



上海国际邮轮旅游人才培训基地  
Shanghai International Cruise Training Center

# 国际邮轮旅游销售实务

## GUIDE BOOK FOR CRUISE SELL

“上海国际邮轮旅游人才培训基地”教材编委会 编



中国旅游出版社



上海国际邮轮旅游人才培训基地  
Shanghai International Cruise Training Center

# 国际邮轮旅游销售实务

GUIDE BOOK FOR CRUISE SELL

“上海国际邮轮旅游人才培训基地”教材编委会 编



中国旅游出版社

项目统筹：付 蓉 张 斌  
责任编辑：张珊珊 付 蓉  
封面设计：何 杰  
责任印制：冯冬青

---

**图书在版编目 (CIP) 数据**

国际邮轮旅游销售实务 / “上海国际邮轮旅游人才  
培训基地”教材编委会编. --北京：中国旅游出版社，  
2014. 4

ISBN 978 - 7 - 5032 - 4940 - 2

I. ①国… II. ①上… III. ①旅游船—销售服务—职  
业培训—教材 IV. ①F590. 8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 043029 号

---

**书 名：**国际邮轮旅游销售实务

---

**编 著：**“上海国际邮轮旅游人才培训基地”教材编委会

**出版发行：**中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: [cttp@cnta.gov.cn](mailto:cttp@cnta.gov.cn)

发行部电话：010 - 85166503

**经 销：**全国各地新华书店

**印 刷：**三河市灵山红旗印刷厂

**版 次：**2014 年 4 月第 1 版 2014 年 4 月第 1 次印刷

**开 本：**787 毫米 × 1092 毫米 1/16

**印 张：**13

**字 数：**254 千

**定 价：**32.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 4940 - 2

---

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

## “上海国际邮轮旅游人才培训基地”教材编委会

主 任 杨劲松  
副主任 沈山州 吴建国  
委 员 汪剑明 王红平  
寇云凤 何 玲

主 编 程爵浩  
编 者 崔园园 郭 训 徐 颖 林捷豪 鲍 侠

# 序

上海市旅游局局长 杨劲松

近年来，随着世界邮轮旅游市场的东移，中国的邮轮旅游蓬勃发展。上海，作为中国最大的经济中心和邮轮母港，在加快建设“国际航运中心”和“世界著名旅游城市”的带动下，上海的邮轮经济呈爆发式增长。据统计，2013年，上海访问港与母港邮轮合计197艘次，同比2012年增长63%，出入境旅客达76万人次。

邮轮旅游作为国内新兴的旅游度假方式，还存在诸如国家政策、法律法规、市场规范、相关配套等诸多问题亟待解决。自2008年以来，国家发展改革委和上海市人民政府相继出台了《国家发展改革委关于促进我国邮轮业发展的指导意见》、《关于本市加快中国邮轮旅游发展实验区建设若干意见的通知》等重要性指导文件。作为中国发展邮轮产业的桥头堡，2012年上海市宝山区也被国家旅游局正式批复成立“中国邮轮旅游发展实验区”和“上海国际邮轮产业发展综合改革试点区”。在国家相关政策的指导下，上海市旅游局先后成立了“上海邮轮旅游市场工作促进组”和“上海国际邮轮旅游人才培养基地”，从政策引导、市场规范、宣传推广、人才培养等方面做了大量的工作。

国际邮轮旅游销售人员作为一支顺应新兴旅游市场发展起来的生力军，起到了衔接中国游客和国际邮轮公司和产品的桥梁作用。为了引导邮轮旅游市场健康发展，尽快建立一支专业的国际邮轮旅游销售队伍，规范和提高邮轮旅游产品一线销售人员服务水平，经过大量调研和努力，“上海国际邮轮旅游人才培养基地”在上海市旅游局的指导下出版了《国际邮轮旅游销售实务》培训教材，并成功启动了培训。具有科学性、时代性、应用性的教材更是培养专项人才必不可少的，呈现在读者面前的这套教材涵盖了作为国际邮轮旅游销售人员所必需的专业知识和专业技能，既可以作为邮轮旅游行业职业能力培训和自学教材，也可以作为旅游大专院校邮轮专业学生教学用书。

