

行業概覽

本節及本文件其他章節所載的資料乃源自多份普遍被視為可靠的政府官方及其他刊物，以及由我們委聘弗若斯特沙利文編製的市場研究報告。

我們相信，有關資料及統計數據的來源均為有關資料的合適來源，並已在摘錄及複製有關資料時採取合理審慎態度。我們並無理由相信有關資料在任何重大方面屬虛假或具誤導成份，或已遺漏任何事實而致令有關資料在任何重大方面屬虛假或具誤導成份。有關資料尚未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何我們或彼等各自的董事、代理人、僱員或顧問或參與[編纂]的任何其他人士或一方獨立核實，且並不就其準確性(弗若斯特沙利文除外)發表任何聲明。由於收集方式可能具缺陷或無效或已發佈資料與市場慣例之間的差異，本節及本文件其他章節內的事實及統計數據未必準確，或未必與就其他經濟體所編製的事實及統計數據可作比較。另外，我們無法向閣下保證，有關資料及統計數據乃按與其他司法權區相同的基準或相同準確程度(視情況而定)呈列或編撰。因此，閣下不應過度依賴本文件所載的有關事實及統計數據。

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出境旅遊市場的報告，費用為人民幣680,000元。弗若斯特沙利文為於一九六一年成立的獨立全球顧問公司。該公司提供行業研究、市場策略，亦提供發展諮詢及企業培訓服務。涵蓋的行業包括汽車及運輸、化學、物料及食品、商業航空、消費品、能源及電力系統、環境及建築技術、健康護理、工業自動化及電子、工業及機械以及技術、傳媒及電訊。弗若斯特沙利文報告包括有關中國出境旅遊市場數據的資料。

弗若斯特沙利文已進行詳盡的一手資料研究，內容涉及與若干行業領先參與者討論行業狀況。弗若斯特沙利文亦已進行二手資料研究，內容涉及審閱公司報告、獨立研究報告及其自身研究數據庫中的數據。弗若斯特沙利文根據宏觀經濟數據之歷史數據分析得出估計市場總規模的數據，並已考慮若干行業主要驅動因素。

於編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文已採納市場機制預測方法，該方法將多種預測技術與市場機制計量系統相結合。其依賴分析師團隊的專業知識，將弗若斯特沙利文報告研究階段中調查所得的主要市場元素整合。該等元素包括：專家意見預測方法、綜合市場驅動因素及阻力、綜合市場挑戰、綜合市場機制計量趨勢及綜合計量經濟變量。

弗若斯特沙利文報告內的預測涉及的基準及假設包括下列方面：

- (i) 社會、經濟及政治環境於預測期內很可能保持穩定，其確保中國出境旅遊市場的穩定及健康發展；及
- (ii) 於預測期內，相關行業主要驅動因素很可能推動中國出境旅遊市場，如宏觀經濟可持續增長、消費需求不斷上升及出境旅客人數不斷增加等。

行業概覽

基於上文所述者，董事認為支付委託費並不影響弗若斯特沙利文報告得出結論的公平性，且信納本節所載的未來預測及行業數據披露屬可靠且並無誤導成份。此外，我們的董事經作出合理謹慎的考慮後認為，自弗若斯特沙利文報告日期起，市場資料概無出現可能使本節資料會有保留意見、相抵觸或影響本節資料的不利變動。

中國宏觀經濟概覽

每年人均旅遊消費支出

在「新常態」下，中國步入經濟增長的新時代，其經濟增長模式開始由投資帶動轉向消費帶動。個人消費支出已逐漸取代投資主導角色，並成為經濟發展背後的重要推動力。於二零一七年，個人消費支出達致約人民幣31.8萬億元，佔名義國內生產總值的約38.4%。隨著個人消費支出強勁增長，中國旅客每年人均旅遊消費於二零一四年至二零一八年期間亦呈現穩定增長，由約人民幣963.4元增加至人民幣1,046.8元，複合年增長率為2.1%。

同時，在持續城鎮化及城鎮居民可支配收入不斷增長推動下，城鎮居民人均年消費支出取得穩健增長，二零一四年至二零一八年間由約人民幣20,000元增加至人民幣26,010元，複合年增長率為6.9%。展望未來，城鎮居民對消費保持強勁需求，預計帶動人均年消費支出於二零二三年達致約人民幣34,400元，未來五年的複合年增長率為5.5%。鑒於中國的消費會繼續增長，估計中國出境旅遊市場有大量增長空間。

中國出境旅遊市場概覽

中國出境旅遊指一種旅遊模式，其中旅客遊覽位於中國大陸境外的景點。網上出境旅遊指至少有一項與旅遊相關的交易是通過網上旅遊服務供應商發放的出境旅遊，該等網上旅遊服務供應商提供全面服務，包括旅遊資料分享、預訂膳宿、交通及旅行團。出境旅遊的旅客可選擇旅行團或自由行。

