

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獨立第三方編製的市場研究報告（「弗若斯特沙利文報告」）。

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]、[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（除弗若斯特沙利文外）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在線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]了解有關行業。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、移動互聯網及在線旅遊服務普及、追求自助及深度的旅遊體驗，以及政府扶持等市場推動力將繼續為影響中國在線電子導覽服務市場增長的因素。

行業概覽

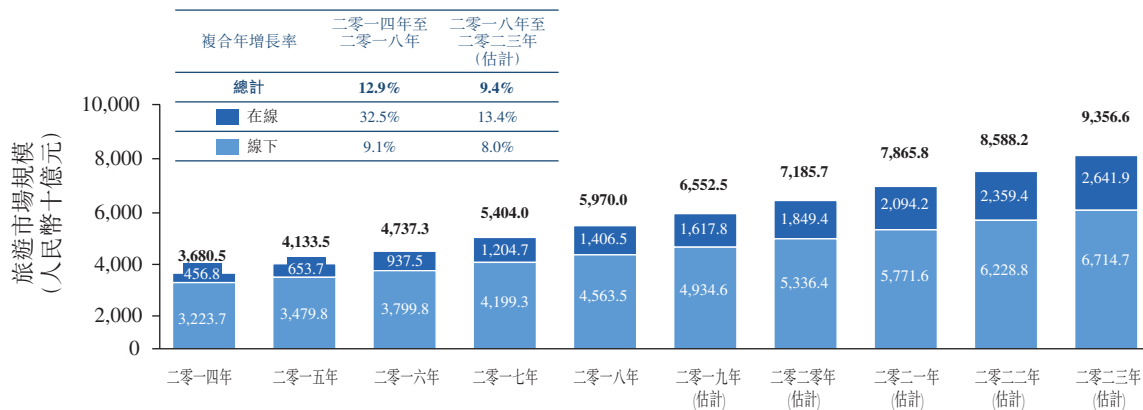
中國旅遊市場概覽

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一直迅速增加，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收益總額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%。

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自有在線預訂平台。按產品及服務劃分，該市場可細分為（其中包括）票務服務、住宿預訂服務、旅遊套票預訂服務、旅遊景區在線服務。

行業概覽

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	集團A ⁽¹⁾	725.0	51.5%
2	集團B ⁽²⁾	200.0	14.2%
3	集團C ⁽³⁾	131.5	9.3%
4	集團D ⁽⁴⁾	65.5	4.7%
5	集團E ⁽⁵⁾	31.3	2.2%
	五大	1,153.3	82.0%
	總計	1,406.5	100.0%

附註：

1. 集團A，指一間納斯達克上市公司，總部位於上海。集團A主要提供在線旅遊及相關服務，包括住宿預訂、交通票務、旅行團及目的地服務、企業差旅管理及其他旅遊相關服務。
2. 集團B，指一間紐約證券交易所上市公司，總部位於杭州。集團B主要提供機票、住宿、火車票、租車、旅行團及目的地景點的全面預定服務。
3. 集團C，指一間香港上市公司，總部位於蘇州。集團C主要提供全面及創新的產品及服務選擇，包括交通票務、住宿預訂及為配合用戶在整個旅程中不斷轉變的需要而設的各種增值產品及服務。
4. 集團D，指一間香港上市公司，於中國經營一個電子商務平台及著名手機應用程式，總部位於北京。集團D主要提供應對市民日常食物需要的服務，並進一步提供廣泛生活品味及旅行服務。
5. 集團E，指一間納斯達克上市公司，總部位於南京。集團E主要提供旅行團、住宿預訂、機票與火車票務、租車及企業差旅的產品及服務。

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

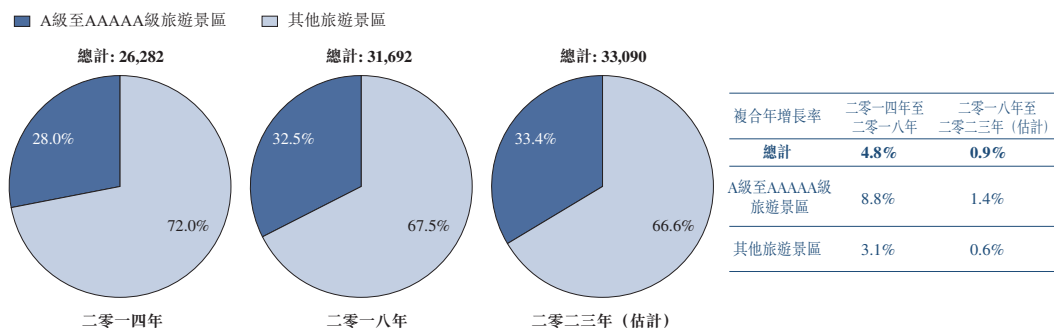
旅遊景區指遊客通常為其自然或文化價值、富有歷史意義、休閒娛樂而參觀遊覽的景區。根據《旅遊景區品質等級的劃分與評定》，中國的旅遊景區可根據（其中包括）景區的自然或文化價值、獨特性及公眾認可度、年遊客量、交通便利性、導遊服務質素的各項因素分為A級至AAAAA級（AAAAA級為文化和旅遊部所用評級分類中的最高等級）。

