

2009年中国游艇产业发展综述报告

报告目录

第一部分 世界游艇业的发展和思考

- 1.1 世界近代游艇产业的发展历史和中国的机会
 - 1.1.1 世界近代游艇的发展和阶段特征
 - 1.1.1.1 世界近代游艇的发展阶段和特征
 - 第一阶段：二战结束到20世纪的50年代的-经典沿袭和现代游艇萌发期
 - 第二阶段：20世纪60年代—70年代的现代游艇成长期
 - 第三阶段：20世纪70-80年代—世界游艇高速发展和市场四极格局形成期
 - 第四阶段：20世纪90年代至21世纪初—稳定成熟期
 - 第五阶段：2008年至今—金融风暴引发的全球衰退和中国可能的崛起发展期
 - 1.1.1.2 中国的机会
 - 1.1.2 中国的机会
- 1.2 世界游艇业的现状
 - 1.2.1 世界水上休闲运动的主要形式和内容
 - 1.2.2 世界游艇产业构成
 - 1.2.3 世界游艇市场
 - 1.2.3.1 世界游艇产业市场分布及规模
 - 1.2.3.2 主要游艇生产国
 - 1.2.3.3 世界豪华和定制游艇生产情况
 - 1.2.3.3.1 世界上豪华游艇建造情况
 - 1.2.3.3.2 世界上定制游艇建造情况
 - 1.2.3.4 世界各类游艇的销售构成；
 - 1.2.3.5 2008主要游艇制造企业和经营现状
 - 1.2.3.5 主要国家游艇厂及从业人员情况
 - 1.2.3.6 发达国家人均拥有游艇比例和参与水上休闲娱乐活动情况
 - 1.2.3.6.1 发达国家人均拥有游艇比例
 - 1.2.3.6.2 发达国家参与水上休闲娱乐活动情况
 - 1.3 回顾和反思
 - 1.3.1 游艇的发展必然走出上层社会独享的圈子
 - 1.3.1.1 游艇起源于奢华
 - 1.3.1.2 游艇的大发展是民众特别中产阶层参与的结果；
 - 1.4.2.1 游艇的大发展必然在社会基本稳定、技术重大进步、财富明显增加的时代；
 - 1.4.3 游艇业又是一个敏感和脆弱性行业；
 - 1.5 中国不必再走世界走过的三百年的路；但必须研究游艇业的特性
 - 1.5.1 中国不必再走世人走过的300年路
 - 1.5.1 要学习，但不要照抄照办；
 - 1.5.2 要行动，但要有规划设计；
 - 1.5.3 要开发，但不要搞千篇一律；
 - 1.5.4 要发展，但不要过热；
 - 1.5.5 要有层次梯度，不要仅拘泥于高端项目；

1.5.6 要与世界同步发展，不要舍弃中国元素；要有决心打造中国式具有世界级水平和含量的水上娱乐活动中心；

第二部分中国出现“游艇热”不是偶然的

- 2.1 经济的发展和收入的提升，客观上具备了相应的经济条件；
- 2.3 地方经济发展寻求适合中国发展的新的经济增长点的需要
- 2.4 贫瘠山水增殖需要具体的载体
- 2.5 游艇产业特点显露了中国发展的优势和潜力
- 2.6 金融风暴给中国提供了发展的机会

第三部分中国游艇产业的发展进程

- 3.1 我国游艇工业的发展主要阶段划分
- 3.2. 我国游艇工业的发展历程
 - 第一、玻璃钢技术引进消化吸收阶段(20世纪50-60年代末)
 - 第二、代客加工OEM出口奠定技术基础阶段(20世纪80-90年代前期)
 - 第三、海内外市场需求引动中国游艇制造业发展阶段(20世纪90年代后期至2008年)
 - 第四、金融风暴引发的可能的机会崛起阶段（2008年至今及相当一个时期）

