

STUDY ON MARKET CHARACTERISTICS AND
MECHANISM OF CHINESE MARINE TOURISM AND
DESTINATION RESPONSES

中国海洋旅游 市场特征机制及 目的地响应研究



张佑印 著

中国海洋旅游市场特征机制及 目的地响应研究

张佑印 著

中国环境出版社·北京

图书在版编目(CIP)数据

中国海洋旅游市场特征机制及目的地响应研究/张佑印著.
—北京:中国环境出版社,2015.5
ISBN 978-7-5111-2344-2

I. ①中… II. ①张… III. ①海洋—旅游市场—
研究—中国 IV. ①F592

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第069735号

出版人 王新程
责任编辑 孔 锦
助理编辑 高 艳
责任校对 尹 芳
封面设计 彭 杉

出版发行 中国环境出版社
(100062 北京市东城区广渠门内大街16号)
网 址: <http://www.cesp.com.cn>
电子邮箱: bjgl@cesp.com.cn
联系电话: 010-67112765 (编辑管理部)
010-67187041 (学术著作图书出版中心)
发行热线: 010-67125803, 010-67113405 (传真)

印 刷 北京中科印刷有限公司
经 销 各地新华书店
版 次 2015年10月第1版
印 次 2015年10月第1次印刷
开 本 787×960 1/16
印 张 8.5
字 数 146千字
定 价 49.00元

【版权所有。未经许可,请勿翻印、转载,违者必究】

如有缺页、破损、倒装等印装质量问题,请寄回本社更换

序

从经济视角分析,旅游业具有很好的经济属性。从供需角度来看,目的地的接待能力反映了旅游供给状况,而旅游市场规模反映了旅游需求状况。旅游目的地接待能力与客源市场规模之间的供需平衡又是衡量区域旅游业发展合理性的一个主要标准。多年来,我国区域旅游发展的供需矛盾一直没有得到很好解决。近年来,随着国内旅游业的井喷式发展,这种供需矛盾更加凸显,已成为制约旅游目的地建设的一个核心问题。由于很多地区尚未厘清自身旅游供需平衡状况,造成严重的两极化发展现象。一种现象是部分地区旅游供给滞后于旅游需求,出现交通拥堵、景区超载、住宿饱和、服务跟不上等众多问题,严重影响了旅游环境质量,导致游客满意度体验大大下降,进而对其品牌形成了潜在的破坏。另一种现象是有些地区盲目加大景区与设施建设,形成旅游供给过量,最终导致景区、饭店、交通等要素使用率明显不足,造成大量资源性浪费。总体来看,厘清旅游市场规模以及旅游目的地供给情况是当前区域旅游产业发展面临的重要问题,而解决这一问题的根本前提是搞清楚旅游市场规模及结构特征,只有在明确了旅游需求总量的条件下,才能更好地指引区域旅游产业的规模。从理论角度分析,由于区域旅游供需平衡的本土化诉求缺乏相应的理论指导,在一定程度上制约和影响了旅游目的地的可持续发展。故加强旅游市场和目的地关系的研究,就成为我国旅游学界当前及长远理论和实践研究的急需。

我国是海洋旅游资源大国,但却不是海洋旅游强国。海洋资源作为当前最具时尚和动感的旅游资源,已经成为休闲度假旅游的最主要载体之一。随着我国经济社会的不断发展,海洋旅游市场也在不断壮大。在过去的50年中,以3S(阳光、沙滩、冲浪)为主体的海洋旅游,已经发展成为全球旅游产业的前沿和增长最快的领域。

我国面依太平洋,腹靠欧亚大陆,海洋旅游资源十分丰富。不仅拥有18 000 km的大陆海岸线,6 500多个大小岛屿;同时还有着300万 km²的可管辖海域,海洋

国土占我国陆上国土总面积的 1/3, 南北延伸近 40 个纬度, 涵盖了热带、亚热带、温带、暖温带等多种海洋风光, 这无疑为我国发展海洋旅游提供了优越的资源禀赋。