我衷心地希望通过本教材的出版，有更多的在旅行社从事国际邮轮销售的人员参与培训和学习，切实提高自身综合素质和业务能力，真正为推动上海乃至中国的邮轮旅游市场朝着更加规范和可持续发展的方向迈进贡献力量。

# 前 言

《国际邮轮旅游销售实务》是专门为从事国际邮轮旅游销售的一线操作人员量身定制的教学用书。本书既强调销售人员对邮轮产业、邮轮产品的基础知识和理论的掌握，又注重培养他们如何在销售实践中灵活运用各类销售技巧和方法。国际邮轮旅游产品的销售与传统的出境旅游产品销售有很大不同，邮轮旅游产品销售人员只有在经过系统、科学的培训，并充分了解国际邮轮旅游度假方式的独特性和复杂性后，才能更好地针对不同游客需求进行高效性销售，为企业带来丰厚利润。本书作为邮轮旅游行业前瞻性教材，具有以下特点：

第一，国际视野，填补空白。与大部分目前国内出版的邮轮教材不同，本书的编写具有国际化战略高度和视野，所有编写框架和整理材料全部吸收引进北美先进理念和方法，并进行中国本土化，有效填补了亚洲市场对于专业国际邮轮旅游销售教材的空缺。

第二，规范行业，指导市场。中国目前的邮轮旅游市场还处于起步阶段，还存在信息不对称、培训缺失、操作不规范、打价格战等多种因素导致的市场混乱。本书冀望能通过传授国际经验和方法，达到规范行业，指导市场有序发展。

第三，理论适度，重在实用性。作为与学校偏重系统性知识传授不同，本书的知识重在实用性和可操作性，即更突出知识的实际应用，诸如“邮轮产品销售流程和技巧”、“邮轮网络销售”、“提升团队客人收益”、“邮轮会展销售”、“fly + cruise 销售”等。

第四，信息量大，通俗易懂。本书共计 25 万字，内容几乎涵盖了从事一线销售所需要了解的所有关于邮轮方面的知识。在文字编排上通俗易懂，既可作为邮轮旅游行业职业能力培训和自学教材，也可作为旅游大专院校邮轮专业学生教学用书。

全书共分两篇六章。上篇“邮轮销售基础知识”，是为第一章 邮轮概述（程爵浩、崔园园编写）、第二章 邮轮航线及港口（程爵浩、崔园园编写）和第三章 邮轮销售基础（崔园园、郭训、鲍侠编写）；下篇“邮轮销售流程和技巧”，包括第四章 邮轮销售技巧（崔园园、徐颖编写）、第五章 团队销售技巧（崔园园、郭训编写）和第六章 高端邮轮产品销售技巧（林捷豪、崔园园编写）。全书统稿为程爵浩和郭训。

本书在编写过程中，进行了大量调研，并参阅了国内外诸多资料。在此感谢上海市旅游培训中心（上海国际邮轮旅游人才培训基地）许长亭先生、张悦女士；意大利歌诗达邮轮公司沈迪先生，美国皇家加勒比国际游轮公司许文静女士，美国公主邮轮公司王萍女士，上海航空国际旅游（集团）有限公司魏丰珺女士为本书出版做了大量工作，在此一并表示感谢。由于时间所限，本书尚存不足之处，请予以批评指正，以待改进。

编 者  
2014年1月13日

# 目 录

## CONTENTS

序	1
前 言	1

### 上篇 邮轮销售基础知识

<b>第一章</b>	<b>邮轮概述</b> .....	3
第一节	邮轮及邮轮产业 .....	3
第二节	邮轮公司及船队 .....	6
第三节	邮轮产品及特点 .....	13
<b>第二章</b>	<b>邮轮航线及港口</b> .....	26
第一节	美洲邮轮航线及港口 .....	27
第二节	欧洲邮轮航线及港口 .....	49
第三节	亚太邮轮航线及港口 .....	55
第四节	极地邮轮航线及港口 .....	72
<b>第三章</b>	<b>邮轮销售基础</b> .....	80
第一节	邮轮旅游签证与费用 .....	80
第二节	邮轮岸上旅游活动 .....	85
第三节	邮轮法律法规 .....	88



