



www.leadleo.com

2020年 中国养生酒店行业概览

概览标签：养生、养生酒店、健康

报告主要作者：王思雨
2020/06

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

概览摘要

养生酒店是指使消费者获得身、心、灵三个方面养生体验的酒店。专注于养生领域的养生酒店通常具备住宿设施、养生活动、养生餐饮、养生服务、相关硬件设施五项要素。养生酒店行业受多种因素影响，包含健康政策走向、市场需求变化、资金状况等方面。近五年来，中国养生酒店行业市场规模（按总收入计）呈增长趋势，由2015年的269.8亿元上升至2019年的681.8亿元，年复合增长率为26.1%。

◆ 人口老龄化、亚健康状况普遍化，加快释放养生酒店市场需求

中国老龄化问题严重，根据中国国家统计局数据，截至2019年，中国总人口为140,005万人，其中65岁及以上人口规模为17,603万人，占总人口的比例已从2015年的10.5%上升至12.6%。中国人口众多，亚健康人群规模大，整体健康水平偏低。医学专家指出，亚健康人群占比处于70%-80%的范围，即2019年中国亚健康人群约980,035万人-112,007万人。伴随老龄化趋势发展、亚健康人口规模扩大，养生酒店市场将进一步释放。

◆ 养生酒店跨界融合

为提高市场竞争力，养生酒店加快养生元素布局，与运动品牌、健身品牌、中医等与健康息息相关的领域实现深度合作。例如，2011年，万豪旗下的威斯汀逐步推出健康早餐、设立慢跑礼宾服务、提出运动装备租赁计划、开设威斯汀Xkeep专属频道，不断填充养生元素，加强顾客健康生活体验。2017年，凯悦酒店集团先后收购健康度假村、水疗公司Miraval Group和健身课程、水疗服务供应商Exhale。

◆ 养生酒店逐渐挖掘细分赛道

养生酒店在中国起步较晚，尚处于探索阶段。随着人们健康意识上升、养生需求不断增长，相关企业加快布局养生酒店领域，逐渐挖掘细分赛道。未来，伴随养生酒店市场参与主体增多、竞争加剧，养生酒店发展模式将不断创新，养生酒店管理企业进一步挖掘细分赛道，以巩固企业竞争地位，促使养生酒店行业逐渐细分化发展。

企业推荐：

海湾酒店管理公司 上海远洲 柏联集团

目录

◆ 名词解释	-----	04
◆ 中国养生酒店行业市场综述	-----	05
• 定义及分类	-----	05
• 禾零养生酒店集团成员分布	-----	06
• 中国养生酒店运作模式	-----	07
• 养生酒店项目发展的难点	-----	08
• 产业链分析	-----	09
• 市场规模	-----	13
◆ 中国养生酒店行业驱动因素	-----	14
• 人们健康意识逐渐加强	-----	14
• 老龄化趋势、亚健康普遍化	-----	15
◆ 中国养生酒店行业风险分析	-----	16
◆ 中国养生酒店行业相关政策	-----	17
◆ 中国养生酒店行业发展趋势	-----	18
• 养生酒店跨界合作	-----	18
• 养生酒店逐渐挖掘细分赛道	-----	19
◆ 中国养生酒店行业竞争格局	-----	20
◆ 中国养生酒店行业投资企业分析	-----	21
◆ 方法论	-----	27
◆ 法律声明	-----	28



名词解释

- ◆ **HHOW** : Healing Hotels of the World, 世界养生酒店联盟, 全球最顶级的养生酒店联盟组织, 由Biging和Ixmeier创立, 2017年3月更名为禾零养生酒店集团, 总部位于德国, 在全球拥有100余家酒店成员。
- ◆ **印度阿育吠陀系统** : 印度的一种医学体系, 是世界上最古老的有记载的综合医学体系, 代表着一种健康的生活方式。
- ◆ **亚健康** : 人体处于健康与疾病之间的一种状态, 在躯体方面, 表现为乏力、身体酸痛、头晕、心急胸闷、睡眠不佳、无食欲等症状; 在心理方面, 具有焦躁、心烦、易怒、注意力难集中、情绪低沉、反应慢等表现。
- ◆ **医疗旅游** : 将医疗服务与旅游相结合的一种旅游形式。
- ◆ **OTA** : Online Travel Agency, 在线旅行社, 通过互联网展示旅游产品信息, 为旅游者提供在线交易和相关旅游服务并独立核算的企业。
- ◆ **旅行社** : 从事组织、接待游客, 为游客提供旅行、居住等旅游服务的企业法人。
- ◆ **智慧旅游** : 对云计算、大数据、物联网、人工智能等技术进行综合利用, 为消费者提供人性化、个性化、智慧化的旅游形式。
- ◆ **代理商** : 又称“商务代理”, 为企业销售产品, 收受企业代理佣金商业单位。



FROST & SULLIVAN
沙利文

招聘 行业分析师

我们一起“创业”吧，开启一段独特的旅程！

✉ 邮箱：fs.recruitment@frostchina.com

📍 工作地点：北京、上海、深圳、香港、南京、成都



中国养生酒店行业市场综述——定义及分类

消费者可从养生酒店获得身、心、灵三个层面的养生体验，以实现保持健康、抗衰老、减肥、美体和排毒理疗等目的

养生酒店定义

酒店又称宾馆、旅店，是提供安全、舒适、令使用者获得短期休息或睡眠空间的商业机构。酒店通过出售客房、餐饮及其他综合服务设施向客人提供歇宿和饮食等服务，从而获得经济收益。

养生酒店是指使消费者获得身、心、灵三个方面养生体验的酒店。专注于养生领域的养生酒店通常具备住宿设施、养生活动、养生餐饮、养生服务、相关硬件设施五项要素。

专注于养生领域的养生酒店具备的五项要素

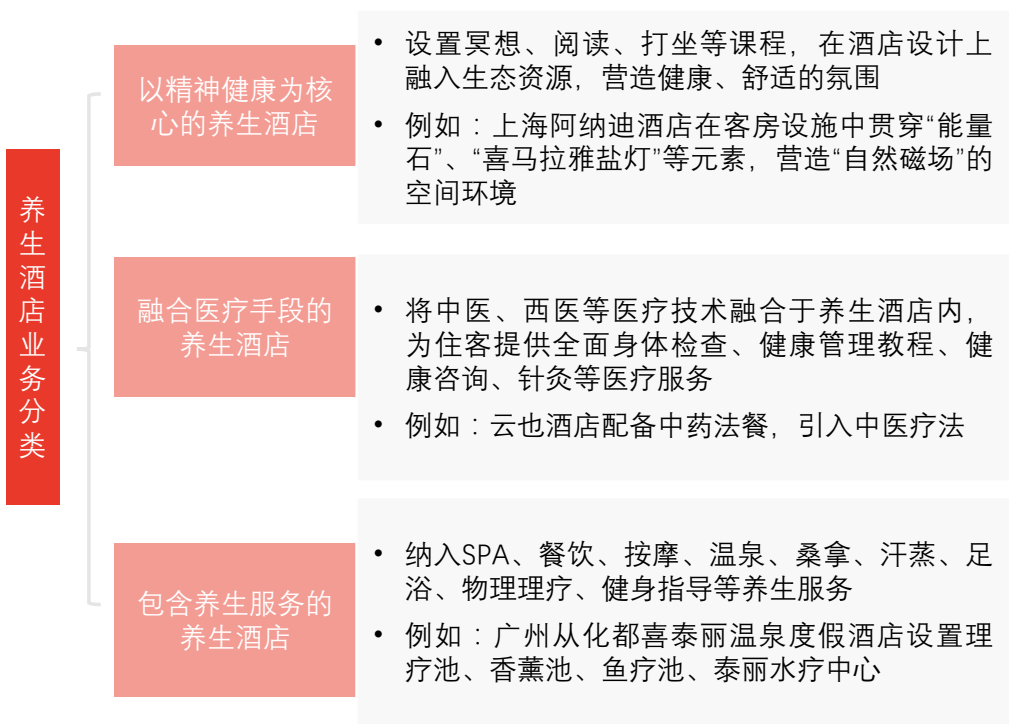
住宿设施	<ul style="list-style-type: none">养生酒店需配备具有住宿功能客房，客房包含卫生间、床铺、洗漱用品等住宿必备元素养生酒店的客房数量通常在100-500间的范围内
养生活动	<ul style="list-style-type: none">定期或不定期举办养生相关的活动，制定养生活动计划表，例如健身、晨练、太极、瑜伽、冥想、中华传统功法课程等活动
养生餐饮	<ul style="list-style-type: none">在酒店餐厅内配备健康营养餐，例如，在食材的选择上追求纯天然、无公害，在食材搭配上注重养生功效
养生服务	<ul style="list-style-type: none">由专业人士提供养生服务，例如物理理疗、针灸、按摩、SPA等养生相关的服务
养生硬件设施	<ul style="list-style-type: none">养生活动、养生服务需借助一定硬件设施，例如健身器材、理疗室、按摩房等设施