从市场层面来看, 我国作为世界上人口最多的国家。2013 年年底, 在我国大陆居住的人口已经达到 13.61 亿人, 约占世界总人口的 19%, 这种规模的人口为发展旅游业提供了广阔的潜在旅游市场。改革开放 30 多年来, 我国经济社会均得到了飞速发展, 居民可自由支配收入也得到了显著的提升, 这为潜在旅游市场转化为现实旅游市场提供了良好的经济基础。另外, 随着我国各种小长假、黄金周、带薪休假制度的逐步落实, 居民的休闲时间也得到了较好保证。据统计, 2013 年我国国内旅游规模已经达到 32.62 亿人次, 全年旅游总收入达到 2.62 万亿元, 成为全世界最具活力的国内旅游市场国家。另外, 2013 年中国公民出境人数达到 9 818.52 万人次, 比上年增长 18.0%; 全年实现旅游业总收入 2.95 万亿元人民币, 比上年增长 14.0%。

总体来看, 我国的旅游市场无论是在数量还是在消费方面具有很强的发展潜力。近年来, 国家也开始重视海洋旅游的发展。首先是海南国际旅游岛发展战略的提出, 接着是国务院 41 号文件、《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》以及《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》等, 均将海洋旅游放在了重要的位置, 国家旅游局也将 2013 年的旅游主题确定为“海洋旅游年”。通过分析可看出, 我国的海洋旅游已经进入了黄金发展时期, 对其市场特征机理的分析研究, 将具有极大的现实价值。

我国旅游统计研究相对滞后, 理论支撑相对薄弱。对于现实旅游市场供需矛盾突出的现状, 学者多是从微观尺度对某些特定目的地进行研究, 而张佑印博士的这本专著, 通过实地调研、网络调研以及深度访谈等多种途径, 获取了大量可靠的数据信息; 从海洋旅游市场角度, 将市场划分为现实海洋旅游市场和潜在海洋旅游市场来进行研究; 探讨了市场规模、市场繁荣度、行为特征以及期望特征等; 判断了我国海洋旅游市场所处的生命周期阶段, 探析了影响潜在旅游市场转化为现实旅游市场的核心因素; 分析了现实旅游市场对我国海洋旅游产业的感知评价。最终以天津市滨海新区为例, 从旅游市场管理以及目的地响应的两个方面, 构建海洋旅游市场的调控响应措施。

总体来看, 该书对我国海洋旅游市场特征进行了一些有益的探索, 并形成了一些较为系统、科学的观点及结论, 在宏观方面对指导我国海洋旅游产业发展提

供了一定的科学依据，并在深化拓展我国旅游业发展空间，具有一定的重要意义。

张佑印博士自从研以来，一直从事旅游者感知领域方面的研究，在旅游者感知评价以及旅游者空间移动（旅游流）等领域均有独到见解。自2010年走入中国旅游研究院区域旅游发展与规划研究所后，他有了更多的田野调研的机会，为其相关研究提供了更为有力的支撑。天津滨海新区作为国家级新区，目前旅游业所起的地位和作用还相对较弱，作者能够以其作为研究案例进行深入分析，对当地海洋旅游产业的发展具有较强的指导意义。



2015. 8. 17.

目 录

第 1 章 背景分析.....	1
1.1 海洋旅游市场研究的意义.....	1
1.2 研究方法.....	4
1.3 技术路线.....	5
1.4 研究内容.....	6
第 2 章 海洋旅游市场研究概述.....	8
2.1 海洋旅游的相关研究.....	8
2.2 旅游市场研究回顾.....	15
2.3 国内外海洋旅游市场研究综述.....	18
2.4 海洋旅游市场的定义、分类与特点.....	21
第 3 章 现实海洋旅游市场特征.....	30
3.1 数据获取及有效性检验.....	30
3.2 现实市场规模特征.....	32
3.3 海洋旅游市场繁荣度指数.....	37
3.4 现实市场结构性特征.....	45
3.5 现实市场消费行为特征.....	48
3.6 旅游市场空间结构特征.....	51
3.7 现实市场感知评价特征.....	54
第 4 章 潜在海洋旅游市场特征.....	58
4.1 数据获取及有效性检验.....	58

