

行業概覽

除另有指示外，本節所載資料來自多份政府及官方刊物、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。

我們相信，資料來源乃適當來源，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在任何重大方面為虛假或具誤導性，或遺漏任何事實而令該等資料在任何重大方面為虛假或具誤導性。董事經作出合理查詢及採取合理謹慎措施後確認，自弗若斯特沙利文報告或任何其他報告刊發日期起，市場資料並無不利變動而可能改變、反駁本節資料或對其產生影響。我們、[編纂]、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或我們或彼等各自的董事、高級管理層、代表或參與[編纂]的任何其他人士並無獨立核實該等資料，且並無就其準確性或完整性作出任何聲明。有關資料及統計數字未必與中國境內或境外所編製的其他資料及統計數字一致。因此，閣下不應過份倚賴該等資料。

資料來源

我們已委託獨立市場研究及顧問公司弗若斯特沙利文對中國在線旅遊行業及智能電子導覽服務行業進行分析及報告。弗若斯特沙利文於一九六一年在紐約創立，是一家獨立全球顧問公司。弗若斯特沙利文提供行業研究及市場策略，並提供增長諮詢及企業培訓，於中國涉足的行業包括批發及零售貿易、旅遊、消費品、汽車及運輸、化工、物料及食品、商用航空、能源及電力系統、環境及建造技術、保健、工業自動化及電子、工業及機械，以及技術、媒體及電訊。我們就委託弗若斯特沙利文支付的總費用為人民幣720,000元。我們認為，支付有關款項不會影響弗若斯特沙利文報告的結論的公平性。

弗若斯特沙利文報告

本公司已將弗若斯特沙利文報告若干資料載入本文件，原因是董事相信有關資料有助潛在[編纂]了解有關市場。弗若斯特沙利文報告的市場研究過程通過詳盡的一手研究（當中涉及與業內領先公司及行業專家對旅遊行業及在線智能電子導覽服務行業狀況的討論）及二手研究（當中涉及審閱公司報告、獨立研究報告及基於弗若斯特沙利文自有的研究數據庫的數據）進行。

弗若斯特沙利文報告所載分析及預測乃基於下列編製報告時的主要假設而作出：(i)中國經濟在未來十年很可能保持穩定增長；(ii)中國的社會、經濟及政治環境在預測期間很可能維持穩定；及(iii)可支配收入及旅遊開支增加、移動互聯網及線上旅遊服務普及、追求自助及深度的旅遊體驗、政府扶持等市場推動力將繼續為影響中國智能電子導覽服務市場增長的因素。

行業概覽

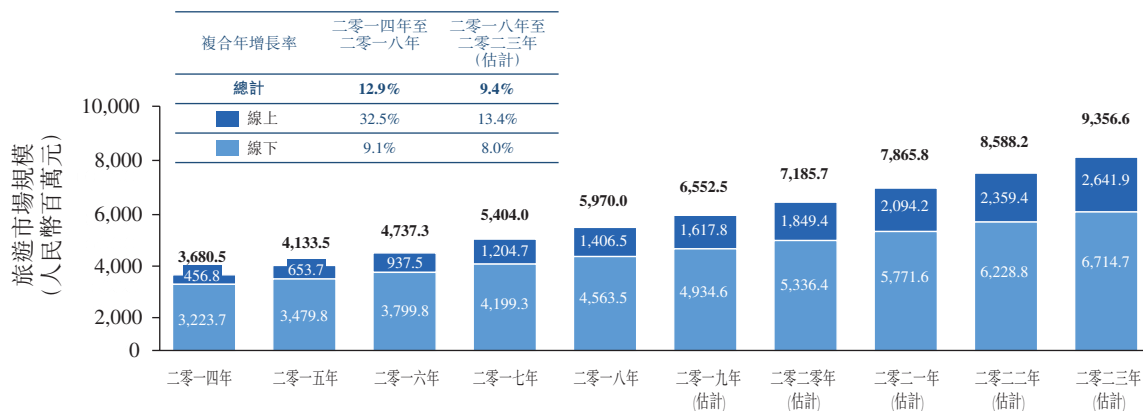
中國旅遊市場概覽

中國旅遊市場的市場規模及增長

由於中國人均可支配收入日增及強大的旅遊需求，國內遊客的旅遊次數急增，有利中國旅遊市場穩定增長。旅遊指為各種目的之旅行，包括但不限於休閒、商務、探訪親友、保健及其他目的。

