



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

国际邮轮产品运营 和服务规范

INTERNATIONAL CRUISE PRODUCT
OPERATION AND SERVICE CRITERION

“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

国际邮轮产品运营和服务规范

INTERNATIONAL CRUISE PRODUCT OPERATION AND SERVICE CRITERION

“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

责任编辑： 谯 洁

责任印制： 冯冬青

封面设计： 何 杰

图书在版编目 (CIP) 数据

国际邮轮产品运营和服务规范 / “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, 2017. 6

ISBN 978-7-5032-5838-1

I. ①国… II. ①上… III. ①旅游船—旅游产品—经营管理 IV. ①F590.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 126633 号

书 名： 国际邮轮产品运营和服务规范

作 者： “上海国际邮轮旅游人才培训基地”教材编委会编
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@cna.gov.cn

营销中心电话： 010-85166503

排 版： 北京旅教文化传播有限公司

经 销： 全国各地新华书店

印 刷： 北京工商事务印刷有限公司

版 次： 2017 年 6 月第 1 版 2017 年 6 月第 1 次印刷

开 本： 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张： 15.5

字 数： 320 千

定 价： 38.00 元

I S B N 978-7-5032-5838-1

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与营销中心联系调换

《国际邮轮产品运营和服务规范》教材编委会

- 主 编** 何 玲 (上海市旅游培训中心)
(上海国际邮轮旅游人才培训基地)
- 副主编** 徐珏慧 (上海港国际客运中心开发有限公司)
(中国港口协会邮轮游艇码头分会)
- 郭 训 (上海市旅游培训中心)
(上海国际邮轮旅游人才培训基地)
- 编 者** 甘胜军 (上海海事大学)
贺学良 (上海旅游高等专科学校)
王雨佳 (上海航空国际旅游(集团)有限公司)
施悦儿 (上海港国际客运中心开发有限公司)
崔文文 (上海港国际客运中心开发有限公司)
鲍 侠 (上海众信国际旅行社有限公司)
许 吉 (上海携程国际旅行社有限公司)
赵西安 (上海驴妈妈兴旅国际旅行社有限公司)
李嘉禄 (诺唯真游轮控股有限公司)
薛 巍 (公主邮轮公司)

前 言

《国际邮轮产品运营和服务规范》是专门为从事国际邮轮旅游市场运营管理和市场销售的人员量身定制的教学用书。本书深入分析了近几年国际国内邮轮旅游市场发展趋势，同时从邮轮公司和旅行社两个角度总结提炼出国际邮轮产品运营和服务规范的相关知识。本书作为邮轮旅游行业前瞻性和系统性教材，具有以下特点：

国际视野，国内结合。本书的编写具有国际化战略高度和视野，通过大量数据的收集整理，以国际邮轮市场和国际邮轮企业为研究基础，再结合国内实际情况进行总结分析。

行业引领，实操性强。与市面上大多数偏重传授理论知识的教材不同，本书提炼了近几年中国邮轮旅游市场的运营经验总结，诸如“邮轮产品设计和定价”“包价邮轮产品运营流程”“邮轮定制化服务”“邮轮市场运营模式和分销渠道”“OTA和邮轮产品分销平台”“邮轮保险和合同”“邮轮突发事件应急和纠纷处理”等内容都是具有较强的实操性和行业指导意义。

信息量大，通俗易懂。本书内容涵盖了国际邮轮旅游市场、产品设计运营、市场营销和渠道分销以及相关法律法规、应急纠纷等方方面面，知识面和信息量庞大。在文字编排上也图文并茂、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。

全书共分七章，各章节分工如下：第一章为邮轮旅游市场现状（甘胜军编写）、第二章为邮轮旅游市场经营模式（甘胜军、郭训编写）、第三章为邮轮产品设计和运营（施悦儿、李嘉禄编写）、第四章为邮轮旅游产品服务流程和规范（鲍侠、许吉、王雨佳、郭训编写）、第五章为邮轮旅游产品的营销及渠道分销（贺学良、崔文文、赵西安编写）、第六章为邮轮旅游安全和风险防范（王雨佳、薛巍编写）、第七章为邮轮旅游突发事件应急和纠纷处理（王雨佳编写）。全书修改为郭训，校稿和统稿为徐珏慧和何玲。