## 下篇 邮轮销售流程和技巧

<b>第四章</b>	<b>邮轮销售技巧</b> .....	113
第一节	成功邮轮销售入门 .....	113
第二节	邮轮销售流程 .....	119
第三节	邮轮销售技巧 .....	126
第四节	邮轮网络营销 .....	145
第五节	优质对客服务 .....	155
<b>第五章</b>	<b>团队销售技巧</b> .....	164
第一节	团队游客行为分析 .....	164
第二节	提高团队销售收益 .....	169
第三节	邮轮会展销售 .....	172
<b>第六章</b>	<b>高端邮轮产品销售技巧</b> .....	178
第一节	高端邮轮产品市场 .....	178
第二节	高端游客行为分析 .....	180
第三节	高端邮轮产品销售技巧 .....	181
<b>附 录</b>	.....	186

# 上篇

## 邮轮销售基础知识



- 第一章 邮轮概述 / 3
- 第二章 邮轮航线及港口 / 26
- 第三章 邮轮销售基础 / 80



## 第一章

# 邮轮概述

邮轮（Cruise）原意是指海洋的定线、定期航行的大型客运轮船。古代邮轮是邮政部门专用的运输邮件的交通工具之一，并且同样运送旅客，但一般的邮轮均带有游览性质，即把旅客运送到大洋彼岸，邮轮的生活娱乐设施也是为了给旅客提供舒适的行程和解闷；“邮”字本身具有交通的含义，而且过去跨洋邮件总是由这种大型快速客轮运载，故此得名，众所周知，“泰坦尼克”号就是这种邮轮。

## 第一节 邮轮及邮轮产业

### 一、现代邮轮概述

一部浪漫的《泰坦尼克号》电影让中国普通老百姓知道了“泰坦尼克”号，也得以一睹邮轮旅游的奢华盛况。邮轮的前身是远洋客轮。以前旅客的出行目的地如果是需要跨越大海的，那么便只能选择远洋客轮，一旦上船便至少要待上几周甚至数月。现在随着经济的发展，人们可自由支配收入增多，从而使人们能够纯粹为了娱乐而乘坐邮轮环游世界。所以现在所说的邮轮，实际上是指在海洋中旅行的旅游客轮，它具备了齐全的生活、休闲、娱乐与度假等各类设施，完全为观光游览和休闲度假提供服务。这种大型邮轮往往像是一座“移动的五星饭店”，配套设备一应俱全，除此之外，旅客也可选择在沿途停靠的港口城市或海港附近进行观光游览。

现代邮轮和原来邮轮的不同不在于船体大小，而是它们在定位上有着根本的区别。

原来的邮轮只是作为一种海上的客运工具，其定位是把旅客运送到大洋彼岸，因此它的生活娱乐设施也是为了旅客在此过程中的舒适和解闷而设置的；现代邮轮本身就是一种旅游目的地，海上旅游也是游客出行的重要组成部分，由此船上生活娱乐的配套设施便成了其必不可少的一项，并且需要面面俱到、精益求精，而靠岸也是为了观光或完成海上旅游行程。

## 二、邮轮产业概述

### （一）邮轮产业界定

邮轮产业（或邮轮业、航游业，英文为 Cruise Industry）指的是以大型豪华海上邮轮为载体，通过远、近洋与环球航行的方式，以海上观光旅游为主要诉求，为乘客提供旅游观光、餐饮住宿、娱乐、探险等服务的海上观光与休闲产业。

