

# 2020年 中国真人密室逃脱行业概览

概览标签：文娱、沉浸式、体验

报告主要作者：李艺璇  
2020/2



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。

# 头豹研究院简介

- ◆ 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- ◆ 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



## 四大核心服务：

### 企业服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

### 云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场服务**，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

### 行业排名、展会宣传

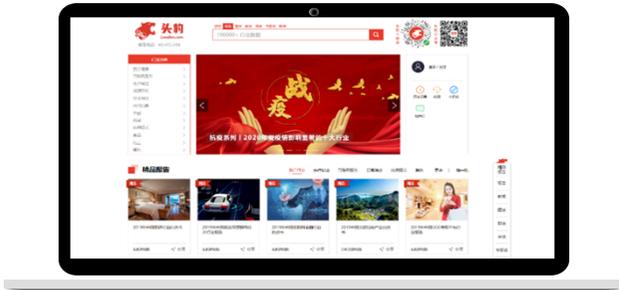
行业峰会策划、**奖项评选**、行业白皮书等服务

### 园区规划、产业规划

地方产业规划，**园区企业孵化服务**

# 报告阅读渠道

头豹科技新闻网 —— [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报



图说



表说



专家说



数说



详情请咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451

# 概览摘要

密室逃脱属于大型线下实景游戏娱乐项目，即在一个近乎完全封闭的环境内，玩家以第一或第三视角扮演特定角色，发现和利用周边物品或工具，完成特定任务以达到逃离该空间的目的。中国真人密室逃脱行业在8年时间内，从密室1.0版本更新迭代至密室5.0版本，将真人NPC、声光电特效、大型机械、前沿技术与主题密室剧本相互融合，让真人密室逃脱游戏成为人、机、NPC融合的线下大型沉浸式交互娱乐项目。伴随密室互动性、参与感的逐步提升，中国真人密室逃脱行业市场规模从2015年的15.2亿元增长至2019年100.0亿元，年复合增长率达60.2%，尤其是2018至2019年，市场规模翻番，由50亿元增长至100亿元，呈现爆发性增长态势。

## ◆ 沉浸式体验助力真人密室逃脱行业发展

沉浸式体验是指利用增强现实技术、全息投影技术等技术手段充分调动参与者的听觉、嗅觉、视觉、触觉，引导其进入“心流”状态的一种娱乐方式，参与者可获得包裹型、多感官的全新体验。密室品牌利用3D全息投影技术、虚拟现实技术等前沿技术，以及在线路、角色两大情节要素上进行创新设计，为密室玩家打造全方位的沉浸式体验。

## ◆ 实景推理综艺节目播出掀起密室风潮

进入2016年，密室版本更新迭代至3.0版本，市场上已聚集了一批追求精神文化娱乐享受的密室爱好者，但密室文化尚未兴起，密室仅流行于特定圈子，未能进入大众视野。2016年3月，芒果TV推出大型实景明星推理综艺秀《明星大侦探第一季》，新奇的密室游戏设计、知名的多位明星参演使得该节目在芒果TV首播之夜上线两小时，收视率即突破千万关卡，豆瓣评分亦高达9.3分，在中国范围掀起一股狂热的密室浪潮，中国真人密室逃脱行业迎来蓬勃发展期。

## ◆ 滚场、拼场等方式助力突破密室坪效天花板

传统的密室品牌以门票收入为主要营收来源，但因真人密室逃脱游戏需在固定封闭环境内开展，因此密室可容纳玩家数量有限，密室的坪效天花板较为明显。密室坪效比是衡量密室主题经济效益的最佳参数，为时坪效和时成本的比例，坪效比越大，密室的经济效益越高。为突破密室坪效天花板，密室品牌采用拼场、滚场、VR、现有空间等手段开展密室经营活动。

### 品牌推荐：

游娱联盟、艾咖文化、密仕实业

# 目录

◆ 名词解释	-----	06
◆ 中国真人密室逃脱行业市场综述	-----	07
• 定义及分类	-----	07
• 发展历程	-----	08
• 产业链分析	-----	09
• 市场现状	-----	13
• 市场规模	-----	14
◆ 中国真人密室逃脱行业驱动因素	-----	15
• 沉浸式体验助力行业发展	-----	15
• 实景推理综艺节目播出掀起密室风潮	-----	16
◆ 中国真人密室逃脱行业风险分析	-----	17
◆ 中国真人密室逃脱行业相关政策	-----	18
◆ 中国真人密室逃脱行业发展趋势	-----	19
• 滚场等方式助力突破密室坪效天花板	-----	19
• 营收新途径助力拓展市场规模	-----	20
◆ 中国真人密室逃脱行业竞争格局	-----	21
◆ 中国真人密室逃脱行业投资企业分析	-----	22
◆ 专业观点	-----	28
◆ 方法论	-----	29
◆ 法律声明	-----	30

# 名词解释

- ◆ **真人密室逃脱**：在一个近乎完全封闭的环境内，玩家以第一或第三视角扮演特定角色，发现和利用周边物品或工具，完成特定任务以达到逃离该空间的目的。
- ◆ **客单价**：每位消费者的平均购买金额。
- ◆ **心流**：个人将精神全部集中于某种活动上的特殊感受，全身贯注以至于忘记时间流逝。
- ◆ **真人NPC**：NPC即“None-player Character”，指非玩家角色，即真人密室逃脱游戏中不受玩家操纵的游戏角色。
- ◆ **3D全息投影技术**：运用干涉和衍射原理记录并再现物体真实的三维图像。
- ◆ **虚拟现实技术**：利用电脑或其他智能计算设备模拟产生一个三度空间的虚拟世界，提供用户关于视觉、听觉、触觉等感官模拟的技术。
- ◆ **坪效比**：衡量密室主题经济效益的最佳参数，为坪效和时成本的比例。
- ◆ **IP**：又称“Intellectual Property”，权利人对其所创作的智力劳动成果所享有的财产权利，多广泛存在于音乐、影视、戏剧、动漫、游戏领域。

# 中国真人密室逃脱行业——定义及分类

真人密室逃脱利用其将玩家置于近乎完全封闭的环境内完成逃离任务的模式，使玩家进入心流状态，获得刺激感



## 真人密室逃脱定义

在一个近乎完全封闭的环境内，玩家以第一或第三视角扮演特定角色，发现和利用周边物品或工具，完成特定任务以达到逃离该空间的目的。



## 真人密室逃脱分类

真人密室逃脱分类维度多样，可从房间、游戏规则、玩家、游戏道具、故事情节等密室构成要素进行分类。其中，根据游戏道具不同，密室可分为传统密室和沉浸式密室。

### 真人密室逃脱分类

传统密室

概念	密室设备简单，玩家依靠大脑和纸笔完成解密
建造成本	30万以下
游戏时长	1小时
单价	50-100元
回本周期	0.5年
日均场次	8场

沉浸式密室

概念	密室借助真人NPC、电子机械打造沉浸式环境
建造成本	100万以上
游戏时长	2.5小时
单价	350-600元
回本周期	1年以上
日均场次	5场

### 主流真人密室逃脱特点



真人密室逃脱实景



时长 (小时)

1.5-3



人数 (个)

4-8人



客单价 (元)

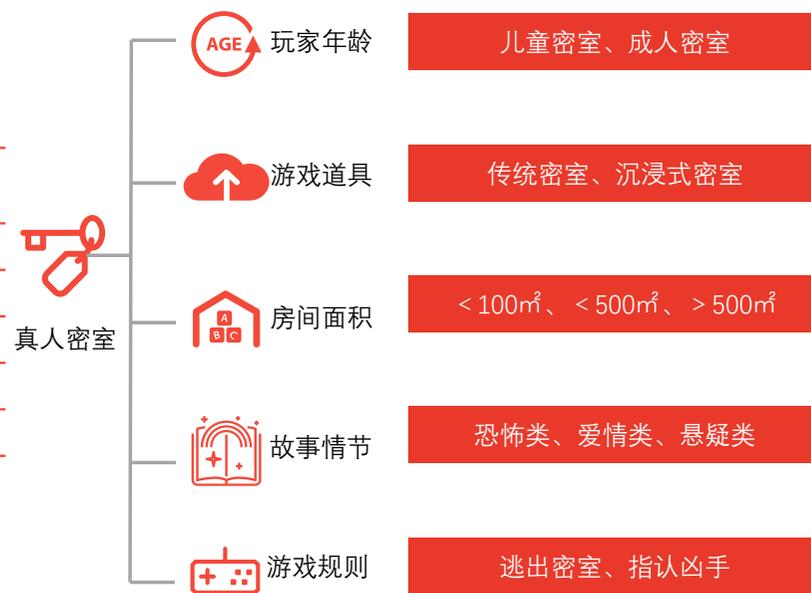
100



主题类型

恐怖类

### 真人密室逃脱分类维度



注：1、密室房间面积小于100m<sup>2</sup>为小主题密室  
2、密室房间面积大于等于100m<sup>2</sup>，小于500m<sup>2</sup>为中主题密室  
3、密室房间面积大于等于500m<sup>2</sup>为大主题密室

