

行業概覽

本節及本文件其他部分呈列的資料源自各種政府官方刊物及公認可靠的其他刊物以及我們委託弗若斯特沙利文編製的市場研究報告。

我們認為資料及統計數據的來源屬有關資料的適當來源，且在摘錄及轉載有關資料時已採取合理審慎態度。我們並無理由認為該等資料在任何重要方面屬不實或誤導，或遺漏任何事實導致該等資料在任何重要方面屬不實或誤導。該等資料並未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、我們或彼等各自的任何董事、代理、僱員或顧問或參與[編纂]的任何其他人士或其他各方獨立核實，我們概不就其準確性發表任何聲明（弗若斯特沙利文除外）。由於收集方法可能存在缺陷或無效，或公佈的資料與市場慣例之間存在差異，因此本節及本文件其他部分所載的該等事實及統計數據可能不準確，或可能與其他經濟體的事實及統計數據不相若。此外，概不保證該等數據的陳述或編製基準或準確程度（視情況而定）與其他司法管轄區的情況一致。因此，閣下不應過分依賴本文件所載的事實及統計數據。

資料來源

我們已委託獨立市場研究公司及顧問弗若斯特沙利文編製有關中國旅遊市場的報告，費用為人民幣436,000元。弗若斯特沙利文是一家於1961年創立的獨立全球諮詢公司，提供行業研究、市場策略、發展諮詢及企業培訓服務，其業務涵蓋汽車及交通、化學、材料及食品、商業航空、消費品、能源及電力系統、環保及建築科技、醫療保健、工業自動化及電子、工業及機械與科技、媒體及電訊等行業領域。弗若斯特沙利文報告包括有關中國旅遊市場數據的資料。

弗若斯特沙利文已進行詳盡的初步研究，當中包括與若干領先的行業參與者討論行業的狀況。弗若斯特沙利文亦已進行次級研究，當中包括審閱公司報告、獨立研究報告及基於其本身研究數據庫的數據。弗若斯特沙利文已經通過宏觀經濟數據進行過往數據分析，並已考慮若干業內的主要驅動因素，取得估計市場總規模的數字。

於編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文已採用市場機制預測方法，該方法將多種預測技術與其市場構建測量系統相結合。其依賴分析師團隊的專業知識，將弗若斯特沙利文研究階段中調查所得的主要市場元素整合。該等元素包括：(i)專家意見預測方法、綜合市場驅動因素及限制；(ii)綜合市場挑戰；(iii)綜合市場機制計量趨勢；及(iv)綜合經濟變量。

弗若斯特沙利文報告的預測基礎及假設包括(i)社會、經濟及政治環境於預測期內有望保持穩定，確保中國旅遊市場穩定健康地發展；及(ii)相關行業主要驅動因素（例如宏觀經濟持續增長、消費需求不斷增加以及出境遊客人數不斷增加等）於預測期內有望帶動中國旅遊市場。

行業概覽

基於以上所述，董事認為支付委託費用不會影響弗若斯特沙利文報告所作結論的公平性，並信納本節所載的未來預測披露及行業數據屬可靠且不具誤導性。此外，經採取合理的謹慎措施後，董事認為有關市場資料自弗若斯特沙利文報告日期以來並無發生任何不利變動，以致限制、抵觸或影響本節的資料。

中國宏觀經濟概況

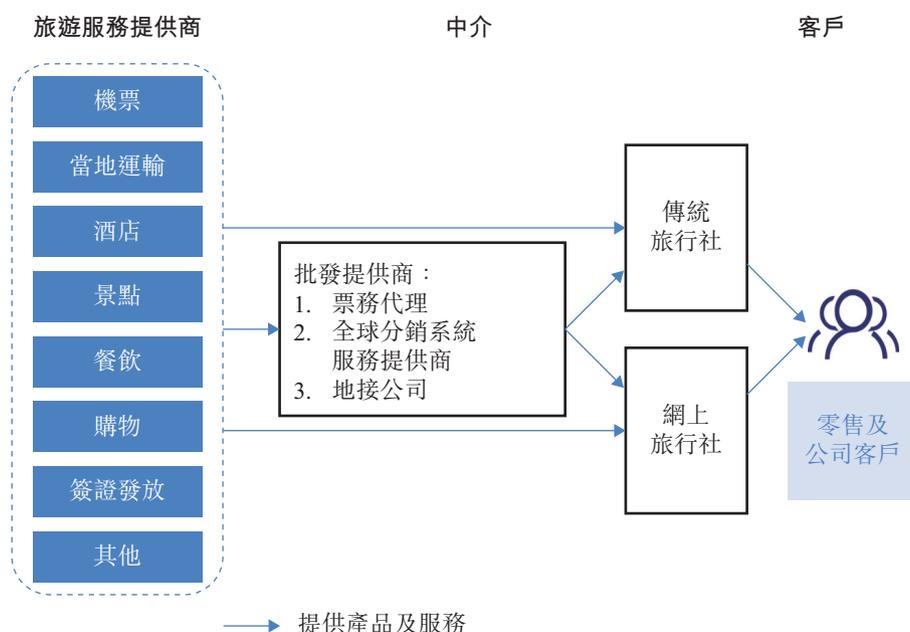
由於經濟轉型和經過數十年可支配收入增加的累積效應，中國居民的消費模式有所變化且消費者更傾向於選擇非必需產品來提高生活水平。中國居民的人均年消費支出於2013年至2017年間錄得穩定增長，年複合增長率為8.5%。隨著對經濟可持續發展的預期和中國居民收入水平的不斷提高，中國居民的人均年消費支出預計到2022年前達至人民幣28,600元，2018年至2022年的年複合增長率為9.7%。

