

探究邮轮入境游的引客密码

□ 本报采访组

这段时间,访问港邮轮纷纷“奔赴”中国市场。仅4月份,天津国际邮轮母港就在一周时间内迎来了3艘满载境外游客的国际邮轮。搭载了2500余人的“迈希夫五号”邮轮抵达上海吴淞口国际邮轮港的第二天,“银影号”邮轮便靠泊在了上海港国际客运中心……一拨拨来自世界各地的境外游客下船通关,我国入境游市场也进入复苏的加速期。什么样的特色产品才能让这些游客爱上中国?如何实现船岸联动?入境便利性怎么体现?在不少业者看来,邮轮入境游市场的走旺像是一场接力跑,国际邮轮公司、港口、旅行社“一棒接一棒”,发挥着不同的作用。

靠泊:港口服务的大事小情

什么样的港口是国际邮轮航线设计中优先选择的?“除了满足邮轮运营的软硬件条件外,所在城市还需要有特色的旅游资源,但胜出的关键往往在于港口是否有足够丰富的接待经验。”有业者回答道。邮轮在航行中会遇到与天气、航道和自身相关的特殊情况,这时候邮轮港口的专业性就起到了关键作用,这是国际邮轮公司看重的。

这些工作要往前赶

迎接一艘满载境外游客的国际邮轮靠泊,港口的工作是从踏上“登船桥”那一刻开始的吗?当然不是。“丝滑”入港的背后,很多工作赶在了邮轮到港前。

海上天气多变是邮轮靠泊前的一个挑战。大雾、台风都可能影响邮轮顺利进入通往港口的航道。甚至会出现由于天气原因航道关闭数小时的情况。各访问港邮轮的靠泊时间有长有短,有的只停留几个小时,如果长时间无法靠泊,就只能选择“跳港”,这对于船上游客来说是特别遗憾的事情。

“让邮轮准点到港很重要。”上海吴淞口国际邮轮港发展有限公司党委副书记、港口运营总监徐红告诉记者,“春季经常会出现大雾天气。在国际邮轮靠泊的前几天我们就开始跟气象和海事部门保持紧密沟通,随时将这边海域最新天气情况告知船方,让他们在航行中,把握最佳时机进入长江口。”这位资深的港口从业者坦言,每到这个关键点,她的心都提到了嗓子眼。

“我们会尽最大努力不让‘特殊情况’出现。”青岛国际邮轮港区服务管理局综合部副部长、邮轮文旅部负责人郝东陈告诉记者,一旦遇到恶劣天气,相关部门会启动专项协调机制,相互协作,提前清理航道,做好包括引航在内的多方面保障工作,确保邮轮顺利入港。

“随船联检”是港口边检部门的术语。一艘邮轮的承载量少则几百人,多则数千人。如何让这么大规模的境外游客顺利通关?只是把港口海关查验通道开足是不够的。为此,多数时候边检工作人员会在上一港便登上邮轮,在船上把游客入境的相关查验工作提前做好。

天津边检总站东疆边检站执勤二队队长刘阳举例道,为保障4月初到港的“海洋旋律号”邮轮通关顺畅,东疆边检站将查验窗口前移,提前派工作人员在上一港——韩国釜山,利用邮轮在途航行时间,使用海上验证的方式,办妥入境手续,为游客节省通关时间约5小时。

“这样游客就可以快速通关,第一时间上岸开始中国之旅。”刘阳道出了港口很多工作人员所想。

让游客爱上这座城

当访问港邮轮缓缓靠岸,港口的值班水手调整缆绳,使船平稳停泊,工作人员将接驳游客上下船的“登船桥”搭好,港口繁忙的一天开始了。各部门工作人员拿着港口调度指挥中心派发的任务单,一部分忙着进行安全检查、船供补给、垃圾清运等,另一部分则开始接待入港的境外游客,包括帮助游客尽快到达旅行社大巴车的上车点,调度出租车和往返地铁站的接驳巴士等。而指引和翻译是客运服务人员最艰巨的任务。

这个时候常能看到,选择自由行的境外游客拿着一张写满中文的小纸条,递给出租车司机,哪怕语言不通,也能顺利到达目的地。一位从“迈希夫五号”邮轮下船的奥地利游客在接受媒体采访时说:“港口的服务非常专业,我没来过上海,他们提前帮我做好攻略了,一会儿去外滩看看。”

