

“爱达·花城号”产品发布，提前交付进入倒计时——

再造一艘国产大邮轮

本报记者 刘少华

▼4月2日，第二艘国产大型邮轮“爱达·花城号”出坞后，靠泊在中国船舶外高桥造船的码头进行舾装。 万全摄



▼“爱达·花城号”阳台房



▼“爱达·花城号”花影餐厅



▲“爱达·花城号”水上乐园



◀“爱达·花城号”大都会剧院



本文配图除署名外均由受访者提供



▲“爱达·花城号”

链接

爱达邮轮发展历程

- 2018年3月 中船嘉年华有限公司（爱达邮轮有限公司前身）在香港注册成立
- 2018年11月 中船集团与美国嘉年华集团、意大利芬坎蒂尼集团正式签订2+4艘13.5万吨Vista级大型邮轮合同
- 2019年10月 首艘国产大型邮轮正式开工
- 2022年8月 第二艘国产大型邮轮正式开工建造
- 2023年5月 首艘国产大型邮轮船名——“爱达·魔都号”发布
- 2023年6月 中船嘉年华邮轮有限公司正式更名为爱达邮轮有限公司
- 2023年9月 “爱达·地中海号”首秀天津，重启中国北方邮轮市场
- 2023年11月 “爱达·魔都号”举行命名交付仪式
- 2024年1月 “爱达·魔都号”上海首航，开启商业运营
- 2024年4月 第二艘国产大型邮轮转入坞内连续搭载总装阶段
- 2024年10月 第二艘国产大型邮轮船名——“爱达·花城号”发布
- 2025年1月 中国旅游集团旗下华夏国际邮轮有限公司增资爱达邮轮有限公司
- 2025年4月 “爱达·花城号”完成坞内起浮，全面进入内装与系统调试阶段
- 2026年4月 “爱达·花城号”顺利出坞，全面进入码头调试阶段

4月20日，广东广州。爱达邮轮正式发布第二艘国产大型邮轮“爱达·花城号”的产品及首航季航线，宣布船票将于5月20日开售。首航航线从广州出发，前往中国香港和越南顺化，6天5晚。

4天前的4月16日，爱达邮轮与上海外高桥造船有限公司联合宣布，花城号将于今年11月6日提前交付，较原计划提前近两个月。截至目前，这艘全长341米、总吨位14.19万吨的巨轮项目总进度已达96%，内装工程完成87%，调试完成76%，计划5月中旬出海试航。

1个月前的3月20日，上海外高桥造船厂，春风裹挟着咸湿的江海气息掠过船坞，花城号伴随一声长笛缓缓移出坞门，顺利出坞。那个场景，让人想起两年多前的另一个瞬间——2023年11月，首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”在同一个厂区交付，中国由此成为全球第五个有能力建造大型邮轮的国家。

第一艘大邮轮魔都号，实现了从“0”到“1”的突破；这一次的花城号，意味着中国正从“1”向“N”迈进，国产大型邮轮进入批量化建造的新阶段。出坞同日，中国旅游集团与中国船舶集团签署了《大型邮轮新造船项目合作备忘录》，计划再造“2艘实船+1艘选择船”。造船与运营，两大央企携手，一条完整的中国邮轮产业链正加速成型。

演艺方面，花城号还与中国对外文化集团合作创排了《无名狮王》等国风大戏。

“运营端与制造端的良性互动，是新质生产力在邮轮产业的生动实践。”中国旅游集团华夏邮轮总经理黎明表示，这种“运营反哺设计、设计优化产品、产品提升运营”的闭环，在全球邮轮工业中并不多见——通常，邮轮的建造方和运营方是两家独立公司，信息传导链条长、效率低，而中国邮轮范式让制造与运营形成了更紧密、更高效的协同。