第四部分中国游艇业发展现状和存在的问题

- 4.1 2009年的统计数字
- 4.2 游艇工业概况
 - 4.2.1 游艇制造企业数量及分布
 - 4.2.2 游艇企业的类型
 - 4.2.3 生产规模及能力
 - 4.2.5 游艇进出口情况
 - 4.2.5.1 中国游艇市场目前仍主要在海外从。
- 4.3 游艇俱乐部概况
 - 4.3.1 游艇俱乐部数量及分布
 - 4.3.2 俱乐部主要经营模式
 - 4.3.2.1 会所型游艇俱乐部
 - 4.3.2.2 楼盘项目型游艇俱乐部，
 - 4.3.2.3 水上娱乐型游艇俱乐部，
 - 4.3.2.4 综合兼顾型游艇俱乐部，
 - 4.3.3 俱乐部经营现状
- 4.4 游艇展
- 4.5 游艇媒体
- 4.6 游艇设计
- 4.7 游艇贸易
- 4.8 政府在行动——相关政策、法规配套、游艇产业园区
 - 4.8.1 相关政策和规划的制定
 - 4.8.2 游艇产业园区
 - 4.8.2.1
 - 4.8.2.2. 上海奉贤游艇产业园区。

- 4.8.2.3 珠海平沙游艇产业园区
- 4.8.2.4 其他地区：
- 4.9 游艇配套供应
 - 4.9.1 我国艇用机和配套业概况
 - 4.9.2 我国艇用舾装配套业概况
- 4.10 游艇教育与培训情况
- 4.11 行业组织的出现和工作特点
 - 4.11.1 积极提出了四大战略：
 - 4.11.1.1 市场营销（销售渠道、销售方法、标准配套和游艇文化的理解）；
 - 4.11.1.2 人才培养战略
 - 4.11.1.3 技术创新
 - 4.11.1.4 品派战略（自主品牌的培育和扶持）
 - 4.11.2 推进产业链的涌动和互为依存、相互促进的互动发展；
- 4.11.2 其它相关行业协会
- 4.10 中国游艇产业发展中存在的问题和困难
 - 4.10.1 有待消费观念的转变；
 - 4.10.2 缺乏创新意识和能力；
 - 4.10.3 基础设施落后；
 - 4.10.4 政策的滞后；
 - 4.10.5 缺乏规划；
- 4.11 期盼与渠道
 - 4.11.1 国家规划和政策支持
 - 4.11.2 游艇企业上市机制的开放和探索
- 4.2 游艇制造业起到了非常重要的导向作用
- 4.3 国内游艇制造企业的运作模式
- 4.4 产业园区和产业链的形成
- 4.5 产业链的涌动是产业健康发展的标志
- 4.6 重要的在于我国游艇业有产业涌动走向产业链互动
 - 4.6.1 制造商谋求与上下游对接的互动
 - 4.6.2 展览会从单纯的产品展出、交易贸易走向与社会各方的互动
 - 4.6.3 游艇俱乐部与酒店、代理商和度假旅游的互动合作
 - 4.6.4 船艇设计与制造、用户互动
 - 4.6.5 游艇关联媒体开始全面介入和推广游艇产业链的互动
 - 4.6.6 银行、法律、保险业等与游艇制造和俱乐部建设互动
 - 4.6.7 游艇业发展与城市规划的互动
 - 4.6.8 产业园区的形成有利形成游艇业发展积聚效应
- 4.7 中国游艇产业链的涌动走向互动是产业发展的真正起步
 - 4.7.1 有利过剩船舶工业中的产能在向游艇工业转移
 - 4.7.2 有利于新的经济增长点的形成
 - 4.7.3 有利于我国游艇产业的快速发
 - 4.7.4 有利于形成具有吸引海外游客来华消费的景点
 - 4.7.5 有利于应对金融危机，多数企业修练内功，抱团过冬

第五部分中国游艇发展机会与预估

- 5.1 缺失是机会、缺失也是市场，中国蕴藏着极大的市场机会
- 5.2 危机犹如乌云，巨大世界市场在向中国招手
- 5.3 前景和效益的预测
 - 5.3.1 蕴藏着超过2500亿的GDP的新的经济增长机会；
 - 5.3.2 超过200万人的高雅、体面、高回报和高技术、高附加值、高劳动密集和高文化的就业岗位；
 - 5.3.3 增殖贫瘠的山水资源；
 - 5.3.4 丰富国民生活内容和健康体魄；
 - 5.3.5、反出国旅游为引动海外来客来中国旅游和观光热；
 - 5.3.6、重要的出口产品。
- 5.4 结论：游艇业在中国的发展是有希望的

注：

如需详细内容请发邮件至csasi@online.sh.cn与我们联系。