

## 行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據摘錄自我們委託弗若斯特沙利文編製的報告以及多份政府官方刊物及其他公開可得刊物。我們委聘弗若斯特沙利文編製行業報告，該報告是一份關於[編纂]的獨立行業報告。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、彼等各自之任何董事及顧問、或參與[編纂]的任何其他人士或各方並無獨立核實來自官方來源的資料，亦並無對其準確性發表任何聲明。

### 行業資料來源

我們委託弗若斯特沙利文對2020年至2029年期間中國及江蘇省的水上遊覽服務市場進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文為於1961年在紐約成立的一間獨立全球諮詢公司，提供行業研究及市場策略並提供成長諮詢及企業培訓。根據公平磋商協定的服務協議，我們同意向弗若斯特沙利文支付佣金人民幣300,000元。除另有說明外，本節所載之所有數據及預測資料皆來自弗若斯特沙利文報告。

編製報告時，弗若斯特沙利文已進行一手及二手研究，並藉助各種資料來源。一手研究乃通過對主要行業專家及領先行業參與者進行訪談而進行。二手研究則涉及對取自若干公開可得數據來源（如中國國家統計局、中國文化和旅遊部、中國海關總署及其他行業協會）的市場數據進行分析。弗若斯特沙利文報告所載市場預測乃基於以下關鍵假設：(i)於預測期間內，預期中國整體社會、經濟及政治環境將維持穩定；(ii)於預測期間內，中國的經濟及行業發展很可能維持平穩增長；(iii)於預測期間內，相關行業的主要驅動力（如可支配收入及旅遊支出上升、文化旅遊融合與跨行業協同、數字技術與智能平台等）很可能會帶動中國及江蘇省水上遊覽服務市場的增長；及(iv)並無可能對市場造成嚴重或根本性影響的極端不可抗力事件或行業法規。

董事確認，據董事採取審慎態度作出合理查詢後所深知，自弗若斯特沙利文報告所載相關數據日期起，市場資料並無發生可能限制、抵觸或影響本節所載資料的重大不利變動。

### 中國、江蘇省及揚州旅遊市場概況

#### 中國旅遊消費總額

2024年，中國旅遊消費總額達人民幣5.8萬億元，較2020年的人民幣2.2萬億元實現增長。2022年，受出行限制、部分地區封控等疫情防控措施影響、交通、住宿、遊覽等消費支出減少，旅遊消費總額出現大幅下滑。然而，隨著上述防控措施放寬，市場於2023年開始反彈，旅遊消費總額回升至人民幣4.9萬億元。這一勢頭延續至2024年，旅遊消費總額較2022年的低迷水平實現顯著增長。

政府已出台一系列政策推動市場發展。根據文化和旅遊部於2023年印發的《國內旅遊提升計劃(2023-2025年)》，該計劃目標到2025年國內旅遊市場保持合理增長，品質進一步提升，高品質旅遊產品供給更加豐富。於2025年，國務院辦公廳印發《關於進一步

## 行業概覽

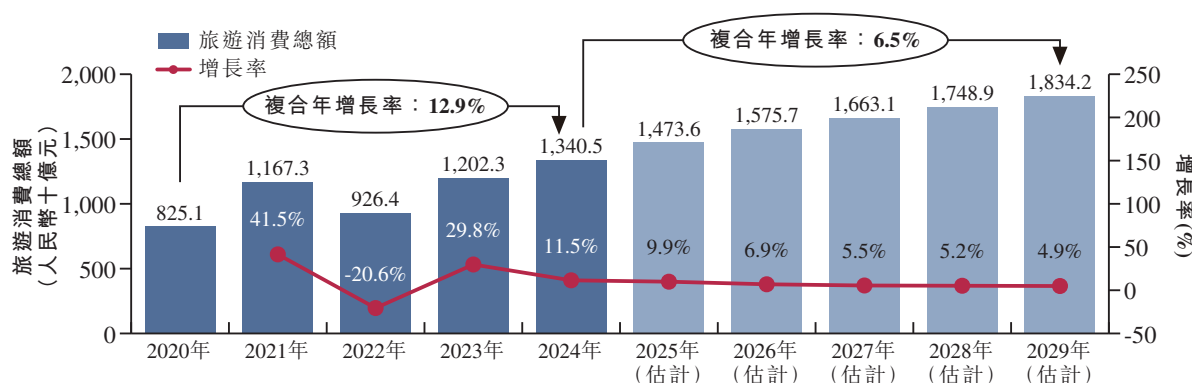
培育新增長點繁榮文化和旅遊消費的若干措施》，提出組織開展一系列文化旅遊消費促進活動、推出特色旅遊產品、發展夜間文化旅遊經濟等舉措。到2029年，中國旅遊消費總額預計增加至人民幣10.1萬億元，2024年起的複合年增長率為12.0%。

