

“一带一路”背景下的上海邮轮产业发展浅析

刘隽婕

【摘要】当今，世界邮轮产业的重心逐步偏移至亚太地区，中国的邮轮产业更是快速发展，中国沿海各个省份都极其重视邮轮产业的发展，大力修建邮轮母港，致力于发展邮轮经济，但由于邮轮产业进入中国的时间还不长，虽然潜力巨大，经济效益高，但仍处在幼年阶段，面临的处境还很严峻。上海作为全国发展邮轮产业的种子选手，虽然在发展邮轮产业上取得了一定的成绩，面临的处境也不容乐观。十八大以来，党和国家大力推进“一带一路”战略，上海的邮轮产业迎来了新的机遇。上海应把握这一历史性机遇，积极采取措施，夯实邮轮产业的基础，推动上海地区地方性邮轮产业的发展，进而带动整个长江三角洲地区的经济发展和中国的邮轮经济腾飞。

【关键词】一带一路；上海；邮轮产业；发展

一、引言

邮轮旅游起源于欧美，原本受众仅是上流社会，达官贵人喜爱乘坐邮轮休闲度假，但逐渐演变为人们享受生活、休闲娱乐的方式之一。新世纪以来，随着我国经济实力的增强与人民生活水平的不断提高，全球邮轮旅游市场的重心逐渐东移，中国成为世界邮轮产业中发展最快的市场，邮轮经济也成为我国经济发展的重要增长极之一。邮轮旅游产业被称为“漂浮在黄金水道上的黄金产业”，具有极大的发展潜力和规模效应，能够辐射较大区域，进而很好地带动我国经济的发展。

上海地处长江入海口，是我国东部海岸线的中心，是“海上丝绸之路”的重要节点，也是中国东部地区最重要的枢纽港口之一，区位优势得天独厚的同时，经济发达，人口素质高，腹地旅游资源丰富，上海政府也一直致力于邮轮经济的发展，上海的邮轮产业一直居于全国前列，但由于邮轮旅游兴起的时间不长，上海邮轮经济的发展还有很大的空间。“一带一路”战略的实施，更给我国尤其是上海的邮轮产业带来了极大的机遇。

二、上海邮轮产业的现状

（一） 邮轮母港建设日趋成熟

上海对邮轮母港的建设一向极为重视，为此投入了大量的人力、物力与财力，吴淞口、国际客运中心是上海两大邮轮母港，其中吴淞口国际邮轮港的建成为上海成为国际邮轮母港奠定了深厚的基础。吴淞口、国际客运中心邮轮母港的综合水平一直位于全国前列。

同时，上海重视与邮轮母港相配套的基础设施建设，建立了发达的交通网络，公路、铁路、空路、水路的立体交通网基本形成，市内交通便利，极大的方便了旅客的出游。此外，上海服务业发达，服务设施、服务水平处于国家前列，旅游资源丰富。上海邮轮母港的硬实力与软实力均属于一流水平。

（二） 邮轮到访量日趋增加

由表 1 可知，2008~2017 年，总体来看，上海在访问母港艘次与接待母港游客访问量这两方面数量不断增加，2008~2012 年，上海访问母港艘次与接待母港游客访问量一直处于平稳上升状态，在 2013 年，访问母港艘次与接待母港游客访问量均出现爆发式增长，之后上海访问母港艘次与接待母港游客访问量直接跃入一个新阶段，规模与数量较之 2008~2012 年这一期间不可同日而语。至 2017 年，上海接待母港邮轮艘次虽然与 2016 年持平，但接待母港游客访问量却出现小幅度增长。据统计，2008~2017 年，上海共接待母港邮轮共计 1964 艘次，接待母港出入境游客量达到 993.22 人次，以上这些数字说明上海邮轮产业一直在不断谋求发展，自身实力逐步增强，反映了上海成为国际邮轮城的潜力。

三、上海邮轮产业目前存在的问题

上海邮轮产业的发展水平一直处于全国前列，近几年在政府的大力支持下，上海邮轮产业更是飞速发展，但由于邮轮产业在我国尚属新生事物，我国缺乏相应的产业基础与文化背景，再加上目前我国沿海各省都把目光投向邮轮产业，竞争日趋激烈，上海的邮轮产业面临不少问题，处境不容乐观。

