

●“上海邮轮产业发展 回顾与展望”论坛主旨演讲之一

上海邮轮产业发展回顾

■ 中国港口协会邮轮游艇码头分会会长 黄海东



各位嘉宾下午好！受孙卫国主任的委托，让我回顾一下上海邮轮发展的12年。因为从2006年开始到今年正好是12年。因此可以说今年是上海母港的第一个本命年。我讲三个内容：一番成就、两个概念、三个问题。

一番成就：成就从各个媒体上都可以看到，我们从2006年开始到2017年增长量都是非常大的，复合增长率在53.5%以上，有两个拐点，一个是2010到2011年，2011年大家都知道日本发生了地震，所以当时一些船公司都撤船到香港和新加坡，因此有一个小小的下滑，2017年又有一个小拐点，是因为韩国的萨德事件，中国去韩国港口的邮轮都不去了，船公司也因此减少了运力。所有邮轮母港的量都是供给驱动型的，也就是船公司供应多少舱位数就决定了港口今年有多少游客，反映不到人数多不多。船公司供

应了多少量，今年就有多少人出入境。这一番成就大部分是吴淞口国际邮轮港创造的，是2016年，2017年游客量。上海港邮轮码头布局现在是两主一备。全球五大邮轮公司也纷纷进驻上海。2017年上海邮轮港超过虹桥机场成为上海第二大出入境口岸，所以近几年邮轮港获得了巨大的成就。

两个概念：第一个概念是邮轮经济。我们这个专委会是邮轮经济服务的专委会。邮轮业有三种经济贡献，一个是直接经济贡献，一个是间接经济贡献，一个是诱发经济贡献。直接经济贡献是港口服务及邮轮业就业，旅客到港住宿和交通，旅游社佣金，游客岸上观光及登轮前后的消费，船员旅客购物及邮轮公司物资采购花费。间接贡献是原材料，物流，水电等公共设施，保险等支出。诱发经济贡献包括所有船上人员以及游客

的衣食住行等等消费。直接经济贡献和间接经济贡献的比例大约是1:2。2016年中国邮轮经济直接贡献是309.88亿元人民币，这个产业所叠加出来的对社会的经济贡献也是非常大的。在邮轮经济贡献里面有两件事情大家一直争论比较多，一个是邮轮母港和访问港的问题，母港的经济贡献肯定比访问港大，但是从旅客消费来说大家会觉得母港的客人到日本韩国购物了，肯定是入境旅游在上海住宿一晚比较好，但是从总体经济贡献来讲肯定是母港大于访问港。国外访问港做的好的话也带来了大量的客人。第二个比较纠结的是在船舶物资采购方面，是全球采购还是本地采购，这里也有营商环境的问题，我们还是应该以开放的心态普及这个问题，因为全球采购的东西如果在上海上不了船，照样可以在日本，韩国上船。而且不应该仅看中国

制造的产品供到上海母港或者是本国母港，还应该致力于让上海的产品供应到全球的邮轮船队，这样就没有这样的纠结了。

第二个概念是本土邮轮。到底什么是本土邮轮呢？是中资邮轮还是悬挂五星红旗的邮轮？还是专门为中国市场定制的邮轮？目前已经推出的邮轮有携程的天海，有中华泰山号，海娜号，钻石辉煌号等，但是运营得都不是很好。他们会面临几大挑战，一个是船队数量的挑战，单船公司，规模效应体现很突出，第二个是本土邮轮没有全球运营的能力，所有本土邮轮只能以中国做母港。

提三个问题 第一个问题是港口布局的运营，我们现在主要是以房地产养码头或者是作为城市名片宣传 第二个是航线问题，航线的单调造成游客重复上船率不高 最后一个票务分销渠道问题。

互动交流环节



●主持人 亚洲邮轮学院秘书长、上海国际航运中心邮轮游艇研究所副所长、上海海事大学副教授 程爵浩



●嘉宾 皇家加勒比国际邮轮中国及北亚区首席通讯官、副总裁崔宏正，诺唯真邮轮控股有限公司中国区董事长向宇澄，上海吴淞口国际邮轮港发展有限公司董事长王友农，茶恬园国际旅行社总经理史亮，途牛网刘建斌，上海工程技术大学叶欣梁博士

崔宏正：刚才黄总说了三个问题，港口以及分销渠道，以及目的地，我想从目前邮轮行业讲一下这个问题，首先是港口航道的设施仍然需要进一步的优化。其次是目前我们从中国母港出发的航线还是比较单一，基本都是去日本，都是短途。再次是中国作为新兴市场，邮轮的文化还没有普及，我们大多数的游客还是尝鲜为主，相对比较成熟的欧美市场，他们多是重复坐邮轮，我们重复乘坐率和欧美市场相比还是有不少的差距。最后是目前我们的分销模式，目前中国的邮轮市场主要是以团队为主，而欧美是散客，欧美现在基本上做到60，40，我们中国现在主要还是以团队为主。

