

国际航线绿灯亮起 邮轮企业喜忧参半

□ 本报首席记者 王玮 记者 张宇

“怎能不想念疫情发生前码头上那喧闹繁华的景象，记得那时一到登船时间，要用喇叭喊才能将聚集的客流分散。”望着已经落灰的喇叭，在上海吴淞口国际邮轮港工作的老范无比期待再次听到邮轮拉响汽笛的声音。能体会到三年坚守不易的又何止是他一人。邮轮企业因为停航承受着巨大的压力，一艘邮轮仅维护成本每月就高达数百万美元。面对疫情的冲击，有不少邮轮业者靠着“再难也要咬牙挺过去”的信念走到了今天。

3月30日，交通运输部办公厅印发了《国际邮轮运输有序试点复航方案》（以下简称《方案》）。“这意味着冰封三年的国际邮轮运营市场即将恢复，这也将带动邮轮产业上下游的复苏。我国邮轮产业将重新回归活力状态。”中船邮轮科技发展有限公司副总经理汪彦国的这番预期，也是许多邮轮业者此刻所想所盼，为了码头上重现繁华景象，他们正在积极筹划中。

1 筹备工作已开启

“《方案》的印发时间节点选得好，在消费者的出游信心逐步恢复的当下，此举为邮轮旅游市场复苏埋下了最有力的‘伏笔’。另外，《方案》选择了从港口的角度来做试点，而不是选取企业做试点，这给中资和外资邮轮企业同等启动业务的机会，更有利于市场的全面恢复。”皇家加勒比游轮集团全球高级副总裁、亚洲区主席刘滔楠说。

疫情发生前，共有六家外资邮轮企业进入中国市场，目前，皇家加勒比游轮和MSC地中海邮轮还在坚守。看到中国为国际邮轮复航亮起绿灯，这两家企业开始动起来。

“当务之急是抓紧时间研究航线部署。”MSC地中海邮轮中国区总裁黄瑞玲在接受本报记者采访时说，他们正在与相关政府部门、港口、旅行社以及其他合作伙伴展开密切的沟通与合作，线路规划、产品设计、供应链布局、船员招募以及帮助渠道重建等相关工作都在积极进展中。

“我们也注意到《方案》中有关于防疫的要求。早在2020年年初，MSC地中海邮轮便在世界卫生组织专家的指导下制定了健康安全规程，目前，我们在全球其他市场的邮轮运营都已恢复正常。”黄瑞玲说。

刘滔楠告诉记者，皇家加勒比国际游轮一直非常看好中国市场和亚洲

市场。“我们为国内市场专门定制打造的亚洲最大的邮轮‘海洋光谱号’在疫情期间一直在亚洲水域运营。原定于2022年建造完成后前往中国首航的世界最大邮轮‘海洋奇迹号’，目前暂时部署在欧美市场。我们计划政策到位后，再次将其投放到中国市场。”

“我们的路线和产品都是成熟的，我们的团队力量保存也较为完备。中国市场按下暂停键的这三年，我们一直没有放弃对邮轮旅游的宣传，因为这对于恢复游客信心非常重要。”刘滔楠说。

疫情这三年，中资和中外合资邮轮企业也不曾“躺平”。

中船嘉年华邮轮首席执行官陈然峰告诉记者，爱达邮轮旗下首艘国产新造大型邮轮预计于今年年底完成交付，即将开启以上海为母港出发的国际航线。“爱达邮轮将推出长短结合的国际航线满足不同客群的需求，还将适时推出海上丝绸之路的中长航线。”

在谈到筹备计划时，陈然峰同样首先提到了防疫安全。“我们制定了一系列邮轮防疫安全计划，做到‘卫生防疫五安全’，即让客人游得安全、吃得安全、玩得安全、住得安全、购得安全。”

除了进行航线部署外，中船嘉年华正在构建多渠道营销系统，建立更加科学有效的定价模型和销售体系，并加强了线上直销、异业合作、商务会

奖等渠道的营销力度，推出“船票+”产品。

陈然峰告诉记者，中船嘉年华已启动船员招募计划，为旗下船队吸纳来自酒店管理、餐饮服务、娱乐服务、运营信息化、市场营销等多领域的专业人才，公司“船员管培生招募计划”也在同步推进中。

