

邮轮公司和旅游机构纷纷抢滩市场

今年邮轮出游热度不减

加大供给

邮轮公司抢滩国内市场

“今年将有3艘邮轮投入市场，除了被游客熟知的歌诗达维多利亚号、大西洋号，豪华邮轮赛琳娜号将在4月份开启国内市场全年运营。”歌诗达邮轮相关负责人杨经理说，此举将使公司成为首家在国内同时布局三艘豪华邮轮运营母港航线的国际邮轮公司，运力将增加140%。

为了丰富产品市场供应，歌诗达邮轮推出了多条从上海出发赴日本、韩国新旅游目的地航线。此外，3月1日，歌诗达·大西洋号开启了首个中国出发环球邮轮航线。记者了解到，歌诗达邮轮突出“海上意大利”特色，会组织各类主题航次，比如2015年是农历羊年，推出了与喜羊羊相关的主题航次。

皇家加勒比国际邮轮有限公司(简称皇家加勒比)相关负责人在接受媒体采访时表示，预计今年皇家加勒比邮轮整个运营量将同比上升74%。6月份，巨型豪华邮轮“海洋量子号”将引入国内市场，并将以上海为母港，开启全年亚洲航线。同时，皇家加勒比将于2016年在亚洲市场部署皇家量子系列第三艘邮轮“海洋赞礼号”，进一步推动中国邮轮市场的发展。

记者了解到，2014年在中国市场做母港运营的邮轮不到10艘。中国交通协会邮轮游艇分会预计，2015年在中国邮轮母港始发的邮轮将增至12艘。

业内人士分析，邮轮公司纷纷抢滩国内市场，缘于邮轮出游的高速增长。中国交通协会邮轮游艇分会数据显示，2012年以中国游客为主的母港航次出入境41.2万人次，2013年则上升到102.5万人次，2014年为147.92万人次，而2015年预计将达到200万人次。邮轮旅客的渗透率也远远低于发达国家，仍然是一片蓝海。

悄然打“价”

旅行社和OTA争抢邮轮

邮轮市场快速增长的势头受到了旅游企业的青睐。

今年凯撒旅游重点发力邮轮业务，联合了皇家加勒比邮轮、公主邮轮、歌诗达邮轮等多个知名邮轮品牌。“在邮轮资源采购上，为市场提供不同类型的邮轮体验。”凯撒旅游相关负责人告诉记者，2015年邮轮出游时段不再集中于休假时间段，将覆盖春节至年底，这就意味着邮轮产品常态化。在国内母港包船上，凯撒旅游在覆盖天津、上海的基础上，新加入了香港母港出发的包船线路，辐射华北、华东以及华南的邮轮客群。

至于航线上，除了常规的日韩一地及简单连线的邮轮航线，凯撒旅游还推出了多个创新性邮轮产品，例如5月23日出发的全日本航线，10月18日出发的大阪内海航线，11月28日出发的北海道航线。据了解，不论邮轮航次，还是合作品牌，凯撒旅游的邮轮产品比去年都有所增加。

“今年采购的邮轮产品数量比去年有所增加，目前已经覆盖全球。”途牛旅游网邮轮业务相关负责人表示，2014年前三季度邮轮业务同比增长150%。除了国内上海、天津、香港等港口城市出发的日、韩母港邮轮线路以外，还有以飞机+邮轮形式构成的中、长航线邮轮产品。从途牛旅游网的预订情况来看，短线邮轮以日

随着清明小长假的临近，国内邮轮市场开始热了起来。

今年国外各家邮轮公司纷纷加大了投放量，歌诗达邮轮和皇家加勒比分别增加了一艘在国内母港运营的豪华邮轮。业内人士预计，今年国内邮轮母港航次出入境将达到200万人次。旅游机构也在加码邮轮市场，凯撒旅游增加了邮轮航次和合作品牌，途牛旅游网和同程网加大了邮轮的采购量。为了抢客，不少旅游机构通过“造节”促销吸引游客。

