

出國報告(出國類別：考察)

參加「Seatrade Cruise Asia Pacific 2023」暨拜會郵輪相關業者出國案

服務機關：臺灣港務股份有限公司

姓名職稱：

臺灣港務股份有限公司 張乃文資深副處長

臺灣港務股份有限公司 林欣緯督導

臺灣港務股份有限公司 黃心玫副管理師

臺灣港務股份有限公司基隆分公司 劉懷萱經理

臺灣港務股份有限公司臺中分公司 蕭欣婷事務員

臺灣港務股份有限公司高雄分公司 蘇寂菀高級管理師

派赴國家：香港

出國期間：112年10月23日至10月27日

報告日期：113年1月10日

內容重點摘要：

本次 Seatrade 亞太郵輪論壇(Seatrade Cruise Asia Pacific 2023)於香港舉辦，該大會委託全球知名海事媒體集團(Seatrade)辦理，該集團以辦理國際型郵輪活動，包含年度例行於美國邁阿密及亞洲、太平洋舉辦之郵輪論壇，本次亞太郵輪論壇為疫情後首度重新於亞洲、太平洋地區辦理國際型論壇，加上中國大陸市場宣布重新開放郵輪停靠，郵輪相關航業、港口及政府部門均十分重視後續亞洲郵輪復甦反彈的力道及未來的商機，本公司為把握與航商、周邊港口的互動交流，特赴港參加本次大會活動。

本公司除參與論壇活動外，也設置大會攤位宣傳展覽，藉此行銷臺灣港群並接觸重點郵輪航商，本次行程安排香港啟德郵輪碼頭、香港海運碼頭考察，並藉由拜會名勝郵輪公司、永安旅行社等郵輪相關業者，除掌握亞洲區域郵輪發展動態外，也說明本公司港埠優化進度、獎勵優惠措施等，吸引郵輪公司及旅行社加強佈局臺灣。

目錄

| 內容大綱 | 頁次 |
|--|----|
| 壹、 目的 | 4 |
| 貳、 出國期間與考察行程 | 5 |
| 參、 考察內容..... | 6 |
| 一、 Seatrade 亞太郵輪展(Seatrade Cruise Asia Pacific 2023) | 6 |
| (一)活動介紹 | 6 |
| (二)港務公司演講分享..... | 11 |
| (三)論壇演講分享 | 12 |
| 二、 積極與國際郵輪業者交流 | 19 |
| (一) The Ritz-Carlton Yacht Collection | 19 |
| (二) 華林船務集團 | 20 |
| (三) 商船三井郵輪公司(MOL)..... | 21 |
| (四) 名勝世界郵輪公司..... | 23 |
| (五) 永安旅行社..... | 25 |
| (六) 其他郵輪業者及郵輪相關產業高階主管 | 26 |
| 三、 港口考察 | 30 |
| (一)啟德郵輪碼頭參訪..... | 30 |
| (二)香港海運碼頭參訪..... | 33 |
| 肆、 心得與建議 | 34 |

壹、 目的

亞太郵輪論壇(Seatrade Cruise Asia Pacific)為年度性例行國際型論壇活動，主要探討亞洲、太平洋地區的郵輪市場發展，邀請重點航商、港口單位及郵輪相關產業要角聚集一堂，共同分享亞太區域郵輪現況及發展未來趨勢、旅遊目的地發展、郵輪產業的永續發展等議題，透過演講及研討方式聚焦亞太郵輪發展，此外，亞太郵輪論壇自 2019 年 10 月舉辦後，2020 年-2022 年均 COVID-19 疫情影響停辦，此次因亞太地區港口已陸續開放，中國大陸亦於 2023 年 9 月份宣布全面恢復國際郵輪進出港，鑒於對於亞洲區域郵輪全面重新開放復甦的力道及期待，本次論壇活動吸引約來自 27 個國家、超過 300 位郵輪高階主管、港口單位及相關產業業者出席。

疫情後期郵輪市場以較早開放的歐美國家為主，亞洲面臨一船難求的困境，港務公司為取郵輪靠泊、加強國際行銷，推出 2023-2024 年國際客船優惠措施，提供碼頭碇泊費、旅客服務費至少 7 折的優惠，本次港務公司除參與論壇活動外，亦報名參加展攤設置活動，增進和與會業者的宣傳及互動交流。此外，本次大會也在議程中安排本公司上台分享臺灣港群郵輪港口的發展近況及優勢，由林欣緯督導進行簡報，向大會參與者介紹臺灣郵輪港口港埠近況及相關優惠措施，有助於提高臺灣的能見度及競爭力。

本次行程亦安排香港啟德郵輪碼頭、香港海運碼頭考察，並藉由拜會名勝郵輪公司、永安旅行社等郵輪相關業者，除掌握亞洲區域郵輪發展動態外，也說明本公司港埠優化進度、獎勵優惠措施等，吸引郵輪公司及旅行社加強佈局臺灣。

貳、 出國期間與考察行程

本次出國期間與考察行程內容詳如下表 1 所示。

表 1、出國期間與考察行程一覽表

| 日期 | 主要行程 |
|--------------|--|
| 10 月 23 日(一) | 參訪香港啟德郵輪碼頭 |
| 10 月 24 日(二) | ■拜會名勝郵輪公司、永安旅行社 ■參加 Seatrade Cruise Asia Pacific 2023 歡迎大會 ■攤位布置 |
| 10 月 25 日(三) | 參加 Seatrade Cruise Asia Pacific 2023 |
| 10 月 26 日(四) | 參加 Seatrade Cruise Asia Pacific 2023 |
| 10 月 27 日(五) | 參訪香港海運碼頭 |

參、 考察內容

一、 Seatrade 亞太郵輪展(Seatrade Cruise Asia Pacific 2023)

(一)活動介紹

1. Seatrade 亞太郵輪展介紹

本次亞太郵輪展由 Seatrade 所舉辦，除了每年度於美國舉辦的全球性論壇活動外，每年 Seatrade 均會在亞太地區舉辦國際論壇活動，由 Seatrade 所舉辦的全球郵輪展向來為郵輪業界最重要年度活動，以往亞太郵輪論壇多在上海舉辦，因 COVID-19 疫情於 2020 年-2023 年均停止舉辦，香港旅遊發展局特別爭取贊助舉辦本年度「Seatrade Cruise Asia Pacific 2023」(10/24-26)活動，將整個大會移師到香港舉辦，舉辦日期更搭配香港年度旅遊盛事「香港美酒佳餚巡禮」(10/26-29)期間，把香港的觀光行銷宣傳效益提升到最大，可看見香港旅遊發展局對於觀光推動及爭取郵輪旅遊發展的積極。

