

基于产业价值链的中国邮轮旅游可持续发展研究——以深圳蛇口母港为例

刘梦馨, 李跃文

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2023年8月6日; 录用日期: 2023年10月4日; 发布日期: 2023年10月12日

摘要

在政府政策的支持下, 随着中国经济发展、居民生活水平和旅游消费需求的快速增长, 邮轮旅游不断发展, 服务水平逐步提高, 已成为中国邮轮旅游业可持续增长的主要驱动力。本文以深圳蛇口港为研究站点, 采用定量和定性相结合的方法, 采用八爪鱼采集器对携程旅行网3451条评论进行分析, 然后从价值链理论中的“客源”和“采购”角度, 对邮轮旅游市场的发展趋势进一步分析和研究。研究表明, 深圳邮轮业应加强老年人市场和对儿童及家长的营销, 从丰富娱乐设施、提升服务质量、升级免税购物中心等方面提高邮轮乘客的满意度, 最终实现邮轮旅游的可持续发展。

关键词

邮轮旅游, 可持续发展, 价值链, 深圳蛇口港, 在线评论

Research on the Sustainable Development of China's Cruise Tourism Based on Industrial Value Chain—A Case Study of Shenzhen Shekou Home Port

Mengxin Liu, Yuewen Li

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Aug. 6th, 2023; accepted: Oct. 4th, 2023; published: Oct. 12th, 2023

Abstract

With the support of government policies, with the rapid growth of China's economic development,

residents' living standards, and tourism consumption demand, cruise tourism continues to develop and service levels gradually improve, becoming the main driving force for the sustainable growth of China's cruise tourism industry. Taking Shekou Port in Shenzhen as the research site, this paper uses a combination of quantitative and qualitative methods to analyze 3451 reviews on Ctrip. com using octopus collectors, and then further analyzes and studies the development trend of the cruise tourism market from the perspective of "customer source" and "procurement" in the value chain theory. The research results show that the cruise industry in Shenzhen should strengthen the market for the elderly and the marketing of children and parents, improve the satisfaction of cruise passengers from enriching entertainment facilities, improving service quality, upgrading tax-free shopping centers and other aspects, and finally achieve the sustainable development of cruise tourism.

Keywords

Cruise Tourism, Sustainable Development, Value Chain, Shenzhen Shekou Port, Online Comments

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

邮轮旅游的发展为消费者参与度研究带来了强大的动力和新的趋势及影响[1]。目前, 邮轮旅游在亚洲已初步发展, 并逐步得到各国政府的支持。本文从在线邮轮评论中挖掘文本信息, 了解他们的经验和满意度, 以便政府采取进一步的行动。同时价值链理论为我国邮轮旅游研究提供了新的视角, 从邮轮产业价值链来看, 中国旅游业开始跨越到以港口接待、票务代理、旅游服务为特征的邮轮旅游阶段[2]。虽然深圳蛇口港在中国八个国际邮轮母港中仅排名第四, 但深圳有其独特的特点, 例如作为中国经济发展最快、客户市场最活跃的地区, 深圳位于中国改革开放的最前沿[3]。本文选择深圳进行终端研究, 可以探索中国邮轮游客在休闲旅游活动中关注的焦点因素, 为邮轮产业链中拓展消费市场和可持续发展增加价值。