行業概覽

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底的約33,090個，二零一八年至二零二三年的複合年增長率為0.9%。

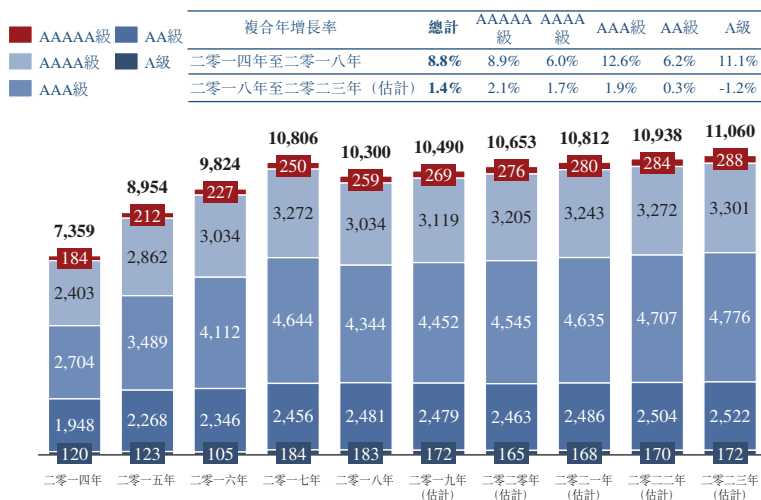
旅遊景區數目（中國），二零一四年比對二零一八年比對二零二三年（估計）



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）



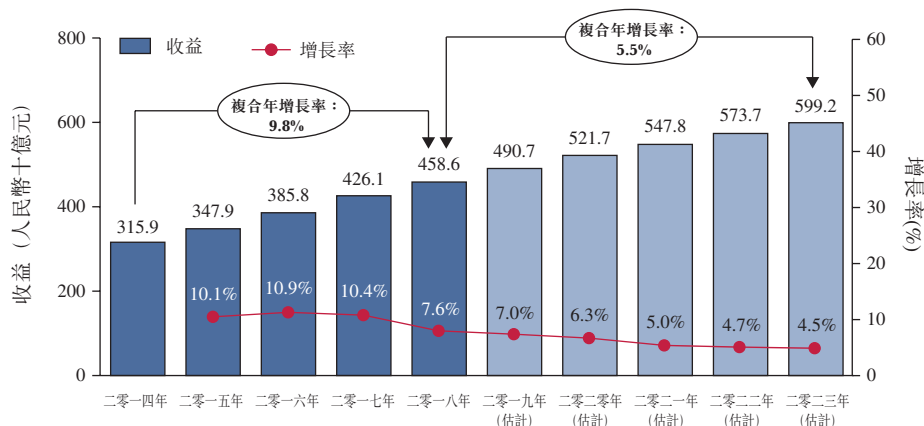
資料來源：文化和旅遊部、弗若斯特沙利文

行業概覽

根據弗若斯特沙利文的資料及文化和旅遊部的數據，A級至AAAAA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AAAAA級旅遊景區的遊客總數會進一步增長。

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收益總額約為人民幣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。

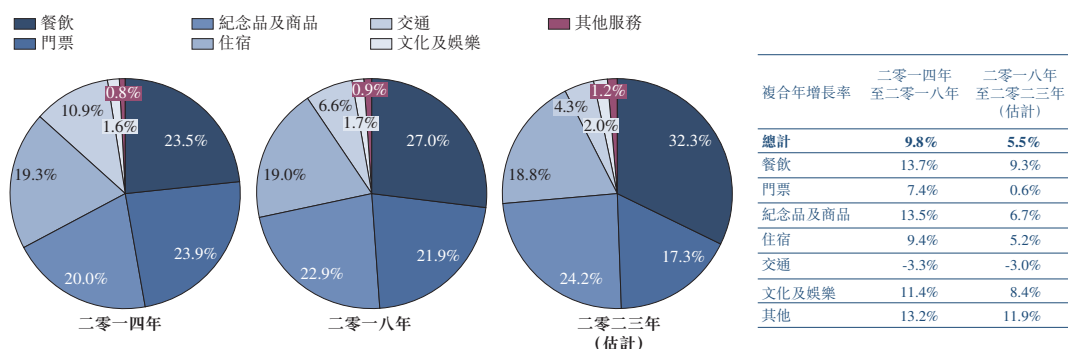
A級至AAAAA級旅遊景區的收益（中國），二零一四年至二零二三年（估計）



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佔中國A級至AAAAA級旅遊景區收益總額的大部分。儘管文化及娛樂以及其他服務的收益貢獻較小，亦呈現迅速增長態勢。

