

以商務用途為主的遊艇除了是奢華玩意，更是全球大城市力爭的「超豪商機」。買一架主流遊艇的基本消費已動輒過千萬，其後「養」一架遊艇還需付出泊位費、保養雜費及船長工資等，每年差不多需要幾百萬元，還未計船主和乘客的豪吃豪買消費。除了香港，現時廈門和三亞也積極開闢「中國遊艇港」寶座。要從這個十億商機分一杯羹，香港確實具備各種優勢，各地的遊艇品牌早已在港銷售，也有充足的中外客源，而且完全免稅，又有交通、酒店、飲食、娛樂和購物等完善配套，對內地買家和船主有很大吸引力。

■香港文匯報記者 羅紫韻



## 點金

當財富被時尚之光照耀時，猶如維港之波被夕陽鋪灑與點化；當財富之軀與品味之魂水乳交融時，猶如葡萄酒釀被水晶燈光輝映與喚醒。

# 尚富

# 中國遊艇經濟的 香港時刻



黃金海岸鄉村俱樂部遊艇會總經理吳一鳴表示，該會現時有一成多會員為內地人，大多為商人、富豪，即使經濟增長放緩，但他們購買遊艇的意慾並未減少，內地遊艇產業發展勢頭依然強勁。而香港遊艇業的配套充足，售後服務遠勝內地同業，加上是國際大都會，在發展上具有相對優勢。

## 擴建泊位

為抓緊發展商機，現有200個泊位的黃金海岸正計劃內部擴建。吳一鳴表示，碼頭近20年前籌建時，其實獲批的圖則有300個泊位，但碼頭一直未用盡空間；惟礙於當年畫則時並未料到香港遊艇產業發展得如此快，假如是次擴建仍按舊則便沒有足夠泊位予新型大遊艇，故他們正計劃改則，將餘下未建成的100個泊位變成80個，以增大新泊位的面積，吸引更多的大型遊艇到來停泊。

目前本港的遊艇泊位大致分兩種，最受玩艇人士歡迎的是連接遊艇會浮橋的固定「橋位」，另一種泊位則是在海面上的「浮泊位」。而本港註冊遊艇數量超過2萬艘，但全港遊艇會的橋位總數只得1000多個，根本滿足不到市場需求。英國遊艇品牌Sunseeker總裁許業宏亦了解本港遊艇停泊位置不足的問題，「香港遊艇市場已經飽和，如果香港能有一個專門容納100呎以上超級遊艇的遊艇碼頭，才能進一步拓寬商機。」

香港經貿商會會長李秀恒亦有此同感，他更建議政府應規劃毗鄰未來郵輪碼頭的東部海域，使香港遊艇業能有更進一步的發展。「政府若規劃在此海域興建豪華遊艇會，為百呎以上的豪華遊艇提供泊位，除可活化香港東部海域的航海旅遊資源，又可以促進航海旅遊業成為整個東九龍的核心產業。」他指出，超級遊艇將會帶動相關地區遊艇碼頭、會所、俱樂部、水上運動中心等遊艇旅遊、休閒產業的同步發展；同時也會帶動其他如會議、會展的發展以及酒店、商業等方面的發展，具有明顯的產業帶動效益。此外，更可以為遊艇旅遊服務、遊艇經營管理、遊艇建造業以及其他遊艇配套服務企業帶來更多商機。

## 政府主導

事實上，為進一步做大本港遊艇市場，業界已急謀對策，爭相建議政府應擔當牽頭的主導角色，除了批地建設私人遊艇泊位外，也應建設一些公營遊艇設施，再優化周邊環境配套。許業宏建議：「政府可參考西班牙的例子，改變現時私人遊艇會的模式，批出一些海邊地段，提供泊位之餘，並開發成旅遊區開設食肆等消閒設施，而遊艇會則可以開設在一旁，為會員提供服務。」

儘管廣東省沿岸遊艇業發展迅猛，深圳、珠海一帶都斥資大搞遊艇會建設，但吳一鳴始終認為，這些遊艇會的相關配套設施很不完善，加上這些遊艇會大多數核心商業模式是房地產開發，其中包括住宅、酒店、商場，主次倒置，令這些遊艇會經營難以形成核心價值與文化，以及發展相關業態。相反，香港遊艇會專注本業、發展成熟、管理完善，就以黃金海岸遊艇會為例：「船主先要加入遊艇會，泊位提供水、電、有線電視及寬頻等服務接駁，且設有會所服務，這些完善設備都是現時內地遊艇會所不如，故吸引不少內地人來港申請遊艇會籍。」

「專業人才也是本港遊艇業所具備的發展優勢。」吳一鳴進一步指出，「香港船員有正規訓練，又有優秀的維修員，更可以從船廠聘請工程師專門照顧船隻，內地遊艇業在這方面仍存在很大差距，只要政府積極為業界提供協助，相信本港遊艇業將會突破瓶頸，進一步邁向更大的市場。」

## 打破出入境限制

既然香港已擁有區位、稅務、配套、人才和一系列專業服務優勢，那香港遊艇業應該可一帆風順進入佳境？旅遊業議會總幹事董耀中對此指出，香港還需打破出入境限制，才可贏過內地競爭對手。「很多人以為，香港有地利優勢，遊艇可隨意駛到內地以至東南亞的城

