

出國報告（出國類別：考察）

# 參加第十屆中國郵輪產業發展大會暨 國際郵輪博覽會

服務機關：臺灣港務股份有限公司

姓名職稱：交通部航政司

盧簡任技正清泉

賴科員彥臻

臺灣港務股份有限公司

駱副總經理傳孝

花蓮分公司魏經理碩良

行銷運籌處金助理管理師金

派赴國家：大陸上海

---

出國期間：104年10月12日至15日

報告日期：104年12月25日

## 內容重點摘要

中國郵輪產業發展大會暨國際郵輪博覽會是中國交通運輸協會郵輪遊艇分會(CCYIA)舉辦之國際性專業論壇與展覽，自 2006 年 11 月在上海虹口首次舉辦以來，每年舉行一次，已分別在廈門、北京、三亞、深圳(香港)、天津、上海六個城市成功舉行九屆。本屆大會以“郵輪 · 海上生活新時尚”為主題，彙聚了來自中國、美國、義大利、新加坡、馬來西亞、日本、韓國、香港、臺灣等十幾個國家和地區的百餘位郵輪界代表和專業人士，開展為期三天的交流與探討，包含亞洲地區郵輪產業之發展趨勢及亞洲港口合作發展契機。

本公司由駱副總經理傅孝率隊前往，除應邀擔任「亞洲港口和目的地論壇」與談人，也參與亞洲郵輪碼頭協會(Asia Cruise Terminal Association, ACTA)<sup>1</sup>所安排之午餐論壇，積極與各港口業者交流意見、行銷臺灣。大會亦安排上海吳淞口國際郵輪港之海洋量子號登船活動，透過實際觀摩皇家加勒比郵輪集團推出最新高科技郵輪內部裝置，以瞭解郵輪建造趨勢及亞洲旅客搭乘郵輪旅遊之偏好與特性。透過本次參訪獲取之各項經驗，可提供未來各港在規劃旅運業務建設等之重要參考。

---

1. 亞洲郵輪碼頭協會 (Asia Cruise Terminal Association, 以下簡稱 ACTA) 最早由新加坡郵輪碼頭及上海吳淞口碼頭共同發起，目標為推廣發展郵輪產業，促進亞洲地區國際郵輪港口間的合作和互動。

2. 會員為亞洲郵輪相關業者，並定期分別於亞洲港口舉辦年度大會，以增進亞洲及國際各港口業者相互交流，分享彼此資訊，發展合作商機。

# 目錄

內容大綱	頁次
壹、目的 .....	4
貳、出國期間及考察行程 .....	5
參、考察人員.....	5
肆、郵輪產業發展大會 .....	6
一、本次大會 .....	6
二、中國郵輪產業發展.....	9
三、參觀上海吳淞口國際郵輪港之海洋量子號登船-活動觀摩與紀要 .....	10
伍、心得與建議.....	19

## 臺、目的

由中國國家旅遊局、上海市人民政府和中國交通運輸協會聯合主辦，中國交通運輸協會郵輪遊艇分會協辦的「第十屆中國郵輪產業發展大會暨國際郵輪博覽會（CCS10）」於 2015 年 10 月 13-15 日在上海市隆重舉行，是亞洲郵輪產業的重要盛事之一。本次大會邀集國際各大郵輪業者及港口、城市相關機構等代表參與，俾以促進各方交流最新郵輪產業發展現況及趨勢，並促進郵輪產業各業務鏈之間之合作發展。

本公司由駱傳孝副總經理率隊參加，除應邀擔任「亞洲港口和目的地論壇」研討與談人，也參與亞洲郵輪碼頭協會(ACTA)午餐交流活動，除把握機會積極與各港口業者交流產業意見，也大力行銷臺灣港口資源與郵輪觀光發展潛力，期能透過本次大會活動持續與國際郵輪市場接軌，並將獲取的產業資訊，作為未來旅運業務規劃參考。