由於經濟轉型及數十年可支配收入不斷增長的累計影響，消費升級導致中國消費模式改變，消費者傾向選擇非必需品產品以提升其生活水平。作為體驗不同文化及自然美景的有效方式，出境旅遊已逐漸成為高品質生活方式的重要組成部分。中國出境旅客人數於二零一四年至二零一八年出現溫和增長，由約1.070億增加至約1.620億，複合年增長率為10.9%。受出境旅遊便利及客製化的高水平出境旅遊服務的推動，預計於二零二三年中國出境旅客人數達到約2.510億，於二零一九年至二零二三年的複合年增長率達8.6%。

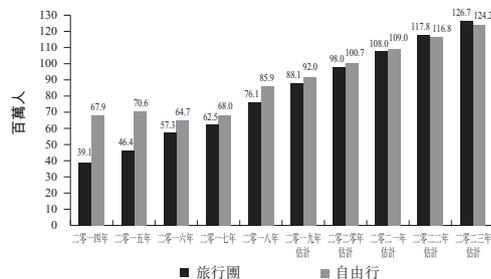
在中國出境旅遊市場積極發展的趨勢下，隨著互聯網及移動互聯網普及率不斷提高，網上旅行社在出境旅客中越來越受歡迎。於二零一四年至二零一八年間，網上出境旅客的人數由約15.5百萬人增加至44.5百萬人，複合年增長率為30.2%。基於對中國經濟發展會穩定增長的展望，預計至二零二三年網上出境旅客人數會增加至約1.044億人，未來五年的複合年增長率為19.3%。

由於短途出境旅遊(如到香港、澳門等地)佔中國內地出境旅客人數的主要部分，出境自由行自二零一四年起一直較出境旅行團受歡迎。考慮到出境旅行團有助旅行準備過程順利進行、克服語言障礙及提高旅遊安全水平，不斷增加的長途或不熟悉出境旅遊的旅客傾向選擇以團體形式出境旅遊，帶動旅行團的出境旅客人數上

行業概覽

升。參加旅行團的出境旅客人數由二零一四年的約39.1百萬人上升至二零一八年的26.1百萬人，複合年增長率為18.1%，並預期於二零二三年前維持升幅至達到約126.7百萬人。隨著每年出現大量出境旅客，出境自由行旅客人數由二零一四年的約67.9百萬人輕微上升至二零一八年的85.9百萬人，複合年增長率為6.1%。至二零二三年，自由行出境旅客人數預測將達約124.2百萬人，二零一九年至二零二三年的複合年增長率為7.8%。

按類別劃分的出境旅客人數(中國)(二零一四年至二零二三年估計)

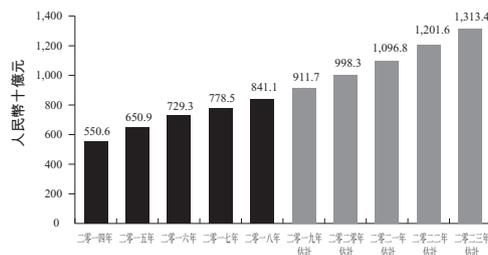


	二零一四年至 二零一八年	二零一九年估計至 二零二三年估計
複合年增長率		
旅行團出境旅客人數	18.1%	9.5%
自由行出境旅客人數	6.1%	7.8%

資料來源：國家旅遊局；弗若斯特沙利文分析

可支配收入及生活水平經過數十年不斷提高的累計影響，已導致整體消費模式發生顛覆性改變。中國消費者逐漸開始專注高品質及非必需品產品，而非基本生活需要。上述有利宏觀情況及休閒需求持續增長不斷刺激中國旅客的出境旅遊消費總額快速上升，由二零一四年約人民幣5,506億元增加至二零一八年的人民幣8,411億元，複合年增長率為11.2%。伴隨交通基礎設施有所改善及簽證手續便捷，預計至二零二三年中國旅客的出境旅遊消費總額達到約人民幣13,134億元，即於二零一九年至二零二三年間的複合年增長率為9.6%。

旅客的出境旅遊消費總額(中國)(二零一四年至二零二三年估計)



附註：中國旅客的出境旅遊消費總額包括購物、住宿、交通、餐飲及娛樂活動。

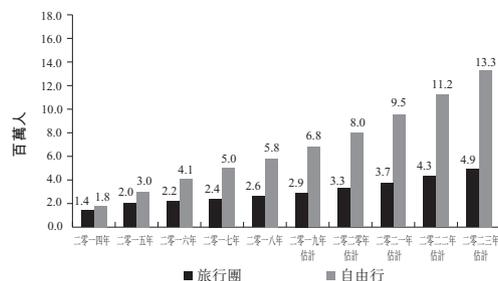
	二零一四年至 二零一八年	二零一九年估計至 二零二三年估計
複合年增長率		
旅客的出境旅遊消費總額	11.2%	9.6%