来源：头豹研究院编辑整理

养生酒店的分类

根据养生酒店业务方向的不同，可将养生酒店分为：以精神健康为核心的养生酒店、融合医疗手段的养生酒店、包含SPA、餐饮、按摩等养生服务的养生酒店3类。

养生酒店业务的分类



中国养生酒店行业市场综述——禾零养生酒店集团成员分布

禾零集团是全球养生酒店的权威品牌和领导者，对成员的选拔非常严格，因此禾零集团成员分布可反映出全球养生酒店市场状况

HHOW是全球性的养生酒店联盟组织，2017年3月更名为禾零养生酒店集团（以下简称“禾零集团”），已成为全球养生酒店的权威品牌和领导者，总部位于德国，目前在全球拥有**100余家**酒店成员。禾零集团对成员的选拔非常严格，例如，要求酒店本身具备传递健康能量的使命感与热情，其养生项目需包含“身、心、灵”三个层面，以中医、西医、能量疗法、日本长生疗法、印度草药疗法等确切的养生方法为基础，涵盖诊断、饮食、起居、功法、活动、课程、理疗等方面，要求养生产品的设置可提升“身、心、灵”健康的效果。全球七大洲中，欧洲地区内禾零集团成员数量占比最高，超**50%**。2015年禾零集团在上海设立大中华区总部，在中国开设第一家酒店——上海阿纳迪酒店。

禾零集团成员共同特征及地域分布

禾零集团酒店成员的共同特征：

- **费用高：**多按人数收费，单日消费约**4,800元/人**，一家**40间**客房的酒店，年营收可达**1亿元**，与**300间**客房的五星级酒店营收相一致
- **以套餐形式出租：**多为**5天、7天**的套餐形式，促使禾零集团酒店成员出租率稳定
- **用户粘性高：**养生酒店以“养生”功能为卖点，具有其他酒店不可替代的功能，用户入住养生酒店的目的非常明显，对养生酒店忠诚度高
- **带动区域性发展：**养生酒店的消费人群多为高净值人群，具有较高的消费能力，要求养生酒店附近建立别墅、商圈、私人会所等设施，有助于带动周边经济发展



来源：禾零酒店官网，迈点资讯，头豹研究院编辑整理

中国养生酒店行业市场综述——中国养生酒店运作模式

围绕养生服务，养生酒店由酒店管理企业负责运营管理，由禾零集团等企业提供专业指导，通过多营销渠道向酒店租客提供养生活动、养生服务、养生餐饮等业务

养生酒店运作模式

养生酒店由酒店管理企业负责运营管理，向酒店租客提供养生活动、养生服务、养生餐饮等业务。在业务推广过程中，营销渠道占据重要意义，养生酒店投入总成本中，营销成本占比约15%。2015年，禾零集团在上海设立大中华区总部，为养生酒店企业提供专业支持，对养生酒店项目的要求严格，例如，禾零集团要求酒店未来出售的产品以疗愈套餐为主，套餐中包括健康饮食、活动、理疗等内容，计划目标市场以健康疗愈为目的的客源为主。

养生酒店的运作模式结构图



中国养生酒店行业市场综述——养生酒店项目发展的难点

养生酒店项目发展的难点主要体现在创新能力要求高、跨界融合能力要求高、投入成本高三个方面

养生酒店项目发展难点

养生酒店项目发展的难点包含**创新能力要求高**、**跨界融合能力要求高**、**投入成本高**三个方面。其中，创新能力要求高体现在养生酒店项目难以标准化、酒店所在地区之间差异大、养生元素需涵盖“身、心、灵”三个层面；跨界融合能力要求高体现在涵盖领域多、需全方位融入养生概念、复合型人才需求高；成本投入高体现在人才投入高及营销投入高。

养生酒店项目发展的难点及成功案例分析



创新能力
要求高

- **难以标准化**：养生酒店需具备差异，方能对游客产生吸引力
- **地区差异大**：各地养生资源、医学、哲学体系均存在区别
- **养生元素需涵盖“身、心、灵”三个层面**



跨界融合
能力要求高

- **涵盖领域多**：客房、餐饮、理疗、课程、设计、运营等方面
- **需全方位融入养生概念**：在概念、设计和养生项目规划等方面融入养生元素
- **复合型人才需求**：具有养生理论、酒店运营、项目规划等知识背景的人才，更能满足养生酒店项目需求



投入成本高

- **成本投入**：包含硬件设施、人力投入、营销费用等部分
- **人才投入高**：配备SPA技师、中医按摩师、健身教练、物理理疗师等专业人员，邀请禅修、中医、武术、灵气、疗愈、占星等大师类人物
- **营销投入高**：如媒体曝光、名人效应、社交媒体互动等方面的投入

成功案例：上海阿纳迪酒店采用印度阿育吠陀系统

酒店所在地：中国

措施：上海阿纳迪酒店由国际知名酒店设计公司HBA负责设计，酒店采用印度阿育吠陀系统，利用植物能力维系身心平衡。在室内设计上融入大自然气息，将室内空间室外化，为住客带来身、心、灵健康愉悦的体验。在客房中充满疗愈元素，例如配备血压仪、助眠仪，早晚配备不同的香薰

成功案例：Chiva-Som实施部门整合发展对策

酒店所在地：泰国

措施：Chiva-Som开业之初，实行各部门独立运营的政策，实施效果未达到理想状态。随后，Chiva-Som对各部门进行整合调整，以某项功能设置套餐，各养生项目均配合该项功能运作。例如，推出“排毒套餐”，餐饮、理疗、按摩等项目均以排毒为侧重点，几年内Chiva-Som营收增长**3倍**

成功案例：Ananda通过营销提高客源量

酒店所在地：印度

措施：Ananda加大营销投入，其客源来自于英国、美国、德国、加拿大、俄罗斯、中东等**60**余个国家，Ananda加强与外界合作，例如，2019年12月，Ananda与泰国天使地产（房产销售代理商）达成战略合作，扩大营销渠道

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国养生酒店行业市场综述——产业链分析

养生酒店行业产业链的上游与中游关系松散，专业养生酒店数量占比仅5%，具有养生元素的酒店数量占比约95%

中国养生酒店行业上游参与主体为资源供应商，包含客耗品供应商、建筑施工企业、设计企业、培训企业、信息系统供应商；中游参与主体为养生酒店，包含专业养生酒店和具有养生元素的酒店；下游参与者为营销渠道商，包含线上渠道商和线下渠道商。



来源：相关企业官网，全球养生协会，头豹研究院编辑整理

中国养生酒店行业市场综述——产业链上游分析

养生酒店行业产业链上游参与主体众多，包含客耗品供应商、建筑施工企业、设计企业、培训企业、信息系统供应商及其他供应商

参与主体：中国养生酒店行业上游参与主体为资源供应商，包含客耗品供应商、建筑施工企业、设计企业、培训企业、信息系统供应商及其他供应商。**客耗品供应商**向养生酒店床单、被罩、毛巾、牙刷、洗发水、沐浴露等物资。养生酒店建筑建造或扩建、改建，多通过外包形式委托**建筑施工企业**完成。**设计企业**包含建筑设计企业及室内设计企业，为养生酒店提供建筑及室内设计方案。**培训企业**为养生酒店提供养生服务人员、酒店管理人员等主体的培训服务。**信息系统供应商**针对养生酒店的需求，为养生酒店开发协助酒店管理的信息系统。**其他供应商**包含农产品、家具等物资供应商及按摩、推拿、针灸等服务供应商。

采购模式：养生酒店采购的物资包含客耗品、家具、建筑材料、公用服饰及香薰、精油等养生服务所需物资。数量少的物资以本地市场为主，数量大的物资集中外地采购，以降低成本，建设项目所需物资以公开招标模式进行采购。部分养生酒店需向外采购按摩、推拿、针灸等专业服务，多以年为单位签订服务协议，按月结算服务费用。

养生酒店对上游资源的需求					
需求					
餐饮	设计	客耗品	培训	信息系统	养生服务
					
在食材上，选择绿色、纯天然、新鲜的食材，推出健康营养套餐，部分酒店将中草药融入饮食	通过空间规划、家具陈设、材料选择、颜色搭配等方面的设计，打造出舒适、平静的氛围，为客户带来心情愉悦、放松的体验	追求高品质、品牌化的产品，为客户提供天然、健康的护肤用品，采购柔软、舒适、棉麻、蚕丝等材质的床上用品	通过专业培训，提升养生服务人员的专业性，提高酒店管理人才的管理能力，进而提高客户满意度及酒店运营管理水平	打造智能型养生酒店，在入住办理、退宿办理、停车服务等过程中为客户提供便捷服务	部分养生酒店需向外采购按摩、推拿、针灸等专业服务，聘请禅师、瑜伽老师、健身教练等专业人员
代表企业					
多利农庄、SIJILV四季绿、星辉蔬菜、银龙蔬菜等有机农产品品牌	HBA酒店室内设计、深圳品彦设计、J&A杰恩设计、深圳南粤设计集团	普罗旺斯欧舒丹、资生堂等洗护用品品牌，无印良品、MANITO等家居用品品牌	旗舰（香港）国际酒店培训公司、金管家酒店管理培训公司、济南卓色酒店培训公司	南京万国思迅软件有限责任公司、甘肃骏瑞智能科技有限公司	南京隐仙国学国术院、登封市嵩山少林传统功夫文武学校

