

# 出國報告(出國類別：考察)

## 2024 年邁阿密郵輪展

服務機關：臺灣港務股份有限公司

姓名職稱：基隆分公司	陳世鴻	港務長
高雄分公司	陳長駿	副處長
總公司港棧處	吳大維	經理

派赴國家：美國 邁阿密

出國期間：113 年 4 月 6 日至 4 月 14 日

報告日期：113 年 6 月 3 日

## 內容重點摘要：

本次的 Seatrade 全球大會於邁阿密舉辦，港務公司透過會前與郵輪航商約訪，藉由一對一訪談了解郵輪航程規劃需求重點，以客制化說法量身行銷，並於會場進行展攤拜訪、參與亞洲郵輪碼頭協會 (ACTA, Asia Cruise Terminal Association) 小組會議等方式與郵輪業者、港口及郵輪從業人員直接交流。針對近期各航商航線布局與港口的合作及亞洲郵輪旅遊情勢進行討論，本次透過與郵輪相關業者交流得知，郵輪業者對於臺灣的城市仍以台北、基隆港為主要印象，對於其他城市仍較陌生，在本次業務會談中，積極向郵輪業者推廣臺灣各城市的多元文化及良善的港口設施。希望能以臺灣隊合作分工模式，向外推廣臺灣觀光景點、跳島旅遊及完善的旅運設施。

# 目錄

內容大綱	頁次
壹、目的.....	4
貳、出國期間與考察行程.....	5
一、邁阿密郵輪展.....	6
(一)邁阿密全球郵輪展介紹.....	6
(二)展攤交流心得.....	9
二、積極與國際郵輪業者交流.....	16
(一)荷美集團(HAG, Holland America Line Group).....	16
(二)挪威郵輪集團(Norwegian Cruises Group).....	19
(三)皇家加勒比集團(Royal Caribbean International).....	20
(四)地中海郵輪(MSC Cruise).....	24
(五)龐洛郵輪(PONANT).....	25
參、港口考察.....	26
(一)邁阿密郵輪碼頭參訪.....	26
肆、心得與建議.....	30
一、郵輪市場心得.....	30
二、結論建議.....	31

## 壹、 目的

本次參展主要目的係因應疫情旅遊復甦，在各大國際郵輪已逐漸復航的情況下，本公司除積極展開招商外，亦積極宣導推廣轄下各港港口條件及旅運設施更新情形，並與觀光署、航港局合作加強國際行銷，擴大郵輪業務推廣，爭取臺灣各港郵輪靠泊能見度。說明如下：

1. 透過約訪郵輪業者加大國際郵輪靠泊臺灣各港意願並爭取未來的掛靠港安排。
2. 透過亞洲郵輪碼頭協會(ACTA, Asia Cruise Terminal Association)與各郵輪港口業者交流，了解亞洲市場動態及產業趨勢。
3. 透過聯合攤位參展與拜會方式行銷臺灣。

## 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
4/6(六)	搭機前往美國邁阿密
4/7(日)	抵達美國邁阿密
4/8(一)	Seatrade 大會報到 1. 報到、進場及攤位設置 2. 與觀光署、航港局於展攤進行開展討論會議
4/9(二)	Seatrade 參展暨國際會議論壇 1. 參展及行銷 2. 與亞洲郵輪碼頭協會(ACTA)交流 3. 展攤啟動典禮 4. 業者會談(銀海郵輪、挪威郵輪、精緻郵輪) 5. 與韓國全羅南道麗水港務局會談
4/10(三)	1. 拜會飯店前往外交部處邁阿密辦事處 2. 拜會邁阿密港及實地考察郵輪港口 3. 業者會談(皇家加勒比、荷美郵輪、璽寶郵輪) 4. 參展及行銷
4/11(四)	1. 業者會談(地中海郵輪、途易郵輪、龐洛郵輪) 2. 與日本港口交流 3. 參展及行銷
4/12(五)	1. 小組會議 2. 搭機至返臺
4/13(六)	回程
4/14(日)	抵達臺灣

## 參、考察內容

### 一、邁阿密郵輪展

#### (一) 邁阿密全球郵輪展介紹

##### 1. Seatrade 介紹

由 Seatrade 所舉辦的全球郵輪展向來為業界所矚目，自 2016 年至 2018 年因邁阿密市海灘會議中心(Miami Beach Convention Center)整修，移師羅德岱堡布勞沃德郡會議中心(Greater Fort Lauderdale Broward County Convention Center，以下稱羅德岱堡會議中心)舉辦，爾後 Seatrade 則以每年輪流方式分別於邁阿密或羅德岱堡舉辦。2023 年於羅德岱堡舉辦。2024 年則是疫後全球放寬管制後首度於邁阿密市海灘會議中心(Miami Beach Convention Center)舉辦

##### 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

邁阿密市海灘會議中心(Miami Beach Convention Center)位於著名的渡假勝地邁阿密沙灘，距離機場約 30 分鐘左右車程，來往邁阿密市區均須透過橋梁連接，因此於上下班通勤尖峰時段，於橋樑道路上常有塞車情況發生。

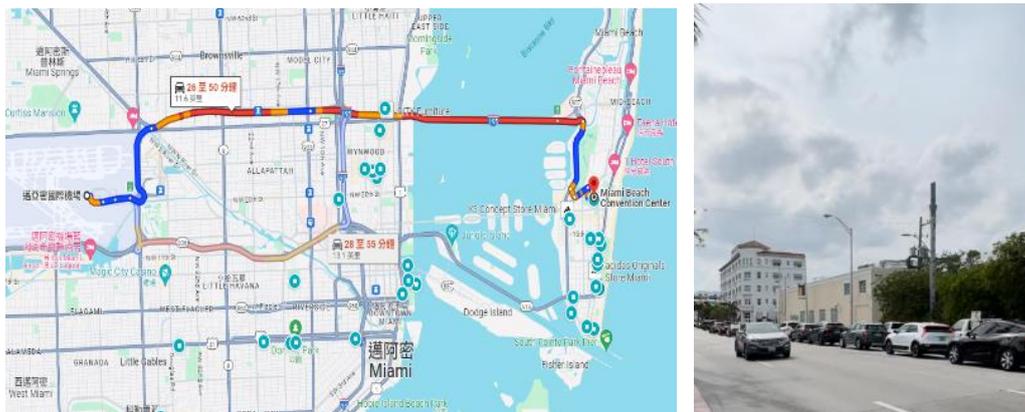


圖 1、從邁阿密機場到海邁阿密海灘會議中心(Google Map)及塞車一隅



圖 2、本次會場：邁阿密海灘會議中心

###### (2) 會展中心及場地規劃

邁阿密海灘會議中心(MBCC, Miami Beach Convention Center)整修完成之後，有廣大的腹地(60,000 平方英尺的交誼廳、500,000 平方英尺的展覽空間、84 個大大小小共佔 183,000 平方英尺的分組討論空間)。本次場地規劃共分為三層樓，一樓為展覽主會場(如圖 1)，共有前後門共 4 個不同出入口進出；2 樓及 4 樓則為論壇會議廳及會議室(如圖 2、圖 3)。