### 江蘇省旅遊消費總額

自2020年至2022年，江蘇省旅遊消費總額因COVID-19疫情經歷波動，其後自2023年起，已於COVID-19疫情的影響中逐漸恢復。2020年，江蘇省旅遊收入達人民幣8,251億元，於2021年增至人民幣11,673億元。然而，受COVID-19疫情反覆、出行限制及消費者信心減弱影響，2022年旅遊消費總額下降至人民幣9,264億元。2024年，在國內旅遊需求逐步復甦、消費者信心回升及政府支持文化旅遊發展政策的推動下，江蘇省旅遊消費總額達人民幣13,405億元；2020年起的複合年增長率為約12.9%。

隨著文化和旅遊融合的深化、旅遊基礎設施的升級以及優質文化休閒產品的豐富，江蘇省旅遊消費總額預計將在2029年達到人民幣18,342億元，2024年起的複合年增長率為6.5%。

旅遊消費總額(江蘇省)，2020年至2029年(估計)



資料來源：江蘇省文化和旅遊廳、弗若斯特沙利文

### 揚州旅遊消費總額

隨著江蘇省旅遊消費總額的持續增長，揚州的旅遊支出自2020年以來亦以約14.2%的複合年增長率持續增長，2024年已達到人民幣1,037億元。這一增長趨勢與揚州獨特的旅遊資源優勢和精準的發展戰略密不可分。作為一座以豐厚文化底蘊聞名的城市，從瘦西湖的秀麗風光到獨具特色的淮揚美食文化，輔以地方政府推動文化旅遊融合的政策支持，揚州成功吸引了大量遊客。預計未來揚州的旅遊消費總額將保持穩健增長，從2024年的人民幣1,037億元提升至2029年的人民幣1,518億元。

### 中國遊客接待總量

近年來，中國遊客接待總量呈現與旅遊消費總額相呼應的增長變化趨勢。全國遊客接待總量從2020年的29億人次增長至2024年的57億人次，複合年增長率達約18.9%。根

## 行業概覽

據國務院辦公廳發佈的《關於釋放旅遊消費潛力推動旅遊業高品質發展的若干措施》，該等措施旨在加強綠道、自行車道及停車設施等休閒設施建設，改善旅遊消費環境，並完善惠民惠客政策體系。

除了政策利好外，遊戲、電視劇及綜藝節目等文化產品的推廣，近年來持續推動國內熱門旅遊城市和景點的湧現，已成為多地文化旅遊產業發展的新引擎。此外，中國進一步放寬和優化免簽政策，並推出一系列便利外籍遊客的措施，持續受益於來華旅遊簽證簡化、支付便利化和住宿優化等利好政策。

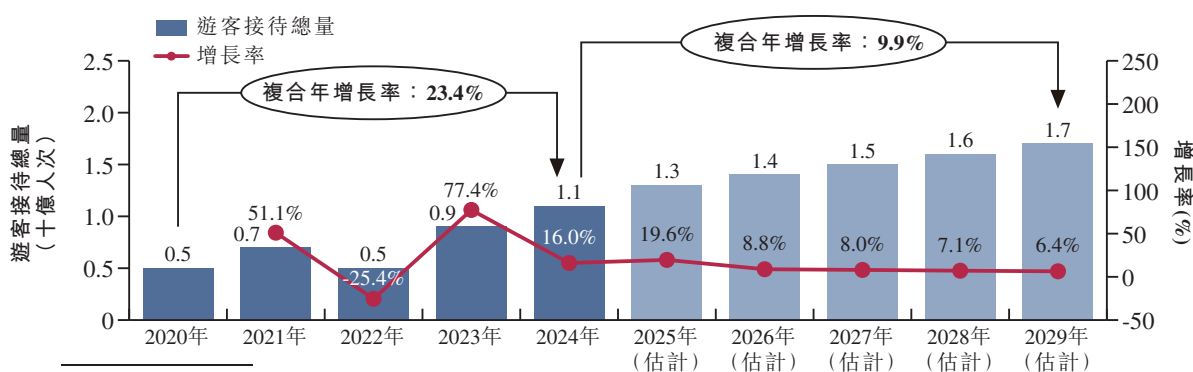
這些舉措不僅激發了民眾出遊意願，也促進了旅遊業規模擴張，進一步優化旅遊市場發展格局，推動客流量持續攀升。預計到2029年，全國遊客接待總量將增至93億人次，2024年起的複合年增長率達10.2%。

