

我国邮轮旅游“转舵”何方？

据新华社 国庆假期刚过,上海市民刘杰已在关注春节出游市场,他计划为一家老小预订为期7天的邮轮旅行。

6年前,刘杰第一次乘坐邮轮,他仅将邮轮看作交通工具,关注的是目的地在哪里、票价是否便宜。如今他将邮轮旅游看作一场休闲,更关注是否有符合父母口味的餐饮、年幼儿子喜爱的游乐设施、满足妻子“逛吃逛吃”爱好的店铺;他愿为家人的快乐旅程支付更多账单,当然也希望物有所值。

正是像刘杰这样的邮轮游客增多,带来了我国邮轮旅游经济发展的“嬗变”。

自由行、举家游增多

上海工程技术大学、上海国际邮轮经济研究中心等近日发布的《邮轮绿皮书:中国邮轮产业发展报告(2019)》显示,尽管亚太邮轮市场上50岁以上游客仍然是“主力军”,以中国游客为代表的亚洲邮轮游客逐渐趋于年轻化,2018年游客平均年龄为45.4岁,较2017年有所缩小。

日本港口综合研究财团理事山本三夫介绍,近两年中国赴日邮轮游客的显著变化是自由行游客增多。人们更青睐旅行时间更长的邮轮线路,游客开始认同邮轮旅游是一种生活方式。

歌诗达邮轮集团亚洲总裁马睿哲也注意到,越来越多的中国人以家庭为单位出游,人们在船上的消费需求呈现多元化,消费升级明显。

近日在上海举办的2019亚太邮轮大会上,全球知名邮轮公司纷纷披露未来战略计划,瞄准的都是从“看热闹”转变为“讲体验”的中国消费者。

皇家加勒比旗下绿洲系列正在建设中的第五艘邮轮将于2021年下水、部署中国母港,届时有望成为世界最大邮轮;MSC地中海邮轮最新旗舰、17.2万吨的荣耀号将于明年6月17日开启中国首航;嘉年华集团旗下歌诗达邮轮日前与海南省、三亚市政府签署三方合作协议,部署2020年全新以三亚为母港的季节性邮轮航线……

愿为更舒心的旅途买单

实际上,近两年我国邮轮市场正处于“爆发式”扩张后的战略调整期。

数据显示,2006到2011年中国邮轮市场年平均增长率36.74%,2012到2016年的年平均增长率达到了72.84%。然而,我国邮轮市场自2017年起首次出现增速放缓。中国交通运输协会邮轮游艇分会等近期发布的《2019中国邮轮发展报告》显示,今年上半年,全国沿海13个邮轮港共接待国际邮轮364艘次,同比下降27.2%,邮轮出入境旅客同比下降23.74%。

上海港国际客运中心开发有限公司总经理徐珏慧分析,在此前的高速扩张期,我国游客对邮轮旅游这种侧重于休闲的“舶来品”认识不足,对价格更为敏感,人们在船上消费不高、产品复购率也不高;从供给

方面,我国邮轮市场95%以上的供给被国际邮轮巨头垄断。

此外,国内邮轮市场“包船”、低价竞争较为激烈;邮轮公司与旅行社间的分销体系也有待理顺。2018年,部分邮轮企业在中国市场收益不理想减少在中国市场运力投入,也成为导致邮轮市场收缩的原因之一。

中国旅游集团有限公司副总经理李刚分析,中国游客出游方式、休闲理念正进入“转型期”,越来越多的游客认为“便宜无好货”并愿意为更舒心的旅途买单。旅游消费升级给邮轮旅游市场注入新的动力。

在中国旅游研究院院长戴斌看来,市场增速放缓甚至出现下滑,其背后正是我国邮轮旅游业正在推动一场供给侧改革——从高速扩张期,转向高质量发展期。

消费升级与产业升级并行

在业界看来,中国邮轮产业正伴随消费升级实现产业升级。

在上游,上海与中船、芬坎蒂尼、招商局等深化战略合作,推动中船与嘉年华、芬坎蒂尼签订总价近50亿美元的“2+4”艘大型邮轮制造合同。中船集团相关负责人介绍,由中国建造的首艘大型豪华邮轮将于10月18日在上海切割钢板、开工建设。在中游,全球邮轮巨头加速在中国布局以优质服务、全新技术、丰富船上体验活动等特征的新船、大船,在上海开启亚洲首航、设立运营公司或区域总部。在下游,我国不断完善邮轮港购物休闲配套,营业面积达1700平方米的国内首个邮轮港进境免税店将于第二届中国国际进口博览会期间在上海正式开业。

前不久,国务院办公厅印发《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》,提出支持邮轮游艇旅游。马睿哲认为,随着邮轮消费者不断增长的需求和多个邮轮行业利好政策的出台,邮轮市场规模也将不断扩大。

