

行業概覽

除非另有指示，本節所載資料及統計數字乃來自多份私人及政府官方刊物、公開可獲得資源及行業報告(我們委託Frost & Sullivan編製的市場調查報告)。我們相信，本節的資料來源乃為該等資料的適當來源，且我們已合理審慎摘錄及轉載有關資料。我們並無理由認為有關資料虛假或具誤導性，或遺漏任何事實而令該等資料虛假或具誤導性。Frost & Sullivan編製及本節所載資料未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他人士或彼等各自的董事、顧問及聯屬人士獨立核實，且彼等並無就其準確性或正確性作出任何聲明，因此不應倚賴本節資料作出或不作出任何[編纂]。

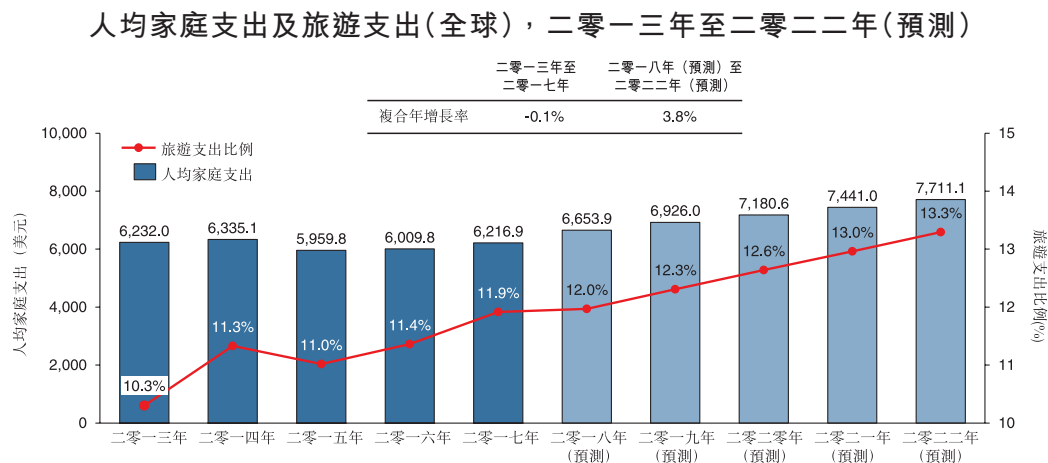
主要遊客來源市場概覽

全球

全球經濟自二零一六年中大幅增長，主要是受到(1)某些地區市場(如中國、美國及歐洲)的經濟增長；及(2)全球商品貿易及投資市場復蘇所推動。根據國際貨幣基金組織(「IMF」)的資料，二零一七年全球名義國內生產總值及人均名義國內生產總值分別達到79.9萬億美元及10,828.3美元，與二零一六年相比，錄得的年增長率分別為5.8%及4.5%。預期全球經濟於短期內將會繼續增長。預期於二零一八年至二零二二年，全球名義國內生產總值將按6.0%的複合年增長率增長，於二零二二年達到108.5萬億美元，至於全球人均名義國內生產總值，則預期於二零一八年至二零二二年將按4.9%的複合年增長率增長，於二零二二年達到13,905.6美元。

與全球經濟走勢一致，二零一六年，全球人均家庭支出亦錄得增長及於二零一七年達到6,216.9美元，自二零一六年起的增長率為3.4%，並預期於二零二二年進一步增加至約7,711.1美元，自二零一七年起按3.8%的複合年增長率增長。同樣地，根據世界旅行及旅遊理事會(「WTTC」)的資料，二零一七年的全球人均旅遊支出達到約740.8美元，自二零一六年起的增長率為8.5%，並預期於二零二二年達到約1,025.1美元，自二零一八年起按6.5%的複合年增長率增長，這主要是受到(1)可支配收入持續增加；(2)享有更多的優閒時間；及(3)交通服務有所改善以及全球簽證政策放寬所推動。

下圖顯示於所示期間過往及預計全球人均家庭支出及旅遊支出：



資料來源：世界銀行、世界旅行及旅遊理事會及Frost & Sullivan

行業概覽

塞班及關島的主要遊客來源市場為中國、南韓及日本。以下為該等市場的經濟、人均家庭支出及旅遊支出概覽：

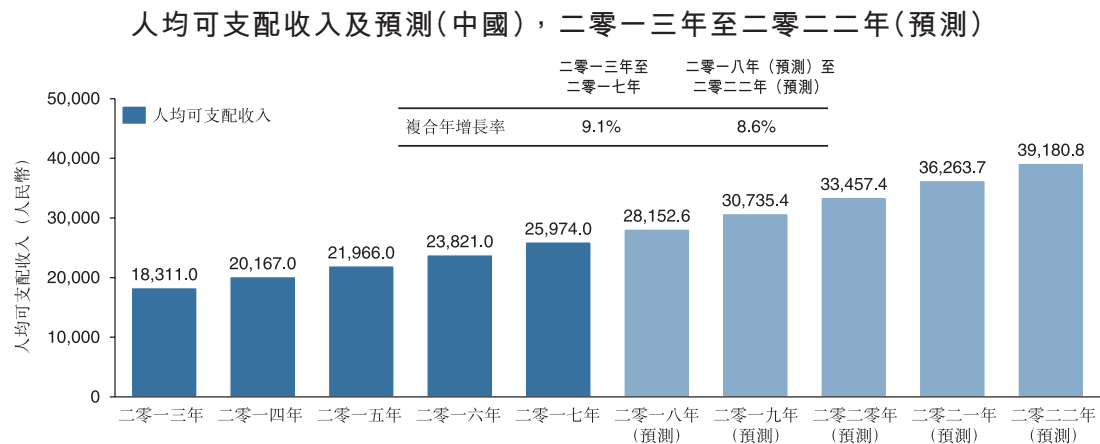
中國

二零一三年至二零一七年，中國經濟穩步增長，預期於二零一七年至二零二二年保持穩定增長步伐。中國的名義國內生產總值由二零一三年的人民幣59.7萬億元增加至二零一七年的人民幣81.1萬億元，複合年增長率為8.0%，並預期於二零二二年進一步增加至人民幣120.8萬億元，自二零一八年起的複合年增長率為8.2%。中國的人均名義國內生產總值亦由二零一三年的人民幣43,871.1元增加至二零一七年的人民幣58,333.5元，複合年增長率為7.4%，並預期於二零二二年進一步增加至約人民幣84,338.4元，自二零一八年起的複合年增長率約為7.6%。

與經濟持續增長及進一步城鎮化的步伐一致，年度人均可支配收入由二零一三年約人民幣18,311.0元增加至二零一七年約人民幣25,974.0元，複合年增長率為9.1%，並預期於二零二二年增加至約人民幣39,180.8元，自二零一七年起的複合年增長率為8.6%。此外，中國人均家庭支出由二零一三年的人民幣13,220.4元增加至二零一八年的人民幣18,322.0元，複合年增長率為8.5%，並預期於二零二二年達到約人民幣27,331.0元，自二零一八年起的複合年增長率約為7.5%。

受到(1)經濟穩定增長；(2)文化及娛樂商品及服務消費增加；及(3)中國人的旅遊頻率增加所推動，中國人均旅遊支出由二零一三年的人民幣2,363.2元增加至二零一七年的人民幣3,887.6元，複合年增長率為13.3%，並佔二零一七年中國人均家庭總支出的21.2%。二零一七年，中國人均旅遊支出為575.2美元(人民幣3,887.6元)，遠低於全球平均水準740.8美元(人民幣5,007.0元)，顯示出中國旅遊市場增長存在巨大潛力，預期該市場會經歷顯著增長並超越全球市場水準。預期中國人均旅遊支出將於二零二二年進一步增加至人民幣6,486.3元，自二零一八年起的複合年增長率為10.1%，至於全球平均人均旅遊支出則預期於二零二二年進一步增加至約1,025.1美元，自二零一七年起的複合年增長率約為6.7%。

