

进入暑期,广东邮轮旅游市场迎来久违的热闹。6月25日,广州南沙国际邮轮母港时隔4年多正式开港开航,“蓝梦之歌号”邮轮从这里出发开启越南之旅;而在另一个邮轮母港——深圳招商蛇口邮轮母港,6月29日,MSC地中海邮轮旗下“MSC荣耀号”开启暑假航季运营,这是2020年以来深圳复航的首艘国际邮轮,也是深圳招商蛇口邮轮母港开港以来接待的最大邮轮。母港开港,邮轮复航,这一连串的好消息,好似“甘露普降”,让邮轮行业各环节服务商对市场繁荣增强了信心——



“MSC荣耀号”停靠深圳招商蛇口邮轮母港 母港 供图

广东邮轮旅游市场“全体总动员”

□ 陈熠瑶

邮轮母港:服务主打便利

“已经很久没有看到母港这么热闹了,这种感觉真好。”一位深圳招商蛇口邮轮母港的工作人员由衷地感慨。6月29日下午,约4000名游客陆续到达母港,从这里开启海上航行,出发大厅内人声鼎沸,一幅忙碌的景象。事实上,这几年深圳招商蛇口邮轮母港一直不缺“人气”,除了经营邮轮业务,还有高速客轮运输、海上观光等业务,母港一直保持着正常运营状态,并逐渐提升港口综合运营能力和服务能力。

“MSC荣耀号”是疫情发生后第一艘以深圳为母港运营的大型国际邮轮,深圳招商蛇口邮轮母港为保障“MSC荣耀号”顺畅首航做了大量工作,比如积极协同口岸查验单位提前筹划,周密部署,做好游客动线规划,

设置专属船员通道,临时增设移动查验设备,提升游客和船员的通关效率,同时首次试行邮轮直供物资供船方式,提升物资供应效率等。

与之相比,南沙国际邮轮母港的重新开启更加不易。南沙国际邮轮母港2019年11月正式开港,开港后没多久就面临邮轮业务因疫情“停摆”的局面。因此,南沙此次特别重视母港的重新开启,可谓是“全体总动员”。

“太方便了,作为南沙人,在家门口就能通关登上邮轮,我期待了很久。”南沙国际邮轮母港开航日首位通关的游客梁巨峰兴奋地说。登轮顺畅是梁巨峰的第一感受,抵达南沙国际邮轮母港后,他很快通过流程拿到房卡,然后通关,3分钟后就已经到达廊桥准备登轮。在近5年的停航期,南沙国际邮

轮母港并没有停下脚步,反而加快了智慧港口建设,用数字化将港口服务包装起来,最大程度提高效率。

为保障旅客高效便捷通关,南沙海关持续优化通关流程,鼓励旅客通过海关电子申报渠道,提前申报进出境行李物品,同时加大智能化监管设备应用,提升口岸监管效能,缩短旅客通关时间。南沙边检站采取了多项措施,包括推行大型邮轮境外随船查验模式,优化旅客边检手续办理以及简化船员边检手续办理等,确保邮轮“靠港即下、好来快走”,提高通关效率。在保障邮轮安全进出港方面,他们依托先进的船舶交通管理系统和闭路电视监控系统,优化交通组织服务,优先安排邮轮进出港,并通过海巡船舶、无人机等手段加强对邮轮

航经水域的安全监管,确保邮轮进出港口航行安全。

作为南沙国际邮轮母港运营方之一,广州港集团有限公司对南沙国际邮轮母港充满期待。该公司副总经理陈建年说:“未来,我们将立足打造集邮轮综合服务、休闲度假、消费购物、文展会展于一体的邮轮商圈,充分做好水岸联动、港城联动,结合港口城市的历史文化底蕴,开发更多具有当地特色和高附加值的旅游目的地产品,吸引更多国内外游客,拉动当地经济的发展。”