2. 相关文献综述

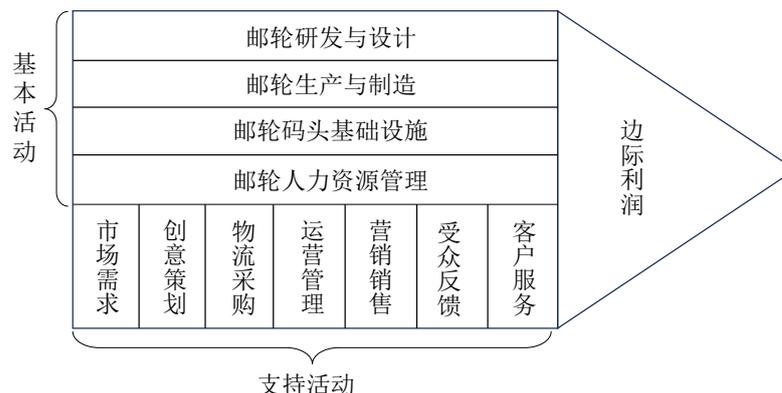
2.1. 邮轮价值链

价值链理论是迈克尔·波特(Michael E. Porter)于1985年发展起来的一种分析企业竞争优势的工具。价值链的增值活动可分为基本增值活动和辅助增值活动。企业的基本增值活动是一般意义上的“生产经营环节”, 如物资供应、成品开发、生产经营、成品储运、营销、售后服务等。企业的附属增值活动包括组织建设、人员管理、技术开发和采购管理。对于邮轮相关公司而言, 价值链是指每个生产和经营活动的经济活动。邮轮公司所有不相同但相互关联的生产和经营活动构成了一个创造价值的动态过程[4]。图1显示了邮轮相关公司的价值链, 包括基本活动和支持活动两大部分。

2.2. 深圳的可持续邮轮旅游

深圳蛇口港(SSP), 又称深圳CMSK国际邮轮母港, 该港区是以蛇口集团为首的重要港口, 是中国最大的转运中心之一, 大大地促进深圳经济开放、文化多样性和国际交流[5]。SSP主要有四个功能组, 即商业、居住生活、邮轮中心和文化创意艺术。截至目前, 这座位于中国南方的现代化国际邮轮母港是唯一

一座集“海、陆、空、铁”为一体的港口，能够满足全球最大邮轮的需求，充分发挥“海上门户”的作用，促进香港与深圳的旅游发展。据报道，2016年5月，SSP成为“中国邮轮旅游开发试验区”试点港，探索以邮轮母港为核心的“前港、中区、后市”产业模式，为华南邮轮旅游市场注入更多活力。



来源：湖南社会科学期刊。

Figure 1. Value chain diagram of cruise company
图 1. 邮轮公司价值链示意图

以往对邮轮游客资源的大量研究都集中在游客满意度上。Papathanassis (2012)发现，乘客互动在提升客户满意度方面发挥着重要作用，为邮轮公司提供了一个潜在的机会，使其从竞争对手中脱颖而出[6]。Han 和 Hyun (2019)验证了动机、价值观、形象、欲望和关系投资在产生重复航行意图中的重要作用[7]。Hosany 和 Witham (2010)分析了游客游轮体验维度和推荐意向以及娱乐、审美和教育中的满意度，从体验的四个维度来看，对满意度和推荐意向的影响最大，而审美体验、娱乐、教育和逃避则有不同程度的影响[8]。Silvia *et al.* (2019)不仅将熟悉度和访问特征视为游客在邮轮目的地体验的决定因素，还关注拥挤对游客满意度的影响，以实现陆上邮轮旅游的可持续性[9]。

我国对邮轮旅游的研究起步较晚，国内学者对邮轮的研究较为全面而广泛，但对涉及南方和重点邮轮港口的邮轮休闲目标市场的研究相对不足。然而，SSP 的案例研究强调了它的必要性。因此，本研究的目的是研究中国邮轮游客在旅行中关心什么，谁是最重要的潜在市场，以及他们有什么样的情感，从而使他们在旅行中感到满意，进一步实现邮轮旅游价值链的增值。

3. 研究对象和研究方法

本文运用八爪鱼采集器爬取 2019 年 5 月至 2022 年 5 月携程网与深圳邮轮相关的评论，选取世界梦号、地中海辉煌号、歌诗达大西洋号、歌诗达威尼斯号四大邮轮的在线点评内容并结合质性分析了解游客对邮轮旅游的感受和体验。具体流程为首先对搜集到的数据进行清洗，得到最终样本 3451 条；其次综合运用集搜客和 ROST-CM6 文本分析软件进行关键词频统计分析、网络语义分析和情感分析，呈现中国游客对该邮轮旅游的满意度和体验程度；最后，结合上述文本分析，对母港价值链进行分析，重点关注“客源”和“采购”部分的可持续性。

4. 具体分析方法

4.1. 词频分析

在对文本内容进行筛选和过滤后，我们运用集搜客文本分析软件生成了前 60 个高频词，如表 1 所示。

Table 1. Word frequency statistics of tourists' attention to factors related to cruise
表 1. 游客对邮轮相关因素关注度的词频统计

