

·市场观察·

中国内地出境人数火爆

从增船到设港 国际邮轮暗战再升级

国际邮轮数量再创新高

据了解,今年夏天国际邮轮公司在华运营数量将再创新高。今年嘉年华集团旗下公主邮轮就将新增“黄金公主号”进入中国市场,此前,公主邮轮在中国市场一直运营“蓝宝石公主号”,在去年试水北方市场后,今年便增加“黄金公主号”直接进驻天津港。

同为嘉年华集团旗下的歌诗达邮轮,今年也将增加“幸运号”布局上海。歌诗达邮轮相关负责人表示,今年会继续在上海和天津市场运营“赛琳娜号”和“大西洋号”,同时还将在香港运营“维多利亚号”,加上今年将新进驻上海的“幸运号”,歌诗达邮轮今年在中国市场的运营数量将达到4艘。

除了嘉年华集团方面大手笔的进入,皇家加勒比今年也将再遣新船“海洋赞礼号”进入中国市场,并将直接布局天津争抢北方市场客源。此前,皇家加勒比国际游轮北亚太及中国区总裁刘淄楠曾表示,除了“海洋赞礼号”,皇家加勒比今年将在中国部署“海洋量子号”、“海洋水手号”、“海洋航行者”、“海洋神话号”4艘邮轮。

此外,今年5月,凯撒旅游承包的MSC地中海邮轮也将进入到中国上海。业内人士表示,不算丽星等邮轮公司的邮轮,今年国际邮轮在华运营数量将至少达到12艘。

新增母港抢夺内地客源

今年除了增开船次,国际邮轮公司还增加了新的母港。今年初公主邮轮方面就宣布新开设厦门母港。据悉,这是嘉年华集团继上海和天津之后,在中国开设的第三个母港。据悉,厦门母港将辐射华南市场。

嘉年华邮轮有限公司中国区副总裁和总经理王萍表示,厦门母港的腹地比较



宽,可以覆盖到整个福建省以及湖南、湖北甚至深圳,从深圳到厦门坐高铁大概3个小时左右,因此,把船放到厦门可以覆盖到大部分南方城市。此外,公主邮轮方面还宣布同时实现了“三年三母港”的计划。

实际上,除了上海和天津之外,很多其他母港也都在国际邮轮公司的考虑范围之内。业内人士指出,邮轮母港直接可以增加对于区域的辐射半径。很多内地城市例如西安、辽宁等城市都属于北方市场,主要出发城市都集中于天津。据中国

交通运输协会邮轮游艇分会发布的《2015中国邮轮发展报告》显示,除了上海和天津,三亚和厦门也有望打造成国际邮轮母港。此外,从接待能力上看,宁波、广州、深圳都具备停靠10万吨以上邮轮的条件。

王萍表示,开设邮轮母港很重要的一个因素是和当地的“一关三检”进行沟通。业内人士透露,未来国际邮轮公司趋向会开设更多的邮轮母港,并由增加邮轮数量转而向邮轮母港布局。

此外,歌诗达邮轮相关负责人表示还透露,除了增加邮轮船次和母港数量,旅行

社也是非常重要的一个渠道,例如武汉等内地城市方面则还主要依托旅行社渠道进行销售。

产品单一成制约因素

尽管今年国际邮轮公司纷纷加码中国市场,并新开设母港抢夺市场客源,但同质化竞争仍然是不可避免的。据《2015中国邮轮发展报告》统计数据指出,中国始发的母港邮轮90%以上的目的地为日本、韩国航线。

大量相同目的地邮轮线路也让一些参加过邮轮的游客难以提起兴致。一位参加过日韩线路邮轮的游客就曾对北京商报记者坦言,实际上釜山、长崎等目的地并不新鲜,此外,邮轮出行中目的地游览时间非常短,绝大多数时间均在船上度过,如果要是自己花钱肯定要慎重考虑。

正是同质化的线路,让一些游客拒之千里。北京商报记者了解到,中国沿海虽然风景优美,但东海岸中高纬度港口始发的邮轮航线可以停靠的目的地并不多。此外,由于国内沿海运输权的保护,国际邮轮只能运营国际航线。一位国际邮轮公司相关负责人还表示,考虑到中国游客的假期天数,国际邮轮公司更倾向于安排4-6天的行程安排,即便每年有日本全境或类似46天甚至80多天的环球旅行邮轮产品,也只是邮轮行程中的少数,毕竟国人的假期非常有限。此外,对于中国南部沿海港口始发航线而言,目的港可选度大大优于东北亚航线,但由于客源市场不足,难以形成全年运营。

