

艙位增至百萬 客源大跌至五成

隨着三峽工程175米蓄水成功，長江三峽的航運條件得到極大改善，豪華郵輪因此成為「後三峽時代」暢遊長江三峽的首選。渝鄂兩地尤其是重慶，不惜重金打造豪華郵輪「艦隊」，擬從這條黃金水道的旅遊產業中賺個盆滿鉢滿。兩年間，在重慶市政府鼓勵下，三峽擠進31艘渝籍豪華郵輪，艙位增至過百萬個，但客源卻沒有「水漲船高」，反而下滑明顯，上座率跌至只有45%。為了搶客，有郵輪推出「半價優惠」招徠，三峽遊市場近期出現了一場「史上最慘烈的價格火併」。可以預見，這條黃金水道將會「血流成河」，「失血」過多的郵輪公司隨時不支倒地。

■香港文匯報記者 楊毅 重慶報道

三峽郵輪艦隊劈價血拚



造船衝動引發郵輪之痛。



長江黃金豪華郵輪票價創新低。



郵輪內裝豪華，難掩票價之痛。

本

報記者7月23日在郵輪停泊的重慶朝天門碼頭觀察，當日洪峰過境，兩江水（長江和嘉陵江）交匯處渾濁不堪，除少數人觀洪，整個港口鮮有行人。躲在陰涼處受訪的攤販和「棒棒」（搬運工）表示，最近幾月，明顯感覺上下郵輪的外國人大幅減少，「之前經常給老外搬行李，最近生意淡了。」

黃金白菜價¥999

對此，市民周先強亦有同感，「那真是鑼鼓喧天，人山人海。」一開口，周先強就套用小品的詞形容過往豪華郵輪首航儀式。周先強就在碼頭附近上班，目睹了多艘豪華郵輪在此舉行的首航儀式。翌日，他總能從當地的報章中看到：造價上億元（人民幣，下同）的郵輪下水，總統套房高達萬元。然而，最近周先強有些驚奇，當地一家報章刊登的一則廣告稱：花999元就可乘坐長江黃金豪華郵輪遊覽三峽風光三天兩夜。「豪華郵輪都賣出『白菜價』了啊！」周先強既感歎又疑惑，豪華郵輪怎麼了？

其實，賣出「白菜價」的郵輪，何止長江黃金郵輪一家？重慶新世紀遊輪公司、重慶長江海外、重慶東江實業等經營豪華郵輪的企業，紛紛加入「價格火併」戰，其力度全

本

都是「歷史罕見」，驚得周先強合不上嘴巴。

這場「史無前例」的價格戰，是從今年3月開始爆發的，但伏筆卻早已埋下。去年底，一則「重慶豪華郵輪六成歇業」的消息，曾驚動業界。後經調查，雖係「虛驚一場」，但百天後，傳言卻演變成令郵輪企業都心慌的現實。

維遊反擊降價35%

美國維多利亞遊船重慶公司總經理周琢稱，從今年3月中旬開始，該公司不斷有國內團隊臨時被取消，每次少則數十人、多則上百人。截至5月份，累計取消的團隊客數量達到了4,000多人。周琢派出的調查人員反饋回來的答案是：有競爭對手暗中降價攪客搶生意。而這一情況帶來的直接影響是，四五月，該公司旗下的「凱蒂」、「凱珍」等7艘豪華郵輪，最低上座率還不到50%。

維遊公司面臨收支平衡的挑戰！幾經思量，周琢所在的團隊決定反擊，被迫將票價由原先的2,000多元/人，下調至1,300多元/人，減幅約三成半。「通過降價，我們上座率提高到了85%。」不過周琢坦言，由於自身價格降幅大，目前上座率僅能維持收支平衡。

然而，究竟是誰暗用「殺招」，搶食對方的「奶酪」，各郵輪公司均不作正面回應。重慶工商大學旅遊與國土資源學院副院長王寧寧訴本報記者，很難說是誰先挑頭，現實是大家都在這麼做。

明年或有郵輪停航

數據顯示，目前重慶投放在長江三峽上的豪華郵輪數量為31艘（未含湖北籍郵輪），總艙位已增至100萬多個。重慶市交委的數據稱，今年1月至5月，整個長江三峽的遊客接待總量僅22萬多人（包括陸路、豪華郵輪和普通遊船的遊客），相比去年同期30萬多人左右的數據，下滑約27%。

目前在重慶郵輪旅遊市場上，呈現出「船票價格戰加劇，負載率同比大幅下滑」的特點。以5月份為例，郵輪平均負載率僅為45%左右。

在市場不景氣的大背景下，各郵輪公司不僅要使出渾身解數，搶佔客源，同時還要「暗中較勁」，使得整個市場雪上加霜。業內人士直呼重慶豪華郵輪行業洗牌的時間為時不遠，甚至不排除明年就會有郵輪公司停擺。「洗牌是肯定的，但屬市場行為，不是行政行為。」王寧寧說，誰先改變，誰就能拿到一副「好牌」，反之亦然。

三大致命傷 黃金水道不聚財

湖北「總統」系列2艘、世紀遊輪2艘、華夏神女1艘。值得一提的是，僅重慶就形成了黃金郵輪和世紀遊輪兩個豪華郵輪「艦隊」。同時，稍早的郵輪載客量在200人至300人，新一代郵輪則達300人至500人。總艙位由60多萬個，一下突破100萬個，短時間內重慶豪華郵輪的運力增長已接近翻一番。坊間由此傳出「造船衝動是導致郵輪亂象的最大禍根」的結論。

