

疫情常态化下长江内河游轮所面临的机遇和挑战

兰晓曼

(上海工程技术大学, 上海 201600)

摘要: 随着我国疫情防控进入常态化, 国内经济正在有序复苏, 邮轮旅游业也正显现其强大的生命力。在全球疫情防控形势未定, 国际邮轮旅游业存在极大不确定性的情况下, 我国内河游轮旅游具有强大的先发优势。同时, 我国构建“双循环”新发展格局的战略机遇正在显现, 在这个新形势下, 我国长江内河游轮也正在迎来新的机遇和挑战, 因此, 研究长江内河邮轮如何面对和处理这些问题是本文的重点。

关键词: 疫情常态化; 内河游轮; 安全; 旅游市场

中图分类号: [U6-9] **文献标识码:** A **文章编号:** 1006—7973 (2021) 09—0021—02

我国疫情防控进入常态化时期, 由于疫情持续时间和范围的未知性, 邮轮旅游市场发展依然持续受到很大的影响。各大国际邮轮公司都表示国际邮轮复航的日期和航线都会受到疫情不确定性的影响, 可能会发生变动, 尤其是在全球疫情未得到有效控制的情况下, 国际邮轮有很大概率会继续延迟复航。不过, 我国疫情防控优势明显, 2020年7月长江三峡内河游轮已开始正常运营, 这也印证了内河游轮在邮轮市场复苏和重启中具有良好的优势, 本土内河游轮在这样的背景下将迎来一场机遇和挑战。

1 疫情常态化下长江内河游轮所面临的机遇

1.1 内河游轮旅游市场游客需求变化

自2006年至2017年十余年间, 乘坐邮轮出境的中国游客从2万人次增长至240余万人次, 中国邮轮旅游市场客源规模居全球第二。可见中国游客对水上航行这种休闲旅游方式的偏好和喜爱。在国际疫情防控未取得有效控制的条件下, 游客对国际邮轮旅游的需求将直接转向内河游轮需求。目前全球疫情防控形势未定, 游客对出境旅游存在顾虑, 在选择旅行目的地时更加谨慎, 更加偏向于自己所熟悉的且了解当地防疫情况的地区, 故主要以国内中短途旅行为主。在这样的背景条件下, 曾偏好邮轮旅游的部分邮轮游客会转向我国内河游轮作为其水上旅行方式, 内河游轮旅游市场将会进一步扩大。同时, 游客对内河游轮目的地的旅游产品与服务也会有更高的要求。

1.2 产业政策相继出台激发内河游轮活力

李克强总理在首届世界旅游发展大会开幕式上曾提出, 要推出一系列促进旅游业改革发展的政策措施, 目的是把旅游业打造成国民经济的战略性支柱产业和人

民群众更加满意的现代服务业, 以迎接正在兴起的大众旅游时代。面对疫情对我国邮轮市场的打击, 国家制度政策依旧是中国邮轮产业的重要支持。2020年中旬国家相继出台各项产业政策, 海南等地邮轮产业经济有效复苏。随后, 我国交通运输部制定了《国内游轮常态化疫情防控工作指南》, 相关部委和地方政府也相继发布一系列政策举措, 鼓励并指导内河游轮有序复航, 其中长江游轮已于7月恢复航行。

1.3 “双循环”新格局助力内河游轮高质量发展

为了推动我国经济高质量发展, 党中央作出重要的战略部署, 构建国内大循环为主体, 国内国际双循环相互促进的发展格局, 这为我国邮轮产业指明了方向, 也为我国内河游轮带来了新的发展机遇。一方面能够通过内循环扩大内需进一步释放国内邮轮旅游的市场空间; 另一方面优化内河游轮营商环境, 促进内河游轮在港口建设、产品开发、经营与服务等方面进行改进和思考, 来应对游客市场变化所带来的挑战。

2 疫情常态化下, 长江内河游轮所面临的挑战

2.1 游客消费者旅游观念的转变

随着国民收入水平的上升, 中国人的旅游方式已然发生了改变, 观光不再是游客出门旅行的目的, 游客追求的更多的是休闲、娱乐与观光的结合, 休闲游已是大势所趋, 而我国长江内河游轮并未随之开发适合不同消费群体的旅游产品。例如三峡游轮岸上的景点多数是老祖宗留下的基业, 已经经营了很多年, 但是在经营者主观上很难意识到消费者需求的变化, 即使意识到了也不会主动去改变和创新来吸引消费者, 甚至更加巩固现有的东西来实现所谓的改进。