江蘇省遊客接待總量近年來呈現快速增長態勢，從2020年的5億人次攀升至2024年的11億人次，2020年起的複合年增長率達23.4%。

根據江蘇省文化和旅遊廳與江蘇省財政廳發佈的《關於促進全省文旅市場加快全面復甦的具體政策舉措》，該文件旨在推動文化旅遊市場加快實現全面復甦。政策措施明確加快撥付人民幣90百萬元省級文化旅遊發展資金，重點支持消費提振、產業融合和數字化發展等項目。此外，還包括舉辦第五屆大運河文化旅遊博覽會以及旅遊消費促進活動。這些活動不僅提升了江蘇省的旅遊知名度，還激發了更多遊客到訪。

預計到2029年，江蘇省遊客接待總量將增長至17億人次，2024年起的複合年增長率達約9.9%。

遊客接待總量（江蘇省），2020年至2029年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

### 揚州遊客接待總量

於2024年，揚州遊客接待總量從2020年的38.4百萬人次增長至119.2百萬人次，2020年至2024年期間的複合年增長率達約32.7%。當地政府正持續完善旅遊基礎設施，提升交通運輸能力，優化遊客服務設施。通過支持文化旅遊項目及舉辦節慶展覽等活動，揚

## 行業概覽

州進一步增強了旅遊吸引力。預計揚州遊客接待總量將以約11.4%的複合年增長率增長，從2024年的119.2百萬人次攀升至2029年的204.6百萬人次。

### 中國及江蘇省水上遊覽服務市場概覽

#### 水上遊覽服務定義及分類

水上遊覽服務指在內河通航水域(如河流、湖泊和運河)上依託觀光船、自駕船、畫舫、餐飲船等船隻開展的休閒觀光體驗服務。本報告所涉及範圍不包括過夜遊輪與非過夜遊輪。

中國水上遊覽服務市場可按水域類型和服務內容進行分類：

- 按水域類型分為內河航道、近海水域和城市水系，各自提供不同特色的航線設計與遊客體驗。
- 按服務內容分為日間觀光船、夜間觀光船、自駕船、畫舫、餐飲船等，可滿足從文化休閒到高端定制體驗等多樣化需求。