排名	关键词	频次	排名	关键词	频次
Rank	Keywords	Frequency	Rank	Keywords	Frequency
1	邮轮	2411	31	热情	369
2	服务	1949	32	自助餐	351
3	船上	1616	33	第一次	348
4	餐厅	1390	34	演出	329
5	房间	889	35	小时	327
6	时间	833	36	套房	321
7	餐饮	785	37	晚上	320
8	人员	674	38	日本	319
9	每天	662	39	态度	307
10	娱乐	626	40	住宿	298
11	满意	624	41	周到	298
12	体验	610	42	节目	296
13	下船	579	43	海岸	296
14	孩子	574	44	干净	294
15	服务员	524	45	项目	271
16	设施	494	46	出行	264
17	适合	491	47	地方	263
18	表演	480	48	泳池	263
19	安排	467	49	建议	255
20	免费	465	50	辉煌	234
21	丰富	456	51	味道	228
22	阳台	453	52	旅游	227
23	老人	448	53	游客	223
24	选择	447	54	导游	220
25	旅行	425	55	支付	217
26	行程	408	56	中国	210
27	开心	394	57	方便	204
28	排队	384	58	购物	202
29	总体	383	59	剧院	197
30	豪华	372	60	免税店	174

来源：集搜客自行整理。

从上表可以分析得到高频词所表达的内容可分为四类：1) 邮轮服务；2) 游客感受；3) 旅游项目；4) 邮轮设施。邮轮服务用词最为频繁，以“服务”、“导游”、“热情”、“周到”为代表，反映了服

“老人”和“孩子”的频率相对较高,说明邮轮是一个休闲旅游项目,中国参与邮轮旅游的游客主要是老人和儿童。“第一次”表明,与其他旅游项目相比,邮轮旅游在中国仍然是一个新兴的旅游项目。

同时可以看出邮轮游客对旅游的总体满意度不低,他们将自己的观点集中在不同的旅游属性上。邮轮乘客对他们的旅游感到满意的主要因素包括邮轮服务和旅游安排,以及邮轮目的地观光[11]。邮轮旅游对活动的各个环节都有很高的要求。“服务”是活动的中心,在邮轮中,“导游”也扮演着非常重要的角色,因为很多游客第一次作为旅游团成员参加邮轮,尤其是老人和儿童,所以在任何地点、任何时间照顾邮轮游客的导游显得尤为重要。本文下面再具体进行文本情感分析,进一步了解游客的邮轮体验。

4.3. 情感分析和满意度分析

“情感分析”的功能主要体现在基于各种网络评论的语义规则分析,充分反映游客的情感状态,并在此基础上描述游客的满意度[12]。利用 ROST CM6 软件“functional analysis”中的“情感分析”功能,对文本数据进行情感分析,得到邮轮游客评论的情感分析结果,如表 2 所示。

Table 2. Sentiment analysis of online comments by cruise passengers

表 2. 邮轮游客在线评论的情感分析

情绪类型	占比	情绪分段统计	占比
Emotional type	Percentage	Mood segment statistics	Percentage
积极情绪 Positive emotions	76.04%	一般(0~10)	24.78%
		中度(10~20)	21.35%
		高度(20 以上)	29.91%
中性情绪 Neutral emotions	9.65%	--	--
消极情绪 Negative emotions	14.30%	一般(-10~0)	9.56%
		中度(-20~-10)	3.35%
		高度(-20 以下)	0.42%
总计 Total	100%	--	--

来源: ROST CM6 软件自行整理。

对样本经过情感统计分析发现这些文本评论具有内隐特征。通过表 2 的数据可以得出结论,游客对邮轮旅游的情感倾向大多为正向,占 79.75%,表明游客对邮轮旅游比较满意。

样本中反映积极情绪的情绪词有“满意”、“丰富”、“开心”、“休闲”、“干净”、“周到”、“享受”和“热情”。其中,“满意”和“周到”反映了邮轮工作人员和导游对邮轮服务的体贴。“开心”表示游客在体验邮轮旅行时心情积极。“休闲”和“享受”表明邮轮旅游是一种高端休闲旅游模式。“豪华”和“丰富”反映了游轮娱乐设施和节目的多样性。消极情绪的情感词汇包括“拥挤”、“浪费”和“台风”。其中,“拥挤”反映了游客认为一些娱乐设施和节目的参与者太多,在排队或参加活动时感到非常不舒服。这也反映了工作人员在工作中的疏忽,未能引导游客保持良好秩序,游客认为一些景点的安排对游客来说无组织性,而且安排的旅游时间太短,因此游客没有足够的时间欣赏风景。“浪费”体现在餐饮上,这表明一些游客在享用自助餐时浪费了食物,同时他们也表示情况比以前有所好转。“台风”一词表现了游客对台风天气不确定感到紧张,或者邮轮在遇到海浪时有时会有轻微的摆动,从而引起的担心心理。