資料來源：國家旅遊局；弗若斯特沙利文分析

行業概覽

作為接近中國的一個亞洲國家，日本與中國於文化、經濟及政治方面有頻繁的交流。過去，日本憑藉其豐富的旅遊資源已成為備受中國旅客歡迎的出境旅遊目的地，包括豐富的歷史、引人入勝的自然景觀以及流行商品，如化妝品及家用電器。此外，實行刺激旅遊產業的措施（如簽證放寬政策及出境旅客豁免消費稅）不斷推動其成為日本經濟增長策略支柱。出境旅遊產業受經濟及政治因素（例如資本外流控制及雙邊關係）極大影響。於二零一四年十月及二零一五年一月，日本政府分別宣佈新的外國旅客退稅政策及對中國旅客實施簽證申請放寬政策，此等措施大大刺激了前往日本的中國旅客人數的增長。然而，二零一七年的薩德導彈事件對中國與韓國之間的關係造成一定程度的負面影響，若干由中國出境旅遊代理提供的韓國旅遊產品亦被取消。有關情況亦有可能間接影響其他短線出境旅遊目的地。受多個因素（包括自然發展以及其他經濟及政治因素）所影響，前往日本旅遊的出境旅客人數的增長率自二零一六年起開始放緩及回復至穩定水平。二零一四年至二零一八年期間，以旅行團及自由行方式前往日本旅遊的出境旅客人數迅速增長，以旅行團方式前往日本旅遊的出境旅客人數由約0.9百萬人增加至2.6百萬人，複合年增長率為15.5%，而以自由行方式前往日本旅遊的出境旅客人數由約1.8百萬人增加至5.8百萬人，複合年增長率為33.9%。展望將來，隨著於二零一九年實施對中國旅客到日本旅遊的簽證申請的放寬及二零二零年東京奧運即將來臨，以旅行團及自由行方式前往日本旅遊的出境旅客人數預期進一步增長，於二零二三年分別達到約4.9百萬人及13.3百萬人。

按類別劃分的前往日本旅遊的出境旅客人數（中國）（二零一四年至二零二三年估計）



複合年增長率	二零一四年至 二零一八年	二零一九年估計至 二零二三年估計
以旅行團方式前往日本旅遊的出境旅客人數	15.5%	13.9%
以自由行方式前往日本旅遊的出境旅客人數	33.9%	18.2%

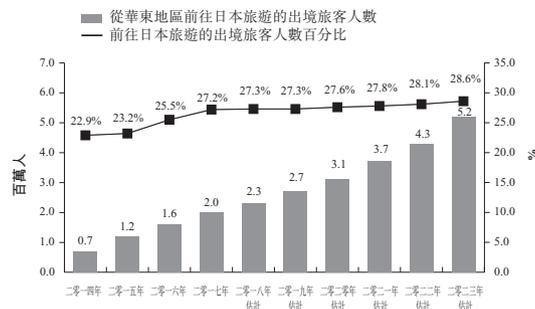
資料來源：弗若斯特沙利文分析

鑒於華東地區（指安徽、福建、江蘇、江西、山東、浙江等省份及上海）的經濟條件相對上較發達且交通便利，而且華東地區的居民可支配收入水平較高，故一直為前往日本出境旅遊的主要地區。來自華東地區的旅客主要從日本駐上海總領事館獲得日本簽證，日本駐上海總領事館主要負責居住於上海市、安徽省、浙江省、江蘇省及江西省的中國旅客的簽證申請。居住於上述地方前往日本旅遊的人士於中國所有其他地區中佔最大比例，以全球計，日本駐上海總領事館近年來發出最多日本簽證。於二零一四年至二零一八年期間，從華東地區前往日本旅遊的出境旅客人數迅速增長，由約0.7百萬人上升至2.3百萬人，佔二零一八年中國前往日本旅遊的出境旅客人數約27.3%複合年增長率為32.4%。受出境旅遊需求持續增長的帶動下，預期

行業概覽

從華東地區前往日本旅遊的出境旅客人數將達至約 5.2 百萬人，佔於二零二三年前往日本旅遊的出境旅客總數約 28.6%，二零一九年至二零二三年之間的複合年增長率 18.4%。

從華東地區前往日本旅遊的出境旅客人數（中國）（二零一四年至二零二三年估計）



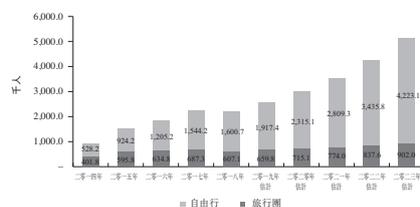
複合年增長率	二零一四年至 二零一八年	二零一九年估計至 二零二三年估計
前往日本旅遊的出境旅客人數	26.7%	17.0%
從華東地區前往日本旅遊的出境旅客人數	32.4%	18.4%