中國旅遊市場概況

中國出境旅遊為遊客在中國境外遊覽景點的一種旅遊方式，而國內旅遊為遊客在中國境內遊覽景點的一種旅遊方式。就旅遊產品種類而言，遊客可選擇旅行團或自由行產品。旅行團是指向團體或個人提供的有關客運、住宿、餐飲、活動及領隊的旅遊服務。自由行產品指靈活的跟團遊，其包含一個或多個獨立旅行元素（如機票、酒店及住宿）。在線旅遊是指旅遊服務提供商通過網上渠道提供的旅遊產品和服務，包括旅遊信息共享、住宿預訂、交通運輸及旅行團。

由於中國經濟逐漸轉變為以服務驅動的模式，旅遊業已經成為中國經濟的重要组成部分。2017年，旅遊相關產業的GDP總值為人民幣9.1萬億元，佔中國名義GDP的11.4%。

下圖顯示中國旅遊業的價值鏈：



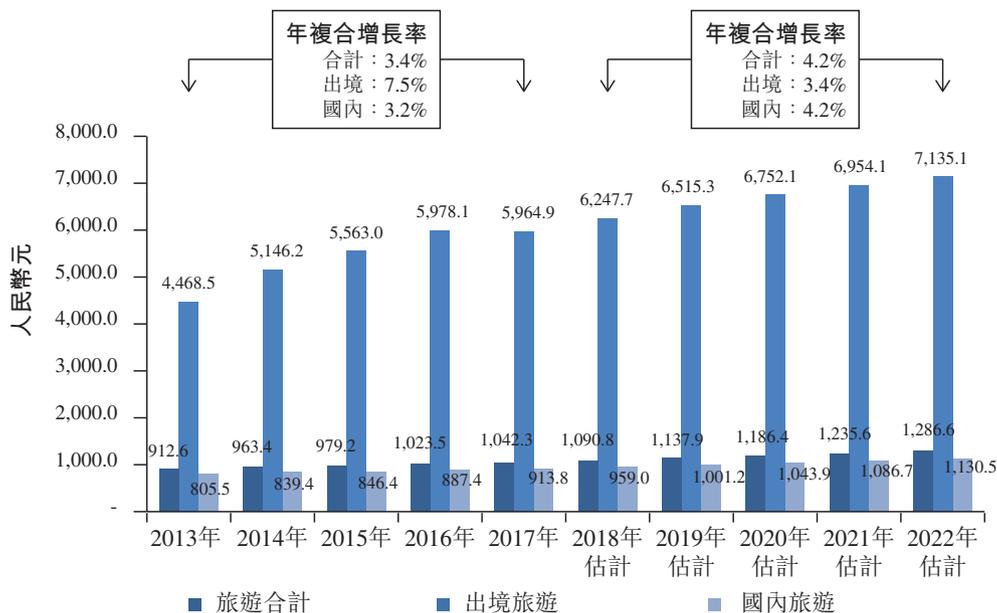
行業概覽

中國人均旅遊年消費支出

隨著中國經濟不斷發展及人均可支配年收入不斷提高，中國的旅遊消費預計將於2022年前達至人民幣88,275億元，而中國遊客的人均旅遊消費支出預計將由2018年的人民幣1,090.8元增至2022年的人民幣1,286.6元，年複合增長率為4.2%。

2018年至2022年間，中國出境旅遊的遊客人均消費支出預計將由人民幣6,247.7元增至人民幣7,135.1元，年複合增長率為3.4%。同期，中國國內旅遊的遊客人均消費支出預計將由人民幣959.0元增至人民幣1,130.5元，年複合增長率為4.2%。