圖 3、Seatrade 展會一樓平面示意圖及臺灣展攤位置

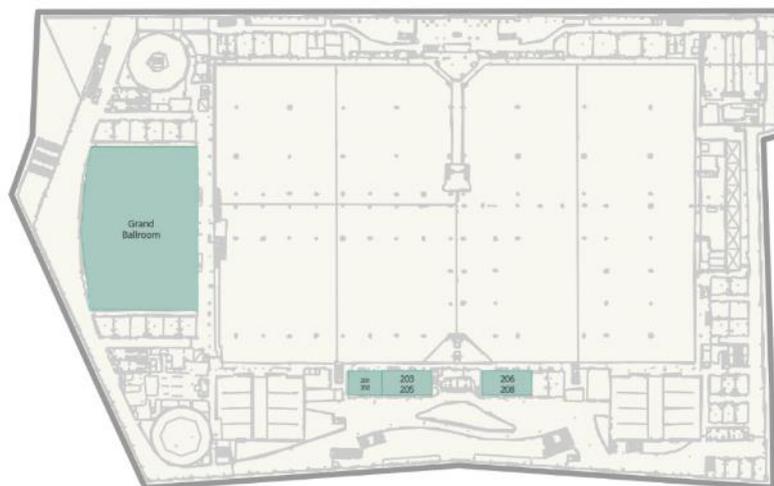


圖 4、Seatrade 展會 2 樓平面示意圖

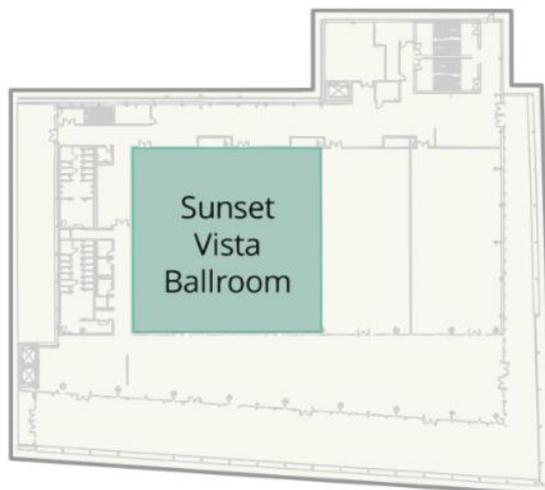


圖 5、Seatrade 展會 4 樓平面示意圖

(3) 參與業者

本次郵輪展會展攤業者涵蓋郵輪相關產業及政府單位，包含各國觀光局、各國碼頭機關構、郵輪碼頭經營業者、郵輪設備商、旅行業者等，共計約 600 家參展單位。另外，國際知名郵輪航商也常受邀為展會論壇主講者，並藉此機會聚集於此互相交流，可謂是全球年度最盛大的國際郵輪展會。

3. 本次臺灣與會成員

本次臺灣代表團成員涵蓋觀光局、航港局及本公司。

- (1) 觀光署-由臺灣觀光署林信任副署長、觀光署駐紐約辦事處莊靜真主任、觀光署駐紐約辦事處林宜錚主任代表。
- (2) 航港局-由宋宜宣專員，一行 2 位。
- (3) 臺灣港務公司-由基隆分公司陳世鴻港務長率隊，一行 3 位。



圖 6、臺灣團隊大合照

本次大會場地羅德岱堡會議中心的實景照片如下：

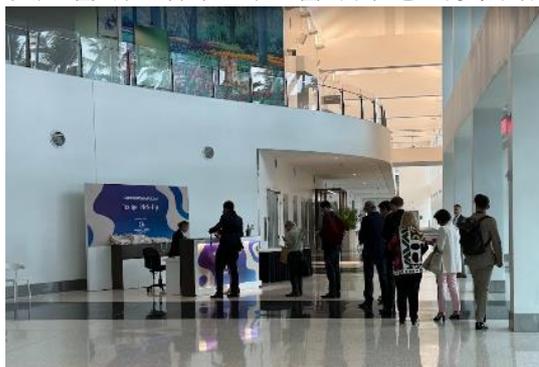


圖 7、後門報到區



圖 8、前門報到區



圖 9、廁所的育嬰友善設施



圖 10、提供來往市區的接駁車

## (二)展攤交流心得

本次臺灣館展攤呈現臺灣郵輪港口的亮麗風貌及多樣化觀光資源，展期間舉辦小型說明會，吸引業者蒞臨參觀及洽談，其中貴賓招待會有國際郵輪公司代表、郵輪旅行業者等國際郵輪產業界重要人士參加，共同交流及了解臺灣郵輪港口現況及優勢、岸上游程及郵輪旅遊相關獎助規定。

本次臺灣館展攤的相關照片如下：



圖 11、本公司文宣品展列



圖 12、開展前小組會議



圖 13、VIP 推介會之天燈起飛儀式



圖 14、臺灣展攤播放本公司推廣影片



圖 15、港務公司準備行李吊牌及存有臺灣郵輪相關資訊的 USB 於展攤發送



圖 16、臺灣展攤原住民及吉祥物舞蹈表演

## 1. VIP 推介會

在 Seatrade Cruise Global 2024 開展首日舉辦了一場針對郵輪產業界重要人士及媒體(約 40 人)之臺灣郵輪旅遊 VIP 推介會，作為臺灣在展會中的參與亮點，歡迎郵輪公司來台靠港，向郵輪業界高級主管進行臺灣郵輪簡報，透過臺灣阿美族原住民舞蹈表演展示臺灣文化，搭配提前預訂的輕食、臺灣小點和臺灣茶展示臺灣的熱情好客。VIP 推介會的一個亮點是天燈點燃儀式，由交通部觀光署林信任副署長、外交部邁阿密經濟及文化辦事處周啟宇處長與本公司代表陳世鴻港務長和國際郵輪產業高級主管等一起將印有 Taiwan logo 的充氣巨型天燈推向空中，象徵性地將其放入臺灣館的展位上空，創造了一場值得期待的共同夢想和繁榮的盛景。