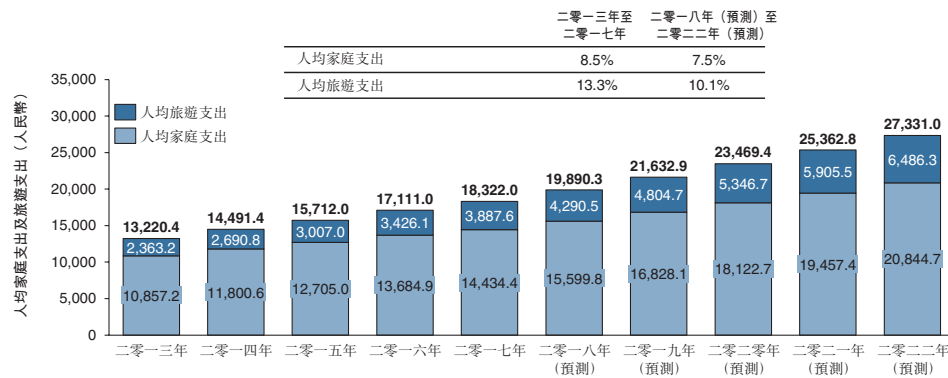
下圖顯示於所示期間中國過往及預計人均可支配收入、人均家庭支出及人均旅遊支出：



資料來源：國家統計局、國家貨幣基金組織及Frost & Sullivan

行業概覽

人均家庭支出及旅遊支出(中國)，二零一三年至二零二二年(預測)



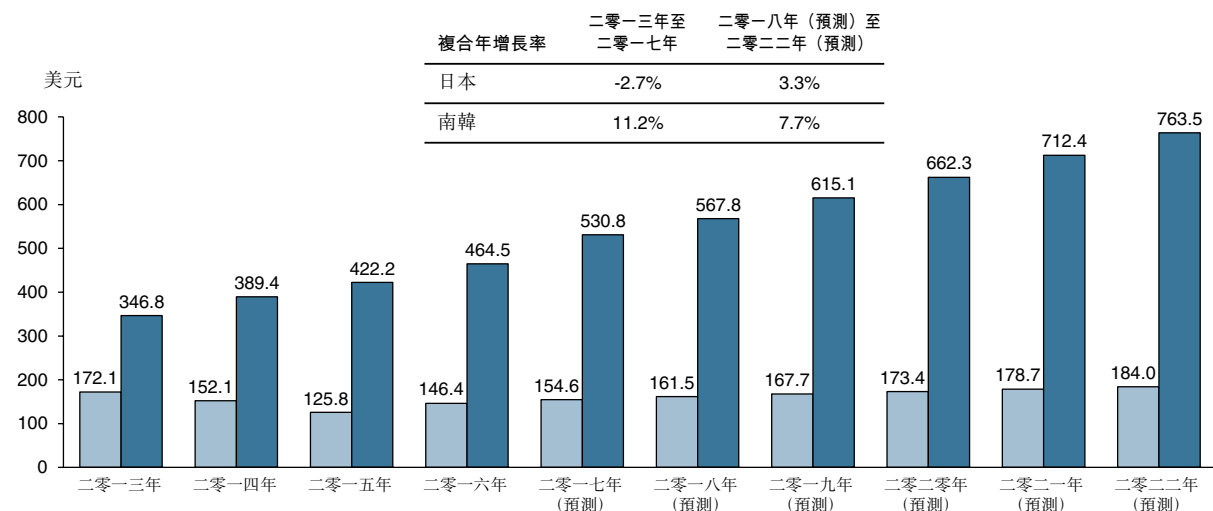
資料來源：國家統計局、國家旅遊局及Frost & Sullivan

南韓及日本

南韓公民的旅遊消費模式呈增長趨勢。南韓人均旅遊支出由二零一三年的346.8美元大增至二零一七年的530.8美元，複合年增長率為11.2%。造就如此顯著增長的主因是韓圓增值及低成本航空公司路線及目的地數量不斷增加。預期南韓人均旅遊支出由二零一八年將按約7.7%的複合年增長率繼續增長，至二零二二年底將約達763.5美元。

二零一三年至二零一七年，日本人均旅遊支出由二零一三年的172.1美元下跌至二零一七年的154.6美元，複合年增長率為-2.7%，與日本整體人均支出趨勢一致。預期日本全國經濟有所增長，人均旅遊支出將按約3.3%的複合年增長率增長，於二零二二年將錄得184.0美元。

日本及南韓人均旅遊支出，二零一三年至二零二二年(預測)



資料來源：世界銀行、日本統計局、南韓統計局、Frost & Sullivan

行業概覽

塞班及關島優閒旅遊市場

概覽

旅遊泛指各種目的的旅行，包括消閒、商業、探訪親友、健康及其他目的。由於塞班及關島的經濟以旅遊為重心，配以有利政府政策，以及全球及其主要客源市場（如中國、南韓及日本）度假支出呈向上趨勢，優閒旅遊於過去幾年成為塞班及關島旅遊業中最大及增長最快的部分。塞班及關島的優閒旅遊市場主要分為(1)酒店及度假村、(2)運輸、(3)餐飲、(4)娛樂、(5)旅遊租賃，以及(6)其他服務。於二零一七年，按收益計，酒店及度假村為塞班及關島的最大分部之一，市場份額分別為24.8%及31.6%。

塞班優閒旅遊市場

塞班為CNMI最大城市，CNMI為美國屬地及西太平洋地區最大島嶼之一。CNMI的經濟於過去幾年出現反彈（特別是塞班），主要受其優閒旅遊市場的強勁表現所推動。其以第二次世界大戰期間戰場的歷史遺跡而聞名，島上仍能發現大量的美國及日本掩體及武器。此外，水上活動（例如水肺潛水及浮潛）亦為遊客在塞班參與的熱門活動之一。

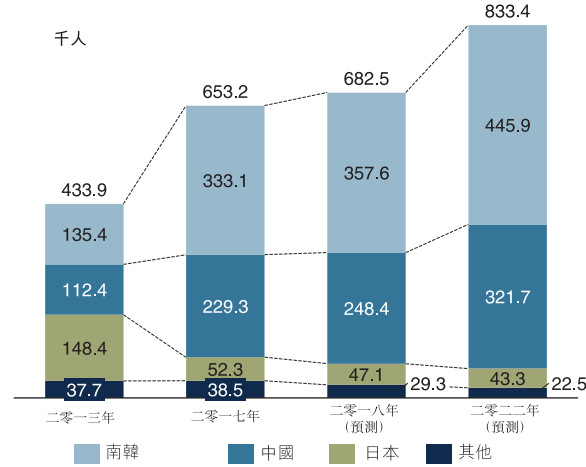
中國、南韓，其次為日本遊客為塞班最大的海外遊客來源。從東京、名古屋、首爾、釜山、馬尼拉、香港、上海、廣州及北京有直飛至塞班國際機場的航班。美國海關和邊境保護局於二零零九年公佈的關島—CNMI免簽計劃及CNMI的有條件放行政策，允許中國、南韓、日本、俄羅斯公民（其中包括）無需簽證即可進入CNMI。隨著更多國際遊客到塞班度假，塞班的優閒旅遊市場不斷增長，預計未來會有所增長。

塞班優閒旅遊數據

塞班遊客總人數自二零一三年以來錄得持續增長，由二零一三年約433,900人增至二零一七年約653,300人，期內複合年增長率為10.8%。於二零一三年，日本遊客為塞班最大的遊客來源（34.2%），而於二零一七年，南韓遊客已超越日本遊客，成為塞班最大遊客來源（51.0%）。受惠於(1)中國及南韓居民免簽政策及；(2)傳統航空公司及低成本航空公司營運從中國及南韓城市（如上海及首爾）及多個二線城市至塞班的直飛航班增加；及(3)CNMI政府的一系列海外推廣活動，預計於未來幾年，中國及南韓遊客將成為最大遊客來源。直至二零二二年底，預計塞班的遊客總人數將達到約833,400人，二零一八年至二零二二年期間的複合年增長率為5.1%。

行業概覽

遊客來源國明細(塞班)，二零一三年、二零一七年、二零一八年(預測)及二零二二年(預測)