### （二）邮轮产业发展历程

人类历史上最早的轮船并非完全为了运输旅客，还有运载货物的需要。如今，随着经济的迅速发展，邮轮旅游作为一种现代社会的消费符号，已经逐渐走进人们的生活。

#### 1. 越洋客运时期

19 世纪末至 20 世纪前期，在飞机出现之前，人类横越大洋的旅行大多以船舶运输为主力。这是海上定期运输客轮的鼎盛时期。20 世纪 60 年代初期往返美欧大陆之间的跨大西洋客运班轮每年的客运量超过了 100 万人次。直至第二次世界大战之后的 20 世纪 50 年代，喷气式客机的发明并投入商业运转，引发一波航空运输的革命性发展，越洋客轮遂逐渐失去其海上运输功能，此时往返美欧大陆之间的客轮客运量便急剧下降到每年 25 万人次左右。原来的客运班轮经营商迫于经营压力，不得不寻找新的经营方式。

#### 2. 客轮发展时期

这一时期人们为了顺应潮流的趋势，改变经营方式，不断尝试由服务提供商的角色向提供邮轮设施及服务转变。但客运班轮本身并不一定适合开展新型的邮轮旅游休闲服务，其过渡还面临很多的障碍，如没有空调、不舒适的三等舱以及甲板上下缺乏公共空间等。欧美客轮业者也为顺应潮流之所趋，改变船舶吨位、船舱空间及加装各式休闲娱乐设施，配合南欧爱琴海周边希腊、西亚以及埃及三大古文明遗迹景点，着手开拓地中海邮轮旅游航线。

### 3. 奢华邮轮时期

这一阶段邮轮目标市场以中老年有钱有闲之富商巨贾为主，人们对邮轮有了了解，但还局限在其豪华的外观、内部设施以及高昂的旅游费用方面。而邮轮有别于其他交通运输工具的附属设施，也成为百年来邮轮产业持续发展的一大特色。其中以1912年号称“永不沉没”却不可思议地撞上一座冰山而沉没的泰坦尼克号（Titanic）客船，不仅设有餐厅、酒吧、咖啡厅、游艺室、电影院，而且率先配有舞厅、游泳池和健身馆等游憩设施，开启而后邮轮产业竞相以各式奢华游乐设施招徕游客的先例。

### 4. 超级巨轮时期

目前世界上三大邮轮公司，依邮轮船队规模排序为美洲嘉年华邮轮、加勒比海邮轮以及以亚太地区为根据地兼主力市场的丽星邮轮。这一时期，它们都在邮轮旅游行业奠定了稳固的基础，并在欧美主流消费市场建立了各自的邮轮网络。与此同时，邮轮市场开始高度细分，提供的服务也不断丰富，市场得到拓展，人们对邮轮的需要逐渐增加。世界主要邮轮公司都是以欧美区域市场为邮轮经营的基地发展起来的。随着人们对邮轮认识的逐渐清晰以及世界旅游业的发展，邮轮旅游在北美和欧洲越发成熟，由昔日上流社会特定的旅游时尚演变为中产阶级的大众旅游休闲活动。20世纪80~90年代，北美和欧洲的邮轮市场就形成了系统的市场结构，市场发展进入成熟期，呈现较为繁荣的局面。

## （三）邮轮产业链构成要素

邮轮产业链是由邮轮制造业、邮轮营运企业、港口服务以及旅游商贸业等组成的。邮轮产业的发展需要一系列行业的支持和联动。邮轮产业链主要包括邮轮业（核心产业、龙头产业）、邮轮建造业、交通运输业、港口及港口服务业、旅游观光业、加工制造业、批发零售贸易业与其他相关行业（如金融、保险）等（图1-1）。