#### 中國水上遊覽服務價值鏈

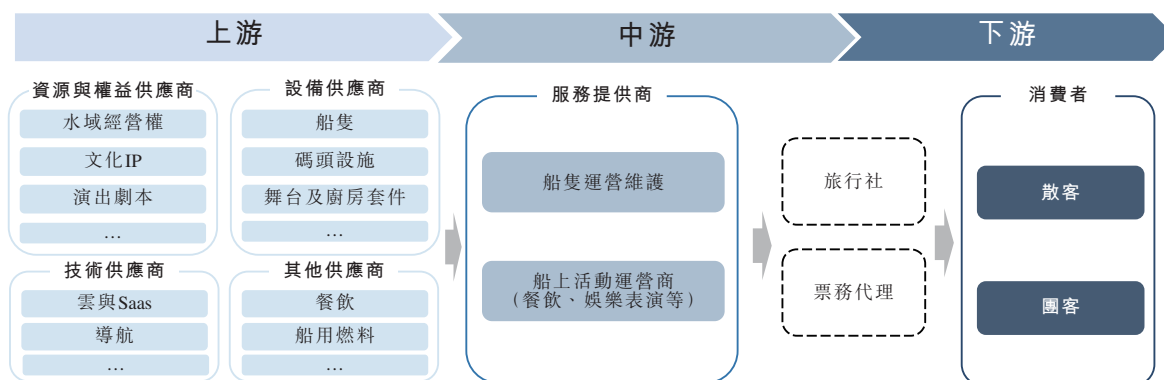
中國水上遊覽價值鏈串聯了上游供應商、中游服務提供商以及下游終端用戶。

上游供應商包括：i) 資源與權益供應商：提供水域經營權、文化IP、演出劇本等；ii) 設備供應商：提供船隻、碼頭設施、舞台／廚房套件等，確保運營所需的基礎設施；iii) 技術供應商：提供雲與SaaS解決方案以及導航系統，保障航行安全；及iv) 其他供應商：供應餐飲及船用燃料，共同保障上游環節的順暢運作。

中游服務提供商包括船隻運營維護與船上活動運營商。船隻運營維護負責日常的船舶調度與航行安排，以及船隻的檢查、清潔和保養工作；船上活動運營商則策劃諸如餐飲服務、主題表演或互動活動等船上項目，以提升旅途體驗。在抵達終端用戶之前，中游服務主要通過在線旅行社(「OTA」)、線下旅行社以及線上與線下票務代理進行分銷，這些渠道將旅遊產品打包，並為遊客提供便捷的預訂渠道。

下游客戶主要包括兩類：i) 散客，即單獨參與水上遊覽服務的個人乘客；及ii) 團客，指兩人及以上共同出行的乘客群體，包括家庭、旅遊團以及諸如婚禮、慶典和企業團建等活動團隊。

## 行業概覽

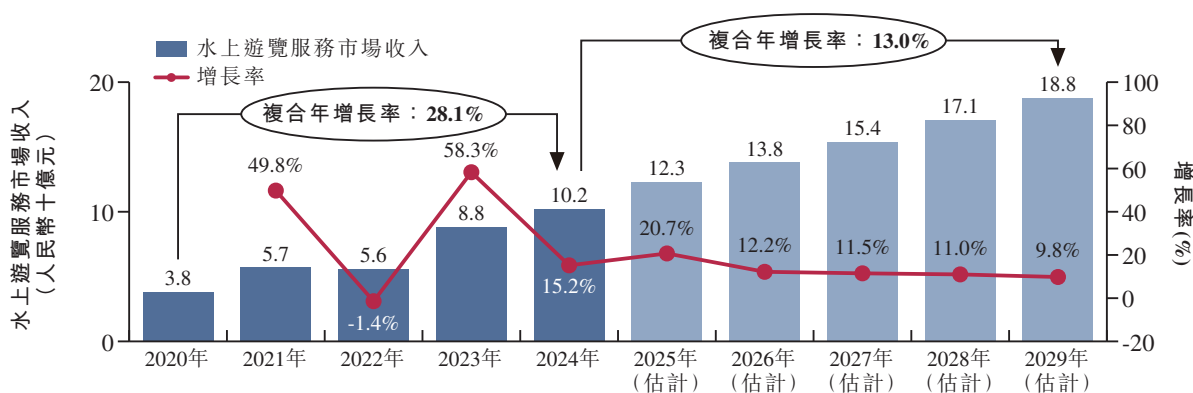


資料來源：弗若斯特沙利文

### 中國及江蘇省水上遊覽服務市場規模

2024年，中國水上遊覽服務市場收入從2020年的人民幣38億元增長至人民幣102億元。在持續利好的水上旅遊政策、相關旅遊產品不斷升級以及消費者對特色水上旅遊體驗需求增強的推動下，中國水上遊覽服務市場收入預計將保持穩定增長。2024年至2029年，中國水上遊覽服務市場收入預計將從人民幣102億元增長至人民幣188億元，複合年增長率達約13.0%。

水上遊覽服務市場收入(中國)，2020年至2029年(估計)



