

世界游艇旅游业发展现状和趋势及其对中国的启示

姚云浩¹, 郑若荃¹, 马祖菲²

(1.大连海事大学公共管理与人文艺术学院 大连 116026;

2.厦门大学公共事务学院 厦门 361005)

摘要:为促进我国新兴游艇旅游业的快速发展,文章总结游艇旅游业的概念和特征,分析世界游艇旅游业的发展现状和趋势,基于此提出对我国的启示。研究表明:游艇旅游业是包含多种产业活动的全产业链,具有产业集聚、租赁船队垄断、利基市场、商业模式多样和时节性等特征;目前世界游艇旅游业的发展呈欧美地区占主导、游艇租赁业蓬勃发展、游艇港口经营本地化以及跨区域管理制度待改进等状况,且具有集群化、本地化、多元化和智能化的发展趋势;未来我国应推进游艇租赁合法化,建设多层次游艇基础设施,加强游艇政策创新力度,丰富游艇旅游产品和培养游艇旅游业人才。

关键词:游艇旅游业;游艇租赁;游艇港口;基础设施;产业链

中图分类号:F590:P74

文献标志码:A

文章编号:1005-9857(2022)04-0068-08

The Development Status and Tendency of World Yachting Tourism and Its Enlightenment to China

YAO Yunhao¹, ZHENG Ruoquan¹, MA Zufei²

(1.College of Public Administration & Humanities, Dalian Maritime University, Dalian 116026, China;

2.College of Public Affairs, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

Abstract: In order to promote the rapid development of China's emerging yachting tourism, this paper summarized the concept and characteristics of yachting tourism, analyzed the development status and trend of the world yachting tourism industry and its enlightenment to China. The results showed that yachting tourism was a whole industrial chain containing various industrial activities, which was characterized by industrial agglomeration, monopoly of leasing fleet, niche market, diversified business models and seasonal characteristics. At present, the yacht economy in the world is still dominated by the European and American countries, the yacht leasing is developing vigorously, the yacht marina is mainly operated locally, and the regional regulation of yachting still has limitation. The industry has the tendency of clustering, localization, diversification and "Internet +" in marketing. In the future, China should promote the legalization of yacht leasing, build multi-level yacht infrastructure, strengthen yacht policy innovation, enrich

收稿日期:2021-06-16;修订日期:2022-02-17

基金项目:国家社会科学基金项目(18CJY050);中央高校基本科研业务费专项资助项目(3132022302).

作者简介:姚云浩,副教授,博士,研究方向为海洋旅游管理

yachting tourism products and train industrial talents.

Keywords: Yachting tourism, Yacht leasing, Yacht marina, Infrastructure, Industrial chain

0 引言

游艇旅游是集航海、运动、娱乐、休闲和社交于一体的新型旅游形式,其作为游艇业和旅游业相互融合的衍生物,被誉为“漂浮在黄金水道上的巨大商机”。目前我国处于游艇旅游业发展的初级阶段,虽然《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》《关于促进消费带动转型升级的行动方案》和“十四五”规划等文件均明确提出支持游艇旅游业的发展,但游艇旅游的大众普及程度与发达国家相比还很低^[1],港口码头建设、管理规范制定和旅游产品设计等方面也与发达国家存在不小的差距^[2]。因此,总结游艇旅游业的概念和特征,分析世界游艇旅游业的发展现状和趋势,对于有意发展游艇旅游业的都市和企业具有较强的现实意义。

国外学者主要关注游艇旅游对经济、社会、文化和环境的影响,游艇旅游者的消费动机和市场细分,以及游艇旅游的地方管理和协同治理^[3-7]。国内学者主要关注区域游艇旅游的资源和市场开发、消费市场推广以及政策制定和完善^[8-15],主要从中观的区域产业经济发展以及微观的游艇旅游产品供给和消费需求角度进行研究,缺少宏观的国际视野,且对世界游艇旅游业发展现状和趋势的分析和研判不足,因此对我国新兴游艇旅游业发展的现实指导意义有限。