近年來，中國已成為世界上最大的旅遊市場之一以及世界上最大的遊客目的地之一，入境遊客及出境遊客均大幅增加。下表載列中國旅遊市場於所示年度的市場規模：

旅遊市場規模（中國），二零一四年至二零二三年（估計）



附註：

1. 交易額用於在線零售，以顯示透過特定市場出售的商品的總銷售價值。收益為自其日常業務活動（通常來自向客戶銷售貨品及服務）取得的業務會計處理的收入。
2. 中國線下旅遊市場的收入包含在中國產生的收入，包括國內旅遊（即中國遊客境內旅遊）和入境旅遊（即海外遊客中國境內旅遊）產生的收入，但不包括出境旅遊（即中國遊客海外旅遊）產生的收入。
3. 中國在線旅遊市場的交易額包括在中國產生的交易的交易額，包括自國內旅遊及出境旅遊產生的交易額，但不包括入境旅遊產生的銷售額。

資料來源：世界旅遊及旅行理事會、文化和旅遊部、弗若斯特沙利文

在(i)近年來中國經濟不斷增長，(ii)多樣化旅遊產品及服務類別的發展，(iii)移動互聯網及在線旅遊服務的普及，(iv)交通基礎設施的改善，及(v)「全域旅遊」概念的推出和普及（其要求以整合所有旅遊相關資源的方式建設經營旅遊景區）的推動下，中國旅遊市場按收益計可見及預期會繼續出現穩定增長。中國旅遊市場的總規模由二零一四年的約人民幣36,805億元增至二零一八年的約人民幣59,700億元，複合年增長率為12.9%，我們亦預計中國旅遊市場的總收益將增長至二零二三年的約人民幣93,566億元，自二零一八年起計的複合年增長率為9.4%。

行業概覽

中國旅遊市場包括在線旅遊及線下旅遊市場。由於移動互聯網及在線旅遊服務的普及，中國在線旅遊市場的交易額由二零一四年的約人民幣4,568億元增加至二零一八年的人民幣14,065億元，複合年增長率為32.5%。預期中國在線旅遊市場的交易額於二零二三年將達到人民幣26,419億元，二零一八年至二零二三年的複合年增長率為13.4%。

按運營商類型劃分，中國的在線旅遊市場可細分為在線旅遊平台及直接擁有的在線預訂平台。按產品及服務劃分，該市場可細分為票務服務、住宿預訂服務、旅遊套票預訂服務、旅遊景區線上服務等。

中國在線旅遊市場的競爭格局

中國的在線旅遊市場高度集中。以二零一八年的交易額計，五大在線旅遊平台合共佔中國在線旅遊市場的82.0%。下表載列主要市場參與者所佔市場份額：

五大在線旅遊平台的排名及市場份額（中國），二零一八年

排名	在線旅遊平台集團	總交易額 (人民幣十億元)	市場份額(%)
1	A集團	725.0	51.5%
2	B集團	200.0	14.2%
3	C集團	131.5	9.3%
4	D集團	65.5	4.7%
5	E集團	31.3	2.2%
	五大	1,153.3	82.0%
	總計	1,406.5	100.0%