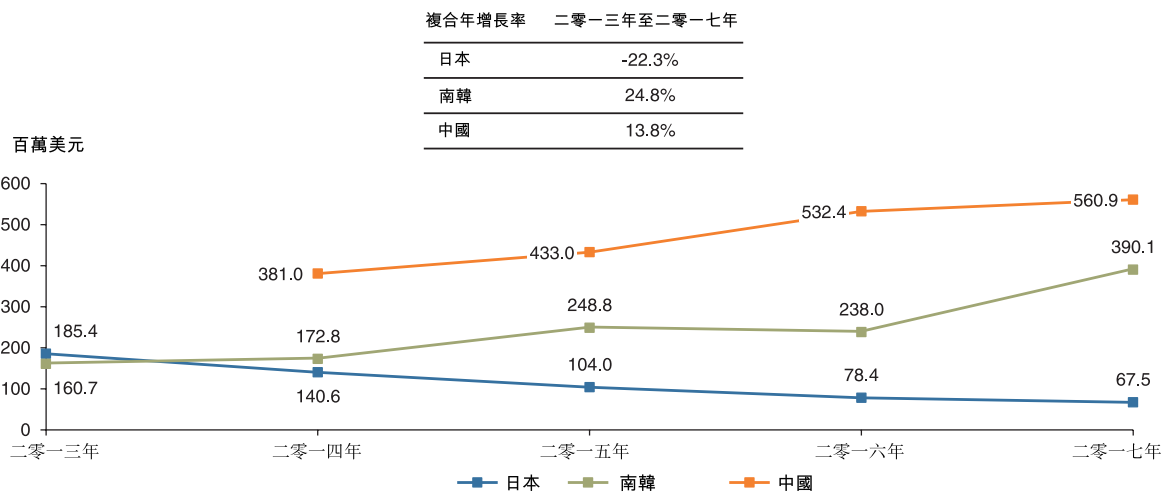


附註：總到達人數包括航空到達、民用海上到達及武裝部隊海上到達。

資料來源：馬里亞納觀光局、Frost & Sullivan

歸因於中國遊客數量不斷增加及中國經濟持續增長，於二零一三年至二零一七年期間，相對於來自其他國家的遊客，中國遊客在塞班的總支出一直最高，複合年增長率約為13.8%。同時，隨着到達塞班的南韓遊客不斷增加，南韓遊客的支出總額由二零一三年的160.7百萬美元增至二零一七年390.1百萬美元，複合年增長率約為24.8%。有見於往來日本與塞班的直航航班已重新開通，預計不久將來日本遊客在塞班的總支出將會回升。

按來源國計的遊客總支出(塞班)，二零一三年至二零一七年



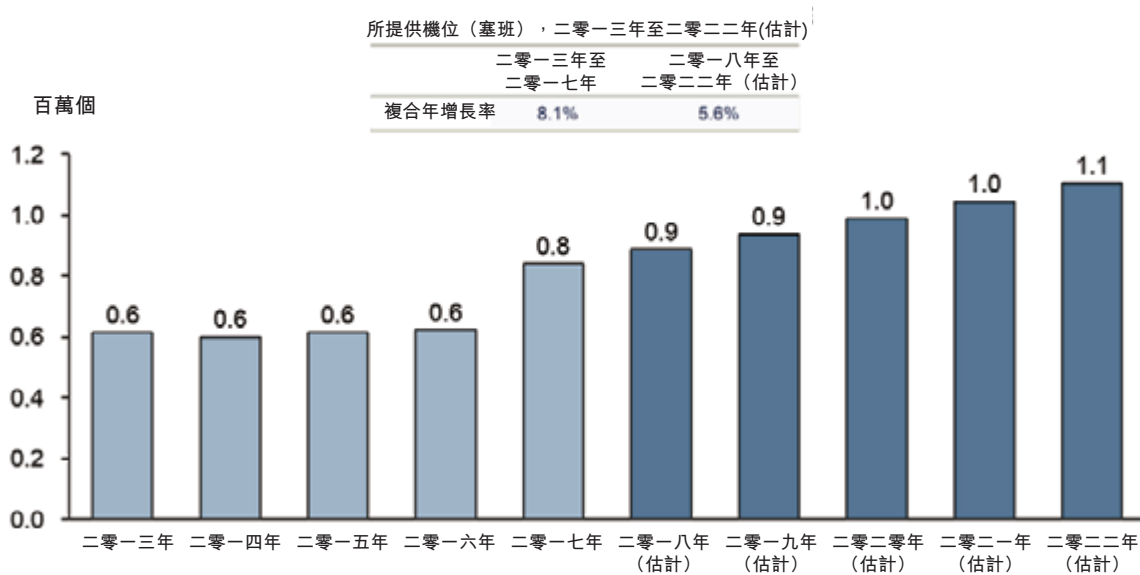
資料來源：馬里亞納觀光局、Frost & Sullivan

行業概覽

所提供抵達塞班機位

根據馬里亞納觀光局公佈的統計數據，雖然日本航空公司已暫停直飛至塞班的若干航班數目，導致日本航空公司所提供機位由二零一三年的187,885個下降至二零一七年的61,813個，但二零一三年至二零一七年期間，抵達塞班的所提供機位總數以8.1%的複合年增長率增加。特別是隨著南韓低成本航空公司及新增配對城市(如釜山及濟州)快速崛起，南韓航空公司提供的所提供機位數目由二零一三年的211,364個倍增至二零一七年的463,656個，複合年增長率為21.7%。此外，受塞班的免簽政策及中國配對城市對直飛航線(如杭州及廣州)不斷增加所支持，中國航空公司提供的所提供機位數量穩步增加，由二零一三年的114,890個增至二零一七年的154,966個，複合年增長率為7.8%。於二零一八年至二零二二年，預期抵達塞班的可售機位數目按5.6%的複合年增長率增長。塞班國際機場尚未達最高用量。當地政府(若干設施升級預定於二零二一年或之前完成)已計劃進行額外提升及擴充，行業顧問預期該機場將能應付往返塞班的額外直航接駁航班。

所提供機位(塞班)，二零一三年至二零一七年



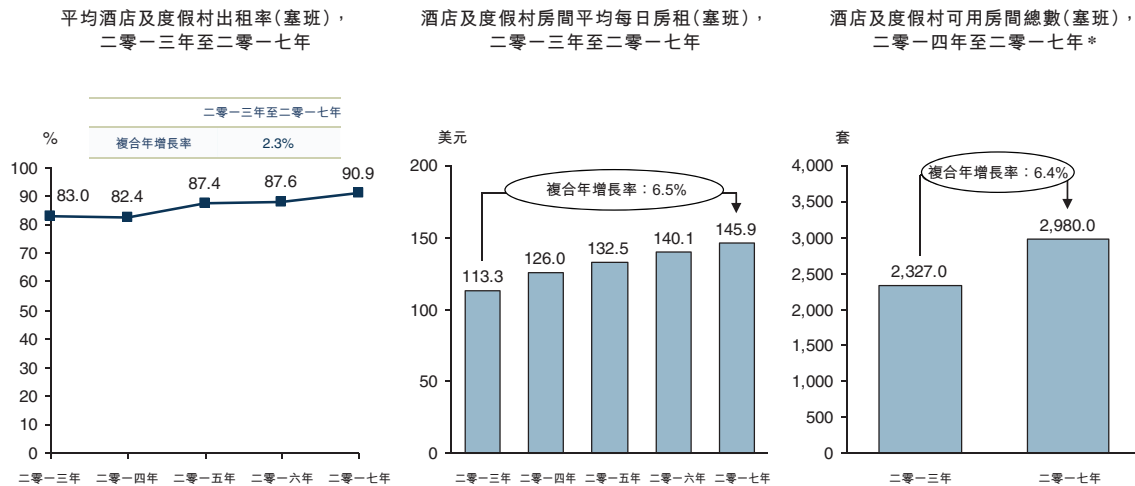
資料來源：馬里亞納觀光局、Frost & Sullivan

酒店及度假村關鍵經營參數

在塞班遊客數量增加的補充下，酒店及度假村房間需求在過去五年有見增長。平均酒店及度假村出租率按2.3%的複合年增長率增長，整體出租率由二零一三年的83.0%增至二零一七年的90.9%。由於部分飛抵塞班的入境航班及出境航班在晚間及清晨到達或出發，部分酒店及度假村在旺季錄得超過100%的出租率，說明酒店及度假村房間在一天內服務於兩批客人。為滿足酒店房間不斷增長的需要，塞班的可用房間數量按6.4%的複合年增長率由二零一三年約2,327間增至二零一七年的約2,980間。酒店及度假村房間的平均每日房租由二零一三年的每晚113.3美元增加至每晚145.9美元，複合年增長率為6.5%。由於到達遊

