

出國報告（出國類別：其他）

參加「第三屆亞洲郵輪大會」研討 會出國報告

服務機關：行政院經濟建設委員會

姓名職稱：夏家承簡任技正、王振玉研究員

派赴國家：中國大陸

出國期間：101年9月25日至9月29日

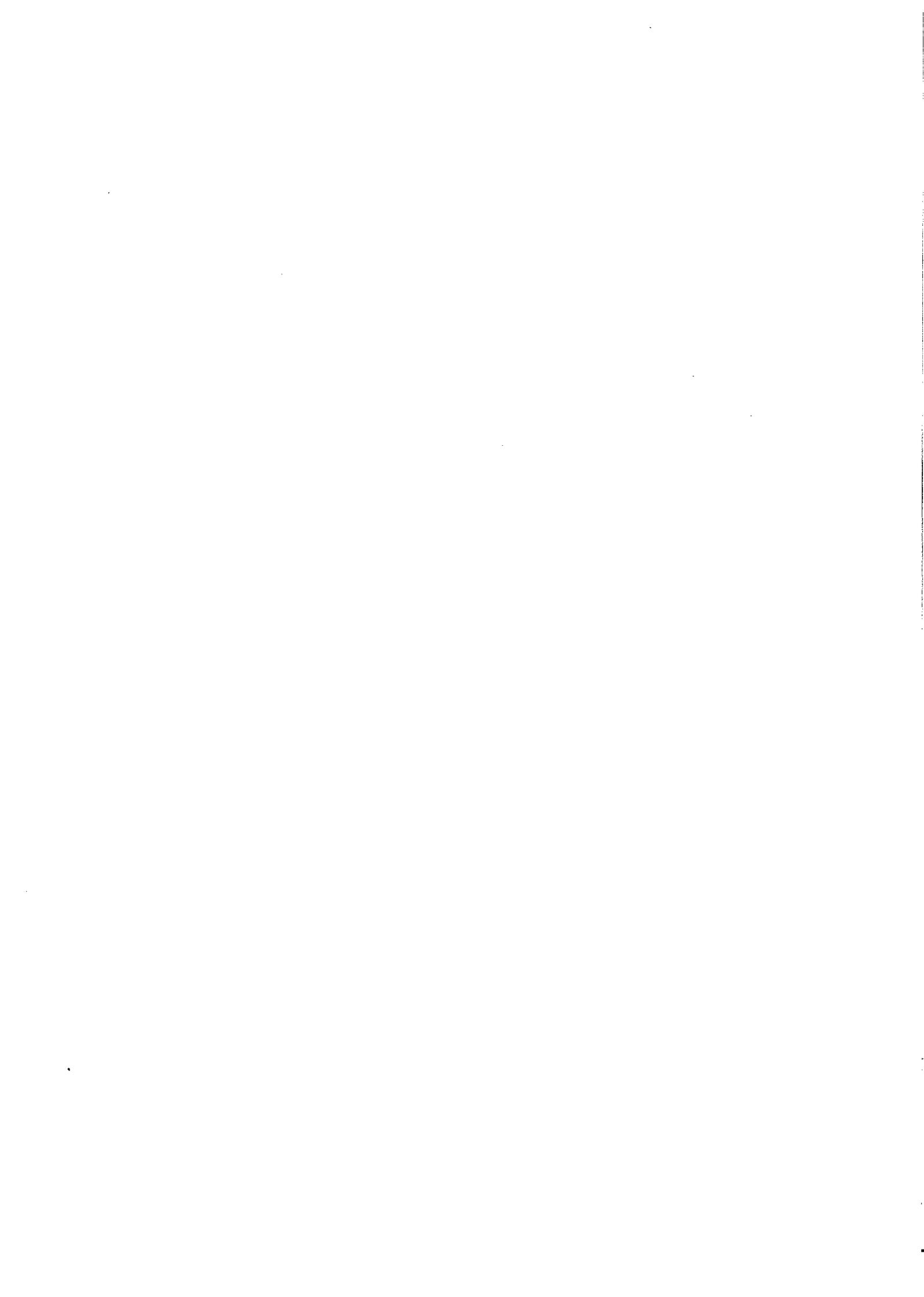
報告日期：101年10月20日

出國報告審核表

出國報告名稱：參加第三屆亞洲郵輪大會研討會		
出國人姓名(2人以上,以1人為代表)	職稱	服務單位
夏家承	簡任技正	都市及住宅發展處
出國類別	<input type="checkbox"/> 考察 <input type="checkbox"/> 進修 <input type="checkbox"/> 研究 <input type="checkbox"/> 實習 <input type="checkbox"/> 其他 國際會議 (例如國際會議、國際比賽、業務接洽等)	
出國期間：101年9月25日至101年9月29日		報告繳交日期：101年10月25日
計畫主辦機關審核意見	<input checked="" type="checkbox"/> 1.依限繳交出國報告 <input checked="" type="checkbox"/> 2.格式完整(本文必須具備「目的」、「過程」、「心得及建議事項」) <input checked="" type="checkbox"/> 3.無抄襲相關出國報告 <input checked="" type="checkbox"/> 4.內容充實完備 <input checked="" type="checkbox"/> 5.建議具參考價值 <input type="checkbox"/> 6.送本機關參考或研辦 <input type="checkbox"/> 7.送上級機關參考 <input type="checkbox"/> 8.退回補正,原因: <input type="checkbox"/> 不符原核定出國計畫 <input type="checkbox"/> 以外文撰寫或僅以所蒐集外文資料為內容 <input type="checkbox"/> 內容空洞簡略或未涵蓋規定要項 <input type="checkbox"/> 抄襲相關出國報告之全部或部分內容 <input type="checkbox"/> 電子檔案未依格式辦理 <input type="checkbox"/> 未於資訊網登錄提要資料及傳送出國報告電子檔 <input type="checkbox"/> 9.本報告除上傳至出國報告資訊網外,將採行之公開發表: <input type="checkbox"/> 辦理本機關出國報告座談會(說明會),與同仁進行知識分享。 <input type="checkbox"/> 於本機關業務會報提出報告 <input type="checkbox"/> 其他_____	
審核人	一級單位主管	機關首長或其授權人員
		

說明：

- 一、各機關可依需要自行增列審核項目內容，出國報告審核完畢本表請自行保存。
- 二、審核作業應儘速完成，以不影響出國人員上傳出國報告至「公務出國報告資訊網」為原則。



摘要