## 2. 日本港口交流

日本方面統一由日本政府觀光局(JNTO, Japan National Tourism Organization)統籌，邀請日本各地港口及觀光單位共同出資參展，並由日本政府觀光局邀約郵輪公司與各港口進行交流。由於日本是港市合一的國家，除了港口單位以外，也許多負責觀光的部門參加與會，現場有超過 20 個以上的港口及觀光單位共襄盛舉。本次除與各港交流外，亦蒐集日本港口行銷獎勵資訊，以作為本公司行銷獎勵擬定之參考。

4. 韓國港口交流

本次主要與仁川機場就 FLY CRUISE 模式，機場與港口如何相互配合的議題進行交流，另與濟州島就郵輪靠泊作業，旅客通關效率進行經驗交流及分享。

5. 與 ACTA 交流

亞洲郵輪碼頭協會 (Asia Cruise Terminal Association, ACTA) 之創立，源於新加坡郵輪中心私人有限公司 (SCCPL) 積極宣傳尋找亞洲主要港口及郵輪業者 (船東)，以共同創造區域交流平台，謀求共同的經濟效益更大化，本公司亦為 ACTA 成員之一，本次與 ACTA 會員交流，ACTA 將與今年 11 月於菲律賓舉辦之 SEATRADE 亞洲郵輪展中，以 ACTA 經費承租一個展攤，供會員於此展攤擺放行銷文宣並共同行銷。

本次展攤期間交流的相關照片如下：



圖 17、與香港環美郵輪碼頭交流



圖 18、與新加坡郵輪中心交流



圖 19、與韓國仁川機場交流



圖 20、與新潟港交流



圖 21、與德國郵輪媒體交流



圖 22、與海事工程商交流



圖 23、與日本熊本交流



圖 24、與日本茨城縣交流

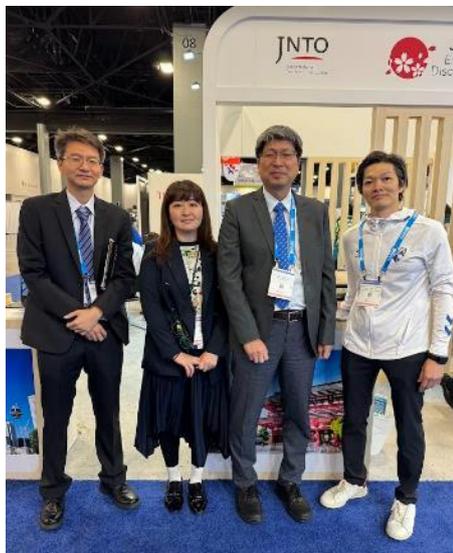


圖 25、與東京港代表交流

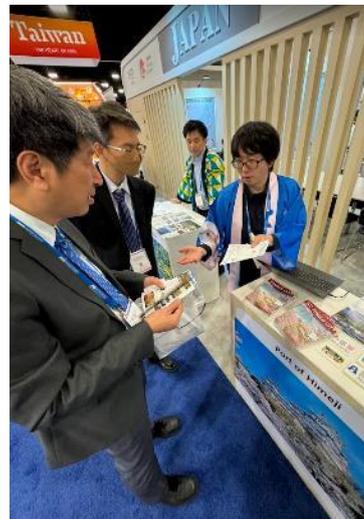


圖 26、與姬路市港代表交流



圖 27、與韓國全羅南道麗水港務局會談  
本次各展攤的相關照片如下：



圖 28、韓國展攤



圖 29、新加坡展攤



圖 30、菲律賓展攤

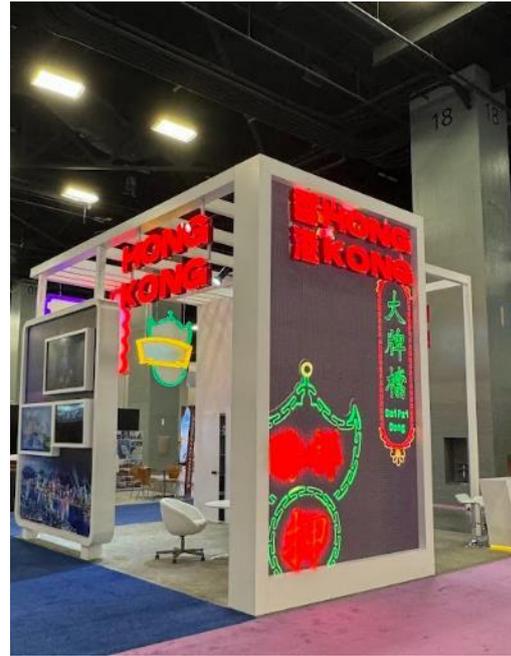


圖 31、香港展攤



圖 32、日本展攤的太鼓表演



圖 33、牙買加展攤



圖 34、旅客橋製造商展攤



圖 35、巴西港口展攤



圖 36、智利展攤



圖 37、卡納維爾港展攤



圖 38、巴巴多斯港展攤



圖 39、坦帕灣港展攤



圖 40、沙烏地展攤



圖 41、沙烏地展攤以大量 LED 螢幕展示

## 二、積極與國際郵輪業者交流

疫後重啟的郵輪公司，在航線部署上，大多優先選擇以歐美市場為主而較少著墨於亞洲市場。今年度郵輪公司逐漸將營運策略移向亞洲市場的重啟，但也看得出部份郵輪公司在母港、掛靠港的選擇上仍以日本、香港、新加坡為主。

為期望臺灣能在眾多亞洲國家中取得郵輪公司關注的目光，本次特別約訪郵輪航商目的地開發及航線規劃的負責部門主管，針對船型、客源及過往航線部署等資料進行客制化行銷策略研擬，並在會議中輔佐觀光景點的說明，加深其對臺灣各港的良好印象，本次會談對象紀要將以集團分別整理，分為荷美郵輪集團、挪威郵輪集團、皇家加勒比集團、地中海郵輪、銀海郵輪、龐洛郵輪。