本研究主要采用文献分析法以及实地调研和访谈法。文献分析的数据来源主要包括3个方面:①国际船舶工业协会理事会(ICOMIA)公布的2019年世界游艇业的统计数据;②欧洲政策研究机构ECSIP关于欧洲游艇业竞争力的市场调查报告;③国内外游艇旅游公司或行业协会网站(深圳租艇网、租艇玩、去哪儿网、Yachtbooker和Transeurope Marinas)公布的游艇旅游业数据。实地调研和访谈的时间范围为2019年4月至2021年4月,实地调研对象包括广州、深圳、大连和上海等地的游艇港口和游艇俱乐部,访谈对象包括游艇港口和游艇俱乐部的经营者(10人,来自广州、深圳、厦门和大

连)、高等院校和研究机构的专家(5人)、游艇行业协会的专家(3人)以及大连和深圳海事局的专家(3人),并在2020年珠海游艇产业大会和2021年上海游艇展会期间对游艇业内人士进行随访。

1 游艇旅游业的概念和特征

1.1 游艇旅游业

国际海事组织未将游艇列为国际海事公约的强制管理对象,各成员国均自行对游艇进行定义并制定管理规则,因此目前对游艇的界定存在差异。本研究认为游艇是指用于游览观光、游憩娱乐和水上运动等的船舶以及所有其他形式的航水器具,亦称休闲船艇,包括舷内或舷外机艇、钓鱼艇、双体船、帆船、气垫船、喷射快艇、皮划艇和摩托艇等,具有娱乐性、运动性和可租赁性等特点。

游艇旅游是以游艇为载体进行的水上旅游活动,包括帆船运动、巡航观光、赛艇运动、皮划艇运动和滑水运动等,进一步延伸还包括冲浪、垂钓、潜水和海岛探险等亲水活动^[4,16-17]。目前我国游艇旅游的消费方式主要包括私人购艇、游艇租赁和游艇体验。

(1)私人购艇即以个人或法人名义购买游艇,购买后可自用或商用。以入门级的50万元运动游艇为例,按每年航行300h计算,年耗费用约为182880元。①油费:97号汽油耗油约为12000L,年耗油费约为98880元;②维护费:每航行100h须维护1次,维护费为2000元/次,年耗维护费为6000元;③泊位费:泊位费为4500元/月,年耗泊位费为54000元;④人工费:雇佣兼职船员费用为2000元/月,年耗人工费为24000元。

(2)游艇租赁即由游艇旅游公司(俱乐部)所有或托管游艇并开展经营性租赁活动,可裸船租赁或带船员租赁。以厦门五缘湾国际游艇会为例,卡帝尔29型号游艇限载6人,租赁费用为2000元/h;Sunseeker Predator 68型号游艇限载25人,租赁费用为88000元/h。

(3)游艇体验即游艇旅游公司(俱乐部)提供游

艇供游客巡航观光并按航次或时间收费。以厦门五缘湾游艇体验为例,乘坐美国 J80 帆船游览五缘湾景色全程约 60~70 min,市场价和优惠价分别为 298 元/次和 98 元/次。

旅游业由多种产业活动组成,游艇旅游业也包含传统游艇业的消费、服务、支持和辅助等多个中下游产业门类。从消费者的角度来看,游艇旅游的消费内容主要包括游艇租赁和购买、游艇停泊和管理、参加俱乐部活动、购买装备器材、参加培训以及购买保险等^[18]。其中,提供游客服务的游艇旅游公司(俱乐部)以及提供基础设施的游艇港口是游艇旅游业的核心部门。游艇港口不仅提供游艇停泊和上下水作业等直接服务,而且提供游艇燃料、游艇维修、休闲设施、航海培训和游艇保险等间接服务,甚至部分企业将办公地点选在游艇港口附近从而形成商业园区,因此游艇港口是具有“度假氛围”的旅游综合体^[19]。

ICOMIA 将游艇业的核心环节分为船舶制造业、发动机制造业、配件和设备制造业以及消费服务业,其中游艇消费服务业主要包括游艇租售、码头系泊、培训、俱乐部服务、游艇维修以及水上运动产品销售等,这些均是游艇旅游消费的主要支出项。2019 年世界游艇业营业收入增长 2%,包括近 7 万家相关企业,直接雇佣员工约 87.5 万人,形成庞大的产业链。根据 2019 年部分国家游艇业核心环节的营业收入和雇员数量^[20],游艇消费服务业是游艇业全产业链的重要推手。

