

# 湖北三峡旅游集团股份有限公司

(湖北省宜昌市港窑路 5 号)



## 长江三峡省际度假型游轮旅游

### 可行性研究报告

二零二三年四月

## 一、项目概况

项目名称	长江三峡省际度假游轮项目
项目实施主体	宜昌交运长江游轮有限公司
项目建设内容	建设4艘省际度假型游轮
投产运营计划	建成投产的游轮将运行宜渝航线，即从湖北省宜昌市至重庆市万州区的跨省度假型游轮旅游产品
项目总投资	103,708.00 万元
拟投入募集资金额	72,097.27 万元
项目建设周期	单船建造期2年
船型及预计载客量	船长150米的休闲度假游轮，单船400-700人

## 二、项目背景

### （一）长江三峡旅游升温

长江三峡是世界上唯一能乘船旅游的内河峡谷景观，具有雄奇峻秀的峡谷风光、丰富的人文景观和 大国重器三峡工程等独居特色的优势资源，是极富魅力的国际游船旅游胜地。在商业化进程中，长江三峡旅游曾经历3次起落，分别是1992年三峡工程开工、1997年大江截流和2002年导流明渠截流三个节点。旅游市场的起起落落，直接影响到长江三峡旅游客运行业的可持续发展。自2000年到2006年，长江三峡旅游人数从187万人次下降到68万人次，减少了63.6%。之后，受国家旅游改革发展政策出台、长江沿线各地政府的大力支持、三峡工程全面竣工以及三峡升船机通航等利好条件影响，长江三峡旅游逐渐回温，2018年长江三峡省际游轮游客接待量约100万人次。

### （二）区域旅游政策支持

2008年，湖北省委省政府在《湖北省长江三峡国际旅游目的地发展与控制性规划》中明确提出“把长江三峡建成中国顶级、国际一流

的复合型旅游目的地，把旅游业作为三峡地区第一支柱产业来培育”。同年，湖北省委省政府提出了推进鄂西生态文化旅游圈的重大战略。2009年3月，湖北省发改委出台《鄂西生态文化旅游圈发展总体规划〔2009-2020〕》，提出在凸显“一江两山（长江三峡、神农架和武当山）”基础上的鄂西圈经济社会发展总体空间布局，把宜昌作为“双核”两个省域副中心城市之一。三峡大坝和长江三峡是鄂西圈世界级文化与旅游品牌资源，总体规划提出努力将长江三峡等打造成国内一流、国际知名的生态文化旅游目的地目标。根据《宜昌市建设世界旅游名城五年行动方案（2021-2025年）》《宜昌市文化和旅游发展“十四五”规划》，宜昌将聚焦长江三峡，打造“世界旅游名城”，大力推动宜昌建设长江大保护典范城市。

### **（三）宜昌三峡旅游定位**

宜昌市地处长江三峡最为秀丽壮观的西陵峡畔，是举世闻名的三峡工程和葛洲坝水电枢纽所在地。宜昌不仅拥有得天独厚的水利水运资源，还拥有雄伟壮丽的三峡工程、三峡风光、屈原和昭君故里、三国古战场、三楚名山、土家风情等自然和人文景观，文化内涵深厚，是著名的旅游胜地并已跻身于全国重点旅游城市之列，在海内外享有盛誉。随着三峡工程的建设竣工，宜昌旅游业快速发展，已经成为宜昌三峡区域经济的支柱产业。2019年，宜昌市共接待国内外游客8900.5万人次，实现旅游收入985.65亿元，同比分别增长15%、13.4%。茅坪港是省际游轮在宜昌的主要始发（终点）港，2019年接待进出港游客139.09万人，上下水游客接待量基本持平，宜昌作为长江三峡旅游重要集散地的地位凸显。

