

101-4-0217

出國報告(出國類別:其他)

出席「2011 亞洲郵輪研討會」 會議報告

服務機關:交通部運輸研究所

姓名職稱:胡智超副研究員

派赴國家:新加坡

出國期間:100 年 11 月 15 日至 11 月 18 日

報告日期:101 年 2 月 1 日

出席「2011 亞洲郵輪研討會」會議報告

著 者：胡智超

出版機關：交通部運輸研究所

地 址：10548 臺北市敦化北路 240 號

網 址：www.iot.gov.tw (中文版>圖書服務>本所出版品)

電 話：(02)23496821

出版年月：中華民國 101 年 2 月

印 刷 者：公司

版(刷)次冊數：初版一刷 20 冊

定 價：100 元

系統識別號：

行政院及所屬各機關出國報告提要

頁數：88 含附件： 無

報告名稱：出席「2011 亞洲郵輪研討會」會議報告

主辦機關：交通部運輸研究所

出國計畫主辦機關/聯絡人/電話：

交通部運輸研究所/孟慶玉/02-23496755

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話：

胡智超/交通部運輸研究所/運輸工程組/副研究員/02-23496821

出國類別：☐1.考察☐2.進修☐3.研究☐4.實習☒5.其他

出國期間：100 年 11 月 15 日至 11 月 18 日

出國地區：新加坡

報告日期：101 年 2 月 1 日

分類號/目：HO／綜合類（交通類） HO／綜合類（交通類）

關鍵詞：郵輪、母港、經濟效益。

內容摘要：

在全球化及知識經濟的高度影響下，觀光產業已成為本世紀最具社會經濟指標發展的無煙工業，在 2010 年時觀光產值已達世界 GDP 的 11.6%。為了因應時代的脈動，如何透過觀光產業的發展，帶動區域與地方經濟、提昇國人生活品質已是一個重要課題，而郵輪產業也將是觀光產業未來發展的重點之一。

本文電子檔已上傳至公務出國報告資訊網

目錄

第一章 前言	1
1.1 出國目的	1
1.2 行程紀要	2
第二章 研討會	4
2.1 世界郵輪市場發展概述	8
2.1.1 郵輪現況重點概述	8
2.1.2 郵輪產業對經濟影響概述	14
2.2 亞洲郵輪市場發展概述	20
2.2.1 亞洲郵輪現況概述	20
2.2.2 亞洲郵輪市場未來發展性	22
2.2.3 亞洲主要國家郵輪發展經驗概述	24
2.2.4 亞洲主要船舶管理公司與郵輪公司經營概述	45
2.3 郵輪產業對於經濟面影響分析概述	51
2.4 郵輪碼頭功能設計基本概念	57
第三章 亞洲郵輪產業展覽內容	63
第四章 交通建設及大眾運輸考察	72
4.1 新加坡簡介	72
4.2 新加坡大眾運輸系統	73
第五章 心得與建議	77
3.1 心得	77
3.2 建議	79

表目錄

表 1.1 出國行程紀要表.....	2
表 2.1 「2011 亞洲郵輪研討會」議程表.....	5
表 2.2 全球郵輪旅客年成長量.....	10
表 2.3 旅客搭乘郵輪天數比較（2010 年與 1990 年）.....	11
表 2.4 旅客搭乘郵輪天數統計.....	11
表 2.5 各區域郵輪旅客成長率.....	12
表 2.6 CLIA會員航線郵輪載客容量-2010 年.....	12
表 2.7 CLIA會員新增的船隊資料-2011 年.....	13
表 2.8 CLIA會員新增的船隊資料-2012 年.....	13
表 2.9 CLIA會員新增的船隊資料-2013~2015 年.....	14

圖目錄

圖 2.1 全球郵輪旅客成長趨勢圖.....	10
圖 2.2 北美郵輪產業 2007~2010 年全球統計資料.....	15
圖 2.3 北美郵輪產業 2007~2010 年營運資料.....	16
圖 2.4 北美郵輪產業 2007~2010 年經濟貢獻.....	18
圖 2.5 北美郵輪產業 2010 年直接經濟貢獻詳細項目.....	18
圖 2.6 北美郵輪產業 2010 年全部經濟貢獻（包含直接與間接項目）..	19
圖 2.7 全球 2011 年各區域郵輪旅客數預估量.....	20
圖 2.8 亞洲郵輪市場自 2005 年來 2 倍成長示意圖.....	20
圖 2.9 亞洲郵輪市場與其他地區相比（1990 年開始）.....	21
圖 2.10 全球各地區郵輪旅客旅次量.....	21
圖 2.11 全球各地區家庭資產（大於 100 萬美元）分佈圖.....	22
圖 2.12 未來的郵輪市場=中產階級的增長（2009~2030 年）.....	23
圖 2.13 預估 2030 年郵輪旅客量分佈圖.....	23
圖 2.14 亞洲主要新建與擴建的郵輪港.....	24
圖 2.15 全球各主要國家郵輪旅客概數.....	25
圖 2.16 日本 1990 年中後期旅遊方式.....	26
圖 2.17 日本 2000 年旅遊方式.....	26
圖 2.18 日本營運郵輪船舶相關資料.....	26
圖 2.19 日本營運郵輪（M/S Nippon Maru）停泊港口示意圖.....	27
圖 2.20 日本主要停泊港口示意圖.....	27
圖 2.21 郵輪船隊停靠澳洲港口的次數.....	28
圖 2.22 預期 2020 年旅遊人數將成長 40%.....	28
圖 2.23 澳洲 2011~2012 年預估新增的郵輪數及艙位.....	28
圖 2.24 澳洲 2012~2013 年預估新增的郵輪數及艙位.....	29
圖 2.25 郵輪旅客停留港口的天數統計.....	29
圖 2.26 郵輪產業指標趨勢圖.....	29
圖 2.27 經費支出分析方法架構圖.....	30
圖 2.28 旅客與船員支出費用趨勢圖.....	31
圖 2.29 郵輪產業對澳洲經濟影響現況.....	31
圖 2.30 澳洲 2011 年郵輪乘客預估搭乘率.....	31
圖 2.31 預估澳洲郵輪產業經濟未來產值.....	32
圖 2.32 中國郵輪港口示意圖.....	32
圖 2.33 中國大陸 2010 年正在營運郵輪航線的公司品牌.....	33
圖 2.34 預估 2012 年郵輪旅客成長率.....	36
圖 2.35 印尼歷年郵輪旅客數量.....	36
圖 2.36 印尼貝諾瓦港（Benoa）11 條航線營運公司.....	37
圖 2.37 印尼新的航線-貝諾瓦港（Benoa）.....	37

圖 2.38 印尼 2012 年旅客量分佈圖.....	38
圖 2.39 Solstice 等級的船型.....	38
圖 2.40 新加坡國際線旅客碼頭 (1)	39
圖 2.41 新加坡國際線旅客碼頭 (2)	40
圖 2.42 新加坡區域渡輪碼頭 (RFT)	40
圖 2.43 新加坡丹那美拉渡輪碼頭(TMFT).....	41
圖 2.44 新加坡巴西班讓渡輪碼頭(PPFT).....	41
圖 2.45 新加坡興建中的全新國際郵輪碼頭 (ICT) 示意圖.....	43
圖 2.46 新加坡郵輪中心得過的獎項.....	43
圖 2.47 新加坡乘船管理系統(RFID).....	45
圖 2.48 V. Ships & V. Ships Leisure 簡介.....	46
圖 2.49 V. Ships Leisure 亞洲服務概況.....	47
圖 2.50 亞洲太平洋地區郵輪公司郵輪營運數量.....	47
圖 2.51 嘉年華郵輪集團 (Carnival corporation & plc) 成員.....	49
圖 2.52 Holland America Line 營運的郵輪.....	49
圖 2.53 Seabourn 豪華郵輪艦隊.....	50
圖 2.54 直接與間接的經濟影響案例說明.....	52
圖 2.55 郵輪產業直接經濟影響概念圖.....	52
圖 2.56 郵輪公司成立產生的經濟效益流程圖.....	52
圖 2.57 郵輪公司預備營運產生的經濟效益流程圖.....	53
圖 2.58 郵輪公司營運產生的經濟效益流程圖.....	53
圖 2.59 乘客與船員產生的經濟效益流程圖.....	53
圖 2.60 郵輪產業分析方法概念圖.....	54
圖 2.61 澳洲郵輪產業效益分析結果.....	54
圖 2.62 英國與歐洲郵輪產業效益分析結果.....	55
圖 2.63 歐洲郵輪產業近 5 年經濟效益分析結果.....	55
圖 2.64 報到處及轉乘區設計案例.....	57
圖 2.65 行李區域及交通接駁設計案例.....	58
圖 2.66 標誌招牌設計案例.....	58
圖 2.67 人員相關設計案例.....	59
圖 2.68 郵輪碼頭設計流程圖.....	60
圖 2.69 臨時停靠碼頭航站的需求.....	61
圖 2.70 母港航站的需求.....	61
圖 2.71 讓碼頭航站更具有營運效率.....	61
圖 2.72 成為目的地的碼頭航站.....	62
圖 3.1 金沙會議展覽中心.....	64
圖 3.2 亞洲郵輪大會報到處.....	64
圖 3.3 亞洲郵輪大會開幕儀式.....	65

圖 3.4 亞洲郵輪展覽會場.....	65
圖 3.5 新加坡郵輪相關資訊展覽 (1)	66
圖 3.6 新加坡郵輪相關資訊展覽 (2)	66
圖 3.7 新加坡郵輪相關資訊展覽 (3)	67
圖 3.8 菲律賓郵輪資訊展覽.....	67
圖 3.9 日本郵輪相關資訊展覽.....	68
圖 3.10 韓國郵輪相關資訊展覽 (1)	68
圖 3.11 韓國郵輪相關資訊展覽 (2)	69
圖 3.12 國際郵輪船廠 (Sembawang) 資訊展覽.....	69
圖 3.13 臺北市政府觀光傳播局參展資訊.....	71
圖 3.14 臺北市政府展覽活動時間表.....	71
圖 4.1 新加坡地鐵路線圖.....	74
圖 4.2 新加坡地鐵費率表.....	75
圖 4.3 新加坡地鐵自動售票機.....	75
圖 4.4 新加坡地鐵售票機操作畫面.....	76

第一章 前言

1.1 出國目的

在全球化及知識經濟的高度影響下，觀光產業已成為本世紀最具社會經濟指標發展的無煙工業，在 2010 年時觀光產值已達世界 GDP 的 11.6%。為了因應時代的脈動，如何透過觀光產業的發展，帶動區域與地方經濟、提昇國人生活品質已是一個重要課題，而郵輪產業也將是觀光產業未來發展的重點之一。

郵輪觀光在過去全世界觀光市場中係屬金字塔頂端之觀光旅遊消費市場，郵輪市場也是少數歷經全球金融風暴衝擊，卻仍能持續正成長之市場，無論是規模、人數及消費能力，均屬觀光業之重點項目，各國莫不積極爭取此一金字塔尖端之觀光市場。根據國際郵輪組織統計資料顯示，郵輪產業往往伴隨帶動週邊極大的經濟效益，並預估 2011 年全球郵輪市場經濟效益超過 500 億美元，接待 1 名郵輪旅客平均可獲利 1,341 美元，較一般觀光客平均 740 美元，高出近 1 倍。自 1990 年以來，各國郵輪船隊快速擴張市場規模，各郵輪船隊幾乎以每月 1 艘新船下水的速度；根據國際郵輪協會 CLIA(Cruise Lines International Association)統計，1990-2010 年全球郵輪旅客人數之年平均成長率達到 7.6%，其中 2009 年全球郵輪旅客 1,344 萬人，2010 年全球郵輪旅客達到 1,481 萬人，較 2009 年成長 10.2%，其中 1,078 萬(73%)旅客來自北美；而過去被認為高價位的郵輪產品，近年來有朝向經營巨型郵輪平價化及小型奢華等趨勢，且旅客組群有年輕化及家庭化的趨勢發展。

在亞洲部份，由於亞洲經濟發展快速，人民所得增加，郵輪旅客數持續成長，因此全球主要郵輪公司已將發展重心逐步轉移至亞洲，積極開發亞洲郵輪市場。雖然目前亞太地區為新興郵輪市場發展階段，主力市場只有創立於馬來半島的麗星郵輪，以東亞短程航線為主，其他在亞太地區長程航行郵輪則多屬歐美郵輪全球航線之一段，但由於日本、韓國、香港、

泰國、新加坡、馬來西亞、印尼，以及中國大陸之上海、天津、三亞及廈門等港，亦著眼於郵輪產業之可觀經濟效益、城市形象行銷之無形價值，莫不競相投入發展郵輪母港，均傾全力打造適宜郵輪產業之旅遊環境，以創造龐大的經濟利益與市民就業機會，讓亞洲各港也可以成為歐美郵輪市場中全球旅程重要之轉運點。

臺灣屬於海島型國家，擁有特殊地理景觀、豐富人文資源及民俗文化、氣候宜人、港口條件佳、為優良深水港等特質，並被 2011 年國際旅遊雜誌寂寞星球（Lonely Planet）選為 2012 年最佳旅遊國家之一，而美國媒體也曾報導介紹過臺灣的景觀及人文資源文化，因此臺灣港口是深具發展郵輪觀光的潛力。目前我國僅有船務總代理之輪船公司或屬郵輪產品銷售代理旅行社在銷售郵輪行程相關商品，國際郵輪航線行程多為不定期航次，且多屬於區域型態之航線（例如：皇家加勒比-海洋神話、海洋迎風；麗星郵輪-寶瓶星、處女星等），對於推動郵輪旅遊觀光發展，建設臺灣成為國際化之郵輪停泊港及吸引國際觀光客之效益並不顯著。因此，在亞洲地區發展郵輪市場之際，若不積極檢視現有制度及環境，吸引世界大型郵輪公司將臺灣納入其營運航線定期航點之一，未來將有可能無法在亞洲郵輪市場佔有一席之地。為瞭解全球郵輪發展現況及郵輪市場發展之定位、郵輪市場需求及未來發展趨勢，希望藉由本次的研討會擷取國外郵輪發展經驗，進一步了解臺灣郵輪未來發展方向，讓郵輪產業為臺灣帶動周邊極大的經濟效益。

1.2 行程紀要

本次出國行程自民國 100 年 11 月 15 日至 11 月 18 日，為期 4 天，主要行程為參加「2011 亞洲郵輪研討會」，並藉由空檔同時參觀當地地區之大眾運輸系統，詳細行程內容如表 1.1 所示。

表 1.1 出國行程紀要表

日期	地點	行程內容
----	----	------

11/15 (星期二)	臺北－新加坡	啟程
11/16 (星期三)	新加坡	參加研討會
11/17 (星期四)	新加坡	參加研討會
11/18 (星期五)	新加坡－臺北	返程

第二章 研討會

此次行程主要為參加「2011 亞洲郵輪研討會與展覽」，同時藉著空檔參觀當地地區之大眾運輸系統。

2011 亞洲郵輪研討會與展覽 (Cruise Shipping Asia 2011) 11 月 16 日至 18 日一連 3 天在新加坡展開，研討會與展覽場位於金沙會議展覽中心(Sands Expo and Convention Center, Singapore)，展覽主題為「通向明天的市場」，除了郵輪產業頂尖的展覽外，還舉辦一系列內容豐富的研討會，充分展現亞洲在發展郵輪業市場方面的巨大潛力。此次參與單位除了亞洲郵輪協會、新加坡旅遊局、國際郵輪航線協會及佛羅裏達暨加勒比海郵輪協會等多個組織的支援，其中參展的旅遊組織，包含日本國家旅遊局，韓國旅遊組織，馬來西亞旅遊局，菲律賓旅遊局，以及印度尼西亞文化旅遊部等等。同時也吸引了亞洲各國城市觀光、旅遊行銷單位、郵輪公司、旅行業者、港口及港口服務單位、郵輪建造設計管理維護、飯店管理服務、郵輪客服等業者共同參與，為亞洲新興起之郵輪旅遊市場帶來前所未有的交流平臺，提供學習並創造商機。

亞洲 UBM 執行副總裁 Michael Kazakoff 表示本次研討會與展覽成效是樂觀的，在主題為「通向明天的市場」會議集中，討論泛亞洲地區的增長潛力和如何適應市場的快速擴張，其中亞洲郵輪業務並預測亞太地區的郵輪業是一個正在覺醒的巨人，它需要時間和投資規劃，從港口基礎設施的發展，吸引了來自世界各地的遊客，讓郵輪行業可以在亞洲未來的增長。

本次研討會分為 9 個議題，議題概述及演講者背景資料如下表 2.1 所示：

1. 亞洲郵輪產業的狀況 (State of the Asian Cruise Industry)。
2. 目的地：郵輪產業發展的挑戰與機會 (Destinations: Challenges and Opportunities in the Development of the Cruise Industry)。
3. 亞洲郵輪市場成功規劃的經驗 (Successfully Designing the Cruise Experience for the Asian market)。
4. 碼頭設計與操作 (Terminal Design & Operations)。

5. 船舶建造、維修與翻修-亞洲的遠景 (Ship Building, Repair, and Refurbishment-the Asian Perspective) 。
6. 船員的挑戰 (Crewing challenges) 。
7. 新時代的行銷 (Marketing in the New Age) 。
8. 岸上遊覽與港口服務 (Shore Excursions & Port Services) 。
9. 確定客源市場 (Identifying Source Markets) 。

表 2.1 「2011 亞洲郵輪研討會」議程表

Day 1:	November 16, 2011
09:00 - 11:45	Session 1A: 亞洲郵輪產業的狀況 (State of the Asian Cruise Industry) The top industry leaders from across the globe will come together to provide an insight into the Asian cruise shipping industry, the operations that they currently have in the region and their experience of working in this rapidly expanding area. Moderated by the session chairman, these key luminaries will discuss their challenges and success stories as well as answer questions from the audience. Moderator: Michael Kazakoff, Vice President, UBM Live- Cruise Shipping Miami Speakers: Rick Meadows, Executive Vice President of Marketing, Sales and Guest Programs, Holland America Line & President, Seabourn Michael Bayley, EVP International, Royal Caribbean Cruises Ltd. Roberto Giorgi, President, V.ShipsHelen Huang, Managing Director, MSC Cruises China Gianni Onorato, President, Costa CrociereSarina Bratton, Founder & Managing Director, Orion Expeditions
14:00 - 16:00	Session 2A: 目的地：郵輪產業發展的挑戰與機會 (Destinations: Challenges and Opportunities in the Development of the Cruise Industry) International experts will set the scene for this session by highlighting the value that cruise shipping can bring to individual countries across the region and the need to know information to ensure that you can deliver a secure return on cruise ships visiting. Delegates will be able to hear a series of interviews from tourism experts across the region who will highlight their achievements as well as the challenges that they have had to overcome. Moderator: Yeoh Siew Hoon, Producer, Webin Travel Speakers: Ted Blamey, Prinicpal Consultant, Chart Management Consultants Pty Ltd.Made

	Mangku Pastika, Governor of Bali, Government of Bali, Indonesia Dr Sapta Nirwandar, Director General, Ministry of Culture and Tourism, Republic of Indonesia Richard Doyle, Managing Director, Doyle Tourism Services Dr.Gary Cheng, Associate Professor, School of Economics and Management, Shanghai Maritime University & Deputy Director, Shanghai International Shipping Institute Cruise Economic Research Centre & Deputy General Secretary, China Cruise and Yacht Industry Association
--	---

Day 2:	November 17, 2011	
10:30-12:30 (concurrent)	Session 3A: 亞洲郵輪市場成功規劃的經驗 (Successfully Designing the Cruise Experience for the Asian market) Experts from across the globe will discuss the essential components of a successful cruise experience for the Asian market including appealing on board and on shore activities and the development and marketing. Moderator: Yeoh Siew Hoon, Producer, WebinTravel Speakers: Dr. Zinan Liu, Managing Director - China & Asia Pacific, Royal Caribbean Cruises Dario Rustico, Costa Crociera Spa Naohiko Yamaguchi, Director, Group Leader Onboard Service, Management Group, Mitsui OSK Passenger Line	Session 3B: 碼頭設計與操作 (Terminal Design & Operations) A selection of speakers from terminals, architecture firms and cruise lines will discuss the state of the art in terminal design and service delivery whilst discussing the costs and benefits of different projects that they have undertaken. Moderator: Bob Guy, Managing Director, Singapore & Malaysia, Destination Asia Speakers: Jordi Floreta, VP & Managing Director, TEAM Ports & Maritime S.L. Christina Siaw, CEO, Singapore Cruise Center Mark Robinson, MD, Intercruises Mark Ittel, Vice President, Ports & Maritime, Bermello, Ajamil & Partners
14:00-16:00 (concurrent)	Session 4A: 船舶建造、維修與翻修-亞洲的遠景 (Ship Building, Repair, and Refurbishment-the Asian Perspective) A selection of international experts will discuss the opportunities and challenges of ship building in Asia. They will take an in-depth look at the costs involved and the materials used and compare and contrast the methods used in Asia to	Session 4B: 船員的挑戰 (Crewing challenges) Learn how to overcome crewing challenges from three leading experts in the region who will discuss the challenges of rising competition for skilled workers as well as different training programmes availables.

	those in other regions of the world. Moderator: Michael Kazakoff, Vice President, UBM Live-Cruise Shipping Miami Speakers: Eero Makinen, SVP Marketing, STX Finland Per Bjornsen, Business Development Director, V. Ships Leisure	Moderator: Bob Guy, Managing Director, Singapore & Malaysia, Destination Asia Speakers: Raphael Sauleau, Resource Director, V. Ships Leisure Martin O'Dee, CEO, Crew Skills Asia Pte Ltd. Jerry Pinder, Owner Zest Recruitment
--	--	--