本书作为中国港口协会邮轮游艇码头分会推荐使用教材，在编写过程中进行了大量行业调研，并参阅了国内外诸多资料。在此感谢上海海事大学程爵浩先生、上海工程技术大学（上海吴淞口国际邮轮港发展有限公司）叶欣梁先生对本书提出的宝贵评审意见，以及上海市南湖职业学校龙艺和张琼女士、上海航空国际旅游（集团）有限公司魏丰珺和张进女士、上海市旅游培训中心（上海国际邮轮旅游人才培训基地）张悦女士为本书出版所做的大量工作，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，以待进步。

编者

2017年6月1日

目 录

CONTENTS

第一章	邮轮旅游市场发展现状	1
第一节	国际邮轮旅游市场总体情况	1
第二节	中国邮轮旅游市场发展现状	10
第二章	邮轮旅游市场营销模式	23
第一节	邮轮旅游市场营销模式与类型	24
第二节	邮轮旅游市场销售模式的比较	36
第三章	邮轮旅游产品设计和运营	45
第一节	邮轮旅游产品设计	45
第二节	邮轮旅游产品的运营和定价	79
第四章	邮轮旅游产品服务流程与规范	90
第一节	邮轮公司服务流程与规范	90
第二节	旅行社包价邮轮产品服务流程	103
第三节	旅行社包价邮轮产品服务规范	113
第四节	旅行社长线邮轮打包产品服务流程和规范	119
第五章	邮轮旅游产品的营销及渠道分销	124
第一节	邮轮旅游产品市场推广	125

第二节	邮轮旅游产品销售体系	138
第三节	邮轮旅游产品线上和线下 B2C 销售	146
第四节	邮轮旅游产品 B2B 分销平台	164
第六章	邮轮旅游安全和风险防范	168
第一节	邮轮旅游市场主体类型和法律定位	168
第二节	邮轮旅游相关合同	171
第三节	邮轮旅游安全保障和风险防范	177
第四节	邮轮旅游保险	181
第七章	邮轮旅游突发事件应急和纠纷处理	187
第一节	航程变更的应急和处理	187
第二节	人身意外伤害与财物损失的应急与处理	198
第三节	突发疾病与公共卫生事件	201
第四节	境外非法滞留事件的应急与处理	204
第五节	依法经营和信用管理	206
附 录	214
附录 1	旅行社包船工作手册	214
附录 2	上海市邮轮旅游合同示范文本（2015 版）	231
参考文献	239

第一章

邮轮旅游市场发展现状

世界邮轮旅游市场的发展主要经历了4个阶段，即过渡萌芽期，诞生引进期，成长拓展期和繁荣成熟期。每个阶段的发展取决于不同的邮轮航线、细分市场以及邮轮旅游目的地，人类休闲需要是推动现代邮轮旅游产业持续发展的根本动因。邮轮产业的发展趋势是：全球邮轮市场稳步发展，东亚邮轮市场快速成长，我国邮轮市场潜力巨大。

我国邮轮产业的发展特征有：中国邮轮企业仍处于培育期，中国邮轮旅游市场渗透率低，中国潜在客户群体非常庞大，国内旅游企业积极布局市场，进入邮轮市场资金需求巨大。我国邮轮产业存在的主要问题有：邮轮旅游接受度仍不高，游客邮轮消费习惯不同，邮轮旅游产品航线单一，邮轮市场降价竞争现象普遍，预订习惯与西方差异大。我国邮轮产业的发展趋势是：中国游客邮轮需求不断高涨，各路资本争相布局邮轮市场，邮轮分销产业链的效率提升，邮轮的法规政策将密集出台。

第一节 国际邮轮旅游市场总体情况

邮轮（英文为 Cruise），或称邮船、巡航船、巡航定期船，原意是指海洋上的定线、定期航行的大型客运轮船，功能是把旅客运送到大洋彼岸，它的生活娱乐设施也是为了给旅客提供舒适行程和解闷。“邮”字本身具有交通的含义，而且过去跨洋邮件一般都是由这种大型快速客轮运载，故得此名。

如今邮轮的定义不再只是定期客运轮船，而是更侧重“游船”（英文为 Cruise、

Cruise Liner 或 Cruise ship), 其航程、沿途目的地的选择和船上的设施等都是提供给乘客旅游服务的一部分, 运输已不作为邮轮的主要用途, 通常会将乘客送回出发的地点。

