

# 95%邮轮出境线路前往日韩

## 邮轮正成为亲子家庭出游的重要选择之一

文/片 本报记者 许亚薇

### 九成游客或“二刷”邮轮

根据2017年11月由上海国际邮轮经济研究中心、上海工程技术大学及社会科学文献出版社共同出版的《邮轮绿皮书：中国邮轮产业发展报告(2017)》(下称《邮轮绿皮书》)显示,年轻一代更加热衷邮轮旅行,对邮轮旅行的评价高于以陆地为基础的旅行、全包式度假、观光、民宿旅游、露营,体验过邮轮旅行的游客中,大约92%表示可能会或者一定会再次进行邮轮旅游。

曾体验过两次邮轮游的青岛人姜峰,眼下又预订了邮轮游。“前两次分别乘坐的是歌诗达维多利亚号、皇家加勒比海洋量子号,这次又换了不一样的邮轮。”姜峰说,出游的时间是春节期间,准备带父母一起,让他们感受一下洋气的邮轮游。

对于邮轮游细分人群,携程发布的《2017邮轮旅行报告》

近年来,拥有“移动的旅游目的地”、“海上度假村”称号的邮轮,渐渐走入大众视野。从2006年歌诗达邮轮进入中国市场,到如今全国11个邮轮港年接待邮轮1181艘次,邮轮游经历了从小众到大众、从高端到平民的变迁。

(下称《报告》)中提到,更多女性旅客愿意选择邮轮作为旅行方式。2017年出行的旅客中,女性旅客占比高出男性近20个百分点,达到59%。在年龄方面,“50后”作为邮轮旅客的主力军,占比超过了20%;“80后”紧随其后,占比达到18%。值得一提的是,“00后”异军突起,以16%的占比排名第三,而“90后”似乎对邮轮缺乏兴致,以不到6%的占比位列所有年龄段旅客的末位。

另外,亲子游依旧是邮轮游的主力客源,携程《报告》显示,“邮轮正在成为亲子家庭出游的重要选择之一”。同时,亲子家庭上邮轮,房间更大,设施更齐全的套房已经成为首选。

### 邮轮客源向二三线城市转移

受港口限制,上海毋庸置疑地成为国内邮轮旅行最重要的出发城市。基于此,上海市民对于邮轮旅行的认知度更高。从携程《报告》数据来看,2017年护照签发地为上海的邮轮旅客占比高达41%,其后分别是北京的10%、江苏的9%。

与此同时,携程《报告》对湖北、四川等省份的二三线城市的增长给予了极高的预期。报告认为,“随着酒店、机场、码头大巴接送等配套产品的进一步完善,更多内陆地区旅客开始了他们的第一次邮轮旅行。”

歌诗达邮轮上海总部公关Wendy对客源也提出了同样的看法。她表示,歌诗达邮轮的客源主要来自母港城市居多,邮轮旅游市场正逐渐从沿海城市、一线城市拓展至内陆、二三线城市。

作为省内最早包邮轮的旅行社,嘉华旅游对市

场客源的认知最为直接,其邮轮产品在省内的销售,经历了从省会济南向地市淄博、潍坊等地的扩散,然后再到县级市发展的局面。

另外,根据对近一年来旅行社邮轮产品价格的观察,无论是内舱房、阳台房还是海景房,邮轮游产品价格较往年有所调低,部分舱位价格较往年同期低了近千元。

### 游客关注产品细分需求

随着中国邮轮市场的快速发展,越来越多的品牌进入中国。歌诗达邮轮上海总部公关Wendy表示,从新兴市场发展到高速增长阶段,风格各异的邮轮品牌正涌入市场,消费者对邮轮产品的细分需求也愈加明显,

这就对歌诗达邮轮找到专属的差异化定位提出了要求。

在产品的细分上,歌诗达邮轮已经在做出改变。Wendy表示,歌诗达邮轮与尤文图斯足球俱乐部合作,成为尤文图斯亚洲官方指定邮轮,在餐饮方面,特设“海上捞”火锅、“海上全聚德”、“面面俱到”手工面条等。同时,与微信和支付宝建立了合作,开启邮轮体验的数字化“微”时代。另外,打造针对儿童乘客的主题航次,吸引家庭亲子类游客。

