

孙晓东,侯雅婷.邮轮母港游客满意度测评与提升研究——基于上海的实证分析[J].地理科学,2017,37(5):756-765.[Sun Xiaodong, Hou Yating. Evaluation of Tourist Satisfaction with Cruise Homeport: An Empirical Study on Shanghai. Scientia Geographica Sinica, 2017, 37(5): 756-765.] doi: 10.13249/j.cnki.sgs.2017.05.013

邮轮母港游客满意度测评与提升研究 ——基于上海的实证分析

孙晓东,侯雅婷

(华东师范大学工商管理学院旅游学系, 上海 200241)

摘要:自2006年开始,中国邮轮业开始步入快速发展时期。目前,上海拥有中国大陆硬件最优良的邮轮母港,游客接待量已经跃居全球前列。然而在港区功能配备、游客在港服务等方面,上海与国际著名邮轮母港相比还存在较大差距。构建了邮轮母港的游客满意度指标体系,并对上海出发的母港游客进行了满意度测评,从而识别出了单项指标的期望满意差距,进而提出了上海母港满意度提升的对策和措施。研究结果表明,上海应着重在网络与信息服务、港区免税购物、儿童设施配备、通关安检效率、停车与人车分流、港区安全保障等方面提升游客满意度。

关键词:邮轮;邮轮旅游;邮轮港口;邮轮母港;游客满意;上海

中图分类号:F59 **文献标识码:**A **文章编号:**1000-0690(2017)05-0756-10

引言

从全球休闲与旅游业来看,邮轮产业经历了40余年的快速发展,已经成为最具成长性和经济效益最高的业务之一^[1]。2015年全球邮轮游客接待量超过2 300万人次,邮轮产业总产出超过1 000亿美元^[2]。随着全球邮轮产业重心的不断东移,亚洲地区成为国际邮轮公司争夺的战略性新兴市场,邮轮投放和乘客接待量持续增长^[1,3,4]。从客源输出来看,2012~2015年亚洲邮轮乘客数量由77.5万增长到接近210万,复合年均增长率超过39%;中国是亚洲客源增长的主要动力,2015年乘客数量达到98.6万,占47.4%的市场份额,复合年均增长率超过60%^[4]。从运力投放来看,2013~2016年亚洲游客接待能力(Passenger Capacity)的年增长率接近30%,邮轮投放量的复合年均增长率超过12%^[4],2016年亚洲乘客运力占全球市场的9.6%,超过澳洲(6.1%)、阿拉斯加(4.1%)和南美(2.7%),

排在加勒比(33.7%)、地中海(18.7%)和欧洲其他地区(11.7%)之后,位列全球第四^[2]。作为亚洲邮轮市场的核心成员,中国在邮轮港口系统规划与建设方面取得了长足进步,已经建成大连、天津、青岛、烟台、上海、舟山、厦门、深圳、广州、海口和三亚等邮轮港口,整体邮轮靠泊和接待能力位列亚太地区前列^[5],其中上海拥有中国大陆硬件设施最完备的邮轮母港,2015年共接待出入境邮轮游客163万人次,位居全球前列,占全国总接待量的65.7%,同比增长35%^[6]。

作为邮轮旅游的关键节点和邮轮产业价值链的重要参与者,邮轮港口是中国深化邮轮经济的核心载体。在基础设施建设和邮轮接待能力达到一定规模后,邮轮港口只有持续吸引邮轮挂靠和游客访问才能保证邮轮产业的持续繁荣,而基本前提必须是通过功能配备和服务质量的不断优化来获得游客满意。现有邮轮研究证明,游客对邮轮港口及其目的地的满意水平对口碑传播和重游

收稿日期:2016-10-08; **修订日期:**2016-12-10

基金项目:国家自然科学基金项目(71572057, 71202134)、上海市人民政府决策咨询课题(2014-Z-J03-B)、国家旅游局旅游业青年专家培养计划项目(TYETP201522)资助。[Foundation: National Natural Sciences Foundation of China (71572057, 71202134), Shanghai Municipal Government Decision-making Consulting Project (2014-Z-J03-B), Tourism Young Expert Training Program of China National Tourism Administration (TYETP201522).]

作者简介:孙晓东(1979-),男,山东安丘人,博士,副教授,主要从事邮轮旅游、旅游管理、决策分析等研究。E-mail: xdsun@bs.ecnu.edu.cn

通讯作者:侯雅婷。E-mail: 645539446@qq.com

行为具有显著的影响作用^[7-9]。特别是在邮轮旅游大众化(Mass Cruise)时代,顾客满意对于维护邮轮旅游“豪华性、高端性”的产品特征、触发游客口碑推介行为和重游行为具有极其重要的作用。目前,国内外邮轮游客满意方面的报道主要集中在国际邮轮市场方面,包括国际邮轮协会(CLIA)的顾客调研、国际邮轮公司的满意度测评、第三方调研机构的市场研究以及其他目的地市场的案例分析。从学术研究来看,现有成果主要从总体满意的角度对邮轮游客的满意度进行了测量,并进一步探讨满意度对顾客感知价值以及行为意向的影响^[7-13]。然而此类研究只能从有限的维度提出较为宽泛的管理建议,而无法全面的针对单项指标提出满意度提升的具体对策,极大地降低了研究结果的应用性。对于邮轮母港满意度的提升问题,目前并无文献探讨满意度指标体系的构建以及单项指标的测评和提升问题。为此,本文采用文献分析、专家访谈、邮轮领队座谈和乘客预调研相结合的方式,构建了邮轮港口满意度的指标体系;进而以上海吴淞口国际邮轮港为案例,对邮轮游客的满意度进行了综合测评,并识别出了上海母港各个单项指标的期望满意差距;最后,提出上海邮轮母港满意度提升的对策和建议。研究结果同样对中国其他邮轮港口发展具有启示意义。

