

# 中年人邮轮旅游市场发展 SWOT 分析

夏景, 郭献忠\*, 蔡春元

(贵州大学, 贵州 贵阳 550025)

**摘要:** 邮轮旅游是一种高端休闲旅游形式, 能够满足人们日益增长的美好生活需要。近年来亚洲邮轮旅游得到快速发展, 中年游客是邮轮旅游业消费的主力军。本文主要对目前我国中年人邮轮旅游产品市场的发展问题进行了 SWOT 分析, 阐述了中年人虽然存在时间、家庭责任、缺乏认知的约束等问题, 面临突发事件、产品缺乏针对性等威胁, 但具有旅游人数多、稳定的收入、理念吻合等优势。文章最后从产品创新、提高满意度、加强突发事件管理等方面为中年人邮轮旅游市场的稳定发展提供对策与建议。

**关键词:** 中年人; 邮轮旅游市场; SWOT 分析法

**中图分类号:** [U6-9]      **文献标识码:** A      **文章编号:** 1006—7973 (2021) 10—0023—03

自 20 世纪 80 年代以来, 邮轮旅游一直是全球旅游行业市场增长最快、最具发展潜力的板块, 被誉为“海上漂浮的黄金产业”邮轮产业经过几十年的发展, 在欧美已经基本成熟<sup>[1]</sup>。邮轮旅游产业在我国起步比较晚, 2012 年到 2016 年这个阶段我国邮轮旅游产业处于高速发展状态, 但从整个全局来看, 其在质量、运营管理、市场机制把控等方面还有所缺陷。中国作为世界上人口数量最多的国家, 拥有高质量、速度快的经济发展和巨大的市场潜力, 无疑将成为下一个主要的邮轮业增长中心。我国邮轮旅游业的发展大致经历了三个阶段, 分别为 2006—2011 年的萌芽期, 年平均增长率为 36.74%; 2012—2016 年的成长期, 年平均增长率为 72.84%; 以及在受全球经济波动这一客观影响因素和部分国际邮轮企业的战略布局发生了改变等因素的影响下, 2017 年后的平缓期, 年平均增长率降至 8%<sup>[1]</sup>。经过十多年的“高速增长”, 中国邮轮市场正逐步向“高质量、高品位发展”的新阶段转变。

## 1 优势

### 1.1 旅游人数多

中年人占邮轮旅游总人数的 32%, 相当于整个行业旅客的三分之一; 这对于中国邮轮旅游产品市场发展来说更具有挖掘的潜力。随着中国经济的快速发展和国民收入的不断增加, 除了生活必须开支外, 人们会剩余一部分收入。旅游是大多数人会选择的一种减压方式。而

中年人往往会选择一些更舒适的旅游方式, 邮轮旅游往往会得到中年人的青睐, 中年人作为邮轮旅游的主力军对促进邮轮行业的发展有着巨大的优势。

### 1.2 稳定的收入

首先, 中年人相比较于青年人拥有稳定的经济来源, 经济压力相对较小; 其次, 与老年人相比他们对自己的收入更具有支配权, 老年人的收入主要来自退休金或者子女的帮助; 而中年相对来说在行业中都处于管理层, 收入相较于其他层次人群要高得多。根据马斯洛需求层次理论, 人们的需求动机会从低到高的发生变化, 在满足低层次需求后, 高层次的需求就会产生, 而邮轮旅游能够满足精神层面上需要, 属于较高层次的需求, 可以满足中年人的需求动机。稳定的收入可以保证中年人每年的旅行次数, 因此中年人对于邮轮旅游行业来说具有巨大的发展优势。

### 1.3 理念吻合

邮轮旅游消费就是指消费者通过乘坐国际邮轮往返于多个目的地, 以实现在邮轮上休闲度假, 目的地之间轻松往返旅游的目的<sup>[2]</sup>。通过对邮轮旅游的界定, 可以发现邮轮旅游的理念与中年人出游的目的相符合, 中年人旅行的动机包括丰富生活、实现梦想、放松减压、健康交友, 其中丰富生活和放松减压是旅行两大主要动机。而中年人出游更倾向于以放松减压, 来缓解日常工作中的压力。而邮轮旅游上舒适的娱乐休闲环境, 更能满足中年人的旅游需求, 其与别的旅游产品相比就更具优势。