2. 會展中心場地簡介及參與業者說明

(1) 會展中心地理位置

本次論壇活動於香港萬豪酒店舉辦，位於香港中西區，鄰近香港中環，中環為香港最重要的商務中心，香港萬豪酒店位於太古廣場購物中心內，該購物中心與港鐵共構，是香港一座規模龐大的綜合商場，集結辦公大樓、購物中心及酒店等多樣功能。

(2) 大會場地規劃及參與業者

本次大會論壇及展覽活動均規劃在同一樓層(如圖 1)，本次共有 11 個參展攤位(如圖 2)，大致上分為各國郵輪港口、觀光單位、船務代理等，因攤位設置處即為會場外門廊，參與論壇的來賓往來都必須經過展攤位置，可有效增加參展單位與來賓的互動機會。

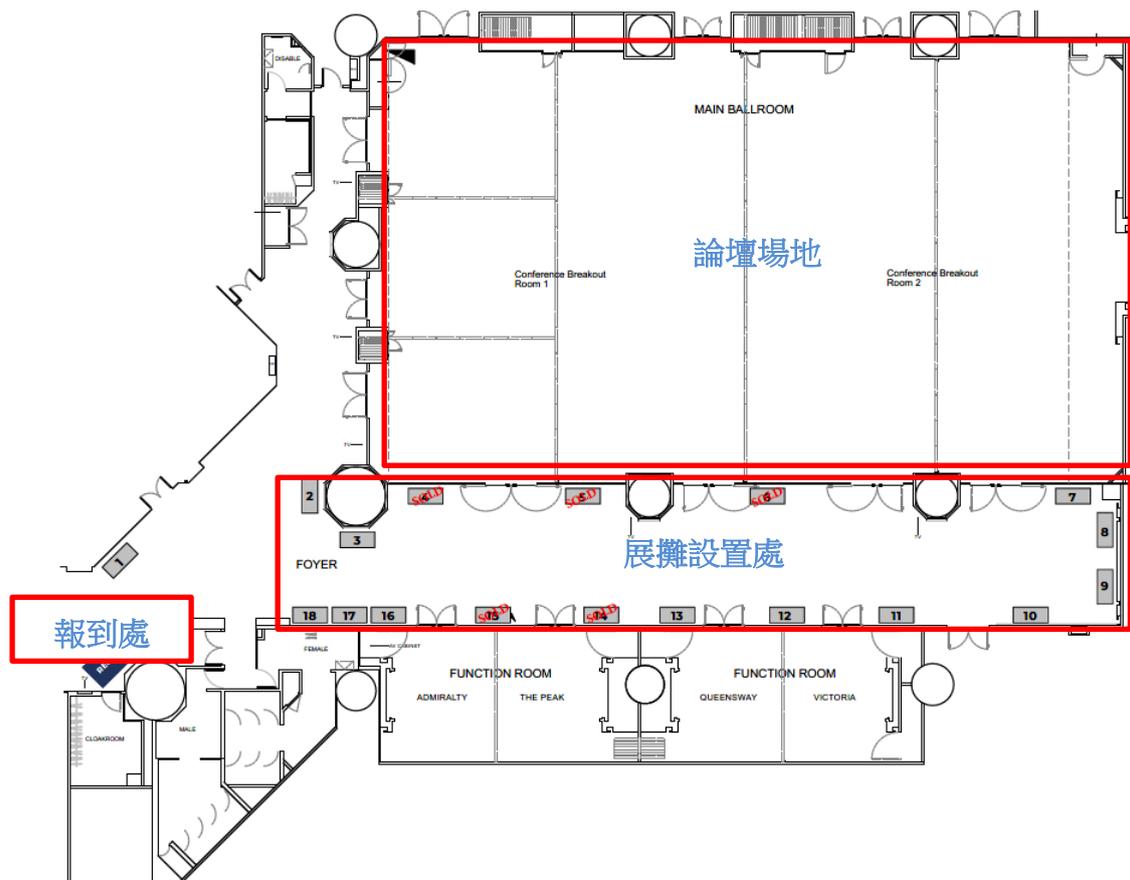


圖 1、展會平面示意圖



圖 2、參展單位一覽

(3) 港務公司攤位

為爭取郵輪業者對臺灣港口的關注，港務公司本次特設展攤行銷臺灣港埠優勢及港口城市觀光，行銷重點除了臺灣郵輪港口外，也著重向郵輪業者說明港務公司 2024 年度碼頭碇泊費、旅客服務費的減免優惠。此外，作為臺灣代表，港務公司也協助發送觀光署觀光手冊並積極邀請郵輪業者參加 2024 年由交通部航港局所主辦的郵輪跳島採線活動，期能在港務公司的積極推動下，讓臺灣整體郵輪市場穩定成長。



圖 3、港務公司攤位



圖 4、港務公司攤位



圖 5、港務公司攤位



圖 6、港務公司攤位

(4) 與參展單位交流

■ 日本港展攤交流

日本本次共有三個縣設置攤位，分別為宮崎縣、熊本縣以及沖繩縣的觀光單位，日本參展均由觀光單位參展，主要目的為透過展覽活動推廣港口城市觀光，日本城市非常善用吉祥物及具有地方特色紀念品吸引目光、引人駐足。除參展的三個縣外，日本各縣也派遣港口及觀光部門人員一同參與 Seatrade 盛宴，如：京都府商工勞動觀光部、福岡市郵輪推動部、金澤市港灣活用推進部、舞鶴市產業振興部以及境港管理組合等單位。

■ 菲律賓觀光部展攤交流

菲律賓觀光部（Philippine Department of Tourism）郵輪相關部門亦參展宣傳菲律賓郵輪產業，目前菲律賓可提供郵輪靠泊的碼頭共有五座，分別為北伊羅戈省的庫裡芒港、南伊羅戈省的薩洛馬格港、馬尼拉港、薄荷島港和巴拉灣島的愛妮島港（Currimaos in Ilocos Norte, Salomague in Ilocos Sur, Manila, Bohol, El Nido in Palawan），未來更規劃於長灘島、海豚灣等地興建更多可容納大型郵輪的港口，目標發展菲律賓成為下一個郵輪發展重地。

■ 香港啟德碼頭展攤交流

香港郵輪碼頭共有兩座，大型郵輪靠泊香港時皆是靠泊啟德碼頭，啟德郵輪碼頭位於維多利亞港中心，碼頭長 850 公尺，水深-13 公尺，擁有可讓兩艘大型郵輪同時靠泊的通關設施。旅運中心附屬設施包括 365 度全視角的空中花園、免費 WiFi、各類商店和餐廳等，非郵輪靠泊時間亦提供旅客參觀。除計程車外，大眾交通也極為便利，雙層巴士約每小時 7-8 班次，小型巴士則是每小時 6 班次，連接附近的購物中心、地鐵站和其他交通樞紐，郵輪靠泊時更提供免費接駁車至香港市中心，解決旅客交通問題。