## 貳、出國期間及考察行程

日期	地點	行程
10月12日(一)	臺灣-上海	啟程
10月13日(二)	上海	參訪海洋量子號及吳淞口國際郵輪港、參觀郵輪博覽會、參加開幕式。
10月14日(三)	上海	全國郵輪旅遊推進會、行業領導者論壇、ACTA(Asia Cruise Terminal Association)午餐論壇、亞洲港口和目的地論壇、郵輪城市與旅遊論壇、郵輪修造輪壇。
10月15日(四)	上海	回程

## 參、考察人員

單位	職稱	姓名
交通部航政司	簡任技正	盧清泉
	科員	賴彥臻
臺灣港務股份有限公司	副總經理	駱傳孝
	助理管理師	金金
臺灣港務股份有限公司-	經理	魏碩良
花蓮港務分公司		

## 肆、郵輪產業發展大會

### 一、本次大會

1. 本次郵輪大會以「郵輪·海上生活新時尚」為主題，包括全國郵輪旅遊推進會議、行業領導者論壇、亞洲港口和目的地論壇、郵輪建造論壇、郵輪採購論壇、國際郵輪博覽會等十多項專業活動，並集聚國際郵輪公司、港口、旅遊城市和專業機構的熱情參與。

2. 推進會(Conference)及論壇(Forum):

針對不同郵輪主題進行介紹。本公司駱副總受邀擔任與談人之論壇則由各港代表(與談人)先後分別分享港埠發展建設現況，再由主持人向受邀與談人提出問題，後者進行說明。同場來賓包含了：香港啟德郵輪碼頭、日本福岡港、廈門郵輪集團、新加坡郵輪集團等，會談重點紀要如下:

- (1) 現有多數亞洲港口設施，未能因應未來大型郵輪停靠，極需提升。
- (2) 多數岸上行程仍著重購物行程安排，影響顧客滿意度。
- (3) 緊急應變能力有待提升。
- (4) 法規制度如簽證議題有待突破。
- (5) 郵輪碼頭經營普遍困難，部份地方碼頭設過於注重地標性建築，對旅客候船環境和通關便捷化的重視程度不夠，且開發建設缺乏協調性，易淪為各港惡性競爭的情形。
- (6) 郵輪產品應多選擇性，否則易造成旅遊目的地選項不足，遇氣候不佳等突發情形造成港口調配靈活性不佳增加航線及組團風險；部份旅行社起動低價競爭，致喪失應有的郵輪品牌品質。
- (7) 包船模式自 2012 年開始盛行，亦使市場供需出現變動，業者間削價競爭，易導致郵輪旅遊品質與標準降低，如岸上行程變成郵輪購物遊。不過郵輪公司應該研究更多的航線，加大同業之間的定位以及產品層次的差異，避免因低價競爭給整個行業帶來的傷害。
- (8) 各類郵輪專業人才有待培訓以符合市場需求。



圖 1. 亞洲港口和目的地論壇



圖 2. 駱副總發表情形

### 3. 國際郵輪大陸佈局

- (1) 公主郵輪(Princess)2013 年 8 月始進入中國市場，較歌詩達及皇家加勒比晚，然其價格及產品定位略高於上者，著眼於部分已搭乘過平價郵輪的旅客願意花費更多來享受更高級的產品。甫推出 11 萬噸級的藍寶石公主號後即感到市場需求旺盛。2016 年將引入第二艘郵輪-黃金公主號進入中國市場，預料市占率將有大幅提升。現公主郵輪正為中國市場量身打造一艘全新郵輪，預計將於 2017 年啟動，以上海為母港全年運營。此新船已被正式命名為盛世公主號。

