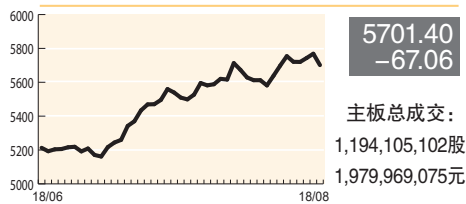
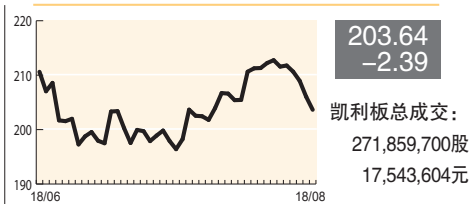


海峡时报指数



富时海峡时报凯利板指数



股市

指数	日期	闭市	起落
美国道琼斯工商指数	17/8	53459.78	-272.63
纳斯达克指数	17/8	26644.91	-84.25
标准普尔指数	17/8	7745.06	-40.70
伦敦金融时报指数	17/8	10720.30	-29.81
吉隆坡综合指数	18/8	1733.36	7.47
东京日经指数	18/8	67460.73	-1759.52

指数	日期	闭市	起落
澳洲全普通股指数	18/8	9274.22	-4.82
香港恒生指数	18/8	25471.15	17.92
台湾证交所加权指数	18/8	45308.68	-548.59
上海综合指数	18/8	3990.30	7.65
深圳综合指数	18/8	2635.34	-11.94
韩国综合股指	18/8	6869.83	-108.11

汇市

综合报价	卖出	买入	综合报价	卖出	买入
1澳元	0.9257	0.8912	100日元	0.8188	0.7881
1欧元	1.4992	1.4621	100印尼盾	0.0073	-
1英镑	1.7508	1.7068	100菲律宾比索	2.12	-
1新西兰元	0.7654	0.7378	100泰铢	3.97	3.77
1美元	1.2920	1.2650	100令吉	31.73	-
100人民币	19.18	18.72	100新台币	4.08	-
100港元	16.560	16.116			

财经资讯

扫码掌握
股市动态



报告：人均支出远超亚洲水平

本地康养经济年增8.2%达近300亿美元

受访学者指出，随着人们开始追求健康长寿，康养不再是一种奢侈，而是提升生活质量的必要条件。只要整个社会对健康长寿有持续且深层的需求，就会形成经济增长的新推动力。

萧梓卉 报道
siowzh@sph.com.sg

人口老龄化加速、国人健康意识提升，新加坡康养经济规模在2024年达232亿美元（约296亿新元），人均健康与养生支出3845美元，远超亚洲地区平均水平。

受访学者指出，随着人们开始追求健康长寿，康养不再是一种奢侈，而是提升生活质量的必要条件。只要整个社会对健康长寿有持续且深层的需求，就会形成经济增长的新推动力。

根据非盈利机构全球养生研究所（Global Wellness Institute）最新报告，新加坡康养经济的年均增长率为8.2%，高于全球7.9%的平均增幅，反映新加坡消费者越来越注重健康生活。

2020年冠病疫情期间，新加坡养生经济规模回落至130亿美元的低点，但后来连续四年持续增长；2024年规模比疫情前的2019年增长超过五成。

养生经济是一个范围广泛且多元化的产业，涵盖产品、服务、旅游和科技等，可分类成不同领域。由于各国的发展历程、文化背景、社会经济条件和政策环境不同，养生经济的产业结构也各有特色。

养生房地产年均增长率高达27.5%

在新加坡，个人护理与美容是养生经济中规模最大的领域，2024年的产值近70亿美元。接着是养生房地产，2019年至2024年的年均增长率高达27.5%，市场规模为38.4亿美元。

除了本地需求增长，康养产业也是吸引游客的旅游亮点之一。入境新加坡的养生旅客在2024年突破100万人次，平均每趟消费1647美元。

根据新加坡旅游局提供给《联合早报》的数据，2024年养生旅游仅占所有旅游行程的8%，却贡献了近18%旅游总支出，表明

明养生游客的人均单次消费高于普通游客。

新加坡旅游局景区与概念拓展署长卢旆文受访时说，当局目标是将新加坡打造成领先的“城市康养胜地”。

她表示，旅游局会继续与全球及新加坡的康养企业密切合作，引进高品质的健康与养生设施、举办具影响力的中大型健康与养生活动，并推出差异化体验，让新加坡在众多目的地中脱颖而出。