圖 7、日本沖繩縣攤位



圖 8、日本熊本縣攤位



圖 9、日本宮崎縣攤位



圖 10、香港啟德碼頭攤位



圖 11、菲律賓觀光部攤位



圖 12、邊行船務代理攤位



圖 13、與日本各港交流合照



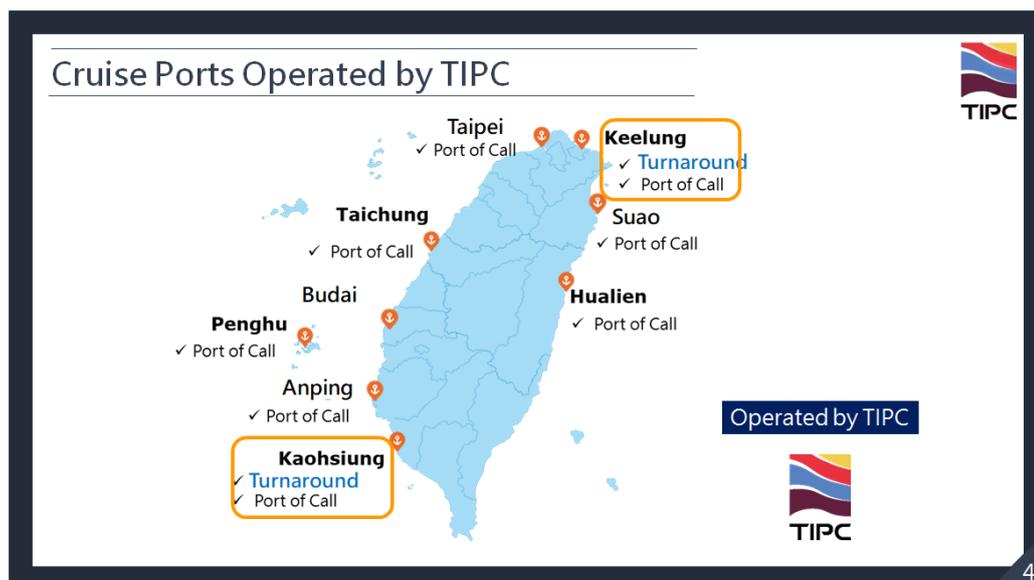
圖 14、臺灣代表交流合照
(右三-台灣郵輪產業協會劉曉寧秘書長、左三經偉船務代理公司-李紹齊總經理)。

(二)港務公司演講分享

本次大會特別規劃參展單位簡報時間，由參展者登台介紹各自特色，如觀光魅力、港埠設施及公司業務等，為保握行銷臺灣港群機會，本公司由林欣緯督導代表登台簡報，向參與論壇來賓介紹臺灣，包含臺灣地理位置、郵輪港口建設計畫及港埠優惠等，藉此提升郵輪航商對臺灣的認識。



圖 15、港務公司由林欣緯督導代表登台介紹臺灣港群及優惠措施。



- (2) Dr. Zinan Liu, Senior Vice President & Chairman, Royal Caribbean Group & Royal Caribbean Cruises, Asia 劉淄楠高級副總裁（皇家加勒比郵輪公司）

目前中國大陸的人民對郵輪旅遊的信心和旅客量還沒有回到2019年，可能有兩個因素：第一是因為中國大陸在疫情期間的清零政策、至今終於解除管制，但經濟尚未出現強力反彈，人民尚處在觀望的狀態；第二點原因應該是日前中國大陸的郵輪大多是本國籍的郵輪公司在營運，外籍郵輪公司或者一些疫情後新成立船隊尚未進入中國大陸的市場。

香港地理位置優越，離其他鄰近國家的旅遊目的地不遠、因此香港推出的產品可以很國際化，而中國上海則可推出華北（如上海-青島）或華南等沿途的郵輪航線之國內產品。

中國大陸的郵輪旅客數在2016年~2019年間，都幾乎是50%的成長率，疫情後以往的50%年成長率恐不復見，但是依據中國大陸具有目的地、客源市場及港口的承運能力三大優勢，劉淄楠表示中國大陸應該還是有20%的年成長率，因此政府一定要多加努力，一定會再回到2019年的榮景。劉淄楠提到政府單位、郵輪公司及港口等需要共同合作，政府單位部分應努力推動郵輪旅遊優惠及便利的相關政策，但還是要研議彈性調整政策如簽證發放等，以加速郵輪產業的成長。至於郵輪公司則是應該要深入旅客喜好，做好船上設施及餐飲的準備，吸引旅客搭乘、市場銷售應標準化、維持價格平穩以確保品質。而港口碼頭軟硬體則是要能滿足郵輪靠泊需求。

針對韓國郵輪市場，劉淄楠高級副總裁認為南韓人口有五千萬，人民平均所得高，因此他非常看好南韓的市場，至於南韓為什麼卻沒成為郵輪主要客源地？他覺得是因為國際郵輪航商以往都將大部分資源投注在中國大陸和日本較多，加上歷史文化、社會等因素，所以沒有吸引到太多的韓國人關注郵輪旅遊，若要把韓國市場經營起來，得長期部署和計畫。

- (3) Sally, Riu, Secretary General of the ACDT 劉曉寧秘書長（台灣郵輪產業協會）

臺灣郵輪復航後，臺灣港務公司和旅行社非常努力吸引郵輪公司回到臺灣靠泊營運，目前觀察明（2024）年地中海郵輪公司(MSC)、挪威郵輪公司(NCL)和歌詩達郵輪公司(COSTA)都採包船模式恢復在台營運，航線包含香港、日本及韓國等，目前預計有超過 69 航次，加上臺灣一直都是非常重要的客源市場，除了本地客源的支持、也持續吸引到很多外國客源。臺灣郵輪產業的持續成長需要結合聯合政府單位共同努力、增加競爭力，包含觀光署、郵輪公司及港務公司等。

另外劉曉寧秘書長提及要經營當地國籍郵輪並不容易，不僅要滿足本地客源的觀光喜好，還要考慮外國旅客的需求，是非常高難度的事情。此外，劉曉寧秘書長特別介紹臺灣離島觀光很具特色，建議可以跟國外船公司合資經營跳島航程。

- (4) Kenneth Wong, General Manager, MICE & Cruise , Hong Kong Tourism Board 黃卓雄總經理（香港旅遊發展局）

