

学校编码: 10384

分类号 _____ 密级 _____

学号: X2013156279

UDC _____

厦门大学

硕士学位论文

我国旅行社邮轮旅游经营模式创新研究

Research on Innovation of Business Model
in China Cruise Agents

罗良刚

指导教师姓名: 黄福才教授

专业名称: 工商管理 (EMBA)

论文提交日期: 2015年6月

论文答辩日期: 2015年 月

学位授予日期: 2015年 月

答辩委员会主席: _____

评阅人: _____

2015年6月

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学号: X2013156279

UDC_____

厦门大学

硕士学位论文

我国旅行社邮轮旅游经营模式创新研究

Research on Innovation of Business Model
in China Cruise Agents

罗良刚

指导教师姓名: 黄福才教授

专业名称: 工商管理(EMBA)

论文提交日期: 2015年6月

论文答辩日期: 2015年 月

学位授予日期: 2015年 月

答辩委员会主席: _____

评阅人: _____

2015年6月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘要

邮轮旅游良好的发展态势以及其巨大的产业带动作用,对中国旅游业的发展具有极大的吸引力。近年来,随着欧美国际邮轮巨头公司进驻中国市场,风靡欧美的邮轮旅游逐渐成为国人旅游消费的新热点,选择邮轮旅游方式出游的人数逐年增加,我国的邮轮旅游产业表现出强劲的发展势头,邮轮旅游产业前景辉煌。

然而,邮轮旅游在中国市场虽发展势头迅猛,前景看好,但这个市场离成熟期还有很长的路要走。国内旅行社邮轮旅游经营方面仍存有诸多的问题和发展瓶颈,邮轮旅游市场的乱象频出,无序的票务市场竞争致使各旅行社邮轮旅游板块获利微薄;邮轮旅行社竞相降低成本投入,旅行社旅游服务品质低下,从而使邮轮旅游者对邮轮旅游的期望值和体验值不断下降,邮轮旅游市场处于一个非常尴尬的境地,一方面市场前景和态势良好,邮轮旅游有望成为各旅行社在经济转型期新的经济增长点,另一方面,无序的竞争和传统模式的诸多掣肘成为邮轮旅游良性发展的瓶颈,邮轮旅行社无利可图,前景堪忧。

如何摆脱困境,避免无序竞争?如何把握机遇,寻求可持续发展?已成为国内旅行社邮轮旅游经营亟需解决的问题和挑战。笔者从我国邮轮旅游市场的基本状况和特征分析出发,采用 SWOT 分析法全面剖析中国邮轮旅游市场发展的前景及存在的问题,旅行社开展邮轮旅游面临的机遇与挑战,从而得出:中国邮轮旅游发展拥有非常广阔的市场前景,旅行社邮轮旅游业务发展机遇和挑战共存。邮轮旅行社应抓住机遇,改变传统经营模式和营销策略,以适应市场发展和邮轮旅客需求,从而实现旅行社发展战略转型和可持续良性发展。另外,通过深入剖析我国旅行社邮轮旅游经营模式发展现状及存在的问题,结合旅行社经营模式发展的趋势,构建旅行社经营模式创新思路,从宏观层面和微观层面探索旅行社邮轮旅游经营模式创新路径和经营策略,旨在通过对邮轮旅行社经营模式改革和创新的研究,为旅行社邮轮旅游经营模式改革提供理论支撑和实践探索,从而促进旅行社改变经营模式,创新经营理念,提升服务质量,实现邮轮旅游顾客满意和旅行社长足发展的双赢局面。

关键词: 邮轮旅游 1; 经营模式 2; 创新 3

Abstract

The exceptionally powerful momentum and the tremendous pull of the cruise industry appeals to the Chinese tourism. In recent years, as American and European cruise giants landed on the Chinese market, cruise tourism that swept the USA and Europe market persistently took on the Chinese. The number of cruising people increased rapidly year after year, which shows that Chinese cruise markets is promising.

Nevertheless, such a beautiful outlook based on the great momentum of development has a long way to go before it comes to maturity. Domestic travel agencies are still entrenched with many problems and bottleneck in their business for the frequent chaotic market activities and slim profits caused by disorderly ticketing competition. The insufficient input and low service just pull down the expectation and experiences of cruise tourists, making the cruise market in the fix, where on one hand it is a promising and bright market that may be the next growth point for all travel agencies, but on the other hand it is really grim for cruise industry and unprofitable for the cruise agency as the chaotic competition and traditional business mode hamper and constrain the virtuous development.