行業概覽

客人數不斷增加，可用房間於旺季供應不足，由於高端市場分部的住宿設施數量有限及全球遊客偏好優質假期體驗，因此，高級房間供應尤其不足。塞班酒店行業主要參與者為當地及地區酒店營運商，彼等非常了解當地情況，且與航空公司及當地旅行社及旅遊代理保持緊密聯繫。



資料來源：CNMI 商務部、Frost & Sullivan

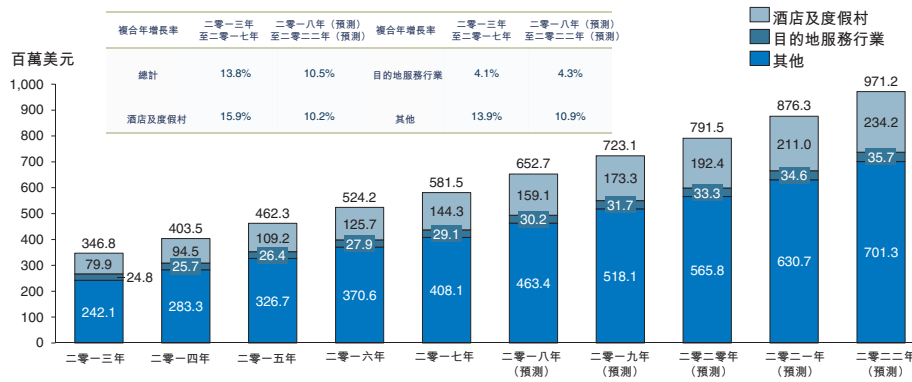
市場規模

大量中國及南韓遊客進入塞班，帶動塞班優閒旅遊市場(特別是酒店及度假村行業)積極增長。塞班優閒旅遊市場所賺取的整體收益按 13.8% 的複合年增長率由二零一三年的 346.8 百萬美元增至二零一七年的 581.5 百萬美元。由於出租率、平均酒店房租及酒店可用房間數量增加，酒店及度假村行業所賺取收益由二零一三年約 79.9 百萬美元增至二零一七年約 144.3 百萬美元，複合年增長率為 15.9%。

展望未來，在多項利好市場推動因素(推動旅遊業的政府政策、接駁航班增加、如中國及南韓等主要客源市場的可支配收入增加、5 小時飛行半經範圍內逾 15 億人口的廣濶客源範圍，以及網上預訂引擎日益流行亦加速了塞班發展為熱門海灘度假目的地)支持下，塞班優閒旅遊市場在未來數年有望蓬勃發展並為塞班經濟作出重大貢獻。預計到二零二二年底總體行業收益將達到約 971.2 百萬美元，二零一八年至二零二二年的複合年增長率約為 10.5%。預測酒店及度假村及度假村行業將成為塞班優閒旅遊行業的重要部分，二零一八年同期估計複合年增長率 10.2%，到二零二二年底達到 234.2 百萬美元。另一方面，隨著向遊客提供更多的異國水上運動及觀光旅遊，自二零一三年以來，塞班目的地服務行業持續增長，由二零一三年約 24.8 百萬美元增至二零一七年的約 29.1 百萬美元，複合年增長率為 4.1%。隨著當地政府支持及推動更多本地活動，如年度三項鐵人賽及鳥島生態遊，相信目的地服務行業所賺取收益到二零二二年底將達到約 35.7 百萬美元，複合年增長率為 4.3%。

行業概覽

優閒旅遊市場收益(塞班)，二零一三年至二零二二年(預測)



資料來源：Frost & Sullivan

市場驅動力

直航連接。更多航空公司提供飛往塞班的直達及包機航班。例如，中國東方航空公司提供每週三次北京與塞班之間的直飛航班。其他低成本航空公司亦提供飛往塞班的直達航班，例如德威航空提供首爾與塞班之間的每日定點航班。直達航班增加將為塞班帶來到訪遊客數量的巨大潛力，並加速塞班優閒旅遊市場的增長，因為其在很大程度上提高了塞班作為旅遊目的地的全球影響力。隨著塞班與其他主要亞洲國際樞紐及二線城市的聯繫更加緊密，為塞班帶來了吸引外商投資旅遊業的重大機遇，預期可進一步推動未來塞班的優閒旅遊市場增長。

亞太地區可支配收入增長。受惠於過去幾年全球經濟穩定增長，亞太地區生活水平及可支配收入有所提高，人們更願意花錢往外國度假。由於從亞太地區主要城市至塞班僅需幾個小時，塞班已成為廣受歡迎的假期目的地之一，吸引大量亞太遊客前往。因此，有利於塞班的優閒旅遊市場增長。

優質產品及服務增長。隨著中國及南韓等新興國家及地區生活水準提高及優閒時間增加，全球優閒旅遊市場的顧客越來越喜愛優質產品及服務，以創造便捷舒適的旅遊體驗，這促進了注重衛生與安全的高端住宿的發展及市場房租及旅客度假住宿支出的相應增長。

市場趨勢及機遇

中國及南韓遊客旅遊次數增加。中國及南韓經濟環境的蓬勃發展亦鼓勵年輕富裕的中國及南韓遊客在旅遊上花費更多及出口其他獨特的文化體驗。如今隨著從中國及南韓至塞班直達航班更頻繁更實惠，加上對中國遊客放寬簽證限制，中國及南韓遊客往塞班旅遊變

行業概覽

得更方便，此乃把握中國及南韓部分出境遊市場絕佳的經濟機會，從而推動塞班優閒旅遊市場的發展。

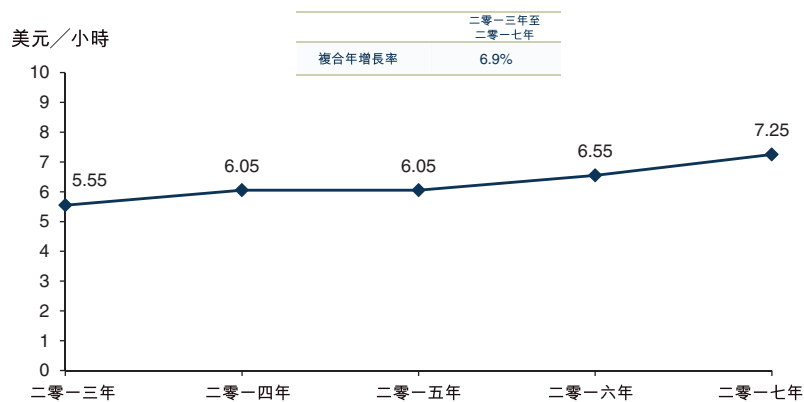
網上旅遊預訂的新興趨勢。互聯網及移動設備的廣泛應用推動旅遊產品及服務的網上預訂。作為優閒旅遊市場的主要消費群，千禧世代傾向於網上預訂個別旅遊部分並通過社交媒體分享旅遊體驗，原因是該等渠道高效且透明。隨着網上旅遊預訂的普及，新商業模式應運而生，包括網上旅遊代理(OTA)及電子商務服務提供商，預計將成為推動塞班優閒旅遊市場的因素。

推廣可持續性旅遊。生態旅遊乃可持續性旅遊的常見類型之一。根據聯合國教育、科學與文化組織的資料，生態旅遊指以觀賞原生態區域為主的一種旅遊形式。塞班憑藉豐富獨特的自然資產，可以組織各種各樣的觀光行程，為塞班遊客提供浮潛、觀鳥、叢林之旅及野生動植物互動等一系列面向大自然的傳統活動。如馬里亞納觀光局發佈的《北馬里亞納群島旅遊總體規劃2012年－2016年》，預計會建立更多自然觀光景點，生態旅遊會成為塞班優閒旅遊市場的發展趨勢之一。