資料來源：日本國家旅遊局；弗若斯特沙利文分析

二零一八年，香港約有 1,764 家持牌旅行社，其中數家持牌旅行社佔香港旅遊市場大部分的市場份額，令香港旅遊市場形成相對集中的競爭環境。按二零一八財政年度的出境旅遊收益計，香港出境旅遊市場的五大市場參與者的市場份額約為 51.7%。

鑒於香港家庭愈來愈重視娛樂方面的生活質素，彼等願意增加出境旅遊的開支，其中旅遊業蓬勃的日本為最受歡迎的選擇。近年，日本政府積極促進其旅遊業，包括增加旅遊基建建設的預算及開發新旅遊景點（例如二零一四年於日本大阪開幕的哈利波特主題樂園）。此外，迎合香港社會急速生活節奏的網上旅遊代理為出境旅客提供全面的旅遊資訊。由於互聯網及移動互聯網在香港的滲透率持續增加，愈來愈多香港人使用網上出境旅遊服務安排短途行程（例如前往日本）。因此，由二零一四年至二零一八年期間，從香港前往日本旅遊的出境旅客人數由約 0.9 百萬人大幅增加至 2.2 百萬人，複合年增長率為 24.1%，而預期於二零二三年持續增加至 5.1 百萬人，二零一九年至二零二三年期間的複合年增長率為 18.8%。隨著從香港前往日本旅遊的出境旅客人數增加，從香港前往日本的旅客的出境旅遊消費總額亦於同期顯著增加，由二零一四年約 101 億港元增加至二零一八年約 295 億港元，複合年增長率為 30.8%，而預期於二零二三年增加至約 810 億港元，二零一九年至二零二三年之間的複合年增長率為 22.9%。

按類別劃分從香港前往日本旅遊的出境旅客人數（二零一四年至二零二三年估計）

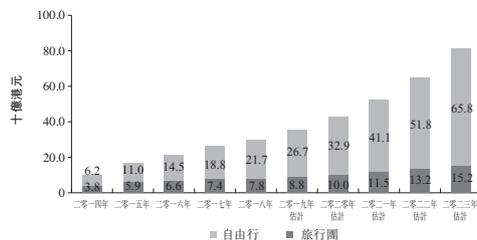


行業概覽

複合年增長率	二零一四年至 二零一八年	二零一九年估計至 二零二三年估計
從香港前往日本旅遊的出境旅客人數	24.1%	18.8%
從香港前往日本旅遊的旅行團出境旅客人數	10.9%	8.1%
從香港前往日本旅遊的自由行出境旅客人數	31.9%	21.8%

資料來源：日本國家旅遊局；弗若斯特沙利文分析

按類別劃分從香港前往日本的旅客的出境旅遊消費總額 (二零一四年至二零二三年估計)

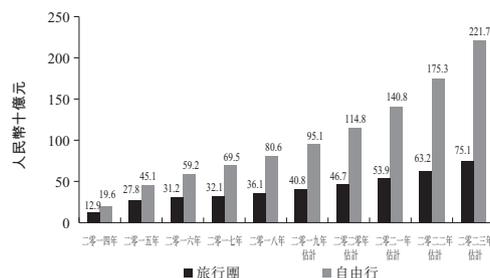


複合年增長率	二零一四年至 二零一八年	二零一九年估計至 二零二三年估計
從香港前往日本的旅客的出境旅遊消費總額	30.8%	22.9%
從香港前往日本的旅行團旅客的出境旅遊消費總額	19.2%	14.7%
從香港前往日本的自由行旅客的出境旅遊消費總額	36.7%	25.3%

資料來源：日本國家旅遊局；弗若斯特沙利文分析

於二零一四年至二零一八年期間，前往日本的中國旅客的出境旅遊消費總額亦顯著上升。以旅行團方式前往日本的旅客的出境旅遊消費總額由二零一四年約人民幣129億元上升至二零一八年約人民幣361億元，複合年增長率為29.3%。同樣，以自由行方式前往日本的旅客的出境旅遊消費總額由二零一四年約人民幣196億元上升至二零一八年約人民幣806億元，複合年增長率為42.4%。由前往日本的中國旅客人數持續增加及其強勁購買力所帶動，以旅行團及自由行方式前往日本的旅客的出境旅遊消費總額預期於二零二三年分別持續上升至約人民幣751億元及人民幣2,217億元。

按類別劃分的前往日本的旅客的出境旅遊消費總額(中國) (二零一四年至二零二三年估計)