一直运营国内沿海邮轮航线的招商局维京游轮已经开启了下一步计划，准备开售以深圳或上海为母港的出境深度探游航线。招商局维京游轮产品开发兼营销高级副总裁陈炜芸介绍，目前在航线落地方面，他们的工作团队正同步开展各项筹备工作，包括调整健康防护计划、开发岸上行程、设计特色船上体验、制定航线计划细节、预订和协调港口泊位等。“我们力求每一个目的地都能让游客深度探游。”

采访中，记者了解到，对复航充满期待的邮轮业者一直在为这一天的到来做着准备，比如，利用停航的空档期，中船邮轮对邮轮进行维护保养，对旗下的大西洋号和中地号邮轮进行坞内检修，并对空间布局和船上产品做了升级。在满足航行需求的同时，也兼顾了中国游客的习惯。也正是因为这些没有间断的坚持，这几家邮轮企业才能够对《方案》印发后，马上市有所部署。

2 不可回避的挑战

从试点港口筹备到国际邮轮航线复航大约需要多长时间？

“在政策及所有关键环节都打通的前提下，邮轮重启最快也要到半年之后了。”“从欧美市场的经验来看，邮轮市场重新启动需要比想象更长的时间。”“我们乐观预计下半年能够开启由中国出发的国际航线运营。”……从几家邮轮企业相关负责人的答复可以看出，邮轮航线的复航需要较长筹备期。

“在停航的三年时间里，虽然我们坚守中国这一重要战略市场，也未进行结构性裁员，保留实力、修炼内功，为复航做准备，但是市场环境已经发生了很大的改变，包括渠道端、消费者心态以及企业的商业布局等。我们需要适应新的市场环境，也需要投入时间推动渠道重建。”黄瑞玲坦言。

汪彦国告诉记者，从政策的开放到邮轮真正开航，需要经历漫长的准备过程，主要包括航线规划、产品设计、票务销售、船员招募、物料补给等。其中耗时最长的是产品的销售，通常会提前6—12个月，以达到满意的上座率。另一个关键因素是船员招募，通常需要2—3个月时间才能完成邮轮船员的配齐。即使是销售和船员招募同步进行的情况下，也至少需要3—5个月的准备时间，但还可能出

现产品销售时间不够充裕的情况。

对此，上海国际邮轮经济研究中心副主任叶欣表示认同，他说，由于邮轮旅游产品具有特殊性，每年二、三月份是国际邮轮企业部署下一年全球航线的关键时期，也就是说，很多今年的航线已在去年完成销售。“邮轮恢复运营是系统化过程，涉及海关、海事、边检等口岸监管部门，以及邮轮港口、旅行社、邮轮配套服务公司等多个方面，恢复邮轮复航运营保障机制是需要时间的。此外，邮轮应急管理体系、邮轮疫情防控体系、邮轮综合保险体系、邮轮口岸诚信管理体系等也需要进一步完善。”

市场恢复面临的挑战远不止这些。“国际航线恢复后你会‘乘’邮轮去旅行吗？”记者日前采访了身边几位有邮轮旅行经历的游客，结果持观望态度者居多。

“尽管境外邮轮市场已经复苏，国内也有邮轮在运行，但疫情发生初期几起发生在境外邮轮上的聚集性感染事件仍让我感到不安。”北京游客童怡然道出了其中原因。游客是邮轮经济的核心，想方设法恢复消费者对邮轮旅游的信心是当务之急。

此外，陈炜芸注意到，市场需求已经发生变化，呈现品质化、多元化、个性化的特征，邮轮企业需要根据这些变化重新设计航线和产品。

“现在的难点在于旅游目的地不足和航线产品的单一。”汪彦国提到，疫情发生前，我国国际邮轮航线以中日韩航线为主，占比超过90%。但是目前这两个国家均未列入出境团队旅游试点国家名单中，因此，目前邮轮航线的设计和营销，需要设法提供日韩之外的其他航线产品。但新航线、新产品的开辟并没有那么简单，需要研究目的地的接待能力以及国内市场的接受程度，所以要综合研判、审慎考虑。