資料來源：弗若斯特沙利文

中國旅遊景區概覽

旅遊景區的定義及細分

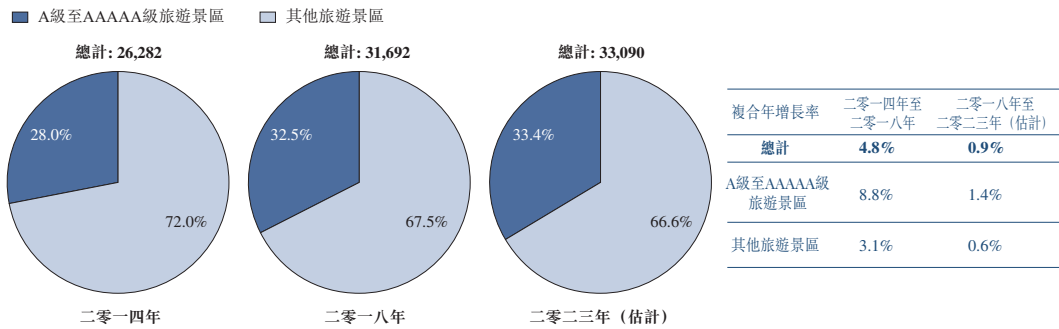
旅遊景區指遊客通常為其自然或文化價值、富有歷史意義、休閒娛樂而參觀遊覽的景區。根據《旅遊景區品質等級的劃分與評定》，中國的旅遊景區可根據景區的自然而文化價值、獨特性及公眾認可度、年遊客量、交通便利性、導遊服務質素等各項因素分為A級至AAAAA級（AAAAA級為文化和旅遊部所用評級分類中的最高等級）。

旅遊景區的市場規模及增長

中國的旅遊景區主要包括博物館、寺廟、度假村、自然保護區、主題公園、森林公園、地質公園、遊樂園、動物園、植物園等。中國的旅遊景區總數由截至二零一四年底約26,282個增至截至二零一八年底約31,692個，複合年增長率為4.8%。隨著國內旅遊頻率增加及旅遊景區持續發展，中國的旅遊景區數目預期將進一步增加至截至二零二三年的約33,090個，二零一八年至二零二三年的複合年增長率為0.9%。

行業概覽

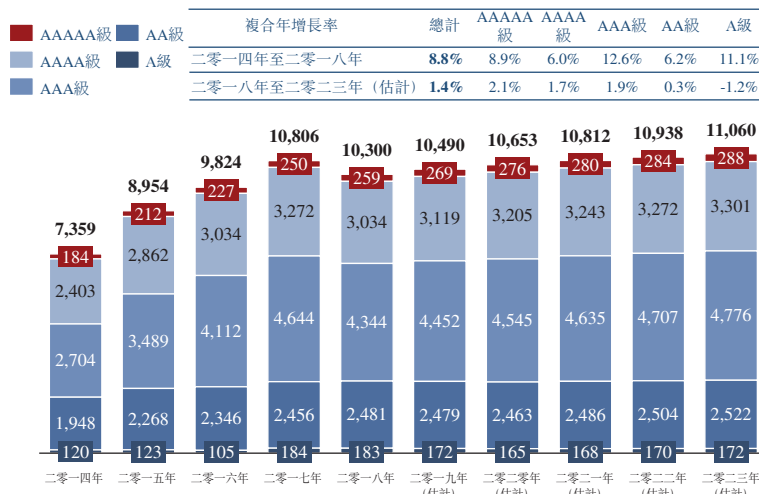
旅遊景區數目（中國）



資料來源：旅遊和文化部、弗若斯特沙利文

A級至AAAA級旅遊景區的數量佔中國的旅遊景區總數的32.5%。截至二零一八年底，A級至AAAA級旅遊景區數目總計達約10,300個，並預期截至二零二三年底將增至11,060個，二零一八年至二零二三年的複合年增長率為1.4%。截至二零一八年底，AAAA級及AAA級旅遊景區的數目分別為259個及3,034個，並預期截至二零二三年底將進一步增至288個及3,301個，自二零一八年起計的複合年增長率分別為2.1%及1.7%。