附註：前往日本的中國旅客的出境旅遊消費總額包括購物、住宿、交通、餐飲及娛樂活動

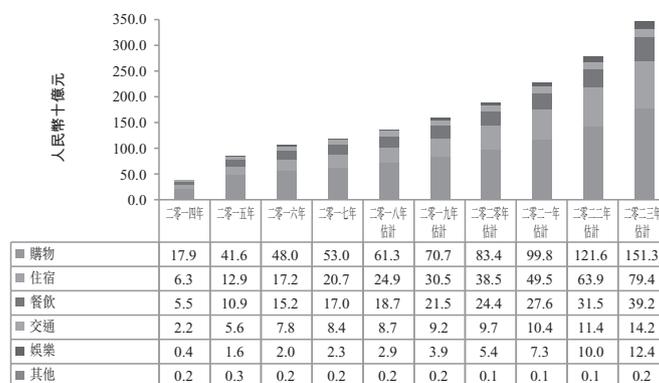
行業概覽

複合年增長率	二零一四年至 二零一八年	二零一九年估計至 二零二三年估計
以旅行團方式前往日本的旅客的 出境旅遊消費總額	29.3%	16.5%
以自由行方式前往日本的旅客的 出境旅遊消費總額	42.4%	23.5%

資料來源：弗若斯特沙利文分析

根據二零一八年前往日本的中國出境旅客的旅遊開支類別，購物消費金額最高，由二零一四年的約人民幣179億元增加至約人民幣613億元，並預計於二零二三年達到人民幣1,513億元。其他項目中，住宿及餐飲佔前往日本的旅客的旅遊開支一大部分，於二零一八年分別約為人民幣249億元及人民幣187億元。

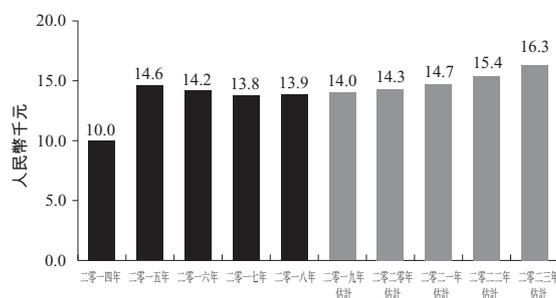
前往日本旅遊的出境旅客的消費明細(中國)(二零一四年至二零二三年估計)



資料來源：日本國家旅遊局；弗若斯特沙利文分析

總體而言，前往日本旅客的人均出境旅遊消費由二零一四年約人民幣10,000元增加至二零一八年約人民幣13,900元，複合年增長率為8.6%。受日本政府公布的旅遊刺激政策及不斷改善旅遊景點建設的推動，例如二零一四年開幕的哈利波特主題樂園等，預計娛樂旅遊消費將成為推動前往日本旅客的人均出境旅遊消費增長的主要因素，並於二零一九年至二零二三年之間進一步推動其增長。

前往日本旅客的人均出境旅遊消費(中國)(二零一四年至二零二三年估計)



附註：前往日本旅客的人均出境旅遊消費包括購物、住宿、交通、餐飲及娛樂活動

行業概覽

複合年增長率	二零一四年至	二零一九年估計至
	二零一八年	二零二三年估計
前往日本旅客的人均出境旅遊消費	8.6%	3.9%

資料來源：日本國家旅遊局；弗若斯特沙利文分析

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，二零一八年城鎮居民人均每年可支配收入達約人民幣39,300元；城鎮居民人均年消費支出達約人民幣26,100元。此外，中國的經濟增長模式已開始由投資帶動轉向消費帶動。城鎮居民顯示強勁消費力並更熱衷於旅遊。再者，預計出境旅遊消費支出日益增長可進一步帶動市場增長。

(2) 出國旅遊需求不斷增長

在城鎮居民人均可支配收入及消費支出日益增長的帶動下，越來越多人選擇出境旅遊度假。此外，過去數年出境旅客人數呈現上升趨勢，而該趨勢很可能於未來持續。再者，擁有充裕預算的人們於年假期間，在大多數情況下利用7至10日作出境旅遊。日本、韓國及泰國是出境旅遊三個最受歡迎目的地。截至二零一七年，出境旅遊的五個最受歡迎目的地包括日本及泰國。

(3) 國外旅遊景點更熱衷服務中國旅客

在中國旅客數目上升帶動下，國外旅遊景點較以前接待更多中國旅客。為滿足新顧客的訴求，當地旅遊管理部門趨向設立中文網站、增加著名旅遊勝地的中文版指南及提供迎合中國旅客喜好的旅行團。改善服務有助彼等在中國旅客之間建立口碑，協助爭取中國市場。