- (2) 歌詩達郵輪 (Costa)長期在大陸耕耘多年，逐漸成為大陸消費者熟知的品牌，為做出市場區隔，近年來更推出首個由大陸出發環球世界的郵輪-大西洋號，自上海吳淞口國際郵輪港出發，載著數千名旅客，開始了海上絲綢之路環球之旅。航行歷時 83 天，到訪了全球五大洲 28 個旅遊目的地，也象徵中國大陸客源市場已足以支撐高總價、超長天期的郵輪產品。
- (3) 皇家加勒比(RCCL)亦將天津作為母港，且旗下 16.8 萬噸的海洋量子號於今年 3 月駛抵上海，開啟了中國母港航季。海洋量子號是皇家加勒比集團旗下的第三大郵輪，也是目前全球郵輪業中使用高智慧科技最多的郵輪之一。RCL 把這艘全球最先進的郵輪佈局中國，凸顯了對中國郵輪旅遊市場的高度重視，明年度將再加派遣全新下水、同型的姊妹船經營大陸市場，預料將再度為市場投下震撼彈。
- (4) 地中海郵輪(MSC)原無經營亞洲市場計畫，著眼於亞洲市場逐漸成長，2016 年將派遣旗下載客 1500 人、5 萬噸級的抒情號(Lirica)投入中國大陸營運，屆時，世界前四大郵輪營運集團將全數投入亞洲市場營運。
- (5) 挪威郵輪公司(Norwegian Cruise Line )及嘉年華集團旗下以德國為主要市場的 AIDA 郵輪亦表示將積極籌備進入中國市場。其中挪威郵輪將為大陸市場量身定制一艘全新郵輪，這艘載客量將達 4,200 人，且專為對住宿、美食和獨特度假需求的中國消費者所設計，企圖以後來者之姿搶下一席市佔。



圖 3. 駱副總於 ACTA 午餐論談與業者交換名片

## 二、中國大陸郵輪產業發展

### 1. 現況

- (1) 據 CCYIA 的統計：2014 年中國大陸郵輪運營 466 航次，增長 14.78%，其中母港航次 366 個，增長 9.3%，訪問港航次 100 個，增長 40.8%；出入境郵輪



旅客 172.34 萬人次(86.17 萬人)，增長 43.36%；其中，以中國旅客為主的母港航次出入境 147.92 萬人次(73.96 萬人)，增長 44.3%，以境外旅客為主的訪問港航次入出境 24.47 萬人次(12.24 萬人)，增長 37.9%。

- (2) 運營中國母港航線的國際郵輪從十年前的 1 艘、900 個客位發展到今天的 12 艘、3 萬個客位。皇家加勒比郵輪集團、嘉年華郵輪集團、雲頂集團、地中海郵輪集團等全球著名郵輪品牌皆已佈局中國，使中國郵輪市場成為現今全球郵輪旅遊發展最快的新興市場。
- (3) 中國船舶工業集團與美國嘉年華郵輪集團、義大利芬坎蒂尼郵輪船廠分別簽訂了戰略合作諒解備忘錄，標誌著中國開始自主研發、建造大型豪華郵輪。
- (4) 2014 年中國最大旅遊網-攜程網，向精緻郵輪購買旗下世紀號及水晶號 2 艘郵輪，並與皇家加勒比郵輪集團共同合組天海郵輪，專營中國郵輪市場，成為繼海娜及渤海郵輪之後，第三家中國郵輪品牌。
- (5) 上海海事大學、上海工程技術大學、天津海運職業學院、青島遠洋船員技術學院等全國 40 多家高校開設郵輪管理、郵輪旅遊等專業課程，旨在培育郵輪人才，成為國內外郵輪工作崗位的中流砥柱。