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国养生酒店行业市场综述——产业链中游分析

养生酒店成本投入包含客耗品采购、建设费用、设计费用、营销费用、人力投入及其他成本，盈利来源包含房费、养生服务项目收费、养生活动项目收费、餐饮收费等方面

参与主体：中国养生酒店行业产业链中游的参与主体为养生酒店，依据酒店类型可将养生酒店划分为专业养生酒店和具有养生元素的酒店。专业养生酒店业务以养生功能为主，在酒店设计、餐饮、服务等方面均突显养生功能，在养生酒店领域具有领军作用，如禾零酒店、上海阿纳迪酒店、北京海湾半山酒店。具有养生元素的酒店除具备养生功能外，还包含商务、会议、度假、观景等功能，例如大梅沙海景酒店以养生、商务、会议为主要功能，华天酒店以养生、会议、度假为主要功能。

成本投入：养生酒店行业成本投入包含客耗品采购、建设费用、设计费用、营销费用、人力投入及其他成本。其中，人力投入占比超**40%**，营销费用占比约**15%**。

盈利来源及毛利率：中国养生酒店行业多按房费与服务项目收费，其盈利来源包含房费、养生服务项目收费、养生活动项目收费、餐饮收费等方面。在国际上，养生酒店多按人数收费，单日消费约**4,800元/人**，一家**40**间客房的酒店，年营收可达**1亿元**，与**300**间客房的五星级酒店营收相一致。

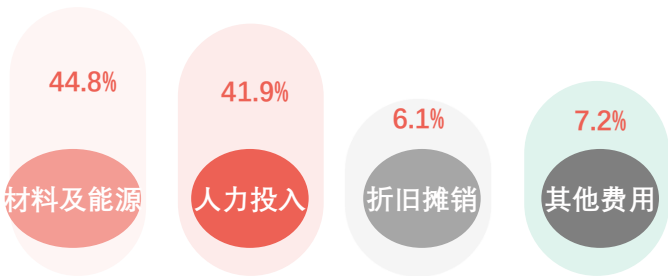
养生酒店行业成本与利润分析

成本投入

中国养生酒店行业成本投入包含客耗品采购、建设费用、设计费用、营销费用、人力投入及其他成本

- **建设费用、设计费用**多为一次性投入，单次投入成本高，在养生酒店建设初期，对资金要求高。
- **客耗品采购、营销费用、人力投入**为长期性投入

华天酒店成本投入占比，2019年



来源：华天酒店2019年年报，携程，头豹研究院编辑整理

盈利来源

中国养生酒店行业盈利来源于房费、养生服务项目收费、养生活动项目收费、餐饮收费等方面

- **房费收入：**根据养生目的不同设计不同房型，不同房型收取价格不同，例如包含冥想的疗愈房型
- **养生服务项目收费：**包含物理理疗、针灸、按摩、SPA等养生相关的服务
- **养生活动项目收费：**健身、晨练、太极、瑜伽、冥想、中华传统功法课程等活动

上海阿纳迪酒店消费项目，2019年6月12日

- SPA**900-1,600**不等
- 房费**1,500-9,300**不等（包含泡池或冥想间的房费较高）
- 加床费**350/人**
- 自助餐**228/人**
- 此外，上海阿纳迪酒店为住客提供养生工坊课程，包含颂钵、呼吸法、冥想、瑜伽、有氧运动、茶品鉴等内容

毛利率

因养生酒店对酒店服务人员素质要求高、相关疗养设备要求高，投入高成本决定了高收费。因此，养生酒店的房价比相同地段普通星级酒店的房价高出**100%**

收费高、盈利来源多为养生酒店行业带来了较高的利润，2019年养生酒店行业整体毛利率约**40%**

上海阿纳迪酒店与周边同类型酒店价格对比，2019年6月12日



中国养生酒店行业市场综述——产业链下游分析

相较于普通酒店而言，养生酒店收费高、服务项目多，因此其客户群体多为高净值人群，且对健康、养生具有较高需求

参与主体：中国养生酒店行业下游参与者为渠道商，包含线上渠道的在线旅行社、酒店官网、APP及小程序；线下渠道的线下旅行社、酒店前台。相较于普通酒店而言，养生酒店收费高、服务项目多，因此其客户群体多为高净值人群。2019年6月，招商银行与贝恩咨询联合发布的《2019中国私人财富报告》指出，2018年，中国高净值人群由2014年的104万人增长至198万人，其中，资产大于1亿元的高净值人群规模增速最快，年复合增长率为24.8%。高净值人群规模扩大，有助于促进养生酒店行业市场规模增长。

养生酒店行业销售渠道

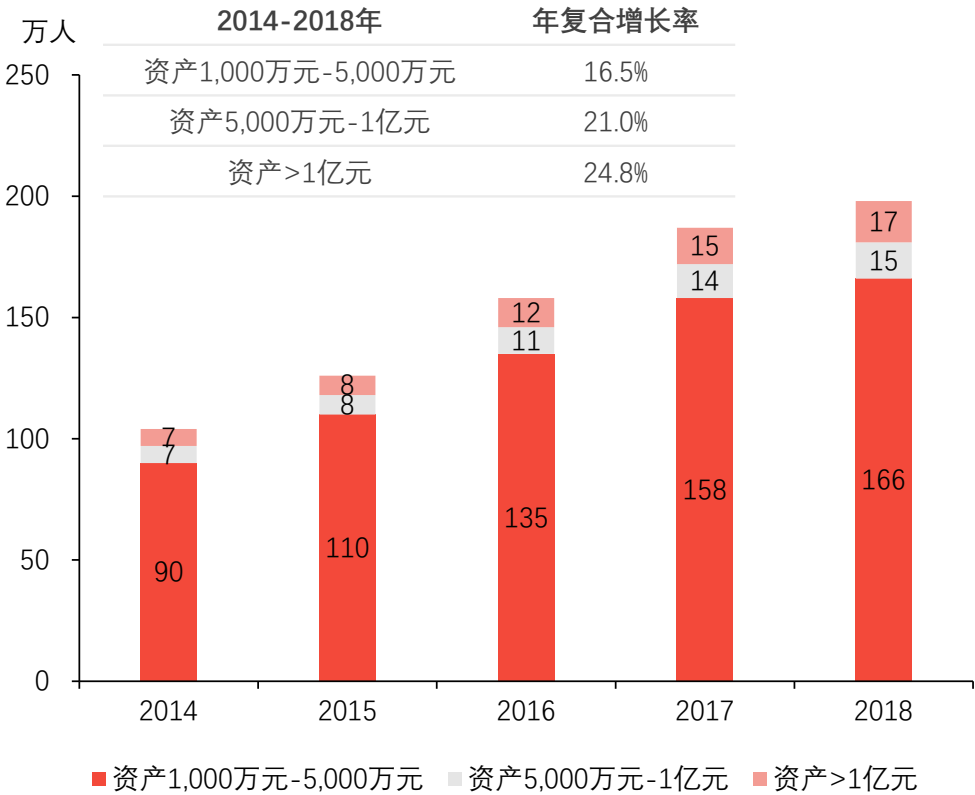
渠道	市场占比	参与主体	服务内容
线上渠道	70%	在线旅行社	为消费者提供酒店预订、相关服务预定的渠道，可扩大酒店信息传递覆盖面、方便消费者实时掌握酒店信息，如携程、途牛、美团等平台，覆盖用户群体规模大，用户触达率高
		酒店官网、APP、小程序	消费者已确定所需入住的酒店时，可直接前往该酒店官网、APP或小程序进行预定，部分酒店在其官网、APP、小程序为酒店会员开通便捷预定通道
线下渠道	30%	线下旅行社	线下旅行社与酒店合作，占据资源优势，可为消费者提供折扣价格，其酒店安排多包含于旅游规划中
		酒店前台	消费者可直接前往酒店前台办理入住、退订