Day 3:	November 18, 2011	
09:00 - 11: 00 (concurrent)	Session 5A:新時代的行銷(Marketing in the New Age) Hear seven experts drawn from across the region discuss varying marketing strategies. These experts will focus on online marketing in particular and through case studies, as well as debates, they will provide you with the know how to leverage social media and other online tools to ensure premium success. Moderator: Yeoh Siew Hoon, Producer, WebinTravel Speakers: Christina Siaw, CEO, Singapore Cruise Centre Michael Goh, SVP Sales, Star Cruises Margery Lynn, Social Business Consultant, Dachis Group Yilmaz, Head of Travel, Google Southeast Asia Amit Saberwal, Senior Vice President, Hotels and International Markets, MakeMyTrips.com Brett Dudley, Founder and Chairman, ecruising.travel Scott Blume, Senior Associate, Philips Jacobs and Associates	Session 5B:岸上遊覽與港口服務 (Shore Excursions & Port Services) A selection of experts will provide an insight into what is needed to ensure a successful shore excursion and an optimal port experience. Moderator: Ted Blamey, Principal Chart Management Speakers: Laura Vlad, Regional Director Asia, Intercruises Gerry Perez, Adjunct Professor International Marketing, University of Guam & Managing Director, Leading Edge, Destination Development and Marketing Lingjin Kong, Vice President, Beijing BizTravel Hugues Lamy, Director, Cruise Management Consulting Eduardo Gonzalez Cid, National Advisor to the Secretary of Tourism for the Cruise Industry, SECTUR (Federal Ministry of Tourism Mexico)

11:20-13:00	Session 6: 確定客源市場 (Identifying Source Markets) Pinpoint your potential source markets and gain need to know information to ensure you target them successfully. Moderator: Bob Guy, Managing Director, Singapore & Malaysia, Destination Asia Speakers: Jenny Lourey, SVP, Carnival Australia Kelvin Tan, Regional Director Asia, Royal Caribbean Cruises Ltd. Michael Goh, SVP, Sales, Star Cruises Richard Doyle, Managing Director, Doyle Tourism Services Stephen Van Wormer, Managing Director, MSC Cruises Hong Kong Dario Rustico, VP Sales & Marketing, Costa Crociere
-------------	--

以下茲摘述並彙整本研討會之部分議題內容及蒐集相關資料。

2.1 世界郵輪市場發展概述

2.1.1 郵輪現況重點概述

根據國際郵輪協會 CLIA(Cruise Lines International Association)2011 年郵輪市場概述報告(2011 CLIA Cruise Market Overview, 資料分析源至 2010 年)內容摘述如下：

1. 郵輪產業在整個旅遊市場是最令人驚嘆的成長產業。自 1980 年以來，該產業客運人數以每年平均 7.6%的年均率持續成長。
2. 郵輪產業是年輕的。自從 1980 年~2010 年，全球已有超過 1 億 9 千 1 百萬人次參加過郵輪旅程（為 2 天以上之行程）。其中旅客總數 67%（12,800 萬人次）的數量是在過去 10 年所產生；但僅在過去 5 年中就已產生了旅客總數的 39%（7,400 萬人次），所以旅客數成長是越來越快速的。
3. 郵輪市場的潛力是很強大的。在未來的三年中，預估將超過 5,000 萬的北美民眾表明對郵輪的興趣。迄今為止，大約有 24%的美國人口不斷的搭乘郵輪。依據歷史的調查的水準，在 2011 年郵輪業預估美國將有 1,600 萬人數搭程。

4. 郵輪業的產品提供了客戶無與倫比的滿意度。無論是定期航線或首次航線，郵輪的經驗是在一個廣泛重要的度假屬性上持續地超過遊客預期。在同一個的基礎上與其他度假類別相比，郵輪是持續評比最高分的。因此郵輪產業持續面臨的挑戰是須持續轉換成新的郵輪旅程前景。
5. 郵輪對於旅客想要往返目的區域是一個重要的交通工具。82%的郵輪旅客認同郵輪度假是一個好的方法到達目的地，而且他們可能希望再次訪問陸上與度假。將近 40%的郵輪度假者，他們利用假期搭乘郵輪參觀第一次造訪的目的地；因此郵輪以不再只是單純的郵輪，已經變成郵輪度假者選擇度假方式組合的一部份。
6. 北美郵輪市場是在全世界 50 個國家和加拿大中最蓬勃發展的。因為今日空運海運的選擇利用和港口效率化的處理，開啟了越來越多的個人休假以郵輪方式來替代；也因此新的北美郵輪登船港口提供郵輪度假者更多的選擇和機會。
7. 國際郵輪協會（CLIA）成員航線的容量利用率及調度。從容量的角度來看，利用率持續超過 100%。在 2010 年 CLIA 郵輪產業的入住率為 103.2%。對於 2011 年，皇家加勒比海（Caribbean）和巴哈馬（Bahamas）兩家郵輪公司表示在第 1 名目的地調度能力可達到 41.3%。另地中海、歐洲、阿拉斯加及墨西哥等區域也跟隨加勒比海郵輪公司調度之下普遍成為大眾化之地點。
8. 國際郵輪協會（CLIA）已成為最大和最有影響力的旅遊產業協會。今日整個北美，擁有 25 個會員航線和數千個旅行社與個人代理成員，因此目前它在北美旅遊機構中是最大的協會。

郵輪產業在美國和加拿大是最令人興奮的假期種類。它的年平均增長率遠遠超過其他任何旅遊種類，1990~2010 年全世界郵輪產業年成長率平均可達 7.6%，如圖 2.1 及表 2.2 所示。在旅客搭乘郵輪天數比較上，由表 2.3 可知，2010 年與 1990 年旅客搭乘郵輪停留天數相比，成長率達到 292.7%，其中停留 18 天以上者，更高達 1343.8%，其餘停留 2~5 天成長率

也達 181%，另由表 2.4 可知，在 2010 年郵輪度假者平均搭乘天數為 7.3 天。

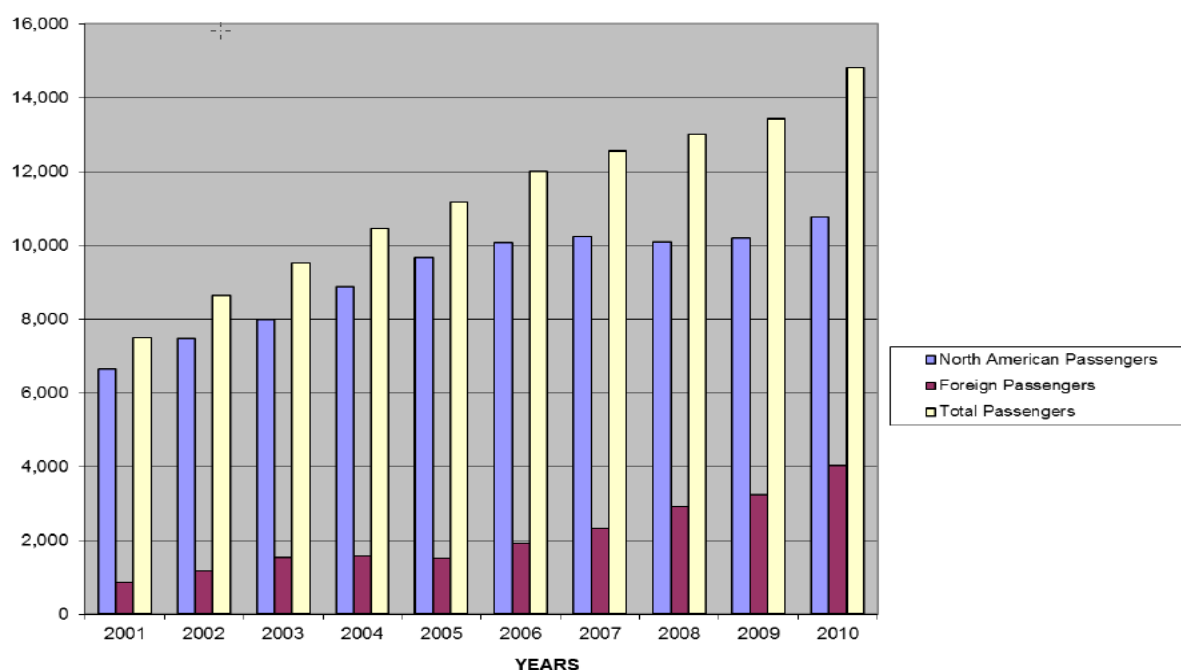


圖 2.1 全球郵輪旅客成長趨勢圖

表 2.2 全球郵輪旅客年成長量

Annual Passenger Growth			
Actual (000's)			
	North America	Foreign	Worldwide
1990	3,496	278	3,774
1991	3,834	334	4,168
1992	4,023	362	4,385
1993	4,318	410	4,728
1994	4,314	486	4,800
1995	4,223	498	4,721
1996	4,477	493	4,970
1997	4,864	516	5,380
1998	5,243	625	5,868
1999	5,690	647	6,337
2000	6,546	668	7,214
2001	6,637	862	7,499
2002	7,472	1,176	8,648
2003	7,990	1,536	9,526
2004	8,870	1,590	10,460
2005	9,671	1,509	11,180
2006	10,078	1,928	12,006
2007	10,247	2,316	12,563
2008	10,093	2,912	13,005
2009	10,198	3,244	13,442
2010	10,781	4,038	14,819
Average Growth Rate 1990-2010			7.6%

表 2.3 旅客搭乘郵輪天數比較（2010 年與 1990 年）

	Passengers (000's)		% Growth
	1990	2010	
2-5 Days	1,434	4,030	181.0
6-8 Days	1,966	7,895	301.6
9-17 Days	358	2,662	643.6
18+ Days	16	231	1343.8
TOTAL	3,774	14,819	292.7

表 2.4 旅客搭乘郵輪天數統計

	Average Length of Cruise (Days)	% of Total North American Passengers in 2-5 Day Category
1981	6.7	29.6%
1982	6.9	25.3
1983	6.9	21.6
1984	6.9	22.3
1985	6.8	26.3
1986	6.4	35.1
1987	6.4	32.8
1988	6.4	32.9
1989	6.4	33.8
1990	6.2	38.3
1991	6.1	37.4
1992	6.2	35.2
1993	6.4	36.7
1994	6.3	38.0
1995	6.5	33.7
1996	6.4	35.9
1997	6.5	33.6
1998	6.7	34.7
1999	6.6	35.8
2000	6.5	36.9
2001	6.4	37.2
2002	6.9	35.5
2003	6.9	32.9
2004	6.9	31.4
2005	6.9	34.0
2006	6.9	32.9
2007	7.1	34.6
2008	7.2	35.6
2009	7.2	36.0
2010	7.3	33.1

在全球各地區域郵輪旅遊人數統計資料中，如表 2.5 中所示，南大西洋與太平洋地區還是最主要郵輪遊客的來源地，分別佔有率為 36.88%與

13.31%。由表 2.6 可知 2010 年 CLIA 會員北美航線郵輪載客容量，目前共有 205 艘船正在營運，並提供 311,911 個艙位，另根據表 2.7~表 2.9 公開資料中，從 2011 年到 2015 年將有共計 26 艘新船計劃增加到北美船隊中。

表 2.5 各區域郵輪旅客成長率

	Regional Shares – 1990 vs. 2010		
	1990	2010	Point change
New England (CT, ME, MA, NH, VT, RI)	5.78%	7.94%	2.16
Mid-Atlantic (NJ, NY, PA)	16.21%	8.48%	-7.73
East North Central (IL, IN, MI, OH, WI)	14.03%	6.08%	-7.95
West North Central (IA, KS, MN, MO, NE, SD)	4.50%	2.60%	-1.90
South Atlantic (DE, DC, FL, GA, MD, NC, SC, VA, WV)	24.16%	36.88%	12.72
East South Central (AL, KY, MS, TN)	2.86%	2.62%	-0.24
West South Central (AR, LA, OK, TX)	5.42%	13.06%	7.64
Mountain (AZ, CO, ID, MT, NV, NM, UT, WY)	3.86%	9.03%	5.17
Pacific (AK, CA, HI, OR, WA)	23.18%	13.31%	-9.87
TOTAL	100.0%	100.0%	0.00

表 2.6 CLIA 會員航線郵輪載客容量-2010 年

<u>CRUISE MEMBER LINES</u>	<u>NO. OF LOWERS</u>	<u>NO. OF SHIPS</u>
AMA WATERWAYS	1,236	9
AMERICAN CRUISE LINE	526	6
AVALON WATERWAYS	1,546	10
AZAMARA	1,420	2
CARNIVAL CRUISE LINES	54,602	22
CELEBRITY CRUISES	20,068	10
COSTA CRUISE LINES	30,785	15
CRYSTAL CRUISES	1,992	2
CUNARD LINE, LTD.	6,712	3
DISNEY CRUISE LINE	3,508	2
HOLLAND AMERICA LINE	23,493	15
HURTIGRUTEN	5,923	13
MSC CRUISES USA	24,358	11
NORWEGIAN CRUISE LINE	26,346	11
OCEANIA CRUISES, INC.	2,052	3
PAUL GAUGUIN CRUISES	332	1
PEARL SEAS CRUISES	210	1
PRINCESS CRUISES	37,220	17
REGENT SEVEN SEAS CRUISES	1,892	3
ROYAL CARIBBEAN INTERNATIONAL	61,888	22
SEABOURN CRUISE LINE	1,524	5
SEADREAM YACHT CLUB	220	2
SILVERSEA CRUISES	2,028	6
UNIWORLD	1,422	11
WINDSTAR CRUISES	608	3
TOTAL	311,911	205

表 2.7 CLIA 會員新增的船隊資料-2011 年

	<u>2011</u>		SHIP NAME	LOWERS	CONTRACT / PLANNED	NEW / USED
	ADD / DEL / ADJUST	DELIVERY DATE				
AMA WATERWAYS	ADD	MAY	AMAKATARINA	212	C	U
AMA WATERWAYS	ADD	SEP	AMALOTUS	124	C	N
AVALON	ADD	MAY	PANORAMA	162	C	N
CARNIVAL CRUISE LINES	ADD	2011	CARNIVAL MAGIC	3,690	C	N
CELEBRITY CRUISES	ADD	Q4	SILHOUETTE	2,850	C	N
CELEBRITY CRUISES	DEL	Q1	MERCURY	-1,870	C	U
COSTA CRUISES	ADD	JUNE	COSTA FAVOLOSA	3,012	C	N
DISNEY CRUISE LINE	ADD	Q1	DISNEY DREAM	2,500	C	N
LOUIS CRUISES	ADD	Q1	FLEET	2,422	C	U
MSC CRUISES	ADD	Q1	MSC MERAVIGLIA	2,550	C	N
OCEANIA	ADD	Q1	MARINA	1,250	C	N
PRINCESS SEABOURN CRUISE LINE	DEL	MAR	ROYAL PRINCESS	-710	C	U
	ADD	2011	QUEST	450	C	N
UNI WORLD	ADJUST	JAN	RIVER TOSCA	-2	C	U
UNI WORLD	ADD	Q1	RIVER ANTOINETTE	160	C	N
UNI WORLD	DEL	Q1	DOURO QUEEN	-126	C	U
UNI WORLD	ADD	Q1	DOURO SPIRIT	128	C	N
UNI WORLD	ADD	Q1	RIVER VICTORIA	206	C	N
UNI WORLD	ADJUST	Q1	RIVER BEATRICE	2	C	U
UNI WORLD	ADJUST	Q1	RIVER EMPRESS	-2	C	U
UNI WORLD	ADJUST	Q1	RIVER DUCHESS	-2	C	U
UNI WORLD	ADJUST	Q1	RIVER BARONESS	-10	C	U
UNI WORLD	ADJUST	Q1	RIVER AMBASSADOR	-10	C	U
CLIA TOTAL				16,986		

表 2.8 CLIA 會員新增的船隊資料-2012 年

	<u>2012</u>		SHIP NAME	LOWERS	CONTRACT / PLANNED	NEW / USED
	ADD / DEL / ADJUST	DELIVERY DATE				
AMA WATERWAYS	ADD	APR	AMACERTO	164	C	N
AMERICAN CRUISE LINES	ADD	AUG	QUEEN OF MISSISSIPPI	140	C	N
CARNIVAL CRUISE LINES	ADD	Q1	CARNIVAL BREEZE	3,690	C	N
CELEBRITY CRUISES	ADD	Q4	REFLECTION	2,850	C	N
COSTA CRUISES	ADD	MAR	COSTA FASCINOSA	3,012	C	N
DISNEY CRUISE LINE	ADD	Q3	DISNEY FANTASY	2,500	C	N
MSC CRUISES	ADD	Q1	MSC DIVINA	2,550	C	N
OCEANIA	ADD	Q2	RIVIERA	1,250	C	N
OCEANIA	DEL	Q2	INSIGNIA	-684	C	U
CLIA TOTAL				15,472		

表 2.9 CLIA 會員新增的船隊資料-2013~2015 年

2013						
	ADD / DEL /	DELIVERY	SHIP NAME	LOWER S	CONTRACT /	NEW /
	ADJUST	DATE			PLANNED	USED
AMERICAN CRUISE LINES	A	TBD	TBD	140	P	N
NCL	A	Q1	TBD	4,000	C	N
PRINCESS	ADD	SPRING	TBA	3,600	C	N
CLIA TOTAL				7,740		.

2014						
	ADD / DEL /	DELIVERY	SHIP NAME	LOWER S	CONTRACT /	NEW /
	ADJUST	DATE			PLANNED	USED
NCL	A	Q1	TBD	4,000	C	N
OCEANIA	A	Q2	INSIGNIA	684	C	U
PRINCESS	ADD	SPRING	TBA	3,600	C	N
CLIA TOTAL				8,284		.

2015						
	ADD / DEL /	DELIVERY	SHIP NAME	LOWER S	CONTRACT /	NEW /
	ADJUST	DATE			PLANNED	USED
AMERICAN CRUISE LINES	A	TBD	TBD	140	P	N
CLIA TOTAL				140		.

2.1.2 郵輪產業對經濟影響概述

郵輪產業對經濟的影響層面，可由 2011 年國際郵輪協會 CLIA(Cruise Lines International Association)公佈北美郵輪產業對美國 2010 年經濟貢獻報告中得知，2010 年在船舶和下鋪床位的增加下，導致可用床日數增長 11.7%。即使在消費開支和消費能力增長緩慢，但郵輪旅客成長數仍增加 10.3%達到 1,482 萬旅客。在 2010 年郵輪搭乘平均天數仍然大致不變維持 7.26 天，但是容量利用率卻是有些微下降，從 2009 年的 104.6%降至至 2010 年的 103.1%；另全球購買客運床日數增長率與旅客成長率相近，分別為 10.2%和 10.3%。在經濟方面，由於強勁增長的需求和提高郵輪產業能量下，2010 年總收入增加 8.9%達到 240 億美元，但每名旅客的收入下降了 1.3%

至 1,620 美元，而每名乘客平均每天的收入下降 1.2% 至 223 美元。但下降率遠低於 2009 年的雙位數字的跌幅，下降的結果主要因為每位旅客基礎的郵輪票價和船上收入略有降低的因素（如圖 2.2 所示）。

	2007	2008	2009	2010	Average Annual Growth			
					2007	2008	2009	2010
Capacity Measures								
Number of Ships ^①	159	161	167	176	5.3%	1.3%	3.7%	5.4%
Lower Berths ^②	259,973	270,664	284,754	307,707	6.4%	4.1%	5.2%	8.1%
Available Bed Days (Millions) ^③	84.80	89.96	93.41	104.36	6.1%	6.1%	3.8%	11.7%
Global Passengers								
Global Passengers (Millions)	12.56	13.05	13.44	14.82	4.7%	3.9%	3.0%	10.3%
Global Passenger Bed Days (Millions) ^④	89.45	93.75	97.67	107.64	7.7%	4.8%	4.2%	10.2%
Capacity Utilization (Bed Days)	105.5%	104.2%	104.6%	103.1%				
Gross Revenues (\$ Billions)	\$ 22.82	\$ 24.88	\$ 22.06	\$ 24.01	10.6%	9.0%	-11.3%	8.9%
Gross Revenues per Passenger	\$ 1,817	\$ 1,907	\$ 1,641	\$ 1,620	5.7%	5.0%	-13.9%	-1.3%
Gross Revenues per Passenger Cruise Day	\$ 255	\$ 265	\$ 226	\$ 223	2.7%	4.0%	-14.9%	-1.2%

圖 2.2 北美郵輪產業 2007~2010 年全球統計資料

美國港口上船的郵輪乘客持續擴大中（如圖 2.3 所示），2010 年在美國港口登船的郵輪遊客數達到新高，增加了 8.9% 達到 970 萬次。但在美國港口登船的增長率卻落後於全球客運增長率，主要有兩個原因：首先，郵輪業者繼續在歐洲的擴張並部署在地中海區域載客的能力增加了 5.7%，另在歐洲其他國家部份則是增長 3.3%；第二，調度能力在阿拉斯加、夏威夷和墨西哥西部分別降低了 -13.2%、-4.8%、-10.5%，因此對加州港口也有顯著影響，所以美國在 2010 年全球郵輪活動的份額也從 2009 年的 66% 下降至 65%。

在 2010 年美國居民的郵輪旅客數上升了 6.3%，並首次達到了 1,000 萬大關。但在過去 5 年間，居住在美國的郵輪旅客搭乘成長率一直微幅的下降，直至 2008 年終於轉成負的（-1.7%），這種增長的趨緩是從 2004 年的 13.9% 到 2008 年的 -1.7%；另外在 2009 年美國居民的郵輪旅客人數增加了 1.5%，抵銷了大部分在 2008 年下降的量。同樣的，2010 年在美國郵輪產業的支出和乘客消費也有所增長，成長率上升為 5.0% 達到 180 億美元

（Total U.S.-based Spending），這一增長部分抵消了 2009 年虧損；但 2010 年的消費支出金額仍比 2007 年低，2010 年直接支出包含郵輪公司工資、稅收，商品和服務的費用總計 146 億美元，佔該年度郵輪產業總支出的 81%，與 2009 年相比增加了 5.5%。因此郵輪公司的直接支出在商品和服務方面（包括資本設備）共增加了 5.8%，而美國郵輪公司支付工資和稅則增加了 2.6%。