香港人本來就很國際化，因此香港人也一直是很搭乘國際郵輪去國外觀光的熱愛者。不過香港作為亞洲的郵輪母港，僅靠香港本地客源填滿艙位是不太可能的，需要附近的南沙、深圳客源支援，因此雖然競爭是存在的，但是透過共同合作更為重要。

黃卓雄總經理很開心看到國際郵輪重回到大陸市場，郵輪航線選擇性更多更有趣了，冬季太冷，郵輪旅客可以選擇新加坡、香港、華南區如深圳等作為觀光目的地；東北亞日本地區本來就深受郵輪喜愛，再加上透過新船的運營，一定能吸引更多郵輪旅客，加速中國大陸華南區、香港等統稱大灣區郵輪產業成長。目前大灣區的觀光越來越發達，可以說是中國大陸政府推出“144 小時便利簽證政策（外國旅客至香港旅遊並可於 144 小時內至毗鄰的廣東省內城市觀光，並且在廣東省不同口岸出入境）”的成功案例，黃卓雄建議中國大陸政府應逐步簡化及放寬郵輪旅客的觀光簽證發放，並且讓中國大陸內地的郵輪旅客

得以過境方式赴香港參與全部郵輪航程，對於郵輪觀光發展有重大意義，也有助於兩岸客源的交流。

- (5) Akira Shimizu, CCO and Board Member, MOL Cruise Ltd. 清水晃營運長
(商船三井)

亞洲的郵輪產業中，日本像是沈睡的獅子。對日本人來說，搭乘郵輪是一個非常奢侈的行為，所以往往人生到了老年才會選擇的旅遊活動，因此日本人口雖然多，而且又是郵輪熱門的觀光目的地，但卻始終沒有成為重要客源地。清水晃先生建議在日本郵輪母港的經營方面，政府或郵輪公司的推廣和行銷應該要著墨於日本人的價值觀方面，讓郵輪旅遊能夠親近日本人的生活中，不讓他們覺得遙不可及。

2. 主題：區域合作：應對挑戰與團結

本來大灣區(中國華南、香港)內的港口如深圳和香港皆各自發展，亞洲郵輪聯盟(Asia Cruise Cooperation, ACC，以下簡稱為 ACC)成立至今五年，透過會員之間的合作，近期菲律賓或者海南等地區的知名佳餚及景點可以為旅客體驗創造價值。這樣的合作讓亞洲郵輪產業愈發蓬勃，以下綜整加入 ACC 的好處：

- 增加曝光度，並與其他會員共同推廣及行銷。
- 航程規劃更完善：航程規劃時互相考慮會員國家目的地的安排：例如不同國家簽證發放往往有其複雜或困難處，透過組織向政府單位反應或者發揮區域影響力，促成航線的安排。
- 資訊共享：有時候其他港口推出的一些政策或優惠措施案例也可以彼此相互分享，舉例菲律賓有蓋新的郵輪碼頭，並且發展出新的目的地，透過良好的資訊分享，可以讓船公司快速了解及掌握，作為其航線佈局的評估項目之一。

目前 ACC 雖然還沒有新增會員，但其實日本旅遊局、越南都是很好的成員夥伴，因此 ACC 會制定一些戰略合作方案，未來繼續推動及努力區域合作。

- (1) Wendy Yamazaki, Regional VP, Government Relations, Asia, Group 山崎溫蒂亞洲區副總裁 (皇家加勒比郵輪公司)

疫情後各國政策與環境均較為複雜，外籍郵輪公司若欲快速在亞洲復航，必須了解各國的政經情形，對皇家加勒比郵輪公司而言，透過 ACC 可以快速掌握港口關係、了解目的地景點，以安排旅客的美好的岸上觀光體驗，此外，透過 ACC 也能有效與地方政府溝通，ACC 組織存在對郵輪公司而言深具意義。

另外，山崎溫蒂副總裁表示雖然郵輪市場的統一化和制度化是過於理想的，但就郵輪公司立場，還是希望可以和各港口政府多些對話，皇家加勒比郵輪公司樂意提供政府單位登輪體驗服務，讓地方政府官員理解大型郵輪動輒超過 5 千人的實際作業情形與郵輪公司真正的需求。

- (2) Tiger Yong, Government Affairs , China 雍泰格（中國大陸外交事務部）乘客可以說是和平大使，郵輪旅客至其他港口觀光，是促際文化交流及進行溝通的一種方式，我們很希望這樣的交流持續在這個郵輪產業上推行。我們上週將中國大陸最紅的電視劇在郵輪上放映給旅客看，這也可說是文化的一種交流，另外地中海郵輪公司明（2024）年將贊助賽車 F1 方程式賽事活動，也是郵輪與產業交流的證明。

目前中國大陸政府非常積極投資郵輪港口，旅客中心內含很多服務設施、並且有物業管理、商店消費、交通安排、補給等安排，顯見其深切希望更多郵輪公司或者相關產業人才可投入到香港、中國大陸，讓郵輪產業更加蓬勃發展。

- (3) Dr. Paulo Benito S. Tugbang, Director IV for Product and Market Development, Tourism Development Sector Philippines Department of Tourism 保羅貝尼托博士、旅遊發展部及市場開發總監（菲律賓旅遊部）菲律賓中央政府非常支持郵輪產業的發展，不過地方政府對郵輪的認知與中央政府尚有落差，這個是菲律賓中央政府急需突破及改善的狀況。自從菲律賓加入 ACC 後可以和鄰近國家香港、臺灣等合作，著實也是加速菲律賓郵輪產業發展的一個優良管道。

(4) Hwang, In Seong Deputy Director, Marine Leisure Tourism Division, Marine Policy Bureau, Marine Policy Office, Ministry of Oceans and Fisheries 黃仁成副處長（韓國海洋水產部海洋政策及海洋休閒旅遊部）

韓國一直都很積極推動年度盛會，例如濟州郵輪論壇、或者出國拜訪交流活動，藉由公開性的活動把蒐集到的意見和聲音向政府、郵輪公司或者相關單位反應，例如以簽證問題來說，郵輪旅客入境韓國不太容易，又以通關程序來說，韓國的入境海關查驗手續繁複，這些將是阻礙韓國郵輪產業發展的一個絆腳石，透過 ACC 這樣的組織可將其他地區的作法讓韓國政府了解，以尋求韓國政府的改善或者簡化等方法。郵輪產業在疫情後產生了很多的變化，加入 ACC 可以和其他港口有良好的合作，促成區域性的發展。

3. 主題：亞洲郵輪復興的前景與最新發展(東南亞及南亞的部署、容量、航次與客源市場動態)：

客源市場即是需求，疫情後的郵輪復甦，東南亞與南亞地區很有潛力的市場分別是新加坡、馬來西亞和印度等地區，印度航線往往分成較短航程，目的地到孟買或清邁等，至於較長程的規劃，目的地會到斯里蘭卡，以下為各與談人針對東南亞及南亞區域郵輪市場發展見解：