1 研究进展

从现有邮轮游客满意度文献来看,目前并无成果从多指标评价的角度专门对邮轮港口的满意度指标体系构建、单项指标测评与提升问题进行研究,而是关注邮轮游客的总体满意、感知价值、顾客忠诚和行为意向之间的关系,并从有限的维度提出较为宽泛的满意度提升策略,无法全面而针对性地对单项指标提出满意度提升的具体对策。由于影响游客满意因素的复杂性,满意度测评通常涉及多个维度下的众多单项指标^[14,15]。本文邮轮港口满意度的指标体系涵盖游客全方位的在港体验内容,细化指标来自邮轮港口规划、邮轮母港选择和邮轮游客体验等相关文献。

首先,在邮轮港口规划方面,现有研究间接地对游客满意度指标进行了提及。比如,McCalla^[16]发现,地址(Site)和区位(Situation)要素是港口吸引力的重要指标。Fogg^[17]通过对美国佛罗里达州三大邮轮港口(Miami、Everglades和Canaveral)的

研究发现,乘客处理能力(通关、服务等)、周边酒店设施、岸上旅游产品等是邮轮港口的重要规划要素之一;而与挂靠港相比,邮轮母港应更加重视周边配套酒店与岸上旅游产品的规划。Castillo-Manzano等^[18]对西班牙邮轮港口访问量的影响因素进行研究后发现,人口密集、临近大型机场、旅游资源独特的港口更容易吸引邮轮挂靠和游客访问,其中交通指标是主导因素。Wang等^[19]的研究则发现,优良的地理位置、交通条件、环境气候、人文文化、旅游资源以及邮轮码头的各项配套设施是吸引国际邮轮前来挂靠的重要因素;其中旅游吸引物是主导因素,其次为交通通达性。在邮轮母港方面,Lekakou等^[20]以地中海邮轮港口为例,识别出了邮轮公司选择母港的最重要指标,其中与游客相关的指标包括母港可达性(是否有国际机场)、航班密集性与可靠性、游客设施、邮轮接待能力、安全性、城市旅游服务、交通衔接能力等。然而该研究并未从游客感知的角度对港口满意度进行测评。

其次,在游客体验方面,Blas等^[7]以地中海邮轮港口为例,探讨了邮轮目的地旅游资源、城市基础设施、城市环境以及社会经济环境等形象对顾客满意与行为意向的影响。研究表明,基础设施、氛围、旅游资源及社区环境等对于提升港口吸引力和游客满意度影响较大。Brida等^[8]对喀他赫纳港(Cartagena)邮轮乘客的岸上满意度进行研究后发现,虽然乘客的总体满意度较高,但城市基础设施(包括交通、噪音、卫生、设施)和购物环境需要引起决策者关注,特别是街头摊贩的态度在很大程度上降低了乘客购物体验的满意度。Brida等^[21]对该港的另一项研究表明,安全安保设施对游客选择岸上设施的影响也较大。Andriotis等^[22]通过对到访希腊伊拉克利翁(Heraklion)的邮轮游客研究发现,满意度最高的指标为个人安全、当地居民友好性以及店主和工作人员态度;而岸上游玩时间充足性则是满意度最低的指标。Satta等^[23]对意大利3个港口邮轮游客的研究发现,邮轮码头设施、乘客登船经历、旅游信息服务、码头购物区域、周边交通设施以及码头安保程序等对邮轮港口满意度的提升具有显著的影响,并进一步影响游客的口碑传播行为。Ozturk等^[9]基于夏威夷邮轮乘客的实证分析表明,港口目的地的交通、安全、价格等因素对游客的满意度有较大影响,并进一步

影响游客的重访意向和口碑推荐意向;岸上活动或者观光游览要素则对游客的满意度不具有显著影响。Brida等^[24]从餐饮的角度对邮轮港口设施配备进行了研究。研究发现,由于邮轮船票一般包含基本的餐饮服务,导致游客的岸上餐饮消费不足。可见,基础性的餐饮设施难以吸引邮轮游客,区域特色餐饮服务能提高顾客满意。

此外,Brida等^[11]对加勒比海母港卡塔赫纳出发的游客进行聚类分析,并对不同类别游客的满意度差异进行了比较,其中满意度指标包括机场设施、酒店、旅游信息、巴士和的士司机、历史中心、居民友好、清洁城市、交通和噪音、天气、街头小贩、港口设施和服务、价格等。Pranić等^[25]通过对克罗地亚邮轮游客进行实证分析后识别出了4类满意度测量指标:① 信息服务与观光,包括游客信息中心服务、旅游宣传册可得性、有组织的城市/乡村旅游;② 目的地总体满意指标,包括总体旅游体验、物超所值、清洁整齐、人身安全和旅游标识质量;③ 美食,包括餐饮质量与品种和居民好客;④ 目的地产品,包括可参观/可参加事情的多样性、购物和纪念品供给。此外,孙晓东等^[26]从服务功能配备的角度总结出了邮轮港口对乘客的九大类服务指标,分别是停车场、候船室、交通服务、行李服务(行李寄出、预寄包裹)、旅游信息、安全保障、网络服务、残疾人设施以及其他基础设施(比如步道、邮局、特殊租赁等)。以上研究虽然涉及了较为具体的邮轮游客满意度指标,但均未从多指标综合评价的角度构建完备的满意度指标体系,因此无法对单项指标的满意差距进行识别,并提出针对性的提升策略。