一、邮轮的历史

邮轮的历史包括了从远洋客船 (Liners) 到邮轮 (Cruise) 的演变。早期的远洋定期船, 或称远洋班船、远洋客船, 是将旅客 (也运送货物与邮件, 有时也运送部队) 从一个港口经一条长途海线运送到另一个港口的船只, 这些航线是固定的, 也有时刻表。英语的航运公司称为 “Shipping Lines”, 旅程被称为 “Line Voyages”, 所以这些客、货船便被称为 “Liners”, 而 “Ocean Liner” 也可以跟 “Passenger Liner” 互用。有时照时刻表航行的货船也被称为 “Liners”, 但 “Liners” 不包括用作短途航行的渡船与没有运输用途的游船。远洋定期船的旅程通常较游船更长, 短至一星期, 长至数个月的也有。

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, 也让我们能够一睹邮轮旅游的奢华盛况。从人类社会的发展来看, 利用船舶运送乘客的历史很早就开始了, 但是直到 1844 年, 半岛和东方蒸汽航运公司 (the Peninsula and Oriental Steam Navigation Co.) 组织了从英国到西班牙、葡萄牙再到马来西亚和中国的航行, 才是人类第一次邮轮航行。而现代意义上的邮轮产业则始于 20 世纪 70 年代早期, 经济的发展带来可自由支配收入的增多, 从而使人们能够纯粹为了娱乐而乘坐巨轮环游世界。

1972 年, 迈阿密企业家特德·阿里森购买了一艘加拿大船只, 并命名为马蒂格拉斯号, 进而组建了嘉年华邮轮集团 (Carnival Cruise Lines), 开始了远洋邮轮经营。嘉年华邮轮和它的竞争者们——北欧海盗号、公主号、皇家加勒比邮轮等——不断推出新的包价邮轮旅行服务。进入 20 世纪 90 年代, 新型的、吨位更大的、技术更先进的邮轮陆续投入使用。

到 2000 年, 北美邮轮行业共拥有 156 艘邮轮, 床位 16.4 万, 每年运送的客人超过 600 万人次, 收入大约 80 亿美元。1970 年到 2000 年期间, 北美邮轮业的环比年增长率达到 8.9%。

2004 年, 当地时间 1 月 26 日, 世界上最大、最豪华的邮轮——玛丽女王二世号到达美国佛罗里达州劳德代尔堡的港口, 顺利完成了它为时 14 天跨越大西洋的载客 “处女航”。尽管此次航行价格不菲, 最贵票价高达 4.8 万美元, 但世界各地的游客依然蜂拥而至, 2600 多张船票提前抢购一空。而 1 月 8 日英国女王伊丽莎白二世出席在南安普敦港口举行的邮轮命名仪式, 以及当地时间 1 月 12 日在英国南安普敦举行的起航仪式也都引起了世界各大媒体的关注。据悉, 玛丽女王二世号邮轮是由英国冠达 (Cunard) 航运公司出资 8 亿美元建造的, 长 345 米, 比美国最大的航空母舰还长, 吃水线以上高度

为74米，有15层甲板，排水量15万吨，邮轮可接待2600名乘客和1250名船员，并拥有14个风格各异的酒吧和俱乐部，6个装饰精美、流光溢彩的豪华餐厅，5个宽敞的游泳池，可容纳千人的剧院，1个图书馆，1个迪斯科舞厅，1个娱乐场和豪华舞厅等设施。

目前，邮轮产业在欧美规模庞大，有大约300艘邮轮，每天载着大量游客航行于加勒比海、巴哈马、百慕大、阿拉斯加、夏威夷、墨西哥湾、地中海、北欧等世界100多个国家和地区。

总之，在早期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，一般的邮轮均带有游览性质；现代邮轮是旅游性质的，就像是移动的海上度假村，船上娱乐设施应有尽有，是旅游目的地。现代邮轮和早期邮轮的区别，不在于船体大小，而在于两者的定位根本不同：早期邮轮是海上客运工具，它的定位是把旅客运送到大洋彼岸，它的生活娱乐设施也是为了给旅客提供舒适行程和解闷；而现代邮轮本身就是旅游目的地，其生活娱乐设施是海上旅游中一个重要组成部分，靠岸是为了观光或完成海上旅游行程。