(4) 網上出境旅遊服務供應商提供更合理及方便的產品及服務

借助中國提倡的「互聯網+」概念浪潮，大量的市場參與者開始加入網上旅遊產業的生態系統，拓寬及令市場參與者範圍多元化擴展至互聯網集團、傳統旅行社及銳意進取的初創公司。根據中國國務院於二零一五年七月發佈的《國務院關於積極推進「互聯網+」行動的指導意見》，中國國家旅遊局於二零一五年九月發佈有關促進「互聯網+旅遊」市場的創新及基礎設施建設的實施細則。一系列利好政策出台，網上出境旅遊產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，旅客不必從老遠拜訪旅遊專家或等待其開門營業，才能制訂行程。相反，網上旅行社備有整理完善的全面旅遊資訊，只須點擊數次及輸入少量資料，便可獲得所需資訊及服務。例如，網上旅行社能夠顯示航空公司全方位資料，如起飛時間、地點及目的地、多個時間的價格以及航班所屬公司等，讓旅客可輕鬆比較航空公司及作出旅遊決定。網上旅行社提供更合理及方便的產品及服務，得以持續擴大用戶基礎。

(5) 互聯網及手機上網滲透率日益增長

由於過往十年經濟發展迅速，中國處於互聯網技術創新前沿，利用互聯網服務的大量需求並迅速應用互聯網設施，如電腦及手機。於二零一八年，中國互聯網用戶數目達到約8.125億，總人口滲透率為58.2%。此外，鑒於手機滲透率不斷上升及

行業概覽

使用便捷，手機上網的飛躍發展亦帶動網上出境旅遊產業。中國手機上網用戶人數於二零一八年已達到約7.883億，互聯網用戶的滲透率為97.0%，並預期日後會繼續上升。

主要進入門檻

(1) 領先同儕的客戶招攬能力

就出境旅遊服務供應商而言，建立龐大用戶群（主要取決於吸納用戶能力）是其成功因素之一。作為拓寬用戶群一個方式，連接多元互聯網平台及當地旅遊景點（如主題樂園）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，由於有效及高效地獲取客戶對市場參與者乃屬關鍵，有關條件不可避免對新入行者構成進入門檻。

(2) 拓寬上游資源途徑

出境旅行社處於行業價值鏈上游，發展與旅遊資源供應商多方面的廣泛及深厚的關係，是順利及準確提供服務的決定因素之一。具規模的市場參與者與航空公司、運輸公司、酒店、當地旅遊管理機構及發出簽證組織建立了多種深厚連繫，能夠以高成本效益提供豐富產品及服務，以更好滿足客戶需要。例如，對旅行社而言，與當地零售商店擁有深厚的聯繫至為重要，因為旅行社一般能夠透過收取由第三方營運的免稅店及其他零售店支付的佣金而獲得大量毛利。此項能力需要長時間積累及付出努力，其會對新市場參與者形成進入門檻。

(3) 獲取經營許可證

中國法例規定，出境旅行社必須取得經營許可證才能進行出境旅遊業務。申請經營許可證的出境旅行社需要具備兩年以上的旅遊業務經驗，且未有因侵犯客戶權利而受到處罰。此外，出境旅行社需要額外準備按金予日本總領事館。另一方面，出境旅遊服務商也需要獲得一些國家使館的批准才能參與簽證申請業務，這對新的市場參與者構成了進入門檻。

(4) 充裕資金支持

由於加入出境旅遊市場的市場參與者日益增加，取得充裕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，旅行社在開業前需要大量資金投資以建立下游銷售網絡，包括開設分行及維持網上平台、客戶服務系統及提供用戶補助以佔據較大市場份額等。所需大量資本使新市場參與者難以在競爭市場中佔一席位。

市場趨勢

(1) 旅行團趨向升級，網上消費融資進一步刺激海外旅遊業

由於更多旅行社開始提供高級旅行團服務，旅客對參加旅行團更感興趣。客戶在海外的時候可能會遇到語言障礙及文化衝擊，因此令彼等選擇旅行團而非自由行。旅行團服務包括住宿、交通、導賞、代辦簽證等，簡化了到外國旅行的準備工作。隨著不同旅行目的地的選擇增加及於旅行期間所提供的不同選擇的服務，主辦旅行團的旅行社設法滿足更多客戶的要求。此外，旅行社開始分派具備足夠文化背景、精通語言、並經過足夠訓練的導遊，以便彼等能夠提供更好的用戶體驗。此外，隨著網上消費融資服務的發展，消費者可以通過分期付款及消費貸款來支付旅行費用，這進一步刺激國際旅行的需求。

行業概覽

(2) 來自三線及四線城市的需求增加

大部分來自三、四線城市的客戶只有很少出國旅行的經驗。隨著人均可支配收入的增加及旅行社進行的宣傳，來自三、四線城市並準備首次出國旅遊的客戶數目越來越多。由於彼等的出國旅行經驗不多，並且可能遇到文化衝擊，彼等傾向於選擇標準化的旅遊產品，該等旅遊產品價格遠低於定制的旅遊服務。另一方面，相比起來自三、四線城市的客戶，來自一、二線城市的客戶有相對大部分曾到海外旅遊。彼等傾向對目的地更精挑細選，並選擇購買定制的旅遊服務。