在中国旅游车船协会邮轮游船分会副会长邱玲看来，中资和外资邮轮多会挂靠航线推进也面临着困难。即使国际邮轮复航，邮轮航线产品仍然趋于单一化和同质化，如何进行进一步丰富航线、创新邮轮旅游产品形式，带动邮轮产品提质升级、全面激活邮轮市场竞争力和活力等问题都有待破局。

“供应链的重建是一个挑战，疫情三年，市场已经经历了多轮洗牌，重新找到优质可靠的供应商并非易事。”刘滔楠表示。

也有业者注意到，许多邮轮相关运营企业受疫情影响削减了大量员工，这些团队短期内重建难度较大，而邮轮运营团队的规模直接影响到市场恢复效率。因此，短期内邮轮企业会面临人力资源竞争的压力。

延伸阅读

迈好复航关键一步

□ 本报记者 武巍

3月30日，交通运输部办公厅印发《国际邮轮运输有序试点复航方案》，以上海、深圳邮轮港口为试点水路口岸，按照“先开展试点，再逐步放开”的要求，本着风险可控、积极稳妥原则，有序推进国际邮轮运输试点复航。

“《方案》是交通运输部为国际邮轮航线重启推出的重要举措，标志着中国邮轮旅游全面复苏正式拉开序幕。”中国旅游车船协会邮轮游船分会副会长邱玲说。其实，在《方案》发布前，紧锣密鼓市场复苏势头，以沿海邮轮为代表的国内邮轮市场正在有序恢复中，例如，招商伊敦号在今年3月26日开启了以上海港国际客运中心为母港的常态化运营。但国际邮轮市场迟迟未打开，亟待踢出“临门一脚”。因此，《方案》一经发布便引起了行业的密切关注和巨大反响。“试点复航是中国国际邮轮旅游全面恢复的关键一步，也意味着国际豪华邮轮将重新进入中国市场，蓄势已久的本土邮轮也将一展身手，对于加快邮轮旅游市场复苏、激活市场活力、活跃邮轮旅游消费、优化邮轮市场格局、推动邮轮

全产业链发展与突破等具有重要意义。”邱玲说。

根据《方案》，上海、深圳共有三个邮轮港口列入首批邮轮复航试点港口名单。邱玲告诉记者，这三处邮轮港口都以世界级邮轮母港为目标规划建设：上海吴淞口国际邮轮港拥有1500米岸线，可同时停靠两艘22.5万吨级和两艘15万吨级邮轮，已批复设立为中国邮轮旅游发展示范区；上海港国际客运中心拥有1200米岸线，可同时停靠三艘7万吨级邮轮，已批复设立为中国邮轮旅游发展示范区；深圳蛇口邮轮母港拥有1509米岸线，可同时停靠一艘22万吨级和一艘12万吨级邮轮，已批复设立为中国邮轮旅游发展示范区。此外，上海港国际邮轮经济研究中心《邮轮经济景气指数研究》课题组正在进行一个关于邮轮旅游消费信心程度的市场调研，通过更多地了解旅游者的意愿和需求，为邮轮旅游市场的重启提供参考。

大，所开航线有市场需求”等要求。

“我们了解到，目前上海相关职能部门已经在落实试点复航的具体工作方案，以创新示范、平稳有序、稳妥推进为原则，落实邮轮港口和邮轮公司主体责任，确保运营过程安全可控。”邱玲表示，试点港口应当紧跟要求，进一步优化软硬件配套服务，同时加强与联动部门及企业的协调合作，完善港口信息智能共享机制，全面提升应对各类突发事件的处置能力，保障国际邮轮安全有序恢复。

虽然近期旅游数据以及政策措施频出利好，但成功不是一蹴而就的。“目前国际邮轮市场的恢复面临不少困难。比如政策的具体实施、邮轮旅客出游信心的恢复、邮轮相关人才的缺乏、产品线路同质化问题等，都是近期亟待解决的。”邱玲说，“目前，上海国际邮轮经济研究中心《邮轮经济景气指数研究》课题组正在进行一个关于邮轮旅游消费信心程度的市场调研，通过更多地了解旅游者的意愿和需求，为邮轮旅游市场的重启提供参考。”

