

“爱达·魔都号”来了 本土邮轮企业开启新航程

□ 本报首席记者 王 玮

本月4日,我国首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”正式命名交付。这标志着我国成为可同时建造航空母舰、大型液化天然气运输船、大型邮轮的国家,集齐了造船业“三颗明珠”,也意味着我国正持续推进本土邮轮产业链建

非常复杂但要建

“看得见、摸得着”的地方也下足了功夫,包括在邮轮中部的两侧安装了“减摇鳍”,可以减少船舶88%的摇晃;通过预报技术的设计,让舱船的噪音指标低于42分贝等。

明年1月1日,“爱达·魔都号”大型邮轮将带着游客从上海起航,途经苏州(西归浦)、长崎、福冈,完成7天6晚的首航。“别的不说,国产大邮轮的船票必须要囤一张。”今年双十一,在淘宝平台上,出现了“爱达·魔都号”的身影,这让不少国内邮轮旅游爱好者兴奋不已,游客关先生说:“一想到在不久的将来可以乘着我们自己制造的大邮轮,吃着火锅看大海,心里就特别美。”

在“爱达·魔都号”的9个餐厅里,专门有一家具有中国特色的火锅店,当然这只是这艘大型邮轮吸引人的一个点。但从这个点可以看出,将在海上行驶的“爱达·魔都号”有多稳当。国产首艘大型邮轮总设计师陈刚在揭秘“爱达·魔都号”建造过程时提到,在全力保障邮轮建造工程的安全性和可靠性的同时,设计师和建造者在

这一系统工程:“爱达·魔都号”总吨位13.55万吨,长323.6米,宽37.2米,最大高度72.2米;全船搭载107个系统、5.5万个设备,包含2500万个零部件,是国产大飞机C919的5倍、复兴号高铁的13倍,相当于两艘航母。

这么复杂为什么还要建?有业者认为,跟疫情发生前邮轮旅行市场火爆推高了船舶需求有很大关系。当时,对于邮轮等巨型船舶的供需关系极不平衡,研制国产大型邮轮恰逢其时。另外还有一个关键性因素就是,在邮轮经济的高速发展下,提升本土高端邮轮份额迫在眉睫。尽管经历了3年疫情的冲击,但这一计划从未被打乱过。

中国旅游车船协会邮轮游船游艇

设,产业生态体系逐步形成。如今离“爱达·魔都号”破浪远航的日子越来越近了,我国邮轮市场究竟已恢复到什么程度?本土邮轮企业的发展空间有多大?这些话题越来越受业界关注——

分会发布的《2022—2023中国邮轮游船游艇行业发展报告》(以下简称《报告》)透露,目前在华运营的邮轮企业90%以上是外资邮轮企业。当前运营中的本土邮轮品牌并不多,包括蓝梦、爱达邮轮、星展远洋、天津东方、招商维京、渤海等。其中定位高端的只有爱达邮轮与招商维京,其他为经济型或中高端。

现在,爱达邮轮和招商维京旗下均有一艘邮轮在国内母港开启航线,但跟国际邮轮品牌相比,市场占有率依然不高。待“爱达·魔都号”商业化运营后,本土高端邮轮队伍里又将增加一位有实力的选手。此外,爱达邮轮旗下第二艘国产新造大型邮轮,也已在中国船舶集团上海外高桥造船有限公司开工建造,这意味着国产大型邮轮实现批量化、系列化建造指日可待。

键,即全球整体环境的稳定性。

中国社科院旅游研究中心主任宋瑞认为,邮轮产业的发展取决于旅游业复苏的程度,而旅游业的复苏在很大程度上依赖于全球经济增长。如果全球经济存在不确定性或者不确定性加深,就会影响到旅游业的发展格局。对于邮轮产业的未来增长态势,业界是比较乐观的。但各国的邮轮产业面临着一个共性问题就是其高度敏感性。因为邮轮的产业链很长、综合性很强,所以更看重外部环境的稳定性。当然,在市场消费端的挑战也不小,包括如何将尝鲜的消费者变成回头客,如何圈粉更多年轻群体等,这些也在考验着邮轮企业能否以各方面的创新去谋求发展。

也有业者判断,中国邮轮市场的新一轮黄金发展期,还需要经过2—3年的恢复才可能到来,这对正在崛起的本土邮轮企业是一个不小的考验。

长路漫漫亦灿灿

把市场恢复期当作市场机遇期,在境外邮轮没有完全回归之际,进一步增加市场份额,是不少本土邮轮企业管理者当下的想法。但这并不是一件容易的事。

“当前船员招募是我们的重点工作,这需要大量的时间。”“船员太稀缺了,现在把所有船员凑起来还凑不上一条船的。”“邮轮行业中断时间过长,之前许多邮轮公司不得不裁员或减少员工规模,如今必然面临人员短缺问题。”……几位本土邮轮企业的管理者提到的难处,也是业界共识。