二、发展的阶段

世界邮轮旅游市场的发展主要经历了4个主要阶段，即过渡萌芽期，诞生引进期，成长拓展期和繁荣成熟期。每个阶段的发展取决于不同的邮轮航线、细分市场以及邮轮旅游目的地，人类休闲需要是推动现代邮轮旅游产业持续发展的根本动因。

（一）过渡萌芽期（20世纪60年代末至70年代初）

据考证，早在古地中海时代，人类就因移民、战争、探险、贸易等需要，乘船航游于大海。由于当时技术落后，乘船航游区域十分有限，也十分危险。大约15、16世纪，这种依靠风帆动力的木制帆船，也达成了规模宏伟、名垂青史的远洋航行，如郑和下西洋访问亚非国家、哥伦布发现新大陆的探险之旅、麦哲伦的环球航行等，但那时乘船航游乘客少，主要目的是移民、战争、探险、贸易等。

19世纪初期，在第一次工业革命的推动下，轮船从风帆动力演进为蒸汽机动力。19世纪中后期，木制帆船被钢铁构造的船舶取代，煤炭、石油作为燃料，轮船航行速度快。技术进步推动了船舶工业的发展，航运公司开始制造客船，大不列颠号、大东风号等大型客轮问世，人们为了探险、旅行、寻找新的生存地等，开展海洋旅行。据资料记载，在1850年后，英国皇家邮政允许私营船务公司以合约形式，帮助他们运载信件和包裹，由此，一些原本只是载客船务公司旗下的载客远洋轮船，变为悬挂信号旗的载客远洋邮务轮船，“远洋邮轮”一词便由此诞生。

20 世纪初，轮船开始使用蒸汽涡轮发动机，船体大型、设施豪华、速度更快的邮轮如毛里塔尼亚号和露西塔尼亚号问世。这一阶段乘客主要是移民。1909 年 3 月 31 日，泰坦尼克号始建于北爱尔兰的最大城市贝尔法斯特的哈南德·沃尔夫造船厂，船体于 1911 年 5 月 31 日下水，以煤为燃料，以蒸汽为推动力，最大时速可达 23 节，全长约 269.06 米（882.75 英尺），宽 28.19 米（92.5 英尺），注册吨 46328 吨（净重 21831 吨），排水量达到规模空前的 66000 吨；船上配有室内游泳池、健身房、土耳其浴室、图书馆、升降机、壁球室等，奢华和精致堪称空前，是当时最大最有声望的载人邮船。这些客轮外表雄伟壮观，舱位通常分为两到三个等级，一等是富人舱，二等是中等收入群体，三等为统舱，是大众舱。一般来说，邮轮上，一、二等舱与三等舱乘客的比例大约为 1:10，不同等级舱在住宿、就餐、饮食、娱乐等各方面差异明显。

第一次世界大战期间，大部分远洋轮船被征用改装成军队运输船。战后新一代轮船出现，客船更大、更豪华、更美观，特别是速度更快。1920 年，美国禁酒令颁布，公海成为美国人饮酒的唯一去处，众多美国人以饮酒为目的乘船出游，客轮的休闲娱乐功能开始显现。大约 20 世纪三四十年代，挪威号、伊丽莎白王后号、诺曼底号、卡罗尼亚号邮轮陆续诞生，用途主要是中产阶级乘船旅行以及作为二战时军队运输船等。特别是 1936 年建造的玛丽女王号，成为 30 年代豪华和大型跨洋客轮的代表。这一时期客轮仍被看作一种交通工具，承担运输任务，但以休闲度假为目的的现代邮轮也正逐步成型。

1958 年，喷气式飞机开辟飞越大西洋的商业服务，因其更为方便快捷，远洋客运陷入了不利的经营境地，加勒比海等地区的一些邮轮公司逐渐转向开拓新业务，即把客轮打造成海上流动的休闲场所。20 世纪 60 年代后，许多远洋客轮配置多种娱乐设施，改装成以旅游功能为主的邮轮，现代邮轮业拉开帷幕。

20 世纪 60 年代前的远洋客运是运输业的较小组成部分，尚未形成完整产业链，乘客数量和船公司收益增长缓慢，对区域经济的带动十分有限。这一时期的远洋邮轮存在三方面特征：一是船票是船公司最主要的收益来源，而以三等舱船票为绝大部分；二是主体功能为运输，主要乘客是为了穿越海域到达彼岸，为此客轮一般不会中途停靠多个港口方便乘客下船观光；三是乘客呈两极分化明显，有的是寻求享乐的上流社会人士，但大多数是背井离乡、寻找生计的劳苦大众。