市，但這是美麗的誤會，也可能是香港最大的缺點。」他解釋，香港並未與內地和東南亞等鄰近地區簽署進出協議，所以停泊在港的遊艇基本只可在境內水域活動。

「蒙地卡羅能夠成為歐洲的遊艇港，皆因與意大利和西班牙等簽了協議，可以『免簽證』進出這些國家。」董耀中指出，停泊在內地港口的遊艇，至少可赴內地其他城市，活動範圍遠超香港，這也是香港遊艇玩現時仍以本地居民為主的原因。

事實上，為了讓港澳遊艇進出內地水域更便利，業界早已在08年前呈交提案，建議香港與內地積極研究訂訂港澳地區遊艇出入內地的許可制度，並以香港和深圳兩地之間遊艇出入境許可作為試點。而在今年兩會結束後，國家發改委已展開「粵港澳遊艇一證通」計劃之討論。據了解，第一階段先開放內地水域及南方港口，如廣州南沙以及海南島的遊艇會，讓港澳的遊艇北上；第二階段則會開放香港水域給內地富豪的遊艇南下，一旦深港實現遊艇互通，將對香港遊艇業帶來巨大發展商機。



# 外國品牌遊艇商盯上內地富豪

不少遊艇商均看好內地這片遊艇藍海。面對內地這個龐大市場，現時很多歐洲著名的遊艇品牌，都不得不放下身段，根據內地客戶的要求，為他們量身定製，這在過往是不可想像的。

代理商辛普森中國區總經理周安琪就表示：「內地是我們一個非常重要的市場，銷售佔比從之前的不到10%增加至現在的20%，基於這個增長趨勢，我們已分別在深圳和三亞成立了分公司，未來也會將更多的精力放在內地市場。」英國遊艇品牌Sunseeker總裁許業宏亦表示：「過去七年在港有80個客戶，其中約25個來自內地，而兩、三年前內地客數目僅得4、5個，增幅達4倍，佔整體買家比重正逐漸上升。」

許業宏續稱：「中國是亞洲最大市場，過去十年，我們在亞洲賣出185艘艇，當中115艘是中國買家。惟去年受客觀因素影響，買家不願作大投資，令亞洲市場銷情參差，去年只賣出6、7艘遊艇。」不過，許業宏預計今年市道將會好轉，公司的目標客戶仍是內地富豪，設計上也會迎合他們需要。」

事實上，近年不少遊艇廠亦傾向推出

大尺寸及寬敞的型號，務求迎合內地市場商務接待的要求。黃金海岸鄉村俱樂部遊艇會總經理吳一鳴表示：「近年市場流行的遊艇越來越大，也是因為內地富豪，他們只對30呎以上遊艇感興趣，他們會要求遊艇有一定空間談生意，且要有私人廚房。」

吳一鳴進一步指出：「以往業內稱100呎以上為『超級遊艇』，隨着內地遊艇市場的不斷擴展，『超級遊艇』呎數已升至150呎，不少內地買家要求的遊艇體積越來越大，裝潢和設備也越來越豪華、先進，他們多抱着小船換大船的心態，以凸顯其財富地位。」「內地富豪購買力強，加上他們視遊艇為身份的象徵，故對最新、最快的外國品牌遊艇特別鍾情。」

## 兩岸遊艇追上歐美

豪華品牌代理商捷成遊艇負責人Lars Petersen亦稱：「內地不少客戶都是為了在遊艇上談生意，所以我們也會應客戶要求進行改裝，增設流動會議室。內地客戶購買遊艇主要原因是出於娛樂的需要，因此會要求外國品牌為其量身定製，例如減少臥艙數目，加大遊艇內部空間，採用紅木

傢俱，增設卡拉OK、麻雀室等。」隨着內地和台灣的造船商不斷提升技術，由兩地製造的遊艇已逐步邁向頂級豪華的地位。吳一鳴指出，這兩年在香港舉辦的遊艇展有兩成參展商是來自內地和台灣，這是一個很大的轉變；而從設計或功能上看，基本上內地或台灣的遊艇已跟歐美出產的遊艇分別不大。國產遊艇Integrity負責人陳志宏亦表示：「我們遊艇的設計已迫近歐美潮流及水平，而且價錢平均低約30%，相比起歐美遊艇，我們的遊艇較易找船位及打理，故去貨也較他們快。」

至於台灣出產的遊艇，近年也受到內地市場追捧，主要是台灣遊艇勝在「度身訂造」，設計時可容許加入買家的意見。智昇遊艇負責人張溢良表示，「雖然現時外幣匯率相對低水，歐洲遊艇的確比以前抵買，但想到訂購及付運需時，不少人都轉而考慮台灣出品，因為台灣遊艇在價格方面的彈性很大，由船艙設計、用料及引擎配搭都可按買家的預算去選配，例如不要木地板或特色木板，改用較便宜的普通地板，便可節省一成船價；如採用基本引擎，又可再減一成，七折八扣之下，船價便可便宜多一點，這就是台灣遊艇的優點。」



■台灣出產的遊艇近年也受到內地市場追捧。圖為台灣製的Dyna 55 Deluxe遊艇。



■不少遊艇品牌在設計遊艇時會加入買家意見。  
■內地富豪對最新、最快的外國品牌遊艇特別鍾情，如英國遊艇品牌Sunseeker。