无论是广州还是深圳的邮轮母港,都做好了充分准备,期待更多邮轮企业设计从广州、深圳出发或经停的航线,期盼有更多的游客,可以从家门口出发,搭乘邮轮看世界。

运营机构:看好华南市场

随着中国邮轮市场的日渐恢复,各地邮轮母港拿出了十足的诚意邀请邮轮企业规划排期。南沙区政府主要分管领导亲自带队赴上海走访重点客户,与星梦上海蓝梦国际邮轮股份有限公司合作,确定了其旗下“蓝梦之歌号”邮轮参加南沙国际邮轮母港开港开航暨南沙首航活动。

在星梦上海蓝梦国际邮轮股份有限公司总经理徐颖看来,南沙是邮轮企业非常重要的战略市场,未来公司希望依托南沙港口在中国南方开辟一个门户,打开以此为母港出港,去往东盟国家的中长航线,并实现蓝梦国际

邮轮在南沙的常态化运营。

近期,南沙国际邮轮母港与爱达邮轮、蓝梦邮轮、华夏邮轮、名胜邮轮等公司加强了沟通,利用广州邮轮客源、区位、硬件等方面的优势,加大市场营销力度,吸引邮轮公司以广州南沙为母港常态化运营。

广州市商务局副局长吴伟华介绍,借助国家全面实施外国旅游团乘邮轮入境免签政策的利好,广州积极争取邮轮环球航线加挂南沙母港,吸引更多外国游客到访广州。“我们还将进一步探索提升海洋产品的质量和创新海洋旅游业的业态,完善码头基础设施,研究‘邮轮+邮轮产品’,加强邮轮同珠江游、市区景点的连接,开发层次丰富、特色鲜明的邮轮旅游产品体系。”

MSC地中海邮轮旗下亚洲旗舰“MSC荣耀号”回归深圳,也让华南市场为之振奋。MSC地中海邮轮与深圳招商蛇口邮轮母港的缘分匪浅,早在2019年,“MSC辉煌号”就曾经到深圳,为游客带来4个精彩限量航次。

5年之后,“MSC荣耀号”又回到深圳,带来从深圳母港出发的共计8个暑期航次,包括2晚的周末香港航线和4—5晚的日本冲绳航线。MSC地中海邮轮还宣布将于今年12月起把“MSC

辉煌号”再次部署至深圳母港。

MSC地中海邮轮中国区总裁黄瑞玲说:“MSC地中海邮轮一直看好粤港澳大湾区的市场潜力。此次选择在深圳母港进行双船部署,不仅体现了我们对于大湾区市场和消费者的重视,更彰显了我们将继续深化在这一区域布局的决心。”

但黄瑞玲也坦言,目前,华南邮轮旅游市场仍在恢复阶段,这一区域的邮轮文化普及还处于起步阶段,邮轮专业人才培养、渠道建设恢复等是目前市场亟待解决的问题。“期望华南地区能够早日出台更加行之有效的措施,刺激市场尽快恢复。”

旅行社方:不断撬动需求

7月1日,超过300名游客在广州东方宾馆旅游集散点集结,乘车前往深圳招商蛇口邮轮母港,他们搭乘邮轮开启暑期海上之旅。这是一周以来,广州广之旅国际旅行社第二次组织邮轮团。

游客王女士说:“早就想体验一下

海上移动的旅游目的地,这次行程中还包括日本冲绳岸上游,这也是我想要参观的地方,一次旅程就满足了我对旅行的多种需求。”

广东旅行社一直看好邮轮旅游市场。广之旅董事长、总裁赵文志认为,“蓝梦之歌号”在南沙国际邮轮母

港的开航,是对母港各项设施以及运营能力的一次测试,更唤醒华南地区游客对邮轮旅游这种出行方式的关注。

目前“MSC荣耀号”邮轮产品的市场反响相当不错,仅广之旅一家旅行社就已售出超千人次的船票,且销售



“蓝梦之歌号”邮轮停靠南沙国际邮轮母港 中交集团 供图

“爱达·魔都号”暑期航线文化味足

□ 本报记者 杨雪寒

“这是我第一次坐邮轮出行,感觉特别美好。”来自江苏南京的陈娟今年64岁,已经退休的她最近爱上了旅游,尤其喜欢用手机记录各地美景,“在邮轮上看日出,随手一拍就能发朋友圈,已经有很多好友给我点赞了。”陈阿姨向记者展示着不久前乘坐“爱达·魔都号”时拍的风景照,“用你们年轻人的话来说就是很‘出片’。”