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，70 年代初却急剧下降到每年 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。全球邮轮旅游业开始萌芽。

20 世纪 70 年代初是邮轮经营的痛苦转型时期，班轮公司正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。这一阶段,人们对邮轮知之甚少。

(二) 诞生引进期 (20 世纪 70 年代至 80 年代)

这一时期诞生了现代意义上的邮轮产业,邮轮旅游产品所包含的内容也具备了今天的雏形。1966 年秋天,经营总部设在美国迈阿密的 NCL (Norwegian Caribbean Line, 后改名为 Norwegian Cruise Line) 公司首艘邮轮 Sunward 投入正式运营,这标志着现代邮轮产业的诞生。NCL 公司创始人 Kloster 的成功经营理念很快被邮轮业界接受,从此许多经营者陆续进入邮轮市场。

这一阶段人们对邮轮有了一定的了解,邮轮目标市场以本国游客为主,航线观光也是以本国观光地为基本港,但人们对邮轮的认识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。

这一时期,挪威邮轮、皇家加勒比邮轮、嘉年华以及 P&O 等公司相继正式组建各自的邮轮船队,涉足邮轮旅游。20 世纪 70 年代早期,邮轮航线巡游不再仅仅是航运的概念,已经成为休闲产业的一个有机组成部分。

20 世纪 60 年代是现代邮轮业诞生阶段,远洋轮船为化解与飞机竞争的不利困境,占取市场份额,便纷纷改装成以休闲娱乐为主的旅游邮轮:拆掉用于划分不同等级舱位的舱壁,扩大公共活动空间,装上空调,将多功能厅改建成舞厅、剧院,现代邮轮开始出现。也有了一些专为跨洋旅游新造的邮轮,如 1965 年建成的海洋号邮轮,1966 年挪威邮轮公司的向阳号邮轮首开先河销售 3~4 天的邮轮假期。为此,现代邮轮旅游业获得标志性发展。

20 世纪 60 年代晚期,出现了将空中飞行和海上航线合二为一的“飞机+邮轮”(fly+cruise)这一旅行模式,更进一步推动邮轮旅游产业的发展。由于团体包机服务可以将机票价格降低到合理的水平,飞机和邮轮的结合,对不喜欢海上长途旅行的年轻群体来说具有特别大的吸引力。

20 世纪 70 年代是现代邮轮旅游步入大众化阶段,邮轮公司纷纷建造度假邮轮,邮轮公司和航空公司联合销售客票,大大便利了乘客航游,乘邮轮旅游逐渐从精英阶层走向大众,嘉年华、皇家加勒比等邮轮公司纷纷组建邮轮船队。

(三) 成长拓展期 (20 世纪 80 年代至 90 年代中期)

这一阶段,嘉年华公司快速发展壮大,主要以引进二手改装船的方式进入加勒比海市场的角逐,采用强劲的“fun in the sun”广告攻势,并结合有竞争力的价格策略,成功地撬开大规模的青年消费市场。

这一时期，目前世界上规模最大的三大邮轮公司（嘉年华、皇家加勒比、丽星）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。

20世纪80年代是现代邮轮研发创新阶段，许多超豪华邮轮建成下水，如80年代初挪威邮轮公司豪华装修的法国号，公主邮轮公司高舒适度的皇家公主号，计算机自动导航的风之星号，装备卫星新闻服务系统和温泉的伊丽莎白女王二世号，以及总注册吨位当时最大达73000吨的皇家加勒比公司的海上君主号。

20世纪90年代是现代邮轮业规模化发展阶段，邮轮产品日趋多样，游乐和休闲功能更加齐全，总注册吨位超过10万吨的巨型邮轮逐渐诞生，邮轮市场日渐成熟，世界邮轮旅游业快速扩张，到后期，世界邮轮游客年均达800万人次。

（四）繁荣成熟期（20世纪90年代中晚期至今）

1993年，一向处于全球邮轮市场边缘的亚太区域也有了变化——马来西亚丽星邮轮集团成立。该公司最初仅在新加坡和马来西亚提供邮轮服务，之后的业务扩展到整个亚太地区。2000年之后又收购NCL和Orient东方邮轮品牌，进入欧美市场。丽星集团在全球邮轮市场占有10%左右的市场份额，成为世界第三大联盟邮轮品牌。