2010 年乘客和船員支出為 34 億美元占剩餘的 19%，和 2009 年相比增加 3.1%，主要支出項目為運輸、住宿、食品和其他零售，這是繼連續兩年（2008~2009 年）來在乘客和船員的支出成長率下降後的成長，分析其中數據結果顯示，該年度登船旅客的消費增長了近 10.0%，在途旅客的支出下降 7.4%和船員的開支增加 7.2%。

	2007	2008	2009	2010	Annual Percent Change			
	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010
Carryings (Millions)								
Global Passengers	12.56	13.05	13.44	14.82	4.7%	3.9%	3.0%	10.3%
Passengers Residing in the U.S.	9.45	9.29	9.43	10.02	1.0%	-1.7%	1.5%	6.3%
U.S. Embarkations	9.18	8.96	8.90	9.69	2.0%	-2.4%	-0.7%	8.9%
Industry Spending in U.S. (\$ Billions)	\$ 17.37	\$ 17.80	\$ 15.98	\$ 16.82	6.1%	2.5%	-10.2%	5.2%
Cruise Lines	\$ 13.74	\$ 14.40	\$ 12.67	\$ 13.40	6.6%	4.8%	-12.0%	5.8%
Goods and Services	\$ 11.84	\$ 12.37	\$ 11.06	\$ 11.54	6.8%	4.5%	-10.6%	4.4%
Capital Expenditures (incl. net interest)	\$ 1.90	\$ 2.03	\$ 1.61	\$ 1.86	5.3%	6.6%	-20.6%	15.4%
Passengers and Crew	\$ 3.63	\$ 3.40	\$ 3.31	\$ 3.41	4.2%	-6.3%	-2.7%	3.1%
Wages & Taxes Paid by Cruise Lines	\$ 1.33	\$ 1.27	\$ 1.17	\$ 1.20	4.3%	-4.5%	-8.2%	2.6%
Total U.S.-based Spending	\$ 18.70	\$ 19.07	\$ 17.15	\$ 18.01	6.0%	2.1%	-10.1%	5.0%

圖 2.3 北美郵輪產業 2007~2010 年營運資料

藉由郵輪公司和乘客及船員的支出與消費，將會對整個美國經濟產生助益，包含創造大量的就業機會、稅收收入和其他經濟利益。北美郵輪產業的經濟利益產生主要有 5 個來源：

1. 郵輪乘客和船員為郵輪相關的商品和服務的支出，包括他們的居住場所到港口登船之間的交通等費用，以及郵輪度假前後時間的消費。

2. 郵輪公司總部人員的編制，負責市場的營銷和旅遊的業務。
3. 郵輪公司為了營運需要所支出的商品及服務費用，包含食物、飲料、燃料、飯店用品及設備、導航及通訊設備等等。
4. 郵輪公司支付港口服務的費用，包含母港口與臨時停靠的港口所需要的登船相關服務費用。
5. 郵輪公司支付船隊在美國船廠維護與修理的費用，以及港口碼頭、辦公室設施和其他資本設備的費用。

郵輪產業在 2010 年對經濟的影響主要有幾項，說明如下：

1. 2010 年在美國港口登船的旅客數增加 8.9%，而達到 969 萬人次（如圖 2.4）。
2. 2010 年郵輪公司直接支出與旅客船員消費的金額規模達到 180 億美元，與 2009 年相比增長了 5.0%，並創造了 140,359 直接相關的工作機會，而支付了將近 58.4 億美元的薪資。
3. 郵輪產業可區分為 2 個部份，如圖 2.5 所示可分為核心郵輪旅遊部份（Core Cruise Travel Sector）與郵輪產業供應（Cruise Industry Suppliers），其中核心郵輪旅遊部份（Core Cruise Travel Sector）所占支出為 91 億美元，主要包含交通服務與乘客船員花費等。這項的支出花費創造了 100,329 個工作機會與 38 億美元的薪資收入。
4. 郵輪公司直接雇用當地美國居民當作岸邊工作人員與船員估計有 25,800 位，而支付薪水也高達 11 億美元。
5. 郵輪旅客與船員在非交通費用支出為 16 億美元，並創造了 20,113 的工作機會在零售貿易、餐飲與住宿業。這些工作產生了 4 億 6500 萬美元的薪資收入。
6. 郵輪公司在美國向供應商購買 89 億美元的商品與服務等，以支援全球郵輪的營運。這樣的消費估計產生 40,029 的工作機會和 20.2 億美元的薪資收入。
7. 除了郵輪公司與乘客船員等花費支出外，再包含間接經濟影響支出，則

郵輪產業 2010 年在美國的經濟活動可達 378.5 億美元，比 2009 年成長 7.8%。這樣的經濟活動產生 329,943 的工作機會和 152.4 億美元的薪資收入（如圖 2.6 所示）。

	2007	2008	2009	2010	Average Annual Growth			
					2007	2008	2009	2010
U.S. Passenger Embarkations (Millions)	9.18	8.96	8.90	9.69	2.0%	-2.4%	-0.7%	8.9%
Direct Economic Impacts								
Direct Cruise Industry Expenditures (\$ Billions)*	\$ 18.70	\$ 19.07	\$ 17.15	\$ 18.01	6.0%	2.1%	-10.1%	5.0%
Employment	158,376	155,020	134,494	140,359	0.0%	-2.1%	-13.2%	4.4%
Wages and Salaries (\$ Billions)	\$ 6.01	\$ 6.14	\$ 5.48	\$ 5.84	0.0%	2.2%	-10.8%	6.5%
Total Economic Impacts								
Total Output (\$ Billions)	\$ 38.01	\$ 40.24	\$ 35.11	\$ 37.85	6.4%	5.9%	-12.8%	7.8%
Employment	354,690	357,710	313,998	329,943	1.9%	0.9%	-12.2%	5.1%
Wages and Salaries (\$ Billions)	\$ 15.44	\$ 16.18	\$ 14.23	\$ 15.24	4.8%	4.8%	-12.0%	7.0%

圖 2.4 北美郵輪產業 2007~2010 年經濟貢獻

Sector	Direct Spending \$ Millions	Employment	Wage Income \$ Millions
Core Cruise Travel Sector	\$ 9,116	100,329	\$ 3,812
Passenger & Crew Spending	\$ 1,604	20,113	\$ 465
Port Services & Cruise Lines	\$ 3,037	46,234	\$ 1,912
Transportation Services	\$ 2,693	23,322	\$ 950
Air Transportation	\$ 1,883	10,661	\$ 486
Cruise Industry Suppliers	\$ 8,893	40,029	\$ 2,024
Agriculture, Mining, Utilities & Construction	\$ 53	234	\$ 7
Manufacturing	\$ 4,394	10,402	\$ 637
Food & Beverages	\$ 922	1,988	\$ 84
Apparel & Textiles	\$ 139	890	\$ 35
Chemicals & Plastics	\$ 257	331	\$ 27
Petroleum Refining	\$ 1,097	146	\$ 18
Fabricated Metal Products	\$ 194	812	\$ 46
Industrial Machinery	\$ 377	1,166	\$ 64
Ship Maintenance & Repair	\$ 712	2,163	\$ 147
Computers & Electronic Equipment	\$ 272	832	\$ 76
Other Manufacturing	\$ 423	2,905	\$ 141
Wholesale Trade	\$ 588	3,080	\$ 178
Other Transportation Services	\$ 20	36	\$ 4
Information Services	\$ 255	513	\$ 40
Finance, Insurance, Real Estate & Leasing	\$ 992	2,952	\$ 219
Services & Government (ex. Lodging & Travel Services)	\$ 2,591	22,813	\$ 939
Professional, Scientific & Technical Services	\$ 1,453	13,374	\$ 484
Administrative & Waste Management Services	\$ 42	192	\$ 10
Arts, Entertainment & Recreation	\$ 199	1,700	\$ 74
Other Services & Government	\$ 896	7,547	\$ 371
Total - 2010	\$ 18,009	140,359	\$ 5,836
Total - 2009	\$ 17,148	134,494	\$ 5,479
Percentage Change from 2009	5.0%	4.4%	6.5%

圖 2.5 北美郵輪產業 2010 年直接經濟貢獻詳細項目

Sector	Industry Output \$ Millions	Employment	Wage Income \$ Millions
Agriculture, Mining, Utilities & Construction	\$ 3,635	7,000	\$ 489
Manufacturing	\$ 8,946	27,927	\$ 1,772
Food & Beverages	\$ 1,384	2,884	\$ 175
Apparel	\$ 257	1,576	\$ 103
Paper and Printing	\$ 344	1,475	\$ 100
Chemicals & Plastics	\$ 1,014	3,247	\$ 187
Petroleum Refining	\$ 2,054	742	\$ 78
Fabricated Metal Products	\$ 615	3,241	\$ 220
Industrial Machinery	\$ 548	1,385	\$ 194
Transportation Equipment	\$ 1,104	1,981	\$ 202
Computers & Electronic Equipment	\$ 677	2,336	\$ 327
Other Manufacturing	\$ 949	9,060	\$ 184
Wholesale & Retail Trade	\$ 2,453	33,718	\$ 1,496
Transportation	\$ 6,096	72,514	\$ 3,118
Information Services	\$ 775	3,362	\$ 258
Finance, Insurance, Real Estate & Leasing	\$ 3,189	15,129	\$ 1,055
Services & Government	\$ 12,759	170,294	\$ 7,049
Professional, Scientific & Technical Services	\$ 4,225	29,979	\$ 1,957
Administrative & Waste Management Services	\$ 4,142	43,091	\$ 1,206
Accommodations & Food Services	\$ 1,192	36,816	\$ 798
Performing Arts & Amusements	\$ 260	19,321	\$ 411
Other Services & Government	\$ 2,940	41,086	\$ 2,677
Total - 2010	\$ 37,853	329,943	\$ 15,237
Total - 2009	\$ 35,106	313,998	\$ 14,234
Percentage Change from 2009	7.8%	5.1%	7.0%

圖 2.6 北美郵輪產業 2010 年全部經濟貢獻（包含直接與間接項目）

2.2 亞洲郵輪市場發展概述

2.2.1 亞洲郵輪現況概述

根據國際郵輪協會CLIA(Cruise Lines International Association)統計分析，由於亞洲經濟崛起，人民所得增加，郵輪旅客人數預估由 2005 年的 110 萬人次達到 2011 年的 150 萬人次（如圖2.7），亞洲郵輪市場年成長率平均已達 8-9%，高於全球平均成長率，尤其 2005 年到 2011 年更是倍數成長（如圖2.8、圖2.9）。而由於北美郵輪旅遊市場已近飽和，故郵輪市場將逐漸遷移至亞洲，根據英國「遠洋航運諮詢公司」預測初步估計 2015 年亞洲郵輪市場將突破 200 萬人次。此外，亞太區 40 億人口中，會以郵輪作為度假方式的只有 0.0375%，但北美 3.5 億人口有 3.0%、歐洲 7 億人口則有 1%，這樣懸殊的數字凸顯亞太區的郵輪經濟擁有巨大的發展潛力（如圖 2.10）。

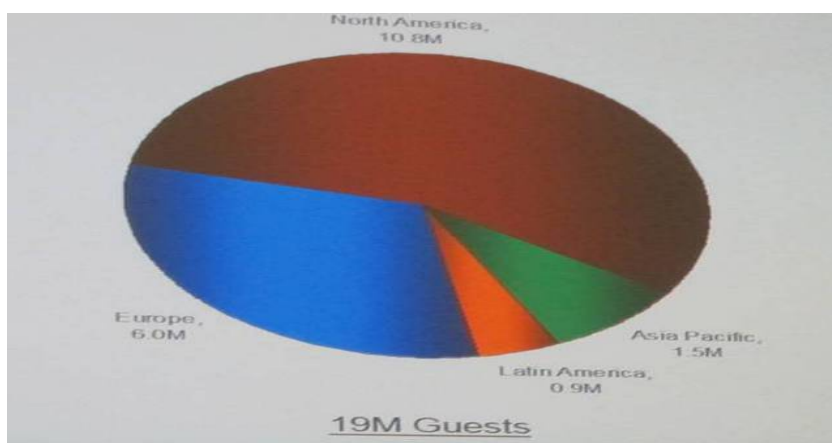


圖 2.7 全球 2011 年各區域郵輪旅客數預估量

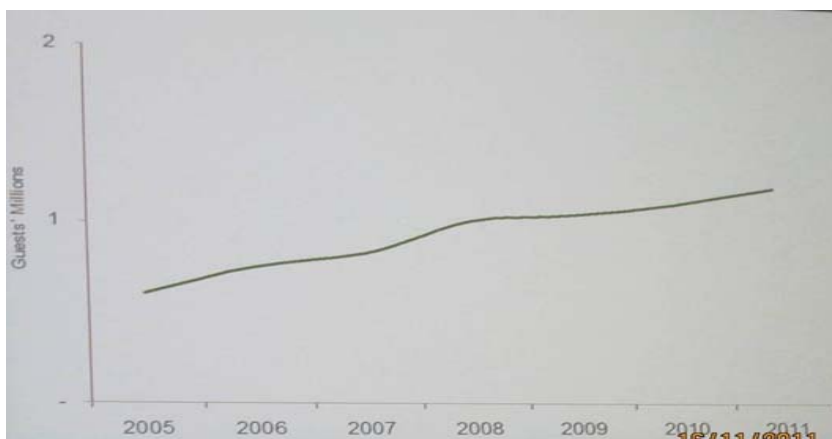


圖 2.8 亞洲郵輪市場自 2005 年來 2 倍成長示意圖

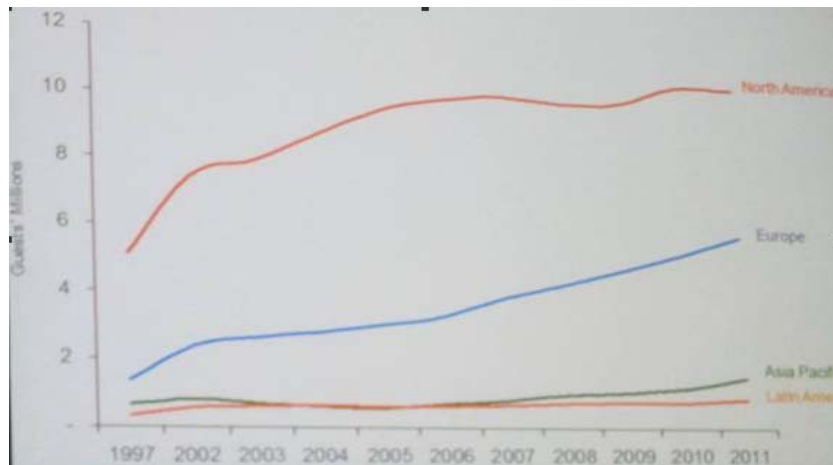


圖 2.9 亞洲郵輪市場與其他地區相比（1990 年開始）



圖 2.10 全球各地區郵輪旅客旅次量

亞洲郵輪碼頭協會（ACTA）已於 2011 年 11 月 15 日在新加坡宣布正式成立，由新加坡郵輪協會克莉絲汀擔任首屆理事長，總部設於新加坡，包括基隆、上海、神戶、日本境港、新加坡、馬來西亞、菲律賓等 7 個港口為創始成員；目前成員已包括：大陸上海吳淞口、煙台、廈門、菲律賓蘇比克灣、日本境港、神戶港、新加坡、基隆港、馬來西亞巴生港等。亞洲郵輪碼頭協會的主要目標及宗旨為：1.提供會員一個區域性的碼頭開發、營運及管理合作平台。2.提高會員的郵輪碼頭在國際上的知名度，以形成有影響力的聯盟，從而形成吸引人的亞洲郵輪市場。3.促進及保護會

員郵輪碼頭的利益。4.提昇會員郵輪碼頭服務水平，促使亞洲郵輪產業達到國際標準。

2.2.2 亞洲郵輪市場未來發展性

亞洲已經逐漸取代歐洲和美國成為頂級奢侈品和郵輪服務的銷售區域，因為亞洲比歐洲越來越多高淨值生活的人，全世界家庭中資產有 100 萬美金者超過 1,100 萬個家庭，其中在亞洲有將近 300 萬個（如圖 2.11）。Royal Caribbean Cruises 副總裁 Michael Bayley 預估 2030 年亞洲將是全世界中產階級數量最多且分佈最廣的地區，而中產階級的比例由圖 2.12 可知，屆時郵輪旅客量也將達到約 3,500 萬人次，其中亞洲郵輪旅客數也將達到約 1,000 萬人次（如圖 2.13），預估郵輪產業將帶動整個區域的經濟活動，並帶來龐大的經濟效益；另要達到預測的增長，必需興建能處理現代郵輪船隻，以及能應付更高載客量的碼頭基礎建設，圖 2.14 為亞洲各主要郵輪港新建與擴建完成日期，包括上海、廈門、香港、新加坡等港口。

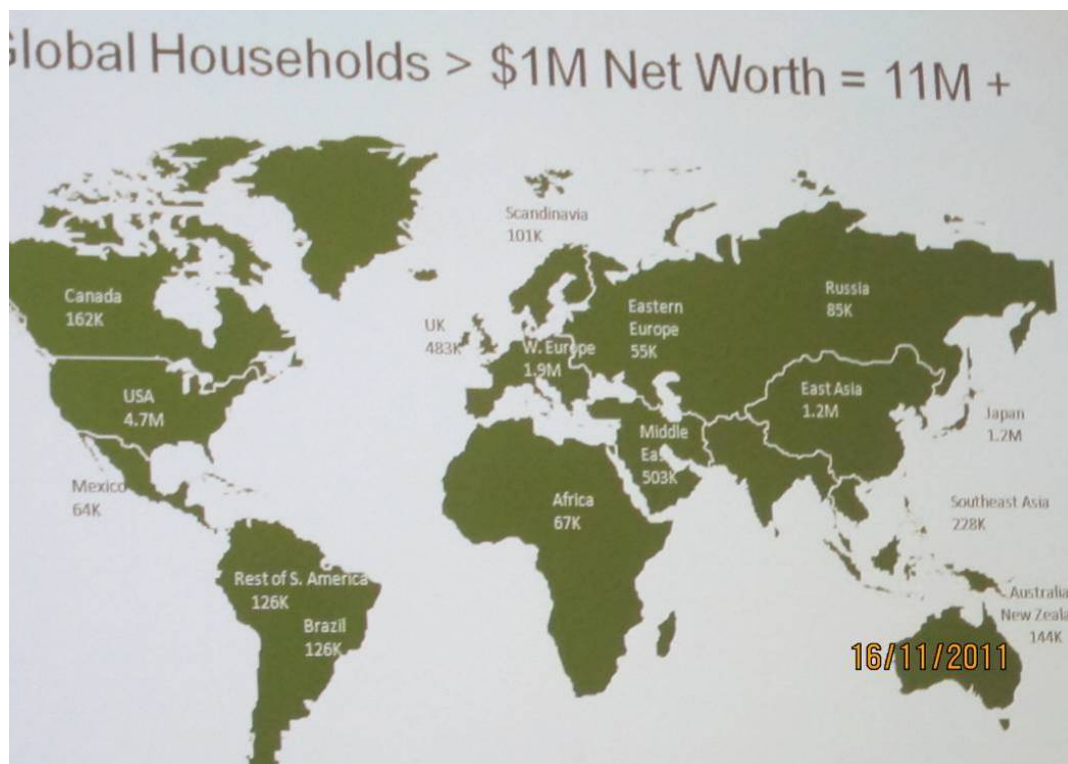


圖 2.11 全球各地區家庭資產（大於 100 萬美元）分佈圖



圖 2.12 未來的郵輪市場=中產階級的增長（2009~2030 年）



圖 2.13 預估 2030 年郵輪旅客量分佈圖



圖 2.14 亞洲主要新建與擴建的郵輪港

2.2.3 亞洲主要國家郵輪發展經驗概述

一、日本

日本郵輪旅客成長的人數，由紀錄顯示在過去 20 幾年來有些微的成長，每年大概搭乘人次為 175,000~200,000，從 1990 年約 17.5 萬人成長到 2010 年約 18.8 萬人次如圖 2.15 所示，但是期間仍有一些變化存在，主要有幾個轉變特性說明如下：

1. 郵輪旅客屬性已從團體行動轉變成個人旅遊。
2. 郵輪旅客更明確著重短時間及長時間郵輪休閒的區別。
3. 郵輪旅客年齡層變的更年輕與活力。
4. 國外船舶份額比重逐漸增加。

日本郵輪發展時間可分為 4 個階段說明如後：第一階段為 1990 年初期，此階段參與郵輪的人大部分主要為小組研討會、學校校外教學及當地政府贊助交流計畫，另外很多人藉由 GSA (General Sale Agent) 各自訂購參加加勒比海或歐洲郵輪的行程；第二階段為 1990 年中後期，遊客族群主要為年老且富有的群組（銀髮組為主），她們一般較不喜歡飛行旅遊，反而喜歡環遊日本且放鬆的旅遊並親近大海，然後逐步向世界其他地區前進（如圖 2.16）；第三階段為 2000 年，郵輪公司規劃符合需求的變化，且市

場已開始注重豪華旅遊的型態，國外郵輪公司也開始引進日本，例如 Club-Med II 和 Star Cruise 提供休閒和有趣的經驗行程（如圖 2.17）；第四階段為 2011 年，日本目前有 3 艘郵輪提供高品質服務（如圖 2.18），但目前幾乎只有日本人在搭乘，而 3 艘船標準艙等票價每人每天的價格從 500 到 800 美元不等，主要的遊客族群為有活力年輕的一群，知道如何享受郵輪，另大型外國郵輪也開始停靠日本，並吸引日本遊客，且價格通常比日本國內 3 艘的票價更為便宜。