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

# 中国真人密室逃脱行业——发展历程

真人密室逃脱行业发展至今，由1.0版本更新迭代至5.0版本，回本周期、时长、价格、主题面积均呈现增长态势，4.0、5.0版本解决了密室复购率低的问题，但成本大幅上升

2006年，来自美国硅谷地区的一些系统程序师将阿加莎克里斯小说所描述的场景还原至现实中，并命名为“Origin”，提供给大众进行冒险解谜娱乐，这是全球范围建造的第一处真人密室。“Origin”也因此成为美国硅谷的代表性景点之一，受到广大游客的欢迎。2012年，真人密室逃脱游戏在中国大陆开始普及兴起。截至2019年底，真人密室逃脱已从1.0版本演变至5.0版本，逐渐取代电影、KTV成为95后年轻人进行线下休闲娱乐的新娱乐项目。

真人密室逃脱发展历程，1.0-5.0版本



# 中国真人密室逃脱行业——产业链分析

中国真人密室逃脱行业产业链上中下游联系紧密，密室品牌从上游购买游戏剧本、运营服务，招募演职人员，为下游的企业和个人消费者提供密室游戏产品

中国真人密室逃脱行业产业链分为三个部分，上游参与者为游戏研发团队、运营团队、演职人员，中游为真人密室逃脱品牌，下游主体为消费者，包括个人消费者和企业消费者。

中国真人密室逃脱行业产业链



来源：头豹研究院编辑整理

# 中国真人密室逃脱行业——产业链上游分析

决定真人密室逃脱游戏产品热门程度的第一要素为游戏剧情，第二要素为游戏互动性，第三要素为营销力度

## 产业链上游概述

中国真人密室逃脱行业产业链上游参与主体主要为游戏研发团队、运营团队、演职人员。

### (1) 游戏研发团队

从密室2.0版本开始，真人密室逃脱的游戏设计逐渐多样化和复杂化，设计过程需融合前沿技术、艺术思维、创新剧本等多领域知识，同时针对玩家的心理需求进行设计和编排，因此真人密室逃脱游戏研发团队多由工程师、建筑设计师、心理学家等多领域人才组成，单个游戏研发时长从**3个月**至**0.5年**不等。当前，市场上知名的游戏研发团队有北京博睿鑫娱有限公司等，其日常负责游戏策划、密室空间设计、真人NPC表演脚本编写等一系列工作。

### (2) 运营团队

部分密室逃脱品牌会聘请专业的运营团队负责密室日常运转、品牌宣传等工作。**80%**的真人密室逃脱运营团队人数为**10人以下**。运营团队主要使用美团、大众点评平台、微信公众号、抖音、小红书等渠道进行宣传和玩家引流，其余玩家来源于其他玩家口碑推荐和商圈自然客流。其中，客流量**80%**来源于美团、大众点评两大平台，因此运营团队需日常维护平台上的好评度加强引流，平台提点约为**6%**，运营团队每月引流费用支出约为**1-2万元**，美团也先后推出密室预定、线上拼场功能，帮助品牌进入大众视野。

### (3) 演职人员

从密室4.0版本开始，真人密室逃脱游戏中开始出现演职人员，又称真人NPC，非玩家角色，即真人密室逃脱游戏中不受玩家操纵的游戏角色，其负责与玩家进行互动、把握游戏节奏、表演剧情脚本等工作，以为玩家打造还原度高的沉浸式环境。最早开始启用真人NPC的密室品牌包括TFS超级密室、长古世家。真人NPC主要来自各大表演院校，如上海戏剧学院、北京电影学院，部分密室品牌为减少演职人员开支，会让某一真人NPC分饰**2-3个**角色。

真人密室逃脱消费用户评价热词（大众点评、美团）



来源：头豹研究院编辑整理

真人密室逃脱消费用户导流方式



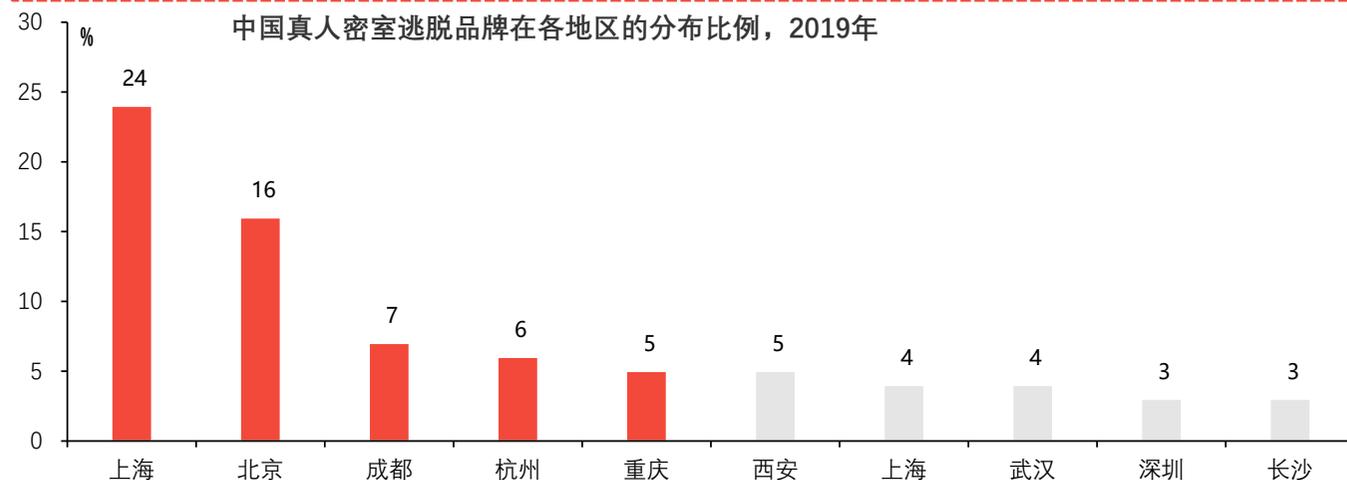
# 中国真人密室逃脱行业——产业链中游分析

缺少游戏研发和运营能力的密室品牌需外购游戏版权、租赁场地、外聘运营团队，多存在于三、四线城市，一、二线城市多为连锁密室品牌

## 产业链中游概述

真人密室逃脱企业分为两类：（1）为拥有游戏研发能力和运营能力的品牌，如游娱联盟、TFS超级密室，可自主进行游戏设计和密室运营，游戏在市场上迭代成熟后可作为项目整体打包销售给其他真人密室逃脱品牌进行异地复制，快速回笼成本。这类品牌多创立于北京、上海、川渝地区；（2）为缺少游戏研发能力和运营能力的小型品牌，多存在于三四线城市，该类品牌充当类似于投资人的角色，投资购买游戏版权，租赁场地，外聘运营团队管理密室，其主要收入来源于门票收入和服装租赁、配套餐饮等收入。