在中国的对外邮轮航线中,日、韩作为旅游目的地占据着重要地位,中国邮轮出境95%以上是前往日、韩的城市,具体的目的地主要是日本的福冈、佐世保、长崎、鹿儿岛、熊本、高知、北九州、冲绳、广岛等地,以及韩国的济州岛、仁川、釜山等地。

根据《邮轮绿皮书》,对于未来邮轮旅游而言,最受欢迎的邮轮旅游目的地是加勒比海地区、百慕大群岛、墨西哥和西北太平洋等。



此前在邮轮上举行的一场集体婚礼,演绎了蓝天与大海之间的浪漫。

## 济南举办第三届旅游饭店行业服务技能大赛 16家单位百余选手显身手

本报济南1月17日讯(见习记者 王鑫) 17日,由济南市旅游协会、济南市旅游饭店行业协会联合举办的济南市第三届旅游饭店行业服务技能大赛在泉城大酒店开幕。济南市16家参赛单位、100多位选手进行了包括中餐宴会摆台、西餐宴会摆台、中式铺床/开夜床、英式鸡尾酒调制、咖啡拉花和特色名优菜品烹饪6个项目的比拼。

开幕式上,济南市旅发委主任郅良提到,今年将继续深化“共建共治共享”的发展模式,在全市旅游行业推出“旅游天际线”工程,不断弘扬优秀文化、建设一流团队、创新优质服务、打造知名品牌,做城市最美的线条勾勒。其中,重点推进的一项工作就是通过文化引领,激发内生动力,加速行业转型,开拓旅游饭店行业的新时代。

本次大赛也是山东省饭店服务品质提升技能大赛的一部分,旨在考查餐厅服务员、客房



技能大赛现场。

服务员、调酒师、咖啡师及烹调师等在操作上的熟练性、规范性以及职业素养。组委会评审委员会是由来自省内知名饭店的行业翘楚以及高校专家组成。

“旅游饭店行业协会刚刚成立,技能大赛是今年系列推进计划中的重要一项。”济南市旅游饭店行业协会相关负责人表示,本着“共建共治共享”的理念,协会涵盖了24个专业委

员会。这些委员会一方面会不断深挖自身资源,另一方面也会持续与相邻资源进行融合,促进多方资源的整合与再造,构建产业新生态环境链。目前,协会首批入会的58家会员都是全市骨干企业。今后将继续丰富会员单位,不断吸收大中专院校、不同产品的酒店供应商,让会员与酒店成员成为有机结合体,会员资料共享,抱团发展。

## 中国成南极旅游第二大客源国

本报济南1月17日讯(记者 许亚薇) 根据国际南极旅游组织公布的数据显示,2016年至2017年旅游季,赴南极旅游的中国游客达5286人次,占全球市场份额的12%,目前已超过澳大利亚成为南极旅游第二大客源国。

目前,携程、飞猪、蚂蜂窝、穷游等旅行网站均上线了南极游产品。以蚂蜂窝为例,产品从6万余元到15万元不等,出行时间为12天到25天,为方便中国游客,部分产品显示为“全程中文服务”。此外,在携程的产品中,还涉及摄影巡游、极地探索等特色产品,出行时间最长的为37天,有的定制游线路价格高达30万元。

每年的11月中旬至次年2月是南极的暖季,同时也是该地区的旅游旺季。“只要有10人左右,山东省内也可以出团,但目前我们还未接过游客咨询南极游。”嘉华旅游大客户部工作人员介绍。

近年来,南极游变得不再那么神秘,渐渐被越来越多的游客所认知。例如,与挪威海达路德探险游轮公司合作的飞猪旅行,通过供应链直采,南极游价格降低到5万元每人。据了解,最近几天,就有500人从北京、上海、香港出发,前往南极。

刚刚从南极回国不久的旅行家李存修表示,对南极游来说,最重要的一点就是对当地生态环境的保护,南极不可以过夜,不可以留下任何人类存在过的痕迹,同时也不可以从南极洲带走任何东西,哪怕一块小石头。

但是,南极旅游也将遭遇不可避免的瓶颈。根据国际南极旅游组织协会的规定,每年登陆南极的人数有所限制,大约为3万人,以冒险家、科考队员和财富富足人士为主,游客过多势必带来南极环保压力的增加,对南极的生态环境是巨大的考验。