至於什麼樣的旅程會吸引日本人，經過統計調查後，有 3 個產品特性因素，第一為包裝的價值（包含交通、住宿、娛樂、休閒、餐飲的品質）；第二為多種型態產品與目的地行程；第三為安全、輕鬆、健康（尤其針對年老及家庭都會要求各式的服務和輔助的設施，例如醫藥照顧、行李託運、門房服務）。此外，日本遊客也正在找尋具有挑戰的行程和目的地、高品質的食物與可以感動個人的旅程；目前日本郵輪營運者已經發展很多新的行程，其中 M/S Nippon Maru 公司有停靠 110 個港口的紀錄，包含以接駁船進入日本其他港口（如圖 2.19、圖 2.20）。另日本人重視高品質的食物係以鑑賞精緻食物為主，並沒有一定需要豪華豐盛的晚餐，而在個人感動方面，主要希望預期經驗的情況能類似茶道，主人和來賓都互相尊重，且船上是不需要收小費的。

PAK 1000

Country	1990	1995	2000	2005	2007	2008	2010
USA	3,500	4,600	6,900	9,064	9,452	9,294	10,016
Canada	150	250	300	486	676	711	691
UK	180	400	800	1,071	1,337	1,477	1,621
Germany	190	309	283	639	763	907	1,219
Italy	—	250	250	514	640	682	889
France	75	200	223	233	280	310	387
Other EU	180	250	250	745	1,060	1,122	1,410
Oceania	100	225	275	621	519	400	474
Asia (excluding Japan)	75	450	800	600	600	689	600
Japan	175	225	216	156	184	189	188
Total	4,625	7,159	10,297	14,129	15,511	15,781	17,495

17/11/201

圖 2.15 全球各主要國家郵輪旅客概數



圖 2.16 日本 1990 年中後期旅遊方式



圖 2.17 日本 2000 年旅遊方式

	Asuka-II	Pacific Venus	Nippon Maru
GRT	50,142	26,518	22,472
L x W x D	241x29.6x7.8	183x25x6.5	167x24x6.6
Pax (LB)	872	476	398
Crew	470	220	230
Build/Major Refurbish	1990/2006	1998	1990/2010
Operator	NYKCruise	Japan Cruise Line	MOPAS
			

圖 2.18 日本營運郵輪船舶相關資料

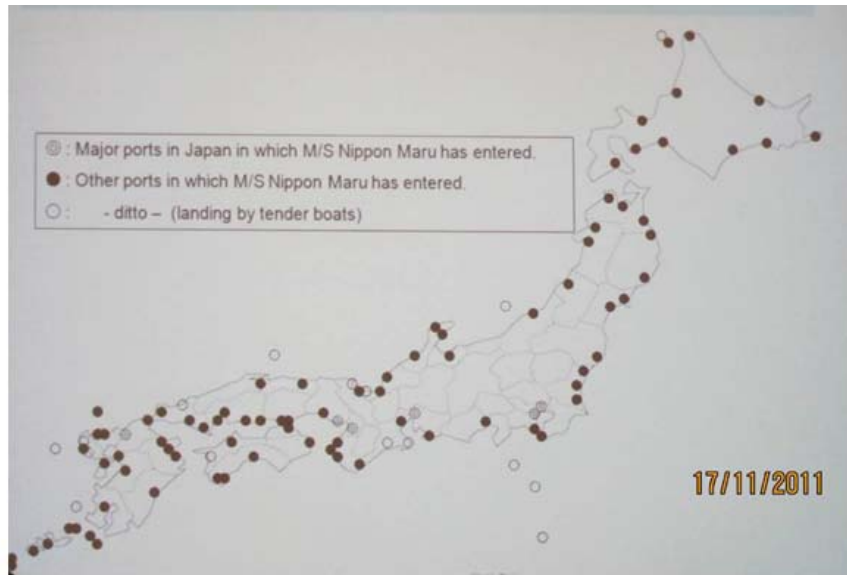


圖 2.19 日本營運郵輪（M/S Nippon Maru）停泊港口示意圖



圖 2.20 日本主要停泊港口示意圖

二、澳洲

澳洲國內郵輪市場在 2020 年預估將達到 100 萬人次，其中雪梨（Sydney）市場預估成長 7%，而其他港口也會成長 10%。雪梨是澳洲人口最多的城市，為新南威爾士州的首府且位於澳洲東南海岸塔斯曼海，截至 2010 年 6 月，大都市圈的人口約 460 萬人，圖 2.21 為澳洲港口郵輪停靠的次數，在 2011 年已超過 700 艘次；另圖 2.22 為澳洲市場預測數量，2020 年郵輪旅客數將比 2011 年成長 40%，因此 2011~2013 將有新的郵輪加入營運行列（如圖 2.23、圖 2.24），而旅客停留港口的天數也越來越多，代表帶來越多的消費並增加經濟活動力（如圖 2.25）。由下列幾項指標得知（如圖

2.26)，包含參訪港口的數量、船隊參訪的數量、旅客載客量、船隊靠港的次數，澳洲郵輪產業未來顯示正向趨勢發展。而澳洲未來成長的動力主要有下列幾項因素：強力的經濟力支持、尚未開發市場的潛力、吸引並增加轉運的旅客量、中國大陸龐大市場的商機、巴拿馬運河拓寬的發展、澳洲地區增加的環遊旅程景點、增加家庭與三代旅遊的行程等。

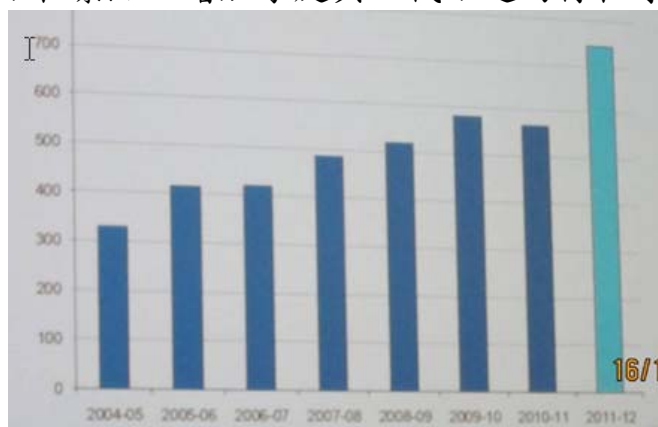


圖 2.21 郵輪船隊停靠澳洲港口的次數

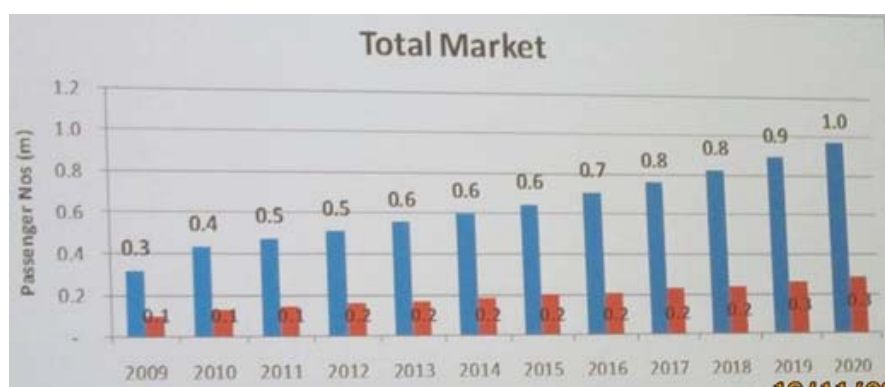


圖 2.22 預期 2020 年旅遊人數將成長 40%

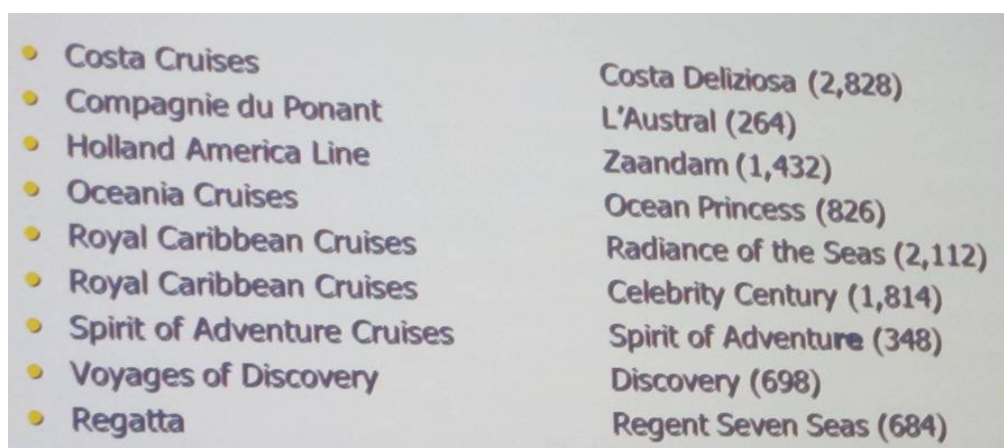


圖 2.23 澳洲 2011~2012 年預估新增的郵輪數及艙位

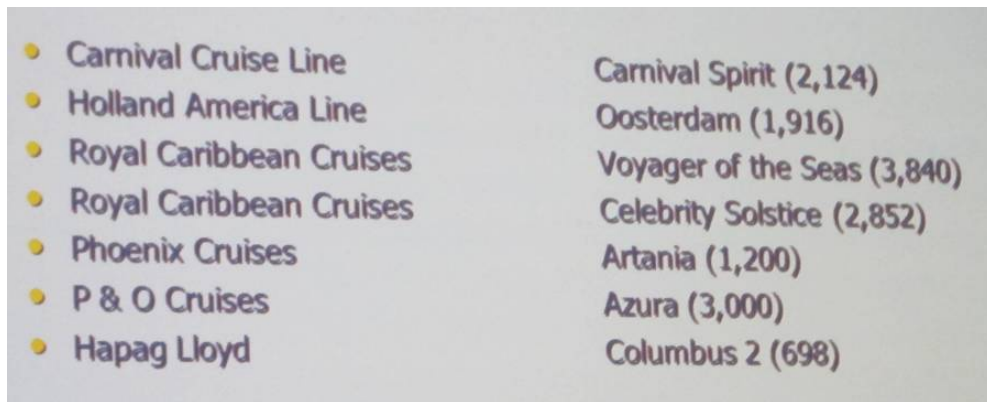


圖 2.24 澳洲 2012~2013 年預估新增的郵輪數及艙位



圖 2.25 郵輪旅客停留港口的天數統計

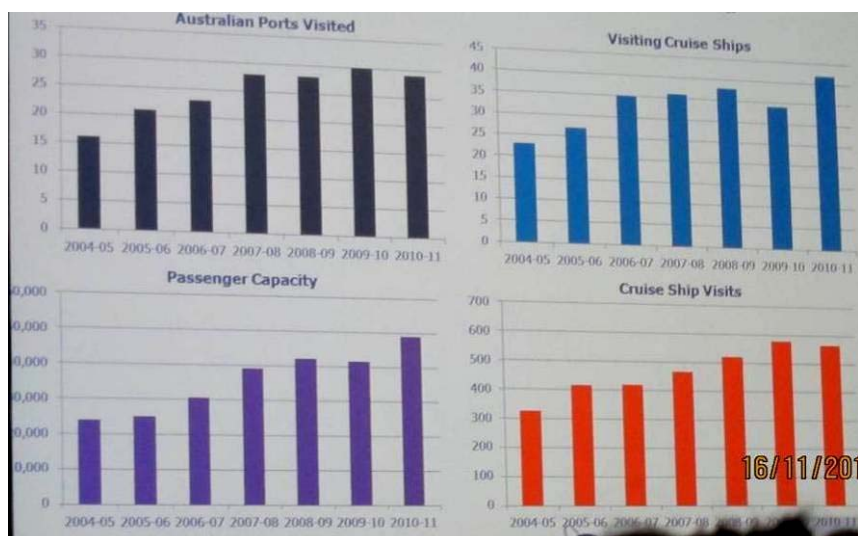


圖 2.26 郵輪產業指標趨勢圖

郵輪產業對澳洲經濟之影響，係利用經費支出分析方法研究，主要參數包含郵輪公司、船員及旅客的花費支出部份（如圖 2.27）。由經費支出分析評估顯示，2010 年所有旅客支出費用達 30,500 萬美元，比 2009 年成長了 10%，另 2010 年所有船員支出費用達 4,400 萬美金，比 2009 年也成長了將近 10%（如圖 2.28）。由圖 2.29 資料顯示，2010 年整體支出（包含直接支出與間接支出）的經額為 9.74 億美元，比 2009 年 8.22 億美元成長了 18.6%，另由圖 2.30 可知澳洲 2011 年郵輪乘客搭乘率預估約為 2%，跟北美 3.0%相比旅客次數仍有很大成長空間，因此澳洲郵輪產業經濟產值預估未來可高達 15 億美元（如圖 2.31）。

未來澳洲郵輪發展的挑戰可分為幾個影響層面：1.國際金融市場的影響、2.澳幣持續的升值、3.長途空中旅行旅次的轉移、4.現有的港口設施的限制、5.在短期內增加較長旅程的季節性需求、6.如何讓政府相信郵輪旅遊所產生的價值、7.教育產業、鏈供應者與投資者的合作、8.技能訓練與工作的提供。

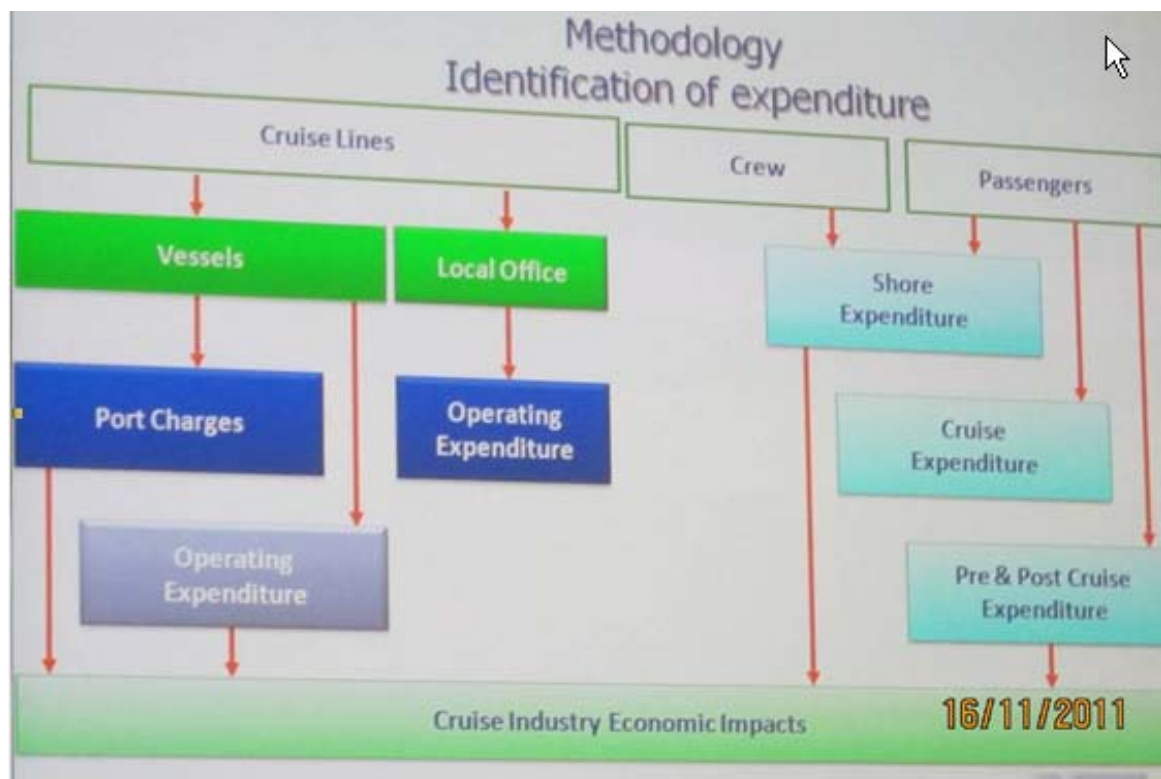


圖 2.27 經費支出分析方法架構圖



圖 2.28 旅客與船員支出費用趨勢圖

Impact	2009-10	2010-11	% change
Output (\$M)			
Direct	\$424.5	\$499.2	17.6%
Indirect	\$397.6	\$475.5	19.6%
Total	\$822.1	\$974.7	18.6%
Wages Income (\$M)			
Direct	\$121.0	\$142.0	17.4%
Indirect	\$94.1	\$112.5	19.5%
Total	\$215.1	\$254.5	18.3%
Employment (FTEs)			
Direct	2,000	2,326	16.3%
Indirect	1,632	1,944	19.1%
Total	3,632	4,270	17.6%
Value Added (\$M)			
Direct	\$202.5	\$234.1	15.6%
Indirect	\$180.0	\$215.0	19.4%
Total	\$382.6	\$449.1	17.4%

圖 2.29 郵輪產業對澳洲經濟影響現況

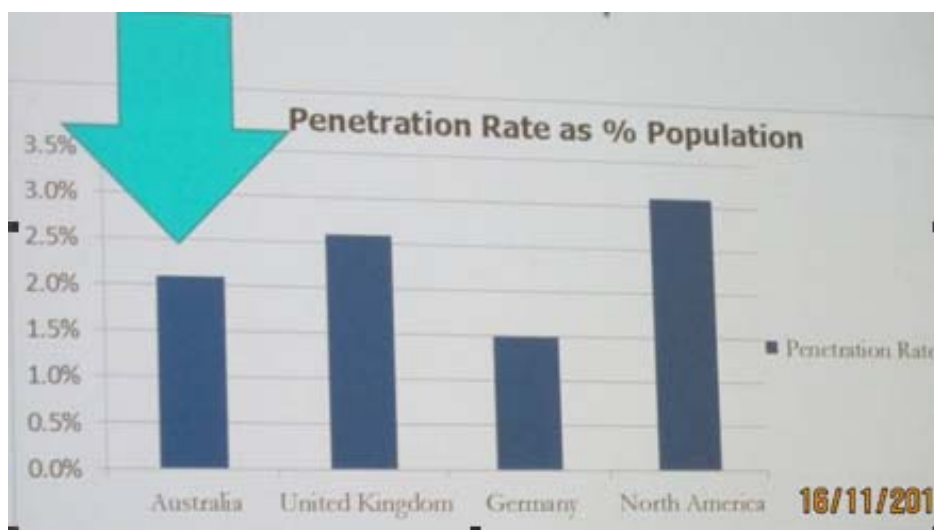


圖 2.30 澳洲 2011 年郵輪乘客預估搭乘率



圖 2.31 預估澳洲郵輪產業經濟未來產值

三、中國大陸

最新數據顯示，到目前為止，中國已有 16 個城市接待過國際豪華郵輪（如圖 2.32），並逐步形成了以天津、上海等多個港口開設郵輪母港航線的全面發展局面，目前營運的郵輪母港共有 5 個，分別為天津、上海、青島、廈門、三亞，其中前 2 名郵輪母港分別為上海與天津。大陸目前已投入使用和規劃建設中的郵輪港、郵輪碼頭就將近 10 個城市，2011 年正在建設的港口有 2 個，分別為大連與舟山。另依資料顯示 2010 年大陸接待國際郵輪共 223 艘次，以大陸為往返的國際郵輪共有 76 艘次，郵輪旅客總數約有 79 萬人次，旅客人數較前一年成長 20%。



圖 2.32 中國郵輪港口示意圖

建設郵輪母港是港口城市的一個重要經濟增長。根據研究，郵輪母港的經濟收益是停靠港的 10 倍至 14 倍，這對所在區域的經濟形成了強大的推動力，且郵輪經濟給城市帶來的是全方位的消費結構升級。每艘郵輪的抵達，將帶來數以千計的郵輪乘客在港口都市旅遊消費，還包括郵輪在港口都市添加補給、油料、淡水與處置廢品、接受港口服務、郵輪的維護與修理等。

世界三大郵輪集團，即嘉年華集團、皇家加勒比海集團、麗星郵輪集團控制了世界郵輪產業近 80% 的市場運力份額。目前，國際三大郵輪公司已經全部進入中國市場，以上海、天津、廈門、三亞和香港等城市作為停靠港，並積極開辟東南亞、東北亞郵輪航線（如圖 2.33）。越來越多的郵輪公司關注亞洲和中國的客源市場，並在中國開設辦事機構，特別是在上海開設郵輪母港航線。2006 年首家進入中國市場設立上海辦事處的義大利歌詩達國際郵輪公司，目前在中國已經開闢了以上海、天津和香港 3 大港口城市為母港的不同航線，一年 12 個月都有航線運營。截至 2011 年 10 月為止，超過 17 萬中國遊客登上歌詩達的豪華郵輪。



圖 2.33 中國大陸 2010 年正在營運郵輪航線的公司品牌

受中國沿海港口多點停靠政策的開放，中國郵輪碼頭從競爭走向了合作，上海和天津的郵輪碼頭目前已經能夠接納 10 萬噸級以上的郵輪停靠，現在，中國沿海各地都把發展郵輪經濟提升到城市發展的戰略高度，並已經成為各港口城市轉變經濟發展方式的重要手段之一。以上海為例，2009 年的母港郵輪航次為 32 艘次；2010 年依靠世博會的舉辦，母港郵輪航次首次實現達到 66 艘次，歌詩達郵輪的“經典號”、“浪漫號”和皇家加勒比國際遊輪的“海洋神話號”都開出了以上海為母港的郵輪航線。另外十分看好亞洲及中國郵輪經濟的皇家加勒比遊輪有限公司執行副總裁 Michael Bayley 認為，北美郵輪市場發展相對比較成熟，而亞洲特別是中國郵輪產業作為一個新興市場，將成為未來全球郵輪市場增長的主力軍，他預計，2020 年亞洲郵輪乘客將達 500 萬人次。

在亞洲郵輪的發展過程中特別是中國郵輪市場的發展經歷了一段快速、健康的發展期，呈現出三個明顯特點：一是保障郵輪經濟有序發展的法律法規更趨健全；二是支持郵輪經濟穩步發展的港口設施逐步完善；三是促進郵輪經濟健康發展的業界合作更趨緊密。因此本次研討會中國 Shanghai Maritime University 教授 Dr. Gary Cheng 針對未來中國市場及港口發展作下列說明與建議。