截至2019年底，中国真人密室逃脱行业市场参与者约有**10,000家**，其中，上海、北京、成都、杭州、重庆五个地区所拥有的真人密室逃脱品牌数量最多，占比分别为**24%、16%、7%、6%、5%**。其中：（1）**北京**：总部在北京地区的真人密室逃脱品牌有奥秘之家、极客密室，客单价为**400-600元**不等，此外，由于北京地区的玩家购买力强，消费承受力高，价格较高的沉浸式实景真人密室逃脱在北京地区发展势头较好；（2）**上海**：总部在上海地区的真人密室逃脱品牌有X先生、屋有岛，上海地区的客单价比北京略低，但客流量较北京更大，品牌数亦更多；（3）**川渝**：川渝地区以原创恐怖实景主题密室见长，产生了“百鬼夜行”、“MAX伯爵”、“神秘人”、“长古世家”等特色主题密室品牌。



来源：头豹研究院编辑整理

中国真人密室逃脱平均客单价城市分布

<b>北京</b> <b>400-600元</b> 奥秘之家、极客密室	<b>上海</b> <b>300-500元</b> X先生、屋有岛
<b>杭州</b> <b>200-300元</b> Xcape、时空行者	<b>川渝</b> <b>100-150元</b> 神秘人、长古世家

# 中国真人密室逃脱行业——产业链下游分析

密室品牌均可为个人消费者和企业消费者提供定制化服务，将相关信息、音视频制作成谜题嵌入至游戏情节中，该服务深受有团建、求婚需求的玩家欢迎

## 产业链下游概述

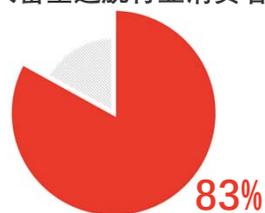
中国真人密室逃脱行业产业链下游参与主体为消费者，分为个人消费者、企业消费者。

**(1) 企业消费者：**人数占比**30%**。企业消费者多以团建为目的进行真人密室逃脱娱乐消费，部分密室品牌提供为企业提供定制化服务，将企业信息设计成谜题嵌入至游戏情节中。

**(2) 个人消费者：**人数占比**70%**。多数个人消费者以社交和娱乐为目的，此外，部分密室品牌为个人提供求婚等定制化服务，在密室环境中嵌入个人专属的音频、视频。2019年，个人消费者达到**196万**人次，其中：**①70%**为消费者与自己的同事朋友自行组队参加真人密室逃脱游戏娱乐，其余**30%**为拼场；**②**由于真人密室逃脱可营造恐怖、悬疑的气氛，玩法极具潮流感，深受90后欢迎，因此个人消费者以**20-35岁**的年轻人为主，占比**83%**；**③**个人消费者中**80%**为接受过高等教育的密室爱好者，因此真人密室逃脱通常又被贴上“高智商”、“烧脑”、“脑洞大”等标签热词。

真人密室逃脱游戏的消费旺季以节假日、寒暑假、周末为主。

真人密室逃脱行业消费者分类



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

# 中国真人密室逃脱行业——市场现状

来自北京、上海、川渝地区的密室品牌连锁化程度高于其余城市，说明其余城市的密室多为单一品牌运营

- ◆ 从密室1.0版本出现至今，中国真人密室逃脱行业一直呈现蓬勃发展状态。截至2019年底，中国真人密室逃脱行业市场规模达**100亿元**，行业消费者达到**280万人次**，密室品牌数约为**1万家**，行业整体研发出的主题个数达**100万个**，门店个数达到**15,000家**，平均客单价为**250元**。
- ◆ 2016至2019年，中国真人密室逃脱门店数、品牌数均呈现上涨态势，门店数从2016年的**7,331家**增长至2019年的**15,152家**，品牌数从2016年**4,037个**增至2019年的**10,673个**。而门店数除以品牌数为密室品牌的**连锁化程度**，因此行业连锁化程度在2016年、2017年、2018年、2019年分别为**1.8**、**1.3**、**1.1**、**1.5**，连锁化程度呈现初期逐渐下降后又回升的趋势，同时，2018至2019年期间，门店数量大幅上升，但品牌数上升幅度较低，说明中国真人密室逃脱行业各品牌于2019年期间纷纷加强在各地区建设连锁分店，对旗下成熟主题密室进行快速异地复制。此外，2019年，从来自北京、上海、川渝地区的**50%**密室品牌旗下拥有**4家**门店，连锁化程度高达**2**，高于市场整体连锁化程度**1.5**，侧面反映其余城市的连锁化程度相对较低，多为单一的品牌运营。