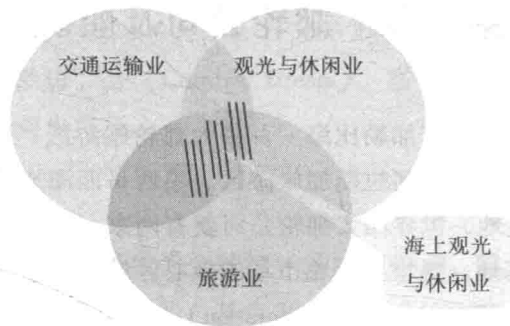


图 1-1 邮轮产业属性示意图

**邮轮业：**邮轮业是邮轮经济的核心产业，在经营内容上是运输业与旅游业的结合，但更趋向旅游业。

**邮轮建造业：**属于船舶工业的分支领域。由于现代邮轮在服务项目与舒适感觉方面的要求非常高，与普通的客运船舶在设计理念、技术、材料、工艺以及设施设备等方面存在很大的差异，其专业性、安全性、舒适性和豪华性特征尤为突出。现代邮轮的造价也远远高于一般的客运船舶。目前世界上邮轮建造业基本被德国、意大利、芬兰和法国等欧洲国家的船厂垄断，这些国家建造的邮轮代表着世界最高水平。

**交通运输业：**在邮轮港所在城市或地区以外的邮轮乘客通常需要借助其他交通工具抵达或离开邮轮港，因此邮轮产业的发展需要有发达的公路、航空与铁路构成的高效集疏运系统。

**邮轮港口及其服务业：**邮轮港口应具备满足邮轮全部或部分需要的设施及相关的服务功能。最基本的设施与服务包括停靠、上下客、补给、废品处理回收、物流系统等。同时，船舶代理是国际邮轮停靠港口时必不可少的中介机构，它们接受外轮委托，作为船方代表处理外轮在他国的各类事宜。

**旅游业：**邮轮产业对港口城市（观光景点和旅行社）提供的旅游服务具有很高的要求。一方面，港口附近必须有较为集中的世界著名的旅游景点和文化资源；另一方面，邮轮旅游产品必须由专业的旅行代理商对旅游产品进行精心挑选，然后打包进入游客的旅游选择菜单。国际邮轮协会（Cruise Lines International Association, CLIA）的一项市场调查显示，北美邮轮旅游市场有 80% 左右的邮轮乘客通过旅行代理商来预订邮轮旅游产品。

**商贸服务业：**餐饮、宾馆、娱乐和购物等配套服务是邮轮到港很重要的消费内容，也是构成吸引邮轮及其乘客的重要因素。商业服务业主要包括邮轮停靠港口所在城市的商业零售业、旅馆业、餐饮业、娱乐业和观光业等。商贸服务是港口发展邮轮经济的直接经济来源，也是为邮轮及其乘客和船员提供各类岸上服务和补给服务的主要依托。

## 第二节 邮轮公司及船队

国际邮轮旅游的主要区域有加勒比海 - 百慕大邮轮旅游区、地中海邮轮旅游区、亚洲 - 南太平洋邮轮旅游区、美国阿拉斯加旅游区、墨西哥西海岸旅游区等。加勒比海地区是现代邮轮产业的诞生地，世界四大邮轮公司就有两家（嘉年华邮轮公司和皇家加勒比海邮轮公司）以此为基地，是世界邮轮市场的核心区域。目前国际邮轮产业中大型的邮轮公司有嘉年华邮轮公司（Carnival Corporation）、皇家加勒比国际邮轮公司（Royal Caribbean Cruise）、丽星邮轮公司（Star Cruise）和地中海邮轮公司（MSC Cruises）等。

## 一、嘉年华邮轮公司

### (一) 简介

嘉年华邮轮公司成立于1972年，总部设在美国佛罗里达州的迈阿密市，是全球最大的邮轮运营商。公司的创始人是Ted Arison，当时Ted Arison用1美元和承担了该船舶的所有债务的形式买下了“加拿大帝”号后并更名为“狂欢”号，嘉年华邮轮公司由此诞生。

1975年，嘉年华购买了不列颠帝后（Empress of Britain），改名嘉年华（Carnivale），扩充了船队，以佛罗里达为根据地，给游客提供加勒比海度假服务。20世纪70年代作为嘉年华的初始阶段，公司依靠短小的邮轮线路，配以拉斯维加斯风格的装修和情调，并且以低廉的价格，迅速在市场站稳脚跟。1978年，嘉年华购买了曾经的“瓦尔”（Vaal）号，更名为“节日”号（Festivale），在经过3000万美元的重新装修和配置之后，成为从迈阿密出发前往加勒比最大、最快的邮轮。