1.2 游艇旅游业的特征

1.2.1 产业集聚效应

游艇港口和游艇俱乐部建设集聚仓储、转运、维修、补给、金融和保险等相关产业,形成游艇租售以及餐饮、住宿、旅游和购物等新兴消费市场。游艇旅游业产业链上的节点企业和服务部门协调合作,不仅降低产业发展成本,而且为游客提供更便捷和更优质的服务,有利于形成区域产业集群,并构建新的地方经济增长点。同时,游艇制造业涉及 2 万余种零配件,配套服务业涉及维修保养、码头服务、金融保险和二手交易等行业,旅游服务业涉及 14 个直接关联行业和 40 余个间接关联行业,产业

集聚效应明显^[21]。

1.2.2 租赁船队“寡头”垄断

游艇租赁是游艇旅游业的核心业务。由于游艇购买和后续维护的费用过高且性价比较低,而游艇租赁具有体验性强、灵活性高和受众更加广泛的优势,游艇租赁成为多数国外游客选择的游艇旅游方式。游艇租赁业存在规模效应,即租赁船队越大其运营成本越低,因此呈现明显的“寡头”垄断特征。

欧洲游艇租赁业由 5 家公司主导,包括 TUI Marine 公司旗下的 Sunsail、Le boat 和 Footloose 以及 Dream Yacht Charter 和 Kiriakoulis,占据欧洲 80% 的游艇租赁市场份额。仅 TUI Marine 公司就约有 1 500 艘游艇,市场份额占比约为 50%,剩余市场则是大量的小微企业。租赁的游艇主要由欧洲造船商供应,其中巴伐利亚(Bavaria)、博纳多(Bénéteau)和亚诺(Jeanneau)是最常见的游艇品牌。此外,摩托艇等个人水上游艇(PWC)因具有趣味性、高速性和操纵便利性等特征,越来越受到年轻消费者的青睐,庞巴迪娱乐产品(Bombardier Recreational Products)、川崎(Kawasaki)和雅马哈(Yamaha)3 家公司在欧洲 PWC 市场份额中的占比近 100%。

1.2.3 利基市场属性

旅游利基市场是指被传统优势企业忽略的、仅聚焦于极小产品或服务领域的旅游细分市场,如葡萄酒旅游、自行车旅游、修学旅游和探险旅游^[22]。游艇旅游市场属于典型的利基市场,相关属性表现在 3 个方面。①专业性和技术性。私人游艇业主须获得游艇操作人员适任证书,消费者租赁游艇也须掌握一定的船舶知识、水上航行知识、逃生知识和自救技能等^[15]。②市场规模较小且具有针对性。不同于大众旅游的广泛性,只有对游艇旅游有相关了解和兴趣的人群才会参与游艇旅游,因此相对而言游艇旅游的市场规模较小。③技术含量较高和不可替代性。游艇旅游的游客除休闲、娱乐、运动、社交和探索等基本需求外,往往还对游艇驾驶技术、海洋娱乐新装备以及游艇维修和仓储等领域有研究倾向,这种多元化的目的性具有较高的技术含

量;此外,旅游利基市场通常以行业分类划分,行业的独特性使游艇旅游市场具有不可替代性^[23]。

1.2.4 商业模式多样

私人购艇分为个人或多人购艇以及游艇俱乐部等专业公司购艇等模式,相应开发“游艇众筹”“合伙购艇、分时度假”和“俱乐部会员制出海”等多种商业模式。游艇租赁分为裸船租赁或整船租赁,后者可提供船长和船员雇佣服务。游艇体验分为日间巡航和舱位租赁,由于日间巡航游艇和双体游艇的尺寸较小,游客可租赁舱位进行无目的旅游,这已成为新的游艇旅游商业模式。此外,为减少游客的经济和时间成本,很多游艇旅游公司还提供包括游艇、车辆、酒店和景点等在内的“混合套餐”,以游艇旅游全包式服务吸引客户。

1.2.5 时节性

受地理位置和气象条件等自然因素的影响,游艇旅游景观在不同季节具有较大差异,因此游艇旅游具有季节性特征。欧洲和地中海的游艇旅游旺季是5—10月,80%的意大利人选择在7—8月参与游艇旅游,而94%的德国人选择在5—10月参与游艇旅游。除自然因素外,相关节庆活动和民俗风情等人文因素具有时节性,游客出行受节假日制约也具有明显的时节性,因此游艇旅游具有淡季、平季和旺季。