### (一)荷美集團(HAG, Holland America Line Group)

荷美郵輪集團(Holland America Line Cruises)為全球最大的嘉年華郵輪集團的子集團，旗下包括荷美郵輪(Holland America Cruises)、璽寶郵輪(Seabourn Cruises)、公主遊輪(Princess Cruises)、P&O 澳洲(P&O Cruises Australia)等四大品牌，其中臺灣解封後，荷美郵輪威士特丹號為解封後第一艘靠泊臺灣(2023年3月6日高雄、3月7日基隆)的郵輪，本次亦準備空拍影片同步與業者分享郵輪靠泊臺灣港口的情况。另璽寶郵輪荷美集團旗下的精品遊輪品牌已連續5年獲得世界最佳小型郵輪第1名，船上客服比1:1，提供最為細緻貼心、私密性高的服務，猶如私人招待所一般。以3.2萬噸為主力，在空間規劃上卻相當的舒適且寬闊，船艙自8.3坪起跳至47坪，全船船艙均為海景套房。

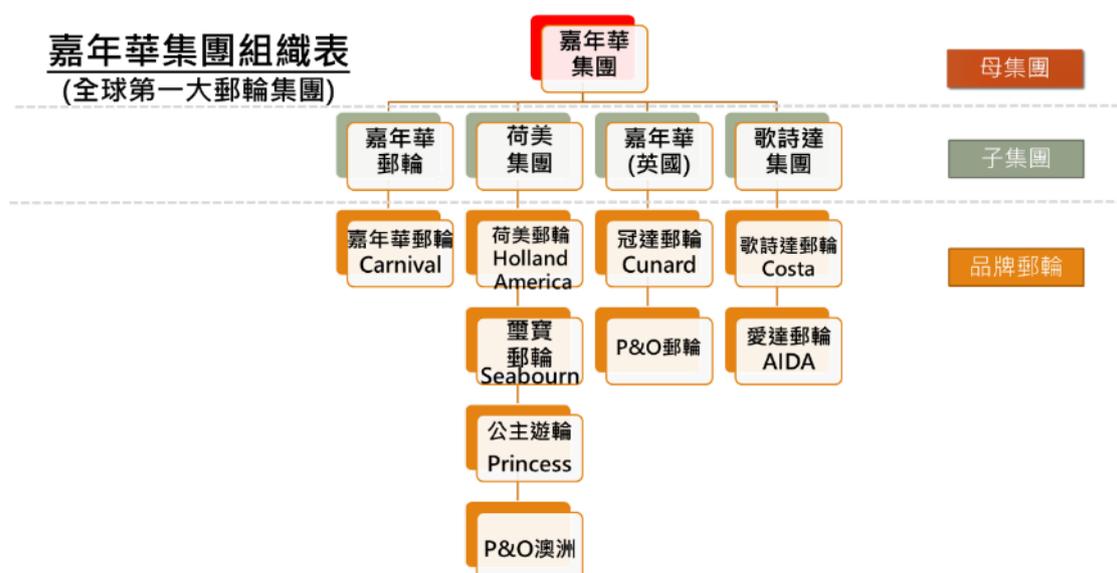


圖 42、嘉年華集團組織圖

本次與展場特別約訪荷美郵輪集團 Ravi Pavade 經理、璽寶郵輪 Jeff Shieh 經理及荷美郵輪 Ryan Baird 經理進行業務推廣。

1. 荷美郵輪集團 Ravi Pavade 經理(Regional Manager, Port Operations-Asia)負責荷美郵輪集團旗下船隊，特別荷美郵輪與璽寶郵輪的亞洲區營運，對於作業面的實務問題及成本控管特別注重，雙方交流重點如下：

- (1) 繼去年議題，再度重申通關效率的重要性及成本的管控，主要希望臺灣能參考亞洲各港的通關效率，針對邊境查驗方式能在更優化，並免除現況移民署派員前站查驗的高成本。
- (2) 反應 2023 年的獎勵措施申請相當不易，經與其了解後，其所指之獎勵措施為觀光署提供的方案，會談中已告知相關獎勵方案已優化，會後已併同港務公司、航港局所推出的優惠方案寄送提供參考。

2. 璽寶郵輪 Jeff Shieh 經理(Manager, Deployment Planning & Analysis)主要負責航線規劃及分析，因為台裔美國人，對於臺灣亦相當熟悉，因此對於推廣郵輪靠泊臺灣相當有熱情，雙方交流重點如下：

- (1) 因璽寶船型約為 3 萬總噸左右，在 2024 年 3 月靠泊過高雄、馬公與基隆，在我們的推薦下，他對安平、花蓮、台中都很感興趣。
- (2) 依目前璽寶的船期安排，在夏季時船都不在亞洲區航線，經本次對談後，他很有興趣在其他季節安排郵輪靠泊臺灣。
- (3) 對於岸上行程，他們的客人對文化觀光很感興趣，通常會安排約 20 人的奢華團旅進行岸上觀光。
- (4) 本次會後 Jeff Shieh 將會把臺灣的資料、影片分享給相關同事，協助推廣臺灣。

3. 荷美郵輪 Ryan Baird 經理(Manager Destination Communications)，主要負責掛靠港的聯繫，他對於臺灣並不是這麼熟悉，對臺灣的印象也只有台北而已，故本次與他會談的重點放在推廣臺灣各城市及港口多元文化之處，本次交流重點為：

- (1) 對於澎湖及花蓮相當感興趣，特別是這些城市將可以給他的客戶帶來與眾不同、及前所未有的旅遊體驗。
- (2) 本次會談後，他將回去檢視過往在臺灣岸上行程的銷售情形，並考慮後續是否加靠臺灣港口。
- (3) 他希望能與來自臺灣的演講嘉賓和表演者建立聯繫，這可以更有助於他介紹及推廣臺灣。



圖 43、與荷美郵輪集團亞洲區域營運經理 Ravi Pavade 交流會議



圖 44、與荷美郵輪集團-璽寶郵輪行程發展經理 Jeff Shieh 交流會議



圖 45、與荷美郵輪集團-荷美郵輪目的港聯繫經理 Ryan Baird 交流會議

## (二) 挪威郵輪集團(Norwegian Cruises Group)

挪威郵輪集團(Norwegian Cruise Line Cruise)為全球第三大郵輪集團，旗下包括挪威郵輪(Norwegian Cruises)、大洋郵輪(Oceania Cruises)、麗晶七海郵輪(Regent SevenSeas Cruises)等三大品牌。從 2024 年的船期資料的分析，

