

产业有看头

2月下旬,京东创始人刘强东“砸下”50亿元个人资金入局游艇业的消息,直接冲上了全网热搜。

他的新品牌 Sea Expanding 与深圳市政府、珠海市政府签订了战略合作协议,不仅接到5条单价6000万欧元的72米双体船大单,还喊出了“要造10万元亲民游艇、让工薪阶层也能玩得起”的口号。

作为中国游艇产业政策创新的前沿阵地,海南坐拥零关税、琼港澳游艇自由行、全国首个游艇污染物免费接收平台等多重优势,海南能否抓住这一头部企业入局的机遇,将政策红利转化为产业竞争力,补齐长期存在的制造端短板,推动游艇产业从消费单极繁荣走向全产业链协同发展?

对于海南的产业发展和普通人来说,这波大佬入局又能带来哪些实实在在的影响?想要弄明白这些,得先搞清楚刘强东的游艇局,到底布的是什么局?

# 刘强东豪掷50亿元造“亲民船”,海南如何分一杯羹?

□ 本报记者 符容菁



第五届中国国际消费品博览会期间,三亚国际游艇中心的三亚国际游艇展区。

## 刘强东的游艇局不是单纯“造船”那么简单

刘强东的游艇布局,是始于情怀,终于理性。

“我们家是一百多年的传世船民,我对船有特殊感情,哪怕是今天,我也是在船上睡得最好。”在签约现场,刘强东的这番话道出了其入局游艇业的初心,也成为其深耕这一领域的情感底色。

然而,这份情怀背后,是对中国产业发展趋势的精准判断,更是对游艇行业空白市场的大胆布局。

在刘强东看来,游艇制造业是我国在大工业类别中最后一个,也是最高端的“空白领域”,目前基本由欧美公司占据全球90%以上市场份额。

2024年,中国游艇制造业年产值仅128亿元,出口额6亿美元,全球市场份额不足4%,高端市场基本被意大利、荷兰、德国等欧美企业垄断。

换言之,这是一个典型的大市场、小作坊格局。

数据显示,2024年中国造船业完工量、新接订单量、手持订单量三大核心指标已连续15年位居世界第一,尽管中国造船业在油轮、货轮等大型船舶领域已形成全球优势,但游艇制造领域却长期处于“小、散、弱”的状态。

与之形成鲜明对比的是,国内游艇消费市场不断涌动的活力。

交通运输部数据显示,近三年中国新登记游艇数量年均增长40%以上,截至2025年底全国登记有效游艇达9850艘,“十五五”时期仍将持续增长。

2024年我国的游艇保有量在4.5万艘左右,游艇泊位近1.5万个,远低于美国的1167万艘,未来发展空间巨大。

正是看到这一机遇,刘强东拿出50亿元个人资金重仓游艇产业,这一投资额远超国内绝大多数游艇企业千万级的投入规模,也成为其与全球头部企业竞争的底气。

而他的布局,从一开始就跳出了传统游艇的高端桎梏,以“绿色、智能、亲民”为核心打造差异化竞争力,剑指大众消费市场。

品牌全系产品均为新能源游艇,依托风能和太阳能实现五天自然充电,满足周末两天的使用需求,全电推技术更是实现超静音、零震动的体验。

在智能化方面,未来游艇将取消船长、厨师岗位,仅保留服务和安全人员,

通过AI技术和机器人让游客拥有最大自由空间,而全船配备的智能自救设备,能保证极端情况下人员8小时的生存时间。

更具颠覆性的是,刘强东提出打造10万元亲民游艇的目标,这一价格远低于目前市场上50万元至100万元的中档小型游艇,直指大众消费市场。

而这一愿景,将推动中国游艇产业向大众化发展。

当然,刘强东深谙制造业的发展规律:“制造业跟互联网不一样,可能需要10年、20年才能通过品质、技术、绿色环保获得全世界消费者的认可。”

## 海南的游艇家底:相关企业数全国第一 封关后手握红利

刘强东这波50亿元的“游艇局”,不仅搅动了全国万亿级游艇市场,让深圳、珠海成为市场焦点,也让早已深耕游艇产业多年的海南,迎来了全新的发展风口。

作为国内游艇产业起步最早、积淀最深的区域之一,海南早已成为中国游艇消费的先行者。

历经多年深耕,海南已搭建起集制造、销售、租赁、出海运营、码头服务于一体的成熟服务体系,不仅是全国游艇消费的核心市场,更成为游艇政策创新、业态探索的前沿阵地,产业根基扎实厚重。

企查查数据显示,截至目前,全省游艇相关企业有1.56万余家,占全国36%,位居全国第一。

截至2025年底,海南游艇保有量突破1805艘,建成运营11个游艇码头、泊位超2394个,是全国游艇产业发展的核心集聚区。

2020年,《海南自由贸易港建设总体方案》发布实施,明确提出,设立游艇产业改革发展创新试验区,为海南游艇产业发展按下“加速键”。

随着零关税购艇、租赁合法化、夜航区设立,试点乘员定额放宽至26人等一系列自贸港政策实施,海南游艇产业迎来高速发展期。

“不同于珠海的游艇产品以中高端私域社群服务为主,海南已形成成熟的大众化游艇产品体系。”交通运输部水运科学研究所海南院执行院长张希纯告诉记者,海南的海岸线与海域条件相较珠海更具优势,而且经过这么多年的市场培育,海南的游艇消费早已走进平民百