2 世界游艇旅游业的发展现状

2.1 欧美地区占主导

美国和欧洲是世界游艇业发展的核心区域,占据全球约70%的市场份额。根据2019年全球游艇及其基础设施的分布情况^[20],从绝对数量上看,美国的游艇数量(1 575万艘)占比约为33%,游艇港口(1 2000个)和泊位(56万个)数量均为最多,但泊位占比较低(约为4%),这是由于美国广泛使用岸上拖车和10 m以下船只滑道。可见,美国作为世界游艇业最发达的国家,其游艇保有量高,平均约21个人即拥有1艘游艇且以中小型游艇为主,游艇旅游已成为大众化的休闲娱乐方式。欧洲的游艇基础设施数量仅次于美国,共有10 197个游艇港口,主要分布在德国、瑞典、波兰、芬兰和荷兰,每个国家都有超过1 000个游艇港口且泊位占比较高,

而游艇基础设施投入较低的国家包括爱沙尼亚、希腊和捷克。

除基础设施建设较为完善外,欧洲也是世界超级游艇(30 m以上)和帆船的最大制造基地以及豪华游艇的最大消费市场。区别于以中小型游艇为主的美国市场,欧洲豪华游艇的占比较高。此外,欧盟每年举办游艇展超过100场,如意大利热那亚游艇展、法国戛纳游艇展、德国杜塞尔多夫游艇展和摩纳哥游艇展,带来巨大的经济和社会价值。

除欧美地区外,游艇旅游业发达地区还有大洋洲的澳大利亚和新西兰、中东、俄罗斯以及墨西哥等。亚洲游艇旅游市场以中国香港、新加坡和泰国为代表:中国香港的游艇保有量超过1万艘^[24];新加坡是东南亚游艇交易中心,新加坡游艇展是区域内影响力最大的游艇展;由于外籍游艇可在泰国普吉岛等海域自由航行,泰国已成为亚洲重要的游艇旅游目的地。

2.2 游艇租赁业蓬勃发展

游艇租赁是游艇旅游的重要形式,游艇旅游业的广阔市场和多样需求为游艇租赁业的发展提供可能。据统计,英国、荷兰和西班牙等的游艇租赁公司数量和租赁游艇数量较多;捷克作为欧洲内陆国家,其游艇租赁公司数量虽然不多,但拥有大量租赁游艇尤其是帆船^[20](表1)。

表 1 2019 年部分国家游艇租赁业的发展情况

国家	游艇租赁 公司数量/家	租赁游艇数量/艘	
		帆船	机动艇
澳大利亚	250	—	—
捷克	50	20 000	5 000
英国	426	786	2 553
法国	289	—	—
意大利	250	—	—
荷兰	224	2 200	1 000
新西兰	40	100	100
波兰	226	106	184
西班牙	250	1 200	1 400
土耳其	80	1 500	225
德国	—	650	15
以色列	—	—	5 800

注:—表示统计数据缺失。

ECSIP 的研究显示,租赁游艇游客的关系中有 52% 是朋友、25% 是家人、15% 是夫妻、5% 是同事、3% 是其他;租赁游艇雇佣船员的平均年龄是 31 岁,最年长为 51 岁;在游艇租赁服务需求方面,良好的船舶和港口服务尤为重要,其中安全性强、价格实惠和个性化的服务更能吸引游艇租赁消费^[25];在游艇租赁消费方面,意大利游客消费最高(3 250 欧元/周),其次为美国游客(3 019 欧元/周)(图 1)。

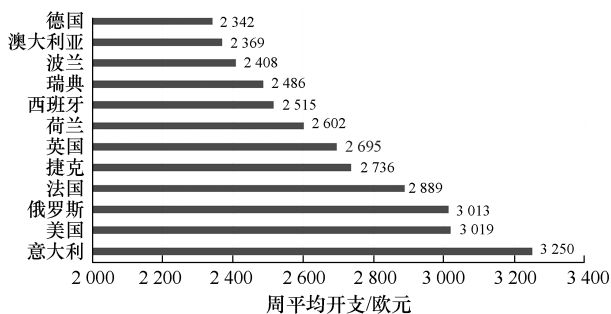


图 1 按客源地划分的游艇租赁周平均开支

此外,区别于以休闲娱乐为目的的游艇租赁,租赁游艇举办会议、庆典和团建活动等已成为新趋势,游艇的商务休闲用途逐渐显现,即游艇不仅可用于休闲娱乐,而且可作为其他类型活动的场地。共享游艇合作经营、租赁双体船舱长途旅游以及结合游艇开发全服务式旅游等模式也为游艇租赁业的发展创造新机遇。