4.2	潜在规模分析.....	59
4.3	替代目的地分析.....	62
4.4	潜在市场结构特征.....	64
4.5	潜在市场旅游行为特征.....	67
4.6	潜在市场旅游偏好分析.....	70
4.7	海洋旅游制约因素分析.....	75
4.8	空间距离对海洋旅游行为的影响研究.....	79
第5章	海洋旅游市场存在问题研究.....	83
5.1	海洋旅游市场发展趋势.....	83
5.2	我国海洋旅游市场的阶段性问题.....	84
5.3	我国海洋旅游市场存在的问题.....	88
5.4	我国海洋旅游市场问题的动因.....	92
第6章	目的地市场营销响应.....	95
6.1	理论背景.....	95
6.2	海洋旅游市场细分.....	98
6.3	海洋旅游市场定位.....	100
6.4	市场营销措施.....	102
6.5	打造海洋旅游功能区体系.....	110
第7章	案例研究——以天津滨海新区为例.....	115
7.1	发展背景.....	115
7.2	市场特征及定位.....	118
7.3	目的地发展响应.....	119
7.4	市场营销响应.....	125
7.5	保障措施.....	127

第 1 章

背景分析

海洋旅游是依托海滩、海水及海岛等海洋资源,以观光、游览、度假、探险、娱乐、运动、疗养为目的的旅游活动的总称。一般来说,海洋旅游可分为滨海型和海洋(包括近海、深海、大洋)型两种类型。在资源方面,我国海洋旅游资源丰富多样,并拥有一定的规模;从市场方面来看,我国海洋旅游市场发展迅猛,海洋旅游收入已占全国旅游总收入的 1/4 以上,并稳居中国海洋经济总产值前列;旅游产品方面,我国海洋旅游基本形成以滨海观光为主,康体疗养、休闲度假为辅的产品体系,并且正从滨海观光向滨海度假、滨海和近海旅游向远洋旅游发展。总体来看,伴随海洋旅游业的发展,我国海洋旅游基础设施建设和海洋旅游装备制造制造业迅速兴起,旅游产业集群、航运产业集群和商贸、餐饮产业集群正向融合发展,海洋旅游综合体的开发逐渐成熟,大型乘客集散中心、大型购物中心、娱乐餐饮、酒店、别墅区等功能设施加快集聚,综合体开发的水平和层次越来越高。未来,受国家海洋战略强力推动,中国海洋旅游产业将迅速崛起,迎来新的辉煌。

1.1 海洋旅游市场研究的意义

1.1.1 实践意义

(1) 我国海洋旅游资源丰富。中国背靠欧亚大陆,面向浩瀚的太平洋,有 18 000 km 的大陆海岸线,6 500 多个大小岛屿,海洋旅游资源十分丰富。除了 960 万 km² 的陆上疆域外,中国还有着 300 万 km² 的管辖海域,海洋国土占我国陆上国土总面积的 1/3,南北延伸近 40 个纬度。有中温带、暖温带的海上景致,更有热带、亚热带的海洋风光。从几米深的浅海到超过 5 300 m 的深海中,栖息浮游着各种海洋生物;滨海地带有岩岸、沙岸、泥岸和红树林生物海岸;有海蚀地貌、