中國人均旅遊年消費支出（2013年至2022年估計）



資料來源：國家旅遊局；弗若斯特沙利文分析

附註：人均旅遊年消費支出（合計、出境及國內）按中國內地居民旅遊消費支出總額（合計、出境及國內）除以其各自遊客人數計算。

中國遊客人數

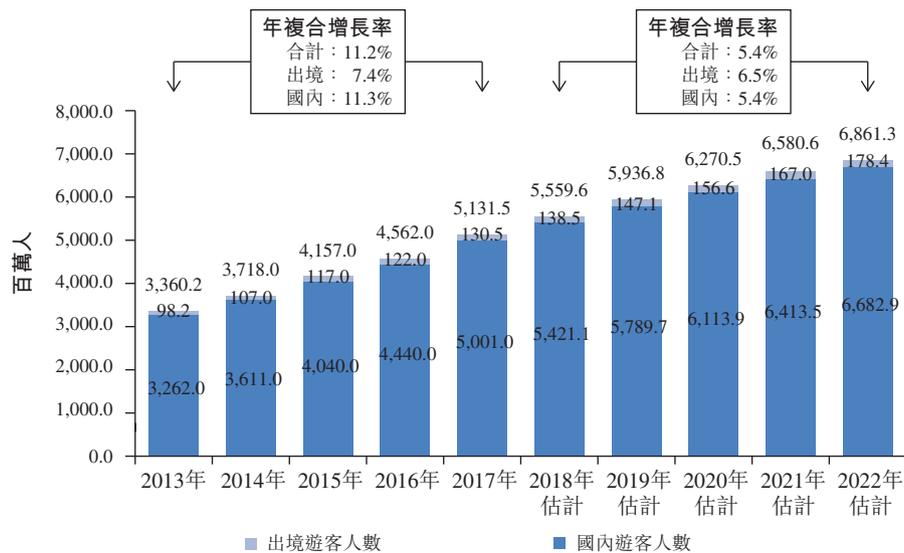
中國居民對娛樂的強勁需求和新興的「節日經濟」（該詞指中國居民的可支配收入和購買力的空前增長）為中國旅遊業的持續發展做出貢獻。2013年至2017年間，中國居民的旅遊人數增至5,131.5百萬人，年複合增長率為11.2%。2018年至2022年間，遊客總人數預計將達到6,861.3百萬人，年複合增長率為5.4%。

出境旅遊作為體驗不同文化和美麗風景的有效途徑，已逐漸成為高品質生活水平的重要組成部分。在出境旅遊日益便利和定制化出境旅遊服務的推動下，預計到2022年前，中國出境旅遊遊客人數將達178.4百萬人，2018年至2022年間的年複合增長率達6.5%。

隨著國內旅遊需求的不斷增長，在中國政治環境穩定和經濟持續增長的積極前景下，到2022年前，國內旅遊人數預計將達到6,682.9百萬人，2018年至2022年間的年複合增長率為5.4%。

行業概覽

中國旅遊人數 (2013年至2022年估計)