(1) Michael Goh, President, Resort World Cruises 吳明發總裁（名勝世界郵輪公司）

名勝世界郵輪公司吳明發總裁觀察發現，疫情後的亞洲郵輪市場，除了東南亞的星、馬雙母港發展很好，吳總裁也特別提到香港、高雄雙母港模式發展也非常成功，可為未來發展模式的借鏡。透過這樣的論壇交流平台或者平時的資訊共享與合作，鄰近港口的戰略夥伴可以將好的經營模式做複製或學習，快速且成功地讓亞洲郵輪產業儘快復甦。吳明發總裁提及的雙母港營運模式首要條件為具備優良的地理位置，即是要能讓飛機、陸上交通及郵輪海運都能串連的點位，另外因東南亞或南亞等鄰近國家因文化、語言等相近，因此很好行銷郵輪雙母港的航線。當然要做好母港的角色，需要政府的大力支持，並提供有利的資源或優惠措施等，才能解決各航線之間所遇到的問題。

- (2) Angie Stephen, Vice President & Managing Director , Asia Pacific, Royal Caribbean International 史蒂芬安琪副總裁(皇家加勒比國際集團亞太區) 目前以亞洲郵輪客源市場來看，新加坡滲透率高，可說是亞洲的明日之星。疫情這三年，很多人都在醞釀旅行計畫，又因為新加坡的地理環境很適合作為郵輪母港，加上新加坡政府的優惠補貼及郵輪營運的政策支持，因而帶入人口眾多的印度人至新加坡搭乘郵輪。有鑑於此，皇家加勒比目前積極製造新船，之後會將新船投入亞洲、增加運力。最近迪士尼郵輪開始在新加坡運營，讓東南亞及南亞郵輪市場更加活絡了，其實是非常好的現象，我們可以想像新加坡就好比美國邁阿密，而馬來西亞則是佛羅里達，希望這樣成功的美國經營模式可以在在亞洲複製。

當然除了新船的製造與船上設備的優化，建議各港口單位應投入投資郵輪碼頭建設，如碼頭吃水須夠深、航道寬度須足夠讓大型郵輪通過等，才能為接待大型郵輪靠泊應做好準備。

- (3) Francesco Raffa, Director of Asia Region, Growth Markets and North America, Costa Cruises 拉法法蘭思科 亞洲區及北美區市場成長部門總監（歌詩達郵輪）

隨著疫情後的航線部署調整及旅客旅遊特性的改變，歌詩達郵輪公司已計畫布局歌詩達莎倫娜號於 2024 年初至馬來西亞母港運營，目前已規劃好 3 個航次從馬來西亞的巴生港出發往印度的行程，同時拉法總監表示除了印度郵輪旅客大幅成長外，他也非常看好這 3 個航次的 fly-cruise 旅客量，預期會有不少東南亞區域的旅客搭乘飛機到馬來西亞搭乘郵輪至印度觀光旅遊。雖然這個以印度為目的地的航線規劃與鄰近的新加坡郵輪市場產生不小的競爭，但市場競爭不論何時都一直存在著，例如郵輪公司在歐洲地中海區的競爭或在美國邁阿密的競爭始終都有，趁這個市場熱度把東南亞及南亞區的郵輪產業做的更大、更蓬勃，其實也是很好的發展情形。

- (4) Jasem Zaiton, Marketing Manager, GAC Group Holdings 翟頓詹姆斯行銷部經理（海灣船務集團控股公司）

我們很樂見新加坡的郵輪產業持續成長，目前 GAC 集團也和香港洽談合作方式，因為除了新加坡-印度航線外，必須持續找尋新的市場，希望能夠運營由香港出發到印度的航線，關於印度有一個特別重要的議題需要注意，就是印度旅客非常講究飲食，他們有很多素食者，飲食習慣也比較難以滿足，另外印度人的文化性很強，舉凡音樂、舞蹈等都有其特殊性係，因此郵輪船上娛樂設施設計也將會面臨較難的挑戰。一旦克服了飲食或者文化難題，加上空運運能也同步成長足以符合郵輪旅客需求，將可載運更多來印度的外籍旅客到新加坡或者香港參加郵輪航程。

二、積極與國際郵輪業者交流

在過去三年的 Covid-19 的影響之下，全球郵輪市場的版圖正面臨改變，疫後重啟後，為了加快恢復獲利，國際郵輪公司多將船隊布局在相對較早開放的歐美市場，造成亞洲市場進入一船難求的困境，然而後續亞洲國家陸續重新迎接旅客，加上中國大陸宣布重新開放郵輪靠泊，郵輪各界對亞洲未來的發展重新充滿期待，藉著國際知名郵輪公司都齊聚香港、共同展望亞洲發展的機會，港務公司也把握時機與郵輪業者交流、溝通。

(一) The Ritz-Carlton Yacht Collection

萬豪酒店集團旗下 The Ritz-Carlton 跨足郵輪市場，成立全新郵輪品牌 The Ritz-Carlton Yacht Collection，並於 2022 年正式投入服務，首艘郵輪 Evrima 總噸位 2.6 萬噸，可搭載 298 人旅客，船上服務人員備有 246 人，高達 1：1.2 的船員乘客服務比例。到 2025 年，其船隊將增加兩艘新船 Ilma 和 Luminara，屆時將有三艘郵輪投入市場營運

The Ritz-Carlton Yacht Collection 以打造放大版的頂級私人遊艇體驗為目標，因此從外觀內裝、餐飲及船上活動，都提供全新的旅客體驗，是高端郵輪市場耳目一新的生力軍。在 Seatrade 活動會場中，該品牌航程規劃資深經理 Rob Kritzman 也來到展攤與本公司進行交流，目前 Evrima 郵輪航線布局仍以歐美為主，隨著後續 2 艘新船的投入，未來也將規劃亞洲航點，針對小型高端郵輪，也是跳島郵輪的目標客群，本公司除了推薦基隆、高雄、臺中等港口及觀光資

源之外，也推薦澎湖港海島風情，藉以行銷臺灣港群，爭取高端郵輪來台，此外，The Ritz-Carlton 作為高端小型郵輪，也是跳島郵輪的目標客群，最為臺灣代表，本公司亦代為邀請 The Ritz-Carlton 郵輪公司參加一月份由交通部航港局所主辦的「跳島亞洲跳島郵輪聯盟(AACA)推廣介紹會」採線活動。