2.3 游艇港口经营本地化

游艇港口主要提供游艇停泊服务并提供一定的配套基础设施和服务设施。作为游艇旅游业的核心环节,游艇港口的功能不仅在于游艇停泊,而且可提供一系列其他服务,尤其是餐饮、住宿和派对活动等与游艇旅游相关的休闲娱乐服务。游艇港口可发挥对周边资源的带动作用,促进港口和周边社区共同发展而形成旅游目的地。

目前游艇港口经营本地化主要表现在 3 个方面。①从经营收入来看,本地游客是游艇港口最有价值的客户,其游艇停泊是游艇港口的核心业务来源。欧洲游艇港口经营收入的 70% 来自固定停泊、20% 来自外地停泊、10% 来自燃料销售等其他服务,克罗地亚和希腊等游艇港口的固定停泊市场份额甚至达到 100%。②从市场格局来看,远距离游

艇港口之间的竞争水平通常较低,而本地游艇港口之间则会产生一定的竞争,竞争因素包括与本地游客的距离、交通可行性、航海便捷性和海上目的地多样性等方面以及游艇港口本身的服务价格、服务质量、技术设备完善度和安全性等方面。目前一些游艇港口通过“金锚质量计划”和“蓝旗认证”等标签突出自身品质和提高市场竞争力,同时促进周边环境质量的改善。③从环境资源来看,依托本地优质自然环境资源可为游艇旅游提供完美的客观条件,完善的交通网络和服务内容可为游艇旅游提供附加优势,从而提高游艇旅游吸引力。

2.4 跨区域管理制度待改进

游艇旅游是以游艇为主要载体的休闲娱乐活动,关系到船舶、航运和安全等多方面内容,因此政府的协调作用至关重要。目前跨区域的游艇旅游仍存在制度障碍。ECSIP 对欧洲游艇旅游公司的调查研究表明,标准规范问题(如租赁合同规范)、共同安全要求问题和融资渠道问题(如银行贷款和私人资本)是游艇旅游业发展的主要障碍,认为其“非常重要”的占比分别为 50%、43% 和 43%^[25]。

具体来看:①由于缺乏统一的政府监管和协调,游艇购买登记注册国家(船旗国)的规则往往与活动地国家的规则不同,导致在出现矛盾时无法按照某个国家的规则解决,而只能通过国际法院裁决;②游艇船长资质无法在各国之间普遍认可,极大地限制跨区域游艇旅游的深度和广度;③各国税收制度存在差异,导致游艇增值税过高国家的消费者倾向于到低税收制度国家购买登记注册游艇,不仅阻碍潜在消费者进入市场,而且使游艇市场扭曲和区域发展不均衡;④各国对船舶的安全要求存在差异,不同的安全技术标准、设备配备标准和认证审核规则极大地限制游艇旅游的自由性,且各国标准存在不完善和不透明的问题,导致信息获取困难;⑤游艇是具有可移动性和消耗性的休闲娱乐船舶,受市场经济环境等因素影响较大,银行等信贷提供者在评估时往往更加谨慎,导致相关企业融资困难,从而限制游艇旅游业的发展。

3 世界游艇旅游业的发展趋势

3.1 产业集群化发展

集群化发展是游艇旅游业新的活力增长点。

游艇旅游业集群可联合上下游企业和机构提供集体性服务,形成协同效应和规模效应,促进游艇旅游全产业链的发展。一方面,俱乐部、住宿、餐饮、交通和休闲娱乐等游艇服务机构集聚在游艇港口附近,形成完善的供应链网络;另一方面,通过共享市场信息和接触潜在消费群体可吸引更多的游艇聚集,而游艇数量的增加又可大大促进本地经济发展和提升城市形象。