中国邮轮旅游发展示范区日前在上海揭牌,将依托上海吴淞口国际邮轮港,聚焦邮轮旅游、邮轮消费、邮轮市场、邮轮运营、邮轮产业,积极探索建立适应中国邮轮市场发展特点的管理模式、同国际邮轮发展规则相适应的制度体系、邮轮经济全产业链发展体系和邮轮发展服务配套体系。

上海社会科学院海上丝绸之路研究中心主任李小年认为,上海将加强国内外区域合作,开辟多母港、双母港航线。通过开发“飞机+邮轮”“高铁+大巴+邮轮”“邮轮+内河游轮、游船”“无目的地游”等新产品和新航线,不仅满足国内消费者需求,也将促进入境游市场。

MSC地中海邮轮执行主席皮耶尔弗兰切斯科·瓦戈认为,上海创建中国首个邮轮旅游发展示范区是一个令人鼓舞的消息。该集团将继续支持中国建设更加开放、创新和可持续的邮轮市场。

■陈爱平



沪窗口集中展示“看家本领”

据新华社 第二届中国国际进口博览会进入20天倒计时之际,上海多家窗口企业的服务明星、服务团队、特色服务项目等在浦东集中展示了各自的“看家本领”,浦东新区同期发布了《商圈消费环境评价规范》区级标准。上海力求通过文旅地标、热门餐厅、娱乐商圈等重要窗口行业,为进口博览会提供高品质的服务保障工作。

首届进口博览会期间,多个窗口企业的优质服务也使得它们成为了行业榜样:中国第一高楼上海中心的主动微笑问好、主动迎送、主动引路开电梯门、主动扶老携幼、主动征求客人意见的“五个主动”服务法;老上海裁缝街地道的“定制服务”让其成为境外客商的热门消费地;上海佛罗伦萨小镇的“浦东机场-小镇”免费穿梭巴士、上海奕欧来奥特莱斯导购大使服务、百联世纪购物中心的VIP会员沙龙新模式……这些上海窗口行业的服务明星将在今年持续擦亮“上海服务”品牌的同时,形成示范带动效应。

餐饮行业也是上海窗口服务提升中的关键着力点。展示现场,延续传统精益求精的,有南翔小笼的制作技艺、大富贵的食品雕刻、龙须面的制作手法等。紧跟潮流灵活融合科技的,有迎宾机器人和智能传

菜运输机器人等。“我们的花生运输机器人已经活跃在不少餐饮企业之中,进博会期间,来到上海的客商很有可能就会由它们‘端茶送水’提供服务。”上海擎朗智能科技有限公司工作人员介绍道。

餐饮行业食品安全氛围的打造,监管部门也拿出了“看家本领”。上海长宁区就在今年5月至11月中旬组织开展了食品安全“错时监管”的专项行动。与日常监管不同,“错时监管”是执法人员利用工作日晚间及双休日等休息时间,开展执法检查工作,各大商圈、人流量大地区的餐饮经营单位为重点检查区域,不仅在进博会期间,也在更为长效的日常餐饮消费中起到保驾护航的作用。

针对近年来上海大大小小的商圈如雨后春笋般四处崛起,如何保证消费者在休闲娱乐的同时享受到标准规范的服务?上海浦东探索发布了《商圈消费环境评价规范》区级标准,率先以标准化手段推进消费环境优化工程,打造“上海购物”品牌的一项创新性举措。据悉,该标准将在陆家嘴、世博、联洋、金桥等重点商圈开展应用,并计划委托权威第三方机构开展消费环境的质量监测工作,针对测评结果提出改进意见和建议,不断改善上海的消费环境和消费体验度。

■王默玲 何欣荣

健康保险交易平台业务上线

据新华社 上海市健康保险交易平台近日正式上线,并推出首个核保核赔业务。这是上海市卫生健康委与上海保险交易所满足群众日益增长的保险保障需求的举措,标志着保险业与上海地区医疗健康数据互联互通取得突破。

作为资源整合、社会服务、跨界创新的专业性平台,上海市健康保险交易平台按照“分步实施,急用先行”的原则,以市场急需、可操作性强的保险服务创新和保险产品创新为切入点进行建设。上线后,保险公司在获取客户本人授权后,可通过平台在线查询客户相关健康信息,实现核保、理赔等业务的高效办理,让“数据多跑路、群众少跑腿”;同时,还能通过数字化技术实现个

人健康风险状况与保险产品的有效匹配,有效防范健康保险欺诈风险,助力社会信用体系建设。

据悉,依托平台研发的首款健康保险产品即将推出。产品主要针对老年人群癌症费用负担重等痛点难点,由中国人民健康保险股份有限公司进行承保,计划于今年年底正式开放购买。后续平台还将与其他保险公司合作陆续推出各种贴切实际需求、质优价廉的健康保险产品,丰富健康保险产品和服务供给,进一步完善多层次医疗保障体系。

上海去年健康险赔款给付82多亿元,同比增长30%以上,健康保险成为健康医疗服务需求的“新入口”。

■仇逸

信息快报

长三角气象保障一体化:“一张网+一朵云+三个平台”

