第二艘国产大型邮轮“爱达·花城号”商业首航

巨轮出海 海上生花

本报记者 赵 珊 徐嘉伟

2013年4月，习近平总书记在三亚国际邮轮港考察时要求加快邮轮港建设，大力发展邮轮产业，并提出“还要建造我们自己的邮轮”。2023年，首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”正式交付，2024年1月开启商业首航。如今，第二艘国产大型邮轮“爱达·花城号”接续启航……

13载攻关 “皇冠明珠”从跟跑迈向并跑

11月22日，广州南沙国际邮轮母港，“爱达·花城号”缓缓驶离码头，正式开启商业首航。甲板之上，游客凭栏眺望，一场海上度假就此启程。

航空母舰、大型邮轮、大型液化天然气运输船，并称造船工业皇冠上的“三颗明珠”，长期以来，仅有少数国家具备完整建造能力。

从“爱达·魔都号”到“爱达·花城号”，历经13载攻关，两艘国产大型邮轮见证了我国高端船舶制造能力的跃升。

先看一组数字：“爱达·花城号”全长341米，高72.2米，宽37.2米，总吨位达14.19万吨，设有2130间客房，满载可容纳5232名宾客；全船零部件多达2500万个，辐射带动约1500家上下游配套供应商；全船电缆长度达4700公里……

“造得出”，也“造得快”。2022年8月到2026年11月，4年多完成建造交付，相比首制船，“爱达·花城号”建造周期缩短8个月，总工时降低约20%。效率提升的背后，是以数智技术重塑邮轮建造全流程范式，推动设计、生产、仓储、质量管控、项目管理全链条迭代升级的经验积累。

与首制船相比，“爱达·花城号”本土化配套率提高5个百分点，实现大宗材料全面国产化配套，阳台、敷料、升降娱乐系统等关键工程包完成国产化替代，产业链自主可控能力持续增强……国产大型邮轮的“国产”二字，正从总装环节向系统、材料、内装延伸。

“造‘魔都号’时是摸着石头过河，造‘花城号’时我们更加胸有成竹。”中船集团外高桥造船副总经理陈剑威表示，这种跃升标志着我国已初步掌握大型邮轮批量化、标准化建造能力。

一艘船，一批船。“花城号”开启商业运营，国产大型邮轮已从“建造得出”迈向“运营得好”。这不仅是产能的提升，更是体系的成熟。

文化“在场” 海上度假更具“中国味”

深厚的中华文化底蕴，是国产邮轮区别于国际邮轮品牌的重要竞争力。“爱达·花城号”将中华优秀传统文化贯穿邮轮体验全链条，依托沉浸式空间营造与丰富多元的度假产品，打造更具“中国味”的海上度假生活。

这一路径在首制船已然跑通。“爱达·魔都号”联动敦煌研究院打造海上敦煌艺术展，携手上海美术电影制片厂推出“哪吒闹海”主题航季，邀约国家京剧院推动国粹登船出海。

在“爱达·花城号”上，400余件花城主题艺术装置将花文化、岭南风情、海丝元素有机串联，“芳华”“繁华”“风华”3条文化线索诠释东方生活美学与文明交流互鉴图景，《无名狮王》《花神秀》等4台原创大秀融合在地文化与潮流文化，以中餐供应为主的各式餐厅涵盖广式火锅、淮扬菜等多元风味……独具东方韵味的度假体验，吸引力十足。

清华大学美术学院游艇及水上环境设计研究所所长、“爱达·花城号”艺术陈设设计总负责人涂山表示，邮轮上的艺术通常只作装饰，“爱达·花城号”却反其道而行：先立“花城”主题，让艺术装置从花城广场顺着楼梯铺展，从大堂的十二月令花，到海丝花卉园林，再到西园雅集中的插花点茶，艺术就这样融入空间。文化的“在场”，让游客获得更丰富的体验。

政策助力 丝路航线铺展文明对话

邮轮解锁海上度假新模式，带给游客松弛自主的休闲选择。《扩大消费“十五五”规划》提出，丰富特色旅游产品，培育邮轮游艇、房车露营、工业旅游、研学旅游等项目。《旅游强国建设“十五五”规划》明确，发展邮轮、游艇旅游，推进邮轮港口和公共游艇码头建设，优化邮轮航线和产品，稳步扩大游艇消费试点。一系列政策措施，推动邮轮度假从新奇体验变为可反复选择的休闲方式，融入百姓美好生活。

市场也在回应这种需求。中国邮轮市场起步于2006年。2017年全国邮轮旅客运输量达到243万人次，2019年为221.4万人次，构成国内邮轮市场早期的发展高点。经历阶段性蛰伏后，2025年全国邮轮旅客规模回升至130.1万人次，同比增长25.7%。