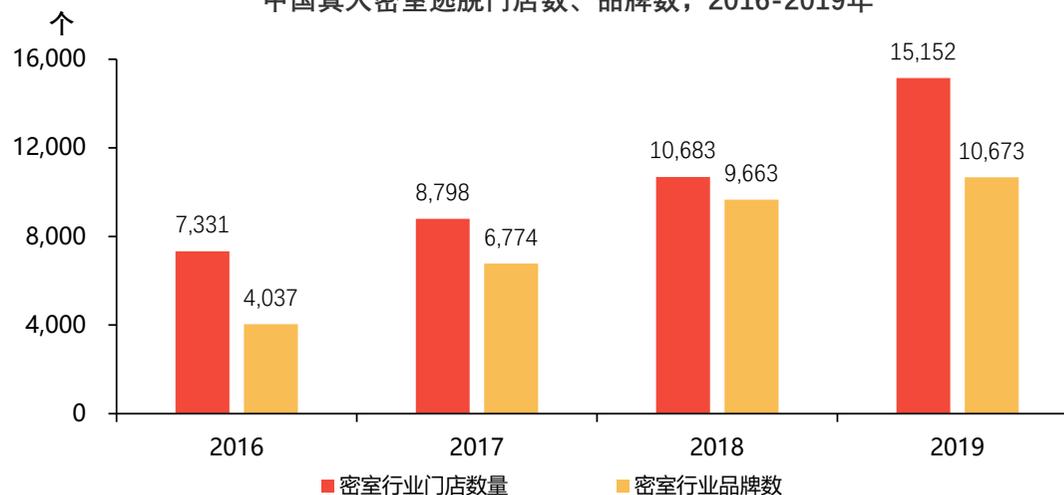
真人密室逃脱市场现状



注：50%经营连锁化指来自北京、上海、川渝地区密室品牌

来源：美团研究院《密室行业消费洞察报告》，头豹研究院编辑整理

中国真人密室逃脱门店数、品牌数，2016-2019年



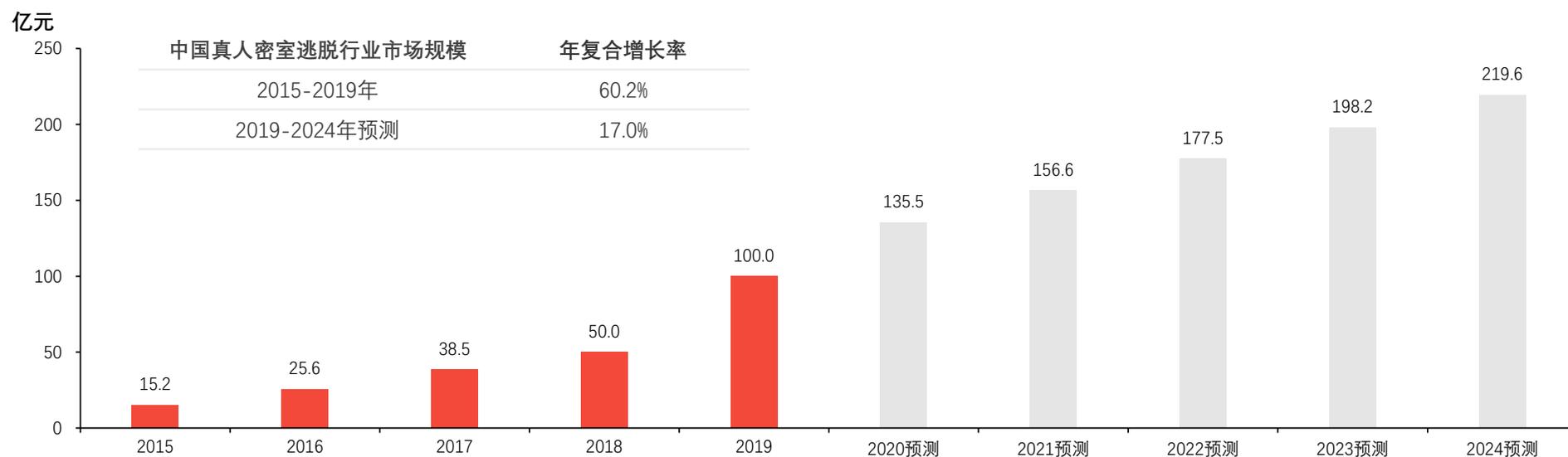
# 中国真人密室逃脱行业——市场规模

真人NPC、声光电、机械、前沿技术的加入使得密室从1.0版本快速迭代至5.0版本，沉浸式密室成为众多密室品牌未来积极打造的方向

中国真人密室逃脱行业在8年时间内，从密室1.0版本更新迭代至密室5.0版本，将真人NPC、声光电特效、大型机械、前沿技术与主题密室剧本相互融合，让真人密室逃脱游戏成为人、机、NPC融合的线下大型沉浸式交互娱乐项目，其国际影响力亦进一步扩大，众多来自美国等发达国家的密室经营者来到北京、上海等密室发达地区进行学习。伴随密室互动性、参与感的逐步提升，中国真人密室逃脱行业市场规模从2015年的**15.2亿元**增长至2019年**100亿元**，年复合增长率达**60.2%**，尤其是2018至2019年，市场规模翻一番，由**50亿元**增长至**100.0亿元**，呈现**爆发性增长态势**。

伴随游戏设计、虚拟现实技术、心理学等多个领域在真人密室逃脱行业继续进行高度融合和碰撞，真人密室逃脱游戏版本将不断迭代，预计未来5年，中国真人密室逃脱行业市场规模将以**17.0%**的年复合增长率不断增长，有望于2024年达到**219.6亿元**。

中国真人密室逃脱行业市场规模（按规模以上企业销售收入计），2015-2024年预测



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

# 中国真人密室逃脱行业驱动因素——沉浸式体验助力行业发展

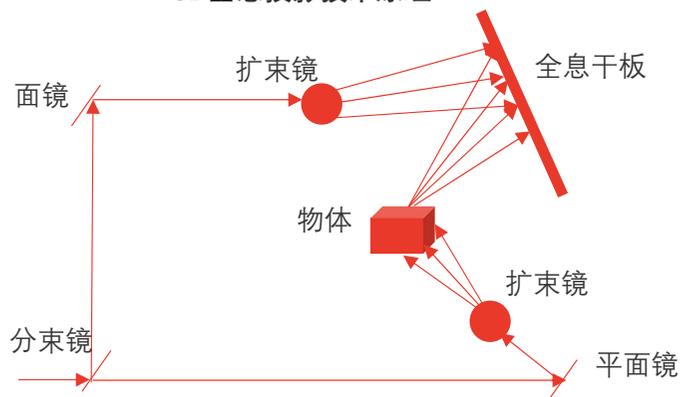
密室3.0及之前版本存在消费者复购率低的问题，此后密室品牌利用前沿技术、多结局的线路设计、角色换装、真人NPC互动等方式打造真实的沉浸感，以提高复购率

**沉浸式体验**指利用增强现实技术、全息投影技术等技术手段充分调动参与者的听觉、嗅觉、视觉、触觉，引导其进入“心流”状态的一种娱乐方式，参与者可获得包裹型、多感官的全新体验。密室品牌利用前沿技术、创新的情节设计为密室玩家打造全方位的沉浸式体验。

**(1) 技术：**真人密室逃脱行业所使用的主流技术手段包括3D全息投影技术、多通道投影技术：**①3D全息投影技术**可运用干涉和衍射原理记录并再现物体真实的三维图像，投射在各类建筑物的立面或空间中；**②虚拟现实技术**是利用电脑或其他智能计算设备模拟产生一个三度空间的虚拟世界，提供用户关于视觉、听觉、触觉等感官模拟的技术。这两类技术可极大地调动玩家的听觉、触觉、视觉，使得玩家快速沉浸至密室环境中。

**(2) 情节设计：**密室品牌在线路、角色两大情节要素上进行创新设计，帮助玩家提升体验感：**①线路设计。**传统的真人密室逃脱游戏情节线路仅有一条，为A到B，但品牌在线路方面进行创新升级，开发出多线路密室剧本，玩家从A出发后，可根据个人解谜结果触发B、C、D等不同线路，个人选择不同，所触发的线路不同，从而为玩家带来真实感，玩家的复购率也会大幅提升；**②角色设计。**部分密室品牌为使玩家的状态快速切换至密室主题中，会让玩家在进入密室前进行角色换装。此外，部分真人密室逃脱游戏在开始时，玩家并不清楚自身的角色定位，需通过寻找特定区域、人物、暗号、物品来解锁自己的身份，且此类密室主题不排除多种角色竞争关系，这会刺激玩家的好胜心，以快速进入游戏状态；**③真人NPC互动。**部分密室品牌通过设置真人NPC来打造沉浸式密室环境，多个真人NPC可与玩家进行角色互动，带领玩家进入不同密室空间，若玩家解谜速度较快，真人NPC亦可为其添加临时任务，若玩家解谜速度较慢，真人NPC可增加额外线索，以免玩家长时间困在某一段内，无法完成接下来的任务，体验感降低。

3D全息投影技术原理



情节设计在真人密室逃脱中的沉浸式应用



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

# 中国真人密室逃脱行业驱动因素——实景推理综艺节目播出掀起密室风潮

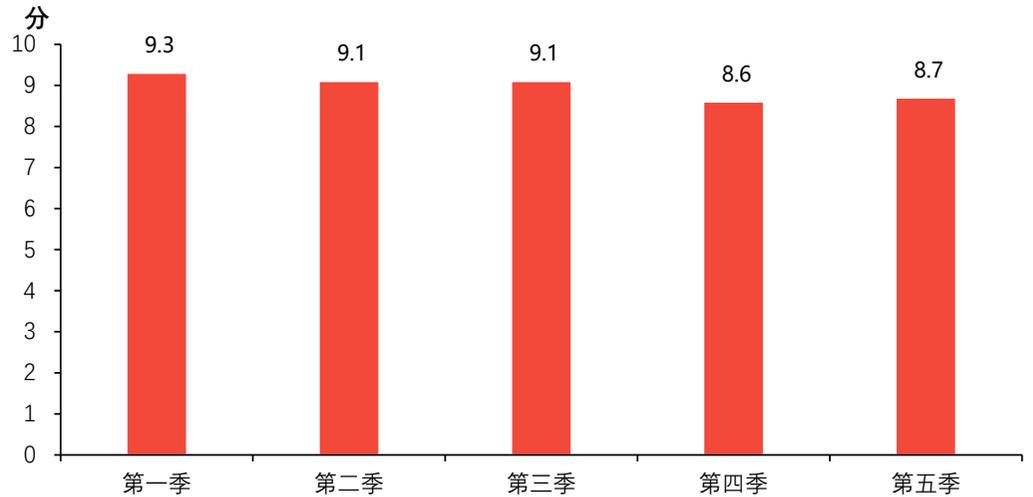
密室文化在密室版本3.0前尚未兴起，密室仅流行于特定圈子，后芒果TV推出的《明星大侦探》等实景推理综艺节目在中国掀起一股狂热的密室浪潮

进入2016年，密室版本更新迭代至3.0版本，市场上已聚集了一批追求精神文化娱乐享受的密室爱好者，但密室文化尚未兴起，密室仅流行于特定圈子，未能进入大众视野。2016年3月，芒果TV推出大型实景明星推理综艺秀《明星大侦探第一季》，节目每期以某一特定故事为背景，玩家在案发现场搜证、集中推理，并向侦探玩家阐述不在场证明，最后完成指认凶手的过程。《明星大侦探第一季》的常驻嘉宾为何炅、撒贝宁、王鸥、吴映洁、白敬亭六位明星，参演嘉宾包括张若昀、王嘉尔等多位明星，这些明星均在年轻一代中具有较强号召力，拥有强大的粉丝基础。新奇的密室游戏设计、知名的多位明星参演使得该节目在芒果TV首播之夜上线两小时，收视率即突破千万关卡，豆瓣评分亦高达**9.3分**，在中国范围掀起一股狂热的密室浪潮，中国真人密室逃脱行业迎来蓬勃发展期。后续，芒果TV推出《明星大侦探第二季》、《明星大侦探第三季》、《明星大侦探第四季》、《明星大侦探第五季》，豆瓣评分均处在较高水平，节目成功引起全民同步推理的狂潮，进一步扩大了真人密室逃脱游戏的影响力。《奔跑吧兄弟》、《火箭少女101》等大型综艺节目也引入了明星密室专题体验，优酷等平台亦相继试水，推出《胜利的游戏》等热门推理类剧情综艺节目，向大众传播密室文化。