从表 2 可以看出消极情绪文本远低于积极情绪文本, 作为高端旅游活动, 说明游客整体的邮轮旅游满意度还是很高的。根据图 1 中的语义网络图, “服务”与“适合”和“热情”相关联, 表明游客对邮轮服务的评价较高。只有极少部分游客不满意, 可能因为船上的许多服务员都是外国人, 语言交流可能不方便。最后, 分析结果表明, 游客对邮轮旅游的满意度远远高于其他旅游活动, 这与高质量的服务和高端定位有关。

4.4. 深圳蛇口港的可持续发展分析

4.4.1. 基于价值链的“客源”角度分析

邮轮母港是邮轮产业链的节点, 既是邮轮公司的载体和游客的聚集地, 也是邮轮经济体系的重要资源集成商[13]。SSP 位于亚热带地区, 全年通航, 潜在消费者来自于中国经济发达和活跃的地区, 市场前景广阔[14]。大多数中国游客都是第一次体验邮轮旅游, 他们的旅游动机主要是获得旅游体验。基于价值链理论的“游客来源”方面, 我们通过数据收集和分析, 大体可以分析出老年人、儿童和父母是两个新兴市场, 因为这些主语出现的最为频繁。老人是中国邮轮旅游的主要消费群体, 在高频词统计中, “老年人”和“孩子”分别排在第 24 位和第 14 位。一些老年人一般有足够的钱和闲暇时间, 并且有强烈的乘船旅行的愿望, 长途邮轮旅行将会满足这些新退休人员看外面世界的需要[15]。所以 SSP 的消费策略和营销策略的实施要将目标群体精准细分和定位, 充分分析市场需求, 做好邮轮价值链的支持活动。

4.4.2. 基于价值链的“采购”角度分析

从上述分析可以得出丰富邮轮娱乐设施, 提高服务质量和重视休闲文化的培育并建立免税购物中心都是必要的。“购物”和“设施”在高频词统计中前 60 个出现, 反映了它们作为旅游业六大要素中的两个要素的重要性。Park 和 Lee (2019)证明, 受访者最重视在免税商店中购买各种购物物品[16]。依托中国邮轮旅游发展试点的政策优势, 可在母港附近设立邮轮游客免税购物中心, 以改善游客的购物体验。此外, 必须创造性地设计和采购产品, 强调差异化, 丰富邮轮上下的邮轮购物和娱乐设施。

5. 结论与启示

首先, 在整体战略合作层面, 邮轮母港与邮轮公司在产业链上存在共生关系。母港作为邮轮公司的对接港, 必须提供一流的对接服务, 梳理价值链游客来源和设施采购的核心环节, 发挥信息流和技术流的联合作用[17]。从邮轮价值链本身出发来寻找价值链增值以实现邮轮旅游可持续发展的核心问题, 并从根源上突破和解决。

其次, 在运营层面, 特别是在营销层面, 邮轮母港可以承担组织者的角色。邮轮母港可以组织建立邮轮联盟, 聚集邮轮公司的销售代理商, 并与邮轮公司、销售代理和其他相关企业密切合作, 形成营销合力[18]。从游客满意度和体验度的心理角度分析, 积极寻求带动旅游发展的潜在顾客并发展本土忠诚的邮轮游客, 推动邮轮产品和服务生态圈的创建。

最后, 在供应层面, 绿色供应链的形成取决于基础设施采购, 以实现可持续发展, 同时, 通过建设增值购物中心、培训导游和邮轮员工, 力争占领中国新兴的老年人市场和亲子市场。无论如何, 旅游业和酒店业的客户价值可以拓宽维度, 延伸其价值 - 满意度 - 忠诚度链[19]。

本文的研究不足之处在于由于时间原因没有进行实地考察和访谈, 可能导致分析结果不能完全符合邮轮市场旅游现状, 如果条件允许, 可以针对目标市场群体抽样进行邮轮旅游相关的咨询和访谈, 争取获得第一手数据。同时, 携程网对邮轮游客的网络评论是在没有考虑其他网站的情况下选择的, 老年人和儿童无法通过网络分享旅游感受, 这些在一定程度上影响了研究结果。下一步, 应以各种方式对政府、邮轮公司、邮轮母港和游客进行调查和访谈, 找到财务统计数据最好, 以便进行更客观和全面的研究。