向宇澄：刚才黄总提到我们现在面临的几个问题，我的感受是这样的。实际上中国邮轮过去这些年的高速发展，从大的角度带来两个问题，一个是乘客人数的高速增长和市场的教育和宣传不成比例，在2017年以前，邮轮发展了好几年，每年百分之几十的增长，但并没有做更多的针对消费者旅游行为的教育，我们看到过去的一些年，皇家加勒比在这方面做了很多的努力，但是一家邮轮公司是不够的，我们是需要大家一起做终端消费者的教育，让消费者的行为有所改变。所以高速的发展并没有伴随着对于市场的教育和针对终端消费者的选择，这是一个问题。

第二个问题是高速的发展并没有伴随着一些政策法规或者是一些支持方面

的变化。刚才崔总也提到，我们很多政策，比如包括航道的管理政策，包括引航的政策，很多还是在沿用货轮的管理方式，还是面对老式的货船管理方式，而现代化的邮轮都可以做到盲驶了，所以这些问题对邮轮公司产生了很大的困扰。没有政策方面的支持，没有技术方面的提升，这些问题会阻碍邮轮公司未来中国发展的脚步。讲到包船也好，分销也好，我觉得团队旅游还是会成为主导，还是中国母港邮轮的主力，即便直销皇家加勒比做得非常出色，可以做到20%，但是因为我们团队的特性，觉得在未来肯定还是一个趋势，关键还是大家是不是真正地投入精力去教育这个市场，把邮轮旅游作为一种度假方式。

王友农：非常感谢周会长，因为你们写的专报对上海邮轮发展起了很大的作用。现在宝山区，按照区委汪书记讲法，以前是我要做，宝山想做，现在是要我做，所以压力更大了，因为领导的要求更高了。刚刚几位讲了很多，我觉得都很有道理，我也一直在思考，上海邮轮发展到了这个阶段，肯定还要往前发展，那么我们需要它发展到什么程度呢？发展成什么样子呢？我自己觉得我们要有一个目标。这个目标应该是，上海应该成为世界邮轮游非常重要的节点。现在在国内经济条件比较好的同志说乘邮轮就到地中海，到阿拉斯加。我想上海可以不可以成为以后乘邮轮人们想去目的地，上海邮轮可以向高品质方面发展。我们的数量已经有了绝对的优势，比如说我们的船，皇家加勒比都是把最好最新的船拿过来，那么我们接下去是不是可以做到细划航线，精致服务，提供体现亚洲东方文化的邮轮产品，我觉得我们完全有能力成为世界邮轮经济当中，是举足轻重的一环。

刚刚谈到的目前运营情况的一些问题，实际上这些问题市政府都是非常重视的。上次天降大雾，诺唯真邮轮受到了严重的损失，市领导做了批示，要求上海海事局，包括交通委、旅游局拿出建立机制的办法，进一步地落实邮轮优先的政策，所以今年3月份大雾以后邮轮准点率明显优化。这点上市政府工作非常到位，而且非常及时。

同时我们最近也在做几件事情，希望能够使我们的运营环境更好。比如说我们在做一个课题，是关于优化上海港邮轮的引航，我们希望把引航服务做成

上海的品牌。第二件事是我们委托大学做一个课题，就是上海或者是中国邮轮市场的发展趋势和发展行为。我们现在碰到的问题是，船一多价格就下来了，价格下来船就走，船走了价格就上去了。我们也注意到，如果上海要打造世界级的邮轮港，或者是继续在运营能力上取得领先优势，必须要关注这个问题。我们注意到一个现象，在美国有8万家旅行社可以卖邮轮船票，但是在中国销售邮轮船票的必须是具备经营海外旅游资质的旅行社，具备这个资质的旅游社中国只有4000家。所以邮轮乘客量大，不是针对我们的人口基数，不是针对我们的市场潜力，而是针对我们的销售渠道，我觉得关键还是渠道建设，销售的渠道建设。我们目前的市场还是比较小，更大的市场潜力没有开发。我们也希望通过这个课题找到症结，找到好的方法。

第三件事是我们正在打造的邮轮频道——爱邮轮，希望邮轮频道的建设能够真正成为邮轮文化培育过程的开始。希望邮轮公司和旅行社能够和我们紧密合作，共同把这个频道打造好，为中国邮轮产业的发展作出自己的贡献。

史亮：我觉得回看过去，不管是分船模式还是包船模式，我们在今后销售模式探讨中一定需要进行考虑。其实在分销模式的背后是包括船公司的运营方案和收益管理模式，一直到产品设计模式，在不同的收益管理的模式、产品模式，包括对很多服务边界的重新定义情况下产生了我们所谓的包船模式，所以这不单单是标题化，它隐含了中国市场和海外不一样的模式。如果从我们看未来的角度，我们必须从这四点出发看一下我们现在的分销体系所产生的问题。

