



基于邮轮游客满意度的国际邮轮乘务服务研究

孔 洁, 刘利娜

(浙江国际海运职业技术学院 海洋旅游分院, 浙江 舟山 316021)

摘 要:近年来,在中国刮起持续不断的“邮轮旅游”热,国际邮轮乘务服务与邮轮游客满意度之间的关系也经常被人们所提及。通过结合皇家加勒比中国发布的 2013 中国母港航次游客满意度问卷调查结果与笔者在“海洋水手号”上的亲身实践体验,阐述了我国邮轮旅游市场的发展现状与趋势,介绍了国际邮轮乘务服务的主要内容,主要分析了国际邮轮乘务服务与邮轮游客满意度之间的关系。结论显示,邮轮游客对国际邮轮乘务服务的满意度远远高出传统度假方式;国际邮轮乘务人员为了给乘客带来更加愉悦而难忘的旅程体验,同时为了增加自身的收入而努力提高服务质量。

关键词:邮轮旅游;国际邮轮乘务服务;游客满意度

中图分类号: F590.75

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2015) 03-0098-03

一、前言

随着我国邮轮旅游市场的不断发展渗透、邮轮港口的建设运营、国内外各大邮轮公司纷纷入驻并抢占中国市场,越来越多的国内游客也开始选择在邮轮上度过他们的美好假期。虽然,邮轮旅游在我国还处于起步阶段,还是个新兴产业相较于传统陆上旅游,但是根据行业相关调查数据显示游客们对邮轮旅游的接受度与满意度相当高。邮轮上提供的各项服务适合男女老少,不论是全家 5 口一起出游,还是情侣 2 人浪漫游,抑或是 1 人独游,游客们总能在邮轮上找到适合自己的各类美食、娱乐活动和购物体验,感受不一样的无微不至的服务。

国际邮轮乘务服务有别于传统酒店业的服务,尽管两者在服务内容上有很多相似之处。游客之所以能在邮轮上享受到高于酒店的服务,很大程度上源于邮轮上对员工的奖惩评价机制。游客对邮轮乘务服务的

满意度往往直接影响着邮轮乘务的服务人数,从而直接影响到他们的收入。因此,国际邮轮乘务员通常会努力将自己最好的服务展现给游客,尽可能多地满足游客的需求。受邮轮游客满意度的影响下,国际邮轮乘务优质的服务是如何体现的呢?笔者将从其曾工作过的“海洋水手号”着手展开讨论研究。

二、我国邮轮旅游市场的发展现状与趋势

近年来,我国邮轮市场的发展势头迅猛,邮轮接待规模逐年递增。截止至 2013 年 12 月底中交协邮轮游艇分会(CCYIA)统计快报,上海、天津、三亚三大邮轮港口共接待国际邮轮 377 艘次,比 2012 年增长 55.8%。2013 年乘坐邮轮从以上三大港口出入境的中国旅客达到 106 万人次,同比增长 165%,而外国旅客仅为 10.76 万人次,同比下降 48%。预计 2015 年通过邮轮旅游的到港人数将超过 110 万人次。另外,亚太区的 35 亿人口中,邮轮市场渗透率不到 0.05%;而北

收稿日期: 2014-01-19

作者简介:孔洁(1985-),女,浙江舟山人,硕士,浙江国际海运职业技术学院海洋旅游学院助教,研究方向:邮轮经济与管理;刘利娜(1987-),女,河南新乡人,硕士,浙江国际海运职业技术学院海洋旅游学院助教,研究方向:邮轮经济与管理。

美洲邮轮市场渗透率约 3.2%; 欧洲邮轮市场渗透率约为 2%。这种巨大的差距, 预示着中国邮轮市场的巨大发展潜力。到 2020 年, 邮轮市场对我国经济的贡献将达到 510 亿元, 这是一个充满机遇的市场。同时, 随着中国渐入老年社会, 以及中产阶级的日益崛起, 也为邮轮产业提供了最为广大的消费群体。

世界几大邮轮集团也看中了中国市场的巨大潜力, 相继部署旗下船只到中国运行。到 2015 年春夏, 邮轮巨头嘉年华集团将调拨旗下的歌诗达赛琳娜号到中国, 以上海港为母港全年运行中日韩航线, 届时该集团将有四艘船长期运行在中国航线, 成为全球在中国运行船只最多的邮轮集团。另外, 皇家加勒比游轮有限公司也将其最新打造的、科技含量极高的海洋量子号邮轮以及之前已在中国运行过的海洋神话号重新部署到中国, 连同目前运行的海洋航行者号和海洋水手号构成常年运行在以中国为主的亚太地区船只载客量最大的邮轮群。香港云顶集团也在为丽星邮轮打造两艘新的 15 万吨级的邮轮, 预计分别于 2016 年 10 月和 2017 年 10 月交付, 将会以香港作为母港。国内船运业和旅游业翘楚也纷纷联盟加入到中国市场的邮轮大战中。刚成立不久的上海大昂天海邮轮公司购买了皇家加勒比旗下的“精致世纪号”, 还给它另取别名“天海世纪号”, 该船将于 2015 年 6 月 9 日到舟山邮轮港开始母港运行。目前邮轮界已达成共识: 中国是全球邮轮旅游发展最快的新兴市场。