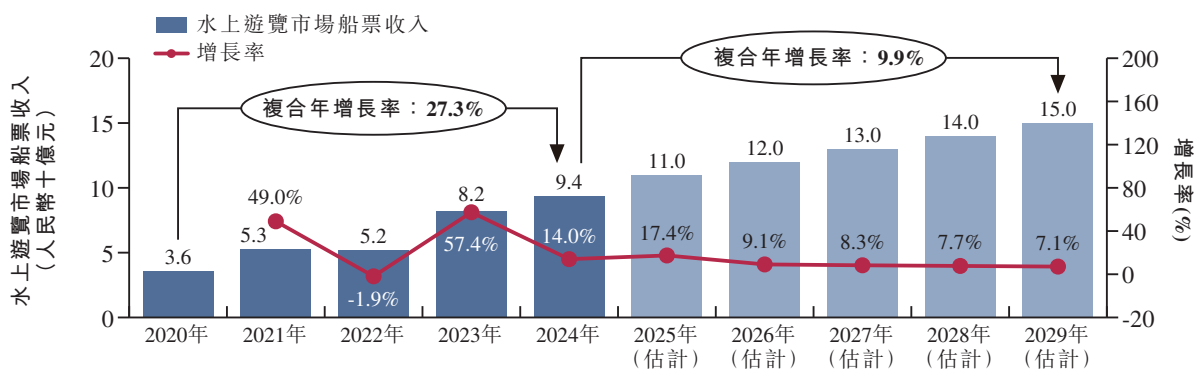
資料來源：弗若斯特沙利文

在中國水上遊覽市場中，船票收入構成了總市場規模的最主要部分。該細分市場從2020年的人民幣36億元顯著增長至2024年的人民幣94億元，複合年增長率達約27.3%。由於COVID-19疫情嚴重限制了旅遊活動及遊客流量，2022年市場出現大幅收縮。隨著疫情管控措施放寬和消費者信心逐漸恢復，該板塊於2023年實現強勁反彈。在旅遊需求回暖與服務內容豐富的推動下，當年船票收入達到人民幣82億元，同比增長57.4%，並在2024年持續增長至人民幣94億元。

展望未來，旅遊消費水平的提高、觀光體驗的多元化以及服務質量的持續改善，預計將推動市場穩步增長。水上遊覽市場的船票收入在2024年至2029年預計將以約9.9%的複合年增長率擴大，到2029年底達到人民幣150億元。

## 行業概覽

水上遊覽市場船票收入(中國)，2020年至2029年(估計)



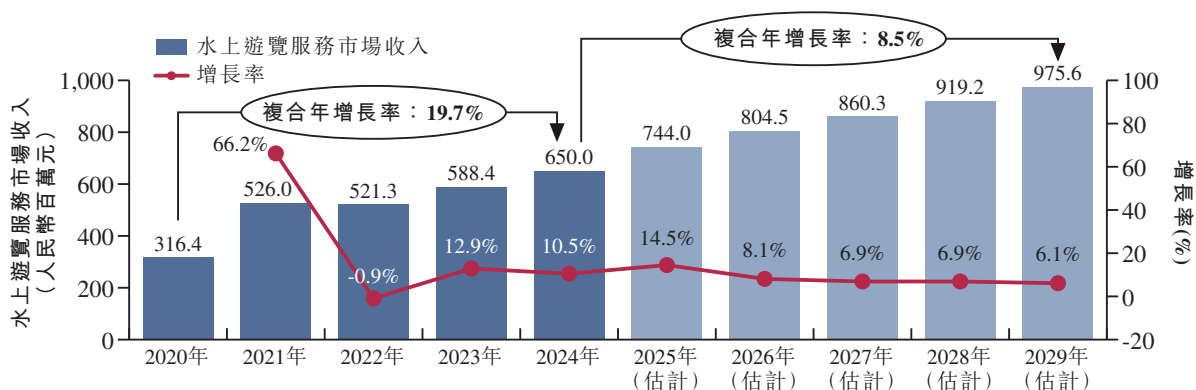
資料來源：弗若斯特沙利文

2020年至2024年，江蘇省水上遊覽服務市場的收入呈現動態趨勢。2020年至2024年，有關收入大幅增長，由人民幣316.4百萬元上升至人民幣650.0百萬元，複合年增長率為19.7%。與全國旅遊市場格局類似，江蘇於2022年出現下滑，增長率下跌至-0.9%。

在旅遊市場持續復甦以及當地發展舉措的推動下，江蘇省水上遊覽服務市場的收入預計將持續穩步增長。此外，優質水上遊覽及綜合性水上遊覽產品有望帶來增長機遇。因此，預計到2029年該市場將達到人民幣975.6百萬元，自2024年起複合年增長率為約8.5%。