## 2. 大陸郵輪市場未來發展動向以及台灣因應對策

- (1) 未來中國大陸以“一線三點”成就郵輪母港佈局，即：北部以天津港為中心、大連港和青島港為左右兩港，以韓日和西伯利亞東海岸為主的航線；中部以上海港為中心，以韓日、台港澳為主的航線；南部以三亞、廈門為核心，以南海、海上絲綢之路和兩岸為主的航線。並且將從區域性航線邁向全球性航線。對台灣而言，最有直接影響力的便屬廈門，廈門港距離日本、韓國、越南等地均遙遠，台灣及澎湖群島遂成為其最重要的戰略夥伴，未來台灣港務公司須積極與廈門港務集團研商合作，以廈門提供客源、台灣提供旅遊服務的模式建立長期營運模式。
- (2) 大陸未來將加快推動扶持本土郵輪產業的財政、稅收政策，推動設立全國郵輪發展基金，以發展中國船隊，台灣現階段成立本土郵輪品牌的機會較低，但可鼓勵台資企業投資或海運相關院校積極培育郵輪管理及第一線服務人才，搶食大陸郵輪商機。
- (3) 加快推動中國郵輪製造業並與歐洲船廠、設計公司的結盟。
- (4) 與各亞洲港口合作，推展多樣郵輪目的地組合行銷。並與國際郵輪業者及旅行社共同發展郵輪旅遊不同產品之定位，實施差異化經營。同時推展郵輪包船與直銷並行並舉的行銷模式，完善郵輪旅遊契約定型化。台灣一般旅遊定

型化契約與國外郵輪業者慣用之合約規範仍有部分差異，加上國情不同，若產生旅遊糾紛時仍易產生霸船、爭訟等情形(如因天候因素更改航程)，台灣與大陸同屬華人生活圈，國情較相近，未來可參考大陸規範，訂定郵輪專屬定型化契約。

- (5) 盡速完善建立郵輪供需採購平臺，促進大陸企業與國際郵輪公司於此採購系統進行郵輪補給採購交易。

### 三、參觀上海吳淞口國際郵輪港之海洋量子號

上海吳淞口國際郵輪港位於上海吳淞口長江岸線的炮臺灣水域，即長江、黃浦江、蕓藻浜三江交匯處，其優越之天然水深資源及地理優勢，完善的聯外交通網路，使其成為目前亞太地區最為繁忙的國際郵輪母港。



圖 4.上海吳淞口國際郵輪港

吳淞口國際郵輪碼頭自 2010 年開港以來，年旅客量逐年攀升，兩船同靠已成為碼頭常態，且隨著皇家加勒比、歌詩達、公主郵輪等國內外郵輪公司相繼佈局吳淞口郵輪碼頭，致現有碼頭靠泊能力已不敷使用。2014 年吳淞口停靠航次達到 216 航次，出入境旅客達到 111 萬人次，超越新加坡港口，成為亞洲第一大郵輪母港。今年除了海

洋水手號、大西洋號、藍寶石公主號繼續以吳淞口郵輪港為母港的全年航線外，海洋量子號、天海號、賽琳娜郵輪也加入了母港郵輪行列，阿卡迪亞號、伊麗莎白女王號等郵輪也繼續以吳淞口為掛靠港。

由於碼頭只能同時停靠 2 艘 8 萬噸以上的大型郵輪，2015 年已啟動碼頭擴建工程，預計 2017 年擴建部份即可啟動使用。擴建工程主要為增加 2 個泊位，建成後碼頭總長度將達 1,600 米，共可佈置 2 個 22.5 萬噸級和 2 個 15 萬噸級總計 4 個大型郵輪泊位，屆時年旅客總通過量將從現在的 60.8 萬人次提升至 357.8 萬人次。



圖 5.海洋量子號泊靠上海吳淞口國際郵輪碼頭



圖 6 .上海吳淞口國際郵輪碼頭擴建施工圖

### 1. 上海吳淞口國際郵輪港碼頭設施

碼頭岸線	長 1500 米/航道寬度 220 米
水深	9-13 米
泊位	2 個
容納船舶噸位	1 個 10 萬噸級及 1 個 20 萬噸級郵輪

### 2. 上海港為郵輪母港的主要郵輪產品

主要航線	航線	航線天數
日韓航線	上海-濟州-仁川-上海	4-7 天 (5 天 4 晚)
	上海-釜山-濟州-上海	4-7 天 (5 天 4 晚)
	上海-濟州-上海	4-7 天 (4 天 3 晚)
	上海-仁川-上海	4-7 天 (5 天 4 晚)
	上海-沖繩-鹿兒島-上海	4-7 天 (6 天 5 晚)
	上海-濟州-長崎-上海	4-7 天 (5 天 4 晚)
	上海-長崎-福岡-上海	4-7 天 (6 天 5 晚)
	上海-濟州-福岡-上海	4-7 天 (5 天 4 晚)
台灣航線	上海-台灣(2 或 3 個港口)-上海	6-7 天(6 天 5 晚)
其他	夏威夷航線	8-14 天