A級及以上旅遊景區數目（中國），二零一四年至二零二三年（估計）



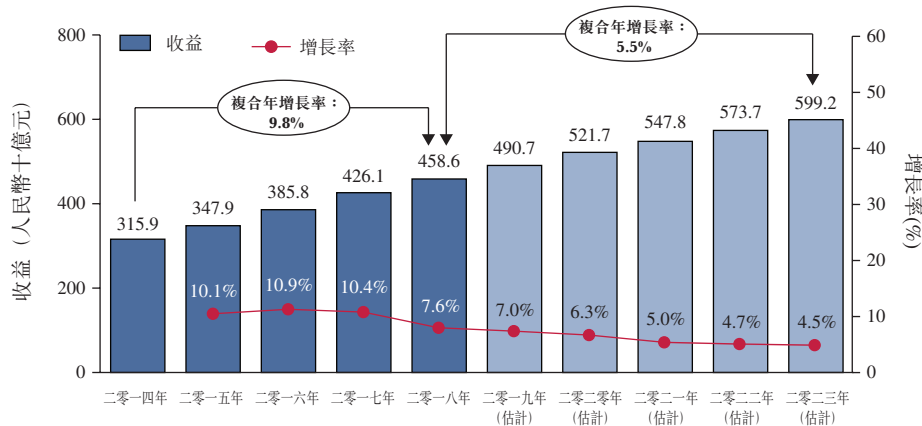
資料來源：文化和旅遊部、弗若斯特沙利文

根據文化和旅遊部的數據，A級至AAAA級旅遊景區二零一八年的到訪遊客人數約為6,215.5百萬人，並估計二零二三年將達到約10,608.4百萬人，自二零一八年起計的複合年增長率為11.3%。受益於人均可支配收入增加、不斷優化景區的旅遊環境及設施，以及門票價格下降等因素，預期到訪中國A級至AAAA級旅遊景區的遊客總數會進一步增長。

行業概覽

於二零一四年至二零一八年，中國A級至AAAAA級旅遊景區的收益及質量亦有所提升。根據文化和旅遊部的資料，中國A級至AAAAA級旅遊景區於二零一八年的總收益約為人民幣4,586億元，二零一四年至二零一八年的複合年增長率為9.8%。預期中國A級至AAAAA級旅遊景區的收益將穩定增長，二零二三年將達到約人民幣5,992億元，自二零一八年起計的複合年增長率為5.5%，主要受到訪A級至AAAAA級旅遊景區的遊客數目不斷增加推動。