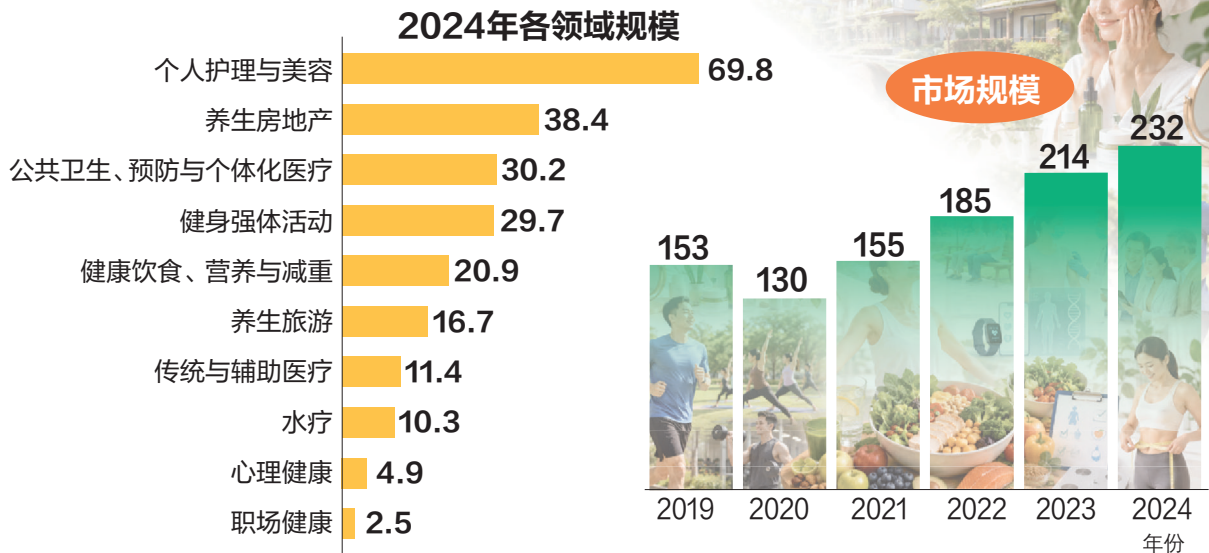
去年11月，旅游局将滨海南的康养景点开发与运营权颁发给特尔美（Therme），打造一个七层楼高、占地面积超过72万平方英尺的亚洲首个大型综合康养项目，预计2030年开业。

莱佛士医疗集团进军健康长寿领域

市场上不少业者看中康养产业这块大蛋糕。以莱佛士医疗集团（Raffles Medical Group）为例，旗下健康长寿中心今年初投入运作，反映出医疗保健需求正从疾病治疗转向终身健康管理。

莱佛士医院执行院长吕晴慧医生指出，人们的实际需求

新加坡康养经济（亿美元）



资料来源 / 全球养生研究所

图表 / 李太里

与现有医疗服务之间存在明显差距。健康长寿中心旨在弥合这一差距，通过结合先进的医学诊断、功能性健康评估和基于数据的健康干预，为消费者提供精准、预防性和个性化的健康管理服务。

目前，莱佛士医疗将健康长寿业务重心放在新加坡，未来不排除会把这个模式推广到更多地

点乃至整个区域。

如今，越来越多消费者愿意为保健养生花钱。新加坡国立大学商学院市场营销系助理教授汪嘉倩认为，消费者行为的变化主要源于两个方面。

首先，人们相信自己的健康掌握在自己手中，更愿意主动预防疾病来维护健康。其次，随着生活质量提高、资源更加充裕，

人们将目光放得更长远，今天在健康方面的支出，本质上就是送给10年或20年后的自己一份礼物。

在她看来，新加坡健康与养生消费在未来五年将呈现三大趋势：从标准化走向个性化、阶段性消费转为持续消费，以及从单纯关注身体健康扩展至心理健康。