2 指标体系构建

从国际邮轮业来看,作为邮轮航线的关键节点,邮轮港口是邮轮城市中与邮轮旅游最具相关性的基础设施。邮轮港口的设施建设与功能配备很大程度上影响邮轮挂靠的可能性。在指标识别与选取方面,采用两种方法:一是通过文献分析进行指标的初步识别,涉及国际邮轮公司(皇家加勒比邮轮公司、嘉年华邮轮公司、迪士尼邮轮公司、歌诗达邮轮公司等)的顾客调研报告、第三方机构(J.D. Power公司、Conde Nast Traveler旅游杂志、去哪儿网等)公布的市场报告、邮轮旅游目的地等组织的顾客调研实践以及上文的邮轮游客研究文

献^[7,11,16-26];二是通过专家访谈、旅行社邮轮领队座谈以及游客预调研等方法对指标进行增减和提炼,其中被访谈者主要包括以高校为代表的研究机构专家(6人)、包船旅行社的邮轮领队(13人)和通过旅行社获得的邮轮游客(20人)。最终的邮轮港口满意度指标体系包含27个单项测评指标,涉及港区本身设施配备、旅游咨询服务能力、工作人员服务水平、通关与行李处理效率、港口的地理位置、交通承接能力等多个方面(表1)。

3 研究方法

3.1 指标权重的确定方法

本研究的满意度测评将采用多指标综合评价的方法。首先,测评指标的权重采用变异系数法和游客重要度打分相结合的方法来确定,其中重要程度的打分直接通过问卷调查获得;而变异系数法则基于游客对指标的满意度打分来确定。基本含义为:一个指标游客感知越重要,并且在实际的满意度评价时的差异(变异)越大,说明该指标具有越大的提升空间,应重点考虑。指标总权重的确定过程为:假设被调研的邮轮游客数量为 m ,共有 n 个单项测评指标, $s_i(j)$ 为第 i 个顾客对第 j 个指标的满意度打分,则第 j 个指标的总权重 w_j 为:

$$w_j = (W_j + I_j) / 2, (j = 1, 2, \dots, n) \quad (1)$$

$$W_j = v_j / \sum_{j=1}^n v_j, (j = 1, 2, \dots, n) \quad (2)$$

$$\begin{cases} v_j = \sqrt{S_j^2 / s_j} \\ S_j^2 = \frac{1}{m-1} \sum_{i=1}^m [s_i(j) - \bar{s}_j]^2, (j = 1, 2, \dots, n) \\ \bar{s}_j = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m s_i(j) \end{cases} \quad (3)$$

式中, w_j 为第 j 个指标的总权重; W_j 为第 j 个指标的变异系数权重; I_j 为第 j 个指标的打分权重,通过邮轮游客重要度打分均值的标准化获得; v_j 为第 j 个指标满意度打分的变异系数; S_j^2 为第 j 个指标满意度打分的方差; $\bar{s}_j$ 为第 j 个指标满意度打分的均值。

3.2 单项指标的测评方法

在满意度测评方面,本文借鉴Liou等^[27]、汪侠等^[28]的研究,通过多指标综合评价中的灰色关联分析理论来测评和识别游客对特定指标的满意水平和期望满意差距。通过构建单项指标的加权期望

表1 指标满意度打分的描述性统计及相关权重

Table 1 Descriptive statistics and weight of each port satisfaction criteria

满意度测评指标	均值	标准差	变异系数权重	打分权重	总权重
治安(个人安全)	3.85	0.797	0.0316	0.0396	0.0356
与城市景点接近程度	3.47	0.744	0.0327	0.0348	0.0337
游客疏导	3.60	0.813	0.0344	0.0381	0.0362
邮局/厕所/公共电话	3.42	0.815	0.0362	0.0363	0.0363
引导标识/指示牌	3.68	0.863	0.0358	0.0383	0.0370
休闲娱乐	3.64	0.808	0.0339	0.0364	0.0351
下船	3.58	0.917	0.0391	0.0381	0.0386
网络服务/WIFI	2.95	1.081	0.0558	0.0369	0.0464
外汇兑换	3.33	0.794	0.0362	0.0352	0.0357
通关/安检效率	3.47	0.976	0.0428	0.0377	0.0402
停车场	3.47	0.940	0.0411	0.0365	0.0388
人车分流	3.50	0.909	0.0396	0.0375	0.0386
旅游资讯/周边旅游信息	3.48	0.776	0.0339	0.0361	0.0350
交通可达性/方便到达	3.58	0.821	0.0350	0.0370	0.0360
环境卫生洁净	3.66	0.868	0.0362	0.0380	0.0371
行李处理	3.76	0.889	0.0361	0.0381	0.0371
贵宾/VIP休息室	3.34	0.863	0.0391	0.0333	0.0362
购物/免税店	3.38	0.885	0.0398	0.0361	0.0379
公共交通/乘客输送	3.58	0.890	0.0379	0.0378	0.0379
工作人员态度	3.91	0.785	0.0306	0.0378	0.0342
工作人员服务能力	3.88	0.737	0.0289	0.0380	0.0335
儿童区域	3.37	0.850	0.0381	0.0353	0.0367
登记过程	3.48	0.898	0.0391	0.0371	0.0381
登船	3.49	0.920	0.0402	0.0381	0.0391
乘客信息服务/有问必答	3.62	0.792	0.0334	0.0374	0.0354
残障设施与服务	3.60	0.842	0.0356	0.0368	0.0362
餐饮	3.70	0.893	0.0368	0.0378	0.0373

满意差距(Weighted Satisfaction Gap)指数,可以识别出单项指标远离期望满意水平的程度,从而确定迫切需要提升的满意度指标。具体来看,对于特定指标 j ,假设所有游客打分中分数最高为 $a^*(j)$,称为期望满意水平(Aspired Level)。此时,指标 j 在游客 i 上的灰色关联系数(越大越好)为:

$$r[a^*(j),s_i(j)]=\frac{\min_i \min_j |a^*(j)-s_i(j)|+}{|a^*(j)-s_i(j)|+} \rightarrow \frac{\xi \max_i \max_j |a^*(j)-s_i(j)|}{\xi \max_i \max_j |a^*(j)-s_i(j)|} \quad (4)$$