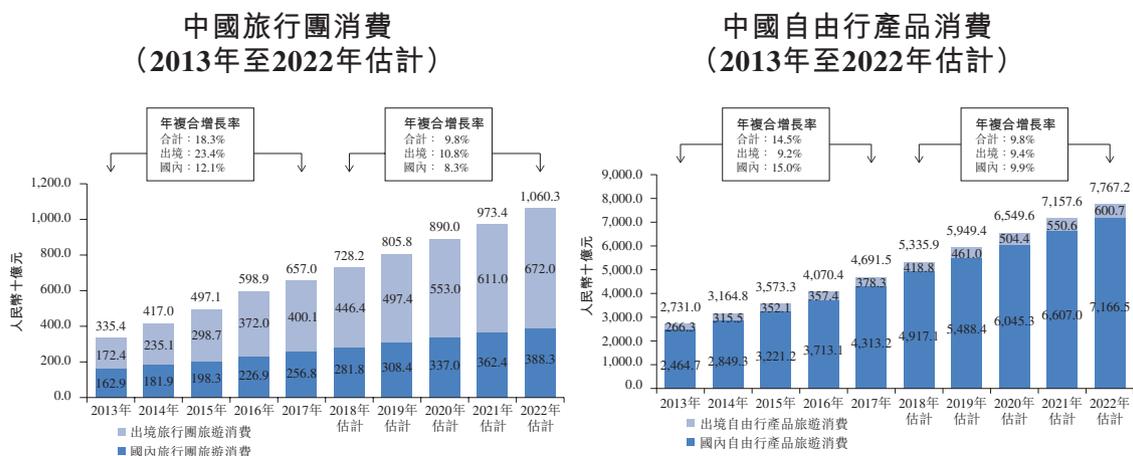
中國旅行團市場概況

在旅行團遊客人數不斷增加的趨勢下，2013年至2017年間，旅行團旅遊消費顯著增長，年複合增長率為18.3%，且預計到2022年前將達到人民幣10,603億元，2018年至2022年間的年複合增長率為9.8%。2013年至2017年間，旅行團遊客總人數快速增長，2017年增至237.0百萬人，年複合增長率為10.0%。由於旅行團市場變得日益成熟，且遊客更願意購買定制化旅遊服務，預計旅行團遊客人數將繼續增長，2022年將達311.5百萬人，2018年至2022年間的年複合增長率為5.1%。

中國自由行產品市場概況

隨著旅遊基礎設施的逐漸完善，自由行產品對中國遊客在國內和出境旅遊的吸引力越來越大。2017年的自由行產品旅遊消費增至人民幣46,915億元，2013年至2017年間的年複合增長率為14.5%，且預計到2022年前將增至人民幣77,672億元，2018年至2022年間的年複合增長率為9.8%。2013年至2017年間，使用自由行產品的遊客人數從3,198.1百萬人增至4,894.5百萬人，年複合增長率為11.2%，且預計到2022年前將進一步增至6,549.8百萬人，2018年至2022年間的年複合增長率為5.4%。

下表載列2013年至2022年旅行團及自由行產品的消費：



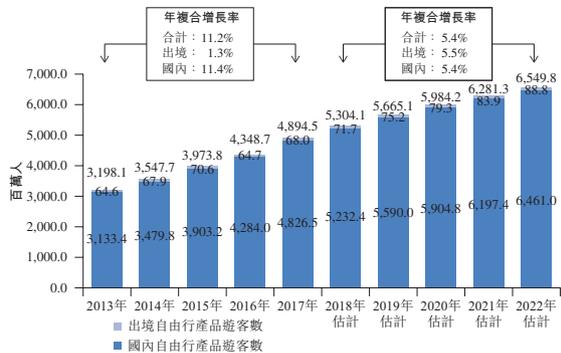
行業概覽

下表載列2013年至2022年旅行團及自由行產品的遊客數量：

**中國旅行團遊客數量
(2013年至2022年估計)**



**中國自由行產品遊客數量
(2013年至2022年估計)**



資料來源：弗若斯特沙利文分析

附註：出境旅遊消費總額乃按中國外匯交易中心的人民幣兌美元的每日中間價格平均值兌換成人民幣。旅遊消費包括購物、住宿、交通、餐飲及娛樂活動。

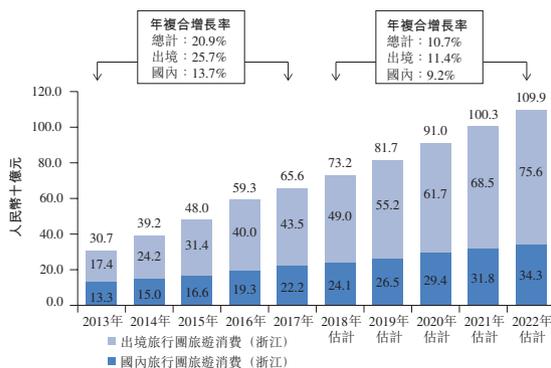
浙江省旅遊市場概況

由於浙江省地處沿海地區、享有有利的宏觀政策、先進技術及開放的經濟環境，其經濟相對發達，2017年的GDP為人民幣5.2萬億元，在中國所有省份中位列第四。於2017年，浙江省的旅遊消費為人民幣5,678億元，佔中國旅遊消費總額的10.6%。浙江省的遊客人數為427.1百萬人，佔中國遊客總人數的8.3%。

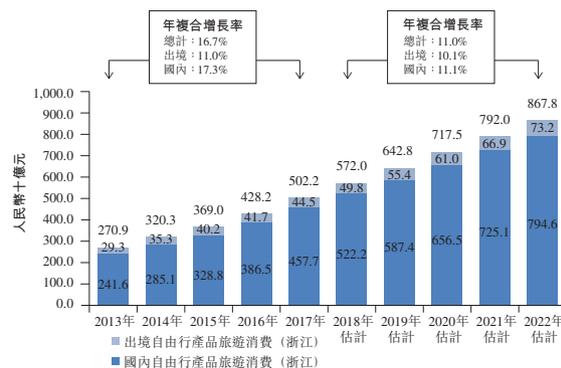
由於積極的產業刺激計劃及完善的旅遊基礎設施，就旅遊消費及遊客數量而言，浙江省旅遊市場的增速均超過中國的平均增速。2013年至2017年間，浙江省居民的旅遊消費有所增加，年複合增長率為17.1%，且預計到2022年前將增至人民幣9,777億元，2018年至2022年間的年複合增長率為10.9%，佔2022年中國旅遊消費總額的11.1%。浙江省居民遊客數量在2013年至2017年間經歷大幅增長，年複合增長率為12.6%，且預計到2022年前將增至577.7百萬人，2018年至2022年間的年複合增長率為5.7%，佔2022年中國遊客的8.4%。