花城号的一系列升级，将带来“更秀美、更科技、更中国”的邮轮消费体验。此次公布的首航季航线颇具看点，短、中、长线相结合，兼顾休闲与深度探索。除了5天4晚的香港航次和大湾区特别推出的香港过夜航次，还有9天8晚的“南洋风情线”，覆盖越南芽庄、马来西亚庇能、文莱等目的地。花城号还将首次推出17天16晚的东南亚六国“海丝发现之旅”，带领宾客造访新加坡、马来西亚、文莱、菲律宾、印度尼西亚和越南，开启一场沉浸式的海上丝路文化之旅。

到今年11月交付后，花城号将在广州南沙国际邮轮母港开启国际航线，这意味着，粤港澳大湾区将拥有属于自己的国产大型邮轮母港航线。

从上海到广州，从魔都号到花城号，国产大邮轮正在中国海岸线上徐徐铺开一幅新画卷。

一艘邮轮带动一条产业链

2月8日，爱达邮轮在魔都号上迎来了第一百万名宾客。这个数字意味深长——它不仅是一个运营里程碑，更标志着中国邮轮产

业完成了一次根本性转变：从外资邮轮公司主导的“过路经济”，转向覆盖“设计建造、运营管理、供应链服务”于一体的全产业链生态体系。

在运营端，华夏邮轮统一管着魔都号、地中海号、鼓浪屿号、南海之梦号4艘在营邮轮，已成为亚洲规模最大的邮轮船队，航线覆盖华东、华南、华北等地，实现多母港全年运营。

其中，2026年，魔都号以上海为核心母港，计划运营超过80个航次，聚焦韩国及东南亚热门目的地；8月还将首次部署深圳母港，开启东南亚之旅，为花城号依托广州南沙运营做好市场准备。地中海号连续第三年运营厦门航季，连续第二年运营大连航季，以短、中、长多条特色航线持续拓展东南沿海和东北亚版图。

在供应链层面，国产邮轮的运营直接带动了船供物资采购、港口服务、物流、零售等上下游产业。

华夏邮轮旗下爱达邮轮大力推进本土供应链建设，与国内多家供应商建立长期合作，将“中国制造”和“中国味道”搬上邮轮。在更上游的制造端，花城号的建造正带动船舶设计、高端制造、新型材料、核心设备配套等产业协同升级。外高桥造船按照“一总部、两基地”的产业布局，以“在建一艘，设计一艘，研发一艘”的节奏，稳步推进邮轮总装基地建设。

邮轮经济被誉为“漂浮在海上的黄金产业”，一艘大型邮轮的建造涉及136个系统、2万多个设备，全产业链可带动上千亿元的经济活动。从一艘船到一个产业集群，中国邮轮经济的乘数效应正在显现。

人才的成长同样是产业链的关键一环。3月17日，首位中国籍船长正式就任魔都号。在全球邮轮业，大型邮轮船长长期由欧洲籍船员担任，这不仅是一个岗位，更代

表着邮轮运营最核心的能力。中国籍船长的就任，标志着中国邮轮产业正从建造端向运营端核心岗位纵深突破，逐步构建起从“造船”到“开船”的全链条自主能力。

华夏邮轮通过“师徒带”、国际交流、专业培训等方式，培养了一批具备国际视野又深谙中国文化的邮轮管理人才和船员队伍，从甲板机舱的船员，到船上的餐饮、娱乐服务人员，再到岸基的运营管理团队，国产大邮轮的运营直接创造了大量就业岗位，更为整个中国邮轮产业储备着核心人力资本。

“中国服务”驶向更远的海

2026年初，华夏邮轮旗下爱达邮轮正式启动“2026爱达服务年”。在国际邮轮业以欧美标准为主导的语境下，通过基于对中国消费者深刻理解的服务创新，将“中国服务”打造成一张独特的名片。

爱达邮轮将“中国服务”定义成6个字——“安心、暖心、贴心”。船上中餐占比超过七成，涵盖八大菜系，让游客在海上找到“家的味道”；智能终端、AI语音助手、人脸识别等数字化手段让服务流程更便捷；适老化设计体现了对每一位宾客的关照。