除本地游艇相关产业的协同发展外,跨区域的产业合作网络也能提高游艇旅游业的规模效应和服务水平。例如:“泛欧游艇港”是由欧洲游艇港口组成的合作网络,至今拥有82个成员港口,遍布11个欧洲国家;在该合作网络中,成员港口的会员可享受停泊、住宿和娱乐等消费折扣以及游艇协同管理等多种特惠服务,其根本目的在于鼓励游艇在广阔的国际海上目的地航行;优质和统一的服务为会员提供游艇旅游的便利优势,反过来通过联合影响力吸引更多游客参与游艇旅游,为各游艇港口提供发展机会。此外,不同地区的游艇租赁船队也开展网络化合作,通过整合海事规范、建立营销网络和共同开展宣传,有效分担巨大的营销和采购等费用,降低游艇租赁船队的整体成本,形成游艇旅游品牌。可见,产业集群化发展将扩大产业影响力,打破产业发展的市场壁垒,实现合作共赢。

3.2 疫情下的本地化发展

尽管游艇港口联盟和网络化发展不断推进,但大多数游艇港口仍以本地市场为主,固定停泊仍是其稳定的收入来源。在各地法律制度和市场条件等的制约下,游艇港口市场仍相当分散。尤其在新冠肺炎疫情的影响下,荷兰、德国和意大利等本地市场发达的游艇旅游目的地成为市场竞争的“胜利者”,2020年5—9月的游艇租赁市场爆满,预订量远超过2019年。然而克罗地亚、希腊和西班牙等以外地游客为主要客源的游艇旅游目的地的市场份额则很低,2020年夏季黄金期的游艇租赁预订量远低于2019年。可见,疫情改变消费者的生活方式,游艇具有的安全、私密、休闲和运动等属性越来越受到消费者青睐,本地游客仍是游艇旅游业的主要客源,须注重开发本地游艇旅游细分市场。

值得一提的是,新冠肺炎疫情促进游艇旅游业运营模式和管理制度等领域的发展。例如:疫情期间ICOMIA出台的《港口操作指南》从多方面融合技术和手段,主要包括规范接待环节、保持与相关政府的沟通、鼓励特许公司定期对船舶消毒并在船上供应消毒剂以及推动数字化管理,从而打造负责任和安全的游艇港口,保障新常态下游艇旅游业的可持续发展。

3.3 游艇类型多元化发展

游艇类型的多元化主要表现在3个方面:①机动艇中的舷外挂机艇在欧美市场最受欢迎,美国机动艇市场超过80%为舷外挂机艇,且从2016年开始舷外挂机艇的销售额明显增长,200 hp以上舷外挂机艇的销售额增速连续3年超过20%,而舷内挂机艇的销售额则逐年下降;②中小型游艇继续引领市场,欧盟的钓鱼艇和帆船占游艇市场份额的70%以上,美国的小型游艇(8 m以下)占游艇市场份额的96%;③随着科技的发展和新材料的使用,越来越多的新式游艇和水上产品被推向市场,摩托艇等PWC因具有高速性和操纵便利性而越来越受到年轻消费者青睐,销售额逐渐增长^[20]。

3.4 基于“互联网+”的智能化发展

在线预订工具、智能手机应用程序和Wi-Fi解决方案等手段是游艇旅游服务的重要创新内容。游艇旅游公司纷纷投资更稳定的在线平台,以提供更加友好的游客服务。据统计,游艇租赁公司如不提供在线预订服务将损失63%的销售潜力。同时,虚拟现实(VR)、增强现实(AR)和人工智能(AI)等数字化技术的应用使私人购艇和游艇租赁的预订更加便捷,通过收集消费者终端数据、分析消费场景和反馈、优化消费者画像以及开展精准营销等方式,为消费者提供更加优质的服务,有效提高游艇旅游企业的市场核心竞争力。

4 对我国游艇旅游业的启示

目前制约我国游艇旅游业健康发展的问題包括法律制度不完善、基础设施薄弱、旅游产品单一以及与滨海旅游资源结合度不高等。我国游艇旅游业发展起步较晚,世界游艇旅游业的发展现状和趋势可为我国游艇旅游业的发展以及与国际接轨