下表載列2013年至2022年浙江省旅行團和自由行產品消費額：

**浙江省旅行團消費
(2013年至2022年估計)**



**浙江省自由行產品消費
(2013年至2022年估計)**



行業概覽

下表載列2013年至2022年旅行團及自由行產品的遊客數量：

浙江省旅行團遊客數量
(2013年至2022年估計)



浙江省自由行產品遊客數量
(2013年至2022年估計)



資料來源：弗若斯特沙利文分析

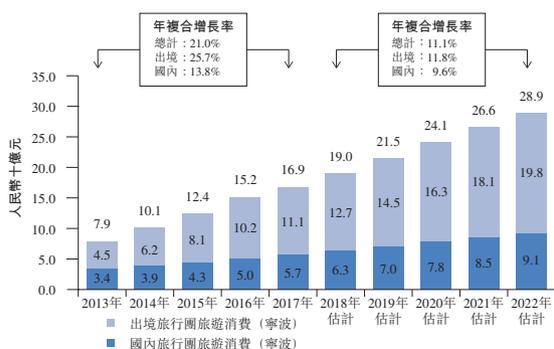
附註：出境旅遊消費總額乃按中國外匯交易中心的人民幣兌美元之每日中間價格平均值兌換成人民幣。旅遊消費包括購物、住宿、交通、餐飲及娛樂活動。

寧波旅遊市場概況

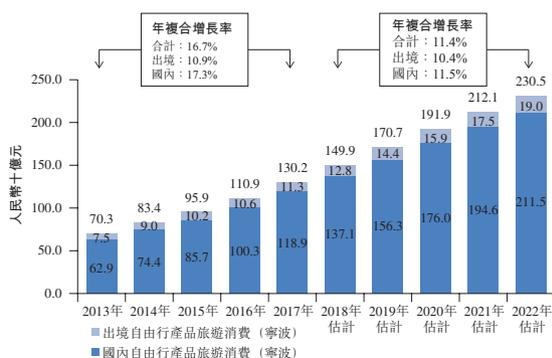
按2017年名義GDP計，寧波是浙江省第二大城市。寧波作為浙江省東北部的副省級城市，以其港口而著稱，港口遍佈多個地區。寧波經濟強勁，推動了旅遊市場的成熟發展，而這使旅遊業成為其經濟增長的主要貢獻者。2017年寧波居民的旅遊消費為人民幣1,471億元，預計到2022年前，寧波居民的旅遊消費將達到人民幣2,594億元，2018年至2022年間的年複合增長率為11.3%。寧波居民遊客數量也實現穩定增長，2017年達到110.3百萬人，且預計在2022年將達到161.6百萬人，2018年至2022年間的年複合增長率為7.1%。

下表載列2013年至2022年寧波旅行團及自由行產品的消費：

寧波旅行團消費
(2013年至2022年估計)

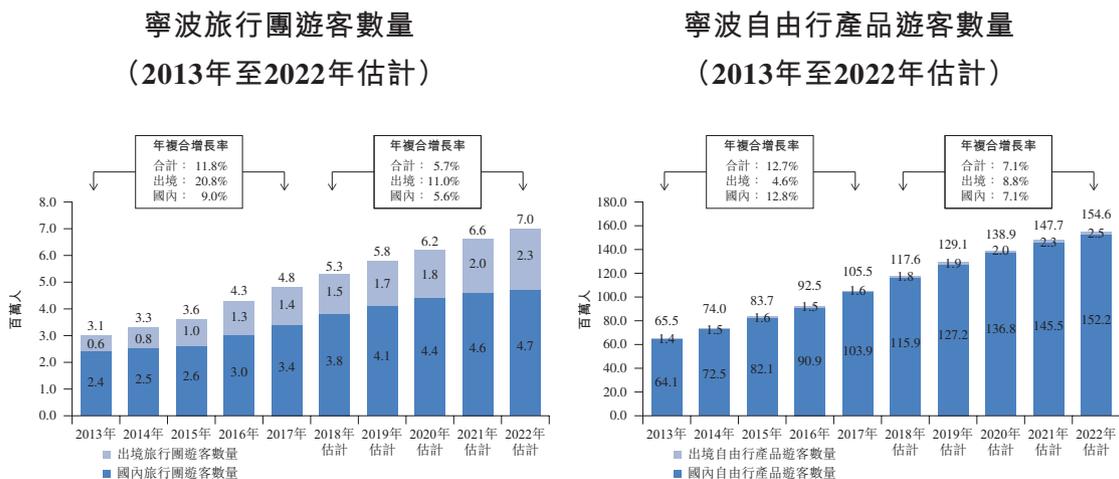


寧波自由行產品消費
(2013年至2022年估計)