来源：招商银行，贝恩咨询，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



中国高净值人群规模，2014-2018年



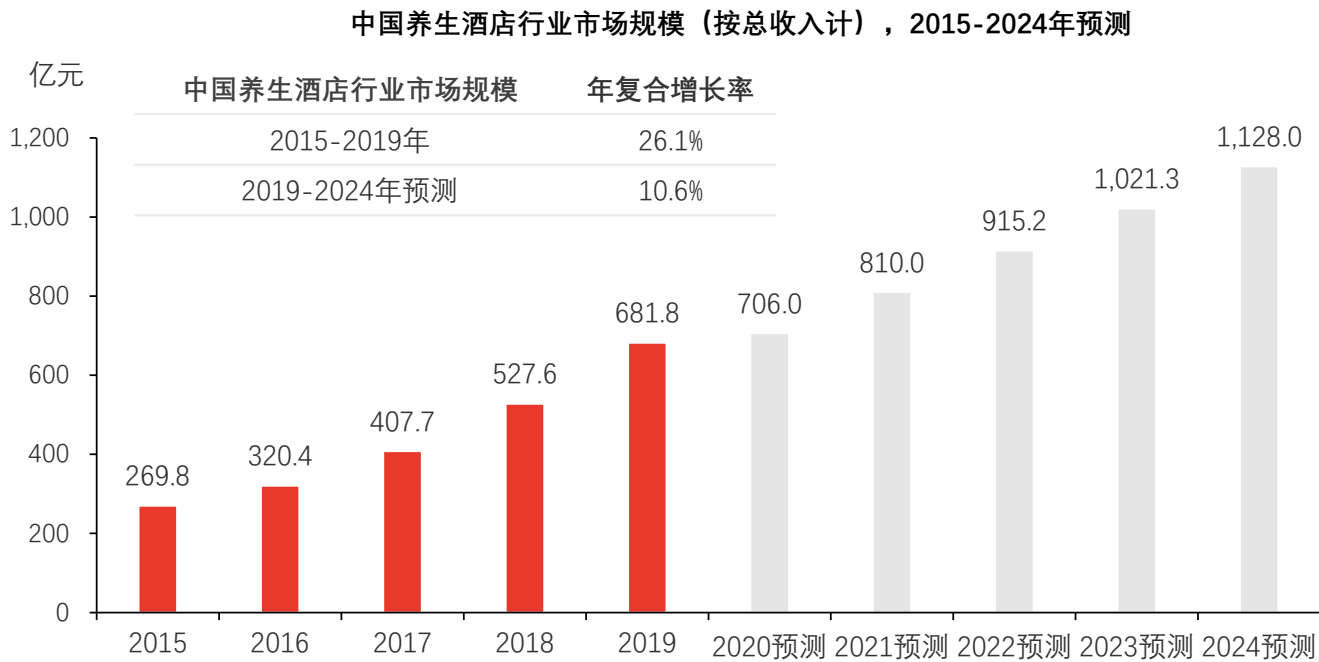
www.leadleo.com

中国养生酒店行业市场综述——市场规模

中国养生旅游行业发展迅速，带动养生酒店市场渗透程度不断提高，以精神健康为核心的养生酒店、包含养生服务的养生酒店市场占比约80%

中国养生酒店行业市场规模

养生酒店行业受多种因素影响，包含健康政策走向、市场需求变化、资金状况等方面。近五年来，中国养生酒店行业市场规模（按总收入计）呈增长趋势，由2015年的**269.8**亿元上升至2019年的**681.8**亿元，年复合增长率为**26.1%**。中国养生旅游行业发展迅速，带动养生酒店市场渗透程度不断提高。未来，伴随人们健康意识提升、消费升级，中国养生酒店行业市场规模将以**10.6%**的年复合增长率继续保持上升趋势，2020年受新型冠状病毒疫情影响，养生酒店行业市场规模增速放缓，预计2024年其市场规模可实现**1,128.0**亿元。



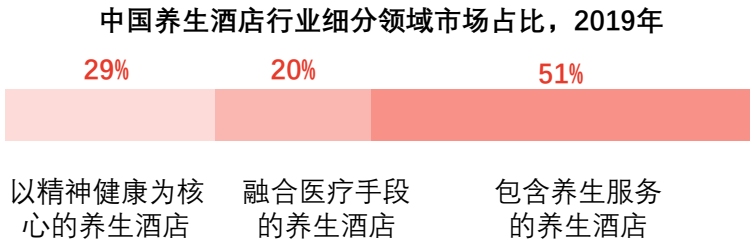
来源：丁香医生，头豹研究院编辑整理

睡眠问题对养生酒店市场发展的作用

根据丁香医生《2019年中国睡眠指数陈诉》显示，**80、90后**熬夜状况严重，**80后**失眠占比**26.4%**，**90后**凌晨1点后入睡占比**17.9%**，**超40%**的人表现睡眠不足。如何缓解精神压力，拥有优质的睡眠，成为了都市人群极为迫切的健康诉求，有助于释放养生酒店市场潜力。

养生酒店细分领域市场占比

以精神健康为核心的养生酒店、包含养生服务的养生酒店市场占比约**80%**；融合医疗手段的养生酒店市场占比约**20%**，发展增速快。



中国养生酒店行业驱动因素——人们健康意识逐渐加强

受“健康中国”行动驱动，人们健康意识逐步加强，对养生酒店需求旺盛且忠诚度高，有助于提高养生酒店行业营业收入

“健康中国”行动背景下，健康理念逐步深入人心

2016年10月，中共中央、国务院印发《“健康中国2030”规划纲要》，明确要求加快形成有利于健康的生活方式、生态环境和经济社会发展模式，实现健康与经济社会良性协调发展。2019年7月，健康中国行动推进委员会发布《健康中国行动（2019-2030年）》，要求向中国居民健康知识、参与健康行动、提供健康服务、延长健康寿命。2019年7月，国务院发布《关于实施健康中国行动的意见》，要求将提升健康素养作为增进全民健康的前提，根据不同人群特点有针对性地加强健康教育与促进，让健康知识、行为和技能成为全民普遍具备的素质和能力。与此同时，国务院办公厅发布《关于印发健康中国行动组织实施和考核方案的通知》，以完善健康中国建设推进协调机制，保障健康中国行动有效实施。以上政策的出台，将提高全民健康管理水平上升至国家战略层面，群众健康问题将由医疗转向预防，不断促进群众健康管理意识提高，并释放对养生酒店的潜在需求。

健康理念影响养生酒店行业的路径



<https://www.leadleo.com/pdfcore/show?id=5fc847ec20410ead779518e1>

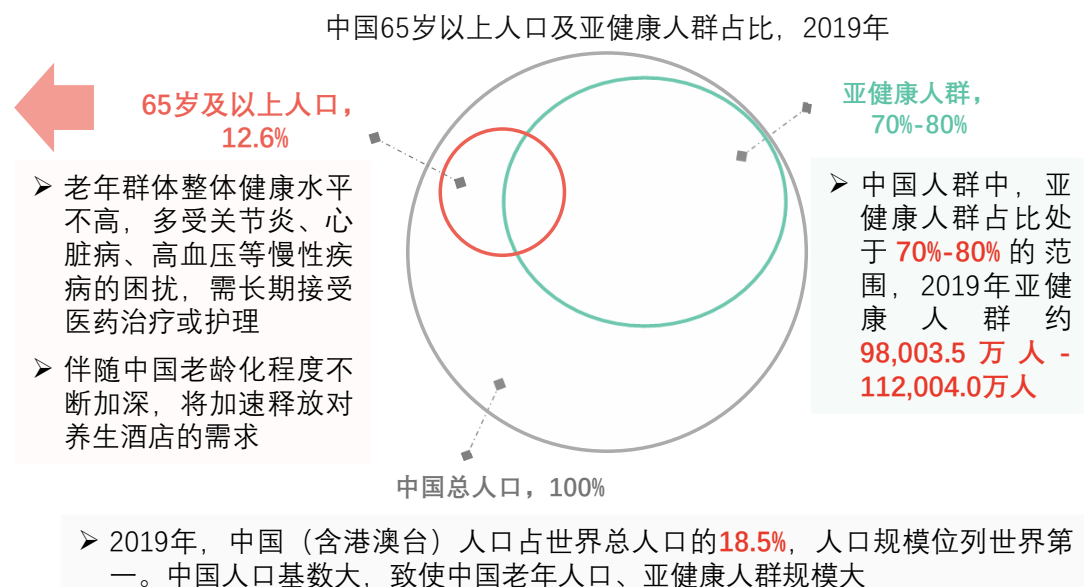
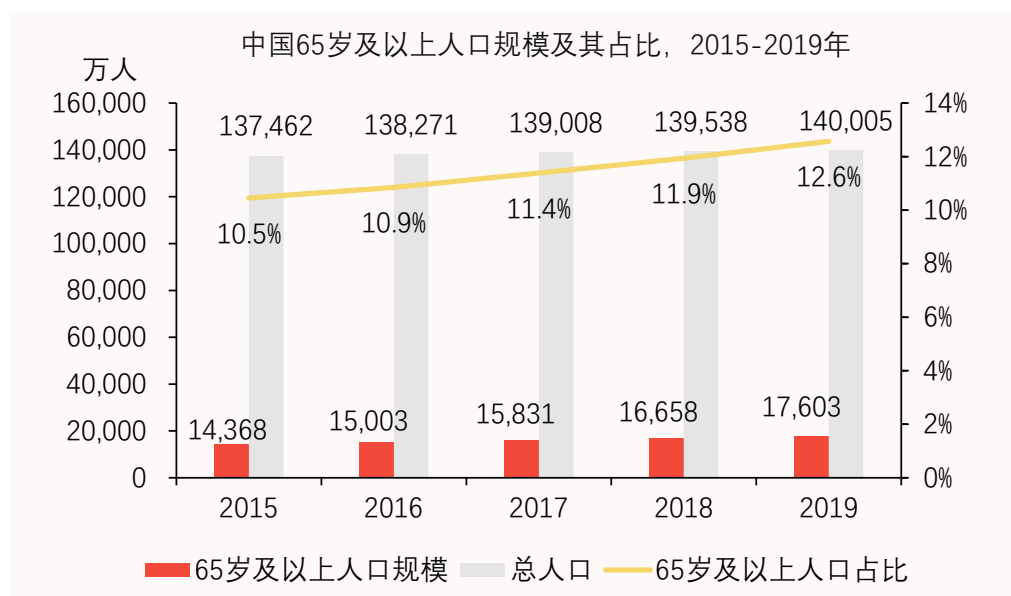
中国养生酒店行业驱动因素——老龄化趋势、亚健康普遍化