亞洲郵輪大會創始於 2008 年，第一屆大會於上海舉行，其後於 2010 年在蘇州第二次舉辦。這段期間內亞洲各地在港口相關的基礎建設投資持續擴增，也刺激了全球的郵輪產業對亞洲市場的關注，也陸續開發了新的遊程規劃。

本(2012)年 9 月 26 日重新回到上海「一滴水」舉行第三屆研討會，議題包括郵輪船舶供應與採購、亞洲新航線及航點、營運挑戰、市場發展展望、新興業者、造船與翻新市場分析等，並邀集亞洲各大港口、航點、旅遊局、郵輪供應商、服務商等舉辦展覽會，行程安排自 9 月 25 日至 9 月 29 日共 5 天。藉以吸取近年來在國際間知名之發展案例、與郵輪產業浮現的新議題等資訊。

本次會議，國內另有交通部及港務公司亦派代表參加，密切關注其發展趨勢與對我國之衝擊。

關鍵字：



Cruise 郵輪	Berth 錨泊
maritime 海事	Vessel 船，艦
Voyage 航海、航行、航渡	Fleet 艦隊
Liner 遠洋定期客輪	Turnaround 航線節點
Refurbishment 翻修	Levy 課徵名目
Yard 帆桁	Regatta 遊艇

- 節(船隻或飛機每小時航行 1 海浬的速度叫做 1 節，**Knot**)
1 節 = 每小時 1 海浬 (nm/h) ， \approx 每秒 0.5144444 公尺 (m/s)
 \approx 1.852 公里 (km/h) \approx 每小時 1.150779448 英哩 (mph)
- 1 海浬 nm (nautical mile) = 1,852 公尺 (= 1.150779 英哩；= 6,076.1155 英呎)
- 3 海浬 = 1 海列 (sea league)；60 海浬 = 1 度 (360 度 = 1 圓周)
- 1 rmb = 4.755 NT\$
- 25 °C = 77 °F / 32 °C = 89.6 °F

參加「第三屆亞洲郵輪大會」研討會

出國報告

目 錄

壹、目的.....	1
一、緣起與目的.....	1
二、出國人員名冊.....	1
貳、過程.....	2
一、行程.....	2
二、研討會.....	2
(一) 研討會.....	2
(二) 展覽會.....	10
參、心得.....	12
肆、結論與建議.....	13
附錄.....	15
附錄 1 大會活動剪影.....	15
附錄 2 展覽會.....	17

參加「第三屆亞洲郵輪大會」研討會

出國報告

壹、目的

一、緣起與目的

亞洲郵輪大會創始於 2008 年，第一屆大會於上海舉行，其後於 2010 年在蘇州第二次舉辦。這段期間內亞洲各地在港口相關的基礎建設投資持續擴增，也刺激了全球的郵輪產業對亞洲市場的關注，也陸續開發了新的遊程規劃。

本(2012)年 9 月 26 日重新回到大陸上海市知名地標「一滴水郵輪碼頭」的上海港國際客運中心，舉行第三屆會議。本次研討會議題包括郵輪船舶供應與採購、亞洲新航線及航點、營運挑戰、市場發展展望、新興業者、造船與翻新市場分析等，並邀集亞洲各大港口、航點、旅遊局、郵輪供應商、服務商等舉辦展覽會，行程安排自 9 月 25 日至 9 月 29 日共 5 天。藉以吸取近年來在國際間知名之發展案例、與郵輪產業浮現的新議題等資訊。

