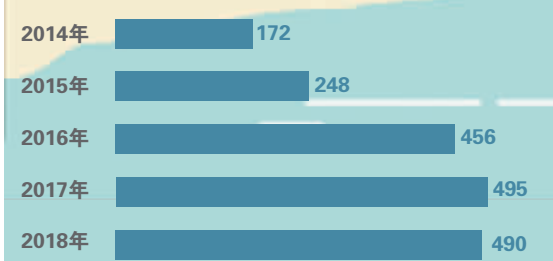


再度购入豪华大船 本土邮轮迎来春天尚早

在国内邮轮市场努力摆脱低迷的同时,本土邮轮也迎来了新的起点。1月11日晚,原隶属于歌诗达邮轮旗下的“大西洋号”正式交付中船嘉年华邮轮有限公司(以下简称“中船嘉年华邮轮”),这意味着我国最大的中资控股邮轮公司迎来了首艘“大船”,不仅如此,另一艘豪华邮轮也将于今年底加入该公司船队。近段时间以来,由于接连购入豪华邮轮,本土邮轮似乎再次迎来了行业春风。不过,也有业内专家表示,虽然近年来中国企业与外国邮轮巨头合作,欲让本土邮轮发展提速,但仍道阻且长。未来中资邮轮应该组建自主运营船队、丰富无目的地邮轮游产品,才能真正让本土邮轮发展迎头赶上。

近年中国邮轮出入境旅客人次(单位:万)



本土邮轮发展历程

2014年9月 天海邮轮以2.2亿美元从皇家加勒比手中购得“精致世纪号”邮轮,更名“天海新世纪号”	2018年底 “天海新世纪号”被出售	2019年5月 由中远海运集团和中国旅游集团共同出资设立的“星旅远洋邮轮”旗下“鼓浪屿号”豪华邮轮首次亮相厦门	2020年1月11日 歌诗达“大西洋号”交付中船嘉年华,成为本土邮轮序列中最大的邮轮
------------------------------------------------------	-----------------------	------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------

最大本土邮轮

继“鼓浪屿号”之后,本土邮轮船队又迎来了一个大家伙。据了解,此次交付的歌诗达“大西洋号”总排水量为85861吨,载客量达2210人,交付之后该船也成为目前中国运营的本土邮轮中体量最大、最豪华的邮轮。

中船嘉年华邮轮方面透露,除了此次交付的“大西洋号”,载客2114人的歌诗达“地中海号”也将于今年底加入中船嘉年华邮轮船队。此外,2艘在建的VISTA级13.5万吨邮轮和4艘优先订造的VISTA级邮轮也将从2023年起陆续加入本土邮轮行列。

“中船嘉年华的业务不仅将涵盖邮轮运

营,同时还将不断在中国订造新的邮轮,并以此促进邮轮经济在中国乃至全球的升级和进步。”中船嘉年华邮轮有限公司董事总经理陈然峰表示。

公开资料显示,中船嘉年华邮轮于2018年3月19日在香港设立,由中船邮轮出资3.3亿美元,以及嘉年华(英国)有限公司出资2.2亿美元共同成立。

除了中船嘉年华邮轮,作为国内旅游企业,中国旅游集团也抢先布本土邮轮。2019年9月,中国旅游集团和中远海运集团还共同出资设立“星旅远洋邮轮”,并将从英国购入的“鼓浪屿号”打造成为本土豪华邮轮,此前该船已在厦门港投入运营。

北京第二外国语学院中国文化和旅游产业

研究院高级研究员王兴斌表示,近年来,由于国内邮轮市场的飞速发展,加上政策利好不断,该领域已经受到了越来越多企业的关注。不过目前国内邮轮运营的主要市场份额为外资巨头,本土邮轮所占份额还很小,且规模有限,在这种市场环境下,本土邮轮亟须提速发展。