徐红观察到,境外游客咨询的问题非常细致,有时客运服务人员也需要查

阅资料才能给出答案。而这并不是最困难的,语言交流才是最大的挑战,尤其是需要提供一些小语种沟通服务时,工作人员甚至需要借助翻译工具才能完成,然后再把游客需求用中文写在小纸条上,以便游客岸上游览过程中遇到沟通不畅问题时,可以顺利获得帮助。

在上海港国际客运中心有一个“同心圆”党支部服务团队,这个团队由客货运营业务部、安全监管部、码头运行管理中心、上港船服4个港口现场作业相关部门及投资企业组成。上海港国际客运中心开发有限公司党委书记、总经理徐珏慧介绍,在邮轮靠泊过程中,“同心圆”党支部的党员同志会对作业中的各个环节进行仔细推敲,配置24小时昼夜计划,让港口作业的整体流程更加顺畅。

2月29日清晨,一阵响亮的汽笛声划破海面上仍未消散的薄雾,青岛国际邮轮母港迎来了山东口岸今年首艘访问港邮轮——马耳他籍邮轮“欧罗巴号”。“Hallo!”(德语“你好”)邮轮上的游客绝大多数为德国籍,在通过港口旅检大厅时纷纷热情地与工作人员打招呼。让这些游客感到惊喜的是,在邮轮母港大厅可以看到他们认为“很中国”的非遗展示,还尝到了最有中国味儿的饺子和汤圆,以及他们慕名已久的青岛啤酒。

对于乘坐邮轮来访的境外游客,港口就是他们了解这座城市的第一站。采访中,记者注意到,向境外游客展示中国传统文化是所有港口都在做的事,他们希望游客爱上这座城。

提升综合服务能级

“接下来,我们想让邮轮到港的欢迎礼更有仪式感。”徐红之所以有这样的感触,是因为前不久“迈希夫五号”邮轮靠泊上海吴淞口国际邮轮港时,他们在码头上举办了舞龙舞狮欢迎仪式。当时,几乎所有客人走到阳台,为这场表演喝彩。在他们热烈的掌声中,表演返场了数次。下船后,不少客人还特意跑来和演员合影。徐红说:“看到境外游客这么喜欢中国的传统艺术,我们很感动,想把这部分的内容做得更丰富一些。”

在谈到如何吸引更多访问港邮轮停靠时,几位负责人都提到了一点:借助周边度假区的功能提升港口的综合服务能级。

“港口不仅服务游客,还服务邮轮上的船员。如何让他们在有限的时间内感受中国城市魅力?”徐红提到了将服务延伸至港口所在的度假区,让游客和船员不用去太远的地方也可以休闲观光。当港口周边的餐厅、公园以及其他娱乐场所、购物中心的配备更加齐全以后,港口可以延伸的服务内容也会更多。

“我们一直在策划‘邮轮+城市主题游’产品,希望吸引更多入境游客。现在与港口紧邻的大鲍岛文化旅游休闲街区已成为国家级旅游休闲街区,港口本身的配套设施也在不断完善,集装箱部落项目已落地,海鲜大集即将投入运营,这为港口增加了吸引力。”郝东陈说,“希望未来访问港邮轮到达青岛后可以在这里过夜,让境外游客有更多时间感受‘好客山东’。”

提升吸引力的另一个方向就是加强多方合作。徐珏慧告诉记者,上海港国际客运中心正在积极加强与船方代理、地接旅行社的联系,向入境游客推广包含国内各中心景区在内的休闲娱乐景点、配套商业服务以及特色旅游产品,推动入境游客的体验升级。同时,加大与国际邮轮公司和旅行社联合开发入境旅游线路的力度,以此提高访问港邮轮数量和换乘比例,吸引更多境外游客来华旅游消费。



4月6日,在上海吴淞口国际邮轮港,入境外国游客准备登上旅游巴士游上海。视觉中国 供图

协作:激发市场的更大活力

“我的孩子是学中文长大的,他们之前在美国犹他州的一所学校里用中文学习自然科学、数学等课程,他们对中国文化很感兴趣,我们很早就想到中国旅游了。”随着皇家加勒比旗下的“海洋旋律号”在天津国际邮轮母港靠岸,美国游客约翰一家四口下船开启岸上游览。在到达大厅,约翰的小儿子手中拿着工作人员送出的福字,聚精会神地欣赏着传统戏剧表演。

去年12月,“海洋旋律号”载着近2000名来自世界各地的游客从美国迈阿密启航,开启了275天的环球之旅。天津国际邮轮母港是其环球航线的第68个访问港。

“我们期盼对中国旅游已经两年多了,看了很多关于中国的报道”“我们是奔着美食来的,也想认识更多中国朋友”……记者采访发现,像约翰一家一样慕名而来的入境游客不在少数,他们对中国之旅充满了期待。