二、出國人員名冊

姓名	服務單位
夏家承	經建會都住處簡任技正
王振玉	經建會都住處研究員



貳、過程

一、行程

行程自 9 月 25 日至 9 月 29 日共 5 天，內容如次：

中華民國 101 年

日	期	地	點
9 月 25 日	(二)	台北	→ 上海(往程)
9 月 26 日	(三)	會前專題、歡迎晚會	
9 月 27 日	(四)	研討會、展覽會	
9 月 28 日	(五)	研討會、展覽會、歡送晚宴	
9 月 29 日	(六)	上海	→ 台北(返程)

二、研討會

(一) 研討會

本次議題包括：郵輪船舶供應與採購、亞洲新航線及航點、營運挑戰、市場發展展望、新興業者、造船與翻新市場分析。

活動包括 9/26 日的會前專題、歡迎晚會；9/27 日開幕、研討會(兩日共 7 項主題，每個主題 3~5 位專家發表)，9/28 閉幕，行程緊湊。

活動在上海港國際客運中心、也就是以號稱「一滴水」的地標性建築物做為活動場地舉辦。



(上海港國際客運中心)

各項活動摘要如次：

1. 會前專題

包括「亞洲郵輪船舶供應及採購」、「碼頭營運及乘客接待」兩個專題。

(1) 「亞洲郵輪船舶供應及採購」

這個專題是為了想要提供郵輪補給的業者而設的。郵輪需要的商品數量、品質和交貨時效的規範條件，以及想要成為郵輪供給商需具備的必要條件有哪些。

嘉年華集團供應鏈管理副總裁 John Meszaros 表示，嘉年華郵輪要求的是從船隊零件養護、維修、餐飲食材、旅館服務等，全方位的健全供應鏈，而且必須是高品質、大數量的商品。皇家加勒比公司供應鏈管理副總裁 Michael Jones 亦說明，約 37% 為當地採購、63% 為外地等其他方式供應；估計在全球競爭的趨勢下，當地採購的比重增加能提升競爭力。

麗星郵輪營運資深副總裁 Jeffery Yoon 從旅客立場考量，價格是最重要的因素，如何在價格與品質間衡平，是營運上的重要挑戰。發展關鍵在於有效的溝通(主要是語言間的隔閡與障礙)、衛生管理、把握時效性(若無法及時送達(交貨)，船開走了…)。因此，一個好的郵輪行程，其實是船公司能力與供應商彼此間的整體表現結果。

來自挪威的 UTi 環球公司亞太區總監 David Ang 則認為，在全球化的衝擊下，越來越複雜的法規、競爭者，使得郵輪產業更需要用心經營，如何釐清管理的關鍵點、時效性、財務問題，攸關企業發展。

大陸上港集團總經理宋許瓊強調，上海在這個領域中，越來越重要了！提供了包括海關、證照、港務、檢疫、保存…等龐雜、完善的服務措施，讓旅客、船員、食材能夠順利供應。本次展覽部分，也有多家提供肉品、海鮮、半熟食品、生鮮蔬果、倉儲業者參加，深信可以為進入上海港的郵輪公司提供更好、更可靠的服務。

由於大陸業者對於成為郵輪供貨商的市場仍嫌陌生，對於交貨特性、儲運功能…等規範要求也不清楚，加上透過中間商的仲介更失去價格競爭力。未來透過體驗、參與，對進入這個市場必須作好的準備、供需關係的確切了解，才能逐步提供滿足郵輪市場的服務。歐洲業者也承諾，未來在

內裝、地毯、傢俱等採購，將逐漸轉移到中國大陸，以落實進軍亞洲新興市場的配套措施。

(2) 「碼頭營運及乘客接待」

皇家加勒比公司商務拓展資深副總裁 John F. Tercek 表示，可以靠泊長 360 公尺、6,300 人的綠州號，當然需要不同的碼頭設施。從中國人的旅遊型態而言，多半喜歡文化旅遊，而不是海灘活動，尤其許多文化古蹟是郵輪到不了的地方。加上普遍規劃 3~5 天的遊程、最多不超過 7 天，這些因素都應該納到想要進入亞洲市場時，審慎考量。

中國港口協會郵輪分會主席王遲認為，郵輪市場正快速的發展。從 2006 年 7 月美國公主號郵輪抵達後，2008 年皇家加勒比的海洋迎風號投入，2012 年已經有 5 艘郵輪泊靠、開闢 5 條航線。在郵輪旅運中心的設置部分，上海一滴水在 2006 年 7 月完成、2008 年 6 月廈門和平、2010 年 11 月天津…等，總計已啟用一滴水、吳淞口寶山、天津河口、唐沽、三亞、廈門等六個碼頭，未來即將有 12 個大中型郵輪碼頭。協會投入參與，重視可行性及經濟效益分析之整體規劃、減少營運壓力，並積極開發上、下游供應鏈，提高附加產值。其中，2011 年更取得勞氏 9001 認證，具體的提高服務管理品質。