共計靠泊臺灣 399 艘次，其中包含基隆、高雄、花蓮及澎湖。本次由挪威郵輪集團執行副總 Chad Berkshire (EVP & Chiefcommercial officer) 及 副總 Brian Gilroy (VP RevenueManagement NCL & ItineraryPlanning NCLH) 率相關部門主管一行至臺灣展攤進行交流。

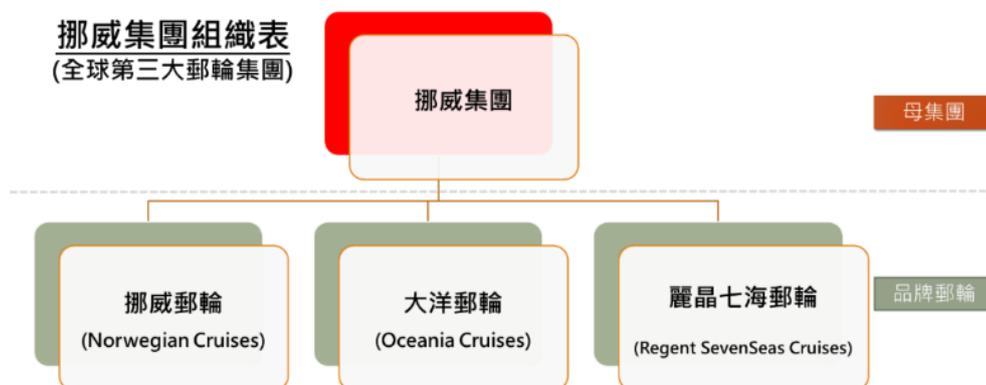


圖 46、挪威集團組織圖

雙方交流重點如下：

1. 對於臺灣各單位提供給郵輪公司的獎勵非常感興趣，後續交辦相關團隊進行研議。
2. 詢問臺灣-香港航段的旅客入數、航次數及營運業者。
3. 特別對於高雄港及澎湖港的港口設施進行詢問，本公司亦立即展示高雄及澎湖港靠泊影片及介紹相關設施資料。
4. 觀光署林副署長亦指示觀光署紐辦協助安排臺灣踩線行程。



圖 47、與挪威郵輪集團執行副總經理 Chad Berkshire 率行程規畫副總 Brian Gilroy 一行至臺灣攤位進行業務交流會議

### (三)皇家加勒比(Royal Caribbean Group)

皇家加勒比(Royal Caribbean Group)集團，目前為全球第 2 大郵輪公司，市佔率約 25%，旗下包含 Celebrity、Silversea、TUI 等品牌。



圖 48、皇家加勒比集團組織圖

1. Wendy Yamazaki 為皇家加勒比亞洲區副總裁 (Regional VP, Government Relations (Asia))，雙方交流重點如下：
  - (1) Wendy 於 2023 年曾搭乘皇家加勒比量子級郵輪造訪基隆港，並稱讚臺灣的旅客通關是他在亞洲區最優質體驗。
  - (2) 會談中，本公司推薦除基隆港外，亦可考慮靠泊高雄港及澎湖港，惟其對於高雄港的水深是否足以讓量子級郵輪靠泊有所疑慮。
2. James Ngui 為皇家加勒比東南亞區的資深經理 (Senior Manager Port operation South east Asia)，雙方交流重點如下：
  - (1) James 從未到過臺灣，對於臺灣相對陌生，但認為臺灣對於皇家加勒比集團來說仍有很大的發展潛力。
  - (2) 在本公司向他們介紹臺灣各港旅運設施後，他將會持續關注臺灣的發展及協助推廣靠泊臺灣的可能性。
3. Martina M P Rossi 為皇家加勒比總部的掛靠港開發經理 (Manager, Destination Development)，雙方交流重點如下：
  - (1) 目前皇家加勒比只泊靠基隆港，至於高雄港，他們希望水深可以到 12M，這樣對他們安排靠泊上會比較容易。
  - (2) 於會談中，他首次得知臺灣高鐵及南來北往的交通很方便，對於岸上行程及相關旅遊安排很感興趣。
  - (3) 皇家加勒比目前以新加坡為母港，但將來將有另一艘船部署於上海為母港。
4. **Celebrity Cruises 精緻郵輪** Rose Serim 資深分析師主要負責行程開發及規劃，雙方交流重點如下：
  - (1) 相較皇家加勒比郵輪全球客戶發展，精緻郵輪的客層更專注在美國高端客戶的開發。
  - (2) 由於 ROSE 曾於 2017 年造訪臺灣，對於臺灣有很好的旅遊印象，使他對與

臺灣行程的開發及規劃更感興趣。

(3)對於獎勵方案，ROSE 認為能為吸引郵輪靠泊臺灣的更添一份助力。

#### 5. 途易郵輪(TUI Cruises)：

途易郵輪是一家從事郵輪旅遊業務的合資公司，由德國途易集團及挪威皇家加勒比郵輪公司(RCCL)共同創立，其母公司所在地位於德國漢堡。TUI 途易郵輪公司自 2009 年起開始運作，其面向的主要客戶群是德國的消費者，致力於為德語地區的客戶提供高端的郵輪旅遊體驗。郵輪上的產品包括飲食、娛樂和設施都按照德式喜好而量身定製的，德語是郵輪上使用的主要語言。途易郵輪(TUI Cruises)費用會包含郵輪上酒水飲料、水療健身等服務，與一般郵輪公司不同，屬於高單價、高服務的頂級郵輪。本次與處長 Marcus Puttich(Director Destinations)、岸上營運主管 Maria Tauschke (Head of Shore Operations Destinations)進行交流重點如下：

- (1)途易郵輪在春季時有 2 艘船部署在亞洲，德國籍旅客為主，以香港為母港出發，往臺灣、日本、韓國、中國再返回香港。基本上 14 天為一個航程，每一個國家停靠一個城市，日本除外，因為德國籍旅客很喜歡日本旅遊行程。
- (2)船上德國籍旅客英文能力不佳，故需要德文導遊進行導覽。
- (3)船上 80%的旅客為團客，會搭配岸上套裝行程，剩餘 20%為散客，自行安排岸上旅遊，故岸上套裝行程也是選擇掛靠港的考量原因之一。
- (4)因現在僅靠泊基隆港，在會談中，我們推薦可以捨棄一個日本港口，加靠高雄港來體驗臺灣南北不同的文化差異。他們表示將會於 2027 年的行程中考慮調整。