How to shake off this harsh situation and be free from the disorderly competition? How to take the opportunity and maintain sustainable development? These questions have become a compelling issue and great challenge to domestic travel agencies. This paper begins with the analysis on basic market features and conditions and addresses the issue of prosperity and the existing problem of China's cruise industry by using the approach of SWOT. It concludes that China's cruise tourism is extremely vast and bright which offers the opportunity and challenge for tourism agency at the same time. Cruise tourism agencies should take the opportunity, transform the traditional business mode and marketing strategy so as to meet the demand of both the market and the customers, therefore realizing the goal of strategy transformation and sustainable development. Besides, through the in-depth analysis of the current business mode and the existing problems, this paper proposes to construct and explore innovative business mode at macro and micro levels for the tourism agency by taking into consideration the development trend of tourism agency. It aims to provide theoretical support and practice experiences for the business mode reform of tourism agency and eventually promote the restructure of business mode, draw out enlightened management philosophy so that customers and agencies can achieve win-win propelled by better customer service and customer satisfaction.

Key words: cruise tourism; business mode; innovation

目录

第一章 引言	1
第一节 论文研究的背景及意义	1
一、论文研究的背景.....	1
二、论文研究的意义.....	4
第二节 邮轮相关研究综述	6
一、国外研究文献综述.....	7
二、国内研究文献综述.....	10
第三节 论文研究的内容和方法	11
一、论文的研究内容.....	11
二、论文的研究方法.....	12
第二章 邮轮旅游概述	14
第一节 邮轮旅游概念	14
一、邮轮与邮轮旅游.....	14
二、邮轮的分类.....	15
三、邮轮的特点.....	17
第二节 现代邮轮旅游基本特征	18
一、多元化目的地属性（旅游内容丰富）	18
二、浮动特性(新鲜的旅游体验).....	18
三、彻底放松身心的旅游体验性.....	18
四、游客的族群性.....	18
五、产品高价特性(凭卡消费、一价全包).....	19
第三节 邮轮旅游与传统旅游的差异性分析	19
一、性价比高.....	19
二、餐饮质优.....	19
三、住宿舒适.....	19
四、游览放松.....	20
五、娱乐丰富.....	20
六、购物便捷.....	20

第三章 我国邮轮旅游发展现状及 SWOT 分析	22
第一节 我国邮轮旅游市场发展现状、市场特征及消费趋势	22
一、发展现状.....	22
二、市场特征.....	23
三、消费趋势.....	24
第二节 我国旅行社开展邮轮旅游的 SWOT 分析	27
一、优势分析.....	28
二、劣势分析.....	30
三、机会分析.....	32
四、威胁（挑战）分析.....	33
第四章 我国旅行社经营模式概述	36
第一节 经营模式概述	36
一、经营模式的概念及内涵.....	36
二、经营模式的分类.....	37
第二节 我国旅行社经营模式发展现状及弊端分析	37
一、我国旅行社经营模式发展现状.....	37
二、我国旅行社经营模式发展弊端分析.....	39
第三节 新形势下传统旅行社面临的挑战	40
一、新旅游法的出台.....	40
二、电商对传统旅行社的冲击.....	41
三、旅游者需求的变化.....	41
第四节 旅行社经营模式未来发展趋势	42
一、专业化发展.....	42
二、全球化布局.....	42
三、网络化经营.....	42
四、信息化倾向.....	43
第五节 旅行社邮轮旅游经营模式	43
一、邮轮代理.....	43
二、旅行社包船.....	44

第五章 我国旅行社邮轮旅游经营模式发展分析	45
第一节 旅行社业务中的邮轮旅游	45
一、我国旅行社的邮轮业务类型.....	45
二、旅行社宣传、推销和组织邮轮业务.....	45
第二节 我国旅行社邮轮旅游的经营模式现状	48
一、大型国际旅行社邮轮旅游包船模式.....	48
二、中小旅行社邮轮旅游经营模式.....	50
三、在线旅游代理商模式.....	51
四、专业邮轮旅游代理商模式.....	52
第三节 我国旅行社邮轮旅游经营现存问题分析	53
一、宏观层面：传统水平分工体系制约旅行社的发展.....	54
二、微观层面：激烈的票务市场竞争和低质旅游服务导致市场效益低迷.....	57
三、我国旅行社邮轮旅游经营的其他问题.....	60
第六章 我国旅行社邮轮旅游经营模式创新思路	64
第一节 旅行社邮轮旅游经营模式创新驱动因素	64
一、产品驱动因素：新兴领域旅游产品—邮轮旅游.....	64
二、技术驱动因素：旅游电子商务的兴起.....	65
三、经营模式驱动因素：连锁+纵向整合+跨国经营	65
四、消费群体驱动因素：营销和服务模式改革.....	66
第二节 旅行社邮轮旅游经营模式构建思路	67
一、宏观层面：探索垂直分工体系下的资源整合和规模化经营.....	67
二、微观层面：探索建立基于顾客满意的邮轮旅游营销策略.....	69
第七章 旅行社邮轮旅游经营模式创新：宏观层面探索	70
第一节 构建邮轮专业销售体系，创建母港邮轮票务预订中心	70
一、我国邮轮票务市场现存问题.....	70
二、我国邮轮票务市场构建策略.....	71
第二节 通过连锁、加盟、纵向整合，形成集团化规模经营效应	73
一、现有行业结构不利于规模经济效益的发挥.....	73