明星大侦探常驻嘉宾及参演嘉宾



明星大侦探五季豆瓣评分



来源：头豹研究院编辑整理

# 中国真人密室逃脱行业——风险因素

众多密室品牌作为大型线下实景游戏娱乐项目之一，受疫情影响无法进行正常营业，在未来三个月内现金流存在断裂风险

中国真人密室逃脱行业当前主要面临以下风险：

## (1) 现金流断裂风险

2020年初，中国爆发新型冠状病毒肺炎疫情，该病毒传染性较高，居民一旦感染，易引起严重肺炎，甚至死亡，中国各省市城市为减少病毒的传播面，对交通、大型商场等公共场所进行一系列的封锁，居民亦为避免接触到病毒，非必要情况均选择呆在家中。而真人密室逃脱游戏为大型线下实景游戏娱乐项目之一，需玩家亲自进入线下密室环境，因此疫情的肆虐导致在当前封锁情况下，众多密室门店**无法进行正常营业**。即便疫情过去，相关部门取消封锁等管制行动，亦会有众多玩家心理上对人群聚集区产生**心理阴影**，在近期不会选择进行真人密室逃脱娱乐活动。

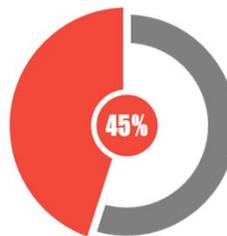
众多密室品牌在未来三个月内的现金流存在断裂风险，人力费用、房租费用、密室环境日常维护费用等成本开支无法被营业收入快速覆盖，部分无雄厚资本支持密室品牌的经营将难以为继，进入破产程序。

## (2) 消费者流失风险

当前密室主题主要分为**8类**，包括谍战类、科幻类、恐怖类、魔幻类、奇妙类、越狱类、侦探类、盗墓类。其中，恐怖类主题密室数占比最高，为**45%**，魔幻类主题密室数占比次之，为**23%**，主题**同质化程度较高**，此外，由于恐怖类主题密室的密室环境类似于鬼屋，对于心理承受能力较差的玩家来说并不友好，儿童和有心脏疾病的中年人群体亦不能参加，进一步导致了当前密室产品的局限化，**受众规模小**。

另外，众多密室品牌进入密室5.0版本时代，积极打造当前最受欢迎的沉浸式密室游戏，但是部分密室品牌因技术限制以及人才缺乏等原因，研发能力较差，**不能抓住沉浸式体验的精髓**，游戏仅流于外在形式，消费者复购率较低。

真人密室逃脱恐怖类主题占比及局限性



恐怖类密室数量占比

主题同质化程度较高

受众规模有局限

不适合心理承受能力较差的玩家进入

# 中国真人密室逃脱行业——政策分析

中国政府于2019年从娱乐形式、消费场景、技术升级三方面颁布一系列政策大力支持中国真人密室逃脱行业的发展，行业将进入新一轮扩张阶段

中国政府高度重视真人密室逃脱行业的发展，尤其于2019年在娱乐形式、消费场景、技术三个方面连续颁布一系列政策法规扶持行业快速、健康发展：

- (1) **娱乐形式**：推动密室版本更新迭代，将沉浸式密室作为未来发展方向之一；
- (2) **消费场景**：工作日为密室消费的淡季，为进一步提高工作日的密室消费的人流量，政府推动夜间经济发展，为工作日玩家进行密室消费提供社会基础条件
- (3) **技术升级**：鼓励研发虚拟现实技术、增强现实技术、全息投影技术等前沿技术，为真人密室逃脱行业提供充足的技术支撑。

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策要点
《关于发展全市夜间经济促进消费升级的实施意见》	2019-09	成都市商务委等	提出要精心打造100个夜间经济示范点位，塑造出一批夜间旅游、视听、文鉴、亲子、医美、乐动、学习、购物、餐饮和风情街区的消费场景
《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	要求促进文化、旅游与现代技术相互融合，发展基于5G、超高清、增强现实、虚拟现实、人工智能等技术的新一代沉浸式体验型文化和旅游消费内容。同时促进演艺、娱乐、动漫、创意设计、网络文化、工艺美术等行业创新发展，引导文化和旅游场所增加参与式、体验式消费项目
《关于上海推动夜间经济发展的指导意见》	2019-05	上海市商务委等	围绕“国际范”、“上海味”、“时尚潮”三个特点，打造一批夜生活集聚区，推动上海“晚7点至次日6点”夜间经济的繁荣发展
《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》	2019-03	国务院办公厅	要求实施创新驱动发展战略，加快移动芯片、移动操作系统、智能传感器、位置服务等核心技术突破和成果转化，加紧人工智能、虚拟现实、增强现实等新兴移动互联网关键技术布局
《“十三五”国家科技创新规划》	2016-08	国务院	鼓励研发新一代互联网技术及发展自然人机交换技术，侧重智能感知和认知、虚实融合与自然交互
《国民旅游休闲纲要（2013-2020年）》	2013-02	国务院办公厅	加强国民旅游休闲产品开放与活动组织，开发旅游演艺、康体健身、休闲购物等旅游休闲消费产品，满足广大群众个性化旅游需求

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

# 中国真人密室逃脱行业发展趋势——滚场等方式助力突破密室坪效天花板

众多密室品牌为突破密室空间容纳人数限制或突破密室固定场地的限制，增加经济效益，使用滚场、VR等手段开展密室经营活动

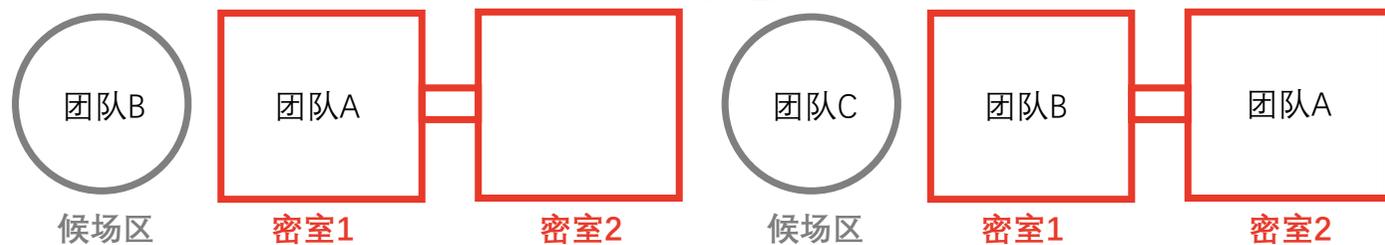
传统的密室品牌以门票收入为主要营收来源，但因真人密室逃脱游戏需在固定封闭环境内开展，因此密室可容纳玩家数量有限，密室的坪效天花板较为明显。密室坪效比是衡量密室主题经济效益的最佳参数，为时坪效和时成本的比例，具体数值受单人收费、密室面积、租赁成本、容纳人数、建造成本、主题寿命、人力成本、维护成本、经营时长9大因素决定，坪效比越大，密室的经济效益越高。为突破密室坪效天花板，密室品牌采用拼场、滚场、VR、现有空间等手段开展密室经营活动。

**(1) 拼场：**密室行业新进入者首要需尽量避免空场现象的出现，美团、大众点评等平台均支持散客拼场预定操作，此外，主流密室所容纳的人数为5-8人，品牌应尽量将散客进行拼场，使密室容纳量达到8人的上限，从而增加密室坪效比公式中容纳人数这一要素。

**(2) 滚场：**若密室游戏时间为2小时，则密室空间每小时进入一批玩家，即先进去的A团队在进入第二个小时的游戏场景之后，后进去的B团队进入第一个小时的游戏场景，后续的C团队、D团队依次类推，该种方式可使得门票收入翻一番。当前，连锁密室品牌X先生已于2019年尝试滚场模式，效果显著，美团预计在2020年推出线上滚场功能，帮助密室品牌进一步突破密室坪效天花板。