來自新加坡的 SATS 郵輪公司執行長 Melvin Vu 針對一個成功的旅運中心發表必須體認：郵輪航廈的需求特性、旅客的立場需求為何、利害關係人知道的角色與任務、號誌的定義需一致、轉運的巴士到計程車都能順利輸運、降低營管費用、以及要能夠賺錢。至於闢建郵輪碼頭，必須注意整個設計到規劃流程，必須了解場站收益與支出結構，絕對不是盲目的一昧投資。新一代的旅運中心應該更有效率、提供更便利的服務。

MedCruise 地中海郵輪港口協會的 Figen Ayan 女士，以她來自土耳其的現象告訴大家，由於當地民眾對遊輪的認知問題，使得確保遊客與郵輪安全是極為重要的議題。釜山港口局市場營銷總監 Ho Chul PARK 指出，釜山港從 2008 年 43 萬人、2010 年 147 萬人、2011 年 149 萬人、快速成長到 2012 年 224 萬人，其中也包括日本海嘯後移轉的遊客造成暴增。

綜合討論聚焦在港埠的建設方面，近來很流行國際競圖，聽起來很好，但是評審大多是大學教授，容易產生不瞭解實際須求的困擾，必須注意：務必以港務的需求為先。而郵輪公司越早介入棧埠的建設，對營運作

業越有利。但各家郵輪的需求未必一致，也有待充分的協調與溝通才能定案。

2. 研討會

由 3 位來賓致詞。上海交通局孫建平局長表示：以上海為母港的航程逐步增加，旅運量較去年成長 120%，未來以健全輸運等基礎建設為主，並朝提昇港務管理水準、安全監督、改善遊客服務等作業努力。虹口區長胡軍感謝全球前 4 名的郵輪公司已在上海成立分公司，上海注定要走向世界，將更積極打開前景。今(2012)年 4 月上海海事學院也成立全球首創的 EMBA 課程，對於成為全國航運與金融中心的努力將更有幫助。上海旅遊局長提醒大家，上海位居中國海線之中間樞紐位置，城市本身及週邊旅遊資源豐富，潛力無窮、絕對值得投資。致詞後由上海市副市長趙文按下像徵輪船汽笛的按鈕，揭開研討會序幕。

值得順道一提的是，號稱亞洲、甚至是全球首創的上海海事大學「郵輪管理 EMBA」也藉這次研討會宣佈，課程正式啟動，有精心設計的課程以及全球專業的師資，歡迎各界擁躍報名。

(1) 亞洲郵輪市場的發展與展望

皇家加勒比總經理、亞洲郵輪協會主席劉淄楠分析，目前郵輪市場仍以歐美加為主，亞洲只占 8%。美洲調查有三成的人會作郵輪旅遊，亞洲則不到 1%。從調查結果顯示，其實歐美客源幾乎已達飽和，而亞洲才是正在不斷上升、而且數量驚人！時至今日，中產階級儼然形成郵輪市場的主要客源，必須積極開發爭取。至於新興港埠碼頭的建設，不僅帶動需求，更帶來鉅額的收益(估計 US\$ 1 投資可產生 US\$ 6 效益)；更遑論藉以成為地標景點、揚名世界，在全球化的發展趨勢下，更舉足輕重。

嘉年華執行長 Ann Sherry 從目前澳洲市場結構中發現，限階段仍以紐澳間之航程為主，占亞洲的四成。皇家加勒比副總 Lisa Bauer 樂觀的說，該公司 2013 年將有 2 艘郵輪進駐、並以中國為母港，郵輪的首要議題是 Destination 目的地，必須先想到提供符合遊客感興趣的旅遊目的地。其中包括娛樂表演的項目(大陸人喜歡娛樂節目)，目前設定夢工廠的功夫熊貓團隊擔綱，也將設置 Gucci、Coach 等精品進駐。

麗星郵輪總經理吳高賢指出，目前亞洲郵輪包括從新加坡、印度、台灣、馬來西亞、香港等，目前在三亞將結合下龍灣、峴港之航程，即將重

返上海。估計大陸市場及印、馬等地之旅客量將成為未來郵輪的驚人市場。

(2) 亞洲新航線及航點

印尼旅遊及創意經濟部長 Mari Elka Pangestu 預估明(2013)年印尼郵輪將有 40%成長，估計將從目前載客量 1,054 人的船型，提高為 2,000 人以上的大船。基於印尼的地理區位，各個季節均可接待來自南、北半球的遊客，因此將行銷策略定位在 turnaround 永續旅遊航點。刻正加強協調聯繫各機關提供油、水、食材…全方位服務，打造成為東南亞最大郵輪王國及扮演 ASEAN 領頭羊的角色，進一步串聯新、馬、泰等國之郵輪航程。