“入境游客往往对中国的文化、历史比较感兴趣,从天津入境的客人大多将北京作为首选目的地,长

城和故宫是他们最想打卡的景点。

不少游客告诉我们,到港后,工作人员的热情接待和充足准备让他们感觉备受重视,以后还想再来。”皇家加勒比全球高级副总裁、亚洲区主席刘涵楠说。

维京游轮中国区董事总经理唐博文也注意到了这一点。“这些入境游客希望深度了解中国。为此,我们设计了‘20日中国奇观之旅’‘20日中国精神之旅’等4条航线,计划9月至11月运营。除了中国的一线城市外,我们还安排了舟山、温州洞头、福州平潭等特色目的地,设计了参与人文讲座、品尝特色美食、到访少数民族家庭等环节,让境外客人充分感受中国的人文精髓。产品推出以来,前来咨询的北美客人很多,预订量持续增长。”唐博文说。

记者在采访中了解到,目前,邮轮企业大多选择天津、上海、香港等一线城市作为停靠港,因为其交通方便,且码头服务水平较高。“这些城市通常有独特的旅游资源,对于境外游客有很强的吸引力。”刘

涵楠说。

对于国际邮轮企业来说,还有什么是在选择目的地时非常看重的?

“一个开放的环境。”刘涵楠认为,想要进一步吸引国际邮轮企业,就要营造良好的营商环境,这可以给国际邮轮品牌提供很强的信心,让其认识到中国市场的潜力所在。而良好环境的建立,需要各方面的通力合作。

“许多高需求的国际航线正在逐步恢复,也期待看到更多针对相关客源市场利好政策的出现。”唐博文说。中国市场巨大的潜力引来了国际邮轮企业的持续关注,不断助力入境旅游的发展。

刘涵楠透露,2025年至2026年,皇家加勒比将持续加大对中国市场的投入。“我们对中国经济的韧性充满信心。”

“接下来,我们会整合利用各目的地的旅游资源,激发当地旅游经济发展的更大活力,进一步促进中国邮轮产业的发展。”唐博文说。

延伸:岸上产品的专业考量

旅行社服务在入境邮轮产业链中扮演着什么样的角色?

“入境邮轮市场自成体系,整个产业链参与者众多。从供给角度来说就包括了航线设计团队、物资供给团队、港口服务团队,旅行社则属于其中的地面游览接待团队,负责为入境邮轮的客人提供岸上游览产品和服务。”中旅旅行所属国旅总社入境部总经理孙鹏介绍。

锦江旅游副总裁王铮告诉记者,访问港邮轮既有环球航线,也有短途航线。“在游客看来,岸上游览是邮轮旅游必不可少的项目,在此基础上,游客对相关产品的需求也越来越多元。”

一艘邮轮上多则几千名,少则几百名游客,如何在他们面前展现中国魅力?采访中,记者发现,旅行社业者正针对提升产品丰富度和服务顺畅度持续开展探索。

4月6日上午,搭载了2500余名境外游客的“迈希夫五号”抵达上海吴淞口国际邮轮港,中旅旅行负责该团全程岸上游览接待服务。在为期2天的上海城市观光体验中,中旅途易和中旅旅行共接到岸上游览服务预订4000人次,高订购率的获得,是旅行社团队专业态度和专业服务的体现。

“在这个航线的服务中,我们一共开发了16款各具特色的产品,不

仅涵盖了上海半日、一日及夜游产品,还针对不同游客的喜好设计了不同的游览线路。对于首次抵沪、希望打卡上海地标景点的游客,设计了上海印象、上海经典、上海大巡游等线路;对于喜欢观看演出的游客,安排了时空之旅杂技表演,让他们沉浸式感受中国传统民间艺术的独特魅力。”孙鹏介绍,“以导游为例,此次我们经过几轮考核,从全国各地招募了60位德语导游,同时配备了熟悉上海情况的本地英文导游,双重准备保障讲解服务。此外,我们还在线路涉及的每个景区配备了两位负责接待和引导的工作人员。”

孙鹏告诉记者,服务于此次邮轮的项目组从去年10月就开始进行前期准备工作,实地踩线,开发产品。随着后期工作的逐步加大,包括各类预订服务,与港口、车辆服务商、景区等的衔接,项目团队也从最初的五六个人扩充到了最后的30多人。