國際上最受歡迎的郵輪產品為 6-8 天，而中國旅客傾向 4-7 天的中短期航線。考慮郵輪航行特點，日韓線行程多在 7 天以內，價格便宜，深受中國旅客歡迎，愛中國郵輪

產品主要以日韓線為主。台灣航線雖廣受大陸旅客歡迎，然受限於兩岸簽證以及外籍郵輪直航需申請之限制，目前航次不多，且多以團體包船為主，未來若能突破限制，對台灣郵輪市場貢獻必定良多。

3. 大陸因應郵輪旅客日益增加所採納之相關措施，值得台灣借鏡：

- (1) 簡化登船與入境等手續，包括季節性調配充足人力，增設驗證通道，採取分批通關、旅遊團零散驗放等舉措，盡最大可能縮短旅客候檢時間。
- (2) 配備充足的機械和人力，郵輪靠港後快速裝卸行李，確保旅客下船即時提領行李。
- (3) 簡易的貴賓服務、餐飲服務咖啡簡餐服務以及免費 wifi 服務。
- (4) 針對同一港上下的旅客，簡化出入境查驗程式，減少加蓋入境章，提高通關效率。
- (5) 為確保旅客快速便捷離開港區，港口安排了免費短駁巴士，往返於港口、停車場和地鐵站之間。
- (6) 提供急求醫藥箱、便民箱等人性化服務，針對一些高齡旅客，如行動不便的旅客，港口亦提供專人負責推送或輪椅服務。
- (7) 如遇到同時接待兩艘郵輪抵港，同時有上下船兩批次大量旅客，亦會依據旅客流量需求，調配接待及通關事宜，加快安檢速度；預先準備所需人力及設施避免大量人潮湧入在港口的混亂次序現象。
- (8) 免費辦理行李托運，旅客一抵港口，即能憑房號或行李牌辦理行李托運，減少旅客提領的麻煩。
- (9) 以往必須團隊到齊才能通關的模式，現在也改為旅客抵達即可自由領取證件個人通關登船，以避免大量人潮在大廳等候的混亂。