《报告》称,在邮轮全产业链背景下,我国邮轮专业人才需求不仅体现在“量”的方面,更对“质”提出了更高要求。邮轮人才需求涵盖全产业链:高层次的本土邮轮船队运营管理人才、邮轮设计建造的研发人才和技术人才、邮轮供应链管理的创新人才、邮轮市场营销人才、邮轮金融投资管理人才、高素质基层人员等,一系列高质量人才需求愈趋强烈。

这个问题如何分阶段解决?前不久,爱达邮轮宣布与多家国际和国内专业船员服务机构达成合作,为旗下包括“爱达·魔都号”在内的船队招募3000名邮轮专业人才。爱达邮轮计划未来3年通过招募更多邮轮专业人才构建本土邮轮运营团队。

为何需要这么多人?“以‘爱达·魔都号’为例,这艘大型邮轮可以搭载5246名乘客,我们计划配备的船员数量约为1300多名,以此来保证高品质的服务水平。这些船员来自世界各地,服务类人员60%来自东南亚,30%来自国内;负责海事的人员大多来自欧洲。为了留住他们,我们打造了一个平等、多样、包容的工作环境,也花了很大力气去做人才培

养,因为这是为客人提供安全的、愉悦的旅行体验的基础。”国佳说。

记者注意到,引进国外优秀邮轮人才、健全自身人才管理体系,是很多本土邮轮企业目前的发力点。当然,想要提升本土邮轮公司的市场竞争力,增强本土邮轮公司的运营管理能力也很重要。

“招商维京旗下的‘招商伊顿号’已经运营满两年了。可以自豪地说,我们坚持做成了一件事情,就是自主运营能力的培养。我们在海陆、机务、船员采购和安全管理方面已经形成了一个完整的自主管理链条。”招商局维京游轮有限公司副总经理张树凯颇有感触地说,“‘招商伊顿号’的前身是‘维京太阳号’,当时有一个经验丰富的国际管理团队。但是我们意识到,如果一直依靠这个团队,我们在自主管理能力培养方面就不容易强起来,于是我们做了一个非常艰难的决定,将管理协议变成了顾问协议,一年后,又将顾问协议变成了咨询协议,加快培养可独当一面的人才队伍。在这个过程中,我们不断将有经验的优秀人才揽入麾下,并持续锻炼他们的团队作战能力,形成和完善我们自有的管理体系。”

近段时间,关于到底是发力单船票还是团队游的讨论也很多。不少本土邮轮企业希望像国际邮轮公司那样兼顾散客市场和团队市场,甚至更偏向于散客市场。但也有业者提出了一个很现实的问题,如果品牌没有知名度,单船票真的能卖出去吗?“但这不是企业不去锻造创新力的借口,否则企业怎能扛得住大浪淘沙。”有业者说,长路漫漫亦灿灿。抓住机遇借势突破,根据游客变化的需求找准品牌定位、设计产品的独特性,是本土邮轮企业当下最应该做的事。

温州洞头:加快推进国际生态旅游岛建设

近年来,浙江省温州市洞头区全面推进“海上花园”战略目标,立足建设国际生态旅游岛发展定位,坚持一张蓝图绘到底,不断推动产业聚变、城市蝶变、幸福跃变,打响“海上花园·百岛洞头”文旅品牌,致力建设国内一流、国际高端的长三角休闲度假型海岛旅游目的地,走出了一条具有洞头特色的海岛振兴、共同富裕之路。

综合赋能 壮大发展实力

洞头坚持规划引领,实施“五大计划”和统筹创建载体。围绕“海上花园”建设总目标,完成国际生态旅游岛规划编制,融合全域旅游产业发展、海岛公园建设、半屏山海洋旅游度假区等多个规划,以规划为引领,明确国际生态旅游岛建设目标和实施路径。初步拟定《洞头国际生态旅游岛建设三年行动计划(2023—2025)》,谋划实施“造月”“繁星”“神笔”“旺客”“引流”五大计划,全面开启国际生态旅游岛建设新篇章,打造“海上花园”建设的高辨识度成果。积极开展品牌创建工作,在国家4A级旅游景区、国家级生态县、国家级海洋公园等金名片的基础上,全面推进省级全域旅游示范区、半屏山海洋省级旅游度假区、省级海岛公园建设,获评全省首批大花园“耀耀明珠”,有效提升洞头旅游发展能级。