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逐渐成熟，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。20世纪以来是现代邮轮业全面提升阶段，主要体现在三方面：

一是世界传统邮轮目的地吸引力趋减，北美客源市场增速放缓，而亚洲人口多，经济社会发展快，邮轮设施纷纷改善，东方文化独具魅力，皇家加勒比、丽星、嘉年华等国际邮轮公司纷纷拓展亚洲和中国市场，2006年至2014年，我国邮轮出入境人数从16万人次增长到172.34万人次。

二是嘉年华邮轮公司2003年收购公主邮轮公司，行业进一步垄断竞争；以2014年为例，全球邮轮市场供给总体呈现寡头垄断格局。全球8大邮轮公司隶属于三大邮轮集团——嘉年华集团、皇家加勒比邮轮集团和丽星邮轮集团，占有全球邮轮旅游市场约85%的市场份额。其中嘉年华集团就占有全球市场56%份额。

三是国际邮轮上恐怖事件呈偶发态势，邮轮业快速发展对港口空气、水等环境造成影响等，如何加强社会规制、促进邮轮旅游持续快速健康和安全发展，已引起各方关注。

三、发展的特征

目前邮轮市场的繁荣成熟时期表现出来的特点主要体现在以下几个方面:

(一) 全球邮轮旅游业持续快速增长

全球邮轮市场一直稳健增长,潜力很大。据 CLIA (国际邮轮协会) 资料显示,自 1980 年以来,邮轮旅游人数一直以年均 8.6% 的速度增长,其中 1996~2006 年年均增长 9.3%,远远高于国际旅游业的整体发展速度。20 世纪 70 年代全球邮轮旅客 50 万人次,到 2006 年达到 1210 万人次,2017 年预期将达到 2500 万人次。邮轮公司的规模也稳定增加,20 世纪 80 年代建造邮轮近 40 艘,90 年代建造邮轮近 80 艘,2000~2007 年年底 88 艘邮轮投入营运,2017 年将有 26 艘邮轮投入运营,2017~2026 年,邮轮行业预计再引入 97 艘新邮轮,投资额约为 530 亿美元。

(二) 邮轮日趋大型化和功能多样化

20 世纪 80 年代建造的邮轮单船平均达 2.6 万总吨、776 客位;90 年代建造的邮轮单船平均 4.6 万总吨、1205 客位;2000 年后建造的邮轮单船平均 7.66 万总吨、1815 客位,2007 年新邮轮平均 2611 客位。2007 年投入使用的“海上解放”号排水量 15.8 万吨,载客量 4375 人,2009 年投入使用的“海洋量子号”号排水量 22 万吨,载客量 5400 人。邮轮功能向多样化的方向发展,除了酒吧、咖啡厅、免税商店、夜总会、健身中心、图书馆、会议中心、青少年中心外,还设置豪华赌场、游泳池、高尔夫球场练习场、保龄球、篮球馆、排球馆、冲浪池、攀山墙、滑冰场等大型设施。

(三) 世界邮轮航线分布比较集中

全球邮轮旅游活动的主要区域为加勒比海区域、欧洲/地中海区域、亚洲/南太平洋、阿拉斯加、墨西哥西海岸等地,其中加勒比海地区和欧洲/地中海区域又是最为密集的邮轮旅游活动区,邮轮到访量分别占全世界的 45.1% 和 22.4%。

(四) 全球邮轮母港大都分布在美国

全球邮轮母港大都分布在美国,少数分别在加拿大、欧洲和东南亚等地区。其中北美邮轮经济最为发达,以美国迈阿密为例,其享有“世界邮轮之都”的美称,拥有 12 个超级邮轮码头,2000 米岸线,泊位水深达 12 米,可同时停泊 20 艘邮轮。欧洲

邮轮经济历史悠久，形成了诸多邮轮都市，其中首推西班牙的巴塞罗那。巴塞罗那扼地中海出入大西洋的咽喉，旅游资源十分丰富，设有 6 个旅游客运码头，可同时停泊 9 艘邮轮。亚洲邮轮业虽起步较晚，但近年来发展势头良好，典型代表是新加坡、中国香港。