## **三、项目必要性**

### **（一）符合国家旅游发展政策要求**

根据国务院《国民旅游休闲发展纲要（2022-2030年）》《关于促进旅游业改革发展的若干意见》《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》等文件精神，国家鼓励依托城市综合客运枢纽，改善旅游消费环境；落实职工带薪休假制度，鼓励错峰休假和弹性作息，保障国民旅游休闲时间，激发旅游消费需求；推进邮轮旅游产业发展，推动游艇码头泊位等基础设施建设，开辟旅游消费市场。本项目符合国家旅游改革发展政策的要求。

### **（二）符合宜昌经济发展规划要求**

随着国家“一带一路”战略、长江经济带战略的全面实施，湖北“一主两副”和“两圈两带”战略深入推进，宜昌作为国家长江经济带发展的重要节点和湖北省域副中心城市，迎来了更加广阔的发展空间。三峡城市群、三峡新区、湖北自贸区宜昌片区等一系列关系宜昌长远发展的重点战略有望上升为国家战略，将为宜昌发展新跨越带来新的重大历史机遇。

宜昌是长江三峡旅游重要的始发地和目的地之一，但本地企业在长江三峡旅游中所占市场份额较少，以宜昌为船籍港的度假型游轮一直空缺。本项目是首个宜昌籍度假型游轮项目，对加快创建长江三峡国际旅游目的地、世界水电旅游名城和宜昌三峡国家旅游度假区具有重要促进作用。

### **（三）符合“电化长江”绿色产业发展趋势**

宜昌的底色是绿色，优势是水电，未来在绿电。宜昌布局打造“长江大保护典范城市”，坚持“电化长江”、宜昌先行，充分发挥宜昌的航运、市场、产业、运营优势，努力争当“电化长江”的技术创造者、标

准制定者、市场引领者。通过与三峡集团、宁德时代等企业的深入合作，率先研发了“长江三峡1”新能源纯电动游轮，在中国国内和国际船舶界引起新能源热潮，彰显了宜昌作为清洁能源之都的责任担当。本项目针对全电模式不能完全满足长途游轮能源需求、LNG和氢能源不适用客船等特性，创新提出插电式的柴电+锂电的游轮混合动力模式。与传统的纯柴油推进相比，可以节省15-20%的燃料，减少排放和脱碳20-30%左右。

#### **（四）符合旅游模式转型升级需求**

根据国际惯例，当人均GDP超过3,000美元时，旅游方式将由观光旅游向休闲和度假旅游转变。2019年，我国人均GDP已超过10,000美元，游客已经不仅仅满足于观光旅游，更重视在产品消费的过程中获得“休闲体验互动感受”。旅游业已经由传统的观光旅游向休闲度假旅游转变，以船舶品质、服务品质为主的度假型游轮迎来广阔的发展空间。

#### **（五）符合旅游产业利润支撑要求**

本项目投入运营后，将对公司旅游产业的发展带来新的利润增长极，对培育旅游产业核心竞争力，打造“车、船、港站、社、景区”为一体的长江三峡旅游公共交通服务体系建设发展起到重要的支撑作用。

### **四、市场分析**

#### **（一）市场现状**

##### **1.游轮运力情况**

##### **（1）游轮分类及定位区分**

游轮以主尺度为分类，120m 为分水岭，120m 以下称为中型游轮，120m 以上称大型游轮，船舶主尺度越大对应内河船舶建造检验规范中参数要求越高、造价呈几何上升。

130m 及以上豪华游轮因船舶品质和客源被业内称为高端游轮，主要运行宜渝航线；船舶主尺度较小、建造年份较早或船舶品质较差的游轮被业内称为经济型游轮，部分运行宜渝航线、部分运行宜万、宜奉等航线。

### （2）现有游轮运力情况

目前，长江三峡区域省际游轮企业共有 11 家，省际游轮 50 艘。其中，运行宜渝航线的游轮共计 42 艘，13,878 客位；运行万州及以下航线游轮共计 8 艘，1,768 客位。