部分密室品牌通过使用VR等穿戴设备，实现密室空间折叠以及单空间多主题的效果，突破密室固定场地的限制，扩大营收。此外，部分密室品牌将游戏不再局限于某一固定空间，利用现有的基础设施和建筑，进行游戏的开展，如游戏“地铁大逃脱”，密室品牌将现有的公共设施地铁站划定为虚拟密室，在地铁站内各处放置谜题、机关，玩家需在特定时间内解开谜题离开地铁站，完成地铁逃脱任务。此种游戏类型可容纳较多的玩家数量，但由于其不能配合声光电等特效打造特定背景，因此仅能作为偶发性活动开展。未来，密室品牌将利用更多的方式手段突破密室容纳能力的上限，打破密室坪效天花板。

滚场原理图



注：密室坪效比的计算公式

坪效比=时坪效 / 时成本

时坪效= 单人收费\* 最佳人数 / 主题面积

时成本= [ (租赁成本\* 主题面积 / 10,000) + (建造成本 / 主题寿命) + 人力成本+ 维护成本] / (30 \* 经营时长\* 主题面积) \* 10,000

◆ 真人密室逃脱游戏开始第一个小时

◆ 团队A进入密室1开始第一个小时游戏，团队B等待

◆ 真人密室逃脱游戏开始第二个小时

◆ 团队A进入密室2进行第二个小时游戏，团队B进入密室1进入第一个小时的游戏，团队C依次类推

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

# 中国真人密室逃脱行业发展趋势——营收新途径助力拓展市场规模

因加入真人NPC和大型设备的大量开支，密室运营密室品牌的传统盈利模式已不能使营收快速覆盖成本，需通过与IP结合、与旅游景区合作等新途径拓展营收规模

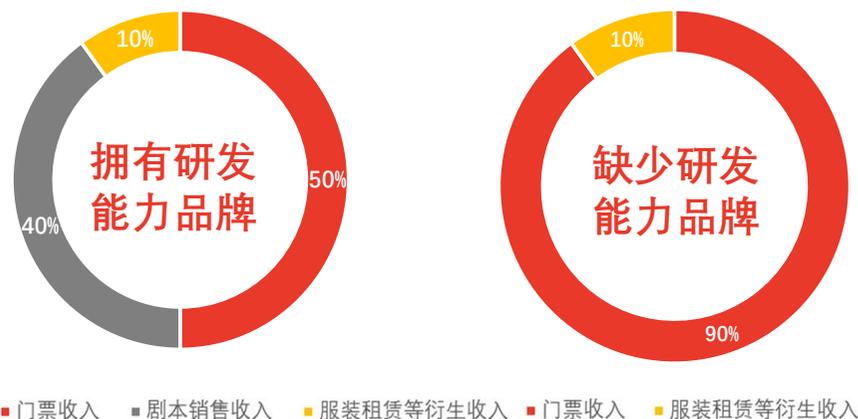
传统密室品牌的营业收入来源于：(1) 门票收入；(2) 密室剧本销售收入（若密室品牌具有研发能力）；(3) 配套餐饮、服装租赁等衍生收入。未来，密室品牌将通过与IP结合、与旅游景区合作、融合当地文化等多种方式，突破传统模式，进一步扩大营收规模。

**(1) 与IP结合：**中国领先真人密室逃脱品牌奥秘之家与多个知名IP合作推出主题密室游戏，如王府井的“仙剑客栈”主题密室使用的是热门IP《仙剑奇侠传》。娱跃文化与电影公元共同打造的“魔影传奇”主题密室，内含三个热门IP，《鬼吹灯》、《三星堆》、《怪探联盟》。此外，部分密室品牌与IP版权方合作推出主题密室周边衍生品，如奥秘之家与故宫出版社联手打造的实体互动解谜游戏书《迷宫·如意琳琅图籍》，受到众多密室爱好者的热捧。

**(2) 与旅游景区合作：**如游娱联盟与沈阳玖伍文化城合作出品主题密室《魔兽传奇》、与长沙洋沙湖景区合作打造《梦回渔寮》、与怀化山下花海景区合作出品《疯狂的麦咭》密室体验馆等，其利用景区的客流量有效扩大营收规模。

**(3) 融合当地文化：**如重庆密室品牌长古世家打造的主题密室《变脸》，游戏内容融合了川渝地区的特色民俗变脸表演和曾发生在重庆地区的爱国故事，受到众多游客的青睐，销售量在2019年国庆假期间一度猛涨，这种形式既增加了营收，又对外输出了地区文化，提高了品牌影响力。

真人密室逃脱品牌传统盈利模式



真人密室逃脱品牌营收新途径



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

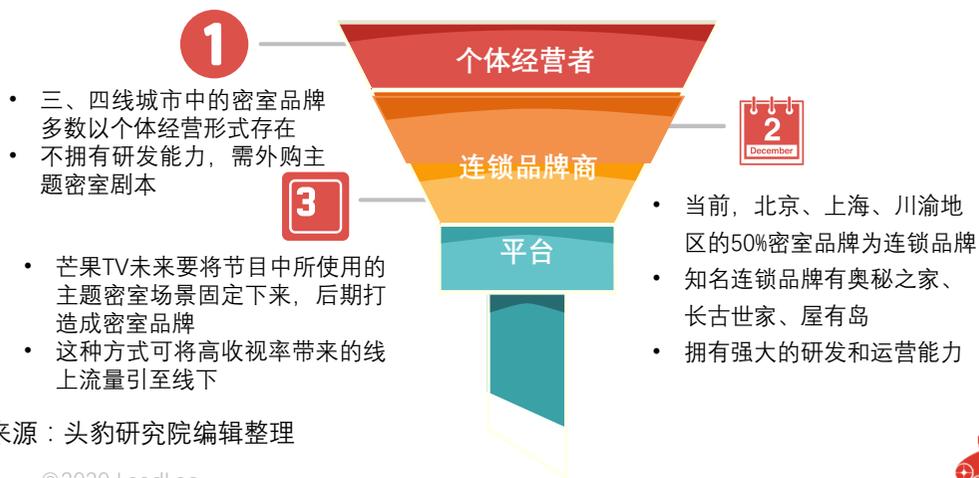
# 中国真人密室逃脱行业——竞争格局

中国真人密室逃脱行业现呈现北上川渝三分天下的市场格局，未来，芒果TV等平台亦将进入密室行业，挤占市场份额

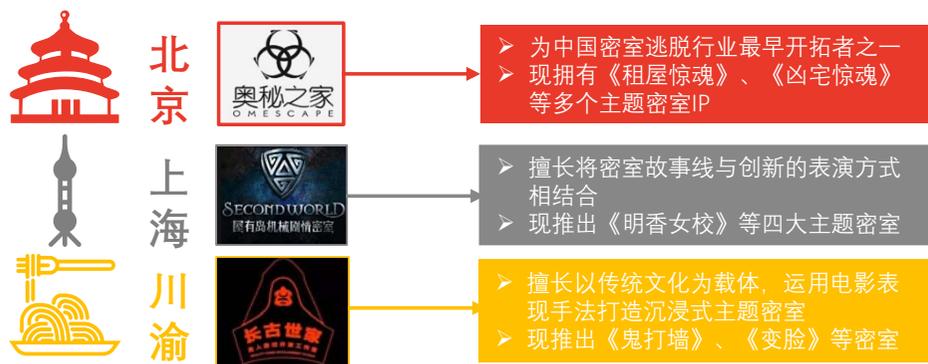
中国真人密室逃脱行业市场参与者众多，市场较为分散，行业集中度低，部分参与者以个体经营形式存在，其余部分参与者以连锁品牌形式存在。当前，中国的真人密室逃脱行业呈现北上川渝三分天下的格局。①北京地区知名密室品牌：奥秘之家为中国密室逃脱行业最早开拓者之一，密室2.0版本时代即已存在，奥秘之家在中国境内外拥有30余家密室逃脱体验馆，累计接待玩家超100万人，已向市场推出4款互动实体解谜游戏和超40款实景密室逃脱游戏，现拥有《租屋惊魂》、《凶宅惊魂》、《幽魂禅院》、《最后的宴会》等多个主题密室IP，连锁分店遍布中国各省市；②上海地区知名密室品牌：屋有岛擅长将密室故事线与创新的表演方式相结合，受到密室逃脱爱好者青睐，现主打沉浸式主题密室，已向市场推出《明香女校》、《招魂夜》、《胭脂扣》、《寂院》、《守灵夜》四大主题密室；③川渝地区知名密室品牌：长古世家拥有较强的游戏研发能力，品牌内设专业级场景设计部门，其擅长以传统文化为载体，运用电影表现手法打造沉浸式密室，现已推出《鬼打墙》、《变脸》等主题密室。