前车之鉴

在政策和市场的助推下,本土邮轮似乎要迎来产业的春风,然而此前的经验告诉我们,本土邮轮的发展也有坎坷。

2013年12月,携程联合磐石资本等机构组建了第一家本土豪华邮轮公司——天海邮轮,次年9月天海邮轮便以2.2亿美元从老

牌邮轮企业皇家加勒比手中购得“精致世纪号”邮轮,并改名“天海新世纪号”。两个月后,皇家加勒比入股天海邮轮。当时,该船不仅被誉为“中国第一艘本土豪华邮轮”的称号,同时还被誉为本土邮轮发展的起点。

然而在运营了300个航次之后,“第一艘本土邮轮”就在竞争中逐渐掉队。据了解,在天海邮轮加入竞争队伍的几年中,也正是国内邮轮市场增长最快的几年。根据中国交通运输协会邮轮游艇分会(CCYIA)和中国港口协会邮轮游艇码头分会联合统计数据显示,2014-2017年,国内邮轮市场接待出入境旅客人次从172万增长至495万,不过伴随旅客人次的增长,外资邮轮也不断涌入中国市场,一时间,皇家加勒比、歌诗达、公主邮轮、NCL等诸多国际巨头纷纷将大船部署中国。

面对强大的外部竞争,携程和皇家加勒比邮轮公司最终宣布双方将于当年秋天关闭天海邮轮合资公司,而“天海新世纪”最终难逃被卖的命运,由TUI集团旗下的Marella邮轮收购。

对此,一位邮轮公司经营者分析指出,一直以来,国内企业都在尝试邮轮本土化发展,不过,与国际邮轮相比,国内邮轮无论从吨位还是数量上均不及海外巨头。此外国际邮轮公司普遍运营4艘及以上船舶,以达到管理成本上的平衡,而当前国内邮轮公司普遍都为单船公司,一旦出现市场波动,财务数据不一定会好看,同时意味着抵御市场风险的能力会弱很多。

任重道远

虽然发展再次提速,不过本土邮轮依然任重道远。上述业内人士进一步指出,此次中船嘉年华邮轮发展本土邮轮打破了单船运营的模式,其中包括将持续购入多艘豪华邮轮,虽然迈入了新的门槛,不过在本土化发展的道路上,还有很多问题需要克服。

聚划算百亿补贴上春晚,10亿大礼“买断”大年夜用户

淘宝联手央视春晚,将再度上演春节大戏,除了为消费者清空5万个购物车,聚划算百亿补贴还将在春晚补贴10亿元,在春节期间补贴20亿元。1月11日,淘宝对外公布了成为2020年春晚独家电商合作伙伴的消息,阿里巴巴首席市场官董本洪表示,春晚10亿元的补贴规模,创下春晚独家电商补贴的新纪录。春晚将因淘宝的二次加入,释放出消费者无限的购物能量,聚划算百亿补贴的加入,更将打造一场实惠购物的盛宴。

聚划算百亿补贴春晚分10亿

今年春晚有点不一样,因为聚划算将以亿元级别补贴,为过年的人们带来一场可以购物的春晚;“边看春晚边剁手”将成为今年的“新年俗”。大年夜,聚划算百亿补贴将带来10亿元补贴,而在整个春节期间,补贴总额达20亿元。这无疑是最具震撼力的春节电商补贴。

而淘宝以往的春节玩法也将延续。今年淘宝将为5万名消费者清空购物车。2018年,春节清空购物车的规模是1000个,2019年增加到10000个,而今年的再度大扩容,将让更多消费者享受到春节期间的最大惊喜。

董本洪在淘宝和央视合作仪式上表示,聚划算百亿补贴与清空购物车的背后是阿里巴巴“消费时间,阿里巴巴的数字经济体每年都会在春节推出‘过年不打烊’,今年聚划算百亿补贴的加入,将进一步带动春节期



