

“挥别”高速扩张 邮轮旅游“转舵”何方？

国庆假期刚过，上海市民刘杰已在关注春节出游市场，他计划为一家老小预订为期7天的邮轮旅行。

6年前，刘杰第一次乘坐邮轮，他仅将邮轮看作交通工具，关注的是目的地在哪里、票价是否便宜。如今他将邮轮旅游看作一场休闲，更关注是否有符合父母口味的餐饮、年幼儿子喜爱的游乐设施、满足妻子“逛吃逛吃”爱好的店铺；他愿为家人的快乐旅程支付更多账单，当然也希望物有所值。

正是像刘杰这样的邮轮游客增多，带来了我国邮轮旅游经济发展的“嬗变”。

■ 自由行、举家游增多

上海工程技术大学、上海国际邮轮经济研究中心等近日发布的《邮轮绿皮书：中国邮轮产业发展报告(2019)》显示，尽管亚太邮轮市场上50岁以上游客仍然是“主力军”，以中国游客为代表的亚洲邮轮游客逐渐趋于年轻化，2018年游客平均年龄为45.4岁，较2017年有所缩小。

日本港口综合研究财团理事山本三夫介绍，近两年中国赴日邮轮游客的显著变化是自由行游客增多。人们更青睐旅行时间更长的邮轮线路，游客开始认同邮轮旅游是一种生活方式。

歌诗达邮轮集团亚洲总裁马睿哲也注意到，越来越多的中国人以家庭为单位出游，

人们在船上的消费需求呈现多元化，消费升级明显。

近日在上海举办的2019亚太邮轮大会上，全球知名邮轮公司纷纷披露未来战略规划，瞄准的都是从“看热闹”转变为“讲体验”的中国消费者。

皇家加勒比旗下绿洲系列正在建设中的第五艘邮轮将于2021年下水、部署中国母港，届时或有望成为世界最大邮轮；MSC地中海邮轮最新旗舰、17.2万吨的荣耀号将于明年6月17日开启中国首航；嘉年华集团旗下歌诗达邮轮日前与海南省、三亚市政府签署三方合作协议，部署2020年全新以三亚为母港的季节性邮轮航线……

■ 愿为更舒心的旅途买单

实际上，近两年我国邮轮市场正处于“爆发式”扩张后的战略调整期。

数据显示，2006到2011年中国邮轮市场年平均增长率36.74%，2012到2016年的年平均增长率达到了72.84%。然而，我国邮轮市场自2017年起首次出现增速放缓。中国交通运输协会邮轮游艇分会等近期发布的《2019中国邮轮发展报告》显示，今年上半年，全国沿海13个邮轮港共接待国际邮

轮364艘次，同比下降27.2%，邮轮出入境旅客同比下降23.74%。

上海港国际客运中心开发有限公司总经理徐珏慧分析，在以前的高速扩张期，我国游客对邮轮旅游这种侧重于休闲的“舶来品”认识不足，对价格更为敏感，人们在船上消费不高、产品复购率也不高；从供给方面，我国邮轮市场95%以上的供给被国际邮轮巨头垄断。

■ 消费升级与产业升级并行

在业界看来，中国邮轮产业正伴随消费升级实现产业升级。

在上游，上海与中船、芬坎蒂尼、招商局等深化战略合作，推动中船与嘉年华、芬坎蒂尼签订总价近50亿美元的“2+4”艘大型邮轮制造合同。中船集团相关负责人介绍，由中国建造的首艘大型豪华邮轮将于10月18日在上海切割钢板、开工建设。在中游，全球邮轮巨头加速在中国布局以优质服务、全新技

术、丰富船上体验活动等为特征的新船、大船，在上海开启亚洲首航、设立运营公司或区域总部。在下游，我国不断完善邮轮港购物休闲配套，营业面积达1700平方米的国内首个邮轮港进境免税店将于第二届中国国际进口博览会期间在上海正式开业。

前不久，国务院办公厅印发《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》，提出支持邮轮游艇旅游。马睿哲认为，随着邮轮消费者不

断增长的需求和多个邮轮行业利好政策的出台，邮轮市场规模也将不断扩大。

此外，国内邮轮市场“包船”、低价竞争较为激烈；邮轮公司与旅行社间的分销体系也有待理顺。2018年，部分邮轮企业在中国市场收益不理想减少在中国市场运力投入，也成为导致邮轮市场收缩的原因之一。

在中国旅游研究院院长戴斌看来，市场增速放缓甚至出现下滑，其背后正是我国邮轮旅游业正在推动一场供给侧改革——从高速扩张期，转向高质量发展期。

上海社会科学院海上丝绸之路研究中心主任李小平认为，上海将加强国内外区域合作，开辟多母港、双母港航线。通过开发“飞机+邮轮”“高铁+大巴+邮轮”“邮轮+内河游轮、游船”“无目的地游”等新产品和新航线，不仅满足国内消费者需求，也将促进入境游市场。

(新华社)

2020

主流 / 好看 / 有用

悦读江南 见字如晤

欢迎订阅 2020 年《江南晚报》

全年订阅价：396 元 / 份



扫码订阅：手机扫一扫右边二维码即可订阅。
电话订阅：81853835，电话预约，上门收订。