未來郵輪公司進入中國市場的機會：

1. 投資港口與參加郵輪中心業務的發展：投資郵輪碼頭與經營合作。
2. 成立公司負責郵輪業務：選擇與當地合作夥伴成立合資公司一起共同營運郵輪母港。
3. 辦理出境旅遊相關業務：與當地的旅遊公司合作。
4. 執行郵輪港口停泊業務：設計有吸引力的東方行程去吸引西方的遊客。
5. 參加當地郵輪員工訓練：聯合運行郵輪教育計劃，利用當地的教育資源。
6. 執行其他業務：如景點、主題公園、飯店、採購中心、購物商場、旅遊設施的擴展。

未來中國港口城市的機會：

1. 濱海發展：加強郵輪港口的基礎設施，讓港口土地能更高更深的發展，進而構建交通建設、業務計畫和旅遊設施，然後增加港口土地價值，加強濱海印象，最後讓臨海城市更有吸引力。
2. 包裝高品質旅遊產品和發展旅遊目的地管理能力：振興當地旅遊與增進旅遊產業的競爭力，增加旅遊業對當地經濟貢獻和影響。
3. 提供滿意的郵輪經驗：任何郵輪假期不是從遊客登上甲板開始而已，而是包含遊客抵達港口城市。因此包括地面交通、活動、購物中心、餐廳、娛樂、飯店和其他服務都是關鍵。
4. 刺激相關產業讓郵輪旅遊產生潛在利益：郵輪業能惠及絕大部分行業，並提供港口城市發展郵輪基礎上創造性項目的需求，包含產業供應、業務服務、國際交易等等。

未來中國港口城市的挑戰：

1. 港口管理：包括接收大型郵輪能力、港口交通運輸方便性、簽證政策（出關和入關）便利性、以及政府對郵輪旅遊消費趨勢走向的態度。
2. 接待服務：培養有經驗的導遊、並量身訂製的景點與活動。
3. 人力資源：辦理顧客服務訓練、提供船上足夠的員工、執行郵輪旅遊為導向的教育方案。
4. 市場：需要靠相關營銷活動，創造來自城市周圍的潛在旅客量。
5. 制度支援：研議帶薪年休假制度、海事和國家關係法規的修訂。

未來在中國經營郵輪者的挑戰：

1. 跟政府溝通：需要耐心與改變想法。
2. 制定發展策略符合世界潮流。
3. 迎合中國消費者的興趣：行程設計，以及改變船上設施甚至建立新的形貌，以吸引中國消費者的參與。

四、印尼

本次研討會中係由印尼文化及旅遊部 DR. Sapta Nirwandar 說明印尼發展之經驗，印尼郵輪旅客人數在 2001 年為 24,500 人次，預計到 2012 年將

達到 141,000 人次，成長將近 575%（如圖 2.34），另圖 2.35 為印尼歷年郵輪旅客數量，依資料顯示印尼未來郵輪旅客數將朝正向發展。目前印尼已經有發展郵輪的意識，積極擴展旅程目的地：包含 Komodo、Bali、Semarang 等，同時改善這些目的地郵輪設施，且所有郵輪港口都遵守 ISPS（國際安全規定）規定，並積極參加所有郵輪相關的貿易展以瞭解市場的基本面。

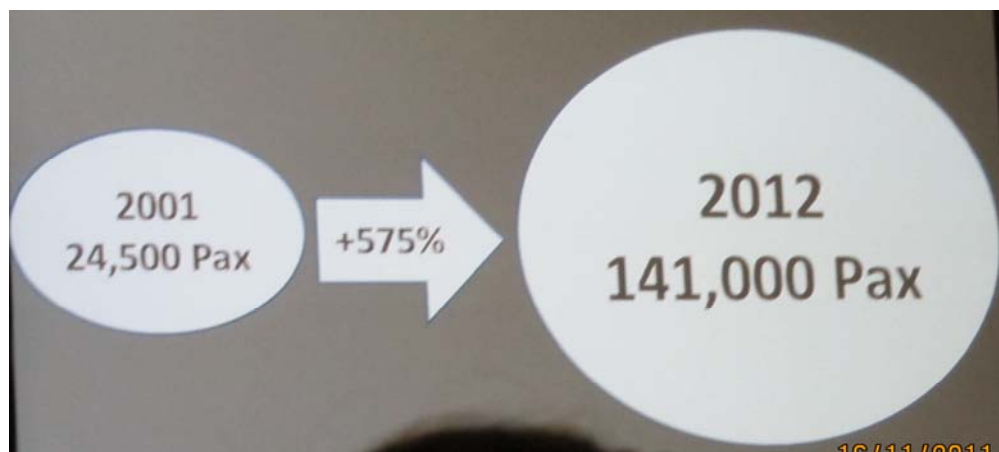


圖 2.34 預估 2012 年郵輪旅客成長率

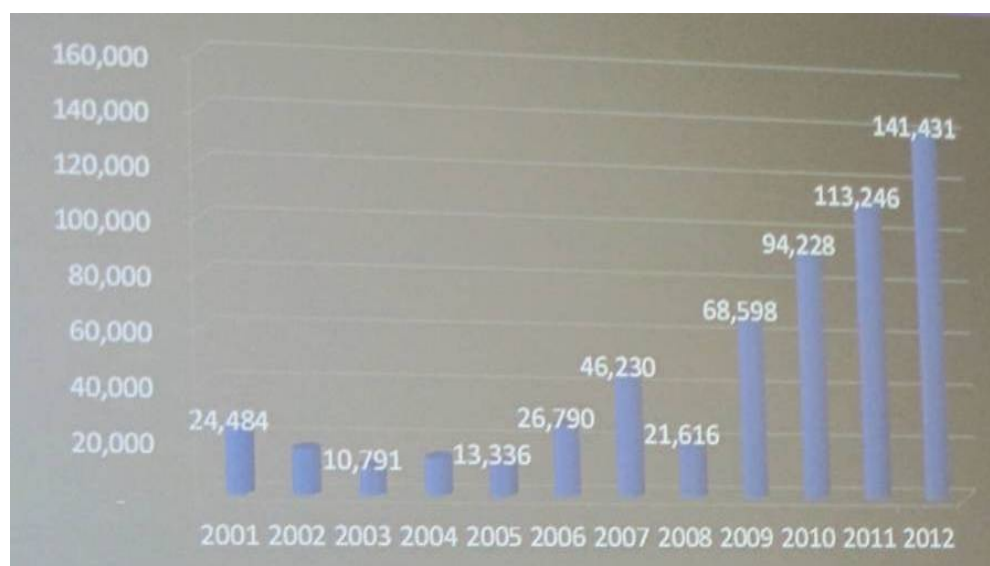


圖 2.35 印尼歷年郵輪旅客數量

印尼正積極發展貝諾瓦港（Benoa-位於巴里島）成為潛在市場的往返港口（如圖 2.36、圖 2.37），將增進其安全標準，並疏濬航道讓大型郵輪船可進入，陸續在 2001 年完成 175m LOA（船長度規範）、2007 年完成

205m LOA（船長度規範）、並預計 2012 年 1 月完成 265m LOA 的船舶可以進入。2012 年在印尼郵輪季節將有 20 家郵輪公司經營 37 艘郵輪，並在印尼 49 個不同航線 213 航班中操作，其中貝諾瓦港（Benoa）有 11 條往返停泊航線，2012 年總旅客量預計為 141,431 旅次（如圖 2.38）（但仍低於目前載客的容量）。未來印尼新的挑戰有 3 點，1.發展設施以容納 Voyager 與 Solstice 等級的船型（如圖 2.39）；2.發展 Benoa 成為在亞洲區域一個主要的往返港口；3. 在這個充滿契機的市場中，發展適合船舶營運的郵輪設施。

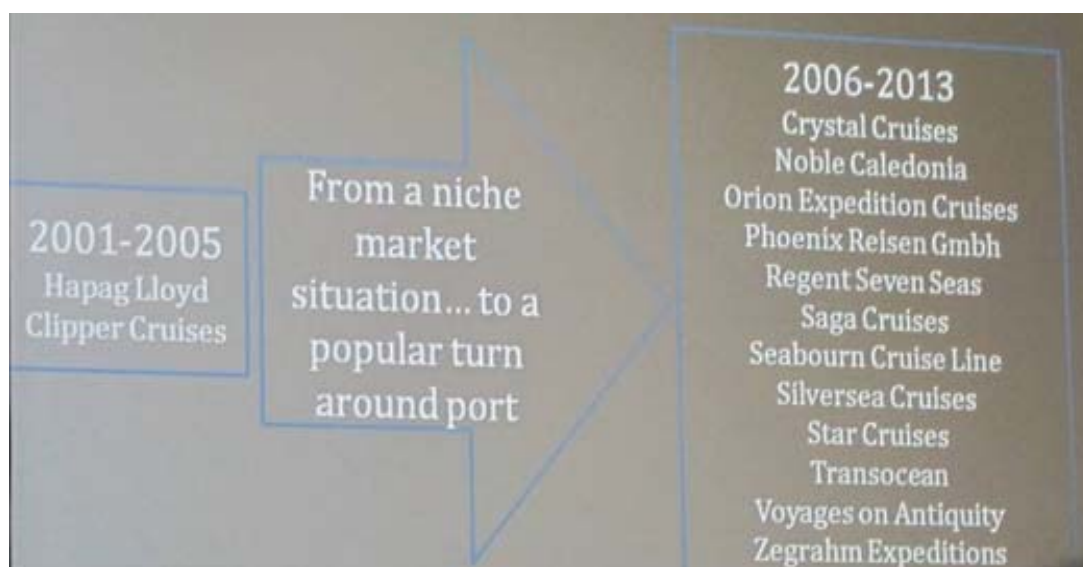


圖 2.36 印尼貝諾瓦港（Benoa）11 條航線營運公司



圖 2.37 印尼新的航線-貝諾瓦港（Benoa）

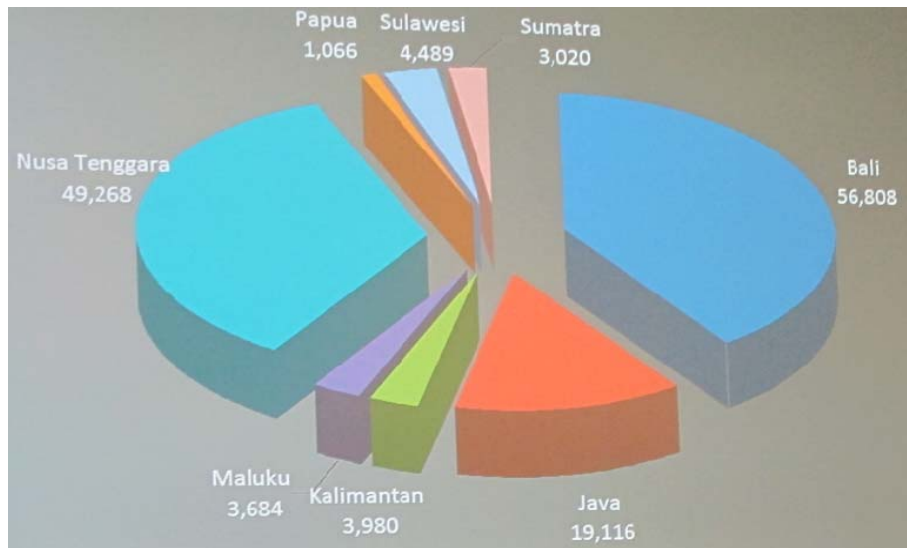


圖 2.38 印尼 2012 年旅客量分佈圖



圖 2.39 Solstice 等級的船型

五、新加坡

SCCPL(Singapore Cruise Centre Pte Ltd)為新加坡唯一之郵輪及渡輪港口營運公司，1992 年開始營運，總投資金額為 5,000 萬美元，主要營運項目為渡輪(Ferry)和郵輪(Cruise)之營運，以及港口碼頭相關設施之經營管理。目前轄下共有 4 個旅客碼頭(Passenger Terminal)，包括國際航線的-國際線旅客碼頭(International Passenger Terminal , IPT)、區域航線渡輪的-區域渡輪碼頭(Regional Ferry Terminal , RFT)、丹那美拉渡輪碼頭(Tanah Merah Ferry Terminal , TMFT)，以及新加坡國內渡輪航線的-巴西班讓渡輪碼頭

(Pasir Panjang Ferry Terminal , PPFT)，其中國際線旅客碼頭（IPT）與區域渡輪碼頭（RFT）均位於新加坡 HarbourFront；以下針對上述幾個碼頭作介紹：

1. 國際線旅客碼頭(International Passenger Terminal , IPT)：

國際線旅客碼頭（IPT）是世界上第 9 大的郵輪母港，有 2 個郵輪停靠碼頭位置，在 2010 年時，約有 100 萬郵輪旅客到達或離開新加坡，主要有 34 個知名郵輪公司經營航線並有 642 艘郵輪停靠，包括歌詩達郵輪（屬於嘉年華郵輪公司），以及皇家加勒比海國際郵輪和麗星郵輪等等的船隻。

IPT 郵輪碼頭在 1991 年完成，有 2 個國際客運郵輪的泊位，分別為：CC01-310M 長，12M 深及 CC02-270 米長，11 米深（如圖 2.40、圖 2.41）。自 1998 年以來，已投入超過 5,000 萬新元提升和改善海濱 HarbourFront 的客運碼頭的設施，並增加餐飲的供應量，以符合郵輪產業增長的需求；並藉由海濱客運碼頭的翻修，以增加碼頭處理較大和較長的郵輪船舶的能力，同時改造克魯斯灣內部和疏浚灣內兩個位置，以創造一個較大的轉彎半徑讓巨型郵輪航行。在 2005 年郵輪碼頭更增進新的安全設備和安檢流程，並獲得與國際 ISPS 規則認證。另在 2011 年，新加坡郵輪中心更投資 1,400 萬新元的，以修整整個碼頭航站，並增加 25% 以上的空間，以提供更寬敞的地區方便通關和行李檢查。



圖 2.40 新加坡國際線旅客碼頭（1）



圖 2.41 新加坡國際線旅客碼頭（2）

2.區域航線渡輪的-區域渡輪碼頭(Regional Ferry Terminal , RFT)：

1992 年建立完成，目前有 6 個泊位，主要服務新加坡南部和西部地區的渡輪為目的；目前每年至少有 350 萬渡輪乘客利用 HarbourFront（RFT）通往區域性的目的地（如圖 2.42）。



圖 2.42 新加坡區域渡輪碼頭（RFT）

3. 丹那美拉渡輪碼頭(Tanah Merah Ferry Terminal , TMFT)：

丹那美拉渡輪碼頭建於 1995 年。在 2007 年該碼頭投資了 300 萬新元的更新改造，提高了空間並提供更好地服務於乘客和客戶。目前碼頭有 4 個泊位主要服務新加坡南部和東部地區的區域性渡輪為目的(如圖 2.43)。



圖 2.43 新加坡丹那美拉渡輪碼頭(TMFT)

4. 巴西班讓渡輪碼頭(Pasir Panjang Ferry Terminal , PPFT)

巴西班讓渡輪碼頭建於 1995 年，目前有 4 個泊位，主要提供渡輪服務到新加坡離岸工業群島（如圖 2.44）。



圖 2.44 新加坡巴西班讓渡輪碼頭(PPFT)

近 10 年來，亞洲郵輪旅遊市場，每年維持在兩位數的成長率，郵輪旅遊的強勁需求，從愈來愈多郵輪投入市場，且郵輪愈造愈大，可見一斑。SCCPL 在 2010 年國際郵輪乘客數目已超越 100 萬人，乘著全球郵輪市場日益蓬勃的趨勢，新加坡正如期於 Marina South 興建全國第二座郵輪碼頭以容納全世界最大的遠洋客輪，並預計在 2011 年底完工，2012 年正式營運，因此將是亞洲最大的碼頭之一。其興建第二座郵輪碼頭原因在於，2007 年 10 月皇家加勒比海郵輪公司(Royal Caribbean Cruises)的海洋迎風號(Rhapsody Of The Seas)的亞洲首航，使得新加坡海濱區舊碼頭無法容納世界級郵輪的事實浮上了檯面，因為不符合 52 公尺的高度限制，所以無法從橫跨聖淘沙海灣兩側的纜車下方穿過。

新加坡這座正在興建中的全新世界級國際郵輪碼頭是個極為現代化的碼頭（如圖 2.45），將耗資 5 億新元且將取消高度限制，佔地 28,000 平方米，約等於三個足球場的面積，並且擁有更大的迴船池(Turning basin)；港埠設施能夠容納長達 360 公尺、吃水深度 11.5 公尺、重達 22 萬噸級的郵輪停靠，因此目前最大的郵輪海洋綠洲號(Oasis of the Seas, 22 萬噸，船長 360 公尺，載客 6,400 人)，也可以進入港口停靠；另落成後除碼頭外，更有酒店、賭場的綜合度假區的駐進，對於吸引更多的郵輪旅客將是一項重要的誘因，而在陸運交通方面，新加坡政府也將修建地鐵濱海灣延長線，將目前的南北線向南延長至 Marina South 國際郵輪航站，讓旅客消費可以延伸至新加坡市中心。新加坡自 1997 年起已獲 21 個由郵輪雜誌 Dream World Cruise Destinations 頒發的獎項（如圖 2.46），而新建郵輪碼頭，將進一步鞏固新加坡作為郵輪中心的地位。

「遠洋航運諮詢公司」預測：亞洲的郵輪旅客預計在 2015 年會達到 202 萬人。這座碼頭的建造計畫完成後將吸引了一些國際郵輪公司，像是麗星郵輪(Star Cruises)、皇家加勒比海國際郵輪(Royal Caribbean International)、大利海岸郵輪(Costa Cruises)、P&O 公主郵輪(P&O Princess) 和銀海郵輪(Silversea Cruises)都選擇在新加坡作為進軍亞洲市場的據點，新加坡因此在郵輪產業的成長上，在世界及亞洲都佔有一席之地。



圖 2.45 新加坡興建中的全新國際郵輪碼頭（ICT）示意圖



圖 2.46 新加坡郵輪中心得過的獎項

新加坡郵輪中心(Singapore Cruise Centre)已於 2007 年 1 月導入最新的 RFID 乘船管理系統。該系統之正式名稱為海運旅客作業系統「(Sea Passenger terminal Operating System , SPOS)」，此系統研發及導入開啟了航運新的技術與觀念，搭乘渡輪的旅客無需經過複雜的登船手續，只需以 RFID 登船證於自動閘門掃瞄即可快速登船(Tap-N-Go)。這是亞洲首次推出的最新乘船管理系統，以內建式 RFID 標籤之登船證取代過去紙張的登船證，而 RFID 標籤可重複使用，大量減少紙張的浪費，並大幅簡化了登船手續流程，同時也使得船舶能更為準時停靠，而港口之管理也更有效率。

海運旅客作業系統是由新加坡 NEC(NEC Solution Asia Pacific , NECSAP)負責開發、建置，RFID 規格則是採用 13.56MHz 之高頻(HF)系統。NECSAP 在新加坡已有超過 30 年的歷史，且具有豐富的系統整合及智慧卡經驗，因此能獲得新加坡郵輪中心的最終選擇採用。SPOS 系統於 2006 年 1 月以 250 萬新元發包給 NECSAP，歷經一年的開發、建置，於 2007 年 1 月在新加坡最主要渡輪碼頭-區域渡輪碼頭(Regional Ferry Terminal , RFT)及丹那美拉渡輪碼頭(Tanah Merah Ferry Terminal , TMFT)啟用(如圖 2.47)。SPOS 提供了四項主要之服務：

1. 旅客服務：以 Web 網路為基礎架構開發之渡輪共用系統(Ferry Community System)提供了旅客的預約及報到功能。
2. 營運服務：開發之碼頭管理系統(Terminal Management System)提供渡輪排班、停泊管理以及碼頭內旅客動向之監控管理功能。
3. 行李服務：開發行李處理系統可以提供有效及流暢的行李處理流程(Workflows)以及全程之行李追蹤(Baggage Tracking)。
4. 基礎架構服務：共用的系統基礎架構，包括 LAN、WAN 以及 Web 存取架構，提供港口官員、渡輪經營者及作業人員處理作業之服務。

SPOS 之效益主要有下列三項：

1. 改善營運績效：以 RFID 自動閘門偵測器來進行自動登船證之驗證確認，可大幅減少人力成本並提高精確度。從報到一直到登船及行李託運都可以很流暢的進行流程管理及精確的進度掌握。

2. 改善顧客服務：由於報到、登船程式完全以自動閘門讀取驗證，旅客搭乘渡輪就如同搭乘捷運一般方便、迅速，且旅客只需於首次報到時填寫資料，日後再次搭乘時即無需填寫，只需掃描身分證件即可自動找出已登錄之相關資料。
3. 強化港口安全：由於可即時掌握港口內旅客之動向，船班旅客是否已進入出境大廳、或是否已登船都可隨時掌握，且對於行李託運之控管也與旅客登船紀錄相連結，可確保港口之人、物安全。

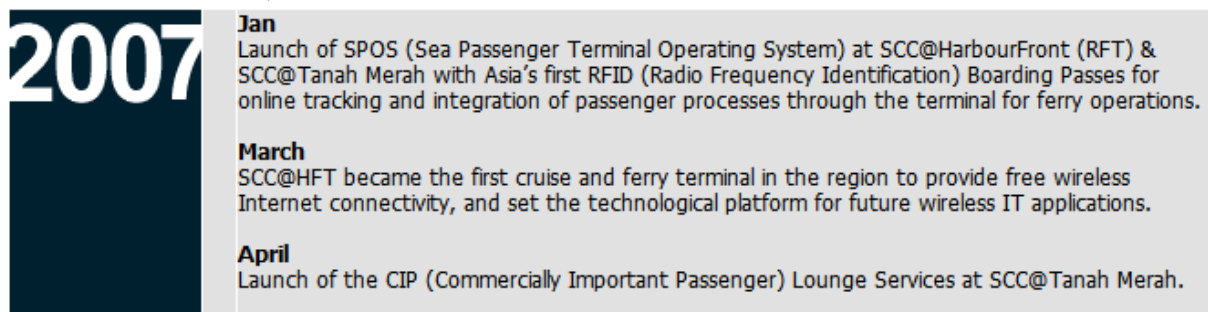


圖 2.47 新加坡乘船管理系統(RFID)

SPOS資料來源：<http://www.ussen.com.tw/index.php?f=technews&r=08&p=3>

2.2.4 亞洲主要船舶管理公司與郵輪公司經營概述

一、V.Ships & V.Ships Leisure 公司

V.Ships 集團是世界上最大的船舶管理和海洋外包服務供應商的企業，該公司成立於 1984 年，它提供服務的船隻超過 1000 輛，並管理著 24,000 名員工與船員；其中 V.Ships Leisure 是唯一的客船服務供應商，與酒店等服務相結合。以下係 Roberto Giorgi，the President of V.Ships 在研討會中針對 V.Ships & V.Ships Leisure 的特點摘要說明如下（如圖 2.48）：

V.Ships

1. 世界第 1 獨立航運管理公司。
2. 安全操作經驗得到國際認可證照。
3. 在航運產業中擁有最多的船員。
4. 在航運市場中提供廣泛的服務（包含油輪、散貨船與集裝箱船）。
5. 全球各地設立辦事處和網絡招聘服務。
6. 特別優秀在複雜的航運作業中。

7. 在這個產業中有領先價格與嚴密控制的服務品質。
8. 在這個有利機的市場中長期追蹤紀錄這些績優客戶並積極服務。
9. 辦公室-包含上海、新加坡、馬尼拉、孟買、新德里、宿霧等。

V.Ships Leisure

1. 擁有超過 200 位岸邊的員工。
2. 擁有 7,000 位船員，其中 45%服務於甲板及引擎管理方面，其餘 55%服務於飯店。
3. 服務超過 130 艘郵輪與遊艇
4. 唯一航運管理公司結合甲板，引擎與飯店管理。
5. 辦公室設置於摩納哥、邁阿密、賽普勒斯、比雷埃夫斯、南安普敦。
6. 服務包含：技術管理、飯店操作、員工管理、海運操作、貨船餐飲、新建築的監工、岸上觀光、港口代理、顧問、資產管理與租賃、能源節約等。

V.Ships

- The world's #1 independent ship manager
- Recognised experience in safe operation
- Largest seafarer pool in the industry
- Broadest service offering in the market
- Unrivalled global office and recruitment network
- Particular strength in complex vessel(s) operations
- Industry-leading cost performance and service quality control
- Long track record in niche market with a wide range of blue-chip customers
- Offices in Shanghai, Singapore, Manila, Mumbai, Delhi, Sydney, Cebu, Chandigarh, Chennai, Kochi, Kolkata.