阿里巴巴集团首席市场官董本洪在发布会上介绍淘宝与春晚的合作

间消费升级的浪潮。

“聚划算本次推出的补贴是春晚历史上力度可观的独家电商补贴,目的是让消费者在春节期间也能用非常惊喜的价格买到便宜、放心的正品好货。”董本洪表示,过去一年,聚划算用官方正品、低价优惠的活动助推消费者实现了消费升级,因此聚划算要在春晚期间加大力度,让消费者体验到更好的、更喜庆的、具有丰收感的购物体验。

聚划算百亿补贴于2019年12月上线,是淘宝天猫生态下一个最新的业务。此番登陆春晚,也表明阿里电商体系对这一新业务的重视。此前披露的数据显示,聚划算百亿补贴上线不到一个月,累计访问量已突破1.5亿人次,成为淘宝天猫最能够吸引消费者的新板块。

聚划算总经理刘博表示,聚划算百亿补贴登陆春晚,就是要给全国的消费者带来最简单、真诚、极致的实惠,让更多人能够享受到品质正品。据透露,春节前聚划算百亿补

贴将达到5000款,货品将覆盖数码3C、服饰美妆、家具家电、食品生鲜等淘宝天猫平台全品类商品。

剑指下沉市场的新利器

对于已在下沉市场做得风生水起的聚划算来讲,春节期间高达20亿元的补贴规模,无疑会为其进一步深耕下沉市场的“深水区”提供支撑。春晚当晚大额补贴,持续开放购买的大牌尖货,将以全网最具竞争力的价格,带动品质正品全面下沉的消费浪潮,成为拉动春节假日消费升级的新引擎。

价格过于敏感、劣币驱逐良币,是下沉市场里绕不开的坑。如今,聚划算百亿补贴将搭乘春晚的流量东风,进一步把正品、低价等理念快速普及到下沉市场,精准打击依靠低价劣质手段争夺市场的对手。而这也是真正意义上的消费升级。春晚对消费人群的深度覆盖,和聚划算上有竞争力的价格和服务体验,可以说是相得益彰。

春晚中的消费升级元素,将会让大屏和小屏形成更顺滑的联动,让春晚这个国民IP和聚划算百亿补贴这一个淘系业务形成双赢。

事实上,巨头争夺下沉市场的众多手段方式中,百亿补贴是一个经久不衰且直接有效的玩法,甚至可以被视作一种战略,引发了不少具有现象级的消费行为。各大电商玩家纷纷祭起“百亿补贴”的大旗,展开新一轮角力与较量。但聚划算的入局,有明显不同的特征。

聚划算百亿补贴的启动,是“有备而来”,它在下沉市场的既有优势非常清晰。而百亿补贴带来的价格锐度,可以进一步强化它在价格敏感型人群中的渗透能力。2019年3月,淘宝总裁、天猫总裁蒋凡高调宣布重启聚划算,自那之后,聚划算便成为阿里下沉市场的第一抓手。蒋凡曾提到,最近两年,淘宝天猫的用户增长主要来自于三四线及以下地区,新增用户中超过70%来自下沉市场。

当然,聚划算所指的下沉市场用户并非狭义上的小镇青年,而是广义上的下沉市场,包括县镇市场,也包括一二线城市中一度被忽视、尚未被开发的用户。当春晚将上亿消费者的目光聚集到一处时,就是聚划算开拓多层次用户的最佳时间节点,丰富下沉市场中的用户画像。而聚划算的优质产品,又能满足下沉市场不同人群的多元化消费升级需求。

与此同时,聚划算百亿补贴的计划将让消费者年货购物清单以及年夜饭变得更为充实。阿里巴巴集团淘宝行业平台事业部负责人张凯夫介绍称,参与百亿补贴的商品会在春晚前达到5000款,基本覆盖消费者所需要的所有核心品类:既有品牌商品,也有猪肉、车厘子、榴莲等一系列特色农产品,只要是消费者有需求的商品均被聚划算列入百亿补贴的范畴。

