



## 中国邮轮市场

### 中国邮轮产业处于什么阶段？

需要冷静思考和客观看待第二个“黄金十年”的观点；中国邮轮产业才刚刚起步，还存在诸多不足，但市场具备较大成长空间

中国邮轮产业经历了艰难复杂甚至崎岖坎坷的发展过程，取得了长足的进步，同时在各时期也呈现出不同特点。当前中国邮轮产业处于什么发展阶段？这是中国邮轮产业的基本问题，关系行业顶层设计的出发点和着力点，也是形成未来产业发展路径共识的前提。

近期，中国邮轮产业已进入第二个“黄金十年”的观点在业内获得众多拥趸，对此需要冷静思考和客观看待。总体而言，中国邮轮产业可分为三个特征鲜明的发展阶段。

第一是2006~2017年间的旅游经济阶段，即通常所说的“黄金十年”。在此期间，中国邮轮旅游人口以每年40%~50%的速度增长，邮轮旅游乘客呈现出“黄金发展”的特质和成色。市场高度依赖外资邮轮是这一阶段的重要特征。嘉年华、皇家加勒比、地中海邮轮等国际邮轮公司大规模部署中国，让中国人对邮轮有了新的认知。这些国际邮轮公司为中国邮轮产业注入了国际基因，为中国市场创造了诸多运营范式，为中国邮轮产业的发展作出了巨大的贡献。但与此同时，本土邮轮业没有形成完整的产业链，而是主要集中在产业下游的旅游服务端，产业的上游和中游几乎一片空白。

第二是2018~2023年的全产业链发展阶段。体系发展、国际合作是这一阶段重要特征。以中国船舶集团、招商局集团为代表的中央企业和以蓝梦邮轮为代表的民营企业，聚力邮轮运营、设计、建造、供应链进行全产业链布局，投入大量资源用于邮轮生态体系的构建。在推进体系创新发展的同时，坚持开放合作，用中国市场吸引国际资本和国际技术，以国际邮轮企业为主导，通过引进消化吸收再创新，实现邮轮建造和营运管理的突破和创新，继而进一步建立起我国邮轮产业可持续发展的框架和体系。国产首艘大型邮轮“爱达·魔都号”实现交付，第二艘国产邮轮“爱达·花城号”建造顺利推进，中国邮轮运营市场有序恢复，产业体系有条不紊地运转，从根本上来说都是国际合作的产物。

第三是从2024年开始的自主发展新阶段。这一阶段是以全产业链贯通为特征，以实现邮轮自主设计、建造、配套和运营为目标，以自主发展带动国际合作，开创和引领中国邮轮产业高质量发展的新时期。

回顾我国邮轮产业的发展历程，“三个阶段”是邮轮产业从初生走向成熟的必由之路，而沉淀下来的是对我国邮轮产业发展规律的深刻洞察和总结。

邮轮产业体系可定义为从设计、建造、运营到供应链，再到完整的生态和独立循环的能力。可以说，直到2024年元旦，我国自主建造、自主运营的“爱达·魔都号”商业首航取得成功，中国邮轮业才真正具备自主管控能力和产业循环体系，由此可见，中国邮轮产业才刚刚起步。

明确了邮轮产业所处的发展阶段，才能使邮轮人对行业有最基本的认知，正视本土企业与国际公司的差距。当前中国邮轮产业还存在诸多不足，如设计、建造、运营和供应链等方面，我们要以国际先进水平为目标加以突破；同时，中国市场具备较大成长空间，通过持续地努力和创新，不断提升能力水平，有望跟上世界邮轮产业发展步伐。

## 何时迎来第二个『黄金十年』

杨国兵

### 中国邮轮市场究竟有多大？

供给不那么有效，邮轮人口基数又不那么大，导致快速可持续发展受到严重制约；短期看市场难以快速恢复，长期看可通过扩大邮轮人口基数，提升供给水平扩大市场空间

旺季不旺、淡季不淡，是今年中国邮轮市场的特殊现象。中国市场究竟有多大，到底有何特殊之处，这是中国邮轮产业亟需回答的又一重要问题。

中国邮轮市场并非简单的供给驱动型市场。在2006~2017年期间，我国邮轮市场规模伴随运力同步提升，运营能力与市场规模的成长曲线走势基本一致。随着外资邮轮和中资邮轮的进入，中国邮轮市场供给能力不断提升，进而拉动了尝鲜式的邮轮旅游需求。该现象反映了中国邮轮市场初期的扩张属于供给拉动型。

自2018年起，中国邮轮旅游市场规模出现了收缩，邮轮人口从最高峰的489万人次小幅下降，而2020年初爆发的新冠疫情更是导致市场“冰封”长达3年之久。市场“冰封”掩盖了中国邮轮市场增长乏力的真相，即使不