圖 7.上海吳淞口國際郵輪碼頭售票處



圖 8.上海吳淞口國際郵輪碼頭簡易候船室

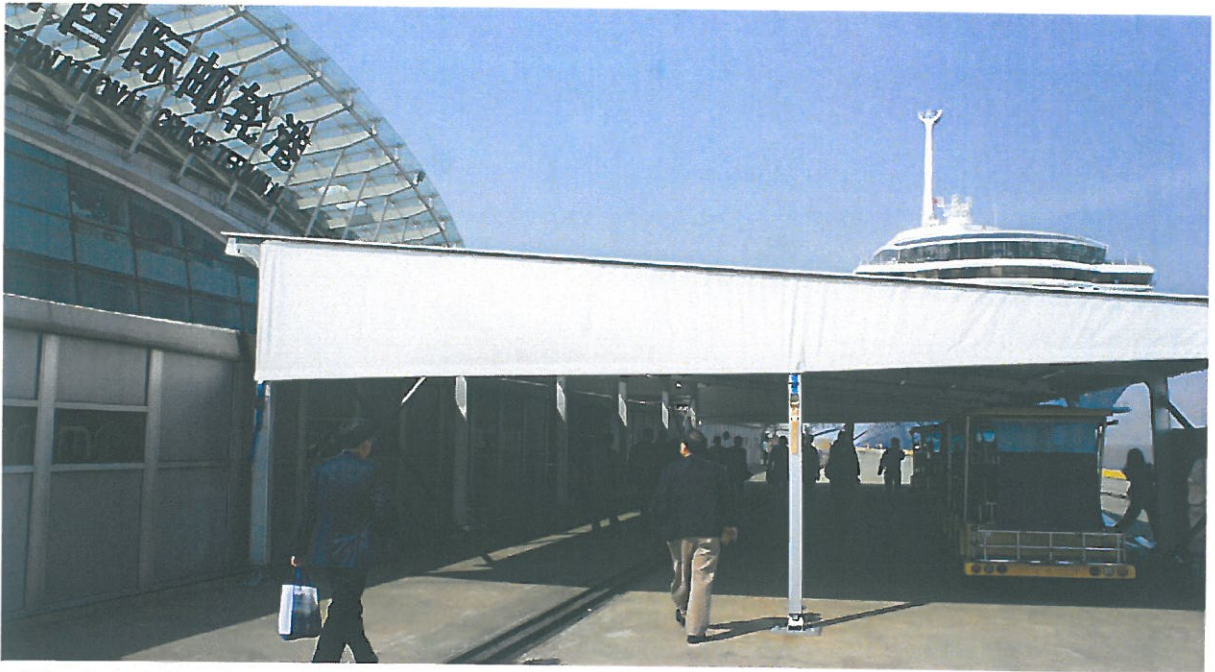


圖 9.上海吳淞口國際郵輪碼頭室外登船走道



圖 10.上海吳淞口國際郵輪碼頭登船迴道候登船

#### 4. 海洋量子號



圖 11.海洋量子號

於 2014 年秋天正式下水，總噸位 16.78 萬噸，載客量越過 4,100 人，是皇家加勒比國際遊輪首款的智慧型郵輪，提供衛星網路，讓旅客能隨時與外界保持聯繫；且透過其特殊技術設計，讓旅客能追蹤行李所在位置，且旅客在家中就可以完成各項登船手續，包括預備登船檔、上載證件照片、接收電子確認函等，能有效縮短辦理登船手續所需的時間。船上機器人酒保，不但是調酒師，更會在表演廳搖身一變，成為六人表演團隊。六個機械螢幕既可合也可分，靈活多變的組合形式，令人耳目一新，表演廳的落地玻璃幕牆，亦可當作為投射螢幕，上演一幕幕交織現實與虛幻的表演；另船上提供射頻識別科技手帶（WOWband），讓旅客可自行瀏覽郵輪上的各式設備，選購餐飲、岸上觀光旅程、水療按摩產品或服務並進行預約等多項功能。

海洋量子號船舶基本資料：

船名	載客	船噸(MT)	船長(M)	船寬(M)	吃水(M)	船公司	船務代理
海洋量子號 (Quantum of the Seas)	4,180	167,800	348	49.5	8.8	皇家加勒比國際郵輪公司	總代理： 經緯 港口代理： 安舫





圖 12. 船上新穎的休閒設施



圖 13. Vistarama 的落地玻璃幕牆



圖 14. 調酒機器人

## 伍、心得與建議

### 1. 國際活動策劃

- (1) 本次大會於上海虹口區舉行，從機場接駁作業到現場指引、報到作業、工作人員接待等細節，都需要主辦單位元慎密的安排，才可使大會順利進行，圓滿結束。惟本次活動較為美中不足的地方在於場地及接待人員安排不夠精確，例如受邀來賓名牌有未印製及現場未事先安排座位等情形。論壇活動時間掌控不佳，與事先大會規劃有所差異，致部份行程安排臨時變動，造成現場某種程度的混亂。建議將來在辦理國際活動策劃時，除可參考先前已舉辦過類似之活動內容，亦可集思廣益，發揮創意，並儘可能預留足夠規劃時間，以進行確認及排演。國際活動若舉辦成功，對活動本身及公司國際知名度亦可大大提升，是值得投資的行銷模式，藉由與各界互動，可開創之合作機會，亦可帶來無限商機。
- (2) 本次主辦單位多安排聽講式(單向)聚會，各方代表少有機會能相互交流瞭解彼此業務；若將來本公司為主辦單位舉辦類似活動，除論壇活動外，建議可規劃以不同主題和方式進行，以增進與國外各港交流發掘合作商機。