式中, $\xi \in [0,1]$ 为分辨系数(Distinguished Coefficient),取值为0.5^[27]。灰色关联系数的取值为[0,1],取值越大说明指标对特定游客来说越满意。进

一步,基于特定游客 i 在特定指标 j 上相对于期望水平 $a^*(j)$ 的灰色关联系数,可以获得指标的加权满意差距:

$$Gap(j)=\sum_{i=1}^m Gap_i(j), (j=1,2,\cdots,n) \quad (5)$$

$$Gap_i(j)=w_j \times \{1-r[a^*(j),s_i(j)]\}, (j=1,2,\cdots,n) \quad (6)$$

式中, $Gap(j)$ 为邮轮港口满意度指标 j 的加权期望满意差距,取值越大说明该指标与游客的期望满意差距越大,满意度提升的迫切性就越高; $Gap_i(j)$ 为指标 j 相对于游客 i 来说的加权期望满意差距。

4 问卷调查与实证分析

4.1 问卷设计与发放

邮轮游客满意度测评采用调查问卷的方式进

行数据收集。初始问卷题项基于文献分析、案例分析获得。正式调研之前,首先将问卷发放给13个邮轮领队,针对测量题项的含义、是否增减和答题时间征求意见。调整后的问卷发放给20个邮轮游客进行了预调研。问卷采用李克特5级打分法(1:非常不满意;2:不满意;3:一般;4:满意;5:非常满意)进行。所有题项均采用打“√”的方式进行,以节省答题时间。最终问卷主要包含3个部分,第一部分对测评指标的重视程度进行调研;第二部分对测评指标的满意度进行调研;第三部分用于收集邮轮游客的人口统计学信息,包括性别、年龄、婚姻、教育、收入和工作等。

问卷发放与控制由上海巴士国际旅游有限责任公司进行实际操作。目标邮轮为皇家加勒比邮轮公司海洋水手号;邮轮航线为日韩航线(“上海-大阪-别府-上海”6晚7日游);起航时间为2015年6月14日,返航时间为2015年6月20日,起航地点为上海吴淞口国际邮轮港。旅游公司采用“包船模式”进行邮轮产品销售,本次包船共由90个团组成,每团40人左右,由一名邮轮领队进行全程服务。除了将家庭成员安排在同一个团,游客基本随机分布。答题过程由邮轮领队向游客进行讲解,并控制答题进度和答题质量。最终向9个旅行团发放360份问卷,回收325份,回收率为90.3%。在剔除答题不完整问卷后保留了245份样本,占问卷量的75.4%。

4.2 邮轮母港满意度的测评结果

运用社会学统计分析软件SPSS 20.0对调查问卷的信度和效度进行了检验。结果表明,本次调查样本的信度系数(克隆巴赫信度系数Cronbach α)达到0.953,说明问卷的信度良好;问卷的KMO值为0.921,大于0.7,说明问卷具有较好的结构效度。从人口统计资料来看,49.1%的邮轮游客为男性,50.9%的游客为女性,且绝大多数为已婚人士,占比达86.8%;接近60%的游客年龄在45岁以上,说明此次邮轮旅游以中老年团为主。在受教育水平方面,60%以上的游客受过高等教育,其中26.4%拥有高职或大专学历,34.3%的游客有本科及以上学历。在工作性质和职业方面,退休人员占多数,占比达43.1%,另有少量游客为在校学生,占比为3.2%;接近50%的游客家庭年收入在5~15万之间,绝大多数(87.3%)游客家庭年收入低于30万元。在出游经历方面,绝大多数游客并无出

国旅游的经验,仅有不到22%的游客有过出国经历。在邮轮旅游方面,60%以上的游客是第一次参加邮轮旅游,80%以上游客的邮轮旅游经历少于3次。在出游伙伴方面,80%以上的游客选择家庭成员或同事作为邮轮旅游同行者,其中接近70%的出游伴侣为家庭成员。从客源地来看,上海母港的邮轮乘客主要来自长三角地区,其中50%以上的游客来自上海本地。在未来邮轮旅游方面,接近70%的游客仍然选择上海作为出发城市。

从单项指标的打分权重 I_j 来看,测评结果显示,邮轮游客对港口治安(个人安全)、引导标识/指示牌、行李处理、游客疏导、登船、下船、环境卫生洁净、工作人员服务能力、公共交通/乘客输送、工作人员态度、餐饮、通关/安检效率和人车分流等指标的打分最高。通过公式(2)和(3)获得的变异系数权重 W_j 显示,网络服务/WIFI、通关/安检效率、停车场、登船、购物/免税店、人车分流、下船、贵宾/VIP休息室、登记过程、儿童区域和公共交通/乘客输送等指标在游客心目中的重要性差异较大。从公式(1)获得的总权重 w_j 来看,在识别游客加权期望满意差距时,重点考虑的指标包括网络服务/WIFI、通关/安检效率、登船、停车场、下船、人车分流、登记过程、购物/免税店、公共交通/乘客输送、餐饮、环境卫生洁净、行李处理、引导标识/指示牌和儿童区域等(表1)。