海市蜃景、观日赏月的佳处、防波祭海的宗教宫庙,还有种种记录名人游踪、海战遗迹的人文景观;沿海及海岛居民缤纷多彩的生产活动和风俗民情以及广为流传的种种美丽动人的传说,都映射出中华民族几千年来的文化积淀。我国的海洋旅游资源种类多、数量大、质量高。据初步统计,我国有与海洋旅游有关的景点 1 500 多处,滨海沙滩 100 多处,其中最重要的有国务院公布的国家历史文化名城 16 个、国家重点风景名胜区分区 25 处、全国重点文物保护单位 130 处和国家海洋自然保护区 7 处。另外,1992 年国务院正式批准建立的 12 处国家旅游度假区中有 11 处分布在沿海省份。

(2) 旅游市场潜力巨大。2013 年年底,在我国大陆居住的人口已经达到 13.61 亿人,约占世界总人口的 19%,这种规模的人口为发展旅游业提供了广阔的潜在旅游市场。而随着改革开放 30 多年来,我国社会经济均得到了飞速发展,人民可自由支配水平也得到了显著的提升,这为潜在旅游市场转化为现实旅游市场提供了经济基础。另外,随着我国各种小长假、黄金周、带薪休假制度的逐步落实,居民的休闲时间也得到了一定保证。据统计,2013 年我国国内旅游规模已经达到 32.62 亿人次,全年旅游总收入达到 2.62 万亿元,成为全世界最具活力的国内旅游市场国家^①。另外,2013 年中国公民出境人数达到 9 818.52 万人次,比上年增长 18.0%;全年实现旅游业总收入 2.95 万亿元人民币,比上年增长 14.0%。总体来看,我国的旅游市场无论是在人数还是在消费方面具有很强的发展潜力。而以 4S(阳光、沙滩、冲浪和性)为形象口号的海洋旅游业态,已成为全球旅游产业的前沿和增长最快的领域,相应的也成为吸引旅游市场规模最大的旅游产业形态之一,所以我国海洋旅游市场潜力非常巨大。

(3) 国家层面重视。习近平主席 2013 年 10 月在印度尼西亚国会演讲时提出要构建面向 21 世纪的“海上丝绸之路”,这个提法在 2014 年 3 月李克强总理所作的政府工作报告中得到进一步印证,他强调指出“我国要抓紧规划建设丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路”。这表明海上丝绸之路的提法已经成为我们国家新一届政府深化改革战略设计的重要组成部分,引起了国内外的密切关注。目前学界可能更多关注它的经济发展意义,把它视为中国特色的市场经济面临新一轮全球化挑战的新包装。旅游方面,我国 2013 年将中国旅游主题确定为“海洋旅游年”,这些均为海洋旅游发展提供了很好的政策环境。海洋旅游是当前全球旅游业

^① 数据来源:2013 年中国旅游业统计公报。

发展的新潮流,海洋旅游不仅被认为是未来最有希望的海洋经济领域,在海洋经济发展中具有先导地位,而且是增进各国友好交往、人民友好交流的重要桥梁,更是引导民众了解海洋、亲近海洋、体验海洋、增强海洋意识的重要途径,让人们在休闲旅游的同时强化国家海洋权益维护、海洋环境保护观念,是建设海洋强国的一项重要内容。2013年1月,海南分界洲岛成为中国首个海岛型5A级景区。

总体来看,海洋旅游作为国家外开发战略的重要内容,对于我国社会经济的全面发展都具有重要意义。然而,我国海洋旅游起步相对较晚,市场的海洋旅游意识还相对较弱,旅游市场不论是从规模还是从品质方面均有待进一步提升。市场分析作为制订战略的根本依据,在当前阶段对我国是至关重要的,科学合理地辨析当前海洋旅游潜在市场和现实市场的特征、判断海洋旅游市场发展的阶段、研究海洋旅游发展存在问题,这些工作对于我国制订下中长期海洋旅游发展战略具有重要的指导意义。