### 2. 為促進臺灣郵輪市場，建議可採行措拖：

#### (1) 放寬大陸旅客簽證及外籍郵輪直航限制

在郵輪市場上普遍的觀念是鄰近港口間互相為合作大於競爭的概念，但目前以大陸為母港出發的郵輪，在政治及相關法令等諸多因素之下，只能在純臺灣航線、日韓航線之間擇一，無法開闢臺日韓一程多站行程，是以，若以大陸旅客為目標的郵輪市場而言，臺灣與日本或韓國其實處於競爭大於合作的處境，2014年日本郵輪產業大幅成長，整體成長20%，其中國外旅客搭乘郵輪遊日的人口成長了75%，主要來自於近年大陸郵輪市場興起，從天津、上海等華北一帶港口出發，因航程距離近，多以規劃日本、韓國等城市為主要目的港，帶動赴日旅遊風氣，加上近期日、韓郵輪簽證政策鬆綁，更使赴日韓旅遊之中國旅客趨之若鶩，臺灣在簽證、直航的議題必須加快與大陸洽談如何更加開放，突破僵局。尤其大陸郵輪市場以上海、天津、廈門為主要市場，在6天內航程為市場

銷售主力的限制之下，郵輪業者可選擇掛靠的港口並不多，現在最熱門的濟州、福岡已面臨接待能量飽和(無論是泊位或景點容量)，各郵輪業者又紛紛計畫進入大陸市場，臺灣若在簽證及直航的限制上能加速通過放寬的政策，即可吸引更多航線移往臺灣，創造無限郵輪產業商機。

## (2) 借鏡大陸郵輪銷售模式，除弊興利

大陸郵輪市場快速成長，部份可歸功於旅行社包船買斷艙位分銷的制度，對郵輪公司而言可以專注於本業經營，並迅速打入中國大陸這個陌生市場，且旅行社買斷後有動機積極將艙位銷售一空；對旅行社而言，可以用相對低價買入艙位，創造較高額利潤。然去年韓國爆發 MERS 疫情，造成郵輪艙位需求量大幅減少，旅行社早在一年前即訂約買入艙位，為避免虧損，只能銷價競爭售出艙位，長期而言將嚴重損害郵輪產品的品牌價值，未來消費者可能認定郵輪就是低價商品，郵輪業者無利可圖後，將爆發大規模出走風潮。臺灣旅行社近年來以類似中國大陸經營模式包租公主郵輪、皇家加勒比郵輪在夏日旺季以基隆為母港經營日韓航線，業績逐年成長，未來當供給量成長至一定規模時，便可能面臨與中國大陸相同的風險，大陸的經驗值得我方借鏡。大陸旅行社包租郵輪散賣的銷售方式，也無形中讓郵輪艙位的銷售通路侷限在少數的通路手中，某種程度而言限制了產品曝光及被出售的機會，未來郵輪公司將投入更多資源成立自有銷售通路，以利更加親近顧客需求，並且讓通路更加多元。臺灣公主郵輪過去僅扮演盤商的角色，未來也將透過各種合作的形式來扮演零售商的角色，顯見郵輪業者成立自有通路是未來的趨勢。

## (3) 創造臺灣港口能見度

韓國積極發展郵輪產業，今年韓國海洋水產部、濟州道政府特派代表團參加本屆中國郵輪產業發展大會，並藉機宣傳韓國國會今年 8 月剛剛通過的郵輪振興法案，同時積極與中國港口、旅行社洽談合作，期望將韓國郵輪旅遊行銷亞洲及擴展至全球。臺灣亦應積極參與各種國內外郵輪產業相關活動，藉以與其它港口、國家郵輪業者建立穩定之合作關係，增進彼此商業活動之往來。