

# 內地遊艇勢增

# 港龍頭地位 臨衝擊

遊艇產業是香港傳統強項，經過多年沉澱，亞太遊艇中心的地位看似無人能及。然而，金融危機過後，內地市場的影響力與日俱增，許多原本聚焦香港的世界級品牌亦紛紛轉而關注內地。另一方面，隨着傳統工業向高端製造業轉型的大勢，內地遊艇企業亦在設計、製造及服務上全面發力，志在趕超同儕。方興未艾的內地遊艇產業正倒逼本港對自身的優勢和弱點重新評估。 ■香港文匯報記者 周逸



今年7月9日，首屆中國舟山群島國際遊艇展開幕。

香港黃金海岸遊艇展覽會上的模特兒。

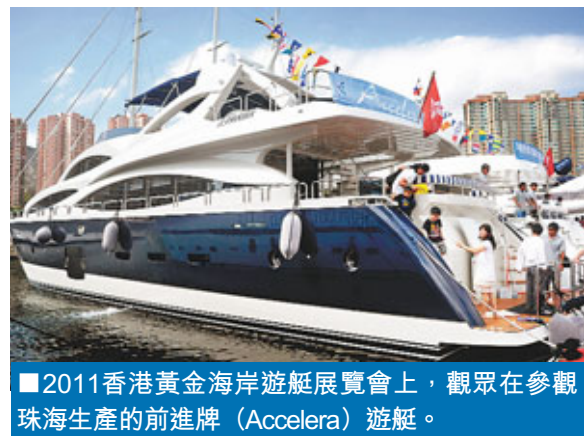
對於本港的遊艇業者而言，內地購買力在過去很長一段時間內並不足道。長期在內地與本港從事遊艇銷售的捷成集團董事大衛·畢少樸接受本報採訪時稱，「香港多年來一直是亞太遊艇的中心，擁有成熟的市場和良好的消費習慣，這種傳統支持着香港遊艇業的核心購買力。相對而言，由內地產生的購買需求僅佔香港市場的極小一部分。」

然而，新的變化正在逐漸改變這種認知。在5月7日進行的香港黃金海岸遊艇展上，豪華遊艇買家中內地顧客的比例直線上升，他們對遊艇的熟悉程度亦令賣家側目。馬斯特遊艇公司的陳經理證實，目前公司業務中的近4成來自內地，並且還在迅速增長。而就在兩年前，內地買家甚至不到10%。許多公司都有相同的感受，並且迅速着手調整自己的亞太區策略，「我們已經打算在海南建立分支機構，更好地為內地市場服務。」一位參展商向媒體表示。胡潤研究院的最新數據則顯示，中國目前大約有875,000名千萬富翁，其中一半人都希望擁有一艘遊艇。

## 國產遊艇首入香港頂級展覽

值得注意的是，購買力提升只是內地市場變化的一個方面。同樣在上述展覽上，來自珠海的「前進牌」(Accelera) 遊艇獲得了展示機會——這是13年來香港頂級遊艇展首次接納內地品牌參展。遊艇的主人黃先生表示，該艇的目標客戶就是中國富豪。「中國企業不僅有能力製造與世界品牌比肩的產品，又因文化上的一致性，更容易被中國富豪所接受。」

從消費實力到製造能力，中國人在遊艇市場上的話語權與日俱增，最頂尖的遊艇展亦不得不重視這個變化。美聯社由此評價稱，中國超級富豪或將成為豪華遊艇市場消費的主力軍，而中國企業亦以此為基礎，進軍高端造船業——這個市場原來被歐美企業所壟斷。事實上，單就遊艇製造而言，中國企業完全不是一個初出茅廬的競爭者，來自上海船舶工業行業協會的數據顯示，世界範圍內超過70%的船艇產自中國，只不過其中的大多數都是中小艇。



2011香港黃金海岸遊艇展覽會上，觀眾在參觀珠海生產的前進牌(Accelera)遊艇。

## 港空間有限 內地幅員廣闊

面對這種變化，本港業者似乎陷入了一種矛盾的狀態中。有分析人士向本報指出，如果僅僅是購買力的提升，本港遊艇業將借助先發優勢和文化的共通性得益。然而，一旦內地意識到設計研發、製造及消費服務都是一個可競爭的市場，對以服務見長的本港業者來說，或許擔心將多於興奮。