行業概覽

下表載列2013年至2022年旅行團及自由行產品的遊客數量：



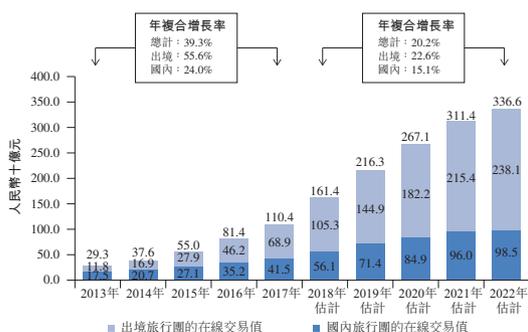
資料來源：弗若斯特沙利文分析

附註：出境旅遊消費總額乃按中國外匯交易中心的人民幣兌美元之每日中間價格平均值兌換成人民幣。旅遊消費包括購物、住宿、交通、餐飲及娛樂活動。

在線旅遊

近年來，越來越多的旅遊產品及服務已通過網上旅行社進行交易。隨著攜程、飛豬和途牛等若干在線平台的興起和成功，消費者更易於比較價格、特點和服務，然後通過網上旅行社購買旅遊產品。網上旅行社已設立航空、酒店、國內景點服務提供商及旅遊產品批發商綜合採購網絡，據此它們能支持和建立大型消費者基礎。在2013年至2017年間，在線遊客人數從547.7百萬人增至1,406.0百萬人，年複合增長率為26.6%。隨著旅遊基礎設施的全面發展和多種旅遊服務提供商的網絡轉型，在線旅遊的市場規模在2013年至2017年間急劇增長，從人民幣3,563億元增至人民幣12,047億元，年複合增長率為35.6%。

中國旅行團的在線交易值 (2013年至2022年估計)



中國自由行產品的在線交易值 (2013年至2022年估計)



資料來源：弗若斯特沙利文分析

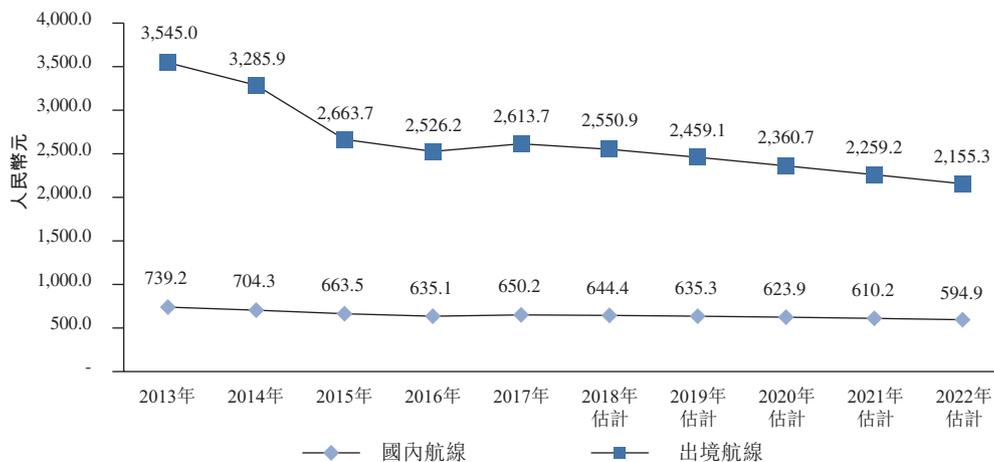
行業概覽

附註：出境旅遊消費總額乃按中國外匯交易中心的人民幣兌美元的每日中間價格平均值兌換成人民幣。旅遊消費包括購物、住宿、交通、餐飲及娛樂活動。

中國旅遊市場成本分析

機票是旅行社成本的重要組成部分。機票的價格受多種因素影響，其中包括市場供需情況、航空公司的經營成本、NYMEX原油價格等。隨著飛機基礎設施的完善及NYMEX原油價格的下降，中國出境機票的平均價格呈下降趨勢，從2013年的人民幣3,545.0元降至2017年的人民幣2,613.7元，年複合增長率為-7.3%，估計於2022年前將降至人民幣2,155.3元的水平，2018年至2022年期間的年複合增長率為-4.1%。2013年至2017年期間，中國國內機票的平均價格降至人民幣650.2元，年複合增長率為-3.2%，預計於2022年前將達到人民幣594.9元的水平，2018年至2022年期間的年複合增長率為-2.0%。