#### 6. Silversea 銀海郵輪：

銀海郵輪是一個超豪華探險旅行品牌，一個高主打端奢華的郵輪品牌，其定位為提供極致奢華和無與倫比的服務體驗，郵輪上全為套房(無內艙等房型)，航線規劃主要為全球航程。總部位於摩納哥，自 2020 年 7 月起，由皇家加勒比集團擁有。Silversea 船隊以小型到中型船隻為主，也有探險型郵輪。銀海郵輪旗下有 12 艘郵輪服役中，郵輪航程為全球航線，在亞洲地區主要以東京、香港及新加坡為母港。在臺灣則掛靠基隆港及高雄港，本次主要與 Miglena Ivanova 經理(Destination Manager)及 Stephanie Dalmasso 資深經理(Sr. Manager Destination Research, Development & Planning) 進行交流。重點整理如下：

#### Miglena Ivanova:

- (1)關心導遊的英文熟練度及如何接洽有證照的導遊
- (2)他將會聯繫他們在臺灣配合的旅行社，並了解更多的臺灣觀光行程
- (3)想了解更多臺灣的食物，特別是米其林指南提及的及夜市食物，他認為這對於他推廣臺灣有很大的幫助。
- (4)考量他們的船型，我們以郵輪跳島像他進行行銷，他對於臺灣離島也相當感興趣。

(5)會中除詢問臺灣每年郵輪旅客人數外，亦針對無障礙設施的設置進行詢問，亦對港口設施均針對無障礙進行考量相當讚賞。

**Stephanie：**

- (1) Stephanie 的會談機會是經由第一天會談的同事 Miglena 引薦而來，因為他們皆認為臺灣的景點相當有趣，值得深入了解及開發。
- (2) 銀海的客戶相較其他品牌而言，較為年長及富有，故相當重視旅遊品質及無障礙設施。
- (3) 銀海的客戶在旅遊的重點會相對注重生態、大自然旅遊，如賞鳥、賞鯨、腳踏車、海上親水活動等，經由我們的推介之下，他也對花蓮的自然生態相當感興趣。



圖 49、與皇家加勒比亞洲區副總 Wendy Yamazaki 交流



圖 50、與皇家加勒比資深經理 James Ngui 交流



圖 51、與 Celebrity Cruises 精緻郵輪資深分析師 Rose Serim 交流



圖 52、與 Royal Caribbean 掛靠港規畫經理 Martina MP Rossi 交流



圖 53、與 TUI 途易郵輪掛靠港處長 MarcusPuttich 及岸上作業主管 MariaTauschke 交流



圖 54、與銀海郵輪目的港規劃經理 Miglena Ivanova 交流會議



圖 55、與銀海郵輪行程規劃資深經理 Stephanie Dalmasso 交流會議

#### (四) MSC Cruise 地中海郵輪

地中海郵輪(MSC Cruises) 1989 年創設於義大利那不勒斯，是全球最大貨櫃運輸公司地中海航運公司的一部分。地中海郵輪是全球最大的私人郵輪公司，截至 2017 年全球員工總數約為 23,500 名，並在 45 個國家設有辦事處。地中海郵輪也是全球第四大郵輪公司，僅次於嘉年華公司，皇家加勒比國際遊輪和挪威郵輪，目前於臺灣主要佈署郵輪為 MSC Bellissima (地中海榮耀號)。本

次會談對象為 Roberto Gandini 經理，主要負責港口服務，重點紀要如下：

1. MSC 航程目前固定靠泊基隆，在經過我們介紹之後，對於澎湖港也非常感興趣，除 MSC 郵輪外，也希望未來有機會安排旗下探索型品牌 Explora Journeys 靠泊。
2. 對於港務公司、航港局的獎勵亦很感興趣，請我們會後將寄送資料給他參考。



圖 56、與 MSC Cruise 港口服務經理 Roberto Gandini 交流會議

#### (五) PONANT 龐洛郵輪

PONANT（龐洛郵輪）是來自法國的頂級郵輪品牌是六星級郵輪。龐洛郵輪以「小即是美」為精神，全系列船隊僅配置 16~165 間艙房／套房走精緻高端路線。目前配置於亞洲的 2 艘船舶 Le Jacques Cartier 及 Le Soleal 主要部署以日韓為主，2024 靠泊基隆 2 航次，2025 年預計靠泊基隆 2 航次。本次會談的對象為港口協調經理 Marie Benedicte Bielawski，主要會談重點如下：

1. 針對龐洛小型郵輪的特性，在臺灣的景點的推介上，我們主要推廣跳島旅遊及臺灣的外島景點開發，建議可安排靠泊一個主要港口搭配一個小港口，藉此可讓旅客體驗臺灣各不同的特色及文化。
2. Marie 將會把本次所獲得的資訊帶回公司與同事共同研議，並透漏目前正在規劃 2027 年的行程，將會把臺灣納入重點考量。



圖 57、與 PONANT 龐洛郵輪港口協調經理 Marie Benedicte Bielawski 交流會議

## 參、港口考察

本次透過駐邁阿密台北經濟文化辦事處的周啟宇處長安排與當地港口的交流，讓過程得以順利推進。



圖 58、拜訪駐邁阿密辦事處進行交流

### 一、邁阿密郵輪碼頭參訪

#### (一) 全球最大郵輪港

目前全球郵輪航線佈署最密集及最多郵輪旅客嚮往的景點為中美洲加勒比海、巴哈馬及百慕達等周邊區域，邁阿密因屬鄰近該區之美東大城，氣候溫和、城市機能良好且海空港相關交通設施完善，成為各大郵輪公司母港所在地，遂逐步發展成為全球最大郵輪港，目前已建置 10 座旅運中心供郵輪公司專用營運。



圖 59、Dodge Island 郵輪靠泊盛況(來源網路)



圖 60、郵輪靠泊實際情況

### (二)美國東南部貨運樞紐

邁阿密港位於北美與中南美洲貨運樞紐，進出口區域以中南美洲為主，占貨物總量半數以上。目前由區域貨櫃航商 Seaboard 經營多條南北向航線，運送生鮮及農產品等貨物至邁阿密港，再經由陸路轉運至美國各地。另主要貨櫃航商包含 Maersk、MSC、CMA、Hapag-Lloyd 及 EMC 等藉由所屬聯盟聯營方式配置幹線母船經營越太平洋及越大西洋東西向航線，運送民生必需品、汽車零件及機械等貨物。