### （3）游轮运力新增及退出情况

近年来，被列入老旧船舶的省际游轮逐渐下线，按“退三进一”运力置换政策，更新为新建省际游轮运力。截止 2019 年，经长江航务管理局批准的省际游轮新建运力有 21 艘，共 13870 客位，剔除长江中下游运力指标 2 艘，新增宜渝区间运力 19 艘、11970 客位。现已建成 7 艘，4540 客位。

## 2.游轮产品情况

产品名称	产品行程	运行周期（往返）	价格区间
宜渝产品	五天四夜（上水）/四天三夜（下水）	七天	1700-4200 元
宜万产品	三天二夜（单边）	六天或五天	900-1350 元
宜奉产品	三天二夜（单边）	四天或三天	600-900 元
宜奉宜产品	三天二夜	三天	700 元

### 3.游客客源情况

长江三峡旅游的客源以国内游客为主，占比达 88.4%。四川、浙江、江苏、上海、广东等省份游客为基础市场，北京、河北、山东、江西、辽宁等省份的游客为补充市场。国（境）外游客主要来自美国、澳大利亚、德国、加拿大、英国、台湾为主，韩国、新加坡、马来西亚、法国等为补充。

### 4.消费构成情况

#### （1）船票消费。

省际游轮的船票不仅是乘船凭证，还包含了吃、住、游、娱等基础服务内容。为了体现差异化服务，部分豪华游轮额外提供文化、康乐体验等免费项目，与观光游轮船票内容差别较大，与旅行社旅游产品套票类似。

#### （2）二次消费。

二次消费是游客在享受省际游轮全套基础服务后，因个性化需求而产生的增值服务，主要有自费景点、房间升等、餐标升级、酒吧（免费时段外）、游泳池（规模较小，有人数限制）、自营超市以及外包的商业零售、摄影服务和保健按摩等。高端游轮企业更加注重以优良的硬件环境、软件服务来提升服务品质，以丰富的文化、体验类免费服务来打造市场口碑，二消收益的关注度和贡献度相对经济型游轮较低。

### 5.营销模式情况

#### （1）FIT 模式。

FIT( Foreign Individual Tourist 异地零散游客)模式的邮轮营销，是欧美发达国家邮轮产品销售的主要模式，主要是以小型的旅行代理机构或门店为主，且直达消费终端和零售商的邮轮销售代理商体系和

格局已然成形，销售网点可直接为邮轮公司输送较为稳定的客源。因此，邮轮公司对市场的掌控性强，而收益管理也能做到了然于心，完全可以根据舱位的付款率进行动态收益管理。

## （2）零售包船模式。

零售包船模式是世界邮轮旅游业发展迄今，除了中国，在世界其他地区绝无仅有的邮轮营销模式，零售包船模式分为全包、半包船及切舱模式，主要应用于出境邮轮市场。包船是旅行社与邮轮公司签订买断型包船协议，包船后，旅行社必须按合同的约定全额支付包船费用，同时可自行制定销售价格。对于包船商来说，包船可让旅行社掌握足够的资源，同时享有定价权，但同时也使包船商面临巨大的销售压力。

## （3）区域市场分销代理模式。

区域市场分销代理模式与大部分景区资源营销模式较为类似。线下渠道实现精细的全国市场分区，并且按照不同市场制定不同的营销预算、任务目标、价格政策等，各片区的销售负责人长期驻外对接市场；线上渠道实现产品在所有 OTA 平台的全覆盖，通过与 OTA 平台的合作，提升产品排序与曝光，提升产品的品牌影响力。

## （二）发展趋势

### 1. 省际度假型游轮市场基本保持平稳

2019 年，省际游轮旅游市场接待量 98.62 万人次，其中宜渝航线接待游客 66.5 万人次，同比增长 2%，宜万、宜奉等航线接待游客 32.12 万人次，同比增长 38.0%。市场良性发展使游轮负载率稳定在可观区间，高端游轮全年游轮平均实载率为 78.0%，经济型游船实载率为 67.7%，略低于豪华游轮负载率。