3 大市场值得期待

面对这些挑战，几家邮轮企业都在积极破题。比如，在全面升级的邮轮卫生防疫计划的同时，计划为游客提供更灵活的预订方案和退改措施并将邮轮健全的游客健康管理度展示给公众。再比如，几家邮轮企业也正积极与国内和国际港口就旅游交流及合作进行洽谈，有的企业已预订部分港口泊位，有的则在探索港口目的地的行程，只为能够提供更加丰富多元的航线选择。

正视挑战，提出方案，此刻邮轮业者对于中国市场的预期也更加清晰。

“我们最大的期待是中国邮轮能重新拿回市场的主导权。”汪彦国说，“中国是全球增长最快、潜力最大的邮轮市场，疫情发生前中国邮轮市场规模一度达到世界第二，仅次于美国市场。这次复航给了中国邮轮企业重塑市场的有利窗口期和机遇期，我们将努力抓住这一难得的机会。”

黄瑞玲告诉记者，MSC地中海邮轮之所以对中国市场的未来充满信心，原因之一是中国市场的人口红利仍在，家庭组合出游市场很值得期待，邮轮提供的正是适合多代出行的旅行产品。另外，中国拥有全球领先的邮轮港口设施。期待这些港口未来在关注硬件质量的同时，也会为游客提供舒适便捷的码头体验，包括登离船动

线与流程的人性化，等待空间的舒适度、公共交通便利性的提升等。

在陈炜芸看来，如今的中国游客更看重高品质的邮轮体验。这也倒逼邮轮企业的侧重点从体量向品质转变，从降价改为增值，当所有的企业都将更多的关注点放在产品体验上，以往市场打“价格战”的局面也将会被打破。这样邮轮企业就既能保持自身的核心竞争力，又能激活国际邮轮旅游市场的更大活力。

采访中，记者注意到，无论是更专注于为游客提供雅奢人文邮轮体验的招商局维京游轮，还是更聚焦“新生代”“新老人”“新中产家庭”三个核心消费群体的中船嘉年华，或是正在渠道转型、持续宣传的其他邮轮企业，他们都在为更适应中国游客的需求努力着。在不少业者看来，这就是中国市场有望打开新局面的最好体现。

在谈到对将来中国邮轮市场的判断时，邱玲道出了三个期待：首先是对差异化邮轮旅游产品的期待。随着更多邮轮品牌的出现，未来的邮轮旅游市场将出现更多个性化、多样化、文化属性鲜明的旅游产品，从而实现更为精细的市场细分，提升邮轮市场渗透率。

其次是对多样化邮轮航线的期待。在良好的营商环境下，提升国际

邮轮航线运营的稳定性，邮轮公司在积极开发更多国际邮轮航线的同时，也为中国邮轮经济带来更多利好。此外，如果能吸引更多的国际邮轮将《方案》试点港口作为访问港，将有望引来更多的游客在港口所在地进行游览和消费。

最后是对邮轮旅游市场规模快速恢复的期待。希望中国市场到2025年可以逐步恢复至疫情前水平并呈现稳步增长态势，为邮轮经济的发展提增信心。同时，鼓励国际邮轮公司打开中国邮轮航线的全球营销渠道，以此提升入境游客接待量，提升中国邮轮旅游国际地位和全球竞争力。

国际邮轮协会CLIA日前发布的《2023年邮轮行业现状报告》提到，年轻客人将是邮轮市场未来发展的主力，邮轮度假意愿最强的是X世代和千禧一代。这部分客群也将成为中国市场的核心。

在叶欣看来，这为未来中国市场的发展带来了更多可能，比如，会吸引更多中型及特色明显的邮轮入驻，形成大型、中型及特色邮轮运营的格局。多国企业、社团联合打造特色的国际旅游线路和产品也会成为趋势之一。当满怀着期待的“巨轮”从我国沿海各个港口驶出，邮轮业者的愿景皆有可能实现。

四川泸州纳溪区：文旅融合“大展身手”