（一） 航线单一，旅游产品不够丰富

邮轮航线目前多集中在日韩地区，属于短程航线。我国游客进行邮轮旅游时，旅游活动多集中在岸上，如购物、观光，海上航行时邮轮活动较为单一，旅客参与程度较低。而邮轮旅游中海上活动是极为重要的一环，尤其在中长线邮轮旅游航程中，海上的娱乐活动更是核心，海上活动的缺乏也正说明我国邮轮旅游产品不够丰富。

（二） 缺乏邮轮文化的相关宣传推广，对品牌建设不够重视

邮轮文化属于海洋文化，但我国长期处于陆权文化圈，因而缺乏发展邮轮产业的文化支撑与产业背景，人们很难短时间去接受邮轮旅游这一新兴事物。符合国情的本土邮轮文化的缺乏造成了邮轮旅游营销推广的缺乏，而营销推广的缺乏又使得符合本土邮轮文化很难形成，二者互为表里，使得邮轮文化很难深入人心。

邮轮旅游对于我国游客仍然属于新兴产物，参与邮轮旅游的游客更愿意相信国外知名大公司。这种情况的出现除了因为本土邮轮公司实力不足，与我国公司忽视品牌建设也有关系。邮轮母港的品牌建设也不容忽视，对于广大内地游客而言，邮轮母港的知名度远远不及一些旅游目的地，很多人根本不知道邮轮母港的含义。目前，本土邮轮制造商还很萌芽时期，实力弱小，品牌建设自然容易忽略。整体邮轮产业对于品牌建设的忽视很容易使得中国邮轮产业链市场认可度低，在品牌文化、邮轮文化方面处于弱势地位。

（三） 本土邮轮制造商、船队及邮轮公司实力不足

邮轮作为舶来品，传入中国的时间还不是很长，再加上邮轮的制造难度很大，所需技术要求高、标准严、工艺流程复杂，短时间内中国很难破解技术难题，独立完成邮轮的制造。中国的船队运营较之国外，尤其是美国的邮轮船队，运营经验不足，对突发难题的处理不到位。市场上目前的知名邮轮公司多来自国外，如嘉年华、诺唯真等邮轮公司，中国的邮轮公司在市场上不仅占有份额少，而且知名度低，客户信任感较差。尽管中国的邮轮市场潜力巨大，但本土邮轮制造商、船队及邮轮公司的实力不足，仍然导致中国在邮轮市场上的缺少话语权。此外，虽然邮轮产业产生的利益巨大，但由于中国的邮轮产业还处在幼年期，因而产生的绝大部分利益被国外邮轮公司攫取，只有小部分收益才能归属中国。

（四） 相关专业人才储备严重不足

目前，虽然很多高校已经开始重视邮轮产业，开始开设邮轮相关专业，人才的培养逐步步入正轨，但是由于中国邮轮产业目前处于高速发展阶段，对于相关专业人才的大量需求并不能得到满足，巨大的人才缺口仍然存在。

上海虽然成立了本土的邮轮船队和邮轮公司，但成立时间短，运营、服务的经验较少，资历较浅，很难在与国外实力强大的邮轮船队、邮轮公司的竞争中取得优势。邮轮设计与制造一向以流程复杂，技术、工艺严苛而著名，短时间内很难取得技术壁垒性突破；在邮轮管理与运营方面，专业管理人才匮乏；在邮轮产品销售推广这一方面，我国缺乏能够结合国情推广邮轮文化这一类型的人才；在海上邮轮服务方面，中国籍服务人员占比很少，在专业的邮轮航行团队中，技术娴熟的水手也多为外国人员。

(五) 国内及亚洲邮轮母港竞争激烈

邮轮经济潜力巨大，辐射范围广，规模效应大，邮轮母港带来的经济效益更是巨大，因而沿海各个省份都十分重视邮轮母港的建设，对此投入了大量的人力、物力，这就造成了资源的重复与浪费，从国家层面上看，各省盲目建设邮轮母港很难做到区域协调发展，对于上海而言，上海将会陷入到极为激烈的竞争中去。