中国老龄化问题严重，亚健康人群规模大，整体健康水平偏低，人们对健康的需求逐渐强烈，有助于促进养生酒店行业市场规模扩大

人口老龄化：中国老龄化问题严重，根据中国国家统计局数据，截至2019年，中国总人口为**140,005万人**，其中65岁及以上人口规模为**17,603万人**，占总人口的比例已从2015年的**10.5%**上升至**12.6%**。

亚健康状况日趋普遍化：中国人口众多，亚健康人群规模大，整体健康水平偏低。医学专家指出，亚健康人群占比处于**70%-80%**的范围，即2019年中国亚健康人群约**98,003.5万人-112,004.0万人**。亚健康是指人体处于健康与疾病之间的一种状态，在躯体方面，表现为乏力、身体酸痛、头晕、心急胸闷、睡眠不佳、无食欲等症状；在心理方面，具有焦躁、心烦、易怒、注意力难集中、情绪低沉、反应慢等表现。伴随老龄化趋势发展、亚健康人口规模扩大，人们对健康的需求逐渐强烈，有助于促进养生酒店行业市场规模扩大。

中国老龄化趋势及亚健康状况



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

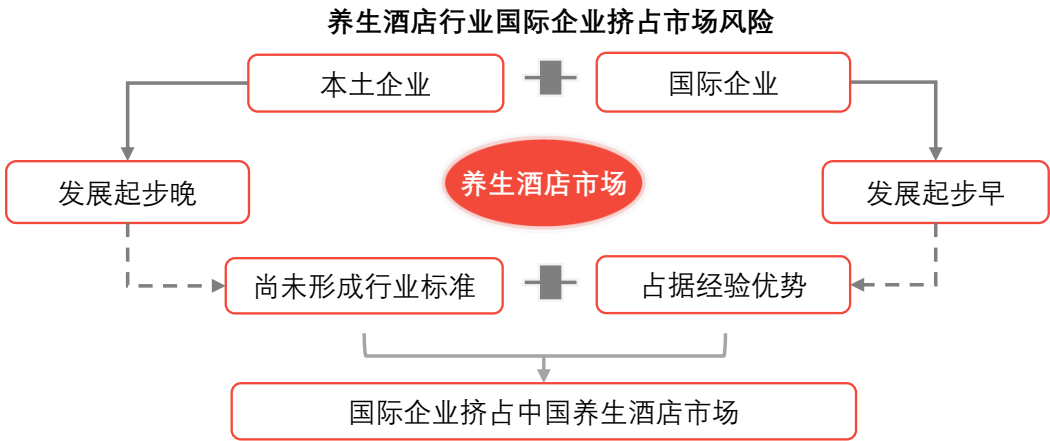
©2020 LeadLeo

中国养生酒店行业市场综述——风险分析

养生酒店行业面临国际企业挤占市场风险、客源不稳定风险、自然灾害等意外风险，鞭策养生酒店企业不断提升运营管理能力、加强人才投入、优化产品结构

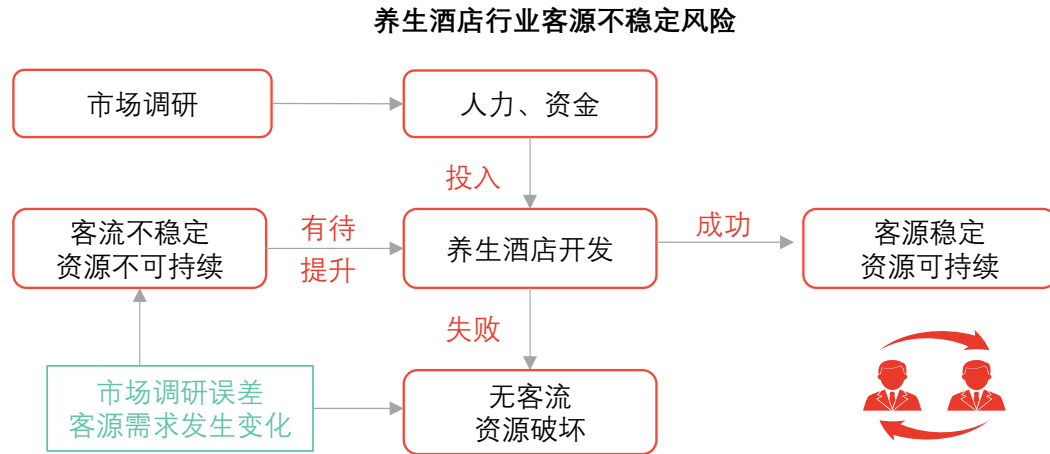
国际企业挤占市场风险

中国养生酒店行业起步晚，概念界定尚不清晰，未形成统一的行业标准。国际市场上，养生酒店发展起步早，已形成品牌效应，并开始涉足中国市场。例如，2015年，禾零集团在上海设立大中华区总部，为中国养生酒店企业提供专业支持的同时，将挤占中国养生酒店市场，促使养生酒店行业依赖于国际养生酒店企业的支持，不利于中国养生酒店实现独立经营。



客源不稳定风险

养生酒店项目开发阶段需投入大量人力、资金，客源的稳定性及可持续性为养生酒店可否持续经营的重要衡量指标。投资者在开发前期需进行充分的市场调研，以掌握客户偏好、保证客源稳定，但存在市场调研误差、客源需求发生变化及其他潜在因素影响，导致养生酒店项目进入运营阶段后，面临无客源或客源不稳定的风险。



自然灾害等意外风险

养生酒店多位于偏僻、生态环境良好的地区，多临近森林、高山、温泉、湖泊等自然环境，易受自然灾害的影响，导致养生酒店行业面临自然灾害风险。具体而言，旱灾、水灾、火灾、台风等自然灾害的发生，影响交通安全，人们将降低出行频次，进而造成养生酒店客源量减少。

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国养生酒店行业相关政策

政策要求加快温泉、冰雪、滨海、海岛、山地、森林等休闲养生旅游产品的开发，将促进养生旅游行业快速发展，进而为养生酒店带来更多客源，提高养生酒店的业务收入

利好养生旅游的政策，有助于为养生酒店行业发展增加客源及收入：养生酒店行业发展与养生旅游行业密不可分，属于政策导向型行业，中国政府发布多项政策扶持养生旅游行业发展，均利好养生酒店行业发展。2018年3月，国务院办公厅发布《关于促进全域旅游发展的指导意见》，要求加快开发高端医疗、中医药特色、康复疗养、休闲养生等健康旅游。2019年8月，国务院办公厅发布《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》，要求着力开发商务会展旅游、海洋海岛旅游、自驾车旅居车旅游、体育旅游、森林旅游、康养旅游等产品。可见，政策要求加快温泉、冰雪、滨海、海岛、山地、森林等休闲养生旅游产品的开发，将促进养生旅游行业快速发展，进而为养生酒店带来更多客源，提高养生酒店的业务收入。

中国养生酒店行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》	2019-08	国务院办公厅	要求着力开发商务会展旅游、海洋海岛旅游、自驾车旅居车旅游、体育旅游、森林旅游、康养旅游等产品
《关于促进全域旅游发展的指导意见》	2018-03	国务院办公厅	要求加快开发高端医疗、中医药特色、康复疗养、休闲养生等健康旅游
《“十三五”旅游业发展规划的通知》	2016-12	国务院	要求大力开发温泉、冰雪、滨海、海岛、山地、森林、养生等休闲度假旅游产品，建设一批旅游度假区和国民度假地
《关于进一步加快旅游业发展的通知》	2016-09	国务院	要求加快发展特种旅游产品，大力发展生态旅游、都市旅游等，规划建设一批国家生态旅游示范区、旅游扶贫试验区、旅游度假区
《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》	2015-08	国务院办公厅	鼓励社会资本大力开发温泉、滑雪、滨海、海岛、山地、养生等休闲度假旅游产品，推出一批以中医药文化传播为主题，集中医药康复理疗、养生保健、文化体验于一体的中医药健康旅游示范产品
《关于促进旅游业改革发展的若干意见》	2014-08	国务院	要求加快转变旅游业发展方式，以转型升级、提质增效为主线，推动旅游产品向观光、休闲、度假并重转变，满足多样化、多层次的旅游消费需求

来源：头豹研究院编辑整理

中国养生酒店行业发展趋势——养生酒店跨界合作

伴随人们健康意识提升，养生酒店、养生旅游、养生服务等领域获得快速发展。养生酒店与健身、运动、中医、设计等业态进行合作，以实现资源整合、互惠双赢

养生酒店跨界合作

为提高市场竞争力，养生酒店加快养生元素布局，与运动品牌、健身品牌、中医等与健康息息相关的领域实现深度合作。例如，2011年，万豪旗下的威斯汀逐步推出健康早餐、设立慢跑礼宾服务、提出运动装备租赁计划、开设威斯汀Xkeep专属频道，不断填充养生元素，加强顾客健康生活体验。2017年，凯悦酒店集团先后收购健康度假村、水疗公司Miraval Group和健身课程、水疗服务供应商Exhale。