來自中國交通運輸協會郵輪遊艇分會2010年的數據顯示，香港現註冊有遊艇、帆船近2萬艘，有10家遊艇會，平均每艘遊艇每月消費1.5萬港元。據估算，香港每年靠遊艇創造的產值高達40億港元。除銷售外，主要來自泊位費、管理費、服務費及維修保養費等。但受限於碼頭的容量，本港的遊艇服務業已經沒有太多的空間潛力可以挖掘。而內地幅員廣闊的內河近海則猶如白紙一張，充滿了想像的空間。

## 內地市場龐大 國際巨頭矚目

內地的胃口究竟有多大？據不完全統計，僅2011年至今已有5個國際遊艇展在中國沿海城市舉行。珠海、廣州、深圳、海南、上海，中國最為開放的幾個城市誰都不願意錯過這個火爆的市場，緊隨其後的還將有天津和大連。種種跡象表明，強盛的購買力正在締造一個空前壯大的買方市場。

以不久前落幕的上海國際遊艇展為例：官方統計，為期4天的展出共吸引來自20個國家和地區的400餘個海內外品牌參加，共帶來逾300條實船及過百件船模作品。



廣州遊艇展上美女如雲。

品，僅船艇類展商就促成了過10億元的交易額，設計、碼頭俱樂部、生活方式及設備配件類展商也斬獲頗豐。展會共迎來70個國家和地區的參觀者，觀眾數量首次突破兩萬，比往年提升了逾33%。

## 「中國製造」性價比誘人

海外豪華遊艇品牌的銷售成為主力，來自意大利的法拉帝在開展首日即售出一艘長62尺的遊艇，價值2,900萬(人民幣，下同)，買家來自華東地區；美國著名遊艇品牌Cruisers也在開展首日售出價值300萬的36英尺遊艇一艘；資士域水星簽訂了兩份意向訂單，總價近300萬；意大利的阿茲姆特順利售出價值2,500萬的68尺遊艇及價值7,800萬的105尺遊艇各一艘，另外還簽訂了4份意向訂單；法國遊艇品牌亞諾售出一艘價值1,650萬的60尺豪華遊艇；博納多在現場售出兩艘船艇；往年就頗受關注的英國品牌公主順利售出一艘價值700萬的遊艇；菲爾蘭收穫兩份意向訂單，分別價值1,500萬和3,600萬；同樣來自英國的頂尖品牌聖斯克收穫三份意向訂單，總額高達1億元。

值得關注的是，相較於國

外品牌，眾多內地品牌採取的「國外設計、國內製造」方式在性價比上爭取到了更大的優勢。廈門毅宏攬獲3份合約，分別是價值228萬的38尺水上餐廳系列，價值428萬的46尺急速硬頂及價值948萬的63尺飛橋遊艇，此外還簽訂了5份意向訂單；上海恰爾思收穫四份意向訂單，總價達3,000萬；珠海太陽鳥售出了8艘遊艇，總價過4,000萬；意大利知名遊艇公司Ranscraft為中國市場設計的高檔小型家庭用遊艇賴仕雷恩在本屆展會上完成亞太市場的首次亮相，成交結果更是大大超出品牌方的預期，展會四天共售出6艘價格在70到100萬的遊艇，此外還達成18艘購買意向；江蘇新展現場售出6艘價值在20到30萬的小型遊艇，並收到上百份來自韓國、馬來西亞和加拿大的國外意向訂單；上海優利萊一舉售出200條價值24萬的小艇；本次展會上最長的72尺台灣島品牌收穫4份合約，總價9,600萬；東昌價值800萬的遊艇簽訂了12份意向訂單；上海紅雙喜也售出1艘價值2,400萬的遊艇及4艘價值500萬的遊艇。

4月在上海舉行的國際遊艇展。

## 潛力「完全爆發」尚存瓶頸



海南海口灣美源遊艇碼頭。

捷成集團董事大衛·畢少樸經常往返於內地市場與香港之間，遊艇銷售是他的團隊公關的重點之一。在接受本報採訪時畢少樸坦言，內地與香港的遊艇產業將呈現出兩條迥異的發展軌跡，而相對於成熟的香港市場，內地潛力仍未完全爆發。