## 2.游轮大型化是主流趋势

目前在运行的省际游轮船型参差不齐、大小不一、各具特色。目前各游轮企业拟设计、在建或新下水的船型以 150m 级为主，投资在 1.6-2.5 亿元之间（长江叁号约 2.5 亿元左右）。游轮船队规模化、大型化、专业化成为主流趋势，小规模船队的公司在宜渝线生存的空间明显受到挤压。根据目前各个公司市场运作情况来看，宜渝线上老旧、低端船舶淘汰至宜万、宜奉线运营，各公司之间进行船舶和运力之间的资源置换是目前普遍的市场操作手法。

## 3.市场格局面临新调整

省际游轮市场在过去的数年间，整体规模增幅不到 10%，远低于国内旅游发展的增长速度。但在近几年出现较大幅度增长，主要原因是受益于“东方之星”事故之后行业监管的力度加强，大批“老、旧、破”游轮被淘汰，高端游轮以相对优惠的价格迅速切入国内市场，获得了一定受众群体。目前，经济型游轮中老旧船舶不断下线或计划下线，新增省际游轮运力多趋于大型化，旅游市场格局将迎来新一轮调整。

# 四、经营模式

## （一）船型选择

### 1.参数

适应宜昌至重庆的三峡库区、自然河段、急流河段，涵盖 A、B 级航区、J2 航段，船舶长度 150m 以内，游轮倒桅后的水面以上总高度不超过 17m。

## 2.航速

采用柴电+锂电的混合动力系统，静水航速不低于 24km/h，在春夏旺季洪水季节逆水航行时保障一定的巡航航速，满足运营需求。考虑到游轮动力系统配置和燃料消耗等因素，设计航速不高于 27km/h。

## 3.载客

单船载客定额 720 人（其中加床 180 个），可根据市场票价、运营成本、船舶的主尺度及公共区域的布局综合平衡考虑。

## 4.服务

包括“食、住、行、游、购、娱”为一体，住宿房间至少包含总统套房、VIP 客房、标准房，公共区域应包含阳光甲板、中餐厅、西餐厅、酒吧、健身房、美容院、影院、图书室、会议室等功能区域。

### （二）运营模式

主要运行宜渝航线，全年运行 9 个月（270 天），每 7 天一个上下行往返航班，单船全年运行 38 个往返航班、76 个单边航次，2 艘游轮对开。

### （三）定价模式

参照本次新建游轮对应同类档次产品的运营价格，考虑市场竞争和营销渠道建设情况等因素，宜渝航线市场定价取 2800-3000 元/人，旅行社协议结算价格取 2500 元/人（淡旺季及各房型均价）。价格包含：船票、餐费、景点门票（丰都鬼城、神女溪、三峡大坝，赠送升船机）、导服、免费体验项目（酒会、康养讲座、观景平台、电影院、互动演艺等）、接转车等。

### （四）营销模式

完善现有营销体系，建立统一销售平台，实现线上线下、区域代理与直销相结合的营销体系，最终实现全球销售。

## 1. 海外市场

选择一家具有海外市场渠道的国内旅行社作为代理。

## 2. 线上渠道

公司线上渠道全面统筹，采用直营模式与各大 OTA 合作。

## 3. 线下渠道

采用区域代理制，根据代理商的实力和区域管控能力进行区域划分，对实力和区域管理能力较强的代理商可采用切位包销的模式。

## 4. 渠道互助

针对“两坝一峡”和省际游轮旅游的市场结构性差异，远程市场和经济发达地区由省际游轮区域经理负责省际游轮旅游营销，并为“两坝一峡”旅游产品营销提供支持。华中区域市场由“两坝一峡”区域经理负责“两坝一峡”旅游产品营销，并为省际游轮旅游营销提供支持，形成两支营销团队，既有分工又有合作，工作各有侧重点。

## 5. 品牌推广

建立“两坝一峡”和省际游轮旅游统一品牌推广部门，统筹旅游产品的品牌建设与推广。

# 五、经济分析

## （一）项目投资及资金安排

长江三峡省际度假型游轮项目共建设4艘休闲度假型游轮，经估算4艘游轮的总投资额103,708.00万元，主要包括船舶设计费用、船舶建造费用、内部装饰费用及其他费用等。单艘游轮的投资为25,927.00万元，具体投资构成估算如下：