下圖載列2013年至2022年中國航空公司所經營的所有航線的平均機票價格：



資料來源：中國民用航空局、弗若斯特沙利文分析

附註：機票的平均價格指中國航空公司所經營的所有航線的平均機票價格。

中國旅遊市場主要市場驅動力

(1) 收入水平及旅遊消費支出日益增長

隨著中國經濟快速發展，到2017年前，城鎮居民人均可支配收入達至約人民幣36,400元及城鎮居民人均年消費支出達至約人民幣24,400元。此外，中國的經濟增長模式已開始由投資驅動模式轉向消費驅動模式，並且中國消費者開始注重優質及非必需產品及服務。城鎮居民展示出強勁的消費力並更為熱衷於旅遊。再者，預計旅遊消費支出日益增長可進一步帶動市場增長。

行業概覽

(2) 線上旅遊服務提供商提供更容易獲得且便捷的產品及服務

借助中國中央政府提倡的『互聯網+』概念浪潮，互聯網集團、傳統旅行社及銳意進取的初創公司等大量市場參與者開始加入線上旅遊業的生態系統，拓寬及豐富市場參與者範圍。根據國務院於2015年7月發佈的《國務院關於積極推進「互聯網+」行動的指導意見》，國家旅遊局於2015年9月發佈有關促進『互聯網+旅遊』市場的創新及基礎設施建設的實施細則。隨著一系列利好政策出台，線上旅遊業將在穩健及受支持環境下進一步發展。由於網上旅行社提供產品及服務，遊客不必遠程駕車或等待開門營業去諮詢旅遊專家行程建議。相反，網上旅行社備有整理完善的全面旅遊資料，互聯網用戶只須點擊數次和輸入少量資料，便可獲得資料及服務。網上旅行社提供更易於獲取及更便捷的產品及服務，從而持續擴大用戶基礎。

(3) 旅遊業的組織規劃及利好政策

隨著人口老齡化及消費的增長，中國中央政府越來越重視旅遊業的發展。近年來，為了顯示旅遊業發展的重要性，出台了許多政策。例如，2018年為促進旅遊業全面及全方位發展的全域旅遊年。在2018年旅遊業工作報告會議中，中國旅遊業未來的發展被列入政府未來三十年的議程，旨在開發繁榮完善的市場。

中國旅遊市場主要准入門檻

(1) 吸納高級用戶的能力

就旅遊服務提供商而言，建立龐大用戶基礎（主要取決於吸納用戶的能力）是其成功的關鍵因素之一。為拓寬用戶基礎，連接多元互聯網平台及當地景點（如遊樂場）可大幅提高網上旅行社的品牌認知度及網頁瀏覽數目。事實上，由於有效及高效地吸納客戶對市場參與者至關重要，有關條件不可避免地對新入行者構成了准入門檻。

(2) 拓寬上游資源途徑

發展與旅遊資源提供商多方面的廣泛及既定關係，是提供高質量服務的決定性因素之一。成熟的市場參與者已與航空公司、運輸公司、酒店、當地旅遊管理機構及發出簽證組織建立多元且既定聯繫，能夠以高性價比提供多元化產品及服務，從而更好地滿足客戶需要。此項能力要求長期投入及努力，其會對新市場參與者形成准入門檻。

行業概覽

(3) 資格及證書

旅行社必須按中國中央政府法律及法規取得經營許可證才能開展旅遊業務。為符合申請經營許可證的資格，國內旅行社需要具備至少人民幣0.3百萬元的註冊資金，及人民幣0.2百萬元的質量保證金。國際旅行社需要具備人民幣1.5百萬元的註冊資金，另需人民幣1.4百萬元的質量保證金。此外，出境旅遊服務參與者亦需要獲得一些國家大使館的批准才能參與簽證申請業務，這也對新市場參與者構成了准入門檻。

(4) 充裕的資金支持

隨著旅遊市場的市場參與者的增多，取得資金來源是在激烈市場競爭中求存的重要因素。為擴大業務規模，旅行社事先需要大量的資金投資以建立資源及銷售網絡。例如，旅行社須於購票時向供應商（如航空公司）結清機票全款，而諸如網上旅行社等客戶通常會在航班起飛後向旅行社結清全款。該支付週期加大了預付資金需求，因而阻礙新市場參與者進入市場。