V.Ships Leisure

- More than 200 shore-based employees
- 7,000 crew of which 45% deck & engine and 55% hotel
- Services to more than 130 between cruises vessels and yachts
- The only ship management company providing integrated deck & engine and hotel management
- Offices in Monaco, Miami, Cyprus, Philippines, Piraeus, and Southampton
- Services include:
 - Technical management
 - Hotel Operations
 - Crew management
 - Marine Operations
 - Cargo Vessel Catering
 - Manning
 - New Building Supervision
 - Shore Excursions
 - Port Agency
 - Consultancy
 - Asset management and Charter
 - Energy Saving

16/11/201

56

圖 2.48 V.Ships & V.Ships Leisure 簡介

在 1996 年 V.Ships 公司首次在新加坡設置辦公室，並開始擴展亞洲事業，其中提供服務項目包括：旅遊社、銷售總代理、招聘業務、船舶管理等，其目前服務亞洲之郵輪公司如圖 2.49 所示；另圖 2.50 為定期性航班的郵輪公司船數與季節性航班的郵輪公司船數。

COMPANY NAME	NUMBER OF VESSELS	VESSELS NAME	STANDARD	SERVICES PERFORMED	COUNTRY	YEAR OF START
HYUNDAI	3	HYUNDAI KUMGANG, HYUNDAI PONGNAI, HYUNDAI PUNGAK	3star	Start-up, Technical and Hotel Operations Management	Korea	1999
CHINA SEA CRUISES	1	CHINA SEA DISCOVERY	3 star	Start-up, Technical and Hotel Operations Management	China / Taiwan	2003
CROWN	1	CROWN	3 star	Start-up, Technical and Hotel Operations Management	China / Korea	2002
ORION EXPEDITION	2	ORION I ORION II	5 star	Technical management	Australia / Antarctica	2010

圖 2.49 V.Ships Leisure 亞洲服務概況

Permanent Companies and Vessels		Seasonal Companies and Vessels	
Costa	2	Royal Caribbean	3
Orion Expedition	2	Princess	6
P&O Cruise Australia	4	Holland America Line	4
NYK Cruises	1	Celebrity	1
Captain Cook	3	Seabourn	2
Japan Cruise Line	1	Crystal	1
Mitsui OSK	1	Ponant	2
Star Cruises	4	Oceania	2
Coral Princess	3	PDeilmann	1
		Regent	1
		Swan Hellenic	1
		Lindblad	1
		AIDA	2
		Paul Gauguin	1
		Classic International Cruises	2
		Azamara	1
		Silversea	1
		Discovery	1
		Transocean	1
		Saga	1
		North Star	1
		Hapag Lloyd	1
Total Permanent Vessels	21*	Total Seasonal Vessels	38

圖 2.50 亞洲太平洋地區郵輪公司郵輪營運數量

研討會中 V.Ships 公司總裁 Roberto Giorgi 也提到，2010 年亞洲旅客數總和已超過 100 萬人次，雖然亞洲市場發展快速但旅客數仍然偏低。因此亞洲市場發展的優勢在於產品的價值、服務品質、快速增長的經濟體（尤其是中國大陸）、人口統計（亞洲約有 40 億的人口）、船舶的多功能性、新的目的地/遊覽、良好的物流、在港口設施的發展和高投資、當地船員的可用性；而未來的發展挑戰主要有郵輪產業意識較低（郵輪產業發展較晚）、

郵輪協會還在早期階段(2011 年亞洲郵輪協會正式成立)、不發達的郵輪旅行社、當地郵輪操作 know-how 的限制、郵輪業造船的限制、較高進入郵輪產業的障礙。因此未來需要藉由市場營銷-廣告-遊說，並持續發展亞洲郵輪協會的功能性(包含當地的營運者)，以及建立更多當地的營運者提供更多全年的操作服務，並利用策略聯盟來發展郵輪產業；而未來也預測郵輪運營商將在亞洲市場定制現代豪華專用船舶，且大陸將成為地區成長的驅動者。

二、Holland America Line & Seabourn 公司

全球郵輪是旅遊產業中成長最快的部份，在 1970 年全世界約有 50 萬人參與郵輪，在 2010 年時已有超過約 1500 萬人次搭過郵輪，而郵輪產業成長可以反映在郵輪船舶旅客容量的擴張上，1980 年有 40 艘新船建立、1990 年將近 80 艘新船建立、2000~2010 年超過 100 艘新船被使用。Holland America Line 郵輪公司副總裁與 Seabourn 郵輪公司總裁 Richard Meadows 認為郵輪被吸引的原因，依據尼爾森全球調查結果顯示，大部分民眾花費的優先順序，假期費用排在生活和儲存之後，因此郵輪吸引和迎合各種年齡、興趣與人口，且一個郵輪假期有多代同堂的吸引力，並且有超過 90% 的高滿意率。Richard Meadows 同時認為郵輪產業的未來是明亮的，因為全球有 14 億嬰兒潮世代出生的人（係指二次世界大戰以後出生的），其中美國有 7,600 萬，嬰兒潮世代出生的人有較強的花費力，而且也注重休假品質，並選擇郵輪渡假，除了有龐大嬰兒潮世代出生的人口外，郵輪有全球性吸引力和迎合力，針對不同年齡層及興趣的人產生吸引，也因此郵輪保持最有價值的度假方式。亞洲對於郵輪旅客是一個吸引的旅程，因此亞洲對於 Holland America Line 和 Seabourn 仍然是重要市場的一部分，所以部署這兩個全球產品的品牌作為營運，並且已經投入巨資在客戶關係管理上，經由模擬和確認數據，可以積極營銷整個亞洲，讓營運者知道那些市場可以去觀察投資，所以預估 Holland America Line 和 Seabourn 在 2013 年仍會持續成長。

以下針對 Holland America Line 和 Seabourn 公司摘要介紹：Holland America Line 和 Seabourn 是屬於嘉年華郵輪集團（Carnival corporation & plc）的一員，即是目前全世界最大的郵輪集團，集團成員如圖 2.51 所示。

1. Holland America Line 是一間超過 138 年歷史的公司，目前擁有 15 艘郵輪數（如圖 2.52），乘客運量（下鋪床位）23,492 個，16,000 員工，部署於 7 大洲。Holland America Line 預定 2012~2013 年在亞洲開始營運 3 艘郵輪，分別為 ms Volendam、ms Amsterdam、ms Rotterdam；並且在 2012 年將提供 6 條獨特的亞洲行程 10 個班次，其中 3 個將從 2011 年開始試運；另外在 2013 年將提供 7 條獨特的亞洲行程 11 個班次（例如新的 90 天“亞洲通道”2013 年 1 月 9 日從鹿特丹離開、75 天-大亞洲與澳洲等），而新加坡及香港也是兩個重要臨時停靠的港口（兩者排名皆在世界前 25 名），其他一些長期居留的行程地點（兩天或者更多天）如林查班(Leam Chabang)、橫濱、上海、新港、巴里島。



圖 2.51 嘉年華郵輪集團（Carnival corporation & plc）成員



圖 2.52 Holland America Line 營運的郵輪

2. Seabourn 服務隊的對像是屬於金字塔頂端的旅客，目前擁有 6 艘郵輪數（如圖 2.53），服務地點六大洲 100 個國家，超過 350 個港口，郵輪旅行天數 7 到 109 天不等。得過的獎項與榮譽包括世界最好的小型郵輪航線（2011 Travel+Leisure）、最好的小型郵輪航線（2010 conde’Nast Traveler）。Seabourn 在亞洲的佈署方面認為新加坡是一個戰略位置，因為其地理條件及新的航站啟用，所以該公司以新加坡為基地，利用其 2 個轉港口和船塢來營運，營運規劃包含世界航程與定點航程，並預計在 2012~2013 年將提供多變化從新加坡連接的行程，例如新加坡-杜拜、新加坡-孟買、巴里島-雪梨等。此外 2012~2013 年 Seabourn 同時在亞洲佈署提供不同的旅程並擴展不同區域包含越南、泰國、柬埔寨、印尼等，預計佈署 3 艘郵輪，進行 8 個地區旅程其中 2 個為世界旅程，並將規劃 24 個啟程點及 30 個臨時停靠的港口。



圖 2.53 Seabourn 豪華郵輪艦隊

2.3 郵輪產業對於經濟面影響分析概述

依據日本國土資源部交通局九州地區主任 Tohru Kawaharabata 的演說，全球郵輪產業對於經濟活動是一個動態來源，藉由全球化它對於很多產業及國家提供龐大的經濟利益，其中活動包含臨時停靠港口相關服務、船塢與維修廠房、製造商與生產者提供船舶服務的供應鏈、服務旅客與船員的商店、飯店、旅遊行程等等。目前郵輪產業這個經濟活動主要是透過郵輪業協會的協助發展（全球郵輪業協會包含 CLIA(North America)、PSA(UK)、ECC(Europe) and ICCA(Australasia)），並且已經被許多國家經濟學家廣泛的評估中，其主要的評估的項目有：1.直接開支；2.產生工作機會；3.薪水與利益。

郵輪產業價值對經濟的貢獻必須包含直接與間接的經濟影響（如圖 2.54、圖 2.55），其中直接影響：係指郵輪公司的支出，包括提供遊客與船員搭乘郵輪服務的費用；而間接影響：係指其他經濟領域的消費例如提供郵輪產業與國際郵輪遊客相關商業活動、當地的郵輪產業員工得到薪水後消費等。郵輪產業有 9 項經濟影響因素說明如下，另圖 2.56~圖 2.59 表現出郵輪公司不同階段所產生的經濟活動與效益。

1.經濟價值來自三個大類

- （1）服務費與其他費用的集合。
- （2）相關收入的費用。
- （3）工資。

2.三個團體貢獻

- （1）郵輪公司與船舶。
- （2）遊客。
- （3）船員與岸邊員工。

3.三個受利的一般社會階層

- （1）政府及管理單位。
- （2）私人企業包含船廠,旅行社, 零售商等。
- （3）受雇的員工。

★ Direct vs. indirect example:

	Effect
• Cruise line purchases food supplies locally from a distributor	Direct
• That distributor operates a warehouse and employs staff to service the cruise business	Direct
• The warehouse requires utilities, maintenance, supplies, etc, which are in turn purchased by the distributor locally	Indirect
• And the distributor's employees spend their wages in the local community	Indirect

圖 2.54 直接與間接的經濟影響案例說明

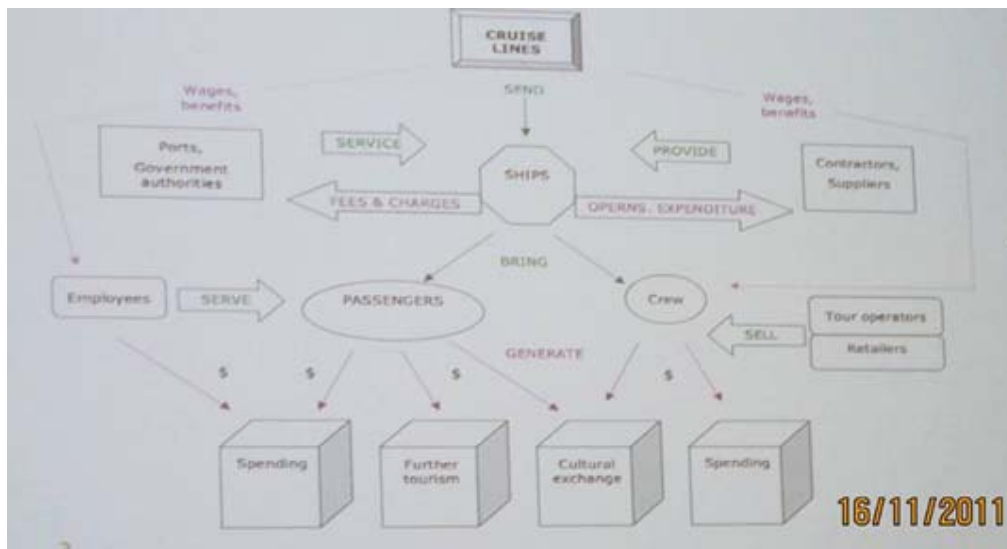


圖 2.55 郵輪產業直接經濟影響概念圖



圖 2.56 郵輪公司成立產生的經濟效益流程圖



圖 2.57 郵輪公司預備營運產生的經濟效益流程圖

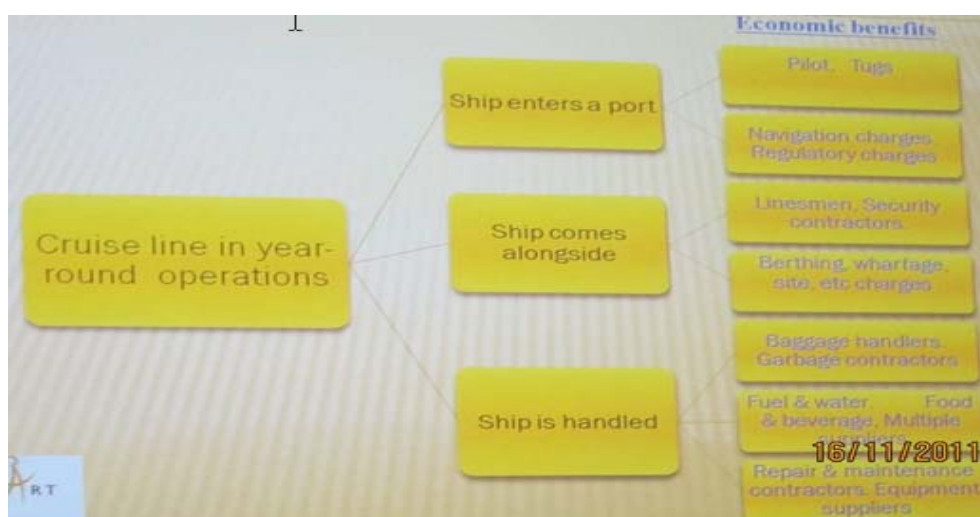


圖 2.58 郵輪公司營運產生的經濟效益流程圖

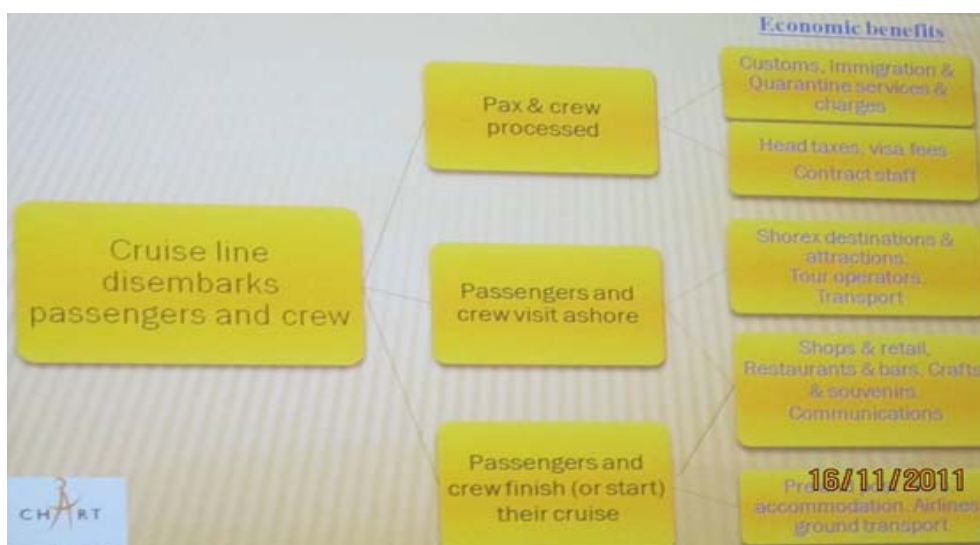


圖 2.59 乘客與船員產生的經濟效益流程圖

郵輪產業對經濟活動的效益需要用謹慎的結構方法分析（如圖 2.60），分析重點如下：1.研究該國郵輪乘客和船員的消費模式、2.遊客與船員上岸比例的數據、3.影響郵輪臨時停靠港口量的因素、4.增加郵輪公司在港口運營開支的原因、4.計算總支出、5.利用國家輸出/輸入經濟模型分析、6.得到郵輪一年期間到訪的價值。另圖 2.61~圖 2.62 為澳洲、英國及歐洲經濟影響分析結果，由資料顯示歐洲在 5 年內直接經費成長了 68%，從 84 億歐元成長到 145 億歐元，而郵輪產業就業方面成長 55%，提供將近 307,500 個工作機會（如圖 2.63）。

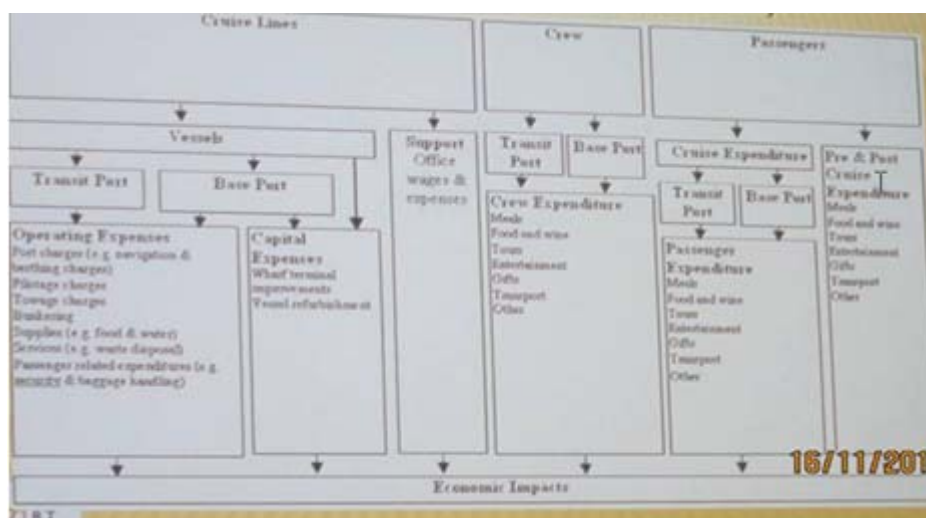


圖 2.60 郵輪產業分析方法概念圖

Australia 2010/11
Economic impact assessment report conducted annually by AEC group for Cruise Down Under

Source	\$ AU millions	Vs. 2009/10
Passengers	305.5	+ 9.7%
Crew	43.5	+ 9.6%
Cruise lines (port-related)	440.6	+20.9%
TOTAL	789.6	+15.7%

Indirect expenditure

	\$ AU millions	Vs. 2009/10
	734.0	+15.3%

Employment (Australians - FTEs)