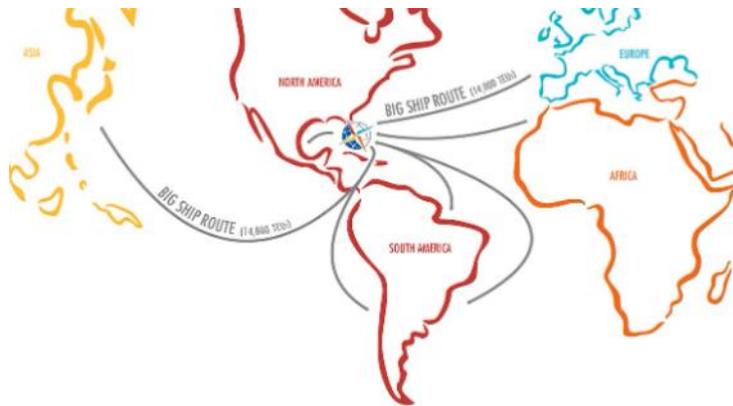


圖 61、邁阿密港貨運航線分布(來源網路)

### (三)郵輪產業鏈完整

邁阿密港客貨源充足，郵輪航線密集且補給物資充足，已成為國際知名郵輪母港。郵輪產業相關供應鏈包含船舶零組件供應、製造維修及補給品供應等亦隨著邁阿密港的發展群聚於周邊，使邁阿密港逐步成為全方位郵輪基地。

### (四) 郵輪碼頭

邁阿密港務局以地主港模式經營郵輪碼頭，Terminal 相關設施除 MSC 及 RCCL

自行興建外，其餘均由邁阿密港務局興建，並藉由設定每年旅客保證量，向郵輪公司收取旅客服務費。

Terminal	Cruise
AA/AAA	MSC，預計 2024 年完工
A	RCCL，2018 年營運
B	Norwegian，2021 年營運
C	Disney、MSC，2019 年完工
D E	Carnival、Holland America、P&O
F	Carnival，2022 年完工
G	RCCL、Celebrity
J	小型郵輪
V	Virgin Voyages

圖 62、Terminal 與使用郵輪公司對照

#### (五) Terminal V 參訪

##### 1. Virgin Voyages 設計及邁阿密港務局興建

Terminal V 設計及興建採合作模式，由 Virgin Voyages 設計，邁阿密港務局興建，Virgin Voyages 將其營運精神及設施需求導入 Terminal V 設計理念，並由邁阿密港於 2022 年興建完成後，交由 Virgin Voyages 營運。

##### 2. 建築物外觀方正，內部空間明亮具通透感

建築物主體方正，搭配白、綠及紅色鮮明外牆及雨遮。配合旅客通關及相關作業動線需求，設計為矩形 3 層樓建築物，但為展現活潑氣息，外牆及雨遮設施以鮮明白、綠及紅色塗裝。大門口車道由大面積雨遮覆蓋，可讓入出境旅客免受日曬雨淋。內部空間因受惠於大片玻璃帷幕，具通透及明亮感，另內部色調以 Virgin Voyages 企業識別色紅色搭配白色及種植綠色植物方式與建築物外觀色調呼應。





圖 63、旅客報到區具明亮及通透感

### 3. Virgin Voyages 營運，並向邁阿密港務局繳交旅客服務費

Terminal V 雖由 Virgin Voyages 設計及營運，但因由邁阿密港務局興建，仍屬港務局資產，供 Virgin Voyages 租用。主要商業模式係由邁阿密港務局設定每年旅客保證量，由 Virgin Voyages 據以繳交旅客服務費，港灣費用則另計。相較於 MSC 及 RCCL 自行興建 Terminal，Virgin Voyages 的旅客保證量及旅客服務費條件較嚴苛。

### 4. 配置大量報到櫃台及大面積休息區域為亮點

為加速旅客報到流程，配置 25 座普通旅客獨立報到櫃台，櫃台間保有充分空間，可避免旅客排隊紊亂交錯之不適感。另設置 3 座專屬櫃台供尊榮旅客報到用。旅客於完成報到後至上船前可使用大面積休息區，配置大量具有充電孔的休閒椅，讓人眼睛一亮的是具有軟墊的床也成為休息區的一環。



圖 64、獨立式報到櫃台



圖 65、休息區設置床鋪

## 肆、心得與建議

### 一、郵輪市場心得

#### **(一) 觀光景點吸引力及配套措施為郵輪靠泊主要考慮因素**

郵輪航商為支撐航行、靠港及各種作業等營運成本，旅客多寡及票價高低成為盈利與否之關鍵因素。而國際型且具獨特性之觀光景點具潛力持續吸引國際旅客，並將市場票價維持在一定水準。展場中與本分公司會談的郵輪航商均強調在地觀光景點對於國際旅客吸引力的重要性，並希望臺灣持續發展新興國際型觀光景點，以吸引回頭客。另輔助旅客觀光的配套措施，包含餐飲、專業外語導遊及周邊交通便捷性等也是郵輪航商考量靠泊的重要因素。

#### **(二) 各國旅遊主管機關統籌資源及主導行銷**

展覽期間探訪亞洲國家展攤，韓國、日本及新加坡皆由觀光旅遊主管機關統籌國內旅遊相關資源，包含地方觀光、飯店、大眾運輸、港口等，並設置郵輪業務推廣單位主導郵輪觀光行銷，以單一窗口提供一條龍方式服務郵輪航商，讓航商可迅速取得各種相關資料，以提高決策效率，有利於提升對於航商之黏著度。

#### **(三) 精品郵輪航線具利基市場**

目前臺灣港群仍以大型郵輪市場為主，精品郵輪營運多以高端、奢華、探險或具特殊主題為主軸，為健全臺灣港群郵輪市場結構，適度多元化靠泊郵輪屬性應為可行方法。精品郵輪載客數 500 人以內，通關速度快，且屬高端消費，經濟效益不見得較大型郵輪低。配合精品郵輪營運主軸，提供臺灣獨特景色、秘境探險旅程或特殊文化遺跡為必要行銷手法，串聯澎湖、高雄及花蓮港航程，提供旅客澎湖所屬島嶼、墾丁及太魯閣國家公園周邊秘境探索之旅，應可供精品郵輪航商納入航線考量。