圖 18、與 The Ritz-Carlton Yacht Collection 郵輪公司航程規劃資深經理 Rob Kritzman(左 3)交流合照。

(二) 華林船務集團

華林集團 Wallem 成立於 1903 年，全球最大的第三方船舶管理公司之一，提供全面的船運服務，包括船舶經紀、租船、船舶代理、商務管理及物流來自不同國家、具有豐富經驗的岸上及船上職員。

華林船務目前負責多家國際郵輪集團泊靠台灣港口作業，服務的郵輪品牌包含地中海郵輪、挪威郵輪、七海郵輪、大洋郵輪及其他高檔小型郵輪等，是本公司港口作業緊密合作的夥伴關係，此外，華林船務公司除積極拓展郵輪代理業務外，該公司亦提供政府部門或郵輪推動單位顧問服務，藉由媒合郵輪公司與港口城市進而促成航線規劃航線等。

本次活動與華林船務集團董事總經理 Dickson Chin、台灣華林船務公司陳明澂董事長於會場活動進行交流，Dickson 認為鄰近國家港口及觀光單位應互相合作，如韓國、香港、臺灣菲律賓等觀光單位合組 ACC 聯盟，共同串接成觀光航點，透過區域合作將有效吸引郵輪回到亞洲佈署。另外郵輪推廣須仰賴相關政府部門的政策支持，舉例來說，亞洲各國簽證程序不一，需要較長的作業時間，影響航程安排的彈性，未來應朝向標準化及一致性，可參考歐盟申根簽證的作法，用整體性的觀光效益訴求將更有效果。



圖 19、與華林船務集團董事總經理 Dickson Chin(左 2)、台灣華林船務公司陳明澂董事長(左 1)交流合照

(三) 商船三井郵輪公司(MOL)

三井郵輪公司是全球最早的全日製郵輪公司之一，旗下郵輪品牌日本丸為日本老字號郵輪公司，以提供日本式服務、日本道地餐飲為賣點，以往日本丸主要以經營日本境內及亞洲區域航線為主，中小型的船型也相當適合靠泊小型港口、打造特殊航線。

看好郵輪市場的經營，商船三井郵輪公司除了旗下原有的日本丸郵輪外，也宣布成立全新的郵輪品牌「MITSUI OCEAN CRUISES(三井海洋郵輪)」，旗下第一艘郵輪為「MITSUI OCEAN FUJI(三井海洋富士)」，可以看出三井郵輪公司對郵輪業務及亞洲市場的重視，為了替新的郵輪品牌宣傳，三井郵輪公司也

派出 Anthony H Kaufman 資深執行顧問與會，爭取提供三井郵輪公司及旗下郵輪的曝光度，因應新郵輪品牌及新郵輪的出現，三井郵輪公司也成為港務公司行銷交流的重要目標，本公司亦安排向 Anthony H Kaufman 資深執行顧問面談、推薦臺灣港群郵輪港口並說明港埠優惠方案，期待三井海洋富士啟航後可以優先選擇臺灣港口。

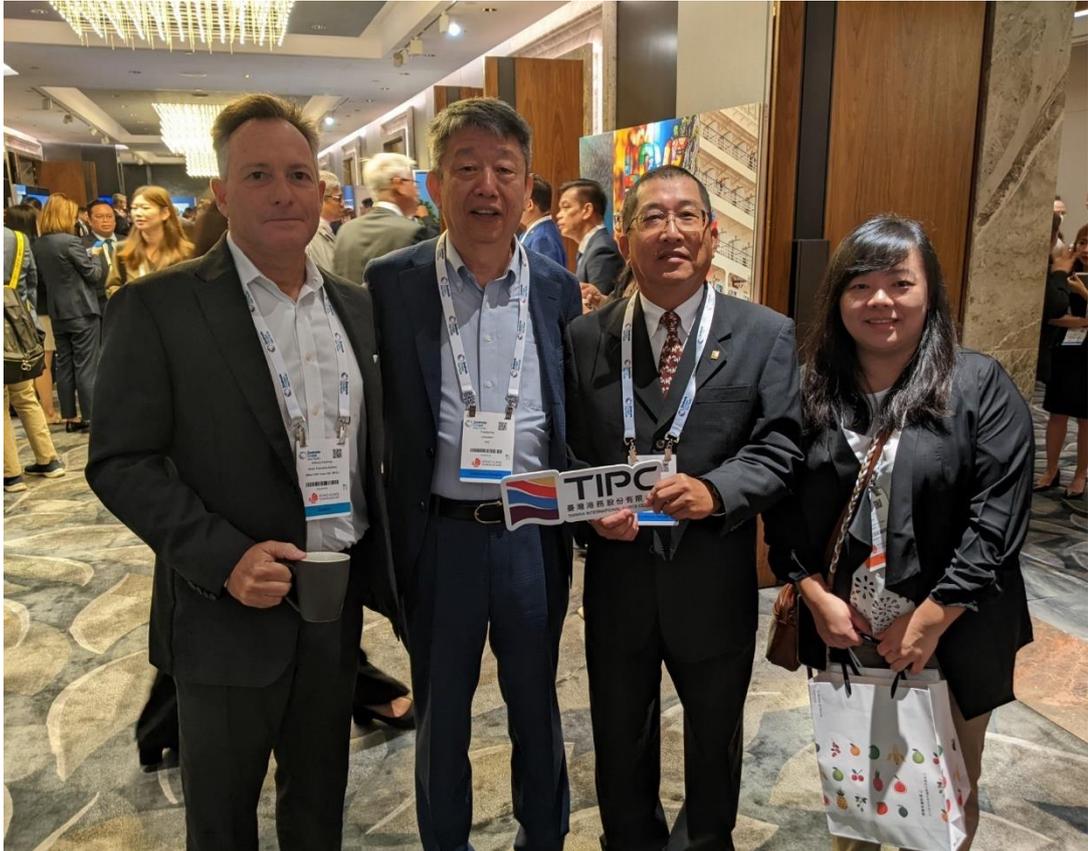


圖 20、與商船三井-Anthony H Kaufman 資深執行顧問(左 1)、奇寶郵輪公司徐景奇董事長(左 2)交流。



圖 21、商船三井-Anthony 資深執行顧問(左 2)、上海郵輪研究中心邱羚主任(右 2)。

(四) 名勝世界郵輪公司

2023 年名勝世界壹號香港-高雄雙母港運營很成功，港務公司特別安排與名勝郵輪公司林俊彥首席營運長會談，洽談名勝郵輪公司 2024 年及未來的郵輪配置規劃。林俊彥首席營運長表示名勝世界第一號在 2023 年 9 月底離開高雄後回到香港至明年 4 月底運營香港-三亞、香港-菲律賓、香港-越南及公海巡遊等航程，預計 2024 年也會回到臺灣營運，首席營運長表示他觀察到疫情後旅客的消費想法及模式改變，對於郵輪售票價格較能理性看待，更重視旅遊的體驗，如長天數(6 天 5 夜)較以往短天數(4 天 3 夜)接受度變高。