(3) 客戶購買旅遊服務的行為從線下轉向線上，從電腦轉向手機

客戶傾向於使用網上旅行社預訂住宿、交通甚至旅行團。購買習慣經歷從線下轉到線上的巨大變化。大部分客戶傾向於通過網上平台搜尋旅遊信息，其他旅客分享的資料及經驗是彼等購買其旅遊服務的關鍵。中國的網上旅遊資訊分享平台及社區馬蜂窩開始推出旅遊服務超市。未來，旅遊服務供應商的網站可能是兩者的結合。由於大多數旅客通過社交媒體分享其旅遊體驗，隨著移動互聯網及網上第三方支付日益普及，購買習慣正在發展一個新的趨勢。服務供應商已提升手機網上購買服務以適應新的常態。

隨著網上旅遊服務發展，提供了大量的標準旅遊產品如機票及入場門票，而線下旅遊服務則傾向注重個人化旅遊產品。憑藉與客戶互動的優勢，設立實體辦公室對提升品牌形象及更全面及深刻地了解其客戶的喜好及需要尤為重要。另外，中國及香港仍有若干部份客戶群偏好於旅行社實體辦公室購買旅遊產品及／或獲取旅遊資訊。因此，旅行社透過設立網上及線下渠道拓展其業務及促進業務經營日趨普遍，此舉讓旅行社豐富客戶體驗並更好的迎合客戶的特定需要及需求。

中國出境旅遊市場的競爭格局

雖然出境旅行社的門檻比傳統旅行社的門檻相對較高，惟中國出境旅遊市場十分分散，而且競爭激烈。截至二零一八年底，中國有超過29,000家持牌旅行社及4,500家出境旅行社。五大持牌出境旅行社收益佔二零一八年中國出境旅行社的總收益約18.8%。考慮到出境旅遊產業本質上為勞動密集型，且各地旅客的習慣及偏好多元化，出境旅行社分佈不同地方。由於日本已成為最受中國旅客歡迎的五大出境旅遊目的地之一，而且與日本相關的旅遊產品及服務需求持續增加，因此有關日本的旅行團是大多數領先出境旅行社最重要的業務之一。與組織前往日本旅遊的旅客人數一致，由出境旅行社辦理的日本簽證申請數目已成為衡量其綜合經營規模及旅遊資源整合能力的可靠基準。安徽、浙江、江蘇及江西省以及上海共有202家出境旅行社獲得日本駐上海總領事館批准辦理日本簽證申請，審批資格要求十分高，包括通過日本駐上海總領事館的面試。

於二零一八財政年度，日本駐上海總領事館向中國旅客簽發了約2.1百萬張日本簽證，佔全球日本總領事館所發出的日本簽證數目的最大比例。安徽、浙江、江蘇

行業概覽

及江西省以及上海五大出境旅行社佔日本駐上海總領事館二零一八財政年度日本簽證申請數目約25.6%。

二零一八年，途屹控股有限公司發出約113,000份日本簽證申請，該公司於日本駐上海總領事館二零一八財政年度發出日本簽證申請數量排名第二，佔總市場份額約5.3%。

隨著中國旅客到日本出境旅遊更為普及，華東出境旅行社來自日本出境旅遊（預訂業務除外）的收益近年來穩步增長。於二零一八財政年度，五大華東出境旅行社來自日本出境旅遊的總收益約為人民幣32億元，佔華東出境旅行社的日本旅遊總收益約29.0%。

華東的中國出境旅遊服務公司的競爭格局（按二零一八財政年度前往日本出境旅遊收益計）**

排名	公司	所在地	二零一七財政年度前往日本出境旅遊收益 (百萬元)	市場份額
1	E	上海	~ 980	~ 8.9%
2	F	上海	~ 930	~ 8.5%
3	G	上海	~ 770	~ 7.0%
4	H	上海	~ 380	~ 3.5%
5	本公司	杭州	~ 127	~ 1.2%