三、邮轮游客满意度问卷调查结果分析

何谓“顾客满意度”? Howard 从顾客的评价与比较两个方面来定义顾客满意, 他认为顾客满意是顾客对其购买付出后, 所获得的报酬是否适当的一种认知状态^[1]。

2013 年, 皇家加勒比国际游轮有限公司开展了一项针对中国邮轮游客的调研项目, 该项目分别通过第三方和邮轮公司执行, 包括 536 份邮轮游客和 600 份潜在邮轮游客的问卷以及 10 万余份皇家加勒比国际游轮 2013 中国母港航次客户满意度调查, 涵盖 26 个省、市及自治区, 不同年龄段、收入阶层、职业和教育背景的消费者, 数据翔实。其中, 邮轮游客对邮轮度假产品的客户满意度显著高于传统旅游度假方式。

调查结果显示 77.8% 的受访皇家加勒比游客对邮轮体验表示非常满意, 21.1% 表示满意, 总体满意度高达 98.9%。当问及“船上给人印象最好的是什么”, 名列前三位的答案依次为“服务”(38.8%), “氛围”(27.2%), “硬件与设施”(15.5%)。当问及“船上给人印象最不好的是什么”, 84.3% 的受访游客不知如何回答。事实上 70% 以上的受访游客对邮轮产品几乎是一价全包, 性价比之高表示出乎意料之外, 96.4% 的游客感觉“船大而稳, 操纵性强, 安全措施完备, 没有担心安全或晕船的必要”, 89.2% 的游客说“皇家加勒比的

船上什么都有, 可以玩的太多, 3-5 天行程根本玩不过来”。显然, 邮轮旅游有助于调整忙碌的现代中国人的生活节奏, 提高国民幸福指数, 促进和谐社会发展。

从以上统计数据可得知, 邮轮旅游度假方式、邮轮上的硬件设施及邮轮员工热情周到的服务都给邮轮游客留下了深刻印象。笔者在“海洋水手号”上工作时得到客人的反馈同样如此。特别是中国客人对邮轮上如此高水准、人性化的服务感到赞叹与不可思议。笔者曾被多位游客问及类似问题“为什么你们的服务如此亲切热情? 你们是如何做到与客人畅谈无间的? 因为在岸上的餐厅服务生与客人很少互动交流。”从游客的这些疑问可知, 总体上来讲, 他们对邮轮上的服务是相当满意的。

四、国际邮轮乘务服务的主要内容介绍

国际邮轮乘务是什么行业? 它是一个跟空乘性质类似, 高薪资且免费旅游的行业。一些国际化的大公司为喜欢享受豪华舒适的海上和沙滩度假的游客, 提供一种超大型超豪华的海上交通和娱乐场所——邮轮。在邮轮上工作的非航海驾驶部门的所有工作人员统称为邮轮乘务。而邮轮乘务就是被这些国际邮轮公司聘为员工, 从事在邮轮上为游客提供高质量的服务的职业。

邮轮乘务服务可分为对客服务和内勤服务, 文章中涉及的是指对客服务。对客服务是邮轮体验的一个必要的组成部分。餐厅里热情且个性化的服务、客房服务员表现出的关心和共鸣、助理事务长用友好的态度成功化解潜在的问题等, 都是重要且令人难忘的。实质上, 对客服务是一种直接与顾客打交道的公关形式^[2]。主要有如下对客服务内容: 餐饮服务(各类餐厅、美食吧及酒吧服务)、住宿服务(客房、公共区域卫生、印刷资料等)、娱乐活动(体育活动、游戏、派对、培训班、剧院演出等)、商店购物服务、宾客服务中心、摄影服务、艺术品拍卖服务、水疗美发沙龙服务、健身房服务、赌场服务、VIP 会员服务、青少年俱乐部以及由邮轮方组织安排的岸上观光服务和登船前服务。

这些服务既包括了有形服务, 如餐厅的用餐环境、客房整体外观、酒水的质量、健身房的设备、赌场游戏种类等等; 又包含了无形服务, 这往往是通过邮轮乘务人员直接或间接地传递给游客的。有形服务容易被复制被超越, 无形服务更能给游客留下深刻印象, 无形服务更能反映出一个企业的文化。作者在皇家加勒比“海洋水手号”上工作时就深深体会到邮轮游客满意度与乘务服务之间的相互影响作用。