香港旅遊專員容委雄表示，香港新建的郵輪碼頭即將於明(2013)年中完工，設施是最新、最好的，並由三家聯合承攬公司提供全方位服務。去(2011)年有 50 萬人次經由香港搭乘郵輪旅遊行程，希望打造香港成為郵輪的主導地位。因此，考量主要的限制因素在於客源的掌握，關鍵在於強化轉運服務設施，已著手建構內地、機場、港口之間的各項旅運設施改善。預計未來這座碼頭將成為維多利亞港的新地標，本身就是吸引遊客造訪的景點。

美國公主郵輪公司歐洲陸上營運副總裁 Bruce Krumrine 以老兵的身分，從他觀察到的現象告訴大家，今年奧運參加以及得獎的都是女性多於男性，所以一系列的公主郵輪都是主打提供如女性般婉約的柔性訴求，尤其 2012 年為女性至上年。從上海、天津、青島等地不斷提升提供更大型、更多艘的郵輪基礎設施服務趨勢，未來的郵輪及航點，一定是更高的效率、服務設施、價格優勢、充份合作、招牌港…才能勝出。

皇家加勒比亞太總監 Kelvin Tan 把亞洲市場分成三個主要港，東北亞的上海、東南亞的新加坡、以及居中的香港。歐美人士喜歡較長的航程，想要瞭解各地的文化、歷史、風土…。而大陸人士則傾向於 3~5 天的旅遊、最長不超過 7 天，更別說只是在海灘上曬曬太陽的活動…。諸如濟州島、下龍灣…有許多不容易到達的景點，都是世界重要的資產，絕對據有吸引力，也值的市場開發。希望綠洲號也有在亞洲出現的一天。因病缺席的獵戶座探險郵輪總經理 Sarina Bratton 請人表達，不可忽略小船、要大小並重。

(3) 釋放中國及亞洲客源市場的潛力

皇家加勒比總經理、亞洲郵輪協會主席劉淄楠再次說明，近年來歐美市場衰退達 20%，而亞洲市場確有一倍的成長，郵輪業者不得不重視亞洲的發展。目前亟待解決的是，業務員不熟悉利潤分配方式而衍生之行銷欠佳的結果。應邀的歌詩達郵輪亞太及中國區副總裁莫興萃只說很榮幸參加本次研討會。銀海郵輪歐亞副總裁 Steve Odell 從大陸近年來在奢侈品消費能力震驚全球的現象觀察，提醒航商注意這個在 2005 年就有一億元的高值旅遊市場的客群需求中尋找商機。新加坡郵輪中心執行長蕭夢麗宣稱，2013、2014 年將在郵輪碼頭投資超過 7,000 萬人民幣，突破航員通關、價格透明化等措施。來自印度的 Tirun 旅遊市場推廣執行長也認同，郵輪產業是亞洲未來發展的挑戰與機會。

(4) 聚焦亞洲的郵輪新興業者

上海虹口區副區長張錫平指出，2012 年上海已經實現了「二口一備」的目標(北外灘、吳淞口寶山港，以及外高橋)，進入了快速發展的時代。人文薈萃的上海，如今更聚集海運發展要素、功能更臻豐富。在以日本遊程為主的亞洲郵輪環境中，上海積極推動多點掛號服務，改善一程一載的型態、變成一程多載，以及推展網路服務、聯合舟山新闢遊程。因應兩極化發展的必然趨勢，為迎接 10 萬噸以上郵輪及精品郵輪之主流作好了準備。郵輪產業範圍極廣，包括造船、保險、物流…等項目，不僅種類繁多，更具有分工專業的特性。如何展現城市魅力，讓消費者多方了解、才能打開市場、樂意參與。基於北外灘的發展歷程以及不斷提升的基礎建設，預計五年內打造出郵輪商務區，北外灘在亞洲郵輪市場的重要性不言而喻。

寶山區副區長夏雨表示，本(2012)年 9 月 15 日在吳淞口已宣佈寶山為國家級郵輪旅遊實驗區，目前歌詩達、皇家加勒比公司均選定寶山為母港，寶山將致力成為郵輪的門戶港。寶山港海岸線長達 15,000 公尺、水深 -13~-15 公尺，為全球少數可以停靠 22 萬噸船隻的港口之一。目前可停泊 2 艘 10 萬噸級、未來可停泊 5~8 艘。近期內主要建設目標為增加海岸線 5,000 公尺、加速餐飲、購物…服務，以及提供地鐵等轉運設施機能。並朝空水聯運及水水聯運多元結合，營造良好的投資環境、發展保險與標準認