A級至AAAAA級旅遊景區的收益（中國），二零一四年至二零二三年（估計）

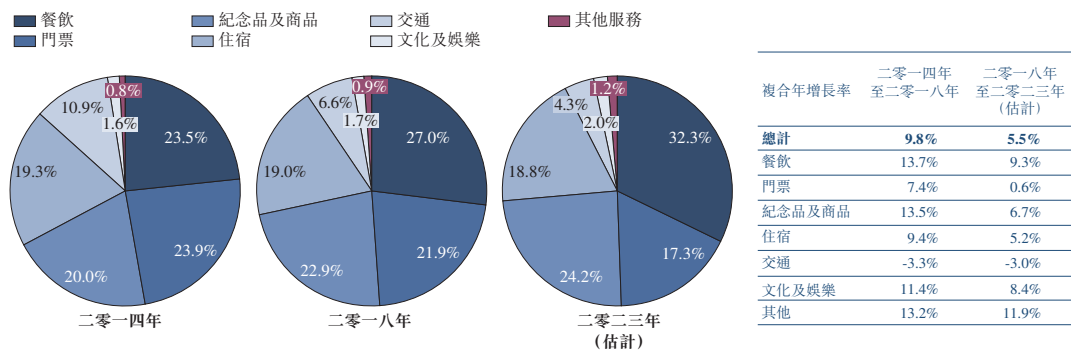


資料來源：文化和旅遊部、弗若斯特沙利文

中國A級至AAAAA級旅遊景區的收益可以按產品及服務細分，主要包括門票、餐飲、紀念品及商品、住宿、交通、文化及娛樂以及其他服務。

餐飲、門票以及紀念品及商品所得的收益貢獻中國A級至AAAAA級旅遊景區總收益的大部分。儘管貢獻較小，但文化及娛樂以及其他服務的收益亦呈現迅速增長。中國A級至AAAAA級旅遊景區的其他服務主要包括電子導覽服務、停車服務、攝影服務等。受遊客的多元化需求不斷增加及對旅遊體驗的期望更高推動，其他服務佔中國A級至AAAAA級旅遊景區的總收益比例不斷上升，預計將由二零一四年的0.8%進一步升至二零二三年的1.2%。

A級至AAAAA級旅遊景區按產品及服務劃分的收益（中國）

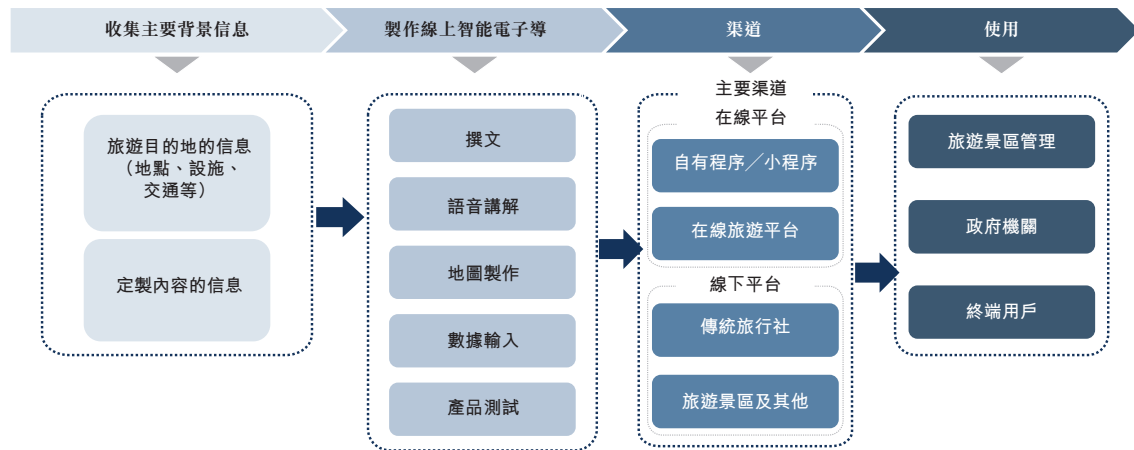


資料來源：文化和旅遊部、弗若斯特沙利文

行業概覽

中國智能電子導覽服務市場概覽

智能電子導覽的價值鏈



資料來源：弗若斯特沙利文

智能電子導覽市場的定義及細分

電子導覽服務在「A級至AAAAA級旅遊景區按產品及服務劃分的收益（中國）」餅形圖表內屬於其他服務類別，是旅遊景區、旅遊代理或其他各方提供的主要服務之一。導覽主要可分為智能電子導覽、語音講解器以及傳統導遊。特別是，智能電子導覽是作為新興電子導覽服務的在線旅遊市場一部分。

智能電子導覽是一種增強遊客或終端用戶體驗的在線現代及互動移動解決方案。智能電子導覽可通過一台設備提供多種功能，包括語音說明、藝術品描述、在線導航、位置追蹤及其他功能，與語音講解器或傳統導遊相比更加方便。中國的智能電子導覽市場仍處於初期階段，有望大幅取代傳統的語音講解器，並在一定程度上取代導遊人員。

語音講解器是在旅遊景區內一般通過手持及耳機設備提供錄製解說的一種自助設備。遊客在使用前通常需要支付按金，且旅遊景區需配備相關人員簡單教電子導覽客設備的正確使用方法。