从单纯的游客满意打分来看,邮轮港口工作人员的态度、工作人员的服务能力、安全保障、行李处理、引导标识/指示牌、环境卫生等方面的游客满意度最高,而网络服务/Wifi、外币兑换服务、休闲室、儿童区域、购物/免税店、邮局/厕所/公共电话、通关安检、旅游资讯/周边旅游信息、停车场、与周边景点距离、登记登船过程以及人车分流等指标的游客满意度最低(表1),说明上海吴淞口邮轮港口的人员服务较好,而服务设施的配备还不够全面,有待进一步完善。为了进一步发现游客对特定指标不满意的集中情况,分别对调研样本中游客的满意情况(打分为4和5)和不满意情况(打分为1和2)进行了统计。结果表明,从游客的满意情况比例来看,网络服务/WIFI、通关/安检效率、停车场、人车分流、购物/免税店、登记过程、登船、儿童区域、邮局/厕所/公共电话等方面的游客不满意比例较高,占全体游客的10%以上;而工作人员服务能力、工作人员态度、治安情况等不满意比例最低(图1)。

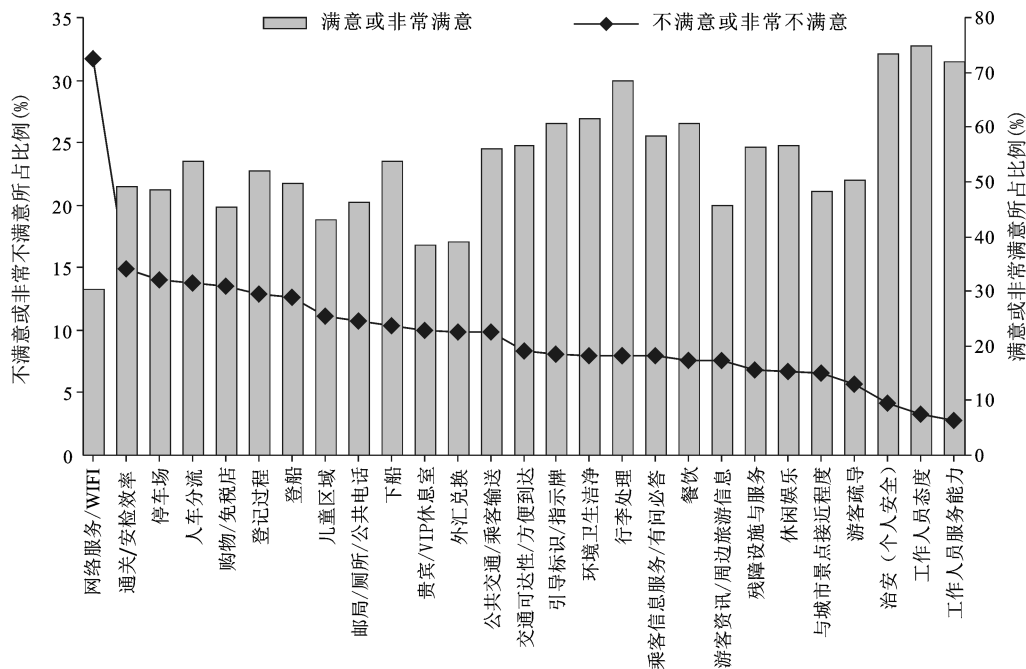


图1 邮轮港口的游客满意情况占比

Table 1 Proportion of satisfied and dissatisfied cruisers

在确定迫切需要提升的满意度指标时,基于指标的总权重 w_i ,通过公式(4)~(6)可以获得单项指标的加权期望满意差距。测评结果显示,上海吴淞口邮轮港口与游客期望满意差距较大的指标包括网络服务/WIFI、购物/免税店、通关/安检效率、外汇兑换、儿童区域、登船、休息室、停车场、人车分流、登记过程、邮局/厕所/公共电话、下船以及公共交通/乘客输送等,而与游客期望满意差距较小的指标为工作人员态度、工作人员服务能力、治安(个人安全)、行李处理、休闲娱乐、餐饮、引导标识/指示牌、游客信息服务、环境卫生等(图2),其中横坐标为指标的加权期望满意差距,数值越大,指标的期望满意水平就越低,该指标满意度提升就越迫切。

4.3 进一步讨论及管理建议

邮轮旅游是一种全航程的游客出游体验,涉及船票销售、行前服务、邮轮城市、邮轮港口、邮轮公司、岸上活动等各个方面。作为邮轮旅游体验的第一环节和最后环节,邮轮母港对游客的全程满意具有重要影响。优秀的邮轮母港应该以“邮轮城”的形象展示给游客,而不是一个仅提供上下船服务的客运码头。孙晓东^[5]对美国迈阿密(Miami)、英国南安普顿(Southampton)和西班牙巴塞罗那(Barcelona)等世界三大著名邮轮母港的

发展条件进行比较后发现,从游客体验来看,优良的邮轮港口一般具备如下特点:依托邮轮城市丰富的风土文化和旅游资源;海陆空交通便利,一般靠近市中心和商务区,游客能快速方便地进入市区休闲娱乐区;气候宜人,通常有屏障保护;邮轮码头和周边配套设施齐备,服务质量优良;有符合国际法规和惯例的出入关程序和口岸管理程序等。因此,邮局、免税店、货币兑换、综合商店、银行柜员机、咖啡厅、餐厅、贵宾候船室、游客服务中心、儿童服务中心等设施和服务的配备,能极大地提高游客的在港便利性,进而提升游客的出游体验和总体满意度。

对于新兴邮轮母港来说,在港区基础设施建设达到一定规模后,邮轮港口应将重心转移到提升顾客满意上来;要定期而有针对性地进行游客满意度调研与测评,随时监控游客体验,及时发现游客期望满意差距,进而实施针对性的满意度提升策略。本研究通过构建全面而细致的邮轮港口满意度指标体系对上海吴淞口邮轮港口进行了实证分析。研究发现,总体上吴淞口邮轮港口在人员服务方面的游客满意度较高,而服务设施的配备不够全面,未来应重点关注以下几个方面的工作:

