

国际邮轮在华掀起二线市场争夺战

拓展二线港口

据了解,此次歌诗达邮轮与青岛国际邮轮有限公司签署的合作协议中,包含了青岛港将包船歌诗达“赛琳娜号”的16个航程,这些航程将分别于2019年9月、11月和12月中出发。

歌诗达邮轮集团亚洲总裁马睿哲在现场表示:“一直以来,歌诗达邮轮十分重视青岛港对北方邮轮市场的巨大贡献,通过与青岛港的合作,也对这个市场有了更加深刻的认知,此次签约也展现了歌诗达邮轮对中国北方市场的信心”。

2018年,歌诗达邮轮旗下“幸运号”和“新浪漫号”以及“赛琳娜号”都曾以青岛为母港进行过运营,而今年则是在青岛母港实现常态化运营。北京商报记者还了解到,实际上,不仅仅是青岛,歌诗达邮轮早在2017年便开始不断试水大连、厦门等一些二三线城市的港口,进而开始辐射东北、华南等地区的其他省份。

歌诗达邮轮北方区相关负责人还表示,今年4月26日到5月18日,以及10月到11月中旬,歌诗达“大西洋号”邮轮将在厦门进行运营,辐射福建等地的客源市场。

一线趋于饱和

在此之前,作为国内最大两家最大的邮轮运营商歌诗达和皇家加勒比,分别将主要新船部署在上海、天津港口。

自2016年起,皇家加勒比便开始将旗下两艘大型豪华邮轮“海洋量子号”

在经历了邮轮市场的低谷后,邮轮公司也持续调整在华策略。近日,国际邮轮公司歌诗达与青岛国际邮轮有限公司签署合作协议,将首次在青岛实现常态化运营,而在此之前,歌诗达已经将邮轮布局诸多二三线城市,这其中包含青岛、厦门、大连等港口,北京商报记者还了解到,此前,皇家加勒比也试水过厦门、大连等二线城市港口。近两年来,公司都将新船部署到天津、上海等一线邮轮市场,但由于航线所限,同质化竞争激烈。业内人士指出,为了避开竞争,国际邮轮公司已经开始考虑越来越多将邮轮部署在其他二三线城市揽客。未来随着邮轮市场的下沉,国际邮轮公司在二三线市场的争夺已一触即发。



和“海洋赞礼号”部署在上海以及天津,据了解,当时这两艘邮轮排水量均为16.8万吨,其科技含量在国际邮轮中也位列前茅,载客量更是超过国内运营的任何一艘邮轮。与此同时,歌诗达邮轮在天津和上海母港也均运营2-3艘大型邮轮,当时,歌诗达在天津和上海运营的“幸运号”和“赛琳娜号”排水量也均超过10万吨。此外,MSC地中海、公主邮轮也均在上海部署邮轮,上海母港一时间出现多艘国际邮轮,而航线均以日、韩为主。

然而,2017年上半年,市场风云突变,由于韩国市场的受限,一时间邮轮市场出现了供大于求的局面,邮轮包船

商销售压力陡增;“甩舱”现象不断。此后2018年,我国邮轮市场继续下行,全年旅客量步入下降通道,整个行业也进入“寒冬”。

据一位歌诗达邮轮相关负责人此前表示,为了避开竞争,歌诗达邮轮也开始更多尝试其他港口的布局。凯撒旅游COO任涛表示,今年歌诗达在北方市场仅有的一艘“赛琳娜号”被分散到天津以外的青岛、大连等港口先后运营,分散了天津一地的邮轮销售压力,目前看该邮轮产品销售好过去年。

开抢新兴市场

考虑到市场竞争,虽然各家邮轮公

司都在调整市场布局,皇家加勒比、歌诗达邮轮也增开菲律宾等航线,调整赴日停靠港,新增岸上观光目的地,不过,竞争压力依然不小。

业内人士表示,目前在天津和上海港口,大部分的产品集中在4晚、5晚、6晚的日本航线,同质化竞争依旧,该航线对于诸多一线城市的游客来讲,吸引力已经大为下降;“回头客”较少,而目前邮轮公司也在考虑天津、上海以外的其他港口。