由中国旅游集团牵头组建的华夏国际邮轮于2023年底成立；2025年，完成爱达邮轮、南海邮轮、星旅远洋邮轮三大品牌整合，目前拥有5艘邮轮，船队规模位居亚洲第一。

随着“爱达·花城号”的投入运营，华夏国际邮轮已构建起覆盖华东、华北、大湾区及海南三沙的多母港布局，形成“全域覆盖、差异定位、协同赋能”的发展格局和覆盖多元需求的产品矩阵。

船队壮大的同时，航线也在向海延伸。“爱达·花城号”循着海上丝路，通达越南、菲律宾、马来西亚、新加坡、印度尼西亚、文莱等国家。

文明对话，就此铺展。“爱达·花城号”商业首航从广州启程，前往中国香港、越南顺化。千年前，这条海路运送瓷器与香料；今天，船上承载的是众多游客的度假时光。以花为媒、以航为桥，让文明在旅途间相知相通。“爱达·花城号”成为一张流动的海上文化名片。

国产大型邮轮承载的价值，早已超过一艘船本身。

它是大国重器，以“皇冠明珠”的分量，标注制造高度；它是美好生活，让海上度假走入千家万户；它是交流互鉴，让不同文明在甲板之上相逢相知。

国产大型邮轮的发展实践证明，坚持系统思维，统筹推进技术攻关、消费供给与文明交流，就能把新质生产力所蕴含的创新势能，持续转化为面向大众的高品质文旅供给，为人民的美好生活增色添彩。

巨轮破浪，向海远航。

巨轮“三维”

全长 341m 相当于埃菲尔铁塔横躺在水面上

总高度 72.2m 约等于24层居民楼的高度

宽度 37.2m 约等于10条高速公路车道的宽度

总吨位 14.19万吨 约等于中国第一艘自主运营的邮轮“鼓浪屿”号的2倍

2130间客房 约等于5座350间客房规模的酒店房间数

满载可容纳 5232名宾客 相当于105辆常规大巴的载客人数 ≈105辆

建造背后

与首制船相比

建造周期缩短约 8个月

总工时降低约 20%

本土化配套率提升 5个百分点

全船电缆 4700公里 与广州到乌鲁木齐的铁路里程相近

乌鲁木齐 广州

全船 2500万个 零部件，串联起

1500家 上下游供应商

绿智科技

新增 2套脱硫塔

新增 5套SCR（选择性催化还原）系统

船厂设有光伏辅助供电系统

余热回收为生活用水预加热

全船超3.2万吨 船用钢板中 大量复用再生钢材

垃圾闭环管理

智能减摇鳍系统 堪比“海上平衡大师”

128个 高精度传感器

24小时 实时捕捉海浪动态、船体姿态

0.3秒 完成角度自适应调节

文化韵味

1个 设计灵感：花自海上来，芬芳漫世界

3条 叙事线索 芳华·繁华·风华

“芳华”：以十二月令花与时序光影为核心，表现四季流转与生命之美

“繁华”：以海上丝绸之路沿线国家代表性花卉与花园为母题，呈现文明交流互鉴

“风华”：以文人雅趣、书画茶酒与器物植物的对话为线索，延展东方生活美学

400+件 花城主题艺术品装置

31种 非遗题材艺术创作 敦煌、龙舟、粤剧、灰塑、五丰传说……

20种 工艺与创新媒介 竹编、广彩、龙狮、粤绣、香云纱、钢铜……

4台 原创大秀 《无名狮王》《花神秀》《奇妙图房》《光阴的故事》



◀“爱达·花城号”示意图。

图①：“爱达·花城号”抵达香港启德邮轮码头。
图②：“爱达·花城号”在航行中。
图③：《海上飞花》雕塑。
图④：花城广场。
图⑤：宫廷餐厅。
图⑥：《物我之间》主题壁画。
图⑦：星如俱乐部。
图⑧：艺术画廊。
图⑨：《无名狮王》舞台照。
图⑩：大都会剧院。

本报照片均由爱达邮轮提供

脱硫塔

通过洗涤液喷淋，吸收船舶发动机废气中的硫氧化物（SOx），降低废气污染物排放，提升船舶绿色环保性能。

减摇鳍系统

通过液压驱动鳍板伸缩和角度调整，主动抵消船舶横摇，提升航行平稳性与乘客舒适度。

艏侧推系统

船艏设置3台艏侧推器，提供横向推力，与船艉主推进系统协同工作，实现灵活调头、原地回转与精准靠泊。

扫码“走进”“爱达·花城号”