串珠成链 全域联手“干劲足”

早在2011年，纳溪区便提出“打造百亿旅游产业、实施全域旅游”的工作思路，也正是从那时起，纳溪旅游业开始从“单景独秀”逐步走向“美美与共”。

近年来，随着政策不断加持，纳溪旅游蓝图越描越清晰，不仅将“文旅融合发展”作为专章写入《纳溪区国民经济和社会发展规划第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》，还按照“全域景区”“多规合一”思路，编制了《全

域旅游概念性规划》《全域旅游文化策划》，高位推动全区旅游发展。

同时，持续的“真金白银”支持，也让全域联手更“得心应手”。纳溪常态化设立3000万元文旅产业发展基金并逐年递增，每年整合住建、农业、林业、水务等项目资金，累计撬动旅游综合投入220亿元，带动一个个文旅项目建落地。

如今，纳溪不仅横向串联了景区、产业，还纵向深入区、镇、村的旅游建设，全面实施“五大区块”文旅规划，构

建全区“一盘棋”发展格局，先后获四川省首批“全域旅游示范区”等近40项国家级荣誉。

百花齐放 业态融合“势头好”

乘着文旅融合发展的东风，纳溪全面推进“旅游+文化”“旅游+产业”“旅游+农业”“旅游+城建”融合发展，衍生出来的新业态、新产品、新体验、新玩法也越来越多样。

趁春日走进梅岭茶园，除了品茶赏景，还可以体验采茶、制茶的研学乐趣，品尝抹茶酥、抹茶饼干等系列特色茶食，参与抹茶唇膏DIY体验活动，选购茶主题明信片、竹茶具等文创产品……这些都是纳溪“茶旅”融合发展的产物。

目前，纳溪正重点围绕茶酒文化、护国文化、生态康养“做文章”，加快建设全国唯一的百年护国城、世界茶酒融合文化旅游高地、川渝丹霞竹境风景线，推出“酒香茶语之行”“文博茶酒之行”“清雅禅茶之行”等多条精品旅

游线路，打响“铮铮护国名城·美美茶酒纳溪”的品牌。

不仅如此，纳溪还在全域范围内深入挖掘特色民俗文化、乡村历史遗迹，推动乡村旅游发展，培育出“全鱼宴”“豆腐宴”“茶竹宴”等特色餐饮品牌，以及“纳贡之溪”、非遗展演等演艺品牌。

诗意生活 群众乐享“日子美”

近年来，在文旅融合发展的背景下，纳溪不仅深度盘活旅游资源，更让群众切实享受到旅游发展的红利。尤其在乡村旅游开发中，村民受益匪浅。

纳溪坚持绿色发展、生态开发，开展了道路整改、厕所革命、流域整治、休闲设施建设等系列环境整治升级措施，生态环境大大改善，交通体系不断完善，人居环境持续提升，一幅幅美丽乡村图景在全域铺开。如今，风光秀美、环境宜人、文化养人，游客们在纳溪邂逅的“诗和远方”，正是当地群众当下所享的“诗意生活”。



欢乐沙滩公园

此外，“诗意生活”还含有“在家就能挣钱”的安逸内涵。村民们通过参与土地入股、房屋入股的方式参与景区分红；依托景区建设管理、产业发展，实现“就近”创业就业，稳稳吃上“旅游饭”。目前，纳溪景区周边群众年均收入3万余元，帮助近3万人脱贫解困。

下一步，纳溪还将持续推进体制机制改革，加大文旅品牌建设，深化文旅融合创新，助力旅游业共建、共融、共享。（桓毅 王雨薇/文 纳溪区文化广播电视和旅游局供图）

随着天气升温，四川省泸州市纳溪区旅游业也迎来全面回暖复苏。从花田到茶园，从竹海到湖泊，从酒庄群落到特色街区，从红色之旅到生态之行……处处皆景，处处怡情，尽显城市魅力。

纳溪区以“五区同创”为抓手，以打造集自然风景观光、文化体验、科教研学、休闲娱乐、康养度假于一体的旅游目的地为目标，积极探索“旅游+”“+旅游”融合发展的纳溪模式。



凤凰湖