名勝世界郵輪公司已積極評估籌購新船加入營運的計畫，考量長遠經營的競爭力及航線配置的彈性，郵輪公司需要增加運量及航線，才能分擔風險並長久經營下去。



圖 22、拜會名勝世界郵輪林俊彥首席營運長(右 3)



圖 23、拜會名勝世界郵輪林俊彥首席營運長(左 3)

林俊彥首席營運長表示疫情後旅客消費觀念改變（感受人生苦短，願意花錢旅遊）、多母港操作模式的航次數快速增加，客源結構也產生變化，以往航程銷售多採單一母港客源填滿艙位或單一地方旅行社包船運營，多母港營運客源來自多個不同市場，為了因應這樣的情形，郵輪公司要有很強的訂票系統，才可以從各國港口進行售票，並充分掌握旅客紛紛於不同目的地下船，又換新一批旅客上船的情形，才可有效運用艙位，獲得最大盈利。

觀察 2023 年臺灣郵輪復航後，季節性母港航次銷售非常成功，幾乎每航次都接近滿載，縱使遇到颱風、航程被迫調整後，臺灣旅客仍舊有 2 千多名前往搭乘，可見臺灣郵輪旅客熱情不減，市場保持非常熱絡的情況。因此名勝郵輪公司也期待名勝世界郵輪能盡快回到臺灣經營東北亞航線。

(五) 永安旅行社

永安旅行社是香港歷史最悠久、規模最大的旅行社，在 2011 年被中國國際網路旅遊供應商攜程網收購，其公司現設有 8 間分店，分店遍佈香港、九龍、新界及澳門，該旅行社也是名勝世界郵輪在港主要銷售商，本公司也藉由本次參與香港舉辦的 2023 年亞太郵輪論壇機會，前往永安旅行社總部拜訪助理總經理鄭譚英、高級經理洪寶婷，及經理周珮欣，期掌握鄰近重要郵輪港口的市場脈絡、了解困境或瓶頸問題，共同研議解決辦法或者尋得戰略合作模式。以下交流重點摘要：

1. 名勝世界郵輪銷售分析：
 - (1) 針對香港-高雄雙母港的銷售，永安旅行社表示市場銷售反應佳，可持續推動銷售；另有不少香港至高雄的郵輪旅客會下船後停留在高雄市或鄰近的台南市玩 2 天後，再搭乘下一個航班返回香港，這樣的旅遊型態逐漸盛行，是個蠻好的發展。
 - (2) 2023 年航季受到幾次颱風影響而取消航次，永安旅行社表示目前名勝世界郵輪公司採取之補償方式大多為讓旅客更換出發航班，或者補貼船上消費金，但旅客常因行程無法變動期待郵輪公司採取退費，永安旅行社在與客戶溝通時面臨不小的壓力，遭遇颱風進而產生不便及糾紛也是銷售郵輪夏季航線最大的困擾。

2. 建議事項：

臺灣觀光署針對 fly-cruise 旅客有提供獎勵方案，不過依照永安旅行社申請經驗，該獎勵方案審查條件繁瑣，導致申請獎勵金的案件比例不高，建議未來臺灣相關單位推出的相關獎勵方案，應盡量簡化審查方式及申請流程。

據永安旅行社分享，疫情後的旅客消費模式有所改變，旅客變得理性，較能接受用高一點的價格換得更好的旅遊品質或服務，而郵輪旅客也較以往重視目的地景點的在地體驗。因此建議臺灣觀光單位應著重特色景點的開發及故事性的旅遊體驗，以吸引更多的旅客想要搭乘郵輪來臺觀光。



圖 24、拜會永安旅行社掌握香港、臺灣郵輪銷售市況

(六) 其他郵輪業者及郵輪相關產業高階主管

看重亞洲市場及中國大陸郵輪市場的開放，本次眾多國際郵輪公司均出席參加大會活動，本公司特提前邀請郵輪公司至攤位交流，其中包含集團式大型郵輪公司包含挪威郵輪、公主遊輪、皇家加勒比郵輪、歌詩達郵輪等；此外，為配合交通部藍色公路十年整體發展規劃、推動跳島郵輪發展，本公司也鎖定適合佈署跳島航線的高端探索型、小型郵輪公司交流互動，包含 Ritz-Carlton 郵輪、天鵝郵輪、精緻郵輪、龐洛郵輪及商船三井等。



圖、25 商船三井郵輪公司(MOL)清水明董事(左 2)



圖、26 地中海郵輪陳文杰高級經理(左 2)



圖、27 名勝世界郵輪公司吳明發總裁(左 3)



圖、28 歌詩達郵輪亞洲區市場總監 Francesco Raffa(中)、港口作業馮曉東總監(右 2)



圖、29 龐洛郵輪公司總裁 Herve Gastinel(左 4)、北亞市場章瑾總監(左 2)、奇寶郵輪公司徐景奇董事長(右 3)



圖、30 挪威郵輪公司黃麗聰業務經理(右 1)、麗晶七海郵輪江可人銷售總監(右 2)



圖、31 精緻郵輪公司北亞銷售代表



圖、32 天鵝郵輪公司陳紹華亞洲總監(右 1)



圖、33 皇家加勒比遊輪公司高級副總裁



圖、34 皇家加勒比遊輪公司童劍鋒首席營運官



圖、35 上海郵輪研究中心邱羚主任(中)



圖、36 韓國海洋水產部黃仁成副主任(右)



圖、37 NaviAsia 地接旅行社 JulieanneYee 總監(右 3)



圖、38 Inter cruises 地接旅行社李穎韶亞洲代表 (左 1)

三、港口考察

(一)啟德郵輪碼頭參訪

隨著疫情結束，香港啟德郵輪碼頭接連有多艘郵輪靠泊，其中 2023 年 8 月 4 日皇家加勒比國郵輪公司旗下一艘總噸位達 16.8 萬噸、載客量超過 5 千人的郵輪「海洋光譜號」在疫情後首次重回香港。但大量旅客湧入導致旅客在計程車招呼站大排長龍狀況，又 8 月 6 日另一艘長期香港作為母港的郵輪「名勝世界壹號」抵港停留七小時，計程車招呼站同樣出現大批遊客等車的情景而引發抱怨。

為改善啟德郵輪碼頭交通接駁問題，香港政府包含文化體育及旅遊局、運輸及物流局、旅遊事務署、運輸署，以及香港旅遊發展局（旅發局）和啟德郵輪碼頭營運商共同研議配套措施：