在张凯夫看来,聚划算百亿补贴的目的是为了充分满足消费者在过年期间采买年货

王兴斌强调,本土邮轮产业发展目前面临的阻碍是在人才管理方面,无论是船队的运营还是船上邮轮旅游经营,都需要相应的人才,而我国还在起步阶段。对业内而言,邮轮即是交通工具,更是旅游目的地,就好比一座移动的星级酒店,在船上进行吃、喝、娱乐等活动,然而真正运用并非像经营五星级酒店那样简单,即便服务人员也需要熟悉海上的操作,经营者更需要保证餐厅、客房每个流程运作顺利,保证游客在海上的安全,目前国内针对邮轮旅游方面的学科还很少,未来需要补足。

另据了解,虽然中船嘉年华邮轮此次将“大西洋号”收归本土邮轮行列,不过其运营依然交由外资邮轮公司歌诗达邮轮方面代为运营。有知情人士表示,该船具体交由外方运营多长时间尚不得而知,不过可以看出,组建本土邮轮运营团队并非易事。

此外,由于中国邮轮市场目前仍然由外资巨头占据主要份额,本土邮轮如何提升竞争力,获得新的市场份额也是需要考虑的。据了解,目前中国市场上运营的主要出境游航线均由皇家加勒比、歌诗达邮轮、地中海邮轮、星梦邮轮等邮轮公司把持,且排水量和载客数也普遍大于本土邮轮,业内人士指出,这就需要本土邮轮除了在价格之外,更要在航线和产品以及服务上下功夫。

《海南邮轮港口海上游航线试点实施方案》提到,只允许中资方面邮轮公司(指中资出资比例不低于51%的国际邮轮运输业务的企业法人)进入。有业内人士认为,诸多政策的利好,也给本土邮轮的发展提供了新的思路。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也表示,随着越来越多的中资邮轮进入亚洲市场,期待我国能出台更多政策,如优惠税收等切实扶持婴儿期的本土邮轮产业。

北京商报记者 关子辰

的需求,当更多的消费者需求得到了满足,才能实现真正消费升级;更多品牌也通过百亿补贴项目触达到消费者,实现品牌增量;百亿补贴的设计就是双向互动,挖掘下沉市场中的消费潜力。”

二度合作再创新传奇

“阿里的技术将为春晚保驾护航,大年三十的晚上,会有几百位阿里技术人员会值班守夜,保证一切顺畅。”董本洪给出了上述承诺。

本次春晚,是淘宝与春晚的第二次战略合作,淘宝由此成为春晚历史上第一个二度携手的互联网品牌。事实上,春晚和淘宝的融合早已有之,每年的大年夜都是淘宝的访问高峰,越来越多的消费者形成了边看春晚边刷淘宝的“收视习惯”:看完一个节目,下一秒就打开淘宝搜“春晚同款”。

2018年,淘宝首次和春晚正式合作,为1000名消费者清空了购物车。今年,这一名额翻了50倍。淘宝和大年夜之间的“新年俗”,在今年春晚全面加码。届时观众只要根据主持人提示,打开淘宝App,进入相应页面,就能等待清空购物车,抢购低价优质商品。

如今,手机这个小屏和电视大屏互动,让年味越发浓郁,“边看春晚边剁手”的方式慢慢改变了人们的生活方式。董本洪直言,阿里都希望给全国人民带来耳目一新的春晚,再度携手春晚将带来一个更喜庆欢乐温暖的体验。数字经济的创新带来了新的玩法,进一步丰富春节习俗。

中央广播电视总台央视副总编辑、总经理室总经理彭健明在对淘宝与春晚再度联手进行解读时表示,淘宝是一个传奇,春晚是一个传奇,两个传奇在打造一个未来的新传奇。2020年春节联欢晚会因为数字经济和互联网企业的参与变得更加精彩,春晚也不仅仅是经济效益,更大的影响力和传播力。在阿里的助力下,春晚办得更接地气、更符合大众需求。

北京商报记者 赵述萍