业内专家表示，国内邮轮的渗透率较低，未来市场增长空间很大。随着在线旅游企业全线覆盖，邮轮逐步从沿海城市渗透到内地。在日本等国免签政策的刺激下，今年或将迎来邮轮的“爆发季”。

现代快报记者 蔡旺

本、韩国方向最为热门，长线邮轮以地中海、加勒比海、东南亚等区域比较热门。

同程网相关负责人介绍，2015年邮轮采购量比去年增加了两倍，其中邮轮产品覆盖了高中低不同的层次。航线也更加丰富，增加了日本航线、日本韩国两地航线。最受欢迎的产品仍然为日韩航线，济州、釜山、长崎、福冈为主要的目的地。

激烈的市场竞争，使得旅游企业悄然打起了价格战。途牛旅游网邮轮业务相关负责人表示，在3月23日至29日的“3·23途牛旅游节”期间，公司推出了“乘邮轮、放肆游”邮轮专场主题游，活动涵盖日本、韩国、瑞士、奥地利等多款热门邮轮产品，全场7至9折。

同程网力推的旅游节期间，部分邮轮产品约为市场价的6.5折。“公司还推出了邮轮卡，不仅价格优惠2至3折，而且解决了游客出行日期不确定的‘痛点’问题。”同程网相关负责人说，购买了该卡的游客，只要提前60天预订，就可在规定日期前参加特定邮轮公司的任意一个船期，出行时间的自由度大大超过一般的预订类产品。

提问“邮轮热”

一问:会不会“热”成“过剩”?

邮轮市场的火热，却引发了业内人士产能过剩的担忧。“去年暑假期间，在局部地区出现了邮轮结构性过剩。”中国旅游研究院研究员杨彦锋表示，出现了不少甩单和甩客现象。国际邮轮公司今年增加投放量，也让包船商担心出现过剩的情况。

尽管如此，国内邮轮市场仍然保持着高速增长，去年的增幅在40%左右。很多游客乐于体验这种新兴的休闲娱乐方式，让邮轮公司看到了其中的机会。业内人士告诉记者，国内邮轮市场还处于起步阶段，中高端邮轮实际上还存在供给不足的情况，整个市场的增长空间还很大。一系列利好消息落地，市场将迎来邮轮爆发季。日本已于今年1月1日开始实施船舶观光登陆许可制度，允许中国游客乘坐部分邮轮赴日旅游在停靠港口免签入境。国家旅游局日前宣布，自3月1日起，允许内地旅行团乘坐邮轮从香港到台湾后，继续乘坐该邮轮前往日本和韩国旅游，再返回内地。该线路允许通航后，邮轮赴台不受入台证配额限制。

二问:邮轮游为何便宜了?

随着大型OTA参与到邮轮分销中来，邮轮销售的中间环节正在快速减少，从而使得邮轮旅游的价格下行。邮轮销售中间环节的减少和价格的透明化在一定程度上将使一些中小代理商面临生存考验，行业格局的调整也是在所难免的。“国际邮轮公司在国内不能直接去收客人，主要通过旅行社和OTA包舱。”中国交通协会邮轮游艇分会相关负责人表示，有时候船期赶得紧，降价甩卖才能把客人收上来，有可能因为游客不满而产生纠纷。因此，邮轮作为一个中高端旅游产品，旅游企业不能打价格战来抢客，应当维护它的品质。

与此同时，乘坐邮轮出游的客群也在发生变化。业内人士表示，以前游客多来自沿海城市，极少有旅行社覆盖到内地。随着OTA的全线覆盖，更多的旅行社开始随之往内地发展，吸引潜在客户。不过，乘坐邮轮出游的话，游客要先到邮轮母港城市，远远不如出境游那么便利。国内很多城市可以直飞国外，不需要到某个城市中转。