1) 完善网络与信息服务,提升港区附加功

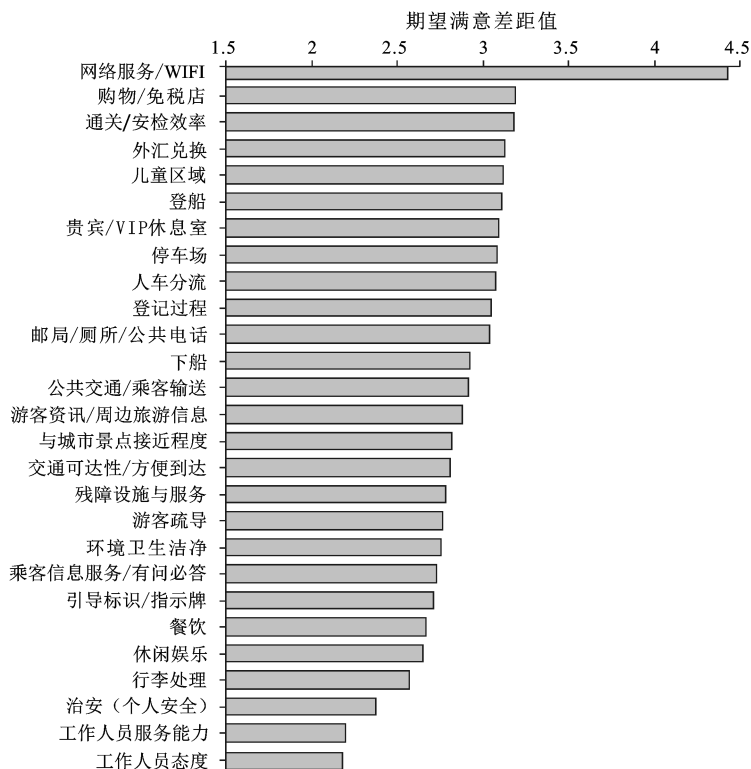


图2 邮轮港口满意度指标的期望满意差距

Fig. 2 Weighted satisfaction gap of each satisfaction criteria

能。目前,中国大部分邮轮港口已经具备了邮轮靠泊和乘客接待的硬件基础条件。而在游客满意度方面,邮轮母港的软性服务功能则发挥着更大的作用。本研究发现,网络服务/Wifi是上海吴淞口邮轮母港满意度水平较低的指标。邮轮港口可借鉴全国著名休闲街区的做法,一方面向游客提供快速免费Wifi服务,另一方面通过App平台建设,向游客输送停车、登记、登船、港区购物、周边景点、邮轮产品等实时在港服务信息。

2) 延伸上海自贸区功能,试点邮轮港区免税购物。优秀的邮轮母港应该以“邮轮城”的形象展示给游客,而不是一个仅提供上下船服务的客运码头。为了更好地满足顾客体验,提升游客满意度,邮轮码头周围应配备餐饮、货币兑换、免税店、综合商店、银行柜员机、贵宾候船室、游客服务中心等辅助设施。本次测评结果显示,上海邮轮港口的购物与免税店的游客满意度水平较低。上海应在港区免税购物方面加快政策突破步伐。比如,天津、上海、深圳、青岛等邮轮母港,可依托中国邮轮旅游发展实验区或自贸区的政策优势,借鉴“空港”模式,设立专门针对邮轮游客的免税购

物及产品展示交易中心。上海可借助自贸区建设,将邮轮旅游发展试验区作为自贸区的延伸区域,在港区附近的“零点广场”试点免税购物与配套休闲娱乐措施。

3) 关注家庭出游群体,增加儿童服务设施。此次调研的游客人口统计数据表明,将近70%游客的旅伴为家庭成员。随着中国亲子旅游市场的不断壮大,家庭群体将是邮轮旅游的重要目标市场。比如,迪士尼邮轮特别注重邮轮亲子设施的配备,因此其满舱率与满意度一直领先于其他邮轮公司。此次游客满意度测评结果显示,儿童区域是邮轮港口游客满意水平较低的指标之一。目前中国港口通关效率较低,还未实现游客“凭票登船”制度,游客有相当长的时间在港区等待。邮轮港口应重视家庭出游群体,增加对儿童设施和服务的配备,比如在港区设立儿童游乐设施,开辟特定区域为儿童提供课程中心、运动项目与托婴服务等,从而更好地服务游客,提升港口的服务水平与满意度。

4) 提高通关安检效率,提升港区游客输送能力。通关/安检效率的提升一直是中国邮轮业关注

的重要课题。本次调研发现,此项指标与游客的期望满意差距较大,而且不满意/非常不满意的游客比例将近15%。为此,在游客服务方面,要进一步推进旅客联检和便捷通关服务常态化、制度化以及通关签证的自主化和无纸化,尽可能节约旅客通关时间。最终,邮轮港口要通过提升游客通关、安检和登记效率,缩短游客的上下船时间,从而提升邮轮游客对港区服务的满意度。此外,邮轮港口的交通可达性和游客输送能力是邮轮母港选择的重要标准。本研究表明,与其他指标相比,上海邮轮港口的停车场、人车分流系统的满意水平较低,应该作为邮轮港口提升顾客满意的重要方向。为此,邮轮港口应通过港区交通系统优化、公共交通承接服务实现邮轮游客的快速输送。

