

大连邮轮旅游市场开发对策研究

张 婧

辽宁对外经贸学院 管理学院, 中国·辽宁 大连 116052

【摘要】近年来,随着人民生活水平不断提高,邮轮旅游作为一种新兴的旅游方式也逐渐出现在人们的视野中,我国已成为全球第二大客源国市场。大连作为邮轮旅游发展试验区,拥有得天独厚的区位条件与旅游资源,但受各种因素的制约,大连邮轮旅游市场始终未得到完全开放。本文针对大连邮轮旅游市场开放现状,通过数据分析与文献研究找出其存在的问题,并针对航线设计、市场推广和人才培养三方面,提出开发大连邮轮旅游市场的建议,以期推动大连邮轮旅游市场实现高质量发展。

【关键词】邮轮旅游; 市场开发; 大连

Research on the Development Strategy of Dalian Cruise Tourism Market

Zhang Jing

Liaoning University of International Business—Liaoning—China, Dalian 116052

[Abstract]: In recent years, with the continuous improvement of people's living standards, cruise tourism as a new way of tourism has gradually appeared in people's vision, China has become the world's second largest tourist source country market. As an experimental area of cruise tourism development, Dalian has advantaged geographical conditions and tourism resources, but restricted by various factors, Dalian cruise tourism market has not been fully opened. In view of the opening status of Dalian cruise tourism market.

[Key words]: cruise tourism market development Dalian

【项目名称】大连邮轮母港优质服务系统构建研究(项目编号: 201910841027)。

1 大连邮轮旅游市场开发现状

大连是全国最早开通邮轮旅游业务的城市,自1976年日本“珊瑚公主”号国际邮轮停靠大连港,一直作为国际邮轮停靠港使用。2015年9月,满载900多名游客的“中华泰山号”豪华邮轮由大连港开启首航征程前往日本,标志大连港已从邮轮访问港开始向邮轮始发港进行转变。2015年全年共接待邮轮17艘次,其中邮轮始发母港运营10艘次,出入境游客2.29万人次,大连邮轮旅游业进入新的发展阶段。2016年7月,皇家加勒比“海洋神话号”国际邮轮满载近2000名游客从大连港起航驶往日本,标志大连港国际邮轮中心正式开港,全年共接待邮轮27艘次,接待游客总量6.48万人次。2017年,大连全年港口共接待邮轮31艘次,同比增长率为14.8%;接待进出港旅客约6.91万人次,同比增长率为6.6%,与全国增长速度基本持平。据CCYIA数据显示,2018年,大连共接待邮轮总量为37艘次,占全国港口接待总量3.79%,位列中国邮轮港口邮轮接待情况第七位;出入境游客量为8.44万人次,占全国市场份额1.73%,同比增长22.32%,增长率位于全国第四。2019年,大连港成功完成歌诗达邮轮公司“赛琳娜”号和“新浪漫”号两艘豪华邮轮始发。其中,5月14日首次来大连港始发的“赛琳娜”号总重达11.45万吨,搭载游客3700余名,这是大连港国际邮轮中心开港以来接待的吨位最大、单船载客人数最多的始发国际邮轮。2020年初以来,受新冠疫情影响,我国邮轮出境游基本停滞,传统邮轮模式需进行长时间调整恢复。2015年至2019年,大连共接待邮轮151艘次,接待游客32.97万虽然大连港接待邮轮艘次和游客数量不多,但大体呈上升趋势。由此看出,大连邮轮旅游市场占有率较低,还有待深入开发。

近年来,国家及市政府都高度重视大连邮轮旅游的发展。2017年6月,原国家旅游局批准大连等6个城市设立“中国邮轮旅游发展试验区”,为大连邮轮产业发展带来新机遇。2021年9月,由国家发展改革委发布的《辽宁沿海经济带高质量发展规划》,提出要积极发展大连国际邮轮旅游市场。2022年1

月,国务院印发《“十四五”旅游业发展规划》,在完善旅游产品供给体系中,两次提到大连:一是有序推进邮轮旅游基础设施建设,推进上海、天津、大连等地邮轮旅游发展;二是支持大连、青岛、威海等滨海城市创新游艇业发展,建设一批适合大众消费的游艇示范项目。在2022年的市政府报告中,明确提出要“加快大连邮轮旅游发展实验区建设”。这些规划及政策都为大连邮轮产业发展提供了良好的外部环境,有助于邮轮旅游市场健康、快速发展。

2 大连邮轮旅游市场开发中存在的问题

2.1 大连邮轮旅游航线单一,缺乏吸引力

目前,大连的邮轮产业还属于初级阶段,未形成特色多样、主题明显和长短结合的航线布局。2016年至今,大连邮轮出境的航线变化相差无几,目前大连母港的主要运营航线目的地是日本,且停靠港口较少,主要集中在佐世保与福冈。据2019年7月在大连港客运总公司数据显示,2019年大连港作为始发港运营的邮轮有27艘次,其中22艘邮轮的航线停靠港口为日本的佐世保和福冈,极个别分别停靠在北九州、门司、下关和长崎,且停靠港口最多为2个。相比于天津的“环中国海”航线,大连邮轮旅游航线设置比较单一,可供消费者选择的线路少,大大降低了对消费者的吸引力。