考虑疫情，邮轮市场也无法回到2017年之前的增长速度。

中国邮轮市场的“高位盘整”下滑，究其原因是我国市场的供给并不那么有效。中国市场在过去是以尝鲜式的消费为主，以供给拉动整个市场。

众所周知，邮轮产业高度依赖创新和创意，需要持续地为消费者提供超预期的产品，才能吸引甚至创造消费需求，进而扩大邮轮旅游人口规模。但中国市场上充斥着大量廉价同质化的产品，缺乏创新特色和吸引力，这是导致2018年以来市场规模下降的根本原因。

另一个重要原因是我国邮轮人口基数的开拓不充分。中国拥有14亿人口总量、4亿规模中等收入人群，同时还有1.3亿持护照人口。根据现有政策，在我国仅有持护照的人群才能登乘邮轮。因此中国邮轮人口总数存在

无形的“天花板”，对应的邮轮人口基数为1.3亿，不足全国总人口的十分之一。此外，市场渗透率是常用的衡量市场成熟度的标准。此前统计的美国市场渗透率为3.5%，中国为0.15%，两者差距20余倍。但通过对我国邮轮人口基数概念的修正，则中国市场渗透率约为1.5%~2%。

中国市场有巨大发展空间，决定了我国邮轮市场快速可持续发展受到严重制约。

中国拥有14亿人口总量，14亿人口是我们发展邮轮产业的底气和本钱。但目前中国市场仍处于爬坡过坎的恢复期，市场潜力还有待挖掘。

从短期来看市场难以快速恢复。尽管今年市场发展形势喜人，但未来2~3年的时间跨度来看，中国市场尚未进入第二个“黄金发展期”。如皇家加勒比和

地中海邮轮原本计划明年部署中国的“礼赞”号、“MSC辉煌”号，均已确定不再重返中国，这对于中国市场来说是个重大损失，严重影响市场的有效供给。

此外，我国市场复购率非常低。当前消费者以尝鲜式为主，重复体验的意愿较低，因此“存量市场”的开拓是一项艰巨的任务。尽管邮轮公司采取多种方式试图提升复购率，但整体收效甚微。

从长期来看市场空间广阔。中国有能力持续创造新的需求，把邮轮产品做得越来越让客户喜欢；同时，可通过扩大邮轮人口基数、提升供给水平扩大市场空间。

当渗透率达到与美国同等水平的3.5%时，中国市场将超过1400万人次。当然这还有赖于行业的努力和政府的支持，重点是依托政策的扶持和产品的支撑，共同将市场的“蛋糕”做大。

### 打破藩篱补齐不足开放融合创新发展

探索将14亿总人口转化为有效邮轮乘客基数；创造市场有效供给；推动邮轮政策与世界接轨

打造中国邮轮产业的“黄金时代”是一个全局性、系统性工程，需要从多个主体、多个链条全面推进。

从服务业角度，需要政府、企业、港口、乘客协同发力，通过邮轮文化的普及，共同提升和促进整个服务市场和旅游市场的发展；从制造业角度，需要从研发设计、供应链、运营、政策等方面统筹推进，实现“四轮驱动”，提升市场的供给能级和供给质量，推动邮轮行业的高质量发展。为此提出三点建议：

一是拓展邮轮人口基数。突破现有的1.3亿邮轮人口的天

板，探索将14亿总人口转化为有效邮轮人口，以持身份证件上船作为政策优化的努力方向，可率先在国内游、多点挂靠的沿海游、无目的地游航线上尝试。开放身份证件登船是一项重要的政策制度，有助于迅速扩大邮轮人数基数。

二是创造市场有效供给。首先要吸引国际邮轮公司拓展中国市场，将最新、最好的邮轮部署在中国，实现有效供给的提升；其次本土邮轮设计和建造企业，要针对中国消费者需求研发设计新船型，共同努力把国产邮轮设计好、建造好，使其成为大家都喜欢的、具有有效供给能力

的邮轮；最后邮轮公司要创新邮轮产品和服务，通过邮轮+文化，提供沉浸式文化融合体验，打破同质化、内卷式竞争格局，引领创造消费需求。

三是推动邮轮政策接轨。中国邮轮产业政策的不完善是制约市场高质量发展的重要因素，也是中国邮轮走向国际市场的现实障碍。欧美市场已经有200余年的历史，特别是经历了近50年的高速发展，政策体系已经相当成熟，诸多政策和理论值得我们借鉴和学习。如国际邮轮公司在出入境管理、港口管理等方面政策理解执行比较透彻，并具有

成熟的实践经验；在船供、境外游资质、游戏业务、不良天气靠港、现金下船等方面的做法也值得中国参考借鉴。

邮轮产业强调“世界大同”的理念，应以此为指引推动中国邮轮政策与国际接轨，并实现政策支持健全和完善，重塑中国邮轮产业体系，打造具有世界标准、中国特色的邮轮生态体系。中国邮轮产业明天会更好——我们对此始终抱有坚定的信心。

（作者系中船邮轮科技发展有限公司董事长、中国旅游车船协会邮轮游船游艇分会会长）