此前,皇家加勒比就亮相了其在中国内陆城市的销售团队,并联合内地多家旅行社,试图吸引更多西安、重庆等内陆地区游客。一家旅行社销售人员表示,相较于一线邮轮市场,大型豪华邮轮产品对于内地一些二三线城市游客更具有吸引力,不过,由于路途较远,需要乘坐高铁或飞机,也增加了出行成本。

北京商报记者梳理发现,2019年中国市场将迎来至少3艘新邮轮。据了解,除了皇家加勒比今夏将派遣的新船“海洋光谱号”以外,另一“巨头”歌诗达也将在今年5月部署新船“威尼斯号”进入中国。此外,一直主攻华南市场的云顶邮轮集团近日也将旗下高端邮轮品牌“星梦邮轮 探索梦号”部署在上海,未来华东邮轮市场不排除将出现竞争升级的局面。

上述业内人士指出,未来随着一线邮轮市场的饱和以及非一线城市出行需求的增加,邮轮公司也将会把目光倾斜向二三线邮轮市场。

北京商报记者 关子辰



“税务蓝”表白“中国红” ——朝阳区税务局减税降费快闪活动

为更好地扩大税收宣传月宣传效果,近期朝阳区税务局组织第三税务所和来广营税务所年轻干部在北五环汽配商城开展了一场以“落实减税降费,促进经济高质量发展”为主题的税法宣传活动。

此次活动以现场演唱《我和我的祖国》的快闪形式拉开序幕,附近的商户和居民们被新颖的宣传活动所吸引,前来围观并自发加入到活动中共同高声合唱。活动现场广大群众在税务干部的带领下共同表达着对祖国蒸蒸日上、繁荣昌盛的美好祝愿。快闪活动结束后,宣传活动正式启动,身披“减税降费”宣传绶带的青年税务干部们为前来咨询的广大群众发放了深化增值税改革、普惠性减税降费政策以及个税新政等税收宣传资料,并对纳税人提出的具体涉税问题给予耐心细致的解答。此次税收宣传活动现场气氛热烈,声势大,反响好,群众参与积极性高,既弘扬了热爱祖国的正能量,又进一步推动了减税降费政策应知尽知,达到了很好的宣传效果。

携程与开元酒店共同开发会员计划

近日,携程宣布与开元酒店集团达成战略合作协议。根据合作协议,携程和开元酒店集团将在酒店分销、会员互通、产品创新、营销推广、信息技术等领域开展深度合作。

据了解,此次合作双方将进一步拓宽合作的深度和广度,包括向用户推荐开元酒店集团旗下高品质的酒店;在携程上开设

开元酒店旗舰店;会员权益互通,双方不同等级的会员提供相应特色权益和专属待遇,共同开发忠诚计划等。除了打通会员体系等合作之外,携程还在信息技术和酒店“智能化”等方面与开元酒店集团达成合作意向。

据介绍,“智能化”将提升酒店与消费者、酒店与平台、平台与消费者之间的沟通效率。

开元旅业集团创始人陈妙林曾在上市前表示,接下来开元酒店除了继续加码高端酒店市场,还将大力发展以开元曼居为主力品牌的中端酒店。

今年3月11日,开元酒店于港交所主板上市,基石投资者之一就是携程,此次合作,是继开元酒店上市后,双方开拓更全面合作的举动之一。北京商报综合报道

北京歌华开元大酒店:开元香粽开售,情历久,味弥新

端午节即将来临,您是否在想要选哪种口味的粽子呢?北京歌华开元大酒店推出四款粽子礼盒,经典与创新、甜与咸及特产风味的多重组合,让您的选择有新意更有心意。开元香粽A款,主打甜味与原味,适合想品味经典、畅享美好记忆的您。开元香粽B款,甜咸混搭,众口不难调。开元福粽,除了甜、咸和原味粽外,还加入海鸭蛋8个。口味更多,特产也更具风味,这才像过节呀。开元芳粽礼盒今年首发,除蛋黄黑猪肉、鲜肉、原味乌米和碱水等经典口味,还加入创新口味藜麦栗子粽、巧克力脏脏粽以及乌米和藜麦各1盒,追求营养健康,快来挑战味蕾吧!详询:010-62028888