“爱达·魔都号”自1月1日首航以来,已经运营40多个航次,接待国内外宾客超18万人次。

今年以来,中国邮轮旅游市场捷报频传。在业内看来,2024年是中国邮轮旅游市场复苏之年。“爱达·魔都号”乘风破浪,不断推动中国成为邮轮旅游产业发展的潜力市场。来自瑞典的船长潘尼克说:“每个航次的游客人数都超过4000人,让我这样的老船长感到十分惊讶。”

中船邮轮科技发展有限公司、爱达邮轮有限公司董事长杨国兵介绍,爱达邮轮致力于打造全球邮轮行业的“中国范式”,让世界邮轮产业出现了新格局。“既然叫‘爱达·魔都号’,自然少不了摩登、魔幻、魔力等元素。我们通过‘一船好戏’,多维度打造独具特色的高端邮轮度假体验。”

今年夏季,爱达邮轮推出了品牌月活动,旗下“爱达·魔都号”与“地中海号”两艘邮轮同步推出专为中国家庭设计的全新夏季文化主题系列活动,为宾客提供一个融合教育与娱乐的海上文化之旅。爱达邮轮市场营销和电商运营高级总监贾璆透露:“暑期,‘爱达·魔都号’与‘地中海号’推出夏季文化主题系列活动,基于‘邮轮+文化’进行全新升级,为亲子旅客打造寓教于乐的海上文化之旅。”

记者了解到,夏季文化主题系列活动分为传统文化及海洋文化。传

统文化包括推出以《山海经》为背景的互动情景舞台剧《爱达山海经·奇幻之旅》,向“带娃”家庭推广中国传统文化;携手敦煌研究院,将敦煌艺术展搬到海上,配合全新升级的线上讲解,展现敦煌美学的深厚底蕴。海洋文化则聚焦海上趣味活动,包括推出“海上航家讲坛”,汇聚专家、航海人、名人作家,讲述航海故事,展现海洋文化,以及策划举办“小小航海家”活动,萌娃还可以在邮轮上沉浸式体验模拟驾驶活动等。

除了丰富多彩的海上活动,爱达邮轮还在岸上观光方面做了功夫。贾璆介绍,为了迎接小旅客们,“爱达·魔都号”和“地中海号”推出101条岸上观光路线,旨在打造集多样性、互动性、便捷性于一体的全新岸上观光体验。“我们专为中国家庭量身设计了兼具趣味性和学习性的亲子主题岸上观光线路。小旅客们可在日本熊本海中水族馆与海豚亲密接触、在福冈面包超人博物馆置身童话世界、在博多参与特色寿司课程、在长崎恐龙博物馆学习太古历史、在佐世保玩转亚洲最大休闲度假的主题乐园豪斯登堡,在韩国济州世界汽车钢琴博物馆了解世界名车……体验难忘的暑期亲子时光。”

如今,随着国际邮轮频频回归,爱达邮轮如何保持自身竞争力也成为业界关注的焦点。对此,爱达邮轮表示十分欢迎国际邮轮品牌重返中国市场,他们的加入有助于增加邮轮旅游的市场渗透率,有助于中国邮轮旅游市场的进一步发展。未来,爱达邮轮还将继续深耕中国市场,结合在过去运营中积累的经验以及对消费者的洞察,在运营的各方面持续进行优化,力求为游客打造具有特色的海上文化之旅。

国际邮轮布局华北市场——

更重视游客体验

□ 本报首席记者 王玮

火热的暑期市场才开启,部分邮轮企业已经开始布局明年市场,天津母港所在的华北市场成为部分企业关注重点。

前不久,国际邮轮企业MSC地中海邮轮宣布,旗下“MSC辉煌号”将于2025年3月13日回归天津母港,开启春季踏青航线。事实上,看好这一市场的部分国内邮轮企业已“入驻”天津母港。2023年9月,在天津母港重启后,东方邮轮“梦想号”、爱达邮轮“地中海号”等邮轮就相继开启出境航线。