单位：万元

序号	项目	总金额	比例
1	船舶设计费用	300.00	1.16%
2	船舶建造费用	14,627.00	56.42%

3	内部装饰费用	7,250.00	27.96%
4	其他费用	3,750.00	14.46%
<b>投资合计</b>		<b>25,927.00</b>	<b>100.00%</b>

## (二) 建设计划

本项目第一、二年为首批游轮建造期，建成后投放市场。第三年为营运观察期，第四、五年为第二批游轮建造期，建成后投放市场。

项目建造及投资计划见下表：

建设周期	首批游轮建造期		
	首批游轮营运期		
	第一、二年	第三年	第二批轮建造期 第四、五年
建造计划（艘）	2	-	2
投入计划（艘）	-	2	-
单船造价（万元）	25,927	-	-
建造投入资金（万元）	51,845	-	51,845
铺底资金（万元）（按 造价 2.5% 计提）	2,593	-	-
小计（万元）	54,447	-	51,845

## (三) 经济测算

长江三峡省际度假型游轮项目总投资额 103,708.00 万元，投产后按照 15 年经营期计算，项目税后动态投资回收期为 12.66 年，税后财务内部收益率为 9.63%，具有良好的投资收益。省际游轮经济可行性测算情况如下：

序号	项目	修订值
1	静态投资回收期	10.61 年
2	动态投资回收期	12.66 年
3	税后内部收益率	9.63%
4	15 年累计净现值	3.28 亿元
4	达产年份营业收入	3.95 亿元
5	达产年份净利润	0.96 亿元

## 六、可能存在的风险及应对措施

## **（一）市场风险**

宜渝航线主要以境外游客和国内高端游客为潜在目标客户群体，现有的游轮公司已构建了相对完善的国内国外营销渠道。同时，因产品属性不同，度假型游轮以度假为主，“两坝一峡”游轮以观光为主，市场区域和渠道建设具有很大的差，公司在销售渠道方面还存在一些短板。此外，宜万、宜奉航线旅游市场面临着一些低端“国内游船”低质低价的恶性市场竞争，对如何在细分市场中准确定位，迅速打开局面造成一定影响。公司将组建专业团队，在省际游轮建造之初即进入区域目标市场，做好前期的市场调研，选择优质的渠道商，设计符合区域市场的线路产品，做好区域产品品牌的推广，扩大市场影响力，确保在产品投放市场之际能够有成熟的渠道支撑。产品投入市场后，持续创新游轮服务内容与流程，让游客从“吃、住、行、游、娱、购”全方位体验高品质服务，打造市场口碑。

## **（二）安全风险**

省际游轮旅游产业链长、覆盖行业广，集“食、住、行、游、购、娱”旅游六要素为一体，在营运过程中存在游客人身安全、船舶航行安全、食品安全和环境污染等安全和管理风险。公司自 1996 年至今一直从事高速船、旅游客船的经营管理，具有二十几年省际、省内客船经营管理经验，拥有一批高素质技术船员和丰富水上运输管理经验的管理团队，能够有效管控相关安全和管理风险。

## **（三）投资风险**

省际游轮旅游社会依赖性强，易受外力的冲击，特别易受国际经济形势、国内经济发展态势、卫生防疫状况以及自然灾害状况等因素的影响。同时，省际游轮建造审批流程复杂、建造周期长的特点，也

会造成一定的投资风险。公司经营团队将秉持匠心打造高品质省际游轮产品的理念，认真做好产品运营以及市场渠道建设，稳扎稳打做好生产经营工作，最大程度降低投资风险。

## **七、项目审批/备案、环评情况**

该项目由长江游轮公司向秭归发改局登记备案。本项目不涉及环评。

湖北三峡旅游集团股份有限公司

董 事 会

2023年4月24日