（五）北美是全球邮轮旅游的主要市场

作为世界上最大的邮轮市场，北美游客数量始终占世界份额的 80% 以上。2006 年全球邮轮旅客为 1210 万人，其中北美市场 1020 万人，占 84.2%；2007 年全球邮轮旅客达 1260 万，北美市场 1060 万人，占 84.1%。据研究，北美全球邮轮旅游总收入，从 1997 年的 77.9 亿美元，增加到 2006 年 206.4 亿美元。其中，2006 年美国全球邮轮总收入为 176 亿美元。

（六）全球邮轮游客平均旅程为 7 天左右

全球邮轮游客平均旅程为 6.5~7 天，短期旅游的比重有所提高。从 20 世纪 80 年代中期开始，邮轮公司注重对短期（2~5 天）旅游市场的开拓，短期旅游的游客比重从 1980 年的 24.3% 上升到 2001 年的 37.2%，前几年虽有所下降，但 2005 年以来又开始回升，2005 年为 33.9%。

（七）邮轮旅游的主要对象是中产阶级

邮轮旅游属于高端产品，主要对象是中产阶级，2006 年全球邮轮游客平均年龄 50 岁，平均年家庭收入 10.4 万美元，57% 的游客接受过大学教育。据研究，2006 年北美的全球邮轮旅游收入为 206.4 亿美元，平均每个游客支付 1720 美元，每天支付 248 美元。同时，在美国港口登船的旅客平均消费 136.2 美元，其中过夜游客消费 289.19 美元，不过夜游客消费 30.48 美元；在美国港口停靠的旅客平均消费 123.39 美元。

（八）邮轮旅游市场呈现高度的寡头垄断

全球邮轮旅游市场主要为三大著名邮轮公司——嘉年华邮轮公司、皇家加勒比海邮轮公司与丽星邮轮公司所属的云顶集团公司所控制，占全球邮轮旅游市场 80% 以上的份额。其中，嘉年华和皇家加勒比海总部均位于北美。60% 以上的邮轮悬挂方便旗为方便航行和管理，主要悬挂巴哈马、巴拿马、百慕大等船旗，不到 40% 的邮轮悬挂船舶所有人所在国或主要航线所在国国旗。

四、未来的展望

（一）全球邮轮市场：稳步发展

第一，邮轮旅游所提供的独特与综合选择使其魅力依旧，未来仍将是一个年轻而具吸引力的国际化产业。根据预测，到2017年世界邮轮旅游者有望突破2350万人次，到2020年可能突破3000万人次。

第二，邮轮旅游市场具有大众化和年轻化趋势。根据世界邮轮协会（CLIA）资助完成的一项研究显示，美国人口中有12.3%人曾经乘坐过邮轮；超过6800万的美国人希望乘坐邮轮；6900万人愿意在未来5年中乘坐邮轮，超过4300万的人确定会成行，这意味着潜在的邮轮度假市场至少达到570亿美元，最高可能达850亿美元；乘坐邮轮的人中有超过80%的人表示“非常满意”或者“很满意”，有90%的人表示日后会再次乘坐邮轮。

第三，全球邮轮旅游市场寡头垄断格局还将继续下去，三大邮轮集团公司高度掌控市场的程度有增无减，但小型邮轮公司经营灵活，在市场的利润空间仍拥有成长前景。

第四，北美市场仍将是世界邮轮旅游的主要市场，环加勒比海地区将继续保持世界首选邮轮旅游目的地的地位，但欧洲、东南亚市场紧随也将出现稳定快速的增长势头。

第五，规模经济将继续推动世界邮轮越来越走向大型化，邮轮旅游产品消费与选择日益多样化。

（二）东亚邮轮市场：快速成长

长期以来，东亚地区一直处于世界邮轮市场的边缘，但东亚拥有发展邮轮旅游产业的基本环境。

第一，海域广阔，旅游资源丰富多样，文化多元性明显。

第二，港口条件优良，有香港港、新加坡港和马来西亚巴生港等国际邮轮专用港口。

东亚邮轮业起步较晚，真正发展始于1993年丽星邮轮公司的成立，但近年来发展势头良好。随着邮轮经济持续增长，各大邮轮公司都将加大开发东亚市场的力度。2007~2008年度，以美国为基地的水晶、皇家加勒比、精致、荷美、公主、大西洋、七海等13家邮轮公司，都加大东亚地区市场拓展力度。2006~2016年，在中国运营邮轮从1艘增加到18艘、从900客位增加到4万客位。