證、符合國際慣例之通關作業、顧客導向的管理服務、政府免退稅制度之協調推動、專業人材培訓等方向，積極努力。

舟山市旅遊局長干松章從普陀山、舟山群島旅遊的基礎上發展，雖然是郵輪界的新生，但已經創造亮眼的奇蹟。2011 年皇家加勒比海洋神話號首航臺灣的成功，帶來了 2012 年賡續的發展。為目前大陸最佳潛力城市，七大重點郵輪港之一。舟山緊鄰上海，上海有的、舟山都有。3 小時可抵達珠三角經濟區，擁有佛教、海島文化，每年極高的旅次數，均為國際郵輪業者的首選。目前興建中的郵輪碼頭即以臺灣直航為主、島際為輔，設立對台免稅貿易區，近期內在免簽、免稅等措施上將有重大突破，營造極為有利的發展環境。更將與海貿集團(SeaTrade)合作辦理培訓，提供更優質的服務。

來自摩洛哥 V.Ships 休閒公司的執行長 Andrea ZITO 最後一位主講，他認為從目前全球二千萬的郵輪旅客市場而言，大陸現在只佔有極少的數量。目前大陸的優勢包括經濟快速成長、頂級消費者眾多…，卻也面臨簽證、客源變化、認知不足等挑戰。有許多業者樂觀推估大陸的 200~500 萬客源？問題是什麼時候呢？歐洲的經驗是，花了長達 15 年的時間，而且是在幾乎沒有什麼限制的情況下…。

綜合討論時，大陸主講者再度強調，在政府的主導下將有具體的成績。有關碼頭建設是由上海市政府規劃，然後交由上港公司實施。授與北外灘及寶山二處經濟實驗區、擁有 250 餘家的金融及產業作後盾、已設立惟一的航運發展基金提供融資，相信從 2006 年迄今的六年間提供的 64 萬旅次，極有可能變成一年 64 萬人次。並且早有體認：國際化、市場化程度高的產業，必須視發展情形調整，而不能一廂情願的投入。究竟要規範什麼？要提供什麼？都需要從前瞻性、制度化的角度著手。

(5) 亞洲郵輪建造、翻新與亞洲造船廠的角色

義大利芬坎蒂尼造船公司業務經理 Maurizio Cergol 指出，15 年間全球打造的 18 艘船中，16 艘在歐洲、只有 2 艘在日本三菱建造。中國海外旅遊市場成長 30%，為全球第三，芬坎蒂尼公司也正構思符合大陸口味的郵輪。世歐造船芬蘭郵輪副總裁 Eero Makinen 從 107 艘造船史分析，2012 年呈現趨於飽和的現象。全球船隊目前由四家業者寡佔。最近 20 年間造價沒有增加，但建造益形複雜。有趣的是，從 1979 年的 8,000 噸到 09 年的

22.5 萬噸郵輪，每人空間都還一樣是 120 立方公尺。預計未來的郵輪設計需求將更複雜，主題式、外觀、休閒…等功能，將從公寓提昇到旅館等級、符合一國變為多國、以及目的地的遊程變成渡假中心。

日本三菱重工船舶工程部經理 Shingen Takeda 表示，亞洲除了三菱之外，韓國也一直想搞，現在大陸勢必要插一腳，重點是：亞洲的造船經驗較不足。可怕的是，大陸高鐵、A320、遼寧號航母呈現在世人眼前的結果，造郵輪絕對不成問題！從短期的發展而言，設計仍將由歐洲主導，但建造則可能轉移到亞洲。

德國勞氏船隻認證工程部經理 Liu Xiaofeng 則說明該公司可提供一系列完整的檢測服務，從結構分析、舒適度認證、等量分析、安全操船規定、逃生疏散分析等完整的海事服務。

綜合討論時，主講者補充說明，目前發展態勢，大陸是一定會自力打造郵輪的。它帶來的是各式各樣類別的人才需求，從造船、裝潢、設計、船員…，極為可觀。至於翻修的部分，各船廠幾乎不敢修別人的船、多半要由原廠處理。因此，即使大陸投入，但在 3 年內也不會有翻修市場。

(6) 亞洲郵輪營運的挑戰

華林船務總經理 Dickson Chin 認為遊客對郵輪的第一印象是海關。填表格、驗關時間，與接下來安排的旅遊活動息息相關。若能從 ASEAN 的 ATF 單一簽證或 eVISA 方式等，提供類似歐洲與加勒比海的單一旅遊簽證，將會更有利。巴塞隆那 Creuers 港總經理 Caries Domingo 以歐洲經驗表示，各港間的合作非常重要。