1.1.2 理论意义

国内海洋旅游研究“实践超前、理论滞后”的现象依然存在,加强对相关研究是当前亟须解决的问题。海洋旅游作为我国海洋战略的重要支撑点,对于我国主张权益、促进开放、提升国家软实力和国民海洋意识等方面均具有重要意义。而海洋旅游市场作为海洋旅游活动的主体,是开展海洋旅游研究的前提和基础,所以在当前国家提出海洋战略的关键时期,优先对国内海洋旅游市场进行科学的研究、系统的分析,无论从产业实践角度,还是学术科研角度均具有重要意义。从国内外海洋旅游研究现状来看,以往对海洋旅游研究主要集中在海洋旅游资源与开发、海洋旅游经济、海洋旅游文化、海洋旅游环境、海洋旅游管理五个方面,从游客角度分析海洋旅游市场的相关研究相对较少,这使得这些研究都缺少定量的分析和有效的前提支撑,其成果的合理性得到普遍质疑。虽然柴寿升等学者已从客源构成、消费档次、旅游动机三个方面分析了我国海洋旅游市场的现状。朱惠君等学者也从市场细分、市场定位、目标市场选择等方面提出了拓展海洋旅游市场的营销策略。但总体来看,我国海洋旅游市场的研究还处在初级阶段,在海洋旅游市场的理论、方法、内容及措施方面均有待进一步深化和拓展。

旅游者作为旅游活动的主体,是旅游学研究中不可或缺的一部分,而旅游市场作为旅游者群体行为的一种表现,也是旅游科学研究中的核心内容。自旅游学研究开始,旅游市场就受到了较为广泛的关注,相关论文、教材、专著也出版了

很多,对旅游科学的丰富和完善均奠定了坚实的基础。然而,也有学者认为当前旅游市场研究还只是停留在对表面特征的分析阶段,缺少抽象的提升、理论的总结和方法的创新。另外,原有市场往往以目的地旅游中游客作为市场研究基础,对于潜在市场分析相对较少。所以旅游市场学无论是在研究理论、研究方法,还是在研究领域方面均需要进一步提升。

本书将以海洋旅游市场为研究对象,通过对比分析现实旅游市场和潜在旅游市场之间的差异,判断我国海洋旅游市场的发展阶段和存在的问题,从而为丰富旅游市场研究提供支撑。本书拟构建旅游市场规模计算模型、市场繁荣度的指标,来丰富旅游市场相关理论。最后,本书拟借助内省法分析我国海洋旅游市场存在的问题,从而丰富旅游市场研究的方法。

1.2 研究方法

本书主要基于市场调查法获取数据,基于数理统计分析方法分析数据,运用GIS方法展示及分析市场的空间关系,借助推拉理论分析旅游市场形成机制,借助归纳总结分析旅游目的地对旅游市场需求与趋势的响应。

(1) 田野调查法。田野工作是人类学和社会学研究的主流方法,也是一种实证性的研究方法。由于旅游流的复杂性,在全世界范围内,在旅游流的空间流动特征的研究过程中,统计数据的缺失成为最大的障碍。因此,必须通过野外实地对游客进行调查访问,才能获得客观的分析资料。本书将从三方面进行野外调查工作。一是运用现场拦访的问卷调查法在案例地(天津滨海新区)进行实地调研,从而获取现实旅游市场的一手资料;二是运用网络问卷调查法,借助微博、腾讯QQ、人人网等社交网站,依托个人社会关系网,即通过亲友以及亲友的亲友获取潜在旅游市场的一手资料;三是通过对主要滨海旅游目的地以及客源地游客深度访谈获取滨海旅游市场发生的内在机理。

(2) GIS分析方法。GIS(Geographic Information System)是地理学研究中的一种高新技术。GIS在国民经济发展、国防等领域得到了越来越广泛的应用,特别是面向21世纪的信息社会,GIS的应用前景更是不可估量。本书将运用ArcGIS软件对我国海洋旅游市场的空间结构进行分析,并借助叠置分析,判断影响海洋旅游市场规模的核心因素。