中國旅遊市場市場趨勢

(1) 旅遊產品多樣化

隨著世界旅遊及交通基礎設施的發展，旅遊業見證了旅遊目的地及旅遊活動選擇的繁榮發展。為滿足中國遊客日益增長及多樣化的需求並在日益激烈的市場競爭中脫穎而出，旅遊服務提供商一直致力於豐富其旅遊產品以創造更高的產品價值，包括但不限於提供更多的出國遊目的地及開發更多類型的旅遊服務（如高質量旅行團及定制化旅行團）。此外，乘著『旅遊+』行動的浪潮，旅遊活動融入人們日常生活的許多方面，產生了更多類型的特色旅遊產品（如健康遊、教育遊及保險遊）。

(2) 定制旅遊蓬勃發展

由於遊客可以選擇定制的旅遊項目，遊客對定制旅行團越發感興趣。客戶在海外的時候可能遇到語言障礙及文化衝擊，促使其中一些選擇旅行團而非自由行產品，並且因此越來越多的客戶將會選擇定制旅行團。隨著旅行目的地多樣化及旅行期間提供的選擇性服務，定制旅行團設法滿足更多客戶的需求。例如，根據遊客要求，定制旅行團可指派訓練有素且了解當地文化和精通多種語言的導遊，以便他們能夠提供更好的旅遊體驗。

行業概覽

(3) 客戶購買旅遊服務的行為轉向移動終端

客戶傾向於使用網上旅行社預訂酒店住宿、交通或旅行團。購買行為已經歷從線下到線上、從PC端到移動端的巨大轉變。大部分客戶傾向於通過移動應用程序尋找旅遊資料，在旅行期間均可輕鬆在線獲取旅行資料和評論。隨著移動互聯網和線上第三方支付日益普及，服務提供商已提升其移動線上基礎設施以迎合新常態。

(4) 來自三四線城市的居民需求日益增加

大部分來自中國三四線城市的客戶具有很少的旅遊經驗。隨著人均可支配收入日益增加及旅行社所進行的宣傳，越來越多來自三四線城市的客戶更為頻繁地出遊，或嘗試其首次出境旅遊。由於他們僅擁有很少的旅遊經驗並可能遇到文化衝擊，他們傾向於選擇標準化旅遊產品，其成本遠低於定制旅遊服務。來自低線城市的市場潛力可能進一步推動市場增長。

中國旅遊市場的競爭格局

由於浙江省政府採用刺激政策大力發展區域內旅遊業，2017年浙江省旅遊業的GDP已超過1.0萬億，使得旅遊業成為浙江經濟蓬勃發展的支柱之一。由於旅遊業的發展相對良好，浙江省旅行社數量不斷增加。到2017年底，浙江省約有2,200家旅行社。於2017年，就收入而言，飛揚國際的收入為人民幣464.8百萬元，位列浙江省所有旅行社第五。按2017年旅行團及自由行產品的收入計，飛揚國際分別以人民幣407.4百萬元及人民幣41.7百萬元的收入，位列浙江省所有旅行社第四。競爭對手A至E為位於浙江省的領先旅遊服務提供商，其主要為提供線上及線下旅遊產品及服務的國有公司。

行業概覽

按2017財年收入分析浙江省內中國旅行社的競爭格局

排名	公司	2017財年收入 (百萬元)	市場份額
1	A	~ 1,508.7	~ 2.9%
2	B	~ 1,031.5	~ 2.0%
3	C	~ 830.0	~ 1.6%
4	D	~ 467.3	~ 0.9%
5	本集團	~ 464.8	~ 0.9%
	其他	~ 47,397.6	~ 91.7%
		<u>~ 51,700.0</u>	<u>100%</u>

按2017財年旅行團收入分析浙江省內中國旅行社的競爭格局

排名	公司	2017財年旅行團 收入(百萬元)	市場份額
1	A	~ 1,289.5	~ 2.9%
2	B	~ 861.3	~ 2.0%
3	C	~ 698.8	~ 1.6%
4	本集團	~ 407.4	~ 0.9%
5	D	~ 400.5	~ 0.9%
	其他	~ 40,342.5	~ 91.7%
		<u>~ 44,000.0</u>	<u>100%</u>

按2017財年自由行產品收入分析浙江省內中國旅行社的競爭格局

排名	公司	2017財年自由行 產品收入 (百萬元)	市場份額
1	B	~ 126.9	~ 1.6%
2	A	~ 100.8	~ 1.3%
3	C	~ 86.3	~ 1.1%
4	本集團	~ 41.7	~ 0.5%
5	E	~ 37.4	~ 0.5%
	其他	~ 7,306.9	~ 94.9%
		<u>~ 7,700.0</u>	<u>100%</u>

資料來源： 弗若斯特沙利文