江蘇省水上遊覽服務市場的其他收入來源主要包含傳統船票收入以外的各類創新主題服務。該等服務包括融合船上用餐與觀光體驗的「遊船+餐飲」服務，提供揚州早茶等特色地方美食；以遊船作為企業聚會及活動獨特場地的「遊船+企業」服務；以及圍繞大運河豐富的歷史文化及生態遺產設計、主要面向中小學生的「遊船+教育」項目。

水上遊覽服務市場收入(江蘇省)，2020年至2029年(估計)



資料來源：弗若斯特沙利文

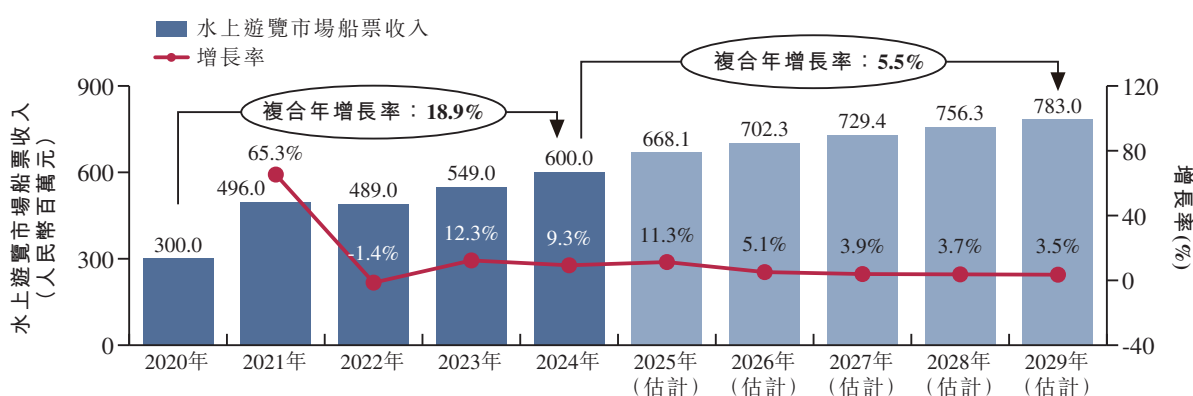
## 行業概覽

江蘇省水上遊覽市場的船票收入由2020年的人民幣300.0百萬元大幅增長至2024年的人民幣600.0百萬元，複合年增長率為約18.9%。2024年，江蘇佔中國水上遊覽市場船票收入總額約6.4%。與全國市場類似，由於COVID-19限制措施減少了旅遊活動，江蘇在2022年經歷明顯的下滑。

2023年，江蘇省政府發佈《關於加快打造更具特色的「水運江蘇」的意見》，倡導將水上客運與旅遊、文化及城市發展相融合。該政策強調提高水上公共服務質量、推進聯網票務、改善公共交通接駁及打造水上旅遊精品航線。

在這些舉措的支持下，預計到2029年，江蘇水上遊覽市場的船票收入將達到人民幣783.0百萬元，自2024年起複合年增長率為5.5%。

水上遊覽市場船票收入(江蘇省)，2020年至2029年(估計)



資料來源：弗若斯特沙利文

揚州市水上遊覽服務市場收入從2020年的人民幣36.9百萬元增至2024年的人民幣110.0百萬元，自2020年起以31.4%的複合年增長率持續增長。

2025年，揚州市政府強調需善用城市文化遺產與豐富旅遊資源，籌辦大運河文化藝術展、瘦西湖花卉節等文旅活動。同時，該市著力發展夜間旅遊以延伸旅遊消費鏈，推出瘦西湖夜遊、瘦西湖夜市、「大運揚州」夜船表演等項目。2029年，揚州市水上遊覽服務市場收入預計將達到人民幣182.0百萬元，自2024年起以10.6%的複合年增長率持續增長。

與揚州市水上遊覽服務市場收入增長同步，2020至2024年間船票收入亦呈現相似的上升趨勢。此增長主要受惠於水上遊覽基礎設施的持續完善、文化旅遊活動的擴展以及多元化船務服務的發展。2020至2024年間，揚州市船票收入從人民幣35.9百萬元增至人民幣106.7百萬元，較2020年複合年增長率達31.3%。預計揚州市水上遊覽市場船票收入從2024年到2029年將以7.5%的複合年增長率增長，到2029年達人民幣153.5百萬元。