提供一定的启示。

4.1 推进游艇租赁合法化

从世界游艇旅游业发达国家的发展经验来看,游艇租赁是游艇旅游业规模经济发展的重要抓手。我国现行《游艇安全管理规定》规定游艇只能自用,除海南省和厦门市发布游艇租赁相关的管理办法外,其他地区并没有明确的游艇租赁规定,导致实际存在且规模较大的游艇租赁市场处于非法运营的“灰色地带”,不利于保障游艇旅游企业和消费者权益,同时阻碍金融资本的进入,制约产业发展。因此,应在国家层面加快出台游艇租赁管理办法,准许符合条件的游艇开展租赁运营活动,对于租赁游艇的救生和消防等设备以及驾驶员的航海经历和救生能力等进行监督,纠正大部分地区仍按商船和客船管理游艇的错误做法,使游艇租赁有法可依且有法必依。同时,借鉴国际游艇租赁的多种形式(如整船租赁和舱位租赁),推出具有不同功能的多样化和特色化租赁游艇,满足不同消费群体的需求,推动游艇旅游向大众化方向发展。

4.2 建设多层次游艇基础设施

游艇的休闲娱乐属性对游艇港口基础设施的综合功能提出要求,而游艇旅游业发达国家拥有多数上下水便利且收费较低的公共游艇码头。因此,除提供高端会员服务的游艇港口和游艇俱乐部外,我国应大力发展临时上下水的简易驿站等公共游艇码头,满足大量中低端游艇消费的需求。①海洋管理部门应组织制定全国性公共游艇码头建设规划或指导意见,合理规划游艇旅游业用海,预留和开发公共休闲旅游岸线,尝试通过配建制以及政府和社会资本合作(PPP)等模式吸收更多资本参与建设,形成综合性的游艇港口服务功能和盈利模式,降低游艇停泊费用。②地方政府结合城市产业转型和环境提升工程,将滨海老产业区、旧渔港和新开发地产改造成融合亲水旅游、休闲娱乐、餐饮住宿和海洋科普教育等功能于一体的大型游艇综合体项目示范工程,降低建设投资成本,并以游艇港口为基础发挥产业集聚效应,提升城市综合休闲功能。

4.3 加强游艇政策创新力度

尽管游艇旅游业发达国家在跨区域游艇旅游

管理制度上仍有改进空间,但其均认为游艇不属于传统意义上的客船和商船范畴,即游艇应被允许租赁,并须实行分类检验制度以及较宽松的登记注册制度。目前我国制定游艇管理规定多参照客船、商船和渔船等类型船舶,不仅忽视游艇的休闲娱乐、可租赁和高附加值等属性,而且忽视游艇所有者、管理者和使用者等现实主体的复杂性。因此,应加强政策创新力度,采取一系列措施鼓励游艇旅游业的健康发展。主要措施包括:设置专门的游艇旅游管理部门,并将游艇作为单独的管理对象,与其他类型船舶区别管理;完善游艇安全管理条例和航行安全监管制度,制定游艇港口建设审核制度;强化船东主体责任,强制购买游艇保险;促进游艇登记注册和报备便利化。

4.4 丰富游艇旅游产品

我国正处于游艇旅游消费的萌芽阶段,相关活动项目仍以海上观光、垂钓和餐饮为主,难以满足游客深层次体验的需求。应借鉴国际经验,将游艇旅游和水上休闲运动充分融入大众生活。游艇港口和游艇俱乐部等应着力优化游艇旅游产品结构,如在水上开展海上观光、海上垂钓、海上婚礼、海岛探险、帆船帆板、潜水滑水和冲浪跳伞等活动,在岸上建设高尔夫球场、康体中心、温泉酒店、购物中心和商务会展中心等场所,并将游艇度假酒店、游艇地产和游艇俱乐部等有机结合,提高游艇旅游的附加值。同时,根据不同的消费群体推出不同的产品系列和宣传方式,通过驾驶培训、兴趣培养、休闲体验、展会传播和赛事辐射等途径全方位和多层次开拓客源市场,满足游客休闲观光、体育运动和社交商务等多种需求。

4.5 培养游艇旅游业人才

国际海事技能联盟将游艇港口所需的雇员分为港口经理、运营经理和码头操作员,将游艇租赁所需的雇员分为船队工程师、招待船员和船长,这些雇员掌握的技能有所不同,但外语和信息技术是其必须掌握的基本技能。目前我国专门为游艇港口和游艇旅游企业提供人才支持的教育服务机构很少,相关企业大多从船舶制造和旅游管理等专业挖掘人才。应鼓励有条件的船舶类和海洋类高校