## 2 劣势

### 2.1 时间约束

中年阶层一般都是企业、政府或者事业单位的中层或者高层管理者，因此工作的时间长，每年的旅游时间只有法定的节假日。邮轮旅游本身需要在海洋上游玩时间相对较长，与其他旅游形式相比，邮轮旅游最短的周末游也需要三晚，环球邮轮旅游更是要 110 多天。因此对于自由休息时间短暂的中年游客来说，在时间上会有很大的局限性。由于受时间约束，从而导致中年游客的数量下降。而中年人旅客在邮轮旅游中的比例占据了 32%，因此对于邮轮旅游业来说会使其竞争优势下降。

### 2.2 家庭责任约束

中年人的家庭有老人需要赡养和小孩需要抚养。因此，在除了工作的时间外还要花费大量的时间来照顾家庭。首先，是对于孩子而言中年人的孩子大多处于中学阶段，父母需要花很多时间教育孩子成长。其次，对于父母，中年夫妻须花费一定时间来照顾老人的生活起居，家庭责任会限制中年人的自由休息时间。就会导致中年人没有更多的时间去做其他（如旅行）等活动。即使有一个短时间的休息时间，但考虑到邮轮旅游的一些客观因素，也会选择其他的旅游方式来代替邮轮旅游。

### 2.3 对邮轮旅游的认知约束

相对青年人而言，中年人对新事物的接受程度相对较低一些，还有就是随着年龄的增长这个客观因素的影响，对新事物的学习能力不如青年人。这就导致许多中年人只停留在听说过邮轮旅游，但对邮轮品牌、邮轮航线、邮轮旅游的活动方式、邮轮活动主题等有关邮轮旅游的本质要素的整体认知度较低 [3]。这对于邮轮旅游业来说与其他旅游业相比就缺乏了先天的竞争优势，导致客流量无法增长，基数规模小等现象的发生，从而限制了邮轮旅游业的发展。

## 3 机会

### 3.1 国家政策的支持

从 2013 年 9 月和 10 月分别提出的合作倡议。“一带一路”战略思想和生态环境和谐共生的理念的提出，对于促进旅游行业的发展有着巨大的带动作用。中国已经进入高质量发展阶段，高质量的发展需要第一产业与第二产业快速地向第三产业转化。邮轮旅游作为第三产

业服务业的一个分支。因此在国家战略这个大背景下，对于邮轮旅游业来说这是一个极好的机遇。

### 3.2 旅游信息来源渠道的拓宽

在移动互联网的背景下，人们获取信息的方式发生了巨大变化，以前对于大多数人来说只能靠看报纸这种单一方式获取信息。今天，人们的信息渠道来源更加多元化，如智能手机、电脑、电视等电子产品中获取信息以外，甚至还可以通过一些应用软件，如微信、抖音、微博、QQ、专业的小程序等软件来获取信息。信息通过网络可以跨越空间地域迅速传播，中年人可以通过智能手机看到旅游 App 上各个旅游公司发布的邮轮旅游信息，也可以看到游客们分享的邮轮旅游体验。所以信息获取渠道的拓宽给邮轮旅游业的发展带来了很大的机会。

### 3.3 邮轮旅游从业人员队伍的壮大

随着旅游行业的发展越来越迅速，国家高等院校对相关专业的开设，为邮轮旅游业引进了邮轮管理的国际化高级人才提供了渠道。而且，培养理念以适用型人才为主，提升核心岗位员工专业技能、防疫应急能力和整体服务素质。这些因素都可以给游客带来好的体验感和正向信息反馈，邮轮公司可以利用游客的正向反馈信息加以宣传，来提升自己的品牌形象，高质量的产品更容易被消费者认可。从而提高邮轮旅客数量，基数的增加就可以使邮轮旅游行业得到快速发展。

## 4 威胁

### 4.1 突发事件的发生

与陆地旅游相比，邮轮的环境是一个封闭场所，在面对一些突发事件哪对于邮轮旅游来说就会面临着巨大的威胁。如 2020 年的新冠疫情就导致多艘邮轮感染病毒，最著名的有日本的“钻石公主号”邮轮，面对突如其来的疫情，结果，3700 人有 712 名人感染了该病毒，其中包括有 13 名患者不幸死亡。可见邮轮在面对突发事件时，很多时候邮轮公司都束手无策，因此突发事件对于邮轮旅游具有很大的挑战性。