## 行業概覽

### 中國及江蘇省水上遊覽服務市場的市場驅動因素

**可支配收入及旅遊支出不斷增長。**中國不斷增長的可支配收入刺激了對旅遊體驗的需求。2024年，人均年度可支配收入達到人民幣41,314元，自2020年起複合年增長率為6.4%。同期，中國遊客旅遊消費總額由人民幣2.2萬億元飆升至人民幣5.8萬億元，複合年增長率為26.7%。消費能力的增長推動了人們對高質量水上遊覽活動的興趣，刺激了高端定製船、主題船遊及其他升級產品的出現，從而加速市場擴張。

**文化旅遊融合及跨行業協同作用。**文化遺產與旅遊的融合已成為水上旅遊服務的重要驅動力。營運商透過在旅遊產品中融入文化內容及沉浸式體驗，有效提升了遊客參與度並拓展了市場吸引力。

**數字技術與智能平台。**科技創新正驅動水上旅遊服務邁向更智慧、高效化營運。營運商透過數位平台與智慧化系統，持續提升預約便捷性、資源配置效率及服務品質。

**知識產權內容賦能。**在揚州，季節性節日、主題文化活動以及面向青年的宣傳活動，在「揚州是個好地方」的品牌下強化了該市的旅遊形象。與旅遊網紅的合作及沉浸式營銷進一步提升了品牌知名度，推動從傳統觀光向「文化+體驗+消費」一體化模式的轉變，從而支持可持續的收入增長。

**利好政策的支持。**政府舉措持續支持行業發展。例如，《關於加快郵輪遊艇裝備及產業發展的實施意見》明確提出要推動郵輪遊艇產業發展，為水上遊覽的裝備升級及產業擴張提供指導。此外，根據文化和旅遊部於2024年發佈的《關於推進旅遊公共服務高品質發展的指導意見》，支持國內水路旅遊客運精品航線的建設和發展。該文件亦強調加強交通管理和智慧交通技術運用，緩解旅遊高峰期擁堵問題。該等政策框架為長期市場發展提供了堅實的基礎。

### 中國及江蘇省水上遊覽服務市場的未來趨勢

**夜遊與演藝融合。**隨著遊客對沉浸式文化娛樂需求日益增長，夜間水上遊覽與現場演藝結合已成為行業重點發展方向。此模式透過協調燈光、音效及舞台效果豐富夜間體驗，提升遊客參與度及互動性。

**綠色低碳水上旅遊。**電動、混合動力船隻及太陽能輔助能源系統的應用，正推動水上旅遊行業向減少碳排放及更高可持續性發展。例如，零排放電動船日益普及，以降低燃料消耗及廢氣排放。這些綠色措施符合國家碳中和目標，同時保護水生生態系統。

**智能化與沉浸式體驗。**智能技術與沉浸式體驗正在重塑水上旅遊。營運商利用AR和VR技術，在船上提供融合歷史場景重建與互動虛擬劇場的多感官旅程，深化文化參與感。結合大數據分析，智能導覽系統可提供個性化路線建議及實時更新，提升服務便利性與精準度。

## 行業概覽

### 中國及江蘇省水上遊覽服務市場競爭格局

#### 中國水上遊覽服務市場競爭格局

於2024年，中國約有超過270家水上遊覽服務提供商，其中國有營運商貢獻大部分船票收益。市場仍相對分散，前十大提供商約佔船票總收益的28.2%。

以2024年船票收益計，本集團於中國水上遊覽市場排名第**10**位，市場佔有率約為1.0%。

#### 2024年前十大水上遊覽服務提供商(中國)，按船票收益計

排名	水上遊覽服務提供商	船票收益 (人民幣百萬元)	市場份額 (%)
1	公司A	560.0	6.0%
2	公司B	500.0	5.3%
3	公司C	350.0	3.7%
4	公司D	280.0	3.0%
5	公司E	205.2	2.2%
6	公司F	200.0	2.1%
7	公司G	175.5	1.9%
8	公司H	150.0	1.6%
9	公司I	128.0	1.4%
<b>10</b>	<b>本集團</b>	<b>96.0</b>	<b>1.0%</b>
	前十大	<b>2,644.7</b>	<b>28.2%</b>
	合計	<b>9,376.0</b>	<b>100.0%</b>