5) 此外,邮轮港口要继续加强安全保障措施,防患于未然。从国内外研究现状来看,近年来关于邮轮安保方面的讨论越来越多。而在旅游研究中,海上恐怖主义和邮轮潜在威胁一直是被忽视的研究领域。Bowen等^[29]采用情景分析法对邮轮乘客的风险感知进行研究后发现,尽管安全性(safety and security)被业界看作是邮轮旅游的“标志”,但仍有相当一部分(44%)的受访者认为邮轮恐怖袭击事件很有可能发生;为此,相关部门应该不断提升邮轮船舶和邮轮港口的安全保障措施。研究发现,安全保障指标的重要度打分最高,游客的满意度也较高,主要是因为风险并未发生,不会触发游客的不满意感知。因此,邮轮母港应不断加强监控和保障措施,防患于未然。因为安全问题一旦出现将对邮轮旅游业产生致命打击。最后,上海邮轮港口应注重港口附加值较高的服务,比如向游客提供购物后的邮政服务或者行李快递服务,也可以向游客提供方便快捷的外币兑换等金融服务。

5 结论

国际邮轮产业的东移使得中国成为亚太邮轮市场的核心组成部分。作为邮轮旅游的关键节点和邮轮产业价值链的重要参与者,邮轮港口(特别是邮轮母港)是邮轮经济不断深化的核心载体。对于邮轮港口来说,只有向游客提供了满意的旅游体验,才能持续吸引邮轮挂靠和游客访问,才能保障邮轮产业的持续繁荣。而顾客满意对于维护邮轮旅游“豪华性、高端性”的产品特征、触发游客

口碑传播和重游行为具有至关重要的作用。为此,本文构建了包含27个单项指标的邮轮母港满意度指标体系,并以上海吴淞口国际邮轮港为案例进行了实证分析。研究结果表明,作为中国大陆硬件最完备的邮轮母港,上海吴淞口在网络服务/WIFI、购物/免税店、通关/安检效率、外汇兑换、儿童区域、登船、休息室、停车场、人车分流、登记过程、邮局/厕所/公共电话、下船以及公共交通/乘客输送等方面与游客的期望满意差距较大。上海应着重在网络与信息服务、港区免税购物、儿童设施配备、通关安检效率、停车与人车分流、港区安全保障等方面提升游客满意。本文研究结果可以应用于其他沿海邮轮港口的满意度测评及提升问题。

参考文献(References):

- [1] Sun X, Feng X, Gauri D. The cruise industry in China: Efforts, progress and challenges[J]. *International Journal of Hospitality Management*, 2014, 42:71-84.
- [2] Cruise Lines International Association (CLIA). 2016 CLIA Cruise Industry Outlook[EB/OL]. <http://www.cruising.org>, 2016-6-114.
- [3] Rodrigue J P, Notteboom T. The geography of cruises: Itineraries, not destinations[J]. *Applied Geography*, 2013, 38: 31-42.
- [4] Cruise Lines International Association (CLIA). Asia Cruise Trends 2016 Edition[EB/OL]. <http://www.cruising.org>, 2016-11-04.
- [5] 孙晓东. 邮轮产业与邮轮经济[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2014. [Sun Xiaodong. *Cruise Industry and Cruise Economy*. Shanghai: Shanghai Jiao Tong University Press, 2014.]
- [6] 汪泓. 邮轮绿皮书: 中国邮轮产业发展报告(2015)[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2016. [Wang Hong. *Annual Report of China's Cruise Industry (2015)*. Beijing: Social Science Academic Press, 2016.]
- [7] Blas S S, Carvajal-Trujillo E. Cruise passengers' experiences in a Mediterranean port of call. The case study of Valencia[J]. *Ocean & Coastal Management*, 2014, 102(Part A): 307-316.
- [8] Brida J G, Garrido N, Devesa M J S. Cruise passenger' satisfaction: Cartagena de Indias[J]. *Benchmarking: An International Journal*, 2012, 19(1): 52-69.
- [9] Ozturk U A, Gogtas H. Destination attributes, satisfaction, and the cruise visitor's intent to revisit and recommend[J]. *Tourism Geographies*, 2016, 18(2): 194-212.
- [10] Zhang Z, Ye Q, Song H et al. The structure of customer satisfaction with cruise-line services: An empirical investigation based on online word of mouth[J]. *Current Issues in Tourism*, 2013, 18(5): 450-464.
- [11] Brida J G, Pulina M, Riaño E et al. Cruise passengers' experi-