参考文献

- [1] Taheri, B., Hosany, S. and Altinay, L. (2019) Consumer Engagement in the Tourism Industry: New Trends and Implications for Research. *Service Industries Journal*, **39**, 463-468. <https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1595374>
- [2] Sun, X., Feng, X. and Gauri, D.K. (2014) The Cruise Industry in China: Efforts, Progress and Challenges. *International Journal of Hospitality Management*, **42**, 71-84. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.05.009>
- [3] Yin, F. and Mei, S. (2016) Shekou Prince Bay Will Build up World-Class Cruise Home Port. *Journal of the Waterways and Harbors Division*, **37**, 254.
- [4] 徐竞. 基于价值链整合视角的邮轮经济研究[D]: [硕士学位论文]. 厦门: 集美大学, 2021.
- [5] 周道禹. 深圳蛇口港口先导区工业文化遗存状况调查及整合策略探讨[D]: [硕士学位论文]. 深圳: 深圳大学, 2017.
- [6] Papathanassis, A. (2012) Guest-to-Guest Interaction on Board Cruise Ships: Exploring Social Dynamics and the Role of Situational Factors. *Tourism Management*, **33**, 1148-1158. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.11.016>
- [7] Han, H. and Hyun, S.S. (2019) Cruise Travel Motivations and Repeat Cruising Behaviour: Impact of Relationship Investment. *Current Issues in Tourism*, **22**, 786-805. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1313204>
- [8] Hosany, S. and Witham, M. (2010) Dimensions of Cruisers' Experiences, Satisfaction and Intention to Recommend. *Social Science Electronic Publishing*, **49**, 351-364. <https://doi.org/10.1177/0047287509346859>
- [9] Sanz-Blas, S., Buzova, D. and Schlesinger, W. (2019) The Sustainability of Cruise Tourism Onshore: The Impact of Crowding on Visitors' Satisfaction. *Sustainability*, **11**, 1510. <https://doi.org/10.3390/su11061510>
- [10] 赵彩红. 公共管理研究领域中的社会网络分析[J]. 黑龙江人力资源和社会保障, 2022(8): 1-3.
- [11] Buzova, D., Sanz-Blas, S. and Cervera-Taulet, A. (2018) 'Tour Me Onshore': Understanding Cruise Tourists' Evaluation of Shore Excursions through Text Mining. *Journal of Tourism and Cultural Change*, **17**, 356-373. <https://doi.org/10.1080/14766825.2018.1552277>
- [12] Xiao-Dong, S. and Rong-Xin, N.I. (2017) Onboard Attributes/Criteria of Cruise Ships and Cruisers' Satisfaction Evaluation. *Statistics & Information Forum*, **32**, 116-122.
- [13] Liu, Y., Dong, E., Li, S., et al. (2020) Cruise Tourism for Sustainability: An Exploration of Value Chain in Shenzhen Shekou Port. *Sustainability*, **12**, 3054. <https://doi.org/10.3390/su12073054>
- [14] Yan, X.U., Meng-Lei, B. and Lin, L.U. (2018) Research Progress on Chinese Cruise Tourism. *Yunnan Geographic Environment Research*, **30**, 9-17.
- [15] Wu, L.M., Dong, C. and Xiong, G.X. (2020) A Big-Data-Based Analysis on the Impact of Cruise Tourism Image on Chinese Tourist Satisfaction and Behavioral Intentions. *Journal of Coastal Research*, **106**, 314-318. <https://doi.org/10.2112/SI106-073.1>
- [16] Park, S.Y., Lee, W.S., Moon, J., et al. (2019) Examination of Chinese Cruise Tourists' Attributes Using a Choice Experiment. *Sustainability*, **11**, 3621. <https://doi.org/10.3390/su11133621>
- [17] 贾艳慧. 国际著名邮轮母港发展经验及其对中国港口的启示[J]. 未来与发展, 2018, 42(8): 27-30.
- [18] 姜锐, 崔永聪. 中国邮轮母港标准化体系的构建与思考[J]. 现代商贸工业, 2021, 42(5): 47-49.
- [19] Gallarza, M.G., Arteaga, F. and Gil-Saura, I. (2019) Customer Value in Tourism and Hospitality: Broadening Dimensions and Stretching the Value-Satisfaction-Loyalty Chain. *Tourism Management Perspectives*, **31**, 254-268. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.05.011>