(3) 市场学分析方法。市场学分析方法相对较少,目前运用较多的是亲景度、

年度变化指数、空间变化指数等指标的分析,本书将借助该方法对我国海洋旅游市场的总体规模情况进行分析。

1.3 技术路线

旅游市场是旅游活动的主体,更是开展旅游研究的前提和基础。海洋旅游作为国家海洋战略的重要支撑,对其市场研究具有重要理论意义和现实意义(图 1-1)。本书依托市场学、经济学、地理学、社会学和心理学等相关理论基础,以国内海

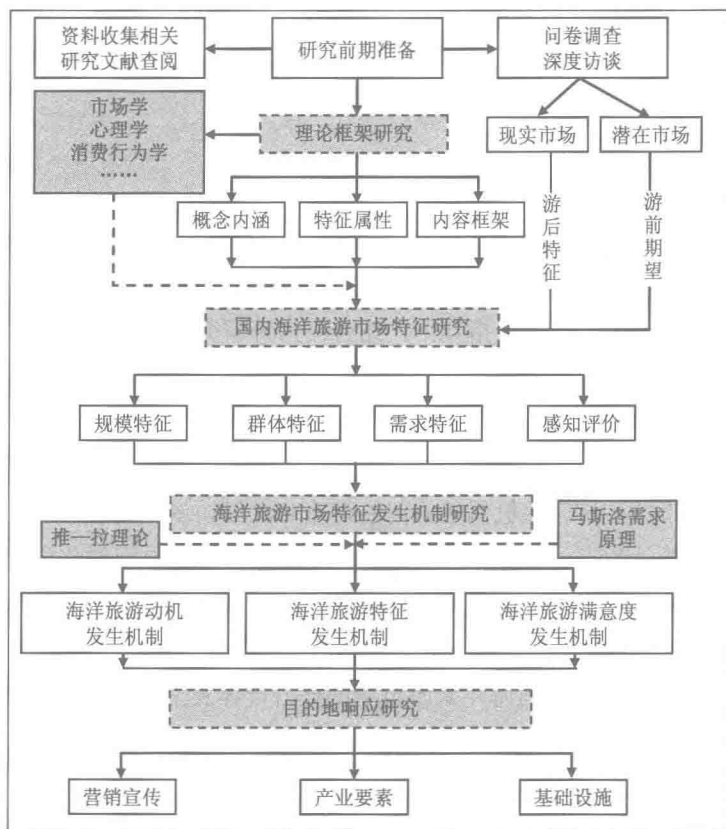


图 1-1 技术路线

洋旅游市场为切入点,以天津滨海新区(国家级新区)为案例,运用对比分析、数学建模、因子分析、回归分析、模糊综合分析及GIS分析方法,分析我国海洋旅游市场的理论基础、特征机制及目的地响应。探索如下问题:①国内海洋旅游市场的理论框架研究。系统梳理国内外相关研究基础,构建国内海洋旅游市场研究框架。②国内海洋旅游市场特征研究。通过海洋旅游目的地(现实市场)和客源地(潜在市场)的随机偶遇式问卷调查和深度访谈,结合权威统计数据,分析海洋旅游市场特征(规模特征、主体群体、空间结构、需求特征、感知评价)。③国内海洋旅游市场特征机制研究。依托旅游心理学、消费行为学等相关理论,从马斯洛需求理论和“推—拉”理论入手,分析海洋旅游市场特征的发生动力机制。④国内海洋旅游市场响应研究。基于国内旅游市场现状判断和趋势,分析海洋类旅游目的地在各方面的(营销宣传、产业要素、基础设施)响应措施。以期研究结论有益于扩展旅游市场研究的丰度与广度,为主张权益、促进开放、提升国家软实力和国民海洋意识提供新的思路。

1.4 研究内容

(1)国内海洋旅游市场研究的概念体系和理论框架。在市场学、经济学、地理学、社会学和心理学等理论指导下,结合国内外研究进展,系统梳理旅游市场研究的理论框架和发展现状,并对其进行评论和展望。结合国内海洋旅游市场与其他市场研究的异同点,提炼出海洋旅游市场的基本理论、研究方法和核心内容。

