

邮轮旅游回稳攀升 进入发展黄金期

■中国城市报记者 张亚欣

2024年,邮轮市场热闹非凡,这一年,国产首艘大邮轮正式投入商业运营,也是国际邮轮正式回归中国市场的第一年。

2024中国及亚洲邮轮经济景气指数显示,2024年,中国和亚洲邮轮经济景气指数分别为102.13和102.16,在2023年的基础上稳固提升,这也标志着我国邮轮经济从蓄势发力期进入韧性恢复的攀升回稳期。

站在中国邮轮行业即将跨入下一个“黄金十年”的风口,如何让邮轮业释放更多活力?

政策暖风频吹 各大邮轮公司运营超预期

位于上海市宝山区的上海吴淞口国际邮轮港是全国客流最大的国际邮轮港,今年以来,在此登船出海的国际邮轮游客数量占全国70%。

得益于政策利好与全球经济回暖,今年以来,全球邮轮旅游和中国旅游市场快速复苏。今年5月,国家移民管理局全面实施外国旅游团乘坐邮轮入境免签政策,将适用免签入境的邮轮口岸增加至13个;再加上24小时、144小时过境免签政策,船上国际旅客无需办理签证即可上岸观光,极大提升了旅行的便捷性和吸引力。同时,中国有关港口城市也推出一系列措施,促进邮轮旅游持续升温。

多重利好因素叠加下,各大邮轮公司的运营情况也普遍超出预期。“今年是MSC地中海邮轮在中国市场全面重启的一年。”MSC地中海邮轮中国区总裁黄瑞玲在接受中国城市报记者采访时称,MSC地中海邮轮将17.2万吨的“亚洲旗舰”MSC荣耀号先后部署在上海和深圳母港,让华东、华南地区的消费者都有机会在“家门口”就能坐上国际邮轮,并圆满完成25个近乎满载的航次运营,带领10万余名客人在寒暑假出游高峰季体验欧式奢华海上假期。

对于皇家加勒比游轮公司而言,今年也是回归中国市场的关键一年。其相关负责人告诉中国城市报记者,自皇家加勒比旗下“海洋光谱号”4月重返上海母港以来,取得了令人振奋的成绩:截至目前,全年运营48个航次,接待超过22万名游客,总体载客率近120%。这些亮眼数据充分证明了中国邮轮市场的强大复苏能力和消费者对高品质旅行体验的高度认可。

上述负责人进一步透露,在今年“五一”、中秋、“十一”等热门假期,航次早在出发前一

个月就已全部售罄。同时,在“双11”等促销活动中,其2025年的预订量是去年同期的3倍,超过七成的游客已经提前规划了明年的邮轮假期。

与国际邮轮相比,我国国产邮轮的成绩并不逊色。“目前,爱达邮轮旗下运营的两艘大型邮轮——首艘国产大型邮轮爱达·魔都号和“艺术之船”爱达·地中海号总计已服务超过45万国内外游客。”爱达邮轮相关负责人在接受中国城市报记者采访时表示,爱达·魔都号于今年1月1日开启商业首航,已成功运营了80个航次,服务近30万名游客。据其航次评分统计,游客整体满意率在95%以上。

值得注意的是,从12月17日起,国家移民管理局进一步优化过境免签政策,将过境免签外国人在境内停留时间由原来的72小时和144小时均延长至240小时(即10天),并增加了适用口岸,扩大了停留活动区域,南沙边检站已同步在南沙邮轮母港实施这一新政策,为邮轮经济进一步释放新红利、注入新动能。

中国邮轮业重启 消费习惯发生变化

近年来,中国邮轮业发展迅速,已成为全球第二大邮轮市场。《中国邮轮游船游艇行业发展报告》显示,预计全球邮轮游客量将由2024年底的3410余万人次,到2028年有望达到4027万人次。目前,已有3艘国际邮轮与5艘本土邮轮在中国内地12个港口运营,2023年全年运营110个航次,2024年截至10月运行达348航次。

“当前,中国邮轮市场正处于复苏与转型的关键时期。随着国家政策的持续支持,邮轮旅游逐渐回暖,市场信心显著增强。”上海工程技术大学管理学院副院长叶欣梁在接受中国城市报记者采访时表示,国产首艘大型邮轮“爱达·魔都号”的成功商业运营,以及国际邮轮公司的陆续回归,为中国邮轮市场注入了新的活力。