### 4.2 市场缺乏针对性

当前整个旅游行业缺乏对旅客做细分，对不同年龄阶段的旅客没有全面认识，导致行程服务针对性差，缺乏个性化服务<sup>[4]</sup>。更不用说针对中年游客的邮轮定制服

务，由于中年人大多都是企业或者政府部门的管理者，他们更需要一些根据自身需求的服务。比如有的中年旅客需要在邮轮上办公，那么就需要邮轮公司提供独立办公环境等等。但提供更加全面的硬件设施服务会加大邮轮公司的运营成本，公司往往会为了节约成本而忽略了旅客的一些需求。这种消极态度也在一定程度上影响邮轮旅游的发展。

## 5 对策与建议

### 5.1 创新中年邮轮旅游产品，多元化宣传

邮轮企业可以多方面的了解中年游客的需求，根据需求状况、消费能力、出游的目的和动机、最佳行程时间等方面，创新针对中年人的邮轮旅游产品，着重突出特色，如推出内河游轮，也可以与目的地合作，推出邮轮旅游+地方特色景点等混合制的旅游方式<sup>[5]</sup>。充分利用网络的多元化，以线上线下的推广的方式，从各个方面对邮轮旅游进行广告宣传和销售。充分利用创新产品和邮轮旅游的优势，以此来吸引中年人对邮轮旅游的需求。

### 5.2 加强管理提高旅客满意度

邮轮公司应加强对企业的科学管理。第一，邮轮公司可以用目标管理的管理方法，让全体员工参与目标的制定、实施、控制、检查和评价；使全体员工共同来参与管理。用科学的管理方法替代旧的管理方法，从而完善公司管理存在的不足之处，并以此来为旅客提供更优质的服务。第二，以顾客为导向的运营方式来提高游客的满意度，如以旅客的需求导向入手，为每一位旅客都制定出一套适合其旅游的方案，使旅客得到最好的邮轮旅游体验。第三，对于长途旅行旅客可以为其提供独立环境，如独立办公室、独立私人空间、休闲娱乐场所等。

### 5.3 加强完善邮轮设施以应对突发风险

管理层应做好预先控制计划，以应对突发事件。根据《邮轮绿皮书》发布的对后疫情后邮轮旅游的要求，全球邮轮及港口的卫生防疫体系得到进一步完善，树立了邮轮行业应对疫情新标准，以推动邮轮的安全性、防疫能力进一步提升<sup>[6]</sup>。如：使用5g会诊、数字化疾控、大数据追踪、健康码出行、无感检测、配送机器人、邮轮自动化系统、邮轮数字清洁系统等信息技术手段<sup>[7]</sup>，来应对公共卫生突发事件的风险。

## 6 结语

本文主要通过SWOT分析法对中年人邮轮旅游市场发展场进行研究分析，其目的是为了能够帮助邮轮企业或者旅行社正确认识到中年旅客市场的潜力，从而根据市场的需求推出更适合消费者需要的邮轮旅游产品。中年人邮轮旅游市场分析不仅对中年人旅游产业的发展有着重要的意义，旨在为促进我国邮轮旅游业快速发展提供借鉴。

### 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(05):18-20.
- [2] 孙琳. 国内邮轮旅游者消费行为与动机研究 [J]. 旅游纵览(下半月), 2015(22):218-220.
- [3] 尹奎. 江苏省公众对邮轮旅游认知度的调查研究 [J]. 经济研究导刊, 2018(08):105-107+117.
- [4] 王学栋, 鄢继尧. 老年人旅游市场的SWOT分析 [J]. 旅游纵览(下半月), 2018(16):50-51.
- [5] 刘芷毓. 老年人邮轮旅游市场SWOT分析及对策建议 [J]. 中国水运, 2021(03):22-24.
- [6] 国际船舶网, 邮轮绿皮书(2020)在沪发布 [EB/OL]. <http://www.eworldship.com/html/2020>.
- [7] 李念, 赵一飞. “疫情邮轮”遇窘境, 零拒绝或成中国邮轮产业新机遇 [EB/OL]. [2020.2.15]