五、邮轮游客满意度与国际邮轮乘务服务

邮轮上, 不管是服务生、客房服务员、公共区域服务员还是酒吧服务员, 直接与顾客接触的服务员都可能得到小费。目前, 大部分的国际邮轮公司实行小

费制。这个制度以职别点数来分配小费,职别点数取决于服务人员的职别。职别点数高的人,如主管或餐厅经理等,分到的小费也就多。在邮轮上,同职别服务人员之间如何区别他们的小费收入呢?这就要看游客对服务员的评价了,即游客对乘务员的服务满意度。

以作者所工作过的餐厅助理服务生一职为例,每个航程结束后,邮轮管理层会根据总部反馈下来的客人对每个服务员的评分,为每个人进行统计得分。每2个航程的得分取平均数,然后根据这个平均数进行排名,排名最前面的人的CAP SIZE相应就大(但这不是绝对的,因为这有一个累积的过程),这就意味着你分到的座位数就多,座位数多了就表示你收到的“人头费”就会相应地增加。这边对“人头费”做简单的说明。客人上邮轮是需要预缴服务费的,12元/人/天,按照一定地比例,这些固定服务费被分配到服务员身上(宴会厅服务员、客房服务员等),这个固定服务费的人均值是固定的,与你是新员工与否无关。比如,这个航程分到助理服务员手上的固定服务费是3美金/人/天,不管客人来不来宴会厅用餐,这个钱都是给到助理服务员的。比如这个新的助理服务员第一个航程每场有12个客人来用餐,那么7天的航程他的固定服务费的收入就有 $12 \times 3 \times 7 = 252$ 美金,两个航程就只有504美金。这个收入是比较低的。但是如果他的分数排名上去了,每场有30个客人来用餐,那么7天的航程他的固定服务费的收入就有 $30 \times 3 \times 7 = 630$ 美金,这只是固定服务费部分。另外,如果客人喜欢某个服务员的服务,他们还会给现金小费,这个数额不好估算,有多有少,有些人拿的现金小费甚至远远高过固定服务费。不过,CAP SIZE是一直会变的,而不是说固定不变的,和客人给你的评分直接关联,也就是说和你给客人提供的服务质量直接相关联。这也就意味着游客对服务生的评价(即游客对服务生的服务满意度)直接影响着该服务生的收入水平。

由于邮轮上存在着这样一个评价体系,服务员就会想尽办法去逗客人开心。在餐厅里,你随时都可以看见服务员与客人在互动,客人也很愿意“被打扰”,因为他们来邮轮上就是来度假的,来放松身心的。特别是有孩子的家庭,那么服务员肯定会把孩子逗得乐呵呵。中国的服务生在国外航线上是很受游客欢迎的,因为外国客人对中国这个神秘的东方大国是很感兴趣的,他们往往会拉着中国服务生问这问那的。客房服务员也是一样,他们也总是想办法给自己的客人带来惊喜:用浴巾折个栩栩如生的大象,折朵美丽的鲜花等等。

六、结论

邮轮游客对国际邮轮乘务服务的满意度远远高出传统度假方式,国际邮轮上往往提供多样化服务以满足各类游客的多种需求。邮轮游客满意度与国际邮轮乘务服务之间相互影响,高质量的服务能博得游客的高满意度,而满意度的提高又能激励乘务员保持甚至提高其服务水平。邮轮公司设定的顾客满意度评价体系在促进服务质量提高上起了很好的正面作用,国际邮轮乘务人员为了给乘客带来更加愉悦而难忘的旅程体验,同时为了增加自身的收入而努力提高服务质量。

参考文献:

- [1] Howard, John A. and Jagdish N. Sheth. The theory of buyer behavior [M]. New York: John Wiley & Sons, 1969: 83-114.
- [2] Kudrle, A.E., Sandler. Public relation for hospitality managers [M]. New York: John Wiley and Sons, 1995.
- [3] Philip Gibson Cruise operations management [M]. New York: Routledge, 2012.

[责任编辑: 石芬芳]

Research on Improving International Cruise Crew Service on basis of Cruise Passenger Satisfaction

KONG Jie, LIU Li-na

(Zhejiang International Maritime College, Zhoushan 316021, China)

Abstract: Recently, cruise travel has become popular in China. The relationship between international cruise crew service and cruise passenger satisfaction has been a hot topic of research. The paper studies results of questionnaire on the cruise passenger of RCCL in 2013 in China and presents the author's personal experience on the "Mariner of the Seas". Then, it elaborates on the development and trends of the Chinese cruise tourism market, introduces the main crew services provided by international cruise and discusses the relationship between the crew service and satisfaction of cruise passengers. The results show that cruise passengers' satisfaction is much higher than traditional vacationing. To bring a better travel experience and increase their income, the cruise crew would make every effort to improve their service quality.

Key words: international cruise crew service; passenger's satisfaction; cruise tourism