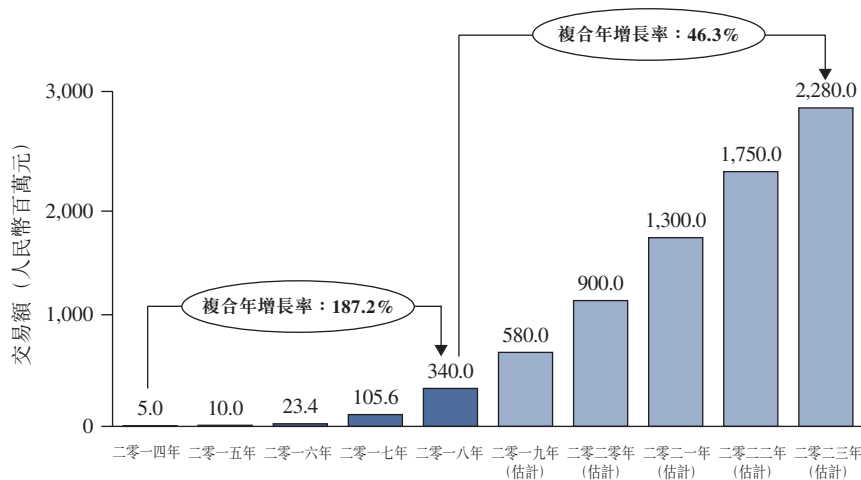
傳統導遊是在教育機構、宗教和歷史遺址、博物館或其他有重大意義的場所，向個人客戶或團體提供幫助有關文化、歷史及當代遺產資訊的人員。根據《旅遊景區品質等級的劃分與評定》，對中國旅遊景區的評估應考慮到導覽服務的質量，所有導遊都應該有合格的證書。

智能電子導覽市場的市場規模及增長

由於移動互聯網的日漸普及和在線旅遊市場的快速發展，遊客越來越喜歡智能電子導覽，特別是那些追求自助及深度旅遊體驗的遊客。因此，中國的智能電子導覽市場屬於一個潛力大及增長率高的新興市場。自二零一四年以來，市場上出現大批參與者。

行業概覽

智能電子導覽服務市場的交易額（中國），二零一四年至二零二三年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

受自助旅遊受到青睞、互聯網科技的增長及政府政策的強大支持推動，智能電子導覽服務的滲透率將逐漸增加，並會受益於與在線旅遊平台及旅遊景區的合作加強，越來越多遊客傾向使用智能電子導覽代替傳統電子導覽。預期中國智能電子導覽服務市場的交易額會由二零一八年的約人民幣340.0百萬元增至二零二三年的人民幣2,280.0百萬元，複合年增長率為46.3%。

智能電子導覽市場的主要增長動力

中國智能電子導覽服務市場的增長主要受以下因素驅動，其中包括：

可支配收入及旅遊開支增加

近年來，中國人均旅遊開支已實現兩位數增長，佔二零一八年人均家庭總開支的21.6%，且預期至二零二三年將增至人民幣7,203元，自二零一八年起計的複合年增長率為11.0%，及於二零二三年佔人均家庭總開支的24.5%。預期中國消費者更強的消費力及更大的旅遊需求將進一步推動市場增長。

移動互聯網及在線旅遊服務普及

隨著互聯網及移動互聯網的滲透率不斷提高，在線旅遊代理提供的在線旅遊產品及服務日益受中國遊客歡迎。由於互聯網基礎設施的快速發展及技術升級，截至二零一八年十二月三十一日，移動互聯網用戶人數約達817.0百萬人，佔中國總人口一半以上，推動了在線旅遊服務的進一步增長。在線旅遊代理的出現以更加便捷高效的方式為遊客提供包括旅遊景區的門票及智能電子導覽服務的旅遊產品、服務及信息。