冬難看景 夏熱趕客
再者，「靠天吃飯」也給郵輪行業致命一擊。冬季和夏季是郵輪旅

遊市場的傳統淡季，冬季三峽雨霧較多，視野不夠開闊，兩岸許多景點無法遠眺欣賞；夏季三峽異常炎熱，旅程不夠愜意，因而客源稀少。但郵輪企業需要生存，為爭奪客源，對於供應本身就「過剩」的豪華郵輪而言，拋棄行業自律，以降價刺激市場成了必然選擇。

重慶市交委分析，歐美經濟持續低迷等因素對三峽郵輪旅遊的影響短期內難以消除，三峽豪華郵輪旅遊市場行情或將持續低迷。「兩岸猿聲不住，輕舟已過萬重山。」當年李白穿越三峽的暢

快，如今被豪華郵輪演繹成「舉步維艱」，着實令人扼腕。



重慶市長黃奇帆對郵輪產業寄予厚望。

重慶市長黃奇帆對郵輪產業寄予厚望，曾表示要逐步完善投資環境，建設好郵輪碼頭等旅遊配套設施，鼓勵和吸引更多的本土民企和外地民企參與重慶旅遊發展，加快做大做強這一朝陽產業。

5月遊客下跌18%

市場沒給面子。市場為何亂？首先，受歐美經濟增長乏力等因素影響，入境旅遊市場低迷，豪華郵輪境外遊客運量同比大幅下滑。此外，由於國內經濟下行壓力加大等原因，國內遊客運量同比也大幅下

降。重慶市交委提供的數據支撐了這一觀點：1至5月，重慶朝天門港累計完成豪華郵輪進出港699艘次，與去年同期相比持平，旅客運量93,985人次，與去年同期相比減少17.6%。其中，國內遊客58,987人次，與去年同期相比減少18.6%，佔總量的62.8%；境外遊客34,998人次，與去年同期相比減少15.8%，佔總量的37.2%。

兩年郵輪下水12艘

其次是運力過剩導致供需失衡。據了解，僅用兩年，渝鄂兩地共有12艘豪華郵輪下水，包括黃金系列7艘、

學者料休閒度假遊可突圍

黃金水道為何培育不出黃金產業？豪華郵輪是否過剩？如何渡過難關？

「郵輪市場供求失衡，最大問題出在企業自身。」重慶工商大學旅遊與國土資源學院副院長王寧在接受本報訪問時不認同「豪華郵輪過剩」的論調，他指出國際金融危機爆發後，三峽郵輪主體市場——歐美日三大經濟體深陷其中，導致旅遊消費劇減。一直從事涉外業務的豪華郵輪無奈轉戰國內市場，與國內郵輪爭搶內需「蛋糕」，「之前井水不犯河水，現在短兵相接。」

「三峽郵輪推出30年，以『不變應萬變』，是郵輪行業陷入困境的最關鍵因素。」王寧認為，國內外需求不足，是客觀因素，企業無力改變，但市場變了，旅遊產品一直不變，企業的故步自封，就是自殺行為。王寧說，2004年他開始研究，追蹤三峽旅遊的消費模式，休閒度假遊的比率從當年7%提升到現在的14%，雖然比率仍然不大，但增速迅猛。面對市場的變化，郵輪企業一直執着叫賣觀光遊產品，但觀光遊層次不高、內涵不夠、遊客參與度不深的弊端暴露無遺，「回頭客」幾近失守。相反，漸受遊客追捧的休閒度假遊產品，郵輪企業卻視而不見，遲遲沒推出。

「五定」政策 阻礙新線路

「觀光遊供大於求，休閒遊求大於供。」王寧稱，目前所有三峽郵輪公司制定的旅遊線路和停靠

點的選擇高度雷同，遊客早就失去了興趣。郵輪企業應推出休閒度假遊產品，一是改變航線，不再簡單重複渝宜（昌）或宜奉（節）宜線路，而是深入三峽腹地的景區，進行深度休閒體驗遊；二是根據不同遊客的愛好與需求，打造不同的主題遊，比如三國文化遊，把長江沿岸的雲陽張飛廟、奉節白帝城等與三國文化相關的景點串在一起，讓遊客充分體驗、感悟三國時代「浪花淘盡英雄」的魅力；比如針對特殊遊客群體，開發百萬移民文化遊，專門停靠移民縣等；另外還有遊船+遊艇遊。

王寧解釋，是政策限制和人才缺失制約了郵輪企業「照方抓藥」。現行政策對郵輪的開航、停靠、碼頭等實行「五定」，企業推新線路，需要政策支持，不然只是徒勞，所以無人敢動。另外，旅遊產品設計人才的缺少，更是讓企業束手無策，無法變革。「目前，郵輪停靠的碼頭多為3,000噸，但新郵輪都在萬噸級以上。同時，郵輪在景點靠岸後，客人無法及時通過其他交通工具快速轉運，也讓各方苦惱。」

遊客在三峽大壩壇子嶺旅遊區參觀遊玩。

遊客在遊船上拍攝巫山縣小三峽景區。

人造景區同質化 少底蘊

重慶師範大學旅遊學院教授羅茲柏認為，重慶郵輪建造僅是簡單仿造歐美郵輪，沒有考慮三峽特色。長江三峽重慶段長達幾百公里，很多區域景色同質化嚴重，被羅茲柏稱為「垃圾段」。景色沒看點，如何吸引遊客，就只能從船本身下手，增強遊客對文化的體驗。著名學者易中天遊三峽時，也曾向當地政府部門指出，要增強三

峽郵輪的文化屬性。另外，羅認為長江沿岸景區的品質不高，當地政府或開發商，以為旅遊就是開發，就是大興土木，沿岸一些景區完全就是堆砌出來的，沒有歷史感。「急功近利，缺少底蘊。」羅稱，外國遊客最不願意看人造景點，缺少特色、內涵，不如不看。