成本分析

勞工成本是塞班優閒旅遊市場的成本的主要組成部分。塞班的整體最低勞工價格自二零一三年以來呈現整體增加，由二零一三年每小時5.55美元增至二零一七年每小時7.25美元，複合年增長率為6.9%。

最低勞工價格(塞班)，二零一三年至二零一七年



資料來源：CNMI自由邦勞工部、Frost & Sullivan

市場威脅

酒店及度假村房間供應不足。自二零一三年以來，到塞班的中國及南韓遊客人數大幅增加。根據馬里亞納觀光局的數據，過去五年，來自中國及南韓的遊客分別增加約158%及58%。然而，島上酒店房間供應有限，導致酒店房間供應不足。為應付島上與日俱增的住

行業概覽

宿需求，翻新及建設工程勢在必行，以增加供應酒店及度假村房間存量及服務。再加上主要客源市場中國及南韓收入水平不斷提高，往來航班增加以及全球遊客消費模式，酒店和度假村行業將面臨過度需求及市場房租的增長。高端酒店及度假村房間供應尤其短缺。

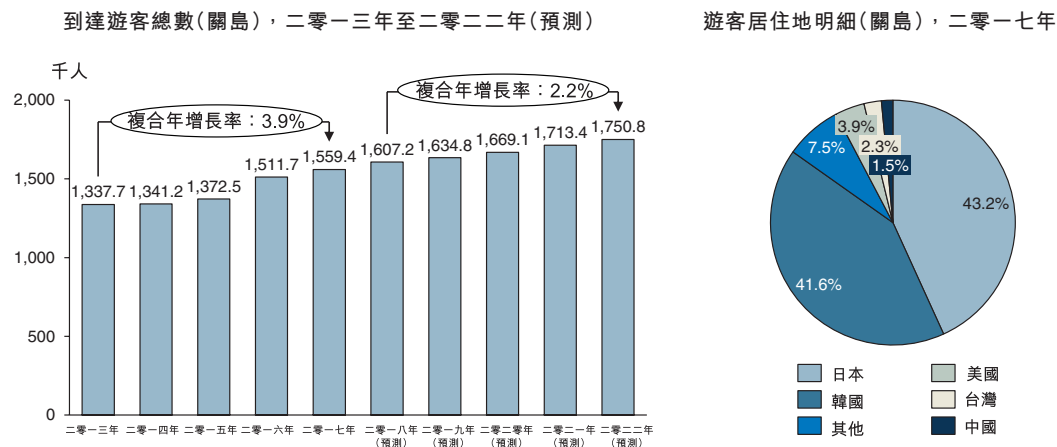
當地住宿服務競爭增加。網上住宿平台 Airbnb (當地人透過平台將民宅出租予遊客) 在塞班興起，加劇島上傳統酒店行業與當地住宿服務的競爭。特別是，由於塞班酒店房間供應相對有限，尤以需求旺季為然，Airbnb 提供具競爭力的房租可能帶來挑戰及對塞班同業的房租造成影響。

關島優閒旅遊市場

旅遊及酒店行業是關島經濟的主要支柱之一，關島自二十世紀八十年代以來已發展成為熱門海灘度假目的地。酒店、餐廳、航空公司、旅遊景點設施、旅遊公司、購物場所及其他相關服務的供應及增長為該地區貢獻大部分非政府收入。根據關島觀光局的資料，遊客消費直接及間接產生 21,000 多個就業崗位，約佔二零一七年關島總就業崗位的 26%。

關島優閒旅遊數據

由於來自南韓及中國的遊客人數不斷增加，抵達關島的遊客人數從二零一三年的 1.3 百萬人增加至二零一七年的 1.6 百萬人，期內整體複合年增長率為 3.9%。於二零一七年，日本遊客為關島最大遊客來源，貢獻遊客 43.2%。南韓與關島之間的直達航班頻次增加進一步促進了南韓遊客數量增長。與二零一六年相比，二零一七年南韓遊客人數增加了接近四分之一，同年南韓成為前往關島的第二大遊客來源地。鑒於聯合航空及日航等多間航空公司已增加多個目的地與關島之間的航班頻次，加上低成本航空公司經營的航班次數增加，預計截至二零二二年底，關島遊客總人數將達到 1.8 百萬人，複合年增長率為 2.2%。



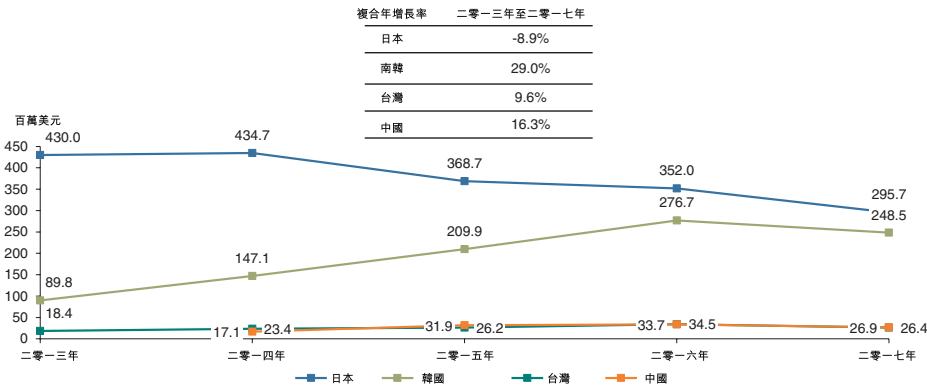
附註：總到達人數包括航空到達、民用海上到達及武裝部隊海上到達。

資料來源：關島觀光局、Frost & Sullivan

行業概覽

二零一三年至二零一七年，按總支出計，日本遊客排名第一，但由二零一三年的430.0百萬美元逐步下降至二零一七年的295.7百萬美元，複合年負增長率為-8.9%。南韓以高達29%的複合年增長率保持第二，於二零一三年至二零一七年旅遊支出達到248.5百萬美元。台灣遊客的總支出由二零一三年的18.4百萬美元上升至二零一七年的26.4百萬美元，複合年增長率為9.6%。近年亦見證了中國遊客數量大增，中國遊客的總支出於二零一四年至二零一七年期間穩步增長，複合年增長率為16.3%，於二零一七年錄得26.9百萬美元。可支配收入增加及生活水平提升，亦為旅遊零售市場帶來大量商機。此外，國際遊客在關島的支出不斷增加，亦促進奢華零售品牌及商品的發展。

按來源國計的遊客總支出，二零一三年至二零一七年

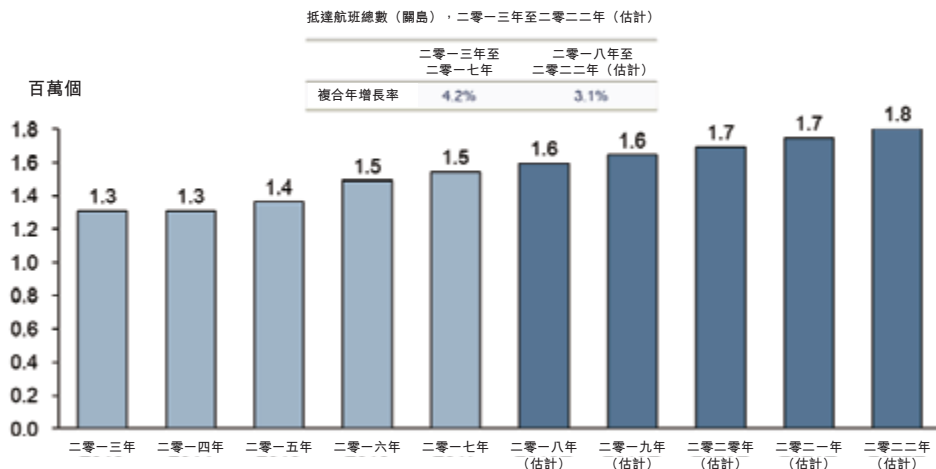


附註：二零一三年中國遊客支出沒有官方數據

資料來源：關島觀光局、Frost & Sullivan

所提供抵達關島機位

根據關島觀光局公佈的統計數據，雖然日本航空公司於二零一七年已暫停直飛至關島的若干定期航班數目，惟該等航空公司其後推出了不同包機以迎合日本的季節性旅客需求。因此，所提供抵達關島整體機位數目於二零一三年至二零一七年按4.2%的複合年增長率增加。特別是隨著南韓低成本航空公司及新增配對城市(如首爾及釜山)快速崛起，來自南韓的旅客數目由二零一三年的232,850名大幅上升至二零一七年的684,443名，複合年增長率為31.0%。於二零一八年至二零二二年，預期抵達關島的可售機位數目按3.1%的複合年增長率增長。