实际上,经过四年的停顿,中国游轮行业迎来重启的同时,游客的消费习惯也悄然发生了变化。“与2019年前相比,越来越多的游客更注重旅行品质,更愿意为体验买单。”皇家加勒比相关负责人称,今年阳台房和海景房的需求远远超过了内舱房,也有更多消费者订购了皇家岸上精品游项目,这意味着消费者从以往的性价比优先逐渐转向体验优先。

“复航以来,我们感受到中国消费者的旅行意愿在不断增

加,但整体度假理念相较之前有了变化,比如‘旅行’正逐渐转变为‘度假’,消费者从传统、单一的旅行观光,过渡到追求更为松弛、休闲的度假方式。”黄瑞玲表示,邮轮既是目的地,也是漂浮的酒店,提供一站式的旅行体验,能极大地满足消费者对于“度假”的期待。

据爱达邮轮相关负责人观察,文旅融合正逐渐渗入邮轮业,也由此成为中国邮轮旅游的消费新趋势,大家对于旅游出行的品质也有了更高的要求,尤其注重文化和精神层面的体验,这也使得文旅融合的休闲旅行备受欢迎。

新起航: 让邮轮业释放更多活力

在中国交通运输协会邮轮游艇分会常务副会长兼秘书长郑炜航看来,经过2024年和2025年两年的恢复、培育,2026年开始中国有望迎来邮轮发展的第二个“黄金十年”。产业链供应链全面构建,而且国际、中资邮轮公司共同发展的格局也将打破此前几家国际邮轮公司独占市场的局面。

因此,如何把握机会,让邮轮业释放更多活力成为业内关注的焦点。

“中国邮轮行业当下的首要任务就是加强技术创新与自主研发。当前,邮轮设计与建造技术仍被少数欧美国家所垄断,我国还需继续加大科研投入,突破关键技术瓶颈,提升邮轮设计与建造水平。”叶欣梁认为,通过自主研发,打造具有中国特色的邮轮品牌,才能提升在国际市场上的竞争力。

同时,他表示,随着消费者需求的日益多样化,中资邮轮企业应不断丰富邮轮产品与服

务,以满足市场的多元化需求,包括开发多样化的航线产品,涵盖国内外热门旅游目的地;提升邮轮服务品质,提供个性化、定制化的服务体验;加强邮轮娱乐设施建设,丰富船上活动项目,提升游客的参与度和满意度,并注重邮轮文化的培育与传播,提升邮轮旅游的文化内涵和吸引力。

爱达邮轮相关负责人对此表示赞同,称作为中国邮轮旗舰品牌,爱达邮轮融汇中西文化精髓,创新性地以“邮轮+文化”的文旅体验,打造“更懂中国人”的邮轮度假产品。据悉,在首艘国产大型邮轮爱达·魔都号上,能够看到歌舞秀《马可·波罗—丝路情缘》、亲子互动舞台剧《爱达山海经·奇幻之旅》,携手敦煌研究院推出的《念念敦煌:数字敦煌走进爱达邮轮》艺术展以及一系列主题航次如民歌主题航次、茶文化主题航次等。

此外,国际邮轮品牌为激发中国邮轮市场的消费潜力也作了积极布局。“对于邮轮公司来说,需要我们不断推出高品质的邮轮产品供给,为消费者带来多元的选择,从而激发中国邮轮市场的消费潜力,驱动

邮轮产业的持续增长。”黄瑞玲介绍,MSC地中海邮轮引入了更多创新元素和跨界合作,比如创新推出了包括相声表演、汉服旅拍、海上乐高大师课、吉尼斯挑战赛、贝亲主题房在内的跨界合作,贯穿2025全年航次,还在寒假、春节期间围绕除夕、农历新年、元宵节、情人节等多个节日打造文化特色主题航次,满足了中国游客对文化体验的多样化需求、增强他们的文化认同感和归属感。

为了进一步激发中国邮轮市场的消费潜力,皇家加勒比方面也正优化宾客体验,包括提升在线预订流程、加速登船效率,确保每一位游客都能从容地享受邮轮假期。“我们相信,通过高质量的产品和与时俱进的服务创新,能够为市场带来持续的增长动力。”皇家加勒比相关负责人透露,他们今年推出了超过100条精品岸上游线路,这些线路结合了经典与创新景点,覆盖了多样化年龄客群的兴趣需求,比如从海上观鲸到直升机之旅,每一项活动都经过精心设计,以便于游客能够享受旅行中的冒险刺激,同时深入体验目的地的文化与风貌。



在首艘国产大型邮轮爱达·魔都号上演出的《爱达山海经·奇幻之旅》亲子互动舞台剧。爱达邮轮供图



皇家加勒比“海洋光谱号”游轮航行在海上。皇家加勒比供图