悠暢~岸上服務公司亞洲總監 Laura Vlad 從 Ground Handling 岸上服務的角度，介紹了從整體計畫、備勤人員(part-time staff)、多元的岸上備援作好準備開始，如何作好利害關係人、郵輪人員、到服務公司本身的內部溝通，以及與地方政府、旅行社都要充分溝通，才能提供完善的服務。由於應付郵輪服務的短期、大量特性，即使備勤人員的來源、學生考試期間的替代方案、多語能力、符合郵輪預期的供貨標準、各地不同的管制項目與標準、不同地方的設施(公共運輸、兌幣、自動販賣機…不一而足)、以及林林總總的外在因素，都需要妥擬整體計畫，才能滿足郵輪的需求。

Chart 管理顧問公司主席 Ted Blamey 則從港務收費提出問題，郵輪往往只停留 10 小時，但以人頭計費的高額負擔是否合理仍有待商榷。青島、廈門、臺灣均有吸引遊客的優惠計費機制，值得各港參考。

(7) 內河郵輪及遊船旅遊

從新興的湄公河到歷史悠久的長江郵輪，仰光、河內、印度等地也都有內河的旅遊行程。內河郵輪和海洋郵輪主要差異在於，內河有多家業者競爭、以船公司而非遊程為主，尤其門檻有限、不易進入，河輪訂位時間比郵輪短很多。長江的船型為歐洲的 2 倍，但越南則為長江的 1/6(120~80 人)，長江年客運量達 62.5 萬人、湄公河 3.16 萬人，其他只有 1.06 萬人。未來長江以提昇品質為主、湄公河則以增量為主。

(二) 展覽會

共計 48 個展出攤位，包括各大港口、航點母港及旅遊局、遊輪公司、供應商等。配合同步舉辦的 500 位大陸旅行社人員培訓，藉由實際、直接的交流溝通，加強對於郵輪的認識與觀念的釐清。

1. 各大港口與郵輪公司

包括我國高雄港、基隆港，以及日本九州、沖繩、蘭卡威、舟山群島及巴生港等港口設攤參展。其中台灣本次設攤規模最大，以遊艇造型成為會場最受矚目的攤位，現場觀光局配合紙傘彩繪等活動也最吸引人。

郵輪公司則為知名之皇家加勒比、麗星、公主、意大利歌詩達郵輪。以及旅遊公司包括阿爾法、興華、環美、杜拜東方等公司。以及挪威世歐造船公司一家。

2. 旅遊局與協會

台灣海峽兩岸觀光旅遊協會、法國魯昂、杜拜旅遊商務推廣中心、馬來西亞、印尼、巴布亞新幾內亞、等旅遊局、香港、韓國旅遊發展局、日韓海峽沿岸觀光交流協會。提供個國之特色旅遊介紹。

3. 郵輪補給供應商

主要為上海地區之供應商。包括天匯坊、新景西餐食品公司、金君水產、昌琦綠忠貿易公司、萃豐瓜果合作社、日刊海事報、錦江集團、江門

市匯創輕工業品、皓世管道系統、浩盾通風設備、通力電梯、赫科瑪電纜、悠暢商務服務公司，以及芬蘭美瑞亞等公司。

5.其他

上海海事大學(SMU)開辦郵輪管理 EMBA 課程，結合英國海貿集團、上港集團(上海國際港務集團)，提供 20 個月的專業管理課程。學員採每個月一次集中三天授課(星期五、六、日三天)，以互動式、問題導向、案例教學、管理決策模擬、專題講座等方式授課，並將完成一篇論文。經洽詢收費為 27.8 萬人民幣。

參、心得

2008 年迄今，這段期間內亞洲各地在港口相關的基礎建設投資持續擴增，也刺激了全球的郵輪產業對亞洲市場的關注，也陸續開發了新的遊程規劃。國內基礎建設是否符合發展需求，航點特色能否吸引旅客、營運將會面臨的挑戰如何因應，在會議中已有了初步的認識。

本次會議資訊的提供，特別感謝高港公司鐘英鳳副總經理及黃于航先生聯繫協助，謹致謝忱。此外，交通部及港務公司亦派代表參加，均密切關注其發展驅勢與對我國之衝擊，相信後續會納入相關的建設計畫規劃及營運策略調整。

一、都市計劃新課題

郵輪產業不只是一艘大船而已，也不是接待 1,500 位或 3,000 遊客而已。從食材供應、交通輸運、通關、租稅…服務，加上足以呈現城市魅力的地標碼頭，已經成為各大城市想要跨足世界、吸引全球旅客的新焦點，也是各國努力打開國際市場的手段之一。

因此，在四面環海的臺灣，更有機會利用這個優勢。各大都市如何塑造更有效率的便捷運輸，讓從海上來的遊客能夠順暢的造訪故宮、太魯閣、陽明山等文化與特殊自然景觀，到士林夜市等享受具有地方特色的美好體驗，滿意、順利的回到遊輪，浸淫在福爾摩沙的美麗海岸風情中，值得各地方努力發揮創意構想。我們位處東北亞與東南亞接壤的絕佳區位，在航程上可作為母港、也適合中繼。相信臺灣豐富的自然資源、溫泉美景、熱情和善的民眾、安全無虞的旅遊環境，絕對是各郵輪公司不可忽略的重要航點。