畢少樸稱，從最近十年內地豪華、奢侈皮包等奢侈品的爆炸性增長來看，一旦中國遊艇的基礎設施進一步到位，在未來將能夠看到一個驚人的發展。但要讓內地的有錢人都轉化成潛在的遊艇消費者，還需要花很長的時間。「內地消費者目前對房子、跑車、高檔服飾、手錶、皮具等還有很多的需求，只有更加成熟的富豪群體才會考慮遊艇。」

## 海南有望成亞洲遊艇業中心

畢少樸認為，中國遊艇產業的崛起仍面臨幾方面的問題。「硬件設施是很重要的部分。談到稅務，奢侈品行業稅高是普遍，也是正常現象，遊艇也不例外。還有第三個原因是中國消費者的觀念，他們是否想要去購買遊艇，怎麼購買，以及他們認為遊艇可以滿足自身的訴求是什麼，對這些概念很多人還不是很了解。所以我們還需要對中國的消費者有進一步的了解、教育，但是我相信這一天遲早會到來，因為現在在中國消費者經常在全世界各地旅行、工作、學習，見多識廣，在國外看到遊艇也會考慮在中國擁有。這是早晚會發生的。」然而，他亦強調困難也是機遇，一旦在這幾項中有所突破，便將一發不可收拾。

在中國內地所有的城市中，畢少樸特別提到了海南。他說，海南可以說是一個非常理想的遊艇度假地，風景宜人，氣候宜人，交通便捷，稅收優惠的政策亦已進入議程。「海南有機會成為中國的夏威夷，也可能會在未來成為亞洲遊艇行業的一個中心，但並不是唯一的中心。」畢少樸認為，如果海南能夠成為中國的遊艇產業的中心，對中國將會是很大的優勢。這並不會影響到亞洲其他傳統的遊艇中心，但如果海南得到稅收方面的優惠，並且有進一步的發展，相信海南是有很多機會可以在遊艇產業大展拳腳。

## 業界：兩地錯位發展可雙贏



不少人利用周末時間到青島參加遊艇駕駛培訓。

儘管目前內地市場對本港遊艇業的影響尚不明顯，但其今後的發展方向卻值得提早受到重視。來自內地遊艇界的權威人士透露，在國家工信部「十二五」規劃聽證會上，關於鼓勵民眾水上休閒生活中加入遊艇部分的呼聲十分強烈。有代表提出，不僅要把遊艇作為我國出口創匯的主導產品，更應當看到其點綴豐富我國的山水資源，提供更多民眾就業，滿足國民水上休閒生活的重要功能。「工信部的擔憂在於中國遊艇業目前的發展階段能否支持這種功能，是否加大投入便能產生效果，另一層面的擔心來自長期進行外包加工製造遺留下來的創新研發能力不足問題。」該人士稱。

## 服務是本港絕對優勢

但這些疑問卻令遊艇行業產生了巨大的反彈，上海船舶工業行業協會副會長兼秘書長楊新發在接受本報採訪時表示，經過30年的發展，中國遊艇製造業已經具備了生產高端遊艇甚至頂級豪華艇的能力，目前企業缺乏的或許只是進軍這一領域的自信。楊新發同時表示，在最新的遊艇戰略規劃發展研討會上，國家已對遊艇產品的自主創新發展、品牌概念建設及出口戰略進行了精心的研究，從戰略層面上肯定了遊艇業發展的必要性。在可見的將來，內地遊艇行業從技術、產品、品牌和出口上都將有一番全新的作為。

對於來勢洶洶的挑戰，本港應如何應對？業內人士向本報表示，錯位發展或許將成為本港與內地未來達成雙贏的路徑。簡單來說，服務仍是本港無可取代的優勢，本港的遊艇公司是否能利用內地大舉擴展水上經濟的機遇，借力進軍這個龐大的處女市場，與遊艇製造企業合作提供多元化的玩水體驗服務及遊艇文化培訓，進而成為內地遊艇玩家的首選管家？這或許是本港遊艇業者如今必須考慮的問題。

當然，亦有業者認為本港只要保持自身的特色便不會受到太大衝擊。畢少樸便表示，內地作為另一個新的中心崛起，對整個遊艇行業而言有益而無害。事實上香港依靠自身強有力的購買傳統，已經度過了金融危機的陰影，出現了明顯的反彈。