附註：

** 華東包括安徽、福建、江蘇、江西、山東、浙江及上海

資料來源：弗若斯特沙利文

日本當地遊概覽

香港及中國的本地旅行社主要於香港及中國提供旅行社服務，其中只有少數旅行社於日本設立附屬公司，以協助管理日本的旅遊業務。於二零一八年年尾有分別少於二十間及少於五間於日本設立附屬公司的中國及香港旅行社。由於近年中國及香港旅客到日本自由行持續有可觀增長，因其靈活性及便利，日本當地遊面臨更廣泛的需求。因此，預期中國及香港旅客對日本當地遊產品的需求將持續增加。在香港，大多數旅行社提供的旅遊產品有多個目的地，包括但不限於中國大陸、東南亞及美國等。很少有旅遊社僅專注於一個旅遊目的地。香港中國旅行社有限公司主要為中國大陸提供旅遊服務。東瀛遊控股有限公司及縱橫遊控股有限公司為兩家上市的香港旅遊公司，主要提供與日本有關的旅遊產品，而兩者均透過前往日本的旅行團，產生了超過一半的旅行團收入。作為亞洲發達國家之一，亦是中國及香港的鄰國，日本是中國及香港遊客最受歡迎的出境旅遊目的地之一，其旅遊人數及旅遊消費量於過去數年均迅速增長。透過將資源集中在日本旅遊產品上，旅行社能夠受惠於日本的繁榮及其不斷增長的旅遊需求，以及因短途通勤及長期東方文化交流而帶來更有效率的資源整合及業務合作。

對於那些在日本沒有附屬公司的當地旅行社及／或當地遊供應商而言，彼等更難與日本的當地旅遊服務供應商直接建立業務關係。相反，彼等需要將其旅遊業務分包予日本的第三方地接旅行社。根據行業的慣常做法，日本公司更願意與當地公司進行磋商及合作，因為彼等相信如果交易對方亦是日本實體，彼等的權利會受到日本法律更好的保障。為向彼等的客戶提供當地遊，該等本地旅行社或服務提

行業概覽

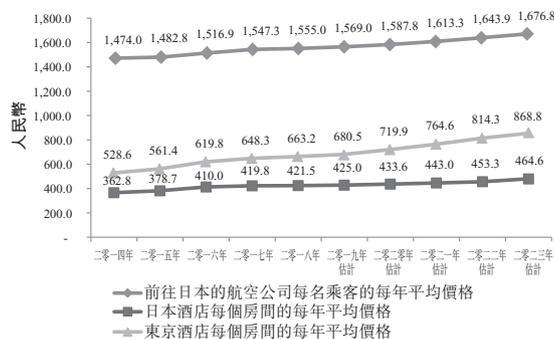
供者或須與日本不同的第三方磋商或聯絡，包括當地的旅遊巴士公司、地接旅行社及／或翻譯員。由於多個獨立於彼此的第三方可能參與經營當地遊，當地遊的質量控制亦較難管理。因此，由香港及中國本地旅行社開發及運營的當地遊產品數量不多。透過在日本擁有自己的附屬公司，當地旅行社能夠與日本的第三方實時進行面對面的溝通及聯絡，從而大大提高了彼等的營運成效及效率，特別是在旅遊旺季或緊急情況下（如自然災害）。

主要旅遊成本元素的價格趨勢

機票及酒店住宿為兩項主要旅遊成本元素。於二零一八年，前往日本的航空公司每名乘客的每年平均價格約為人民幣1,555.0元，而日本酒店每個房間的每年平均價格約為人民幣421.5元。機票平均價格與國際油價及航空公司供需密切相關，而酒店住宿的平均價格一般受當地酒店的供需影響。受旅客將於二零二零年東京奧運會湧入所帶動，機票及酒店住宿的價格趨勢預期於二零二零年有所上升。於二零一八年，東京酒店每個房間的每年平均價格為約人民幣663.2元，並預計於二零二三年之前將達至約人民幣868.8元，二零一九年至二零二三年複合年增長率為6.3%。

日本的住宿設施可廣泛分為酒店、傳統旅店、家庭式經營民宿、寄宿旅店及會員制度假俱樂部。酒店是日本最受旅客歡迎的住宿選擇。受前往日本的出境旅客數目增長所帶動，日本市場的酒店數目出現穩定增長，由二零一四年約1.5百萬間增加至二零一八年的1.8百萬間，複合年增長率為5.4%。在可見未來，隨著奧運會將於二零二零年在東京舉行，出境旅客數目將出現明顯增幅，並增加對日本的酒店住宿的需求。因此，日本的酒店數目預期到二零二三年將上升至約2.6百萬間。另一方面，日本的酒店有高入住率，於二零一八年約達83.73%，高於中國、韓國及泰國。東京酒店的入住年平均房價較高，於二零一八年達至約85.7%，並預計於二零二三前將達至約87.0%。有關優勢亦吸引投資日本（尤其是東京）的酒店建設及經營。

前往日本的旅行團的酒店及機票價格趨勢（中國）（二零一四年至二零二三年估計）



複合年增長率	二零一四年至二零一八年	二零一九年估計至二零二三年估計
前往日本的航空公司每名乘客的每年平均價格	1.3%	1.7%
日本酒店每個房間的每年平均價格	3.8%	2.3%
東京酒店每個房間的每年平均價格	5.8%	6.3%

資料來源：弗若斯特沙利文分析