统 筹：李 舫 张意轩
策 划：尹 婕 赵 珊 徐嘉伟
联 络：沈文敏
学术支持：涂 山
版式设计：王文雯 赵 航 钟金叶
鸣 谢：清华大学美术学院游艇及水上环境设计研究所部分画面元素为艺术化呈现

向海而兴 为民而航

汪 泓

大型邮轮被誉为“海上移动城市”。它汇聚现代工业技术之大成，也承载着千家万户对美好生活的向往。11月22日，第二艘国产大型邮轮“爱达·花城号”开启商业首航。从市场培育、母港建设到国产大型邮轮的建造和接续运营，中国邮轮经济的航迹，映照着中国制造不断进步、消费持续升级、开放日益扩大的时代进程。

从现代化产业体系建设看，邮轮经济是先进制造业与现代服务业深度融合的重要牵引。大型邮轮的设计建造，集中体现一个国家船舶工业的综合能力，带来的不只是单一产品的突破，更是设计研发、总装集成、供应链协同和高标准服务能力的整体跃升。造出船只是第一步，运营好同样考验功力：酒店、餐饮、演艺、医疗、安保和数字管理，都要在海上协同运转。制造与服务由此在一条船上汇合，新技术有了持续检验和改进提升的场景，游客的新期待从运营端传回设计制造端，成为下一轮创新的方向。这种贯通系统集成与产业协同、技术突破与价值创造的能力，正是新质生产力在邮轮领域的具体体现，也为海洋强国、制造强国、交通强国、旅游强国建设提供有力支撑。

从构建新发展格局看，邮轮经济能够把超大规模市场优势转化为扩大内需、促进城市发展的动能。邮轮一头联通国际航线，一头连接国内消费；一头带动港口运行，一头牵引城市文旅。“以新需求引领新供给，以新供给创造新需求”，以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进，在邮轮经济中都有着直观体现。一次邮轮出行，把交通、住宿、餐饮、娱乐和目的地游览串联起来。港口是城市连接世界的门户，邮轮游客的到来给城市带来酒店、商业、演艺和城市旅游的新需求。港口与城市的交通、商业、文旅资源衔接得越顺畅，邮轮客流就越能沉淀为城市发展的增量，国内国际两个市场、两种资源也能在港产城融合中形成更加紧密的连接。

从中国式现代化的价值追求看，邮轮经济发展的最终落点是人民的美好生活。现代化的本质是人的现代化。中央强调“坚持投资于物和投资于人紧密结合”。对邮轮经济而言，船和港要建好，人才与服务也要跟上。工程师、设计师、船员和高技能服务人才在产业成长中提升本领，人民则在更丰富的度假选择和更好的服务中感受美好生活。交通运输部数据显示，2025年，我国邮轮旅客运输量达130.1万人次，同比增长27.8%，60岁以上老年旅客占旅客总人数近1/3，家庭亲子客群快速增长。邮轮把行、住、游、娱组织在一起，让老人出行更加方便，让孩子在旅途中增长见识，让一家人共享一段从容的时光。看海、阅读、交谈、欣赏艺术，这些看似平常的船上生活，恰恰体现着发展的目的：让技术进步拓展人的生活空间，让产业进步丰富人的精神世界。

从高水平对外开放看，邮轮是讲好中国故事、促进文明交流互鉴的流动载体。邮轮跨越山海、联通世界，既是人员往来的纽带，也是文化交流的平台。船上的一道地方菜、一场中国戏、一项非遗体验，都可能成为旅客认识中国的起点；靠港之后，一次城市漫步、一场博物馆参观，又会让这种认识更加具体。不同国家的旅客在同一段航程中相遇，一次交谈、一份理解，便是文化交流最具体的样子。国产大型邮轮接续投入运营，为中华优秀传统文化融入船舶设计、空间营造和航线产品提供了更大舞台，也使中国能够以更坚实的产业能力参与全球合作。自主创新的步伐越坚实，开放合作的舞台就越宽广，中国故事也越能在真实、亲切的旅行体验中自然传开。

一艘邮轮，连接着工厂与港口、中国与世界，也连接着国家发展与百姓生活。面向“十五五”和更长时期，中国邮轮经济的价值不只在船舶和港口、客流和市场，更在服务国家战略、创造美好生活、促进文明交流互鉴。中国制造的实力、中华文化的魅力、邮轮运营的活力在海上交相辉映，共同成就人民生活的美好。中国邮轮经济必将在中国式现代化的壮阔航程中，开辟更加辽阔的发展空间。

（作者系中欧国际工商学院院长、上海国际邮轮经济研究中心主任）