姓,打下了坚实的大众基础。

这份基础,体现在火热的消费数据上:2026年春节假期,海南各码头一派繁忙景象,其中三亚游艇进出港10991艘次、载运旅客7.33万人次,同比实现显著增长,2025年全年三亚游艇出海更是达15.9万艘次,同比增长24%。

在万宁石梅湾、陵水清水湾的游艇体验点,人均百元档的拼船出海套餐,更是成为游客打卡滨海假期的热门选择,游艇休闲早已不再是遥不可及的奢侈体验。

海南游艇产业从业人员告诉记者,海南拥有独一无二的热带滨海资源,1900多公里海岸线贯穿全岛,三亚、万宁等核心区域全年适航天数超300天,是游艇休闲、出海体验的天然沃土。

一旦游艇普及大众,海南将成为这些平价游艇最大的停放、使用和度假目的地,直接带动海南的游艇租赁、托管和旅游消费爆发式增长。

海南省海洋旅游协会有关负责人认为,刘强东将制造基地落于珠海、总部设于深圳,大湾区凭借成熟的制造基础、完整的供应链成为核心阵地,而自贸港拥有全国最优质海洋旅游资源和开放的游艇政策,这里既是最大的应用蓝海,也是其从高端探索到大众化落地的核心试验场。

## 想分蛋糕 海南还得迈过这几道坎

刘强东50亿元入局游艇业,给中国游艇产业带来了新的活力,也为海南自贸港的蓝色经济发展带来了新机遇,但海南想真正地分到这块蛋糕,还得直面自己的短板,迈过几道实实在在的坎。

第一道坎,是基础设施的坎。

“目前海南建成泊位2000多个,仅能满足现有需求,新增及外来游艇根本无泊位可停。”张希纯的话,点出了海南游艇产业发展的痛点。

不仅如此,海南游艇码头的结构还存在明显的短板,公共码头泊位占比不足1/10,绝大多数码头最初是房地产的附属品,以商业化运营为主,直接导致游艇停靠成本居高不下。

例如三亚的鸿洲国际游艇会码头,停靠费约20元/尺/天,一艘40尺的游艇,月停靠费就高达两万多元,对经营主体和普通消费者来说,都是不小的成本。

不过,值得期待的是,记者了解到,Sea Expanding将参与深圳多座码头及配套设施的建设运营。

张希纯表示,这种大型资本在基础设施投入上的创新性投资,不仅能为海南正在推进的环岛游艇码头网络建设提供宝贵借鉴,未来还有可能将部分运营经验或合作模式复制到海南,为海南游艇基础设施建设注入新活力。

第二道坎,是旅游服务的坎。

“尽管海南的游艇旅游产品在全国已算是前沿新潮阵地,但是创新缓慢、种类单一直接导致经营主体陷入低价内卷。”张希纯坦言。

记者调研发现,目前海南游艇旅游玩法仍以出海至锚地体验摩托艇、浮潜等基础水上项目为主,真正的游艇核心体验不足。

再加上海南旅游市场淡旺季悬殊的结构性问题,游艇经营主体只能在旺季靠降价抢占市场、赚足全年利润,淡季则大量闲置,这一现状进一步拉低了服务质量,“一锤子买卖”的服务模式仍普遍存在,让游客的体验大打折扣。

想要跨这道坎,海南需要引进高端文旅和游艇产业人才,结合自身旅游资源开发更多个性化、专业化的游艇体验服务,同时规范市场竞争秩序,打破低价内卷的现状。

第三道坎,是海洋文化培育的坎。

海洋文化的匮乏,是海南乃至全国游艇产业大众化发展的长期阻碍。在国人的固有认知中,游艇始终与“奢侈品”画等号,而这一认知,也直接制约了游艇消费的普及。

张希纯表示,从全国游艇制造业来看,年产值200多亿元,且约一半用于出口,出口主力是8米、10米的小型钓鱼艇等基础型游艇;而国外游艇市场呈金字塔结构,80%是大众化平价游艇,其次是中高端休闲游艇,最后是奢侈品游艇,游艇对国人而言相当于奢侈品。

随着头部企业入局,游艇的大众化将会变得更加容易,会让更多人尤其是孩子接触海洋、了解海洋文化,就像刘强东说的,“海洋强国需要好的海洋文化”,而拥有得天独厚海洋资源和扎实大众消费基础的海南,会成为培育海洋文化的重要阵地。

总的来说,刘强东的50亿元投资是在为中国游艇产业“修路造车”,而海南则是这条路上最理想的“游乐场”和“服务区”。