伴随人们健康意识提升，养生酒店、养生旅游、养生服务等领域获得快速发展。未来，养生酒店与更多其他业态进行合作，以实现资源整合、互惠双赢。例如，养生酒店将与社区整合发展，为社区内居民提供养生服务，根据周边居民的需求创新商业模式。

养生酒店与其他业态合作及案例分析

案例：凯悦酒店集团

- 收购健身课程和水疗服务供应商 Exhale
- 在嘉轩（HyattPlace）品牌中推出 Exhale健身视频，抢占健身社群资源

案例：钱家平创立云也酒店

- 钱家平是拥有300年历史中医世家的接班人，如今已经传承至第14代
- 钱家平将中医与酒店结合，创立云也酒店，包含中药法餐、海景露台餐厅、书吧、中医疗法等业态



酒店+健身



健身品牌



中医传承者



养生酒店

酒店+运动



运动品牌

酒店+中医

酒店+设计

伴随人们健康意识提升，养生酒店、养生旅游、养生服务等领域获得快速发展。未来，养生酒店与更多其他业态进行合作，以实现资源整合、互惠双赢

案例：威斯汀与运动品牌合作

- 设立慢跑礼宾服务
- 提出运动装备租赁计划
- 开设威斯汀Xkeep专属频道

案例：HBA设计上海阿纳迪酒店

- 将疗愈主题和阿育吠陀理念融入酒店设计，为住客带来身、心、灵健康愉悦的体验
- 将室内空间室外化，融入大自然气息



设计品牌

来源：相关企业官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

推广

innovation
创新地图map

前哨2020 | 科技特训营

掌握创新武器 抓住科技红利



扫码报名

咨询微信: innovationmapSM

电话: 157-1284-6605



王煜全

海银资本创始合伙人
Frost&Sullivan, 中国区首席顾问

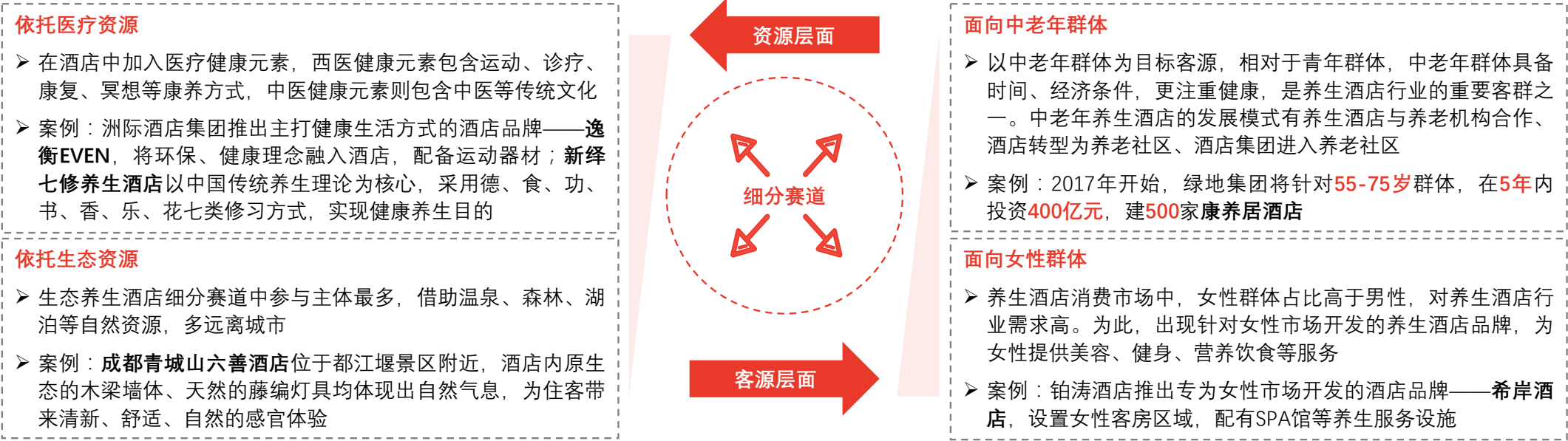
中国养生酒店行业发展趋势——养生酒店逐渐挖掘细分赛道

伴随养生酒店市场参与主体增多、竞争加剧，养生酒店发展模式将不断创新，进一步挖掘细分赛道，以巩固企业竞争地位，促使养生酒店行业逐渐细分化发展

养生酒店细分赛道

养生酒店在中国起步较晚，尚处于探索阶段。伴随人们健康意识上升、养生需求不断增长，相关企业加快布局养生酒店领域，逐渐挖掘细分赛道。从资源层面，已出现生态养生酒店、医疗养生酒店，例如，成都青城山六善酒店位于都江堰景区附近，酒店内原生态的木梁墙体、天然的藤编灯具均体现出自然气息，为住客带来清新、舒适、自然的感官体验；新绎七修养生酒店以中国传统养生理论为核心，采用德、食、功、书、香、乐、花七类修习方式，实现健康养生目的。从客源层面，已出现中老年养生酒店、女性养生酒店，例如，2017年开始，绿地集团针对55-75岁群体，将在5年内投资400亿元，建500家康养居酒店；铂涛酒店推出专为女性市场开发的酒店品牌——希岸酒店，酒店设计风格偏女性化，设置女性客房区域，配有SPA馆等养生服务设施。未来，伴随养生酒店市场参与主体增多、竞争加剧，养生酒店发展模式将不断创新，养生酒店管理企业进一步挖掘细分赛道，以巩固企业竞争地位，促使养生酒店行业逐渐细分化发展。

养生酒店行业的细分赛道



来源：头豹研究院编辑整理

中国养生酒店行业竞争格局

根据中国特色，包含中医药业态的养生酒店更容易发展为中国特色养生酒店，形成中国养生酒店品牌

中国的养生酒店大多数停留在养生概念和养生元素包装层面，或在酒店内植入养生相关的元素，具备丰富养生资源丰富、知名度高的养生酒店数量较少。根据中国特色，包含中医药业态的养生酒店更容易发展为中国特色养生酒店，形成中国养生酒店品牌。从养生酒店的养生资源、资金实力、知名度等方面考量，可将中国养生酒店行业划分为三个梯队。

中国养生酒店行业梯队划分及代表酒店

第一梯队	<ul style="list-style-type: none">• 梯队特点：养生资源丰富、成立时间久、企业资金实力强、涵盖业态多• 酒店类型：专业型养生酒店，兼具“身、心、灵”三个层面• 市场份额：25%	代表酒店	<div>酒店：上海阿纳迪酒店 养生内容：包含疗愈石等元素的酒店设计，开设冥想、颂钵、瑜伽、太极等项目体验课程 费用：1,500-9,300元/间</div> <div>酒店：华天酒店 养生内容：温泉、SPA、桑拿按摩、美容美发、健身中心、沐足养生会所 费用：600-6,000元/间</div> <div>酒店：北京海湾半山温泉酒店 养生内容：养生健身中心、喜马拉雅盐蒸房、理疗砭石房、半山汤池 费用：1,700-34,000元/间</div>
第二梯队	<ul style="list-style-type: none">• 梯队特点：管理运营行业内知名酒店的企业，在单一养生领域占据优势，知名度高，• 酒店类型：具有当地特色的养生文化• 市场份额：50%	代表酒店	<div>酒店：云也酒店 养生内容：中药法餐、海景露台餐厅、书吧、中医疗法 费用：550-2,800元/间</div> <div>酒店：大梅沙海景酒店 养生内容：空中海景游泳池、桑拿、按摩、足浴、健身房、桌球、网球、乒乓球和篮球 费用：350-5,000元/间</div> <div>酒店：广州从化都喜泰丽温泉度假酒店 养生内容：露天温泉体验、理疗池、香薰池、嬉水池、鱼疗池、泰丽水疗中心 费用：1,200-9,000元/间</div>
第三梯队	<ul style="list-style-type: none">• 梯队特点：停留在养生概念和养生元素包装层面，或植入常见养生元素，知名度低• 酒店类型：配有健身中心、营养餐等常见养生元素的酒店• 市场份额：25%	代表酒店	<div>酒店：维也纳酒店 养生内容：形成“舒适典雅、健康美食、豪华品质、安全环保、音乐艺术、健康好眠”品牌价值体系 费用：500-1,000元/间</div> <div>酒店：亚朵酒店 养生内容：提供鲜花卡绿植、健身服务，旨在建造舒适、自在、静谧、温暖、放松的居住空间 费用：400-700元/间</div> <div>酒店：锦江都城酒店 养生内容：配备健身中心、健康餐饮等设施与服务 费用：300-600元/间</div>

注：酒店费用来自于2020年6月12日携程旅行网站价格

来源：携程，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



中国养生酒店行业投资企业分析——海湾酒店管理公司（1/2）

海湾酒店管理公司隶属于远大集团，在珠海、北京、成都、太原、云浮、贵阳等城市有多家五星级酒店已建成或在建项目



公司名称：珠海海湾酒店管理有限公司



成立时间：1995年



中国公司总部：珠海市



企业概况：珠海海湾酒店管理有限公司（以下简称“海湾酒店管理公司”）成立于1995年12月，位于珠海市。海湾酒店管理公司隶属于中国远大集团有限责任公司（以下简称“远大集团”），主要经营范围为酒店管理，在珠海、北京、成都、太原、云浮、贵阳等城市有多家五星级酒店已建成或在建项目。