与“中国服务”相辅相成的，是“邮轮+文化”的创新模式，这一模式荣获中央企业品牌引领行动第二批创建成果，为文旅品牌建设和文化出海提供了新范式。

一艘好戏，时时上演。魔都号与敦煌研究院合作推出《念念敦煌》数字壁画展，将丝绸之路的文化元素带到海上；打造“哪吒闹海”“国粹京剧·扬帆出海”等沉浸式文化主题航次；在千人大剧院展播《国宝时刻》纪录片。

2026年春节，爱达推出“海上中国年”，邀请国家级非遗佛山彩灯传承人和木版年画传承人登船，让宾客跟随大师制作迷你彩灯、刷印吉祥年画。3月底，携手长影集团推出首届“海上电影节”，百部经典影片展播、电影金曲联唱、沉浸式互动演出……一场跨越时代的光影盛宴在海上上演。

站在花城号出坞的节点回望，中国大型邮轮产业用短短几年走过了一段令人瞩目的历程——2023年，首艘国产大型邮轮交付；2024年，商业运营首年累计服务近50万宾客；2025年，完成多家邮轮企业整合，组建亚洲最大邮轮船队；2026年，第二艘国产大邮轮出坞，新造船项目签约启动。

前方的航程更加辽阔——根据合作备忘录，中国旅游集团与中国船舶集团目标在2030年底前交付首艘自主设计建造的邮轮实船。

新船将不再是对既有船型的改进，而是从市场需求出发、由中国团队主导完成全流程设计的新一代产品——追求“通透、松弛、治愈且具有现代质感”的海上度假空间，不追求极限载客量，而是让旅途回归从容。

同样值得关注的是，华夏邮轮已开始积极规划海外母港布局，加速中国邮轮企业开拓国际市场的步伐。

从“在家门口坐上国产邮轮”到“让中国邮轮驶向全球”，跨越的不仅是地理距离，更是品牌国际竞争力的质变。邮轮，是工业制造的集大成者，一艘大型邮轮的复杂程度堪比一座移动的海上城市。邮轮，也是文化传播的独特载体，它承载着一个国家的服务理念、文化自信和生活美学，驶向世界的每一个港口。

当这艘以花为名的巨轮驶向南海，它所承载的，不只是5000多名宾客的度假期待，更是中国邮轮产业从“跟跑”到“并跑”、最终“领跑”的雄心与决心。

在航线上打磨出的设计图

作为第二艘国产大邮轮，花城号与魔都号一脉相承，但绝不是简单复制。

船灵感取自“花城”广州，“花卉”作为设计主线贯穿全船。船体造型更为修长优美，中庭爱达广场面积扩大1倍，还创新打造了全天候海上休闲空间“花城广场”。全船内饰融合新艺术风格，400余件花城主题艺术装饰巧妙融合十二月令花卉、海丝沿线国花、文人雅趣等元素，呈现“风华、繁华、芳华”的海上花城。全船拥有2130间豪华客房和套房，满载可容纳5232名宾客，设有28间各具特色的餐厅及酒吧，还有可容纳千人的大剧院、购物中心、艺术长廊、水疗中心、儿童俱乐部等设施。

这些升级并非来自设计师的凭空想象，而是源自魔都号两年多运营实践中积累的真实反馈。

自2024年元旦商业首航以来，魔都号已累计运营近200个航次，服务超70万中外宾客。可以说，每一个航次都是一次“用户调研”：中国家庭旅客对连通房的需求、对中式餐饮的偏爱、对智能化服务的期待……这些从运营端收集到的大量数据和消费者偏好，被系统性地反馈到花城号的设计建造中。

除此之外，花城号还将搭载更先进的智能科技，包括AI无感快速登离船、智能机器人多场景互动、智能客舱一站式服务等，为宾客带来更便捷的度假体验。在餐饮方面，28间餐厅及酒吧汇集亚洲珍馐与环球佳肴，携手米其林星级餐厅主厨及非遗美食大师共创匠心风味，更有体育吧、泳池酒吧等多元场景，呈现“更懂中国胃”的舌尖之旅。在