二、连锁加盟并纵向整合形成集团规模经济效应.....	75
第三节 通过跨国经营，开拓国际邮轮旅游市场	76
一、中国旅行社邮轮旅游跨国经营的必然性与可行性.....	76
二、中国旅行社邮轮旅游跨国经营的目标定位.....	77
三、中国旅行社邮轮旅游跨国经营的战略选择.....	78
四、中国旅行社邮轮旅游跨国经营的区位选择.....	79
第四节 发展旅游电子商务，构建网络平台与旅行社互融的 OTA 模式.....	80
一、旅行社邮轮旅游电子商务运营模式借鉴.....	80
二、旅行社邮轮旅游在线旅行社 OTA 模式.....	82
第八章 旅行社邮轮旅游经营模式创新：微观层面探索	86
第一节 我国旅行社邮轮旅游营销存在的问题	86
一、营销宣传夸大.....	86
二、营销渠道局限.....	86
三、定价机制误导.....	87
四、专业人才稀缺.....	87
第二节 邮轮旅游中顾客满意理念带来的价值分析	88
一、增加旅行社盈利能力.....	88
二、建立顾客的忠诚度.....	89
三、建立口碑营销.....	89
第三节 旅行社经营模式创新：建立基于顾客满意的营销战略	89
一、注重消费者培育，提升产品品牌价值.....	89
二、定位目标市场，针对性营销.....	90
三、通过公共媒体宣传邮轮旅游的安全性.....	91
四、有效控制顾客期望，确保宣传的真实性.....	92
五、提供优惠的初次体验，确保产品和服务的质量.....	93
六、丰富邮轮旅游活动，增强顾客的参与性.....	93
七、针对顾客需求，开展特色主题之旅.....	94
八、建立完善的邮轮顾客服务与管理系统，不断提高客户满意度.....	95
第九章 案例分析：携程押重宝于邮轮市场	98

第一节 携程邮轮旅游业务背景	98
一、邮轮板块成为携程的四大新业务之一	98
二、携程宣布成立天海邮轮公司	98
三、携程重构邮轮商业模式	99
四、携程构建首个“全球中文邮轮预订平台”	101
五、携程第三艘邮轮即将成交，船队计划曝光	103
六、携程邮轮计划将以中端价位打开市场	103
七、携程天海邮轮打造海上桃花源，提供酷体验	104
第二节 携程邮轮旅游经营模式创新评价	105
一、宏观层面经营模式	105
二、微观层面经营模式	106
第十章 结论及展望	107
一、结论	107
二、不足及展望	107
参考文献	108
致 谢	110

Contents

Chapter 1 Introdution	1
Section 1 Background and its Contribution	1
1 Background	1
2 Contribution	4
Section 2 Cruise Literature	6
1 International Literature	7
2 Domestic Literature	10
Section 2 Subjects and Approach	11
1 Subjects	11
2 Approach	12
Chapter 2 Overview of Cruise Tourism.....	14
Section 1 the Concept of Cruise Toursim.....	14
1 Cruise and Cruise Tourism.....	14
2 Types of Cruise	15
3 Attributes of Cruise	17
Section 2 Fundamental Features of Modern Cruise	18
1 Multi-Destination(Rich Tourism Programmes)	18
2 Features of Floating (Fresh tour Experience)	18
3 Thoroughly Phsical and Mental Relaxation Experience	18
4 Grogerious Customers	18
5 High-Price Products (Card consumption and one-for-all Price).....	19
Section 3 Analysis on Discrepancies between Cruise Tourism and Traditional Tourism	19
1 High Performance-Price Ratio	19
2 Superb Catering Service	19
3 Comfortable Accommodation	20
4 Relaxing Programmes	20
5 Abundant Entertainment	20
6 Convenient Shopping.....	20
Chatper 3 Current Situation of China's Curise Tourism and SWOT Analysis	22
Section 1 Current Situation of China's Cruise Tourism, Market Charateristics and Consumption Trend	22
1 Current Situation	22
2 Market Charateristics	23
3 Consumption Trend.....	24
Section 2 SWOT Analysis on China's Curise Tourism Agency.....	27

Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”.

Fulltexts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

廈門大學博碩