追求自助及深度旅遊體驗

隨著對個性化及深入旅遊體驗的需求不斷增加，令客戶對旅遊產品及服務的偏好更為多樣化。例如，電子導覽服務在旅遊景區及城市觀光中發揮重要作用，為遊客提供深入的歷史、文化及地理背景的信息。對個性化及深入旅遊體驗日益增長的偏好預期會令電子導覽服務中產品和服務的質量和多樣性全面提升，因此有利於智能電子導覽服務市場。

行業概覽

出境旅遊業的增長

由於中國出境旅遊市場的快速發展，中國的一些智能電子導覽服務供應商開始為海外市場提供智能電子導覽服務，以吸引及留住用戶，從而保持其在市場上的競爭力。

政府支持

根據國務院頒佈的《「十三五」旅遊業發展規劃》，隨著旅遊業成為中國戰略性行業的支柱之一，中國將進一步改善旅遊市場。旅遊業的創新有望為人們提供高質及專業的選擇，這為智能電子導覽服務提供新型旅遊景區及潛在市場。此外，預期信息基礎設施發展亦將獲改善及加強，包括於二零二零年之前AAAA級以上旅遊景區實現免費Wi-Fi、智能電子導覽、語音講解器、在線預訂及信息推送等全覆蓋，鼓勵在不久將來在全國開發智能電子導覽服務市場。

中國智能電子導覽市場的競爭格局

中國的智能電子導覽市場高度集中，以二零一八年的交易額計，五大智能電子導覽服務提供商合共佔91.9%。此外，智能電子導覽服務供應商在電子導覽市場的競爭對手亦包括語音講解器及電子導覽人員。隨著智能電子導覽的快速發展，有望逐步大幅取代傳統的語音講解器，並在一定程度上替代傳統導遊的工作量。

按二零一八年交易額計，本集團是中國最大的智能電子導覽供應商，市場份額為86.2%。截至二零一八年十二月三十一日，按二零一八年在中國覆蓋的旅遊景區數量計，本集團亦是中國最大的在線智能電子導覽供應商。截至二零一八年十二月三十一日，本集團覆蓋中國251個AAAAA級及1,702個AAAA級旅遊景區，相當於中國所有AAAAA級旅遊景區的96.9%及所有AAAA級旅遊景區的56.1%。下表列示市場主要參與者的市場份額。

五大智能電子導覽服務提供商（中國）的排名及市場份額，二零一八年

排名	智能電子導覽服務提供商	交易額 (人民幣百萬元)	市場份額 (%)
1	本集團	293.1	86.2%
2	公司A	10.0	2.9%
3	公司B	4.8	1.4%
4	公司C	3.0	0.9%
5	公司D	1.8	0.5%
	五大	312.7	91.9%
	總計	340.0	100.0%

附註：本集團的交易額乃根據截至二零一八年十二月三十一日止年度的收入。

公司A，位於廣州，透過其本身的APP及與在線旅遊平台合作提供智能電子導覽服務，包括手繪地圖、畫外音解說及人工智能圖像識別等。

公司B，位於上海，透過其本身的APP及與在線旅遊平台合作提供智能電子導覽服務，如畫外音解說。

行業概覽

公司C，位於武漢，透過與在線旅遊平台合作及其本身的APP提供智能電子導覽服務，包括手繪地圖、畫外音解說及其他相關服務。

公司D，位於北京，透過其本身的APP及與在線旅遊平台合作提供智能電子導覽服務，包括手繪地圖、畫外音解說及其他相關服務。

資料來源：弗若斯特沙利文

中國智能電子導覽市場的准入門檻

中國的AAAA級及AAAAA級旅遊景區的數量有限，故不大可能由一處旅遊景區管理部門指定多個在線智能電子導覽供應商。因此，倘一家公司已覆蓋了中國大部分AAAA級和AAAAA級旅遊景區，則其他在線智能電子導覽供應商可能難以進入該市場。