A級至AAAAA級旅遊景區按產品及服務劃分的收益（中國），二零一四年比對二零一八年比對二零二三年（估計）



資料來源：文化和旅遊部、弗若斯特沙利文

行業概覽

中國A級至AAAAA級旅遊景區的其他服務主要包括導覽服務、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級旅遊景區的收益總額比例不斷上升，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%。

中國導覽服務市場概覽

導覽市場的定義及細分

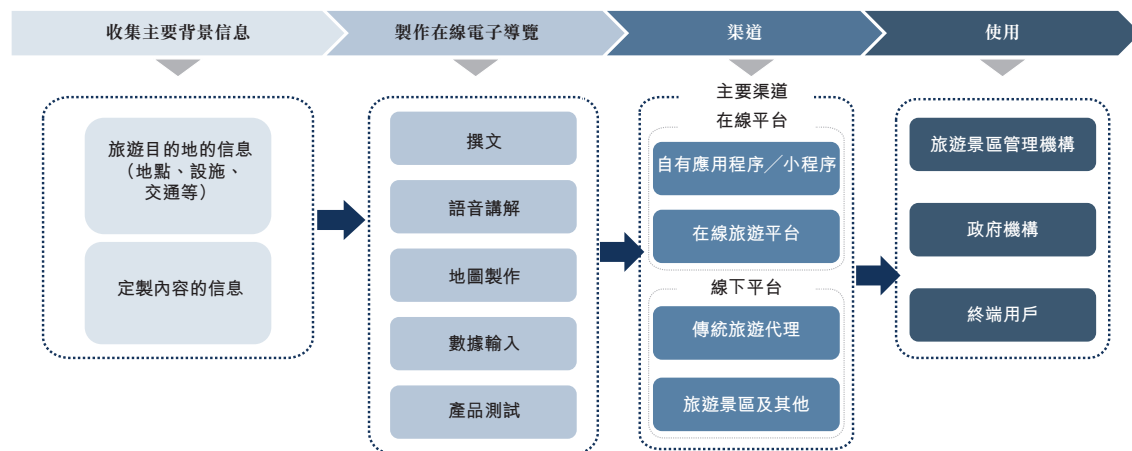
導覽服務是旅遊景區、旅遊代理或其他各方提供的主要服務之一。其有助於中國A級至AAAAA級旅遊景區提供的其他服務。導覽主要可分為在線電子導覽、語音講解器以及私人導遊。導覽服務市場收益總額由二零一四年約人民幣385億元升至二零一八年約人民幣667億元，複合年增長率為約14.8%。預期於二零二三年增加至約人民幣1,237億元，自二零一八年起計的複合年增長率為約13.1%。

在線電子導覽是一種現代化的互動式移動解決方案，在線提供使用以提升遊客或終端用戶體驗。在線電子導覽可通過一台設備提供多種功能，包括語音講解、藝術品描述、在線導航、位置追蹤及其他功能，與語音講解器或私人導遊相比更加方便。在線電子導覽是作為新興導覽服務的在線旅遊市場一部分。於二零一五年及二零一八年，在線電子導覽服務市場僅佔整體導覽服務市場分別0.0007%及0.5%，而預期於二零二三年將增至1.8%。受利於其方便及滲透率上升，在線電子導覽服務正逐漸取代語音講解器及甚至私人導遊提供的某些服務。

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導覽客設備的正確使用方法。

私人導遊是在教育／培訓基地、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。線下導覽服務市場（包括語音講解器及私人導遊）的收益總額由二零一四年的人民幣385億元升至二零一八年的人民幣648億元，複合年增長率為13.9%，並預期於二零二三年進一步增至人民幣1,117億元，自二零一八年起計的複合年增長率為11.5%。