	Jobs	Vs. 2009/10
Direct	4,332	+30.8%
Indirect	3,047	+16.1%
TOTAL	7,379	+24.3%

圖 2.61 澳洲郵輪產業效益分析結果

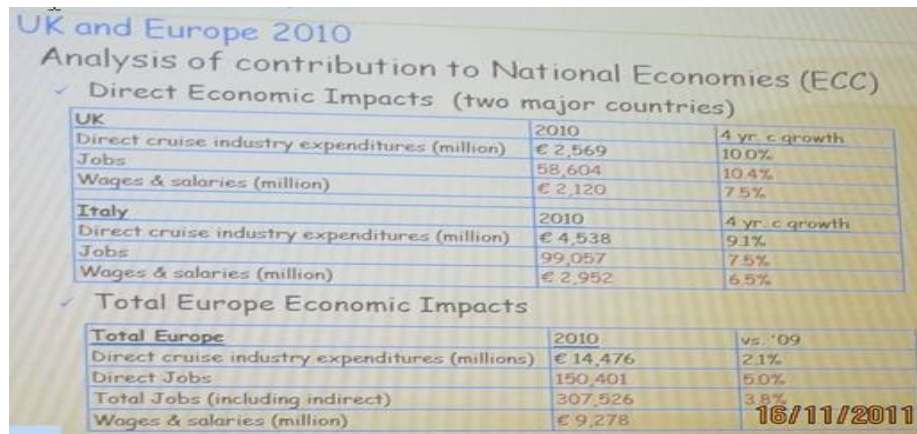


圖 2.62 英國與歐洲郵輪產業效益分析結果

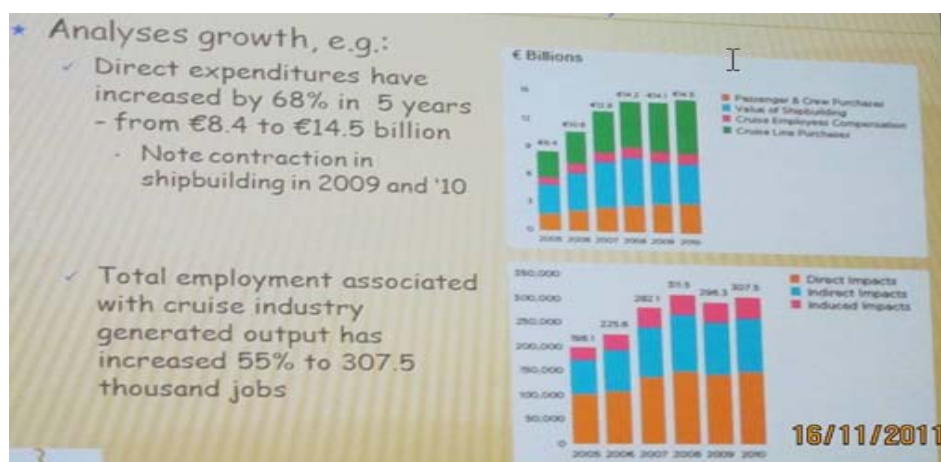


圖 2.63 歐洲郵輪產業近 5 年經濟效益分析結果

最後一個國家如何建立自身的郵輪產業的價值呢？DR. Tohru Kawaharabata 則認為有下列幾個重點，1.吸引更多的郵輪船隊的參訪、2.變成一個有價值的母港、3.與週遭國家一起發展整個地區的觀光、4.吸引更多的遊客與船員在岸邊的消費、5.刺激當地的消費市場（例如招聘當地員工、建立當地服務據點）、6.尋找機會並藉由當地的生產補給船舶、7.培養人民在接待服務及語言方面的能力、8.建立自己獨特的旅遊航線。另如何持續吸引郵輪及遊客，DR. Tohru Kawaharabata 認為有 3 個重點：

1.經由政府投資港口：

- (1) 瞭解國家自身的季節性，發展屬於獨特的旅程。
- (2) 預測郵輪班次頻率及未來容量。
- (3) 決定是否唯一使用功能碼頭，或考慮多使用功能設施。

(4) 遊客不是只來參觀碼頭，而是要來參觀港口背後所在的城市。

2.港口的費用與稅金：

(1) 瞭解郵輪公司在這個港口所需要的各種費用。

(2) 評估競爭者與自身的優劣勢。

(3) 評估對於定期航線與臨時停靠航線的吸引力。

(4) 發展一個簡單、合理、競爭的港口定價制度。

(5) 建立獎勵機制讓更多的郵輪參訪。

3.藉由國際郵輪的交流影響：

(1) 當郵輪臨時停靠時會產生更多的經濟效益。

(2) 企業及政府提供更多的吸引及服務時，將會產生更多的價值。

2.4 郵輪碼頭功能設計基本概念

郵輪碼頭功能設計理念，依 Intercruises 公司總經理 Mark Robinson 的說明，設計理念必須從使用端及需求性兩方面來思考，而港口提供的服務可分為 2 個領域，1.設施及資產：操作人員、郵輪公司和遊客可以利用的物品及環境；2.人員：藉由使用設施與資源提供服務的人。

其中設施與資產包括停車、轉乘區域（parking & transfer areas）、遮雨設施（weather protection）、提供登船設施（supplier access to ship）、殘障設施（disabled facilities）、舷梯（gangways）、安全（security）、交通（transportation）、高效率的碼頭佈置（efficient terminal layout）、員工設施（crew facilities）、標誌招牌（signage）、行李區域（luggage areas）、供油選項（bunkering option）拖船（tug boats）、報到處（check in desks）。以下針對幾個案例說明：

1. 報到處設計應考慮到旅客動線、空間大小，而轉乘區域則是必須簡單設計，並緊鄰碼頭航站及有遮雨設施（如圖 2.64 所示）。
2. 行李區域必須自動化的托運及友善介面的操作，而交通接駁則必須設置在較佳的位置，且車輛維持在好的狀態，並配合班表準點到站（如圖 2.65 所示）。
3. 標誌招牌則必須包含集合、公車、報到處、方向等一般資訊的告示（如圖 2.66 所示）。



圖 2.64 報到處及轉乘區設計案例



圖 2.65 行李區域及交通接駁設計案例



圖 2.66 標誌招牌設計案例

另人員項目包含：港口管理機構及人員服務品質的轉變，以下針對幾個案例說明（如圖 2.67）：

1.港口管理機構（port agency）：從郵輪到達與離開港口的管理

（2）港口管理機構的角色已經演變為滿足郵輪營運的需求。

例如：船員的處理、靠泊的要求等。

（3）藉由船舶的相關技術，提供客製化的服務。

例如：裝載平臺、廢物清除程序、加油、廢水處理等。

（4）藉由當地的知識提供有效率的服務-基礎設施、程序、管理局。

例如：靠泊的政策、簽證要求、移民、健康與安全檢查等程序。

2.轉變：城市與船舶無縫的旅程

(1) 郵輪航線經營團隊表示-讓遊客在行程中每一天都印象深刻。

(2) 所有的團隊都必須訓練過-強調物流及顧客服務上。

例如：個人外表、態度、語言、操作知識、處理突發狀況等。

(3) 雙品牌運作結合郵輪公司-擴展郵輪航線

例如：招牌、制服、營運組織等。

因此所有港口的團體在操作上都必須要一起合作，包含港口管理當局、碼頭航站營運者、港口機構、地勤服務、顧客與移民、當地政府、供應者、旅遊局、機場管理當局。



圖 2.67 人員相關設計案例

由圖 2.68 可知整個郵輪碼頭規劃設計流程包含了 3 個項目：1.郵輪碼頭航站設計基礎的目的、目標與遠景；2.郵輪碼頭航站是為了成為臨時停靠的港口或是成為母港；3.設計的讓營運更有效率，並成為一個目的地。以下針對部分流程說明：

1.臨時停靠的港口碼頭（如圖 2.69）：

(2) 需要達到快速通關、安全與安檢檢查的要求。

(3) 滿足交通運輸的需求（長途客運巴士、觀光計程車的接駁）。

2.母港碼頭（如圖 2.70）：

(1) 在旅客報到時，強調空間的配置與運轉效率。

(2) 上船與下船時，行李方便的移動。

(3) 擁有更多的空間給長途客運巴士及一般汽車。

(4) 可擴展性的船舶停靠選擇。

(5) 有額外的停泊位置供臨時停靠的郵輪，例如無世界郵輪停靠時，可以優先指定給母港其他船舶停靠。

3.讓碼頭航站更具有營運效率（如圖 2.71）：

(1) 流暢與效率的通關、登船、下船流程。

(2) 安全與安檢作業更為便利。

(3) 更接近當地的景點。

(4) 提供 24 小時的接待服務。

4.成為目的地的碼頭航站（如圖 2.72）：

(1) 設計成具有指標性及特殊性的建築。

(2) 產生乘數旅遊經濟效益。

(3) 目的地的推廣宣傳（如新加坡）。

(4) 完善的前端的服務（零售商、客運設施、客運服務導向）。

(5) 完整的後端服務（員工設施、船舶需求）。

(6) 提高生產效率與達到國際標準。



圖 2.68 郵輪碼頭設計流程圖



圖 2.69 臨時停靠碼頭航站的需求



圖 2.70 母港航站的需求



圖 2.71 讓碼頭航站更具有營運效率



圖 2.72 成為目的地的碼頭航站

第三章 亞洲郵輪產業展覽內容

郵輪風潮吹向東方的亞洲，因此近年亞洲郵輪市場前景看好，2011 亞洲郵輪展覽會（Cruise Shipping Asia 2011）11 月 16 日至 18 日一連 3 天在新加坡展開，展覽場位於金沙會議展覽中心(Sands Expo and Convention Center, Singapore，如圖 3.1、圖 3.2、圖 3.3)，展覽主題為「通向明日市場」，其中參展的旅遊組織，包含新加坡旅遊局、日本國家旅遊局，韓國旅遊組織，馬來西亞旅遊局，菲律賓旅遊局、印度尼西亞文化旅遊部，以及國際主要郵輪公司等等，共有約 30 多個參展單位。同時也吸引了亞洲各國城市觀光、旅遊行銷單位、郵輪公司、旅行業者、港口服務單位、郵輪建造/設計/管理維護、飯店管理服務、郵輪客服等業者共同參與本次展覽會，為亞洲新興起之郵輪旅遊市場帶來前所未有的交流平臺，提供學習並創造商機。

UBM Live 副總裁 Michael Kazakoff 先生表示：亞洲是目前全球最繁榮的郵輪業客源市場，他相信新加坡能與在邁阿密舉行的 Cruise Shipping Miami 一樣取得成功。Michael Kazakoff 先生同時表示：北美洲及歐洲市場在不久之前也遇到相似的挑戰，但通過投資建設各種設施以及有效的市場推廣活動，將帶動全球郵輪產業的業務欣欣向榮，因此亞洲的郵輪產業也預估將會有相同的發展。Michael Kazakoff 續稱：2012 年將會有 22 艘新郵輪啟航，郵輪公司正尋找新市場來吸收這 17.4%的增長-51,306 個停泊處，而全世界也正注視著亞洲這個未被發掘的資源。

亞洲鄰近國家如新加坡、日本、韓國、菲律賓等展攤皆以觀光結合郵輪產業為訴求，在亞洲郵輪航線有所佈局之郵輪公司，包括皇家加勒比遊輪、歌詩達郵輪、麗星郵輪等均在現場設有展攤；另國際郵輪船廠也有在本次展覽中參展（如圖3.5~圖3.12）。



圖 3.1 金沙會議展覽中心



圖 3.2 亞洲郵輪大會報到處



圖 3.3 亞洲郵輪大會開幕儀式



圖 3.4 亞洲郵輪展覽會場



圖 3.5 新加坡郵輪相關資訊展覽 (1)



圖 3.6 新加坡郵輪相關資訊展覽 (2)



圖 3.7 新加坡郵輪相關資訊展覽 (3)



圖 3.8 菲律賓郵輪資訊展覽



圖 3.9 日本郵輪相關資訊展覽



圖 3.10 韓國郵輪相關資訊展覽 (1)



圖 3.11 韓國郵輪相關資訊展覽 (2)



圖 3.12 國際郵輪船廠 (Sembawang) 資訊展覽

本次展覽會場中，臺北市政府觀光傳播局也組團參展（如圖3.13），在會中展現臺北市觀光形象及介紹景點，且邀集旅遊業者共同行銷，希望進一步能創造郵輪市場商機。並以「臺北·一遊未盡」為主題，提供國際郵輪業者相關岸上行程包裝資訊。臺北市政府觀光傳播局也表示鑑於亞洲發展郵輪旅遊市場的高度成長潛力，希冀以臺北市有位於亞洲樞紐地理位置的優勢，郵輪停靠基隆港後，30分鐘就可以到達臺北市區，希望藉由臺北市便捷的交通並憑藉多樣貌的觀光資源及享譽國際的友善城市魅力，全力形塑亞洲首選優質岸上旅遊城市，把臺北市推向全世界。臺北市把創意行銷活力帶到新加坡，還規劃時間分別進行不同活動（如圖3.14），並特別請來4名模特兒宣傳，分別代表「現代摩登」、「休閒遊憩」、「人文藝術」及「古蹟建築」等，另在現場搖製作珍珠奶茶外並分送鳳梨酥，在向來比較一板一眼的星國展覽中，特別吸引眾人眼光。

臺北市政府觀光傳播局表示在這次的展會中，專門規劃獎勵旅遊及船舶旅遊會議的業者也積極參與，主要著眼於郵輪市場中的獎勵旅遊亦是未來的發展商機；在兩岸三地郵輪市場有機會成為全球第六活躍區域的契機下，發展企業獎勵旅遊活動或大型會議項目，將是臺北市的藍海策略，因此觀傳局也在展場提供會展相關獎勵資料予業者參考，期望透過誘因，爭取獎勵旅遊以包船的方式到臺北辦理，更希望透過亞洲郵輪觀光市場的產質效益，拓展臺北市觀光旅遊產業商機。



圖 3.13 臺北市政府觀光傳播局參展資訊



圖 3.14 臺北市政府展覽活動時間表

第四章 交通建設及大眾運輸考察

4.1 新加坡簡介

新加坡共和國是東南亞的一個島國，也是一個城市國家，面積約 700 平方公里。該國位於馬來半島南端，毗鄰馬六甲海峽南口，其南面有新加坡海峽與印尼相隔，北面有柔佛海峽與馬來西亞相隔，並以長堤相連於新馬兩岸之間，新加坡的國土除了本島之外，還包括周圍數島；另新加坡在城市綠化和保潔方面效果顯著，故有「花園城市」的美稱。

1819 年 2 月 6 日，在英國東印度公司史丹福·萊佛士爵士的領導下，英國正式在新加坡海岸創建了貿易中轉站。不久之後，由萊佛士爵士建立起來的自由貿易港口吸引到來自亞洲、歐洲甚至中東的商人紛至沓來，在 5 年之間，本地人口由 150 人迅速增長至 10,000 人，經萊佛士努力，逐漸發展成繁榮的轉口港。由於地理位置特殊，新加坡在二次世界大戰以前一直是大英帝國在東南亞最重要的據點，在 1942 年至 1945 年間，新加坡曾被日本佔據三年半之久，其後回歸英國管轄。新加坡在 1965 年獨立，獨立前新加坡已是東亞第三最富裕的國家，只在日本和香港之後，獨立後新加坡經濟迅速成長，使之逐漸發展成為新興的已開發國家，並因此被譽為「亞洲四小龍」之一。新加坡人均 GDP 在 2009 年超越香港、韓國及台灣，根據人均國內生產總值（購買力平價）計算，新加坡是全球第 4 最富有的國家，另根據人均國內生產總值數據計算，新加坡是全球第 20 最富有的國家。在重工業方面，主要包括了區內最大的煉油中心、化工、造船、電子和機械等，擁有著名的 Jurong 工業區；新加坡也是亞洲最重要的金融、服務和航運中心之一；它是全球第三大金融中心，只排在倫敦和紐約之後，另新加坡港口是世界最繁忙之一，世界銀行也把新加坡稱為首屈一指地運輸國家。

新加坡是個多元種族的移民國家，也是全球最國際化的國家之一。根據新加坡政府 2010 年統計數據，目前新加坡常住人口已超過 500 萬人，其中 377 萬人屬於本國公民或永久居民（總稱「本地居民」），其餘約 131 萬

是非居民。在本地居民中，新加坡華人佔 75.2%，馬來人佔 13.6%，印度裔（以淡米爾人居多）佔 8.8%，而歐亞混血人口和其他族群則佔 2.4%。

新加坡是個多語言的國家。其官方語言包括英語、華語、馬來語。基於歷史淵源，新加坡憲法明定：馬來語為「新加坡的國語」，但這只是為了崇拜歷史，實際上 85% 的新加坡人不會講馬來語。自獨立以來，新加坡一直採用英語為該國境內的主要通行語言，並定位其作「第一語言」。政府機構與社群之間通用的語言是英語，學校也以英語為主要的教學用語，新加坡曾經受英國殖民統治，因此新加坡的英語大多以英國英語做為標準。新加坡是一個多元民族、多元文化的移民社會，也因此彙集了世界上多種宗教，當中包括-佛教：新加坡第一大宗教，約佔人口的 42.5%，信徒基本為華人；伊斯蘭教：具有馬來或巴基斯坦血統的人民基本都是穆斯林，另外也有部分印度血統的穆斯林。基督新教與天主教：10 歲以上信徒 36.4 萬人（佔 14.6%）；道教：占人口的 8.5%，信徒基本上為華人；印度教：有教徒 8 萬多人，基本上是印度裔。相對以上主要宗教而言，其他宗教人數較少，合計只有 1.1 萬餘人。

4.2 新加坡大眾運輸系統

新加坡的交通是非常的便利，擁有完整的大眾運輸系統，包括連貫的地鐵路網（MRT & LRT）及班次密集的公車路線；另也有數量龐大的計程車。新加坡地鐵目前主要有 4 條路線正在營運，包括東西線、南北線、東北線及環線（如圖 4.1），分述如下：

1. 新加坡地鐵東西線：

東西線(East-West Line)是由SMRT地鐵有限公司(SMRT Trains Ltd)營運的路線，由巴西立(Pasir Ris)至裕群(Joo Koon)，並于丹那美拉(Tanah Merah)設機場鐵路支線，經過博覽站(Expo)往來於樟宜機場站(Changi Airport)。

2. 新加坡地鐵南北線：

南北線(North-South Line)是由SMRT地鐵有限公司(SMRT Trains Ltd)營運的路線，由濱海灣(Marina Bay)至裕廊東(Jurong East)。另在蔡厝港站(Choa Chu Kang)接駁武吉班讓(Bukit Panjang)區域無人駕駛輕軌系統。

3.新加坡地鐵東北線

東北線(North-East Line)為新捷運(SBS Transit)營運的路線，由港灣(HarbourFront)至榜鵝(Punggol)，為無人駕駛的重型地鐵路線。另在盛港站(Sengkang)及榜鵝站(Punggol)接駁新捷運營運的區域無人駕駛輕軌系統。

4.新加坡地鐵環線

環線(Circle Line)是由 SMRT 地鐵有限公司(SMRT Trains Ltd)營運的路線，共 29 個車站。

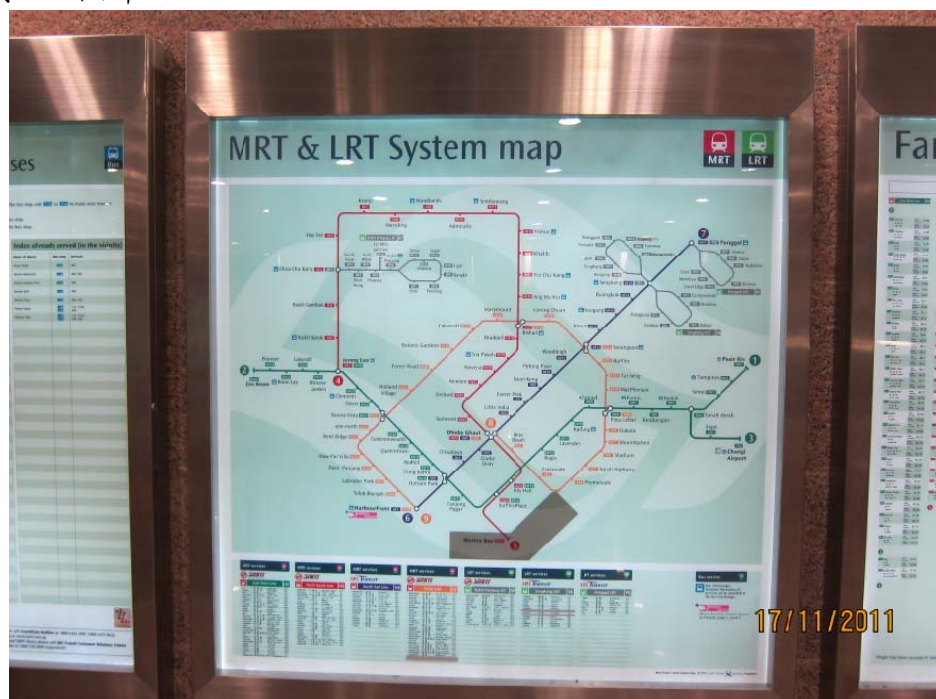


圖 4.1 新加坡地鐵路線圖

大眾捷運系統(MTR & LRT)是新加坡最快捷的交通工具，大眾捷運系統在市區內有許多的停靠站，並且通往數個觀光景點。本次會議位於金沙會議展覽中心，搭乘南北線捷運在 Marina Bay 站下車，走路約 5~10 分鐘即可到達會議地點，相當方便；另新加坡大眾捷運系統從早晨 6 點開始服務至深夜，班次因時間段不同而異，從尖峰時刻 3 分鐘到離峰時刻 8 分鐘

不等。新加坡捷運系統收費是按里程計費（如圖 4.2），自動售票機操作方式與臺灣相類似但是只有英文介面（如圖 4.3、圖 4.4 所示），所以購買車票時，須先查看票價表，然後再依表上之金額，到自動售票機上購票，此票大小有如電話卡一般；另購買單程普通票必須在售票機購買，每次購買時均須付車票押金 1 新元(約臺幣 23 元)，須於到站後出關去售票機操作退回押金，或也可於 30 天內在任意售票機退回押金，這是比臺灣捷運單程票卡較為不便的地方（臺北及高雄捷運無需付押金）。其捷運票可分單程普通票、易通卡儲值票、還有超值一日票或三日票也與臺北捷運售票型式相似。

A photograph of a large, illuminated fare table for the Singapore MRT. The table is titled 'Fares' and 'Tambang' (車資). It lists various fare types and their corresponding amounts in Singapore dollars. The table is organized into columns for different fare types and rows for different fare amounts. A date stamp '17/11/2011' is visible in the bottom right corner of the image.