➤ 产品及服务介绍

海湾酒店管理公司旗下管理的酒店包含珠海海湾大酒店、北京海湾半山温泉酒店，在建项目包含成都海湾大酒店、贵阳海湾大酒店、太原海湾大酒店、云浮海湾大酒店。

珠海海湾大酒店：位于珠海商业地带，背靠将军山，面临南中国海，水、陆交通便利。根据携程网站数据，单日住宿价格多处于**800-3,000元**的范围，总统套房价格最高，每晚约**20,000元**。

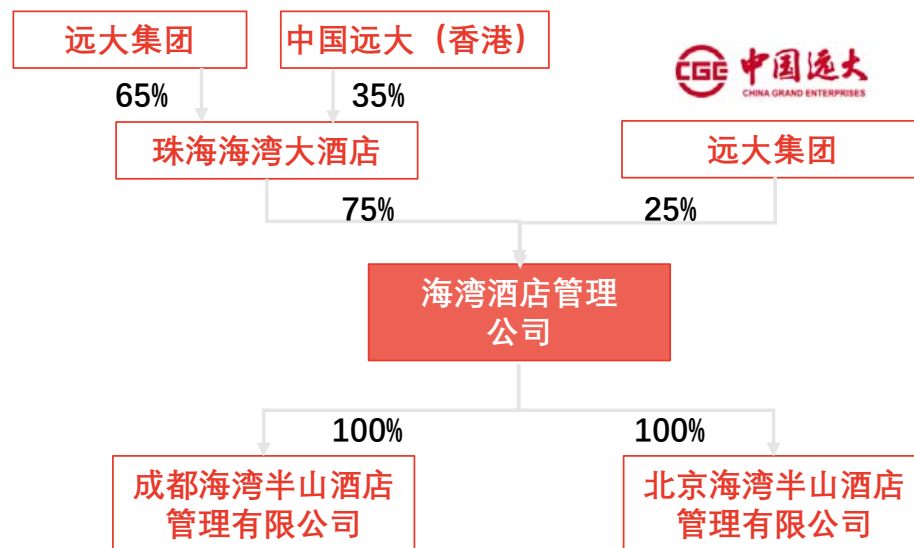
北京海湾半山温泉酒店：共有**329**间客房与套房，每间客房均配有TOTO全自动洁身器、热带雨林花洒、pad智能控制系统、TWG茶叶。根据携程网站数据，单日住宿价格多处于**2,000-40,000元**的范围。

来源：海湾酒店官网，携程，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



海湾酒店管理公司股权分布



www.leadleo.com

中国养生酒店行业投资企业分析——海湾酒店管理公司（2/2）

发展20余年，海湾酒店管理公司逐渐形成股东优势、酒店管理经验优势、养生资源优势，旗下北京海湾半山温泉酒店加入禾零集团

竞争优势

➤ 股东优势

海湾酒店管理公司从属于远大集团，远大集团成立于1993年，属于经营管理型投资公司，主营业务涵盖医药健康、大宗商品交易、置业投资及金融服务等领域，可为海湾酒店管理公司提供医药健康领域的资源及发展经验，为海湾酒店管理公司发展养生服务提供专业支持。

➤ 酒店管理经验优势

海湾酒店管理公司旗下酒店已形成一定规模，珠海海湾大酒店、北京海湾半山酒店的发展步入正轨，其中北京海湾半山温泉酒店于2017年加入禾零集团。海湾管理酒店公司同时在建项目包含成都海湾大酒店、贵阳海湾大酒店、太原海湾大酒店、云浮海湾大酒店，酒店管理业务经营不断丰富，将根据各地资源特色，发展健康养生服务业务。

➤ 养生资源优势

海湾酒店管理公司旗下酒店位于不同地区，依托各地资源优势。例如，北京海湾半山温泉酒店周边环境环绕着桃园仙谷、黑龙潭、南山滑雪场等景点，酒店内设置了养生健身中心、喜马拉雅盐蒸房、理疗砭石房、半山汤池等养生设施。

案例分析：北京海湾半山温泉酒店加入禾零集团

2017年5月，“北京海湾半山温泉酒店”与禾零集团的创始者Anne Biging女士达成合作协议，自此以后“北京海湾半山温泉酒店”正式成为禾零集团全球第十家白金级成员，双方将共同将“海湾酒店管理公司”打造为养生型酒店。

禾零集团是全球性的养生酒店联盟组织，已成为全球养生酒店的权威品牌和领导者，北京海湾半山温泉酒店加入禾零集团，可及时获得国际前沿养生酒店行业资讯，借鉴禾零集团养生酒店运营模式的成功经验。

北京海湾半山温泉酒店的养生要素



来源：海湾酒店官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国养生酒店行业投资企业分析——上海远洲（1/2）

上海阿纳迪酒店定位于“健康养生”的奢华酒店，提出“睡、呼、净、动、唤”五类健康平衡要素，关注顾客的“呼吸、睡眠、排毒”，倡导自然健康的生活方式

 公司名称：上海远洲酒店有限公司

 成立时间：2011年

 中国公司总部：上海市



企业概况：上海远洲酒店有限公司（以下简称“上海远洲”）成立于2011年5月，注册资本为3,000万元人民币，主要经营范围包含酒店管理、实业投资、商务咨询、物业管理等方面。在酒店管理方面，上海远洲酒店有限公司旗下运营管理的酒店有上海阿纳迪酒店，上海阿纳迪酒店是涵盖丰富养生元素，以寻求健康、平衡、喜悦的综合发展。

➤ 上海阿纳迪酒店介绍

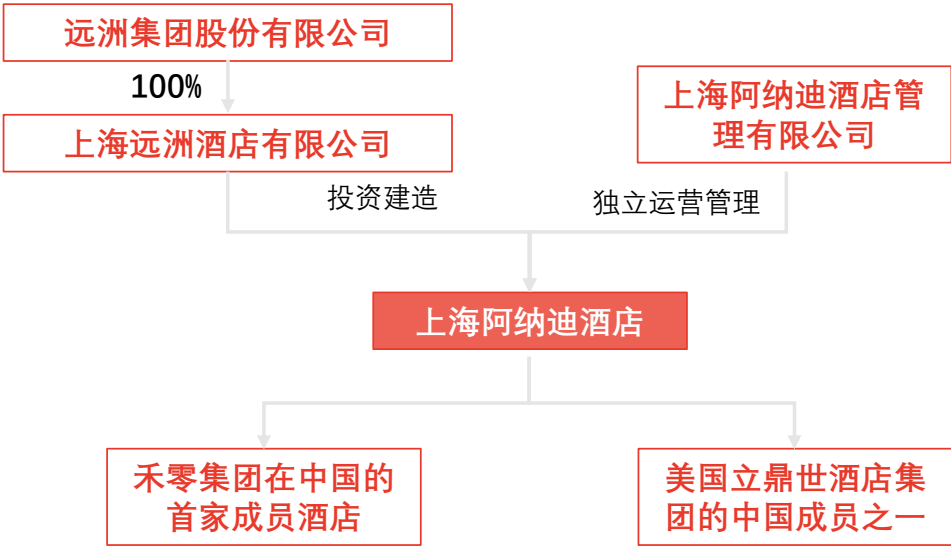
上海阿纳迪酒店开业于2018年，占地面积70,000余平方米，拥有300余间客房，5,000平方米的宴会及会议空间，被美国立鼎世酒店集团（The Leading Hotels of the World, Ltd）列为中国成员酒店。

上海阿纳迪酒店曾获得多项荣誉，如2015年IEED（国际生态环境设计联盟）最佳生态建筑方案设计奖。

上海阿纳迪酒店以原木能量与宁静空间为设计理念，定位于“健康养生”的奢华酒店，提出“睡、呼、净、动、唤”五类健康平衡要素，关注顾客的“呼吸、睡眠、排毒”，倡导自然健康的生活方式。

上海阿纳迪酒店设有室内游泳池、健身室、SPA等养生设施。

上海阿纳迪酒店关系简图



来源：上海阿纳迪酒店官网，头豹研究院编辑整理

中国养生酒店行业投资企业分析——上海远洲（2/2）

从酒店设计及定位上，海阿纳迪酒店体现出专业性强的竞争优势，根据市场需求，于2020年推出“睡眠治理”套餐

竞争优势：上海阿纳迪酒店专业性强

在设计上，上海阿纳迪酒店使用棉、麻、布、竹等天然质料，营造返璞归真的氛围，借助琥珀、玉石、水晶等疗愈石，促使身心平衡，在客房配备喜马拉雅盐灯，以吸收人体湿气与毒气，另外纳米地板、大地之床、助眠仪、脉轮测试、芳疗精油、平衡膳食餐等细节设计均体现出健康养生的气息。在定位上，上海阿纳迪酒店以原木能量与宁静空间为设计理念，定位于“健康养生”的奢华酒店，提出“睡、呼、净、动、唤”五类健康平衡要素，关注顾客的“呼吸、睡眠、排毒”，倡导自然健康的生活方式。