邮轮航线是构成邮轮旅游产品的重要组成部分。想要充分发挥邮轮产业对区域经济的带动作用,就需要以邮轮港口为中心,形成以航线布局为辐射,以岸上旅游为支撑的“点-线”一体化格局,而“点-线”融合的关键正是邮轮航线。随着邮轮旅游在中国的快速发展,国内邮轮旅游市场竞争激烈,其他港口航线设计越来越新颖。大连港若不对已有的航线进行创新,增加挂靠港,开辟新的航线,不仅会影响出游游客的满意度和重游率,还会使客源市场开发困难,导致大连邮轮旅游产业的发展停滞不前。

造成大连邮轮航线单一的原因有三个。第一是由于目前大连邮轮旅游发展处于初级阶段,对于长期的航程规划不具有消化能力,故航线只能选择短期的近海型邮轮航线。第二,邮

轮公司与旅行社往往会根据消费者需求特点,从供给侧推出旅游产品,而大部分游客会选择中短航线,与亲人、朋友进行低价位、往返式邮轮旅游。第三是受新冠疫情的限制。邮轮旅游本就是一种依托型产业,再加上当前大连邮轮旅游以出境邮轮为主,所以对环境依赖性极强。

2.2 大连邮轮旅游市场宣传推广力度不足

大连邮轮旅游目前市场占有率较低,对邮轮旅游足够的宣传和推广力度有待加强。大连邮轮旅游产品目前主要依靠旅行社进行代理销售,以各大OTA平台宣传推广为主,这种宣传方式只能使有兴趣的游客看到,并不能真正地将邮轮旅游推广到其他消费者的视线中。

大连邮轮旅游宣传力度不足,形式单一,使消费者对邮轮旅游认知不足,导致大多数消费者只是将邮轮看作是一种到达目的地的交通工具,而不是将其视为“邮轮旅游目的地”。部分群众对邮轮旅游的认识还停留在影视剧里奢华无比的印象中,认为邮轮旅游属于高规格、高档次的旅游产品,价格高于其他旅游产品。另外,甚至部分消费者认为邮轮旅游会耗费大量时间和精力,枯燥无味。这些存在偏差的认识,都让消费者望而却步,导致了大连邮轮市场发展停滞不前。

导致大连邮轮旅游市场宣传力度不足主要有两方面原因。一方面是大连邮轮旅游市场刚刚起步,市场推广和咨询服务网络相对不完善,行业组织还不太健全,尚未培养出专业的邮轮旅游营销队伍;另一方面则是邮轮公司和旅行社对目标市场定位不准确,不能结合当地特色进行广告宣传,不能有效激发消费者的消费欲望。

2.3 大连邮轮旅游缺少专业人才

随着大连邮轮产业规模逐渐发展,行业专业人才的匮乏问题也逐渐凸显。在大连,还没有本科院校专门开设邮轮旅游管理专业,缺少复合型、综合型人才。再加上邮轮专业人才的流动性比较大,显然以大连目前的人才培养方案,不能满足大连邮轮旅游市场对高素质人才的需求。

大连邮轮旅游起步较晚,相比于国内其他地区的邮轮服务人才培养机制还不成熟,缺乏系统的应用型、复合型的人才培养体系,既缺少邮轮旅游服务人才,又缺乏邮轮旅游管理和运营人才,人才培养普遍存在服务意识低和实践经验少等问题,不能满足游客的需求,极大地降低消费者的满意度,影响消费者的旅游体验和邮轮旅游的口碑,导致重游率低,严重制约了大连邮轮旅游产业的发展。

导致大连邮轮旅游缺乏专业人才的有三方面原因。首先是师资力量方面存在问题。由于大连邮轮旅游起步较晚,很多授课教师大多为非科班出生,缺乏对邮轮一线工作的实践认知和实践技能教学能力,使得培养出的专业人才与邮轮旅游市场实际所需人才存在一定偏差。其次是人才培养目标不清晰。由于高校的邮轮旅游教学内容还处于探索阶段,不明确市场所需的专业人才类型,缺少市场导向性,尚未形成系统的、规范的邮轮专业课程设计体系,所以人才培养存在与邮轮行业需求脱节的情况。最后是因为开设邮轮旅游专业的高校较少,招生也少,使高校专业人才培养数量规模小。