此外，上海市的两大邮轮母港各有缺陷，国际客运中心虽然地处位于市中心商圈，交通便利，但杨浦大桥对邮轮高度有所限制、黄浦江吃水不足，大型邮轮的挂靠很受限制，这对于上海国际客运中心队的发展是极为不利的。吴淞口码头天然水位良好，没有国际客运中心这种限制，但其位于宝山区，远离上海市中心，地理位置不理想，交通较之国际客运中心周围地区不够便利，周围尚未形成成熟商圈，无形中降低了旅客的消费兴趣。

表 1 2008-2017 年上海接待国际母港邮轮艘次和旅客量

年份	母港艘次	母港游客量/万人次
2008	23	4.82
2009	33	8.43
2010	61	17.02
2011	75	14.54
2012	80	26.4
2013	167	69.77
2014	243	115.35
2015	320	159.79
2016	481	285.9
2017	481	291.2

数据来自 2008-2017 上海邮轮产业发展研究报告

邮轮经济收益甚大，在亚太地区成为邮轮市场中心的今天，亚洲各国均想分一杯羹。日本的东京、横滨、大阪、神户和韩国的釜山等主要港口城市，地理位置优越，经济发达，旅游资源相对丰富，都极具发展成为亚洲国际邮轮城的潜力，无形中对于上海发展邮轮经济与邮轮产业产生了极大的竞争威胁。

(六) 口岸服务水平有待提升

当下，我国的通关手续较为复杂，通关时间长，手续多，这对于跨境邮轮旅游的游客来说很不方便，无形中就降低了游客过境旅游的兴趣，上海的通关手续虽较之其他港口较为便捷，但口岸服务水平还需要进一步提高，要想与国际水平接轨还有很长的一段路要走。

四、“一带一路”背景下发展上海邮轮产业的建议

面对邮轮产业存在的诸多问题，上海可以借在“一带一路”的东风，积极采取措施，大力发展邮轮产业，不断增强自身实力。

(一) 开发邮轮旅游新航线，丰富邮轮旅游项目

目前，邮轮航线较为单一，多集中在中日韩东北亚地区，属于短程航线，前往其他国家的中长邮轮航线较为少见，在“一带一路”战略实施的大背景下，上海可以积极开发新航线，适当增加中长航线，扩大邮轮公司的客源。此外，我国邮轮旅客的邮轮旅游项目多为购物，船上邮轮旅游项目亟待丰富。上海可以结合国情，开发富有中国特色的邮轮旅游产品，吸引游客参与。

（二） 加大营销宣传与品牌建设，积极培养本土邮轮游客市场

邮轮属于舶来品，进入中国的时间还不长，中国过去一直是一个陆权国家，邮轮文化属于海洋文化，因而邮轮产业在本土缺乏相应的文化背景与产品市场，很多游客发自内心的接受，从心里就不信任这种旅游方式，还有很多人不知道邮轮旅游。在“海上丝绸之路”腾飞的大背景下，上海应加大营销宣传力度，结合国情积极培植本土邮轮文化，投放大量广告，利用微博、微信等平台，大力宣传邮轮旅游，积极培养本土邮轮游客市场。

目前，为市场认可的绝大多数邮轮公司都来自国外，国内的邮轮公司忽视了自身的品牌建设与营销，客户对于中国邮轮公司的认可程度较低。除了邮轮公司缺乏品牌建设，上海对于邮轮母港的推广也不足，吴淞口国际邮轮港、上海国际客运中心的知名度在广大内地并不高，慕名前去观光旅游的游客仍占较少比例。当前处于劣势的邮轮制造商的市场认可度极低，人们更普遍接受国外的邮轮制造，这一方面是因为我国制造商技术不达标，缺乏相应工艺，另一方面也与国内不重视品牌建设有关。针对这种情况，上海应积极帮助本土邮轮制造商，打开邮轮制造新局面，同时提倡国内邮轮公司进行营销宣传推广与品牌建设，加大对与上海两大邮轮母港的宣传。