项目开发 厚植发展动力

洞头着力招引一批引擎项目、建成一批龙头项目和打造一批景观项目。加大招大引强力度,积极做好与华侨城、那云文旅、环球嘉年华等知名企业对接,重点推进梦幻海湾、相思岙等滨海文旅综合体项目招引。目前,洞头全区在建文旅项目28个,总投资达221.76亿元。今年1月至10月,累计完成投资36.76亿元。着力推进望海楼片区提升和策划,配套人工沙滩、游艇码头等设施,开发环岛骑行、环岛马拉松等项目,打造集海上运动、渔海文创、海洋旅游于一体的休闲运动小镇。入选全省首批旅游业“微改造、精提升”改革试点,实施花园村庄、花园渔港、花园厕所等十大花园细胞工程,“中屿等到你”“七彩洞头村”“半屏海上月堤”等网红打卡点已投用。目前,全区创成省级A级景区城镇5个,56个行政村已打造成“花园村庄”,A级景区村覆盖率超9成。

产业升级 激活发展潜力

洞头着力培育文旅消费品牌,打响体旅融合品牌,擦亮海洋文化品牌。深挖闽瓯文化资源,培育妈祖平安节等旅游节庆品牌,举办海岛音乐节等多主题文旅活动,打造竹屿婚旅岛等主题岛,打造韭菜岙等沙滩夜市和民俗演艺夜游等场景业态,推出乡村旅游等多主题精品旅游线路,实现从景区游向全域游、岛上游向海上游、白天游向晚上游转变。举办“一带一路”共建国家间群众体育交流赛、绿水青山中国休闲运动挑战赛(温州洞头站)等国际国内大型赛事活动,获中国铁三赛事杰出贡献奖等多个奖项。推进浙南水运中心游艇码头建设,计划再投资2.76亿元建设燕子山“管海者”“玩海者”基地,布局冲浪、帆船帆板等多元化滨海旅游体验产品。建成海窖艺术中心等文创基地,建成望海楼非遗展示馆,创成市级非遗体验(传承)基地14家、非遗百家坊(工作站)3家,入选省非遗助力共同富裕试点地区。脚擂鼓被列为省级非遗代表性项目,海陶文创产品获省博物馆文创产品金奖。投用海贝雕艺术博物馆新馆,开发非遗文创及研学产品100多款,接待研学2万多人次,《贝雕:传统工艺连接现代生活》入选全国非遗工坊典型案例,贝雕非遗工坊入选首批省级非遗工坊,贝雕文创产品走向海外。

品质提升 彰显发展魅力

洞头着力完善精细化旅游设施,提升品质化旅游服务,打造国际化旅游交通。推进景区建设标准化,推进游客服务中心、42公里环岛游步道等建设。推进旅游接待设施品质化,拥有金鼎级特色文化主题饭店2家、银鼎级特色文化主题饭店1家、四星级酒店1家、三星级酒店1家。推进传统民宿迭代升级,打造东海石厝和海宿品牌,全区现有民宿616家,民宿集群特色村落13个。开发智慧旅游App,让游客真正实现“一机在手、畅游洞头”。筹备成立文旅联盟和文旅人才之家,打造集人才交流、管理、培育、服务等功能于一体的“一站式”综合服务平台。常态化开展旅游职业教育培训,提升旅游服务质量。健全旅游综合执法体系,建立旅游“红黑榜”评价机制,开通24小时在线投诉渠道。升级国际邮轮港,推动建设邮轮专用泊位,提升对接国内外挂靠航线能力,将状元岙国际邮轮港打造成为浙南闽北赣东区域国际邮轮中心。加快推进211省道洞头头段等交通建设,畅通城乡路网。设立旅游集散中心,开通旅游铛铛车,旅游交通运输能力有效提升。实施“岛游通”三色导流数字化改革,“外快内畅”交通格局基本形成。

要素支撑 凝聚建设合力

洞头着力强化工作机制、政策支持 and 财力保障。通过成立专班,实行实体化运作,统筹推进国际生态旅游岛建设工作。建立攻坚推进机制,实施挂图作战,定期研究、定期督查、定期通报,以确保保质高效完成任务。推出文旅产业融合发展政策,覆盖扶持文旅产业新业态、培育提升文旅品牌、加快市场开发拓展、加强人才队伍建设四大项18个方面政策红利,2022年兑现奖补资金255万元。目前,洞头已经完成新一轮产业政策修订,进一步强化政策激励作用。围绕抓投资、抓消费、抓纾困、优服务,实施租金减免、贷款贴息、税费减免、规模奖励等一系列有针对性的专项帮扶措施,精准护航文旅产业发展。加大财政资金投入力度,落实2023年国际生态旅游岛建设专项经费1763.44万元,资金投入保障有力。