#### **(四) 郵輪業者投資興建或租賃旅客場站經營模式**

邁阿密港擁有 9 座旅客場站，採用投資興建、合作興建等模式吸引郵輪業者，依各自需求建設碼頭後線旅客中心，並以保證運量為代價給予泊位優

先權，除了可降低港口建設的財務負擔、確保穩定收益以外，各郵輪業者可依其船型、作業模式、市場定位(高價/平價)設計場站，相較於一般公用碼頭而言，作業效率較高。臺灣相對成熟之郵輪母港，未來當郵輪業務成長至一定程度時，或是離島或具有觀光特色之港口，郵輪設施尚屬不足，正推動郵輪業務中，均可參採邁阿密港模式，與郵輪業者合作興建或出租郵輪碼頭，交由郵輪業者經營旅客場站，利於爭取業者航線布局在臺灣港口之長期經營。

### (五) 積極強化挪威郵輪的合作

本次郵輪業者訪談中，挪威郵輪對於臺灣郵輪市場有較高興趣，未來兩年內除臺灣旅行社包船航程外，也已自主安排基隆母港 Fly Cruise 航線。未來可邀請該公司主管來台踩線，本公司可與交通部觀光署及地方政府合作接待，共同爭取挪威郵輪增加在台布局。

### (六) 密切關注未來郵輪船型發展

疫情期間各郵輪業者無不緊縮船隊規模，汰除相對不具效率之船型，疫後則陸續投建新船，因新船投建所需時間較長，宜預先掌握未來各業者新造船之船型，並據以妥善規劃港口配合建設項目。如船舶仍持續大型化中，旅客場站面積、碼頭長度/水深、車輛及補給作業空間，均須有所提升；此外，查 LNG 動力郵輪佔比將大為提高，因燃料成本佔郵輪營運成本比例為所有項目中最高者，臺灣對於多元船舶燃料加注宜先有規劃，提供郵輪業者未來所需服務。



圖 66、會後小組討論

## 二、結論建議

### (一) 強化國際觀光量能，提升行銷推廣能力

臺灣為鞏固郵輪市場，建議應以發展國際型觀光景點為主軸，同時加強輔助觀光相關措施，如提升餐飲品質、專業外語導遊能力及大眾交通運輸工具便捷性等，整體系統性的強化國際觀光量能。目前郵輪航商對於基隆港及臺灣既有的國際型觀光景點如臺北 101、故宮及九份等已耳熟能詳，卻對臺灣其他城市觀光較為陌生，為擴大市場，並吸引客源回訪臺灣其他城市，建議開發新興國際型觀光景點，以多元化的新舊觀光景點，串聯優質餐飲、專業外語導遊及便捷大眾交通運輸工具，以招攬郵輪航商靠泊，並吸引航商深耕臺灣。另整合北、中、南、東及離島之區域觀光特色，打造臺灣觀光品牌，強化國際行銷，以彰顯特色亮點，提升在地精緻旅遊品質

### (二) 觀光署整合相關資源並結合地方政府統籌行銷手法

目前臺灣對於郵輪觀光行銷，仍由各單位就轄管部分各自努力，如觀光署行銷觀光景點、航港局針對跳島提出獎勵及本公司推廣各港旅運設施能量、港口周邊景點及行銷獎勵方案等，似乎缺乏整合資源及統籌行銷的單位。由於發展國際型觀光景點為吸引郵輪靠泊關鍵因素，考量觀光署主管景區發展、旅遊推廣、旅宿及旅行社等相關業務，建議由觀光署整合各界資源，統籌行銷手法，組成國家隊共同行銷郵輪一程多靠、跳島旅遊及 fly-cruise 等項目，應有利於提升行銷效率。另本次郵輪論壇，日本、新加坡、韓國等由觀光旅遊單位展攤，日本並由全國各地之地方旅遊單位共組展攤，且郵輪業者對談中，多數關心港口城市景點特色與魅力，因此建議未來觀光主管機關可考慮結合地方政府，共同攜手國際行銷，增強臺灣城市能見度。

### (三) 本公司推出客製化獎勵措施

2024 年高雄及花蓮港國際郵輪預報艘次僅 Costa 及 Norwegian 郵輪達雙位數，其餘品牌均為個位數，而 Norwegian 於基隆港達 80 艘次，其中母港佔 68 艘次，積極耕耘北部市場。顯見郵輪航商對於臺灣港群布局策略已有顯著差異，本公司原採一致性行銷獎勵方案似有調整空間。為因應各航商於臺灣港群之航線布局，建議本公司配合各港發展定位及旅運設施量能，針對不同航商設定不同獎勵門檻及級距，另目前郵輪於各個國家掛靠之港口數相對有限，在臺灣目前多半僅選靠基隆 1 港，未來可朝爭取加靠高雄、澎湖、或花蓮等第 2 港為目標，並且輔以郵輪靠泊兩個港口之優惠措施，增加對臺灣的經濟效益，以” calling more, saving more” 為主軸，推出客製化獎勵方案，以期達精準行銷之效。

### (四) 與亞洲港口合作行銷

受惠於名勝世界郵輪於 2023 年操作香港與高雄間定期母港航程，高雄港郵輪到靠艘次達 133 次歷史紀錄，可見雙母港航程具市場規模。相同的雙母港操作模式應可複製於臺灣港群與東北亞及東南亞鄰近港口，倘運作順利成為定期航線，達到經濟規模，不僅可降低航商營運成本，也可為臺灣港群挹注基本艘次，共創雙贏。惟為吸引航商操作類此模式，除靠泊港口周邊具吸引力之景點外，建議本公司針對有意航商另研提具吸引力之優惠獎勵方案，甚至可考量與鄰近港口共同行銷補助，以互相拉抬概念，產生綜效，共同爭取

航商配置航線。

### **(五) 積極推動 Fly-Cruise ，擴大母港客源**

郵輪產品在臺灣愈趨多元，從早期的不定期掛靠、定期母港、旅行社包船、直銷業者獎勵旅遊包船到今日的「臺灣-日本雙母港航線」，以及「由郵輪業者自主開闢之 Fly Cruise 航線」，安排外國旅客自海外搭乘飛機來台轉乘郵輪。因上述 Fly Cruise 航線的旅客多半自歐美搭機來台，在臺灣有住宿之需求消費金額較高，且偏好長天數的郵輪航程，未來臺灣除母港基隆外，可爭取於同一航程內增加靠泊高雄、花蓮、台中、澎湖…等港口。故對於 Fly Cruise 航線之獎勵優惠，建議觀光主管機關可有別於一般當日船進船出之掛靠港郵輪，而給予較多的獎勵誘因，搭配本公司既有之一乘多靠優惠，共同爭取更多海外旅客搭機來台轉搭郵輪，可同步提升海、空港運量。