在線電子導覽的價值鏈



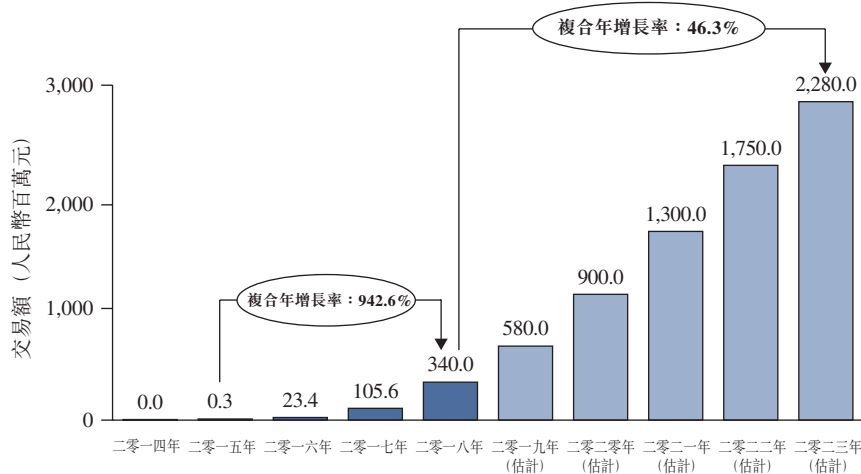
資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

在線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，遊客越來越喜歡在線電子導覽，特別是那些追求自助及深度旅遊體驗的遊客。因此，中國的在線電子導覽市場屬於一個潛力大及增長率高的新興市場。自二零一五年以來，市場上出現大批參與者，而於二零一五年，大部分參與者均提供免費產品。於二零一六年，市場進入增長期。

在線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，在線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在線電子導覽代替私人導遊。預期中國在線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%。中國的在線電子導覽服務市場交易額於二零一八年至二零二三年按複合年增長率46.3%預期增加的基準包括(i)整體導覽服務市場於二零一八年至二零二三年的預期雙位數字增長、(ii)二零一八年至二零二三年在線電子導覽服務於整體導覽服務市場的滲透率預期持續上升，此乃因互聯網科技的增長及政府的智慧旅遊政策帶動，該政策要求所有AAAA及AAAAA級旅遊景區提供在線旅遊服務（如在線預訂服務、在線電子導覽及免費Wi-Fi等），及(iii)預期更多元化的在線電子導覽服務及在線電子導覽服務提供商進一步擴大旅遊景區覆蓋範圍。

在線電子導覽市場的主要增長動力

中國在線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。

行業概覽

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在線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，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，因此有利於在線電子導覽服務市場。

出境旅遊業的增長

由於中國出境旅遊市場的快速發展，中國的一些在線電子導覽服務提供商開始為海外市場提供在線電子導覽服務，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，這為在線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、在線電子導覽、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在線電子導覽服務市場。

中國在線電子導覽市場的競爭格局

中國的在線電子導覽市場高度集中，以二零一八年的交易額計，五大在線電子導覽服務提供商合共佔91.9%。此外，在線市場導覽服務提供商在導覽市場的競爭對手亦包括語音講解器及導覽人員。隨著在線電子導覽的快速發展，有望逐步大幅取代語音講解器，並在一定程度上替代私人導遊的工作量。

按二零一八年交易額計，本集團是中國最大的在線電子導覽提供商，佔在線電子導覽服務的市場份額為86.2%及佔整體導覽服務的市場份額為0.4%。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電子導覽提供商。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。

行業概覽

五大在線電子導覽服務提供商（中國）按交易額計的排名及市場份額， 二零一五年至二零一八年

二零一八年 排名	在線電子導覽 服務提供商	截至二零一五年 十二月三十一日止年度		截至二零一六年 十二月三十一日止年度		截至二零一七年 十二月三十一日止年度		截至二零一八年 十二月三十一日止年度		二零一五年至 二零一八年 複合年 增長率(%)
		交易額 (人民幣千元)	市場份額 (%)	交易額 (人民幣千元)	市場份額 (%)	交易額 (人民幣千元)	市場份額 (%)	交易額 (人民幣千元)	市場份額 (%)	
1	本集團 ⁽¹⁾	4	1.2	13,088	55.9	70,510	66.8	293,135	86.2	4,194.1
2	公司A ⁽²⁾	5	1.7	262	1.1	2,503	2.4	10,000	2.9	1,160.3
3	公司B ⁽³⁾	20	6.7	300	1.3	1,500	1.4	4,800	1.4	521.4
4	公司C ⁽⁴⁾	30	10.0	6,400	27.4	6,500	6.2	3,000	0.9	364.2
5	公司D ⁽⁵⁾	3	1.0	469	2.0	1,385	1.3	1,800	0.5	743.4
	五大	62	20.6	20,519	87.7	82,397	78.1	312,745	91.9	1,617.8
	總計	300	100.0	23,400	100.0	105,600	100.0	340,000	100.0	942.6