20世纪80年代的嘉年华迅速扩张，在此之后，嘉年华的邮轮几乎全是最新订购，而非二手货。首先面世的是1982年的“热带”号（Tropicale），也是邮轮业高速建造新式邮轮的起点。自此之后的邮轮都不再是传统意义上的客轮，而向着海上度假村的模式迈进。而这股邮轮建造热，从20世纪80年代一直持续到2008年。嘉年华在20世纪80年代也成为第一家在电视上打广告的邮轮公司，并且跟随发行股票的热潮在纽约上市。至此，嘉年华正式奠定了最受欢迎邮轮公司的基础。

1990年，嘉年华的扩张继续不可思议的神话。70367总吨的“梦幻”号（Fantasy）下水，嘉年华的梦幻系列邮轮从此开始服务于佛罗里达的20世纪90年代。不仅如此，嘉年华努力超越极限，力求成为行业的领先者。1994年，嘉年华和半岛东方-公主邮轮合并，成为世界最大的邮轮集团。1996年，行业第一艘超过10万吨级的邮轮，101353总吨的“嘉年华好运”号（Carnival Destiny，另译“远景”）成为当时最大的邮轮。时间进入2000年，嘉年华的邮轮越来越大，从110000吨级的征服（Conquest）系列邮轮，到2009年130000吨的“梦想”号（Carnival Dream），嘉年华逐渐完成了布局美国各大市场的步骤，令竞争对手望尘莫及。

### (二) 船队

现在嘉年华邮轮公司已经发展成为全球第一的邮轮公司，除“假日”号和“庆祝”号两艘在20世纪80年代投入运营的船，其余30艘均是7万吨以上的豪华邮轮。嘉年华的船有80%以上全年航行于加勒比海地区，对热爱明媚阳光的上海人来讲无疑是极好的



度假选择。

其船队优势在于它们多样化的休闲设施, 装潢新颖与宽敞的客舱。其船队常年在加勒比海、墨西哥、巴拿马航行, 而季节性航线则适于阿拉斯加、夏威夷、巴拿马运河、加拿大海域运作。航程一般为 3 ~ 16 天, 遍布加勒比海、墨西哥湾、阿拉斯加、夏威夷、百慕大、欧洲、巴哈马及加拿大等世界最美的海域<sup>①</sup> (表 1-1)。

表 1-1 嘉年华邮轮公司的主要船队

系列	邮轮	投入时间 (年)	长 (米)	吨位 (吨)	载客量	船员数
梦想系列	清风号	2012	306.00	130000	3690	1386
	魔力号	2011	306.00	130000	3690	1367
	梦想号	2009	306.00	130000	3646	1367
光辉系列	光辉号	2008	290.17	113000	3006	1150
征服系列	自由号	2007	290.17	110000	2974	1150
	自在号	2005	290.17	110000	2974	1150
	英勇号	2004	290.17	110000	2974	1150
	光荣号	2003	290.17	110000	2974	1150
	征服号	2001	290.17	110000	2974	1150
精神系列	奇迹号	2004	293.52	88500	2124	930
	菁华号	2002	293.52	88500	2124	930
	传奇号	2002	293.52	88500	2124	930
	精神号	2001	293.52	88500	2124	930
凯旋系列	胜利号	2000	272.19	101509	2758	1100
	凯旋号	1999	272.19	101509	2758	1100
佳运系列	佳运号	1996	272.19	101353	2642	1050
梦幻系列	乐园号	1998	260.60	70367	2052	920
	欢欣号	1998	260.60	70367	2052	920
	灵感号	1996	260.60	70367	2052	920
	创意号	1995	260.60	70367	2052	926
	神逸号	1994	260.60	70367	2052	920
	佳名号	1993	260.60	70367	2052	920
	神往号	1991	260.60	70367	2052	920
	梦幻号	1990	260.60	70367	2052	920

资料来源: <http://www.cnexy.org/zh-cn/lines/8/>

<sup>①</sup> <http://www.cnexy.org/zh-cn/lines/8/>