Fare Type	Fare Amount (S\$)
Single Journey Ticket (SJT)	1.00
Single Journey Ticket (SJT)	1.50
Single Journey Ticket (SJT)	2.00
Single Journey Ticket (SJT)	2.50
Single Journey Ticket (SJT)	3.00
Single Journey Ticket (SJT)	3.50
Single Journey Ticket (SJT)	4.00
Single Journey Ticket (SJT)	4.50
Single Journey Ticket (SJT)	5.00
Single Journey Ticket (SJT)	5.50
Single Journey Ticket (SJT)	6.00
Single Journey Ticket (SJT)	6.50
Single Journey Ticket (SJT)	7.00
Single Journey Ticket (SJT)	7.50
Single Journey Ticket (SJT)	8.00
Single Journey Ticket (SJT)	8.50
Single Journey Ticket (SJT)	9.00
Single Journey Ticket (SJT)	9.50
Single Journey Ticket (SJT)	10.00
Single Journey Ticket (SJT)	10.50
Single Journey Ticket (SJT)	11.00
Single Journey Ticket (SJT)	11.50
Single Journey Ticket (SJT)	12.00
Single Journey Ticket (SJT)	12.50
Single Journey Ticket (SJT)	13.00
Single Journey Ticket (SJT)	13.50
Single Journey Ticket (SJT)	14.00
Single Journey Ticket (SJT)	14.50
Single Journey Ticket (SJT)	15.00
Single Journey Ticket (SJT)	15.50
Single Journey Ticket (SJT)	16.00
Single Journey Ticket (SJT)	16.50
Single Journey Ticket (SJT)	17.00
Single Journey Ticket (SJT)	17.50
Single Journey Ticket (SJT)	18.00
Single Journey Ticket (SJT)	18.50
Single Journey Ticket (SJT)	19.00
Single Journey Ticket (SJT)	19.50
Single Journey Ticket (SJT)	20.00
Single Journey Ticket (SJT)	20.50
Single Journey Ticket (SJT)	21.00
Single Journey Ticket (SJT)	21.50
Single Journey Ticket (SJT)	22.00
Single Journey Ticket (SJT)	22.50
Single Journey Ticket (SJT)	23.00
Single Journey Ticket (SJT)	23.50
Single Journey Ticket (SJT)	24.00
Single Journey Ticket (SJT)	24.50
Single Journey Ticket (SJT)	25.00
Single Journey Ticket (SJT)	25.50
Single Journey Ticket (SJT)	26.00
Single Journey Ticket (SJT)	26.50
Single Journey Ticket (SJT)	27.00
Single Journey Ticket (SJT)	27.50
Single Journey Ticket (SJT)	28.00
Single Journey Ticket (SJT)	28.50
Single Journey Ticket (SJT)	29.00
Single Journey Ticket (SJT)	29.50
Single Journey Ticket (SJT)	30.00
Single Journey Ticket (SJT)	30.50
Single Journey Ticket (SJT)	31.00
Single Journey Ticket (SJT)	31.50
Single Journey Ticket (SJT)	32.00
Single Journey Ticket (SJT)	32.50
Single Journey Ticket (SJT)	33.00
Single Journey Ticket (SJT)	33.50
Single Journey Ticket (SJT)	34.00
Single Journey Ticket (SJT)	34.50
Single Journey Ticket (SJT)	35.00
Single Journey Ticket (SJT)	35.50
Single Journey Ticket (SJT)	36.00
Single Journey Ticket (SJT)	36.50
Single Journey Ticket (SJT)	37.00
Single Journey Ticket (SJT)	37.50
Single Journey Ticket (SJT)	38.00
Single Journey Ticket (SJT)	38.50
Single Journey Ticket (SJT)	39.00
Single Journey Ticket (SJT)	39.50
Single Journey Ticket (SJT)	40.00
Single Journey Ticket (SJT)	40.50
Single Journey Ticket (SJT)	41.00
Single Journey Ticket (SJT)	41.50
Single Journey Ticket (SJT)	42.00
Single Journey Ticket (SJT)	42.50
Single Journey Ticket (SJT)	43.00
Single Journey Ticket (SJT)	43.50
Single Journey Ticket (SJT)	44.00
Single Journey Ticket (SJT)	44.50
Single Journey Ticket (SJT)	45.00
Single Journey Ticket (SJT)	45.50
Single Journey Ticket (SJT)	46.00
Single Journey Ticket (SJT)	46.50
Single Journey Ticket (SJT)	47.00
Single Journey Ticket (SJT)	47.50
Single Journey Ticket (SJT)	48.00
Single Journey Ticket (SJT)	48.50
Single Journey Ticket (SJT)	49.00
Single Journey Ticket (SJT)	49.50
Single Journey Ticket (SJT)	50.00
Single Journey Ticket (SJT)	50.50
Single Journey Ticket (SJT)	51.00
Single Journey Ticket (SJT)	51.50
Single Journey Ticket (SJT)	52.00
Single Journey Ticket (SJT)	52.50
Single Journey Ticket (SJT)	53.00
Single Journey Ticket (SJT)	53.50
Single Journey Ticket (SJT)	54.00
Single Journey Ticket (SJT)	54.50
Single Journey Ticket (SJT)	55.00
Single Journey Ticket (SJT)	55.50
Single Journey Ticket (SJT)	56.00
Single Journey Ticket (SJT)	56.50
Single Journey Ticket (SJT)	57.00
Single Journey Ticket (SJT)	57.50
Single Journey Ticket (SJT)	58.00
Single Journey Ticket (SJT)	58.50
Single Journey Ticket (SJT)	59.00
Single Journey Ticket (SJT)	59.50
Single Journey Ticket (SJT)	60.00
Single Journey Ticket (SJT)	60.50
Single Journey Ticket (SJT)	61.00
Single Journey Ticket (SJT)	61.50
Single Journey Ticket (SJT)	62.00
Single Journey Ticket (SJT)	62.50
Single Journey Ticket (SJT)	63.00
Single Journey Ticket (SJT)	63.50
Single Journey Ticket (SJT)	64.00
Single Journey Ticket (SJT)	64.50
Single Journey Ticket (SJT)	65.00
Single Journey Ticket (SJT)	65.50
Single Journey Ticket (SJT)	66.00
Single Journey Ticket (SJT)	66.50
Single Journey Ticket (SJT)	67.00
Single Journey Ticket (SJT)	67.50
Single Journey Ticket (SJT)	68.00
Single Journey Ticket (SJT)	68.50
Single Journey Ticket (SJT)	69.00
Single Journey Ticket (SJT)	69.50
Single Journey Ticket (SJT)	70.00
Single Journey Ticket (SJT)	70.50
Single Journey Ticket (SJT)	71.00
Single Journey Ticket (SJT)	71.50
Single Journey Ticket (SJT)	72.00
Single Journey Ticket (SJT)	72.50
Single Journey Ticket (SJT)	73.00
Single Journey Ticket (SJT)	73.50
Single Journey Ticket (SJT)	74.00
Single Journey Ticket (SJT)	74.50
Single Journey Ticket (SJT)	75.00
Single Journey Ticket (SJT)	75.50
Single Journey Ticket (SJT)	76.00
Single Journey Ticket (SJT)	76.50
Single Journey Ticket (SJT)	77.00
Single Journey Ticket (SJT)	77.50
Single Journey Ticket (SJT)	78.00
Single Journey Ticket (SJT)	78.50
Single Journey Ticket (SJT)	79.00
Single Journey Ticket (SJT)	79.50
Single Journey Ticket (SJT)	80.00
Single Journey Ticket (SJT)	80.50
Single Journey Ticket (SJT)	81.00
Single Journey Ticket (SJT)	81.50
Single Journey Ticket (SJT)	82.00
Single Journey Ticket (SJT)	82.50
Single Journey Ticket (SJT)	83.00
Single Journey Ticket (SJT)	83.50
Single Journey Ticket (SJT)	84.00
Single Journey Ticket (SJT)	84.50
Single Journey Ticket (SJT)	85.00
Single Journey Ticket (SJT)	85.50
Single Journey Ticket (SJT)	86.00
Single Journey Ticket (SJT)	86.50
Single Journey Ticket (SJT)	87.00
Single Journey Ticket (SJT)	87.50
Single Journey Ticket (SJT)	88.00
Single Journey Ticket (SJT)	88.50
Single Journey Ticket (SJT)	89.00
Single Journey Ticket (SJT)	89.50
Single Journey Ticket (SJT)	90.00
Single Journey Ticket (SJT)	90.50
Single Journey Ticket (SJT)	91.00
Single Journey Ticket (SJT)	91.50
Single Journey Ticket (SJT)	92.00
Single Journey Ticket (SJT)	92.50
Single Journey Ticket (SJT)	93.00
Single Journey Ticket (SJT)	93.50
Single Journey Ticket (SJT)	94.00
Single Journey Ticket (SJT)	94.50
Single Journey Ticket (SJT)	95.00
Single Journey Ticket (SJT)	95.50
Single Journey Ticket (SJT)	96.00
Single Journey Ticket (SJT)	96.50
Single Journey Ticket (SJT)	97.00
Single Journey Ticket (SJT)	97.50
Single Journey Ticket (SJT)	98.00
Single Journey Ticket (SJT)	98.50
Single Journey Ticket (SJT)	99.00
Single Journey Ticket (SJT)	99.50
Single Journey Ticket (SJT)	100.00

圖 4.2 新加坡地鐵費率表

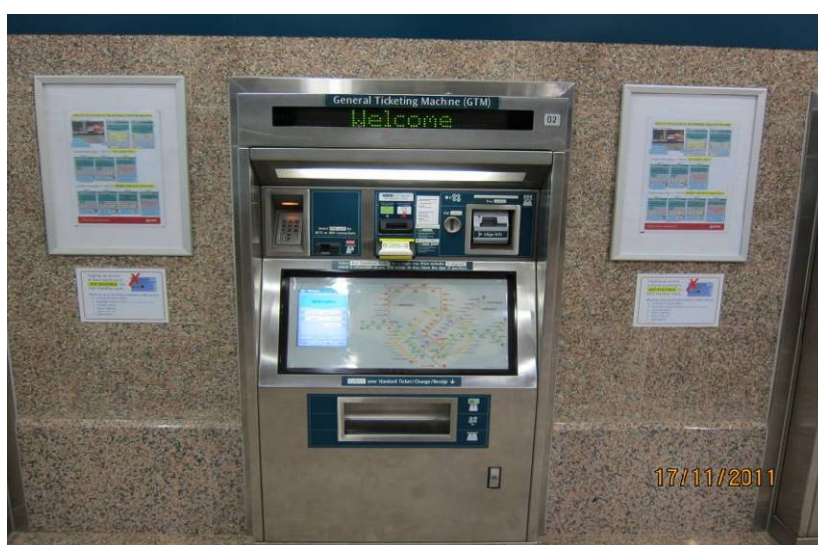


圖 4.3 新加坡地鐵自動售票機

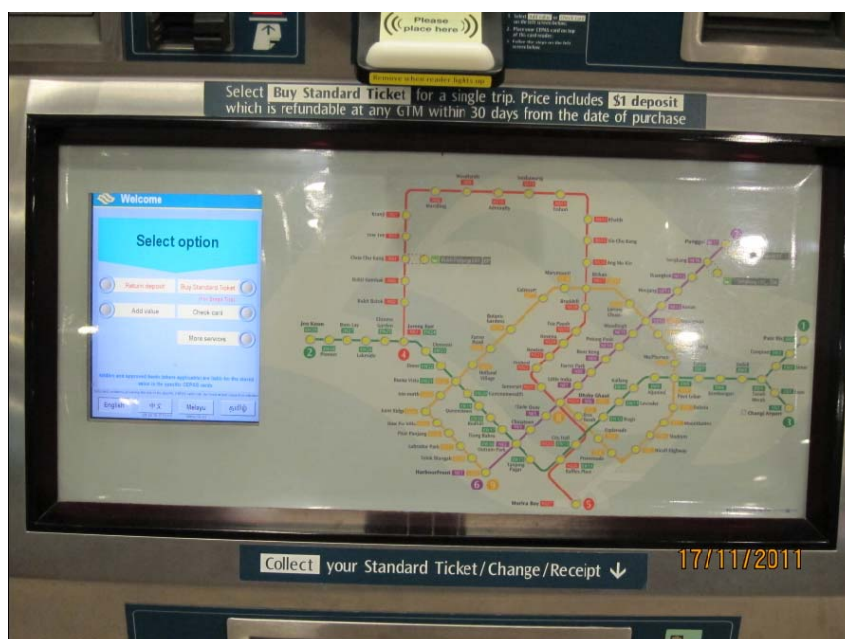


圖 4.4 新加坡地鐵售票機操作畫面

新加坡公車的種類分為冷氣車及普通車（車輛較少）兩種，有些普通車為雙層巴士，路線多達百多條，行走新加坡全島各地，方便且便宜，車資依路程長短計算。在新加坡境內公車客運公司有好幾家，一般而言，最常搭乘的是 SBS(Singapore Bus Service)以及 TIBS-(Trans Island Bus Service) 兩家。新加坡的公車都是採取上車付錢取票制，就是付了錢後，票會從司機後方出來，此時務必記得取票，以防隨時查票；另外車上不找零，乘客需自備零錢。

根據最近的統計，新加坡目前有 4 家計程車行，擁有超過約 15,000 的計程車行駛新加坡全島各地，所有計程車都以里程表計費，起跳的 1.5 公里為 2.40 新元，每行駛 240 公尺增加 0.1 新元。絕大多數大型購物中心和酒店外均有標示 Taxis 站。除了里程表所示金額外，若尖峰時間進入繁忙路段，將會額外收費；午夜 12 點至 6 點清晨時分，會收取車資的 50% 作為附加費，在樟宜機場內則多收 3 新元，另外針對特定情況也會增加費用，所以搭乘一趟同里程的費用跟臺灣比起來還是較貴的。

第五章 心得與建議

3.1 心得

本次出國是相當難得的經驗，可以藉由國際研討會與郵輪展覽了解亞洲各國郵輪產業發展狀況，並與國內各港郵輪發展現況作比較，相關心得整理如下：

1.基隆港郵輪發展現況

亞洲郵輪碼頭協會（Asia Cruise Terminal Association, ACTA）已於 2011 年 11 月 15 日在新加坡宣布正式成立，基隆港為 7 個創始港口成員之一，11 月 15 日當天基隆港務局由該局棧埠管理處處長盧展猷率所屬旅客服務所主任鄭錦州代表基港局與會並加入該協會。基隆港過去 5 年旅遊人次大幅增加，已從 95 年的 11 萬多次，預估至 100 年底將可超過 45 萬人次，成長幅度將近 4 倍，並預定於 105 年完成興建新海港大樓，可以因應未來兩岸海運旅客量成長需要。另基隆港務局 101 年配合航港體制轉變，未來以公司化的嶄新面貌為航商提供服務，並將基隆港內港區發展規劃結合基隆市政府環港商圈計畫，朝休閒觀光人流轉型，將貨運集中於外港發展，朝「內客外貨」客貨雙軸心發展，港市共榮，並期望為臺灣提升觀光產業能力。

2.高雄港郵輪發展現況

高雄港 99 年共計有國際航線 15 艘次郵輪停靠，並載運了 27,295 人次，郵輪旅客人數比 98 年增加了 5.7 倍，比 97 年更增加了 54 倍，在高雄地區更創造了 2 億多元的經濟效益，另根據高雄港務局的資料，100 年 1 到 11 月國際航線進、出港人數合計為 24,348 人次，因此高雄港近幾年來在郵輪經濟產業發展也有相當進展。

為把高雄港打造成為兼具觀光功能的綜合性國際商港，高雄港務局準備在 18 號碼頭後方，興建旅客營運中心，預計 101 年展開施工，在 103 年正式開始營運。該中心座落於高雄港苓雅商港區 18 至 21 號碼頭後方，占地約 2.46 公頃，工程內容包括船舶交管中心、辦公空間、國際會議廳，

登船廊道，旅客出入場地，聯合服務櫃台，以及其他服務空間等，合計樓地板面積約 5.35 萬平方公尺，工程完工後，配合現有號碼頭長度 726 公尺、水深 10.5 公尺，將可提供同時停泊 2 艘國際級的觀光郵輪靠泊；同時可滿足瑪莉女王 2 號（Queen Mary 2，15 萬噸）滿載吃水深 10 公尺的停靠要求。

3.綜合心得

由本次研討會中可以知道過去全球郵輪市場主要聚集在美洲周邊海域、阿拉斯加、加勒比海、地中海等區域，但近幾年來隨著亞洲區域經濟日益成長，郵輪發展重心有逐步移轉至亞洲各港口，尤其大陸經濟崛起後，未來中產階級人數也將快速倍增，因此更是各國郵輪公司急欲搶進的市場，所以亞洲郵輪市場近幾年來越來越受到國際郵輪公司的重視，紛紛派遣船隊到亞洲區域試點營運，甚至以母港方式操作（如新加坡）。而在兩岸開放三通後，郵輪也是繼航空直航外，另一個受矚目的產業；郵輪產業所造成的經濟效益實際上相當的廣泛且龐大，以郵輪為核心，包括了郵輪港口相關服務、後勤支援（例如飲水、燃料、補給等）、交通、遊覽、觀光、餐飲、購物、保險等行業，有直接及間接的效益與相關產業的經濟效益；以美國為例，2010 年郵輪產業相關經濟效益就高達 380 億美元，而預估未來經濟效益將持續的成長。

長期以來，我國各港口多以發展貨運為主，港口設施雖較不適合發展郵輪旅遊，但郵輪市場已成為各國兵家必爭之地，且郵輪大型化已成為市場發展趨勢，如海洋綠洲號（Oasis of the Seas）載客量最高可達到 6,400 人，未來將進一步有可載客 8,000 人以上的超級巨大郵輪現身，因此在郵輪大型化、服務專業化及行程多樣化之趨勢下，如何同時爭取旅運量及提高服務品質是發展郵輪產業重要課題。臺灣位於東亞航線上必經之地，擁有豐富的人文地理資源及港口條件佳，為優良深水港，具有成為國際郵輪公司定期航線停留發展之潛力，然而良好的郵輪市場環境須有完整發展策略，逐步建立起舒適友善的軟、硬體服務設施及提高國內觀光品質，並積極參加國際展覽加強促銷臺灣自然風光及人文特色，

讓臺灣更具有國際魅力，以吸引更多的郵輪旅客的參訪，使臺灣成為國際郵輪的主要旅遊目的地之一。

至於臺灣目前是否適合發展為郵輪母港，從幾項的數據可以得知還有其差距，世界第一的郵輪母港美國佛羅里達州邁阿密港，目前為 15 個國際郵輪公司的總部，每年出入境旅客約有 490 萬人次；歐洲郵輪母港西班牙巴塞隆那，每年的出入境旅客也將近 300 萬人次；而位於亞洲的新加坡國際郵輪旅客數每年也達到 100 萬人次以上，一年的整體郵輪旅客數更超過 600 萬人次（包括國內外郵輪及渡輪人數）。相較之下，國內基隆港郵輪人數 100 年約 45 萬人次（包含國際及過內航線），高雄港 100 年國際航線郵輪旅客數也只有約 2 萬多人，可以知道要達到郵輪母港還有一大段路要走，比起真正的國際郵輪母港，我國的港口城市還只是起步階段。因此在未達到郵輪母港（Homeport）目標之前，建議可以先以停靠港（Port of the call）為階段性目標積極進行，以增加國際郵輪停靠次數及旅客量為重點（即為創量）；而增加郵輪及旅客停靠量必須了解到郵輪旅客停靠不是只參訪港口而已，重視的是它背後城市景點特色，因此應結合中央與地方政府有效人力及物力開拓更多觀光景點，有效整合臺灣整體觀光資源，建立郵輪觀光整體行銷體系，可以藉由多參與國際郵輪相關展覽或其他旅遊活動藉以推銷臺灣，並強化與歐美等主要國際郵輪公司合作與交流，在國內建立長期的業務戰略合作，提供郵輪來臺停靠之優惠措施（如取消入港靠岸之費用等），集中打造綜合性的「郵輪港口城市」，如此一來可吸引更多國際郵輪遊客，也可以累積郵輪旅遊營運經驗；後續並以郵輪港口為發展核心，著力完善周邊各項服務設施，包含交通設施、酒店、商場等，成為一完整度假區。

3.2 建議

1.積極改善碼頭航站基礎設施，以提供友善的使用環境

亞洲地區已成為國際郵輪公司主要經營的市場之一，因此亞洲各國

為了爭取吸引更多的郵輪旅客，針對各主要港口進行改建或新建工程，其中包含印尼、新加坡、香港、中國大陸等主要港口都投入大量資金快速建設。雖然近年來來台的郵輪旅客數大幅成長，但因為我國各港口多年來以發展貨運為主，忽視了郵輪旅客的需求，造成基礎嚴重不足，因此為了吸引更多及更大的國際郵輪停靠，須積極改善硬體相關設施，其中包含郵輪碼頭、客運服務設施等，以提供郵輪旅客友善及舒適的環境，才能趕上亞洲各國郵輪發展的進度，並在亞洲郵輪市場占有一席之地。

2.積極參與國際郵輪相關協會與會議，經由國際行銷提高能見度

參加協會可以讓區域間會員在港口發展、營運和管理上相互協調合作，並增進會員對郵輪碼頭國際化的認識，以強化亞洲郵輪產業等級達到一個國際接受的標準。而參與相關專業研討活動會議可以建立溝通之平台，達到資訊相互交流的效果，透過溝通可以了解郵輪公司開闢航線的決策思考，並提高我國港口的能見度及提升國際地位，同時掌握亞洲地區郵輪產業經貿、營運等最新趨勢，有利於港口業務推展。

3.強化服務效率與品質，提升郵輪接待競爭力

郵輪發展除了硬體的建設需能符合國際標準外，更需要軟體的改變，從郵輪到達與離開港口的管理階段皆包含在內，包括提供快速便利的通關與安檢，並注意個人外表、語言、處理突發狀況等。同時應改變服務心態，達到「服務不再只是滿意而已，更是要能讓人感動」，以吸引更多的旅客，並吸引國際郵輪公司開闢臺灣航線，讓世界大型郵輪公司將臺灣納入其亞洲或世界定期航點之一。