二、新興郵輪市場

郵輪市場客源的分析顯示，歐美的人口結構與比例在郵輪旅遊已趨飽和；反觀包括大陸在內的亞洲市場，經濟情勢轉變、中產階級比例成長且數量驚人，更不乏奢華的高消費族群，已經成為各大郵輪業者競爭追逐的焦點。假如這個時候不介入，未來則仍將被歐美航商獨佔。

在策略上，包括建立合作機制、分享航程、多母港遊程、限制當地供應機制、岸邊服務、通關等有善措施、轉乘交通疏運…，均應在碼頭建設時一併配套規劃解決，營造適合接待郵輪的發展環境。

三、高雄客運碼頭與基隆新旅運航廈

B/C 是基本的，千萬不能忽略。為了蓋碼頭而興建，絕對不會有好的結果。從郵輪業者、各國發展經驗都一再重復的提醒與會者，碼頭的建設必需能夠獲利，罔顧營運財務的投資，註定失敗的下場。

如何提供旅客通關、輸運，到食材、修繕、周邊倉儲、冷凍等供應商的順物流，加水、供油、岸電…都必須在建設時納入設計考量。具有地標義意的建築除了可藉以增加城市魅力，本身也將成為景點之一。當然也必須顧及各種不同訪客的服務需求，才能成為真正獲利的來源。

一滴水在落成時的一系列行銷作業，值得借鏡。諸如品牌汽車、精品的發表會與走秀，對於拉近民眾與郵輪的體認、提供高消費客群更現代化的活動場域，都不失為碼頭本身促銷與建立碼頭形象的絕佳場景。

肆、結論與建議

歐美郵輪市場客源飽和，亞洲、尤其是大陸新興中產階級客層，以及高消費能力的頂級奢華客群，莫不深深吸引著郵輪業者垂涎欲滴。郵輪商不斷灌輸著：不是會不會搭郵輪，而是一輩子一定要安排搭一次郵輪的觀念，希望爭取改變亞洲、特別是大陸旅客對郵輪活動的認識與態度。究竟是一劑編織的過份美好的迷幻藥？抑或是旅遊業者的市場行銷術語？令人玩味。

- 一、日本受到海嘯侵襲後的市場，明顯轉移到韓國。大陸陸續完成啟用的新郵輪碼頭即將增加到 12 個。從東北亞到東南亞一路的郵輪母港，競爭力極為可觀。臺灣擁有的故宮文化瑰寶、世界級的太魯閣美景、特有的溫泉…都深深吸引著各國的旅客。如何加強相關的基礎建設，營造有利郵輪活動的環境，此時此刻、躬逢其盛，我們必須把握時機，積極及早作好準備。
- 二、亞洲民眾受到文化與旅遊習慣的影響，對於太長的郵輪假期、在海灘上享受日光浴的悠閒行程目前仍較不接受。爭取短期 3~5 天高效率、帶有文化意涵、提供表演娛樂、以及精品免稅的購物機會，對大陸等亞洲國家的旅客更具有吸引力。
- 三、介紹、推廣郵輪活動，包括旅客和周邊產業兩個方向。提供民眾認識郵輪、旅行社培訓，可以直接對觀光旅遊市場有助益。至於輸運、供應商、倉儲環境…

的相關產業，以及各級政府對通關、提供當地良好有特色的服務與景點，也需要有完整的規劃推廣措施，讓各界對郵輪產業特性的深入瞭解，才能落實當地採購，才能帶動加值的效益。

- 四、新碼頭的興建不是無限上綱。罔顧經濟效益與財務計畫的投資，對於具有高度國際化與市場化的郵輪營運環境有極大的風險。不能獲利的投資終將失敗。建設階段必須讓郵輪業者、相關供應商、旅行社…等利害關係人，以及營運主體及早參與。越早的參與，對日後營運成功越有保障。
- 五、便捷的轉乘及交通輸運，為郵輪活動的關鍵因素之一。不論是旅遊巴士的動線、週邊交通及管制改善、空水/水水多元化轉運機能的服務…，尤其在高度城市化的地方更顯重要。
- 六、從旅客的角度出發。郵輪碼頭不是只有提供空橋、廁所而已，從通關、免稅、優惠措施…，小到兌幣、販賣機等相關服務環境，都是旅客對停泊港埠、城市、甚至國家的總體印象。
- 七、正如大陸高鐵、航太、到近期航母的發展，郵輪儼然成為大陸走向世界、邁向國際化的下一個工具。

附錄

附錄 1 大會活動剪影





附錄 2 展覽會