- ence embarking in a Caribbean home port. The case study of Cartagena de Indias[J]. *Ocean & Coastal Management*, 2012, 55: 135-145.
- [12] Qu H, Ping E W. A service performance model of Hong Kong cruise travelers' motivation factors and satisfaction[J]. *Tourism Management*, 1999, 20(2): 237-244.
- [13] Teye V B, Leclerc D. Product and service delivery satisfaction among North American cruise passengers[J]. *Tourism Management*, 1998, 19(2): 153-160.
- [14] 俞万源, 冯亚芬, 梁锦梅. 基于游客满意度的客家文化旅游开发研究[J]. *地理科学*, 2013, 33(7): 824-830. [Yu Wanyuan, Feng Yafen, Liang Jinmei. Hakka Culture Tourism Development based on Tourist Satisfaction[J]. *Scientia Geographica Sinica*, 2013, 33(7): 824-830.]
- [15] 钟士恩, 章锦河, 丁蕾, 等. 江南水乡游客满意度的多维度影响因素测量模型[J/OL]. *地理科学*, 2016. <http://www.cnki.net/kcms/detail/22.1124.P.20160711.1112.004.html>. [Zhong Shien, Zhang Jinhe, Ding Lei et al. Multi-dimension Influential Factors of Tourist Satisfaction in the Ancient Waterfront Towns in the South of the Changjiang River. *Scientia Geographica Sinica*, 2016. <http://www.cnki.net/kcms/detail/22.1124.P.20160711.1112.004.html>.]
- [16] McCalla R J. An investigation into site and situation: Cruise ship ports[J]. *Tijdschriftvooreconomische en socialegeografie*, 1998, 89(1): 44-55.
- [17] Fogg J A. Cruise ship port planning factors[D]. Miami:Florida International University, 2001.
- [18] Castillo-Manzano J I, Fageda X, Gonzalez-Laxe F. An analysis of the determinants of cruise traffic: An empirical application to the Spanish port system[J]. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 2014, 66: 115-125.
- [19] Wang Y, Jung K, Yeo G T et al. Selecting a cruise port of call location using the fuzzy-AHP method: A case study in East Asia[J]. *Tourism Management*, 2014, 42: 262-270.
- [20] Lekakou M B, Pallis A A, Vaggelas G K. Which homeport in Europe: the cruise industry's selection criteria [J]. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 2009, 4 (4): 215-240.
- [21] Brida J G, Pulina M, Riaño E et al. Cruise passengers in a homeport: A market analysis[J]. *Tourism Geographies*, 2013, 15 (1): 68-87.
- [22] Andriotis K, Agiomirgianakis G. Cruise visitors' experience in a Mediterranean port of call[J]. *International Journal of Tourism Research*, 2010, 12(4): 390-404.
- [23] Satta G, Parola F, Penco L et al. Word of mouth and satisfaction in cruise port destinations[J]. *Tourism Geographies*, 2015, 17 (1): 54-75.
- [24] Brida J G, Bukstein D, Tealde E. Exploring cruise ship passenger spending patterns in two Uruguayan ports of call[J]. *Current Issues in Tourism*, 2015, 18(7): 684-700.
- [25] Pranić L, Marušić Z, Sever I. Cruise passengers' experiences in coastal destinations-Floating "B&Bs" vs. floating "resorts": A case of Croatia [J]. *Ocean & Coastal Management*, 2013, 84: 1-12.
- [26] 孙晓东, 武晓荣, 冯学钢. 邮轮航线设置的基本特征与规划要素研究[J]. *旅游学刊*, 2015, 30(11): 111-121. [Sun Xiaodong, Wu Xiaorong, Feng Xuegang. Basic Characteristics and Key Elements of Cruise Itinerary Planning. *Tourism Tribune*, 2015, 30 (11): 111-121.]
- [27] Liou J J, Hsu C, Yeh W et al. Using a modified grey relation method for improving airline service quality[J]. *Tourism Management*, 2011, 32(6): 1381-1388.
- [28] 汪侠, 顾朝林, 梅虎. 多层次灰色评价方法在旅游者感知研究中的应用[J]. *地理科学*, 2007, 27(1): 121-126. [Wang Xia, Gu Chaolin, Mei Hu. Application of Multilevel Grey Evaluation in Tourist Perception[J]. *Scientia Geographica Sinica*, 2007, 27 (1): 121-126.
- [29] Bowen C, Fidgeon P, Page S J. Maritime tourism and terrorism: customer perceptions of the potential terrorist threat to cruise shipping[J]. *Current Issues in Tourism*, 2014, 17(7): 610-639.

Evaluation of Tourist Satisfaction with Cruise Homeport: An Empirical Study on Shanghai

Sun Xiaodong, Hou Yating

(Department of Tourism, School of Business Administration, East China Normal University, Shanghai 200241, China)

Abstract: The cruise industry has become one of the most rapidly developing segments in the entire tourism market. On a global basis, although the cruising sector is overwhelmed by North America and Europe, the Asia Pacific Region has reported exciting growth rates in recent years. As the core component of the Asian market, China is undergoing rapid development in terms of both infrastructure construction and cruise ship reception. A cruise port system has been established along Chinese coastline. In recent years, as the most developed cruise city in mainland of China, Shanghai is experiencing a fast developing phase with two outstanding cruise ports/terminals, the Shanghai Port International Cruise Terminal and the Wusongkou International Cruise Port, among which Wusongkou has the strongest berthing capacity for cruise ships in Asia Pacific Region, sending more than 986,000 homeport cruisers outside China in 2015. For a cruise homeport where infrastructure construction has been completed, it's critical to continuously attract cruisers to visit through high level of service quality and tourist satisfaction. To do this, the key is to establish a comprehensive homeport satisfaction index system, identify expected satisfaction gap for each criteria, and then propose managerial strategies for improving tourist satisfaction. The purpose of this article is to evaluate cruiser satisfaction with cruise homeport, through an empirical study on Shanghai Wusongkou International Cruise Port. Firstly, we identified a homeport satisfaction index system including 27 criterion based on a broad literature review along with two brainstorming sessions. Then, a questionnaire was developed and distributed to more than 300 cruisers embarking on Shanghai. Based on collected data, we use a multiple criteria decision making method to evaluate and identify the gaps between each criteria and relevant aspired level. Our results show that homeport criterion with lower expected satisfaction level include internet service/WIFI, shopping/duty free shops, clearance/security check efficiency, currency exchange, children area, embarkation, seating room, parking lot, separation of passengers and vehicles, check in experience/welcome reception, post office/toilet/public phone, disembarkation, passenger transport (public and shuttle), etc. Finally, we proposed some managerial implications for Wusongkou to become a satisfied cruise homeport, including: 1) Improve network and information services; 2) Enhance value-added services in the port; 3) Establish a duty-free shopping area based on the Shanghai Free Trade Zone policies; 4) Focus on family travel groups, increase children's service facilities; 5) Improve efficiency of customs clearance and security check; 6) Optimize parking lot area and public transportation service; 7) Continue to strengthen safety and security measures. Generally speaking, results of this study could also contribute to development of other cruise ports in China.

Key words: cruise ship; cruise tourism; cruise ports; cruise homeport; cruiser satisfaction; Shanghai