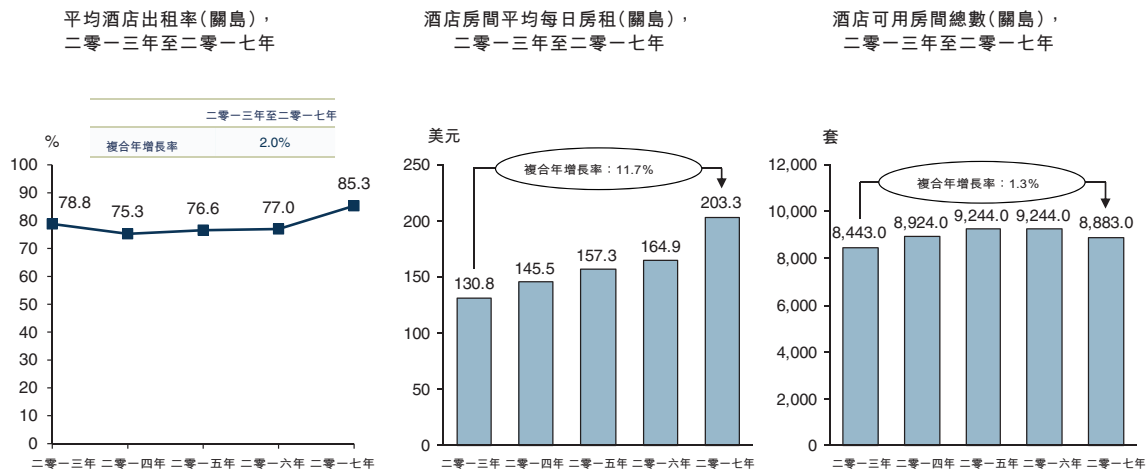


資料來源：關島觀光局、Frost & Sullivan

行業概覽

酒店及度假村關鍵經營參數

受惠於優閒旅遊市場的強勁表現，尤其是前往關島的遊客人數激增，酒店及度假村行業於過去五年內取得強勁增長。根據關島觀光局的資料，酒店的平均出租率由二零一三年約78.8%上升至二零一七年約85.3%，複合年增長率為2.0%。過往幾年，由於有國際連鎖酒店在島上經營，酒店行業參與者可能面臨更激烈的競爭，酒店可用房間數量由二零一三年的8,443套增加到二零一七年的8,883套，期內複合年增長率為1.3%。酒店及度假村房間的平均每日房租有所增長，複合年增長率為11.7%，由二零一三年的每晚約130.8美元急增至二零一七年的每晚約203.3美元。



資料來源：關島觀光局、Frost & Sullivan

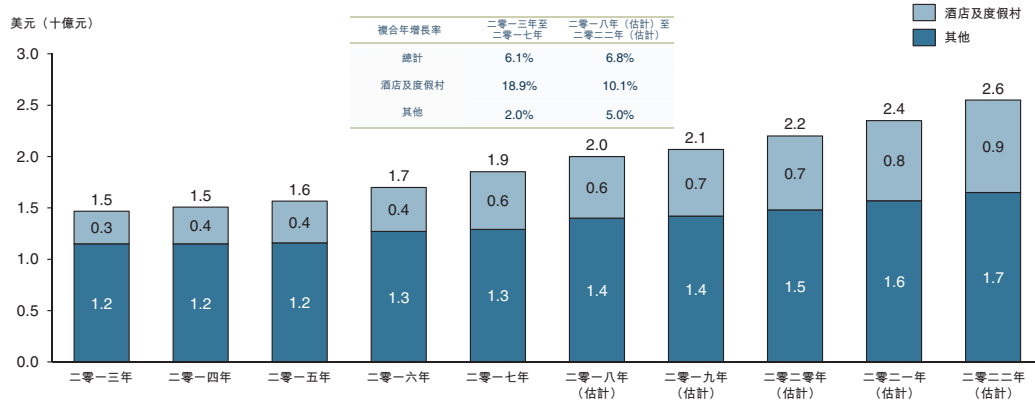
市場規模

二零一三年起南韓及中國遊客數量持續增長帶動關島優閒旅遊市場的積極增長。關島優閒旅遊市場所產生的估計收益於二零一三年錄得15億美元並於二零一七年攀升至19億美元，期內複合年增長率為6.1%。

受日本及南韓積極的政府政策支持及直航增加連同整體抵達遊客數量的增加所推動，預期優閒旅遊行業所產生的收益將有所增加。到二零二二年底，預期關島優閒旅遊行業的市場規模按收益計將達到約26億美元，複合年增長率約為6.8%。特別是，關島酒店及度假村行業於二零一三年至二零一七年期間按18.9%的複合年增長率取得迅猛增長，主要由於赴關島旅遊的遊客數量激增，估計導致酒店及度假村行業收益於二零一三年至二零一七年期間由約3億美元增至約6億美元。預計關島遊客數量的持續增加將進一步推動當地酒店及度假村行業收益的增長，到二零二二年底估計收益達到約9億美元，複合年增長率約為10.1%。

行業概覽

優閒旅遊市場收益(關島)，二零一三年至二零二二年(估計)



資料來源：Frost & Sullivan

市場驅動力

載客量及航班接駁。多間國際航空公司已計劃擴充關島與亞洲各國首都及二線城市的座位量或新增定期及季節性的航班。例如：美國聯合航空及日本航空近期宣佈提升東京與關島之間的航機至機身寬濶的飛機，這將大幅增加往來配對城市的可用航機座位數目。預期關島優閒旅遊業將被進一步帶動並受惠於更多關島與亞洲之間的航班接駁。

與旅遊代理及航空公司合作。為進一步加強客戶提前規劃旅行的體驗，除零售旅遊代理外，現時亦常見航空公司與當地住宿服務營運商合作提供精選假期套票。精選假期套票指交通與住宿服務由旅行社一併銷售的旅遊，如將機票、中轉及住宿服務捆綁銷售。租車及觀光活動等其他服務亦見於時下的精選假期套票當中。受惠於與旅行社及航空公司合作，淡季時亦可維持酒店及度假村出租率，服務供應商亦趁機賺取額外利潤。因此，套餐遊日漸獲大眾接受乃關島優閒旅遊市場增長的驅動力。

政府政策的長期投資。如關島觀光局二零二零年旅遊計劃所列示，當地政府訂有促進關島優閒旅遊市場進一步發展的清晰目標，包括將其客房存貨提高近20%以滿足遊客數量不斷增加的需要，升級現有旅遊產品以支持不同遊客的需要，及成立酒店培訓機構以開發關島的勞動力，使關島保持競爭力。當地政府預設長期目標，預測關島未來的優閒旅遊行業將取得蓬勃發展。

市場趨勢及機遇

偏愛網上旅遊預訂。遊客通常喜歡基於個人偏好或過往行為，編排個人化的旅遊體驗。機票及酒店及度假村營運商網站等個人化網上旅遊預訂乃優閒旅遊市場的趨勢選擇之一。網上訂票的流行(特別是使用移動設備規劃行程)在千禧世代中廣為接受，相較於前往傳統實體旅遊代理，千禧世代能夠在網上有效調查活動或景點。此外，網上預訂的發展讓