据新华社 长三角正在全面推进气象保障一体化建设。在近日启动的“走基层看气象”长三角气象一体化主题活动中,上海市气象局局长董榕介绍,长三角将形成气象协同观测的“一张网”和气象信息资源共享的“一朵云”,并且打造长三角一体化和智能化的气象预报、服务和创新“三平台”。

据了解,长三角气象观测“一张网”建设,包括都市圈精细化雷达观测网、港口、航道、海岛、海岸线自动气象站网和激光测雾雷达网,生态和旅游气象观测网,长三角交通气象观测网等的一体化融合,发展智能观测和社会化观测。“一朵云”包括建设长三角基础气象数据云平台,实现长三角基础气象数据一体化采集、共享;同步建设长三角气象服务数据云平台,融入长三角大数据中心建设,建立互联、开放的气象大数据服务机制,将“气象公共云”的数据和产品与社会各行业相关数据深度相融,进一步提升气象数据和产品的应用效率和贡献率。

在观测和数据共享的基础上,长三角气象保障将形成一体化的预报平台,包括覆盖长三角区域的超高分辨率和多尺度的数值预报系统、台风及中尺度对流系统的预报预警业务系统、环境气象预报预测分析系统和港航一体化海洋气象业务系统。

同时,围绕长三角一体化气象服务保障的重点领域和重点任务,整合长三角各地气象部门的服务资源,建立长三角区域一体化服务业务平台,提升预警统一发布、防灾减灾、公共气象服务等核心功能。聚焦核心技术领域,实施联合攻关,共建长三角气象科技开放创新平台,力争在区域数值模式、台风预报、人工智能技术应用、航空气象、远洋导航、交通气象、生态气象等领域产出具有自主知识产权的重要创新成果,增强科技成果转化主体的内生动力。

■李荣

多家“饥饿餐厅”亮相申城

据解放日报 16日是世界粮食日,多家“饥饿餐厅”选择在当天亮相申城。中山公园商圈的一家“饥饿餐厅”里,不论是菜肴配色还是餐厅布置,都在呼应“膳食宝塔”推荐的健康饮食方式。

上海餐饮选择丰富多样,为什么会有“饥饿餐厅”?原来,就算填饱肚子,也可能存在“隐性饥饿”。围绕这个话题,联合国世界粮食计划署联合美团点评、新浪微公益以及数十家连锁餐饮品牌共同提出倡议,倡导健康饮食,拒绝“隐性饥饿”,“饥饿餐厅”是该活动的一个组成部分。

中国农业农村部食物与营养发展研究所唐国博土说,“显性饥饿”比较好理解,通俗地说就是“吃不饱”;而“隐性饥饿”一般因人体维生素和矿物质缺乏造成。与“显性饥饿”相比,“隐性饥饿”更难察觉,若妇女长期处于这种状态,可能导致婴儿出生缺陷、发育不良,增加儿童和孕产妇死亡率及免疫系统弱化等诸多疾病。

世界粮食计划署驻华代表屈四喜介绍,全球约有超20亿人处于“隐性饥饿”,联合国提出“零饥饿”目标,要在2030年前消除饥饿,其中既包括“显性饥饿”,也包括“隐性饥饿”。此次联合国世界粮食计划署在上海联合互联网平台及众多餐饮企业,也是希望能准确传达“零饥饿”中的营养理念,并通过“饥饿餐厅”等创意设计,让公众直接体会健康饮食的重要性。

当天,除了多家连锁餐饮品牌在沪同时落地“饥饿餐厅”快闪店外,还有不少餐饮品牌推出“吃出彩虹公益套餐”,聚焦消除“隐性饥饿”,倡导消费者合理饮食。

■任翀

中国玩具出口韧性强

据新华社 中国玩具和婴童用品协会近日在上海公布,今年1-8月,中国玩具出口货值315.24亿美元,比去年同期增长16.7%,远高于同期全国外贸6.1%的出口增幅。

据介绍,中国今年前8个月315.24亿美元的玩具出口,既包括动物玩具、玩偶、智力玩具等传统玩具,也包括婴儿车及其零件、电子游戏机、圣诞节用品等类别的商品。今天的中国玩具,已不是劳动密集型产品的代名词,而是具有科技含量、包含文化情感和创新精神的“中国制造”。

在日前上海开幕的第18届中国国际玩具及教育设备展览会上,来自中

国20个玩具主产区的企业与全球30多个国家和地区的玩具同行展出了上万款趋势新品。

加拿大知名玩具企业斯平玛斯特公司中国区总经理王峻枫认为,如今中国企业不断加大研发投入,越来越重视商品的文化内涵和知识产权保护,玩具领域的许多创新都已引领全球风气之先。

与玩具展密切相关,中国玩具和婴童用品协会日前还在上海举办婴童用品、授权和幼教展,四个展览规模达23万平方米,继续保持亚洲第一的行业领先地位。

■吴宇 高少华