附註：

1. 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。
2. 公司A於二零一五年成立並位於廣州。其透過其本身的APP及與在線旅遊平台合作為中國及海外約3,000個旅遊景區提供在線電子導覽服務，包括手繪地圖、畫外音解說及人工智能圖像識別等。
3. 公司B於二零一五年成立並位於上海。其透過其本身的APP及與在線旅遊平台合作為中國及海外約2,000個旅遊景區提供在線電子導覽服務，如畫外音解說。
4. 公司C於二零一零年成立並位於武漢。其透過與在線旅遊平台合作及其本身的APP為中國及海外約2,000個旅遊景區提供在線電子導覽服務，包括手繪地圖、畫外音解說及其他相關服務。
5. 公司D於二零一五年成立並位於北京。其透過其本身的APP及與在線旅遊平台合作為中國及海外約2,000個旅遊景區提供在線電子導覽服務，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

二零一八年的全部五大在線電子導覽提供商，按交易額計，合共佔中國在線電子導覽市場約91.9%，透過與在線旅遊平台合作銷售其在線電子導覽，並從在線旅遊平台產生重大收益。在線電子導覽提供商依賴在線旅遊平台向終端用戶銷售在線電子導覽乃行業慣例，乃由於在線旅遊平台具有提供旅遊行業規劃資源及預訂能力的專長，包括但不限於住宿預訂、交通票務、旅行團、旅遊景區門票、目的地服務等，並同時擁有大量及增長迅速的用戶群組，憑藉與領先在線旅遊平台合作，在線電子導覽提供商能接觸廣泛的用戶群及以具成本效益的方式提升品牌知名度。因此，在線電子導覽提供商必須與主要在线旅遊平台合作以促進其業務增長。

中國在線電子導覽服務提供商包括付費及免費提供商。有別於付費在線電子導覽服務提供商，大多數免費提供商僅提供旅遊景區基本介紹等有限導覽服務或僅覆蓋少數旅遊景區，而付費在線電子導覽服務提供商覆蓋中國多個旅遊景區，提供實時導航、語音講解熱門景點、旅遊景區手繪地圖等綜合內容及創新技術功能。免費提供商主要通過網頁廣告或旅遊相關產品預訂賺取收入。一些無盈利的免費在線電子導覽產品由地方政府部門營運。在這種情況下，免費在線電子導覽服務提供商僅為市場參與者，而非本集團或其他同業的競爭對手。因此，付費在線電子導覽產品對於大多數遊客來說更具競爭力和吸引力，可促進市場增長。

行業概覽

中國在線電子導覽市場的准入門檻

品牌知名度

品牌知名度影響用戶選擇在線電子導覽服務，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）在線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。在線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

領先在線電子導覽服務提供商已研究並覆蓋許多對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，且一個旅遊景區管理機構不大可能委聘多於一家在線電子導覽服務提供商提供內容定製服務，而該在線電子導覽服務提供商通常為首家成功向該旅遊景區管理機構提供在線電子導覽的提供商。這些在線電子導覽提供商被證明了有資格提供全面優質的定制電子導覽，旅遊景區管理部門與其首家的在線電子導覽提供商就在首次成功合作之後形成黏性。為旅遊景點提供定製的在線電子導覽服務的在線電子導覽服務提供商，通常在在線電子導覽服務的質量和技術以及旅遊景區的覆蓋範圍上更具競爭力。該等提供商的往績記錄和經過驗證的表現對於在線旅遊平台來說甚具吸引力。因此，領先的在線旅遊平台亦可能會選擇能夠提供定製的在線電子導覽服務的提供商，從而取得更高的市場份額。透過與旅遊景區管理機構建立良好的合作關係，在線電子導覽提供商可在進一步深入合作的磋商中處於更有利的位置。新進入者需要一定的時間來覆蓋著名旅遊景區並進行研發。若有一家公司已覆蓋中國大多數知名旅遊景區，其他在線電子導覽提供商則難以進入該市場。

與下游市場合作

現有在線導覽服務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在線電子導覽服務提供商獲取更多終端用戶，亦有助提升該等提供商的知名度。透過在線旅遊平台購買及使用在線電子導覽服務的用戶亦可下載在線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

流暢的在線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系統崩潰的手繪地圖。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

在線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，在在線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、需要高服務質量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細分旅遊服務及產品不斷增長的需求。

推動智慧旅遊

國家旅遊局已發佈有關智慧旅遊的《“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在線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。在線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。中國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，若干在線電子導覽服務提供商開始向海外市場提供在線電子導覽服務，以吸引及保留用戶。