行業概覽

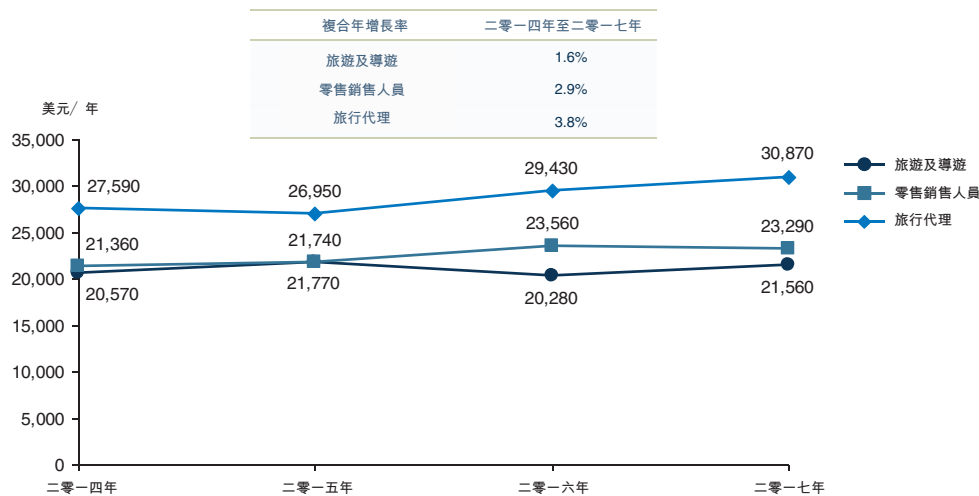
遊客有更多靈活選擇，令最後一刻下單的傾向增強。預期網上旅遊預訂將繼續滲透優閒旅遊行業並促進市場的發展。

酒店設施的改造。關島因其著名的景點及異國土著查莫羅文化而成為廣受歡迎的海灘度假勝地之一。來自不同市場的遊客數量不斷增加令酒店及度假村房間需求更趨旺盛。然而，高檔豪華酒店在旺季供不應求，有必要應對於有關期間到訪遊客的目標增量增大服務供應力度。為保持在地區及環球市場的競爭力，關島州政府已為現有酒店及度假村擁有人推出稅務優惠方案，以裝修、翻新、維修及改造其設施。據信在關島酒店行業現有供應中增加高端一線的供給將可提高客房存貨的整體質量及關島的旅遊形象。設施改造亦可能吸引商旅遊客等其他潛在非優閒遊客，組織商務大會、會議及專題會議。因此，酒店設施改造現已成為關島的發展趨勢之一並成為優閒旅遊市場發展的驅動力。

成本分析

自二零一八年一月一日起，關島的當前最低工資標準為每小時8.25美元。根據美國勞工部勞工統計局的資料，二零一四年至二零一七年間酒店業的平均年工資整體增加。特別是，旅行代理的平均年工資錄得顯著漲幅，由二零一四年的27,590美元大升至二零一七年的30,870美元，複合年增長率為3.8%。儘管旅遊及導遊的平均年工資期內有所波動，但年工資整體平均值按1.6%的複合年增長率增長，到二零一七年達到21,560美元。

酒店業平均年工資(關島)，二零一四年至二零一七年



附註：

- (1) 僅可獲得二零一四年至二零一七年的數據。
- (2) 數據乃摘錄自美國勞工部職業代碼分別為39-7010/39-7011旅遊及導遊、41-2031零售銷售人員及41-3041旅行代理的資料。

資料來源：美國勞工部、Frost & Sullivan

行業概覽

競爭格局

塞班及關島優閒旅遊市場

塞班及關島的優閒旅遊市場的行業參與者眾多，其中包括旅遊代理、航空公司、酒店及度假村營運商、目的地服務供應商等。整個優閒旅遊市場競爭激烈。當地有來自不同國家的優閒旅遊企業。關島超過80%的旅遊營運商來自南韓及日本，塞班的旅遊營運商則主要來自南韓及中國。在亞太區經濟的良好發展支撐旅客開支有力增長的情況下，尤其是中國，已成為塞班至關重要的客源地市場之一。此外，由於中國的可支配收入持續增加，中國遊客負擔得起更優質的優閒旅遊產品及服務。因此，不斷增長的中國遊客人數是塞班優閒旅遊市場強大的增長動力之一，這使得塞班的所有中國酒店營運商、當地遊營運商及旅遊零售商從中受益。

綜合旅遊營運商向遊客提供全面的優閒旅遊服務，包括住宿、餐飲、目的地服務及觀光團等。塞班及關島的大部分綜合旅遊營運商是提供住宿、餐飲、目的地服務及旅遊零售的酒店及度假村營運商。我們被視為塞班及關島的領先優閒旅遊集團之一，並無競爭者比我們提供更廣泛的服務。二零一七年，本集團佔塞班優閒旅遊市場收益總額的9.8%。

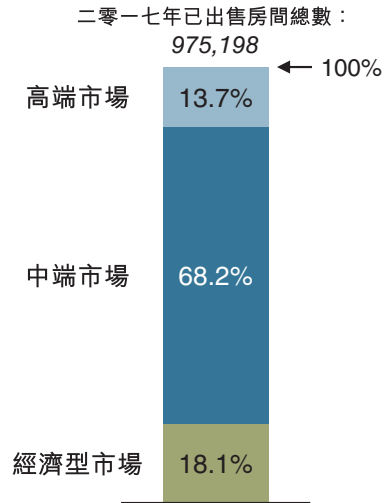
酒店及度假村行業

市場概覽

預測到訪塞班及關島的旅客於二零一八年至二零二二年將分別以5.1%及2.2%的複合年增長率增長。這兩個市場將受益於若干共同的市場驅動因素，例如推動旅遊的有利政府政策、增加航班、主要客源市場(如中國及南韓)的可支配收入增加、5小時飛行半徑範圍內逾15億人口的服務地區，以及網上預訂引擎越趨流行，均加快了塞班及關島作為熱門海灘度假目的地的發展並推動酒店及度假村行業的增長。

行業概覽

按塞班的平均房租計，酒店及度假村行業可大致分為下列部分：



塞班酒店及度假村行業市場分部

高端市場 (平均房租：170 美元或以上)
參與者通常為配備全方位服務的豪華度假村。

中端市場 (平均房租：80 美元至 170 美元)
參與者通常為家庭式度假村及商務酒店。

經濟型市場 (平均房租：80 美元) 參與者通常為經濟型酒店、旅館、汽車旅館及住宿加早餐旅館，其中亦包括私人「共享住宿」(如 Airbnb)。

資料來源：Frost & Sullivan

關島的酒店及度假村行業乃根據上述 ARR 等級作大致分級。對塞班及關島市場進行分級時，Frost & Sullivan 已將零售房租與其他因素(如市場佔有率、塞班及關島的旅客消費模式、市場定位及品牌創建、款待選擇、住宿性質(例如：度假村相比「共享住宿」)及市場反饋意見等)作比較。高端及中端市場酒店及度假村通常以相關行業的接近最高 ARR 定價，並無折扣，且傾向以中高入息旅客群組為目標。該等群組往往與下列各項相關：以優質酒店品牌、賓客反饋意見正面、現代房間裝璜、款待選擇、高準則保養及服務，以及為忠誠及高消費賓客提供提早登記入住、延遲結賬退房及免費升級等「軟」服務。

塞班

塞班約有 50 間酒店及度假村分散於各個市場分部競爭 653,000 名到訪遊客，其中 10 間在中端或以上市場分部經營。高端市場供應短缺情況尤其嚴重，不足兩間酒店及度假村的平均房租達到 170 美元或以上。由於遊客人數增加、全球遊客喜愛優質度假體驗，以及塞班住宿整體供應不足以致市場房租被推高，該等高端場所的經營表現一般令人滿意。預期酒店及度假村供應不足(尤以高端市場分部為然)將會推高房租，並使酒店及度假村行業取得 10.2% 的複合年增長率。與全球酒店市場類似，塞班的酒店及度假村在價格、位置、品牌認知度及服務方面彼此競爭。隨著網上預訂渠道日趨流行，定價透明度顯著提高，加上全球遊客更願意花費於優質度假體驗，競爭格局更為多變。

行業概覽

二零一七年，Fiesta Resort Saipan 在塞班酒店市場中名列前茅，按已出售房間總數計，其市場份額為 15.1%，而按收益總額計，則為 23.1%。Kanoa Resort 及 Century Hotel 分別位列第 6 和第 10 大住宿，按收益計，市場份額分別為 9.7% 及 0.9%。按已出售房間總數及收益計，本集團 3 間酒店合計佔塞班的市場份額分別為 24.5% 及 33.7%，而按收益、物業數量及已出售房間數量計，為塞班酒店及度假村行業的最大市場參與者。