（三） 学习先进经验，增强本土邮轮制造商、船队及邮轮公司实力

本土邮轮制造商、邮轮船队与邮轮公司的实力匮乏不仅使得中国在邮轮市场缺乏话语权，还会导致邮轮产业的巨额利益大部分被国外邮轮公司获取，邮轮经济的辐射效应将会成为空谈。因此，在“一带一路”这一时代大背景下，上海应积极开展与国外相关公司的合作，学习其先进经验，增强本土邮轮制造商、邮轮船队与邮轮公司的实力。

（四） 建立综合教育体系，积极培养和引进邮轮专业人才

目前，我国邮轮相关专业人才缺口很大，相应软实力严重不足，而邮轮产业的产业链复杂，需要从业人员有极高的专业水平，如果没有一只专业性极强的邮轮人才队伍提供智力支撑，上海的邮轮产业很难发展起来。除了高薪聘请国外从事邮轮产业的人才，上海还可以充分利用本土教育资源，与国外邮轮公司展开合作，学习经验，共同培养邮轮人才，引进人才与本土培养并举，在探索中逐步强化本土邮轮专业人才队伍，提升上海邮轮产业的软实力。

（五） 建设相关金融平台，推进邮轮产业发展

发展邮轮产业需要极大的财力与物力，如果没有大量资本的支撑，邮轮产业很难茁壮成长。美国迈阿密、新加坡等邮轮业发达地区的建设经验已经说明了邮轮产业要想做大做强，离不开金融的支持。上海应当积极建设相关金融平台，引导金融机构的合理进入，发挥资本的积极作用，加快融资进程，推动上海邮轮产业的发展。

此外，邮轮产业对于保险也有着巨大需求，尤其是海上人身财产安全类保险，上海应推动保险类机构提高服务水平，倡导保险公司积极探索适合邮轮业的保险品种，不断推陈出新，同时鼓励邮轮公司在国内进行投保。

（六） 加快建设邮轮产业政策和法律体系，提高上海邮轮母港口岸服务水平

目前，我国的通关手续较为复杂，口岸管理尚需完善，上海作为全国邮轮经济的排头兵，以积极提高口岸服务水平，尽可能降低通关手续的复杂程度，方便旅客跨境旅行。

虽然党中央国务院出台了大量推动邮轮产业发展的产业政策,但邮轮的相关法律还处于空白阶段,如果没有法律作为保障,邮轮产业将很难做到长期健康、稳定地发展,上海应积极推动邮轮产业制定相应行业标准与法律法规,保障中国邮轮产业健康可持续发展。

五、结语

邮轮产业的经济效益极大,有很强的辐射能力,大力发展邮轮产业,建设知名国际邮轮城是上海发展的目标,上海各级政府对此都极为重视,在“一带一路”的战略背景下,上海发展邮轮产业潜力巨大,迎来了历史性机遇。作为全国的排头兵,上海要在依托自身独特优势的前提下,借鉴国内外邮轮旅游的成功经验,对自身进行恰当定位,积极推动邮轮母港的软实力与硬实力建设,谋求区域合作,开拓新航线,丰富邮轮旅游项目,加大营销力度,推动品牌建设,培育本土邮轮旅游文化,引进人才与本土培养并举,不断推进邮轮产业健康可持续发展,为我国邮轮产业的发展注入新的活力。

参考文献

- [1]贾艳慧,沈艳兵,冯晓东.基于“一带一路”视角下的我国邮轮旅游产业发展问题研究[J].城市,2017(08).
- [2]唐莉.上海邮轮市场发展研究[J].世界海运,2015(05).
- [3]杨丽琼.中国邮轮旅游发展机遇与前景分析:以上海为例[J].中国旅游评论,2015(02).
- [4]杨颖.关于推动上海发展邮轮经济的几点思考[J].中国港口,2011(11).
- [5]王珺,王湘琳,夏雅俐.上海建设亚太邮轮中心的SWOT分析——兼与香港、新加坡的比较视角[J].求实,2010(S2).
- [6]周桂琴.上海邮轮经济的优劣势分析及对策建议[J].中国水运(下半月),2010(03).