品牌知名度

品牌知名度影響用戶選擇智能電子導覽服務，終端用戶可能會偏好具備多種功能且涵蓋廣泛的旅遊景區的著名品牌。成功推廣品牌名稱在很大程度上取決於（其中包括）智能電子導覽服務的質量及多樣化、與市場領先的在線旅遊平台的關係、所覆蓋的中國及海外旅遊景區、營銷策略及定價等因素。智能電子導覽服務市場的新進入者在業內及終端用戶中信譽不高或尚未建立信譽，需要花費時間及投入成本來建立信譽及品牌。

旅遊景區覆蓋範圍

領先智能電子導覽提供商已研究並覆蓋許多，對電子導覽服務的需求很大的國內遊客及部分海外遊客。目前，A級至AAAAA級旅遊景區的數量是有限的，且一個旅遊景區不太可能擁有多於一個智能電子導覽服務供應商。因此，新進入者需要一定的時間來覆蓋著名景區並進行研發。

與下遊市場合作

現有智能電子導覽提供商已與市場領先的在線旅遊平台建立合作關係，甚至可能已與部分在線旅遊平台訂立獨家合作協議。與在線旅遊平台合作有助智能電子導覽服務供應商獲取更多終端用戶，亦有助提升該等供應商的知名度。透過在線旅遊平台購買及使用智能電子導覽服務的用戶亦可下載電子導覽提供商的自有應用程序。另一方面，新進入者需要對業務發展及研發進行投入，有關成本對與在線旅遊平台建立聯繫並最終獲取終端用戶實屬必要。

技術壁壘

流暢的智能電子導覽平台是一個重要的技術壁壘，有關技術包括可在任何操作系統上迅速打開及連續運行而不會當機的手繪地圖。此外，先進技術亦包括用戶數據收集及分析功能，新進入者需要投入資金及時間來執行。

行業概覽

智能電子導覽服務市場的未來趨勢

應用先進技術

借助互聯網接入及技術，在智能電子導覽服務市場應用大數據、人工智能等各種最新技術是一個自然發展，會使我們可以更瞭解遊客的喜好，能夠及時提供定製信息。

旅遊消費正變得更多樣化，包括家庭旅遊、自助遊、需要高質量服務的高端旅遊以及提供獨特體驗的休閒旅遊。現代技術的應用將調整旅遊服務模式，以應對遊客不斷變化的習慣及對詳細旅遊服務及產品不斷增長的需求。

推動智能旅遊

國家旅遊局已發佈有關智能旅遊的《「十三五」旅遊業發展規劃》，其中指出中國所有AAAA級及AAAAA級旅遊景區於二零二零年之前均能夠為所有遊客提供在線預訂服務、電子導覽及免費Wi-Fi。數字技術將獲採用以改善遊客體驗，其涉及從智能酒店通過移動設備提供入住手續辦理到實時收集旅遊數據，以定製個性化酒店或觀光服務。

該規劃為在線旅遊市場及智能電子導覽服務市場提供了潛在的發展機會，有望推動中國成為國內外遊客的旅遊勝地。

對個性化服務不斷增長的偏好

消費者更願意在旅遊及休閒活動方面進行消費並尋求獨特及個性化的旅遊體驗。中國遊客越來越喜歡前往偏遠的旅遊景區，該等旅遊景區不容易到達且到訪人數較少。智能電子導覽服務在尚未發展完善且並無必要輔助及配套設施的旅遊景區對遊客特別有價值。

出境遊增長

除境內遊火爆外，中國遊客對出境遊熱情日益高漲。出境遊旅遊頻率略高於境內遊。出境遊市場收益由二零一四年的人民幣5,524億元增至二零一八年的人民幣8,776億元，複合年增長率為12.3%，預期將以8.4%的複合年增長率增長，至二零二三年達人民幣13,158億元，主要是由於(i)可支配收入增長，(ii)出境遊人次增長，(iii)互聯網及移動網絡不斷加大滲透，及(iv)簽證政策放寬。由於中國出境遊市場發展迅速，若干智能電子導覽服務供應商開始向海外市場提供智能電子導覽服務，以吸引及挽留用戶。