3 大连邮轮旅游市场开发对策及建议

3.1 丰富邮轮旅游航线

3.1.1 针对消费者需求,开发特色邮轮旅游航线

开发特色邮轮旅游路线,是推动大连邮轮旅游高质量重要的核心环节。路线的多样化和丰富程度会影响消费者对旅游的决策,所以为了更好地满足不同游客的需求,邮轮公司和旅行社要以消费者需求为导向去开发差异化邮轮旅游航线,甚至可以为游客提供私人定制线路。其次根据消费者需求调整大连邮轮旅游航线,增加现有的日本航线的挂靠港口,为消费者提供更多选择,提高重游率;最后可以参考五一、国庆等小长假和寒暑假时间,针对有中长航线需求的消费者,推出长线远洋邮轮旅游航程路线。

3.1.2 制定相关政策,支持邮轮旅游航线的开辟

大连地处辽东半岛,作为东北亚国际航运中心,应当制定一系列支持邮轮旅游航线开发的政策。首先,应该扶持邮轮公司的运营,加大对邮轮公司的扶持力度,对代理售票招徕游客的旅行社实行奖励政策,推动国内外邮轮公司入驻大连,并将大连作为始发港。其次,制定消费者出入境便利政策,为消费者出入境游提供便利。最后,政府相关部门应当大力支持以大连为邮轮母港开辟新航线的船队,对初创航线的国内外邮轮公司给予一定资助,积极推进邮轮旅游相关政策,为大连邮轮旅游的长期发展奠定坚实的基础。

3.2 加大对大连邮轮旅游宣传力度

3.2.1 普及邮轮旅游知识,转变消费者传统观念

目前大连邮轮旅游市场处于培育阶段,应不断提升让广大消费者对邮轮旅游的认知,提高大连邮轮旅游的市场认可度,使大连邮轮旅游可以持续健康地发展。首先,应该结合线上及线下宣传方式,提高邮轮旅游认知度,让邮轮旅游走入大众视线。其次,将出行前会预测天气和海洋状况及船上的安全设施等情况编写成邮轮旅游科普手册,在邮轮开放参观和旅行社介绍邮轮旅游时发放给消费者,消除消费者认为会晕船、不安全等问题的误解。最后,拍摄邮轮旅游宣传片,转换消费者认为邮轮只是交通工具而非一种休闲旅游方式的传统观念,向消费者普及邮轮旅游的优势,如旅游全程无需搬行李、在邮轮上即可享受各地美食和体验各种娱乐活动等。

3.2.2 创新邮轮旅游营销手段,拓展客源市场

大连邮轮旅游产品一般是由旅行社进行代理销售,想要提高销售额,刺激游客进行消费,拓展邮轮旅游客源市场,就应当创新邮轮旅游营销手段。首先,邮轮公司要开展公关活动,塑造良好的企业形象。如邮轮公司赞助失学儿童慈善机构,定期邀请残障儿童参加邮轮活动,展现出关心儿童成长、关注弱势群体的良好形象,从而扩大社会影响,提高社会美誉度。其次,以邮轮旅游工作人员的角度,借助抖音、小红书等新兴互联网平台进行宣传,员工的亲身体验经历对推广邮轮旅游有积极的作用。最后,邮轮公司和旅行社不能只拘泥于传统的宣传活动,也要与时代相结合,吸引到人们的眼光才会被关注,可以将邮轮旅游融入电影电视等影视作品中,借助其影响力塑造邮轮旅游公司IP形象,扩大客源市场。

3.3 培养邮轮旅游专业人才

为了大连邮轮旅游产业的长远发展,亟需高校及专业培训机构完善邮轮专业人才培养体系。首先,高校及培训机构应当根据市场需求,明确方向,分层次进行人才培养目标。其次,应当注重邮轮旅游实践教学,高校为学生提供良好的实训环境,将理论知识与实践结合。还应与邮轮企业加强合作,为邮轮教育提供更广阔的平台,减少出现培养的人才与市场所需人才不符等问题。高校还应当加强师资队伍建设,为教师提供外出交流学习的机会。最后,高校应当构建多模式的课程教学体系,包括基础教育课程、专业教育课程和创新创业教育课程,提高人才培养质量。

邮轮公司若想提升游客重游率和满意度,需要加强对从业人员专业服务技能的培训。首先,让从业人员到酒店与航空公司进行观摩学习,加强专业技能和水平。其次,邮轮公司选拔有能力的人才,为其提供资金支持到省外或国际邮轮旅游发展较快的城市进行深造,学习先进的邮轮旅游理论和实践知识,实行国际化人才培养战略。最后,充分利用国际邮轮交流会议及专业峰会等机会,招揽有能力、高素质的邮轮旅游人才。

参考文献:

[1] 刘卓鑫. 基于SWOT分析的海南邮轮旅游市场研究[J]. 中国水运, 2020(5): 18-20.

[2] 王宇凡. 基于SWOT分析的上海邮轮旅游市场研究[J]. 中国水运, 2020(12): 20-22.