天津母港辐射的是华北邮轮旅游市场。MSC地中海邮轮中国区总裁黄瑞玲告诉记者,华北邮轮旅游市场最主要的客群是京津冀地区的游客,他们具有较高的邮轮旅游消费力。在她看来,这一市场非常值得期待。“预计‘MSC辉煌号’回归后,北京客群的占比会有一定程度的提升,天津、河北两地客源占比也会比较高,另外,还会吸引山西、山东甚至东北地区的游客。”

业界对华北市场的信心也来自于上半年我国邮轮旅游市场的加速恢复。相关数据显示,今年上半年,共有23艘邮轮运营206个航次,全国邮轮旅客运输量近50万人次,恢复至2019年同期的一半以上,其中今年二季度较一季度环比增长接近60%。

不过,由于天津母港相比上海、深圳等地冬季气温较低,市场存在明显淡季旺季。记者注意到,目前计划布局天津母港的国际邮轮多选择在春夏季。

为了在热门时间段获得更多客人,各邮轮公司争相推出优质产品。比如,时隔5年,再度回归天津母港的“MSC辉煌号”将运营16个6天5晚和5天4晚的春季踏青航次,带领游客前往福冈、佐世保、下关、釜山、济州岛等旅游目的地。这艘邮轮最大载客量为4363人,总登记吨位达13.8万吨,总长度333.3米,共配备1637间客房。

黄瑞玲介绍,“MSC辉煌号”的目标就是为客人带来硬件更好、吃得更好、玩得更好、服务更好的高品质邮轮体验,让华北的客人“在家门口”便能开启海上悠闲假期。

如今,游客更了解邮轮旅游了。今年,在国产大型邮轮“爱达·魔都号”启航,MSC地中海邮轮“MSC荣耀号”、皇家加勒比“海洋光谱号”等国际

邮轮相继回归的带动下,国内游客对邮轮旅游接受度越来越高,需求也更加细化。

“目前来看,国内游客对于邮轮的船型、吨位、新旧程度、停靠口岸、游玩天数等方面考虑比较全面。”众信旅游集团媒介公关经理李梦然观察到,游客对邮轮旅行方式逐渐熟悉,在细节方面要求更多了,也更加偏爱“新、大、全”的船,青睐知名高的品牌。此外,产品内容新颖、性价比高也是吸引他们的关键点。

从携程方面的数据可以看出,今年,暑期客人更加喜欢岸上游项目,不再满足逛大众景点,部分用户喜欢“小包车”的岸上游项目,一家人可以单独定制行程。

也有业者注意到,消费者对高品质度假体验的需求逐步提升。暑期,邮轮上的套房、阳台房等高端房型的预订量有明显上涨。

国际邮轮公司也在观察中国消费者消费习惯的变化。有国际邮轮企业相关负责人告诉记者,疫情发生前从中国母港出发的国际邮轮的航线产品大多为4晚或5晚,但从他们的最新预订数据来看,如今在短航线预订走热的同时,长航线更受青睐,长航线的销量几乎达到了短航线的4—5倍。因此,在接下来布局市场时,他们也会借鉴当前的消费变化及趋势来进行考量。“每个区域市场的消费者有自己的偏好,所以我们会根据航线运营之后的情况,做具体的观察和部署。”

黄瑞玲观察到,2019年前,中国游客更偏向通过官方渠道、旅行社及在线旅游平台渠道预订邮轮产品。如今,中国游客购买邮轮产品的渠道比以往更加丰富。尤其是一些线上平台的促销直播成为不少消费者了解和购买邮轮产品的主要方式。预订周期方面,当前游客预订邮轮产品的周期愈发提前。未来在布局华北市场时,MSC地中海邮轮的产品销售渠道会更加丰富,并推出相应的通兑券,顺应消费者的新需求。

有业者判断,随着国际邮轮的回归和本土邮轮不断增多,华北市场的邮轮旅游产品将更加丰富,区域邮轮经济也将继续升温。同时,想让市场保持良好发展势头,就得先让游客有更好的体验,这就需要各方在接待能力、配套服务等方面不断努力。

本报常年法律顾问:
北京市岳成律师事务所
网址: www.yuecheng.com
电话: 010-84417799
微信: beijingyuecheng
地址: 北京市东三环北路丙2号天元港中心A座7层