根据来自于真人密室逃脱行业知名企业的专家介绍，芒果TV未来将不局限于仅制作线上密室逃脱类节目，未来将涉足线下，将节目中明星推理所使用的主题密室场景固定在某一位置，后期打造成密室品牌，供密室玩家前来娱乐，这种方式可将线上高收视率带来的线上流量引至线下，从而快速打造热门密室品牌。未来将会有更多的平台以这种方式进入中国真人密室逃脱行业，挤占市场份额。平台的加入也将加剧真人密室逃脱行业的竞争程度，威胁已有密室品牌的地位。

中国真人密室逃脱行业参与者



北京、上海、川渝三地知名密室品牌



来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

# 中国真人密室逃脱行业企业推荐——游娱联盟（1/2）

游娱联盟主要服务亲子家庭和青年人群，产品定位明确，密室主题清晰，配套餐饮、服装租赁创造了密室品牌的衍生收入

游娱联盟（北京）科技文化发展有限责任公司 

## ➤ 企业简介

游娱联盟（北京）科技文化发展有限责任公司于2016年7月6日在北京成立（以下简称“游娱联盟”），其创立并打造的“游娱联盟”品牌是一个整合型沉浸式实景娱乐平台，提供游戏休闲、餐饮和购物服务，服务人群主要为亲子家庭和青年人群。游娱联盟的真人密室分别以欢乐人生、冒险人生和竞技人生为主题，内部通过影视级布景来打造沉浸式体验。此外，游娱联盟配套密室逃脱打造综艺酒吧，举办还原度高的晚礼服酒会，为玩家营造高自由度的互动空间。

## ➤ 产品介绍

欢乐主题	竞技主题	冒险主题
 	  	  
单价：138元/次 参与对象：亲子家庭 特色：趣味挑战、家庭互动、内置悬崖、石板、石壁、深渊、岩石、怪兽等主题密室	单价：586元/人 参与人数：8-10人 时长：180分钟 特色：多个真人NPC互动、沉浸式互动情景剧	单价：398元/人 参与人数：6-9人 时长：120分钟 特色：机械解密

来源：游娱联盟官网，头豹研究院编辑整理

# 中国真人密室逃脱行业企业推荐——游娱联盟（2/2）

游娱联盟在三类主题下设立了12个主题密室和1个IP体验馆，多元的产品种类使其得到消费者青睐，获得行业内多项荣誉

## 投资亮点一

### ● 产品多元

游娱联盟将旗下的密室分为欢乐、竞技和冒险三类主题，每个主题下对应不同场景的密室。以欢乐主题为例，该主题以亲子家庭为主要服务对象，整体氛围轻松愉快，旨在让玩家体验阳光快乐的童年时光。欢乐主题密室以金鹰卡通的综艺节目《疯狂的麦咭》大型真人秀节目场景为原型，搭建悬崖密室、石板密室、石壁密室等多种密室场景。

游娱联盟密室主题分类

主题分类	欢乐主题	竞技主题	冒险主题
对象	亲子家庭	年轻人	追求刺激的玩家
参与人数	2-3人	8-10人	6-9人
价格	138元	586元	398元
时长	60分钟	180分钟	120分钟
特点	气氛轻松愉快	真人NPC互动	纯机械

## 投资亮点二

### ● 品牌优势

游娱联盟成立初期与综艺节目《疯狂的麦咭》合作，搭建节目的线下IP体验馆，受到亲子家庭的青睐。后续CCTV5、开心麻花等平台与游娱联盟达成战略合作协议，共同开拓中国国内实景娱乐市场。至今游娱联盟累计开发了**16个**主题密室，包括《摸金校尉》、《雾散·狐谍》、《雾散·宫斗》和《天竺魔宫》等。2017年，游娱联盟获得大众点评“最受欢迎的休闲娱乐商户”北京第一名。其旗下的密室主题获得EGA密室逃脱产业联盟全国场景奖、全国创新奖和全国NPC奖等荣誉。

### 战略定位

游娱联盟以打造**线下实景娱乐综合体**为发展目标。具体为以密室逃脱为核心，结合文化创意、商业、旅游资源，依托国家文化创新的政策，从文化、技术、品牌等多角度发展综合体实景娱乐平台。

来源：游娱联盟官网，头豹研究院编辑整理

# 中国真人密室逃脱行业企业推荐——艾咖文化（1/2）

Xcape密室逃脱创立于杭州，基于其在项目运营、主题产品设计、场馆选址方面的定位和布局，多年稳居大众点评网“热门休闲娱乐榜”前列

杭州艾咖文化创意有限公司



## 企业简介

杭州艾咖文化创意有限公司于2014年1月3日在杭州成立，其运营的“Xcape密室逃脱”品牌于2013年创立，是一家真人密室实景娱乐平台，主要服务青年人群。Xcape密室逃脱曾获得多项荣誉，包括浙江省青年创新创业大赛一等奖、中国商业地产金项奖十大最具发展潜力新锐品牌等。在消费者认可度方面，Xcape密室逃脱被评选为“大众点评:2017全国玩乐行业最受喜爱商家Top10”，并上榜“2017年度全国超好玩精品密室榜”。根据大众点评网数据，Xcape密室逃脱在杭州密室逃脱的市场占有率超过50%。

## 产品介绍



《鬼吹灯之青丘灵宫》

建议人数：6-9人  
游戏难度：★★★★★  
主要特点：奇门八卦



《惊天魔盗》

建议人数：6-9人  
游戏难度：★★★★★  
主要特点：人机交互，角色扮演，技能配合



《绿野仙踪》

建议人数：6-9人  
游戏难度：★★★★  
主要特点：魔幻，童话，历险



《机械公敌》

建议人数：6-9人  
游戏难度：★★★★★  
主要特点：科幻，AI，全机械



《奇幻城堡》

建议人数：4-9人  
游戏难度：★★★  
主要特点：魔法、童话、破除魔咒

来源：Xcape密室逃脱官网，头豹研究院编辑整理

## 中国真人密室逃脱企业推荐——艾咖文化（2/2）

Xcape密室逃脱专注于实景娱乐项目设计、研发和运营，主创团队具有产品原型设计、场景原型设计、电子机关研发及场景装修实施能力，具有较强的研发优势

### 🔧 投资亮点一

#### ● 广泛布局

当前，Xcape密室逃脱在杭州、广州和南京等城市开设了**30余家**体验馆，并在太原、济南和苏州等地拥有数**10家**加盟门店。据统计，每年参与体验的玩家超过**60万**人次。Xcape密室逃脱的品牌先后被新华社、浙江卫视、杭州电视台等媒体采访报道，被钱江晚报评为“杭城十大年轻人聚会新去处”第一名。

同时Xcape密室逃脱亦开展国际化布局，2017年以来，为来自澳大利亚、日本和美国等国家的客户提供实景娱乐项目落地方案。并在悉尼开设首家海外分店，受到了澳洲本土玩家欢迎。

Xcape密室广泛布局



### 🔧 投资亮点二

#### ● 研发优势

Xcape密室逃脱的团队核心成员由来自复旦大学、哈尔滨工业大学、浙江大学和华东理工大学的毕业生组成。同时，Xcape密室逃脱专门组建了一个**20人**的设计团队，团队成员包括策划师、室内设计师、工程师等角色，分工负责密室的场景布局、美术和故事内容的研发。该团队能够实现年产**6至7**个主题，每个主题均经过杭州总部市场效果实验、用户反馈和数据分析后再同步推广到其他城市的门店。