王萍表示,未来国际邮轮公司还将考虑增加邮轮产品的丰富程度并新开一些航线。业内人士还呼吁,如果国人能够延长带薪休假的假期,同时放宽例如台湾等地区的人境逗留时间,则会在一定程度上利好非日韩邮轮线路的出行人数。

北京商报记者 关子辰

地方旅游

贵州:借旅游“大数据”促产业升级

随着去年“互联网+”被写入政府工作报告、国家旅游局局长李金早对于“旅游+”发展战略的提出,酝酿多年的“互联网+”和“大数据思维”以“旅游+大数据”的形式开始在全国范围内推进,并逐渐在一些地区形成了“政府主导、企业运作、产业化推进”的发展模式。

贵州省旅游局局长李三旗在接受北京商报记者采访时表示,目前,贵州已经有了智慧旅游的概念和大数据的框架,在今年底前贵州将建成集旅游行业的大数据精准管理功能、企业之间的数据共享和投融资交易功能以及为游客提供一站式服务功能为一体的旅游大数据平台,并力争在未来3个月内建成应急调度指挥中心和大数据中心。

北京商报记者了解到,随着贵州大数据旅游产业股份有限公司、太极智旅信息技术有限公司等一批公司在贵州落地,贵州的大数据逐渐走上了产业化发展的道路。李三旗在接受北京商报记者采访时表示,与一般市政基础设施建设采用政府招标、企业投资或者政府与民营企业合作(PPP)模式不同,贵州旅



游大数据平台是政府的支持在前、功能实现在后,后期还有政府采购的补助。“政府采购并不会调配行政资金全盘接收,而是通过分享政府资源和信息资源,调动行政职能来分担企业的资金压力和运营成本,从而实现政府主导、企业主体、产业化推进的模式。”李三旗称。

作为央企太极计算机股份有限公司的全资子公司,太极智旅信息技术有限公司(以下简称“太极智旅”)于去年5月落户贵阳。太极计算机股份有限公司副总裁姜晓丹告诉北京商报记者:“太极智旅在2016年

的首要目标就是依托上市公司募集资金的优势,投入5000万元以上的资金与云上贵州合作打造三个面向全国的智慧云平台。”此外,姜晓丹表示,目前,除了已经与贵州省市两级政府签订多个智慧旅游项目合作意向外,今年太极智旅的经营范围还将扩展到京津冀地区,初步计划是以中关村科技园为依托,与贵阳实现两地联动,进而打造智慧旅游产业孵化器,并在天津和河北两地进行试点。

对于以政府主导、企业主体、产业化推进模式下的贵州旅游大数据的发展,贵州省经济和信息化委主任马宁宇表示,通过贵州大数据旅游产业股份有限公司、太极智旅以及黄果树旅游等大数据旅游平台,使得贵州省的旅游产业结构发生了改变,不仅让旅游产品降低了入市门槛,同时也方便了贵州当地的少数民族居民借助这一平台进行旅游推广。李三旗认为,贵州省的旅游已经从宣传阶段进入产业化阶段,今后无论是景点开发、业态丰富都要走企业化、资源化的道路。

北京商报记者 关子辰 张致宁

· 资讯 ·

凯撒旅游力推里约奥运观赛产品

随着里约奥运会的临近,凯撒旅游也陆续推出里约奥运观赛团队游产品。据悉,自去年成功上市后,凯撒旅游明确将体育旅游、户外旅游作为重要市场,此次力推里约奥运观赛产品,被业界认为是凯撒体育业务板块的精准发力。

据了解,自凯撒旅游官网上线里约奥运观赛游产品以来,中国游客的关注度持续升温,并已收到近千份订单需求。

根据市场需求,凯撒旅游有针对性地推出“我要中国赢”观赛游系列产品。据凯撒旅游统计,排在客人最关心票务前五位的项目依次是开幕式、男子游泳、女子排球、跳水、羽毛球。而一些冷门项目,如成功入奥的高尔夫,也不乏关注人群。此外,客人们还比较关心如何办理巴西签证的相关事宜。

秘鲁鸡尾酒亮相嘉里大酒店

2月26日,北京嘉里大酒店客座专场系列活动在炫酷酒吧正式启动,在活动中,秘鲁特色鸡尾酒皮斯科酸及玛卡亮相炫酷酒吧。在晚会活动现场,还举办了慈善售卖活动,各国驻华使馆馆长、参赞等皆受邀出席,而现场售卖的善款将全部捐至新日希望之家作为医治孩子们的费用。

秘鲁大使胡安·卡洛斯·卡普纳伊先生表示,鸡尾酒皮斯科酸在秘鲁广为流传,而借助这一活动,希望能让更多的人得到帮助。酒店相关负责人表示,通过举办这样的活动,也能为酒店带来更多的人气。

北京商报综合报道