上海阿纳迪酒店的养生元素

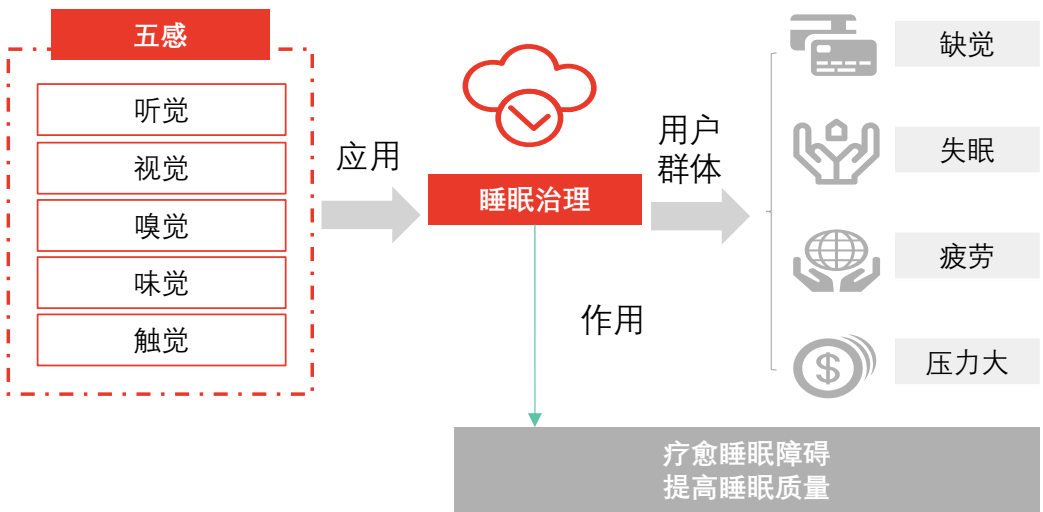


案例分析：上海阿纳迪酒店推出“睡眠治理”套餐

2020年3月，上海阿纳迪酒店推出了“内在探索·正念调频”睡眠治理套餐，通过“正念训练法”，从听觉、视觉、嗅觉、味觉、触觉这“五感”入手，疗愈都市人睡眠质量障碍。

上海阿纳迪酒店为客户提供定制化的疗愈服务，为每个房间配备助眠设施，例如纳米能量地板、大地床垫、喜马拉雅盐灯、助眠仪、蒸汽眼罩、中草药药浴包、血压仪等，并为每个房间配备专属的睡眠管家，提供排毒膳食与水疗建议。

睡眠质量套餐作用原理



来源：上海阿纳迪酒店官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo




www.leadleo.com

中国养生酒店行业投资企业分析——柏联集团（1/2）

柏联集团是集房地产、旅游文化、商业百货、酒店、茶等多业态融合发展的企业，涉及养生酒店业态的有柏联精品酒店、柏联SPA温泉酒店

 公司名称：柏联集团有限公司

 成立时间：1995年

 中国公司总部：昆明市



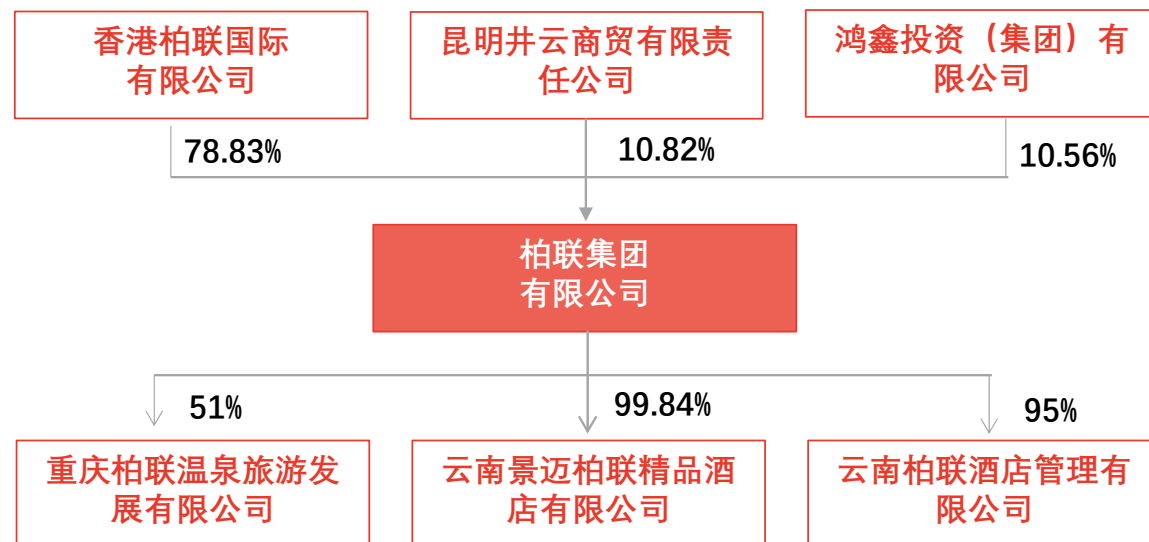
企业概况：柏联集团有限公司（以下简称“柏联集团”）成立于1995年，是一家跨行业、多业态融合发展的企业，其业务涉及房地产、旅游文化、商业百货、酒店、茶等多个领域，逐渐形成SPA之旅、古镇之旅、茶山之旅三大产业为核心，以心灵之旅、养生度假、休闲体验和奢华精致生活打造品牌个性和品牌内涵。

➤ 柏联集团的养生酒店产品

柏联集团的多业态中，涉及养生酒店业态的有柏联精品酒店、柏联SPA温泉酒店。

- **柏联精品酒店：**属于柏联集团旗下品牌，是以养生、健康为主题的精品酒店，为住客提供量身定制的专业健康疗程服务，实现调理身心、颐养健康的养生目的。
- **柏联SPA温泉酒店：**柏联集团已形成一整套完善的温泉文化品牌运营、管理体系。柏联SPA温泉是一个舒适、私密、高雅、自然环境优美的露天园林温泉。

柏联集团股权分布简图



来源：柏联集团官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

中国养生酒店行业投资企业分析——柏联集团（2/2）

柏联集团根据地域特色，融合养生文化、温泉文化、佛禅文化、园林文化、茶道文化等多元文化，打造不同格局的养生精品酒店

竞争优势：柏联集团多业态融合发展

柏联集团业务涉及房地产、旅游景区、商业百货、酒店、茶等多个领域。其中，负责房地产业务的子公司为柏联房地产开发有限公司，先后开发了昆明柏联广场、柏联SPA度假胜地、和顺古镇等项目；负责旅游景区业务的子公司为和顺旅游发展有限公司，将和顺古镇打造为“国家AAAA级景区”；酒店业务包含柏联SPA温泉、精品酒店的开发，均以养生、健康为发展主题；涉及茶产业的子公司为柏联普洱茶庄园有限公司，已打造柏联普洱品牌，并建立了百年老茶博物馆。柏联集团通过以上产业的融合发展，逐步实现产业链延伸。

案例分析：柏联集团打造具有地域特色的养生酒店

柏联集团根据地域特色，打造不同格局的养生精品酒店。例如，昆明柏联精品酒店是高原湖畔的湖景酒店，重庆柏联精品酒店为嘉陵江岸的江景酒店，景迈柏联精品酒店是万亩茶林环绕的茶山酒店，和顺柏联精品酒店是看得见田园风光的古镇酒店，扬州柏联精品酒店是瘦西湖湿地上的精品酒店，西安柏联精品酒店是文化浓郁的古都酒店。柏联集团旗下各酒店融合养生文化、温泉文化、佛禅文化、园林文化、茶道文化等多元文化。

柏联集团涵盖的业务

	管辖子公司	成就	产业链融合
房地产	柏联房地产开发有限公司	从事于旅游地产和商业地产领域的精品项目，先后开发了昆明柏联广场、柏联SPA度假胜地、和顺古镇等项目	<div>➤ 房地产业务负责商业广场、温泉酒店、精品酒店的建设</div> <div>➤ 商圈可满足游客购物、饮食需求</div> <div>➤ 和顺古镇旅游景区为商圈、酒店、柏联普洱带来顾客</div> <div>➤ 温泉酒店、精品酒店增长游客停留时间，带动二次消费</div> <div>➤ 柏联普洱为景区增添文化色彩</div>
商业百货	柏联商业管理公司	创造了云南省第一黄金商圈——柏联广场	
旅游景区	和顺旅游发展有限公司	将和顺古镇打造为“中国第一魅力名镇”、“中国最优美乡镇”、“国家AAAA级景区”	
酒店	昆明柏联SPA温泉 重庆柏联SPA温泉	柏联SPA温泉被称为“亚洲第一SPA温泉”，柏联精品酒店被国家旅游局定为中国精品酒店的标准和典范，并入选全球经典豪华酒店	
茶	柏联普洱茶庄园有限公司	打造了柏联普洱品牌、柏联普洱茶庄园，并建立了百年老茶博物馆	

来源：柏联集团官网，头豹研究院编辑整理

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从大健康、养生、酒店等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。