2.2 内河游轮旅游健康和安全问题

我国游轮旅游安全事件包括多种类型，如事故灾难、自然灾害、公共卫生事件和社会安全事件等类型。人们出游的意愿受到许多因素的影响，其中一个重要因素就是对健康和安全的担心和顾虑。尤其是在疫情暴发初期，“钻石公主号”等邮轮上的大规模感染事件，这使得邮轮旅游在游客心中产生了巨大的消极看法和影响。对于大多数人而言，无论是出境的邮轮旅游，还是我国境内的内河游轮旅游，都并非刚性需求，且内河游轮同样具有载客量较大，空间相对封闭，行动范围有限等特性，健康安全成为游客主要的考量因素。

2.3 内河沿线旅游产品单一，缺乏多元性

我国长江沿岸城市拥有深厚的文化底蕴，无论是在资源丰富度还是发展条件方面，都具有得天独厚的优势。但是，长江内河游轮旅游依然存在一些难题未解，如：内河沿线景点未能与时俱进，不能满足游客需求；码头设施老化未能成为城市的名片，无法对现有旅游产品或景点起到宣传作用；航线陈旧未向外开拓，市场受到限制等等，整体来看就是供给老化，旅游产品单一，缺乏吸引力和多元性，资源整合能力低下，长江内河游轮若希望抓住这个机遇，从而实现更好的发展，必须重视游轮旅游的产品研发。

3 长江内河游轮实现更好发展的有效对策

3.1 提振产业发展与旅游消费信心

信心是产业发展和市场恢复的重要因素。建议政府相关部门继续加强邮轮产业的政策支持，从顶层设计方面加强指导，对有需要的内河邮轮企业进行相关的财税补贴政策等。游轮企业和旅游公司要做好市场引导，联合宣传部门，加大内河游轮疫情防控体系完善的宣传，使消费者认识到内河游轮的安全性。加快创新产品供给吸引消费者，推出人性化的退款、改签及保护政策，进一步保障消费者的权益，减少消费者的消费顾虑。同时，码头要加强安全措施的宣传，提升游客对港口的信心。结合其他正面宣传，来消除疫情带来的负面影响，积极地正确地引导社会舆论，提升长江内河游轮旅游形象。

3.2 不同主体建立相应的行之有效的安全管控措施

相关旅游部门、旅游目的地、以及旅游企业应根据季节、地理位置、人文等因素建立安全风险管控机制，有针对性地防范内河邮轮旅游安全事件的发生，如在旺季加大安全防范检查力度，定期组织安全事件突发应急能力演练、加强游轮游客的安全宣传教育等。针对目

前存在的公共卫生事件，建立完善的卫生风险防控体系非常重要，不仅要坚持疫情防控的高标准，还要与其他港口建立联防联控机制，对突发事件进行有效的对接，形成一套包括源头把控、通关筛查、船上防控、岸上处置在内的完整疫情防控体系，做到行之有效，游客安全放心。

3.3 开拓长江中下游市场，深化与沿岸城市旅游资源整合

目前长江沿线港口城市旅游资源尚未与游轮产品形成良好的互动，长江内河游轮产品还需要根据游客的需求变化不断优化。同时，长江中下游具有良好的旅游资源和具有实力的消费群体，具有后发优势，尤其是长三角地区，凭借其良好的经济基础，近年来长三角地区旅游产业规模和旅游业态均呈现爆发式增长，若进一步优化产品和服务的开发，长江内河游轮产业将会拥有更加广阔的市场前景。例如开发具有江南水乡文化的旅游路线；开发长江内河游轮和海洋邮轮联动产品等。用游轮来进一步串联长江沿岸各城市的旅游资源能够形成巨大的动能，释放更大的市场空间，这是一个很好的思路，但开拓长江中下游市场绝非易事，需要多方的协同配合。

4 结论

当前疫情常态化下，我国旅游业逐渐复苏，虽国际邮轮复航时间暂不明确，但我国内河游轮旅游业可以抓住此次机会扩大游客市场。在此新形势下，长江内河游轮应该更清楚地认识到旅游市场变化所带来的机遇与挑战，并采取相应的、具有针对性地改进措施，将所面临的挑战转变成发展机遇，在我国经济复苏的同时，推动内河游轮旅游业稳步发展。

参考文献：

- [1] 董媛, 蒋文恬. 基于市场需求的我国内河邮轮旅游产品研发——以长江邮轮旅游为例 [J]. 重庆第二师范学院学报, 2013, 26 (03): 39-41.
- [2] 邱玲, 周浩. 疫情防控常态化下的邮轮旅游市场 [J]. 中国港口, 2021 (02): 39-41.
- [3] 谢燮. 内河游轮的供给老化及解决之道 [J]. 中国船检, 2017 (07): 45-48.
- [4] 冯宪超. 长三角内河游轮水上旅游产业新机遇 [J]. 中国港口, 2018 (05): 33-35.
- [5] 李睿. 欧洲内河游轮旅游市场发展现状及启示 [J]. 水运管理, 2019, 41 (07): 31-32.