设置游艇设计、游艇俱乐部管理和游艇港口规划等专业课程,加强与游艇旅游专业国际知名院校和培训机构的联动,建立企-校联合培养人才模式。同时,相关企业可创造条件大力引进优秀科技和经营管理人才,注重岗位培训和职业继续教育,实现游艇旅游人才结构布局的合理化和前瞻化。

参考文献

- [1] 姚云浩,栾维新.游艇旅游研究进展及其启示[J].海洋通报,2019,38(4):379-386.
- [2] 陈云飞,丁敏,闫哲彬.我国游艇消费需求分析及游艇码头建设展望[J].水运工程,2011(9):42-46.
- [3] SHELLEY B, NIGEL H. The direct physical, chemical and biotic impacts on Australian coastal waters due to recreational boating[J]. Biodivers Conserv, 2011, 20: 683-701.
- [4] JOSIP M, DAMIR K, IVAN K. Critical factors of the maritime yachting tourism experience: an impact-asymmetry analysis of principal components[J]. Journal of Travel & Tourism Marketing, 2015, 32: 30-41.
- [5] SARIISK M, TURKAY O, AKOVA O. How to manage yacht tourism in Turkey: a swot analysis and related strategies[J]. Procedia Social and Behavioral Sciences, 2011, 24: 1014-1025.
- [6] GRAY D L, CANESSA R, ROLLINS R, et al. Incorporating recreational users into marine protected area planning: a study of recreational boating in British Columbia, Canada[J]. Environmental Management, 2010, 46: 167-180.
- [7] YAO Y H, LIU Y X, HUANG L. Motivation-based segmentation of yachting tourists in China[J]. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 2021, 26(3): 245-261.
- [8] 王晓,冯学钢.中国游艇旅游的发展研究:以上海市为例[J].桂林旅游高等专科学校学报,2005(6):86-89.
- [9] 程爵浩.我国游艇经济发展的多维解析[J].船舶工业技术经济信息,2005(7):92-98.
- [10] 宋立中,李芬,王会.欧洲内河游船业的运营区域与经营策略及其启示[J].世界地理研究,2011,20(2):107-118.
- [11] 刘柔柔.长三角游艇旅游开发研究[J].旅游纵览(下半月),2012(8):40-44,46.
- [12] 姚云浩,栾维新,王依欣.我国游艇旅游制度优先改善目标研究:基于因子聚类分析法[J].辽宁师范大学学报(社会科学版),2017,40(6):75-81.
- [13] 姚云浩,栾维新.沿海城市经济-海洋生态环境-游艇旅游业耦合协调发展分析[J].海洋通报,2018,37(4):361-369.
- [14] 姚云浩,栾维新.中国游艇俱乐部区位特征研究[J].地理科学,2018,38(2):249-257.
- [15] 姚云浩,栾维新.基于 TAM-IDT 模型的游艇旅游消费行为意向影响因素[J].旅游学刊,2019,34(2):60-71.
- [16] LUKOVIĆ T. Nautical tourism-definition and dilemmas[J]. Naše More Znanstveni Časopis Za More I Pomorstvo, 2007, 54(1/2):22-31.
- [17] 姚云浩,栾维新.游艇旅游概念辨析及开发策略研究[J].海洋开发与管理,2017,34(6):17-22.
- [18] 文涵,田良.香港游艇旅游产业链的发展及对海南的启示[J].旅游论坛,2013,6(1):60-66.
- [19] PAKER N, VURAL C A. Customer segmentation for marinas: evaluating marinas as destinations[J]. Tourism Management, 2016, 56: 156-171.
- [20] ICOMIA. Recreational boating industry statistics 2019[Z]. 2020.
- [21] 中国交通运输协会邮轮游艇分会. 2016-2017 中国游艇产业报告[Z]. 2017.
- [22] 杨劲松. 不变与变: 旅游利基市场重要性的凸现[J]. 旅游学刊, 2008, 23(4): 9-10.
- [23] 鲁书言. 利基旅游理论指导下的中国葡萄酒旅游[D]. 成都: 成都体育学院, 2012.
- [24] 中国交通运输协会邮轮游艇分会. 2019-2020 中国游艇产业报告[Z]. 2020.
- [25] ECSIP. Study on the competitiveness of the recreational boating sector[Z]. 2015.