1. 強化免費公共巴士服務：免費提供巴士 22R 特別路線（啟德郵輪碼頭往返港鐵啟德站），並於港鐵啟德站加派指引人員和增加指示牌協助乘客搭乘。另外還開設兩條可穿梭市區熱門景點的特別路線：20R（啟德郵輪碼頭往返尖沙咀）和 25R（啟德郵輪碼頭往返港鐵觀塘站），特別巴士服務每半小時可應付 900 人次。
2. 增加巴士班次：除了提供三條免費路線外，在此基礎之下啟德碼頭與市區商場協調，還增加啟德郵輪碼頭前往市區重要車站的巴士班次。
3. 強化計程車接駁服務：碼頭營運商透過與計程車業界設立的即時通訊平台，向計程車業者發送旅客人數、及下船時間等信息以避免計程車短缺情形發生。

以上 3 項措施推出後，整體旅客接駁疏運情況明顯改善，旅客不論是巴士或是計程車皆不用久候，交通整體情況順暢許多。由此可見香港政府非常重視郵輪旅客的旅遊體驗，特別還要求碼頭營運商須與郵輪公司、交通服務業者

和接待郵輪旅客的旅行社等就每一個靠泊航次的旅客上下船交通接駁都密切溝通，以作出妥善規劃和安排。

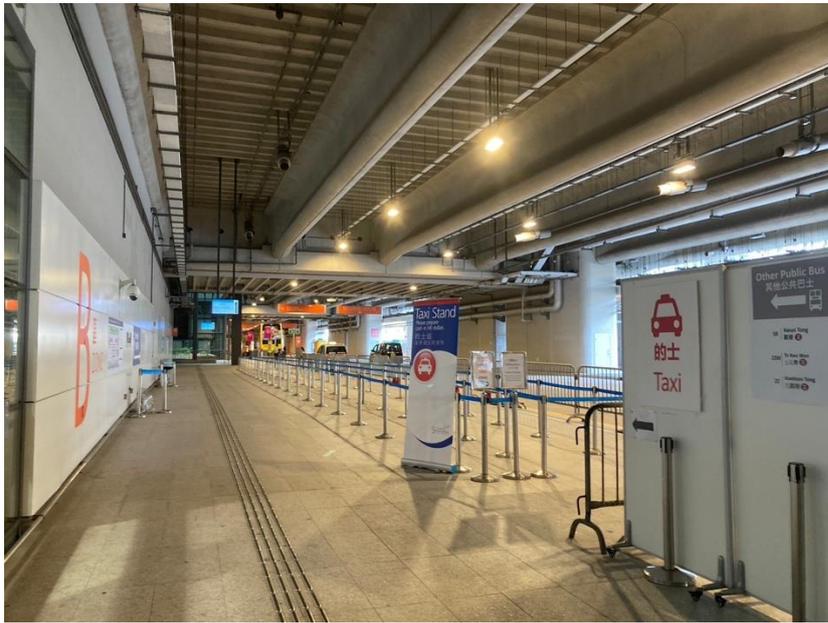


圖 39、啟德郵輪旅客中心外計程車等候區



圖、40 市區與啟德郵輪碼頭巴士接駁車停等站牌



圖 41、啟德郵輪旅客中心的候船的大廳



圖、42 港務公司出訪人員與環美郵輪碼頭董事總經理班智榮（中）於啟德郵輪旅客中心內合影。

(二)香港海運碼頭參訪

海運碼頭座落於九龍半島南端尖沙咀區，在香港啟德碼頭營運前是香港主要的郵輪客運碼頭，連接香港最大百貨商場-海港城(海港城 5 個大型商場組成，包括：港威商場、海洋中心、海運大廈、馬哥孛羅香港酒店商場以及星光城)，該碼頭也十分鄰近香港知名旅遊景點如星光大道、香港文化中心、香港藝術館及香港太空館博物館等，郵輪旅客到港後步行即可抵達繁榮的商圈並欣賞國際知名的維多利亞港風光，鄰近的大眾運輸工具(港鐵)也都在步行可達的範圍內，對郵輪旅客來說是一個交通便捷且十分具備觀光吸引力的郵輪碼頭。

海運碼頭是一個手指形突堤碼頭，由東向西伸展，全長 381 米、配備一臺旅客橋，在啟德碼頭啟用後，主要提供中小型郵輪靠泊為主，依據預報預計 2024 年約有 42 航次靠泊，經向船務代理公司了解，因維多利亞港港內交通船、旅遊小船發展繁盛，鄰近海運碼頭的尖沙嘴有繁忙的交通渡輪前往中環碼頭及灣仔碼頭，每晚也會有許多觀光旅遊船載客欣賞維多利亞港國際知名的燈光秀表演，有時會因異常忙碌的港內交通延誤郵輪出港時間，成為郵輪公司靠泊海運碼頭的困擾之一。



圖 43、香港海運碼頭靠泊郵輪圖



圖 44、香港海運碼頭岸間狹窄，目前停靠中小型郵輪為主

肆、心得與建議

一、以往 Seatrade 郵輪論壇多在上海舉辦，此次大會由香港旅遊發展局贊助辦理，時間搭配香港旅遊年度大型活動「香港美酒佳餚巡禮」，並安排接駁車接送郵輪公司、大會來賓及參展來賓前往體驗活動現場參與香港的旅遊盛事。此外，大會將其中一場商業社交活動安排於海運碼頭頂樓，郵輪業者及大會參與者可在交流互動的同時欣賞維多利亞港的百萬夜景，為香港的觀光做了最好的宣傳。除了在會議廳堂內聚焦討論亞洲郵輪市場的發展，香港旅遊發展局直接帶領與會來賓親身體驗香港的觀光魅力，將郵輪推動與觀光體驗緊密結合，原因無他－觀光魅力仍是吸引國際旅客的最大誘因，有效的觀光行銷有助於打造臺灣為亞洲地區重要的郵輪樞紐。此外誠如永安旅行社的建議，疫情後的旅客消費模式改變，郵輪旅客較以往更重視目的地景點的在地體驗。因此未來臺灣應著重特色景點的開發及故事性的旅遊體驗，以吸引更多的旅客想要搭乘郵輪來臺觀光。

二、名勝郵輪公司營運長林俊彥提出，臺灣地理位置優勢搭配多母港營運模式的經營，將有效吸引 fly-cruise 類型旅客，例如東南亞國家如印尼、菲律賓、或馬來西亞等旅客搭機來臺，然後再搭乘郵輪至東北亞如日本等港口觀光。fly-cruise 旅客往往會產生在地觀光、交通、住宿及餐飲等消費，對於郵輪整體經濟效益很大，應視為未來郵輪推動爭取重點。惟針對 fly-cruise 的發展，仍需加強空港航班搭配及容易申請的優惠措施等。