#### 附註：

1. 本公司數據由本公司提供。
2. 公司A為一間總部位於上海的國有企業的附屬公司。公司A成立於1982年，提供水上遊覽服務，包括沿黃浦江的日間及夜間觀光船服務。
3. 公司B為一間總部位於廣東省廣州市的國有企業的附屬公司。公司B成立於1974年，提供水上遊覽服務，包括珠江的日間及夜間觀光船服務。
4. 公司C為一間總部位於重慶的國有企業的附屬公司。公司C成立於1993年，提供水上遊覽服務，包括長江的日間及夜間觀光船服務。
5. 公司D為一間總部位於浙江省杭州市的國有企業。公司D成立於2002年，提供水上遊覽服務，包括西湖風景區的日間及夜間觀光船服務。
6. 公司E為一間於新三板(「新三板」)上市的國有企業的附屬公司，位於江蘇省。公司E成立於2005年，提供水上遊覽服務，包括秦淮河觀光船服務及秦淮風光帶內的其他旅遊服務。
7. 公司F為一間總部位於湖北省武漢市的國有企業。公司F成立於2005年，提供水上遊覽服務，包括長江及漢江的日間及夜間觀光船服務。
8. 公司G為一間總部位於重慶的國有企業的附屬公司。公司G成立於2010年，提供水上遊覽服務，包括長江的日間及夜間觀光船服務。
9. 公司H為一間於新三板上市的國有企業的附屬公司，總部位於天津市。公司H成立於2009年，提供水上遊覽服務，包括海河的日間及夜間觀光船服務。
10. 公司I為一間總部位於廣西桂林的國有企業的附屬公司。公司I成立於1998年，提供水上遊覽服務，包括專注於蘇州水道文化旅遊資源的觀光船遊覽服務。

資料來源：弗若斯特沙利文

## 行業概覽

### 中國江蘇省水上遊覽服務市場競爭格局

於2024年，江蘇省水上遊覽服務市場高度分散，國有營運商貢獻大部分船票收益。前三大提供商合共佔65.2%市場份額。

於2024年，本集團於江蘇省水上遊覽市場排名第2位，產生船票收益人民幣96.0百萬元及佔據市場16.0%。

#### 2024年前三大水上遊覽服務提供商(江蘇省)，按船票收益計

排名	水上遊覽服務提供商	船票收益 (人民幣百萬元)	市場份額 (%)
1	公司E	205.2	34.2%
2	本集團	96.0	16.0%
3	公司J	90.0	15.0%
	前三大	391.2	65.2%
	總計	600.0	100.0%

附註：

1. 本公司數據由本公司提供。
2. 公司J為一間總部位於江蘇省蘇州市的國有企業。公司J成立於2015年，提供水上遊覽服務，包括專注於蘇州水道資源的觀光船服務。

資料來源：弗若斯特沙利文

### 中國及江蘇省水上遊覽服務市場的准入壁壘

**適航水域資源稀缺性。**適宜觀光的可通航內陸水道資源有限，且通常受到嚴格監管。許多優質水域位於受保護的景區或遺產區域內，該等區域的獨家運營權須通過競爭性招標或行政審批獲取。此自然稀缺性限制了新進者，合資格市場參與者數量因而受限。

**監管及許可證規定。**經營水上旅遊服務需取得多項許可與批准，其流程通常繁瑣且耗時。遺產及文化旅遊區可能施加額外的文化保護要求，進一步提高准入門檻。

**營運能力及管理專業知識。**成功經營需具備船隊管理、路線規劃及市場推廣等方面的專業能力。此類能力需透過多年經驗及強大的持份者關係累積。缺乏相關專業知識的新進者將面臨顯著風險，且難以提供高品質、安全且具文化沉浸感的體驗。

**資本密集型投資。**開展水上遊覽服務需投入大量前期資本，用於購置或建造船舶、碼頭設施、安全設備、票務系統以及支持性基礎設施(如夜遊所需的燈光音效)。持續維護及符合不斷演變的安全與環保標準需不斷投入資金，對財務實力較弱的進入者構成障礙。