#### 战略定位

Xcape密室逃脱致力于打造**国际精品实景娱乐项目与产品**，其运用自身在实景娱乐领域不断积累的产品原型设计、场景原型设计、电子机关研发、场景装修实施及门店推广运营等各方面经验，结合一支专门的研发主创团队，创造富有体验感的密室逃脱项目。

来源：Xcape密室逃脱官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

25

# 中国真人密室逃脱行业企业推荐——密仕实业（1/2）

Mr.X密室逃脱在中国大陆和香港均布局多家门店，已向市场推出多种主题密室，具有较强的品牌影响力

上海密仕实业有限公司



## 企业简介

上海密仕实业有限公司于2015年5月21日在上海成立，其开发并运营的真人密室逃脱品牌为“Mr.X”，该品牌可为消费者提供**全机械真人版密室体验**。从推出至今，Mr.X已经开发了《全城逃脱》、《全城宝藏》和《迷の城堡》等主题的真人密室，密室内采用物理机械装置作为机关，通关难度较大，同时综合运用包括全息、激光、红外线等现代技术提升消费者真实体验。Mr.X在福州、香港、上海、北京、成都、重庆、天津、南京、惠州等地区均设有真人逃脱密室，同时亦有多家加盟门店。

## 产品介绍



Mr.X品牌LOGO



终极审判·Final Judgment

挑战难度：★★★★☆☆

通关要旨：需较强的团队精神以及矫健的身手



天使岛·Angel Island

挑战难度：★★★★☆☆

通关要旨：需思维敏捷



集中营·Concentration Camp

挑战难度：★★★★☆☆

通关要旨：需心理承受能力强

来源：Mr.X密室逃脱官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

26

# 中国真人密室逃脱行业企业推荐——密仕实业（2/2）

Mr.X密室逃脱擅长使用技术手段打造科技密室，未来将致力于打造弘扬中国传统文化的主题密室

## 投资亮点一

### ● 技术优势

Mr.X主打机械密室体验，擅长运用技术手段将过去、现在、未来中真实出现过的场景，重现在限定空间中，让在此空间中的所有人都能再次经历当时的场景。Mr.X在真实密室中运用了全息投影、激光、红外线、升降机、多通道投影、镜面反射等特效技术外加多媒体交互影像技术为玩家营造大场景沉浸体验。

#### Mr.X密室运用的技术手段



Mr.X密室上海门店



#### 全息投影技术

- 再现物体三维图像
- 营造沉浸感



#### 激光红外技术

- 可在黑暗环境中时刻注意玩家位置



#### 升降机技术

- 按路线设计移动密室道具



#### 多通道投影技术

- 多通道大屏幕系统
- 产生视觉冲击



#### 交互影像技术

- 玩家与机器进行交互



#### 镜面反射

- 可反射出多个镜像
- 营造恐怖感

## 投资亮点二

### ● 原创IP优势

Mr.X品牌创立于2012年，运营团队在真人密室领域积累了7年的经验。当前，Mr.X正积极打造原创IP“X先生”，将其融入“X先生密室”形成独有的品牌风格。“X”代表未知、无限，同时“X”亦有目标和希望的含义，增加了品牌的神秘感，容易引起消费者好奇心。此外，主创团队将X先生融入小说、电影和漫画，并将场景搬到密室之中，进一步打造原创IP影响力。

### 战略定位

Mr.X未来将致力于打造融合中国文化特色的密室逃脱游戏。该类主题的密室将通过角色扮演的方式进行，把热门的历史IP、传统文化元素应用到密室逃脱游戏情节中，在满足玩家团建、社交等多方位需求的同时，亦能提高大众对民族文化的认同感。

来源：Mr.X密室逃脱官网，头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo



www.leadleo.com

## 专家观点

密室为团体游戏，可帮助陌生玩家快速建立联系，此外，密室可满足玩家追求新奇刺激的需求，帮助其释放压力、缓解疲劳，获得成就感



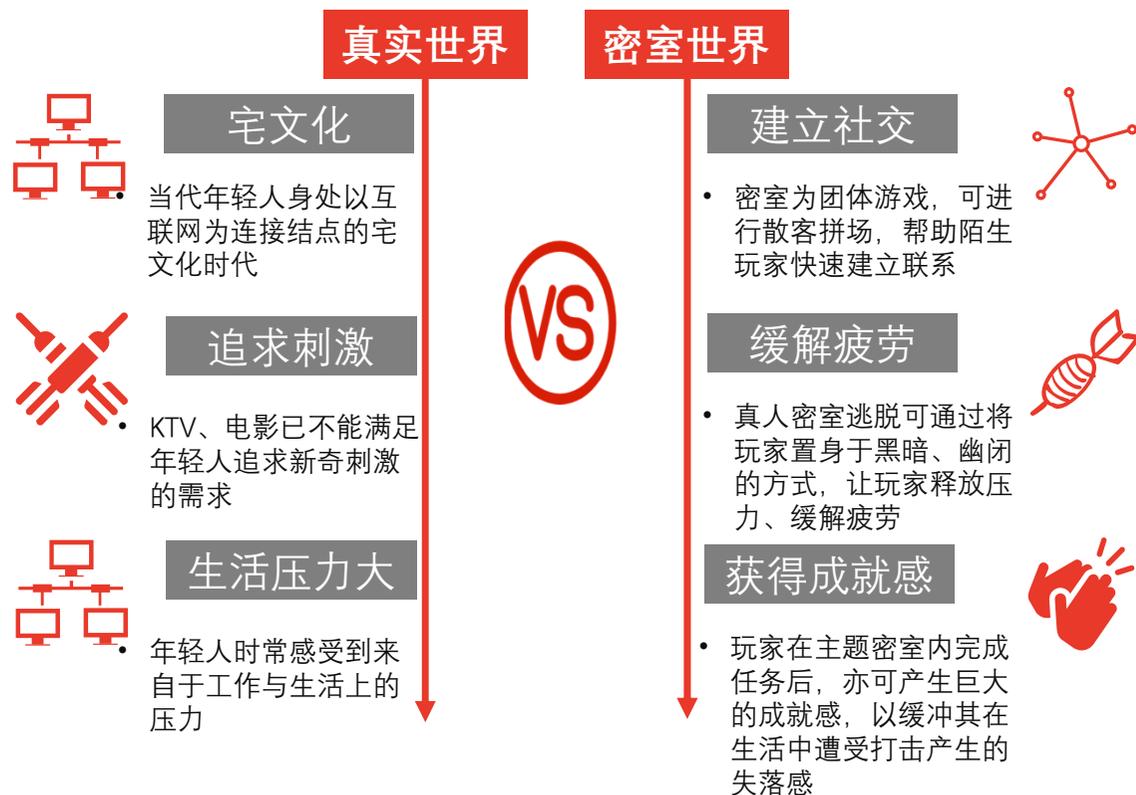
在一家专注于真人密室逃脱游戏策划的公司任职合伙人，主要负责品牌宣传推广、密室实景娱乐游戏的制作、场景设计、玩法研发等工作。

一方面当代年轻人处于以互联网为连接结点的宅文化时代，KTV、电影已不能满足其追求新奇刺激和建立社交的需求，另一方面，生活压力无处不在，年轻人时常感受到来自于生活和工作上的挫败感，需要适当缓解压力，而真人密室逃脱可通过将玩家置身于黑暗、幽闭的方式，让玩家感觉刺激的同时，**释放压力、缓解疲劳**，此外，玩家在主题密室内完成解谜任务或逃脱任务后，亦可产生巨大的成就感，以缓冲其在生活中遭受打击产生的失落感，同时，真人密室逃脱属于**团体游戏**，且可进行散客拼场，可帮助相对陌生的两个玩家之间快速建立联系，从而达到帮助社交的目的。与鬼屋不同的是，密室逃脱不追求对玩家心理上的折磨，主题更加多元化，受众面更加广泛。

来源：头豹研究院编辑整理

©2020 LeadLeo

### 真人密室逃脱游戏的优势



# 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，从文娱、沉浸式、体验等领域着手，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。