在这个方面包括茶恬园也已经和船公司进行探讨，有一些初步的经验，所以我觉得今天这个专委会的成立非常及时，从宏观上面我觉得表面上看是模式问题，在供需平衡上我们必须对邮轮消费进行一个重新的后发，而且在重新后发的过程中必须对现有的法律法规进行修订。第二个方面必须要对现在产业链的参与互动环节他们应该提供的价值，他们应该承担的责任要进行更清晰的界定，这个是必须下一步值得做的事情。而这个方面趁这个机会我想听下一步怎么走，对于我们协调性的要求，包括横向的船公司之间，包括上下游船公司和分销商意见应该有一个更开放的心态，这样才可以把事情做的更好。

刘建斌：我想讲一下天海邮轮退出邮轮市场问题。我觉得有许多客人重复乘坐天海邮轮，可见她对用户体验非常

认真。只是在探索的过程中由于成本或者是其他种种原因导致最后还是退出了这个市场。但是我觉得中资邮轮可能会更贴近中国消费者。虽然外资邮轮品牌如皇家加勒比、诺唯真公司都纷纷把旗下最好的船安排来中国，可是来到中国之后也是做一些本土化的事情，比如船上的餐饮，比如说船上的火锅，说明外资邮轮公司也在贴近中国的消费者。而本土的邮轮公司应该更了解消费者的需求，所以我觉得从需求上来讲是必要的。

另外，目前外资邮轮都是公司旗下的旗舰船，只是最新最大，但是对上海来说全部都是大船扎堆，反而是十万吨以下的邮轮比较稀缺。十万吨以下的邮轮依然有市场。中国消费者关心的不仅是邮轮目的地，还关心邮轮去过什么地方。比如说我们从上海出发一般是去日本福冈比较多，但是消费者渴望去更多的地方，比如说东京大阪，这个大船很难做这样的决策。小船的灵活性更高，目的地对于用户来说很重要，这是中资邮轮，甚至未来七万吨到十万吨船的优势所在。

还有，我们是不是学一些成熟邮轮公司的主力战场的经验，比如说各家公司在加勒比海区域租一些岛屿作为自己的停靠点。比如我们的舟山有很多岛屿，是不是可以考虑邮轮公司去做一些租赁业务，并且去改造岛屿上的原有设施，作为邮轮公司固有的停靠点，这样可以回避与日韩地缘政治的影响，这是我个人的建议，大家也可以考虑一下是否可行。我觉得未来的邮轮市场是百花齐放，百家争鸣的，上海出发的还可以考虑到河轮，但是现在的客运码头的建设还比较落后，未来可以考虑江海连线，可以考虑从上海定期发沿海邮轮，近的去普陀山，远的可以去雁荡山，未来不仅仅是大船新船，也有一些追求目的地的中小型船市场，还有河轮沿海的市场。

叶欣梁：我们学校是从2005年9月份正式招收第一届邮轮本科专业学生，2006年歌诗达邮轮来上海，我们把这个专业开设以后的培养方向定位邮轮经济管理，主要是整个邮轮大发展的背景下，各个邮轮公司，旅行社，包括港口都需要相应的专业化的人才，到目前为止已经有十几年的时间了。虽然邮轮产业发展得很快，但是我们一直采用精细化的培养方式，每年只招收30人。另外我们也向上海海事大学请教，做好基础教育。不管是海事大学还是工程技术大学都为邮轮产业，特别是上海邮轮产业培养专



业人才。我特别高兴看到我们很多校友无论在船公司还是在旅行社，都有他们的身影，作为老师我感到特别自豪。

2009年我们开始进行相关的研究，2010年开始招收硕士研究生，并且成立了研究中心，从事邮轮方面的研究。我们也向很多业内人士请教，我个人感觉前十年的高速发展取得了很大的成就，从宏观的角度也有一些问题需要我们思考。黄总一开始的时候也有过介绍。我邮轮产业对上海或者是对中国的经济贡献度到底有多大？我们发展邮轮产业的目标在哪里呢？到底发展追求的是什么？第二个是本土邮轮产业问题，发展邮轮经济，发展邮轮产业归根到底还是希望把本土的产业带动起来，能够促进整个中国的相关产业的发展。第三个是在邮轮设计，邮轮建造方面我们起步了，但是起步以后发现整个装备制造业特别是旅游装备制造制造业基础还很薄弱。我们现在看到的世界上最好的邮轮制造供应商都是来自于外国。我们中国的供应商还比较少，这也是我们今后发展的方向。第四个是邮轮市场，从2006年到2017年，邮轮市场变化很快，从缓慢增长到后面的快速增长。我们还发现游客消费行为也在不断发生变化，2013年皇家加勒比发布过一个结论，但是后来发现关于大数据的统计还比较缺，我们研究机构也相应地做了一些判断，基本上判断我们的邮轮产业符合大旅游业发展的趋势，有它内在的一些特殊性，但是总体上还是跟旅游发展的态势是一样的。所以我们相信整个邮轮产业的未来应该是非常光明的。