塞班五大酒店及度假村營運商

排名	酒店	二零一七年		二零一七年		按已出售		按收益計 的市場份額
		平均房租 (美元)	平均可出租 客房收入 (美元)	已出售房間 數量	平均出租率	房間數量計 的市場份額	收益總額 (百萬美元)	
1	Fiesta Resort Saipan 高端市場、	149.4	144.6	146,933	96.8%	15.1%	33.3	23.1%
2	國際品牌度假村	192.2	170.8	102,753	88.9%	14.5%	19.7	13.7%
3	高端市場度假村	165.9	176.8	100,735	106.6%	10.5%	16.7	11.6%
4	中端市場度假村	162.8	142.1	96,973	87.3%	10.3%	15.8	10.9%
5	中端市場度假村	109.2	99.1	141,051	90.7%	9.9%	15.4	10.7%
	前五家			588,445	94.0%	60.3%	100.9	69.9%
6	Kanoa Resort Saipan	111.6	109.0	79,868	97.7%	8.2%	14.0	9.7%
10	Century Hotel	87.7	85.0	11,664	96.8%	1.2%	1.3	0.9%
	塞班所有酒店及度假村			975,198	90.6%	100%	144.3	100%

資料來源：Frost & Sullivan

關島

二零一七年，關島超過 50 個物業競爭 1.6 百萬名到訪遊客。由於島上有眾多國際品牌營運商，持續給同業帶來定價壓力，競爭因而尤其激烈。這一點可體現於二零一七年關島（與塞班相比）錄得較低市場出租率（85.3%）及較高市場平均房租（203.3 美元）。關島的酒店及度假村亦在價格、位置及服務方面互相競爭，特別集中於品牌認知度的競爭，因品牌認知度通常意味著取得較大客戶群及更大的房租控制能力。按關島整個優閒旅遊市場收益計，我們於二零一七年的市場佔有率為 1.7%。

於二零一七年，Fiesta Resort Guam 為關島領先海濱度假村。與塞班島相比，關島的酒店及度假村行業通常具有更高的市場 ARR。Fiesta Resort Guam 為中端市場參與者，每晚房租 100 至 200 美元不等。按收益計，我們 Fiesta Resort Guam 於二零一七年為關島十大酒店及渡假村之一。

塞班、關島及夏威夷旅遊零售市場

旅遊零售業通常指專門向國際旅客銷售商品及服務的零售店。旅客通常在免稅店享有地方或國家免稅待遇，免稅店的產品僅可售予將會攜帶產品離開旅遊地區或國家的國際旅客。常見的旅遊零售產品涵蓋在不同地點（包括市區、機場、邊境商店及航空公司）的零售店出售的多種產品，例如化妝品、烈酒及葡萄酒、香水、護膚品、手錶及電子產品。

行業概覽

作為旅客的熱門旅遊目的地，塞班、關島及夏威夷一直是旅客旅遊期間的理想購物地點。全球旅遊零售市場參與者已擴展其業務網絡至該等美國領土，以吸引潛在及有利可圖的商機。特別是，由於關島收入及稅務部並無規定直接向關島消費者實施一般銷售稅、關稅或配額，而且大量美國軍人及其家屬經常在非執勤時到關島購物，因此，長久以來，關島享有「購物天堂」的美譽。事實上，在上述有利政策的支持下，關島旅遊零售市場的准入門檻及競爭程度相對較低，且具有競爭力。作為購物目的地，塞班尚處於發展初階，競爭不算激烈，進駐的品牌不多，夏威夷則為發展成熟的購物目的地，擁有成熟的市場格局。

隨着前往塞班、關島及夏威夷的遊客日漸增多，以及中國及南韓旅客的支出增加，旅遊零售業近年積極增長。此外，一些市場參與者更為國際旅客提供獨家旅遊零售折扣及服務(如僅在特定地區發售的本地特產)，以吸引旅客購買獨家物品。為了提升旅客的購物體驗，過去多年，旅遊零售業不斷改善客戶服務。市場參與者現時更加敏感於文化差異，並在全球聘用外語人員解答國際客戶的查詢。此外，亦提供網上預訂渠道，以盡量減少客戶輪候時間，且在零售店內展示各種產品，確保客戶可以看見他們感興趣的產品。因此，預期塞班、關島及夏威夷的旅遊零售業將在未來幾年進一步擴張。

旅遊零售營運商主要於所提供產品及品牌認知度兩方面互相競爭。按品牌店數量及所提供品牌數量計，本集團是關島及塞班的領先旅遊零售集團之一。

准入門檻分析

資本需求。優閒旅遊行業需要就設立及營運投入大量資金。例如，酒店及度假村行業需要就物業開發作出巨額初始投資以及招聘大量服務人員。較高的資金成本對優閒旅遊市場的潛在入市者構成巨大的准入門檻。

全面的服務範圍。由於市場進入整固階段，市場競爭從低價競爭轉變為業務模式改進。通過合併及資源整合，較大的優閒旅遊市場參與者正在擴大其服務範圍，以便發展成為綜合的優閒旅遊服務提供商。因此，由於新入市者通常缺乏在市場上競爭所需的資源，完善的服務提供商提供的全面服務範圍構成准入門檻。

聲譽及業務關係。在激烈的市場競爭中，聲譽是優閒旅遊市場的市場參與者最關鍵的成功因素之一。塞班及關島的知名優閒旅遊市場參與者享有先發優勢，因多年來在市場上的耕耘而取得良好聲譽。優閒旅遊服務提供商通常擁有各種各樣的上游供應商。倘與該等供應商維持更佳業務關係及更大客戶基礎，服務提供商便具有更大的議價能力。由於新入市者通常並無完善的供應鏈，彼等無法磋商更佳價格，故此無法在價格方面享有良好的競爭優勢。

行業概覽

廣泛的市場知識及業務網絡。要進入塞班或關島優閒旅遊市場，關鍵在於廣泛了解當地市場及商業網絡，尤其是與政府的特殊業務聯繫。例如，外國人無權擁有塞班任何土地，因此必須與政府聯繫以獲得土地租賃批准。此外，一些目的地活動娛樂牌照的申領過程漫長。因此，優閒旅遊服務供應商若在當地市場擁有更強大的市場知識及商業網絡，便更容易打進市場。

資料來源及可靠程度

我們已委託獨立市場研究公司Frost & Sullivan對於優閒旅遊市場進行分析並編製報告，以供本文件使用。Frost & Sullivan是一家獨立的全球諮詢公司，成立於一九六一年，對各行業提供行業研究、市場策略並提供增長諮詢及企業培訓。本文件所披露的Frost & Sullivan的資料乃摘自行業報告，該報告由我們支付500,000港元的費用委託Frost & Sullivan編製，並經Frost & Sullivan同意後披露。

行業報告乃通過從不同來源獲取的一手及二手研究進行。一手研究包括訪問塞班、關島及夏威夷的旅遊及酒店市場的行業專家及參與者。二手研究涉及審閱政府官方統計公佈的統計數據、行業出版物、年度報告及基於Frost & Sullivan內部數據庫的數據。Frost & Sullivan於對塞班、關島及夏威夷的宏觀經濟環境及優閒旅遊市場作出預測時亦採用以下主要假設：

- 塞班、關島及夏威夷的經濟預計將在有利政府政策及全球經濟發展等因素的支持下穩步增長；及
- 塞班、關島及夏威夷的社會、經濟及政治環境於預測期間可能保持穩定，這將確保塞班、關島及夏威夷的優閒旅遊市場的持續穩步發展。

除另有註明外，本節所有數據及預測均摘錄自行業報告。董事於採取合理的審慎後確認，本節所用資料的來源(摘錄自行業報告)為可靠及不具有誤導性，乃由於Frost & Sullivan為一間具有豐富經驗的獨立專業市場研究代理，且整體市場資料自行業報告日期以來並無重大不利變動，而可能重大限定、抵觸或影響有關資料。