3月19日,中青旅国际旅游有限公司也接待了1000多位邮轮入境游客。“这批游客是跟随着德国凤凰旅行社旗下最大的海洋邮轮‘阿塔尼亚号’到达上海的。”中青旅国际旅游有限公司国际二部部门经理吴轲告诉记者,“该航次邮轮中老年游客偏多,如何让他们更顺畅地游览成为最重要的事情。比如北京游览线

路,涉及350位游客的交通、住宿、游览,从港口接驳到高铁站上车,再到酒店入住、途中用餐、景区游览,我们做了详细的预案,来保障大客流量情况下游客的体验度。”

在王铮看来,入境邮轮的岸上游览服务是一个专业领域,非常考验旅行社有限时间内的资源统筹和调度能力。此外,还有专业领域的对接,包括与港口、邮轮方的协调等。王铮认为,顺畅高效的岸上服务背后一定是专业团队的支撑,他们也在精进业务,丝毫不敢懈怠,希望能够向更多的游客和邮轮企业展现专业度。

谈到未来对于入境邮轮市场的预期时,业者态度积极,并表示将继续尝试扩大业务量,在产品和服务上做更多的创新和探索。

“未来的入境邮轮接待会出现两个明显的变化,一是随着入境邮轮业务的发展,有能力接待访问港邮轮的企业将会越来越多,且呈现出较为分散的状态,不会再集中在几家企业手中;二是随着中国人入境便利度的进一步落地,下船进行岸上游览的游客会越来越多,需求也会更加多样。”王铮说,这就更需要旅行社等相关企业在专业上下功夫,更好地满足邮轮入境游客对中国深度探索的期待。

邮轮旅游在海外,尤其是欧美国家普及程度较高,通过邮轮进入中国旅游,是国际观光休闲游客熟悉且易于接受的途径之一,市场潜力巨大。

“随着我国免签‘朋友圈’的有序扩容,邮轮入境游将迎来前所未有的市场机遇,预计今年我国邮轮入境游客接待量将实现突破性增长。同时,国际邮轮市场的消费群体也更加多样,消费观念不断升级,出现了定制化、个性化、差异化的旅游偏好转向,这些转变也对邮轮企业、旅行社、港口的服务、接待单元和相关从业者提出了更高要求。”南开大学旅游与服务学院副教授于海波说。

如何吸引更多境外邮轮游客并让他们愿意下船入境旅游,甚至成为“回头客”?多位专家指出以文化为核心,突出特色,挖掘深度,打造具有吸引力的“邮轮+”产品。

上海工程技术大学管理学院副院长叶欣梁认为,独特性是关键词。“中国的历史文化和自然景观丰富多彩,邮轮企业可以围绕这些独特资源进行设计。比如,开发围绕海上丝绸之路的航线,沿途停靠具有历史文化意义的港口,让游客在航行中体验海上贸易的辉煌。深度性也很重要。邮轮旅游不仅仅是航行和观光,还应该包括深入的文化体验。邮轮企业可以与地方文化机构合作,为游客提供与文化传承人互动的机会,如学习剪纸、书法等传统技艺,让入境游客亲身参与,更直观地感受中华文化。”

北京第二外国语学院旅游科学学院院长、教授吕宁建议将主题化产品设计与文化融合,邮轮企业可以通过构建主题化邮轮产品,如“邮轮+美食文化”“邮轮+非遗体验”等,来吸引境外游客。“提供地方美食和深度非遗体验,是让消费者更好地了解和体验中华文化的重要途径。此外,还可以在邮轮上设计中西文化相碰撞的沉浸式体验空间,让境外游客在航行中进行文化的交流互鉴,从而增强他们的认同感。”

从目前访问港邮轮来看,多为国际邮轮巨头旗下的中高端邮轮品牌,船上旅客多为外籍高净值、高消费能力的中老年人。对此,上海国际邮轮经济研究中心理事长、副主任邱玲认为,要从游客特点出发,提供更有针对性的服务和产品。“境外邮轮游客中,中老年客群居多,他们消费需求的多样化和品质化特点更为突出,因此‘高品质、重体验、特色化’的邮轮产品和线路对他们更有吸引力。”邱玲建议,邮轮企业在进行此类产品设计时要注重与目的地岸上地接社等相关机构的沟通合作,设计的产品要适宜岸上观光游览时长、注重岸上交通中便捷的便利性和舒适性、提供个性化旅游服务和线路等。在中国特色文化体验方面,要注重中国各地域特色文化元素、资源的注入,除了打造特色文化体验主题旅游产品和线路外,还可以在进出港欢迎、欢送仪式中融入更多富有中国文化特色的项目。

突出文化特色的产品最能留客

采访组成员:王玮 唐伯依 张宇 杨丽敏 武薇