(2)国内海洋旅游市场特征。通过对海洋类旅游目的地(现实市场)和旅游客源地(潜在市场)游客随机偶遇式问卷调查和深度访谈(游客、管理人员和专家),结合权威统计数据,分析国内海洋旅游市场的特征,总结海洋旅游市场规律。具体包括四个方面:①海洋旅游市场规模研究。依托权威统计、抽样调查数据,借助数据剥离法,参照国际其他区域的经验,判断出我国当前海洋旅游市场的总体规模和潜在规模;②国内海洋旅游市场的核心群体及空间分布特征研究。通过对游客人口统计和客源分布的分析,确定海洋旅游市场在主体群体和空间分布特征;③海洋旅游市场的主体需求特征分析。从海洋旅游现实市场和潜在市场对旅游信息、旅游产品、服务设施、产业要素的需求特征(档次、价格)对比分析,研究海洋类旅游市场潜在需求特征和现实需求特征;④国内海洋旅游市场的感知评价分析。分析国内海洋旅游市场对目的地的营销宣传、产业要素、服务设施及

服务水平的满意度评价。

(3) 国内海洋旅游市场的发生机制。依托旅游心理学、消费行为学理论,借助调研数据,从马斯洛需求理论和“推—拉”理论入手,分析海洋旅游市场特征的发生动力机制。具体包括三个方面:①对海洋旅游动机发生机制的研究。主要是对海洋旅游动机产生的条件及内外在影响因素研究。②对海洋旅游特征发生机制的研究。从旅游市场需求特征入手,研究旅游需求和消费行为的核心动力机制及影响因素。③对海洋旅游满意度机制研究。从旅游者感知评价角度,分析影响旅游市场满意度的核心动力机制。

(4) 国内海洋旅游市场的目的地响应。基于国内海洋旅游市场现状及趋势的研究,通过对海洋类目的地的营销宣传、产业要素、基础设施合理性量化评价(空间结构、档次结构、产业结构),分析我国海洋类旅游目的地在响应旅游市场需求方面应具备的水平,并从政策角度、规划角度、市场营销角度提出当前海洋类旅游目的地的发展主要措施。

第 2 章

海洋旅游市场研究概述

2.1 海洋旅游的相关研究

2.1.1 海洋旅游的定义

随着经济的快速发展和人民生活水平的不断改善,海洋旅游在快速地发展和扩大,其游客群体也随之壮大,海洋旅游正在从高收入群体逐渐走向普通收入群体,以海水、阳光、沙滩等为内容的海洋游览、娱乐、体育活动和疗养活动能够满足人们的精神和物质的要求,正在成为大多数人的生活必需消费品。

有关海洋旅游的研究越来越多,定义也各有不同。董玉明在《中国海洋旅游业的发展与地位研究》中表示:海洋旅游是在一定社会经济条件下以海洋为依托,以满足人们精神和物质需求为目的,而进行的海洋游览、娱乐和度假等活动所产生的现象和关系的总和^[1]。李平、盛红认为海洋旅游是与陆地旅游相对应的,是按旅游活动地域不同来分类的一个子类。因而海洋旅游,是指在一定的社会经济条件下,以海洋为依托,以满足人们精神和物质需求为目的,而进行的海洋游览娱乐和度假等活动所产生的现象和关系的总和^[2]。李悦铮认为海洋旅游是指在一定社会经济条件下,以海洋为依托,以海水、阳光、沙滩为主要内容,为满足人们的精神和物质需求为目的而进行的海洋游览、娱乐、体育活动和疗养活动所产生的现象和关系的总和;并认为从地域角度看,海洋旅游主要包括在海滨地区、近海、海岛、大洋、海底等进行的旅游活动。董玉明认为海洋旅游是在一定社会经济条件下以海洋为依托以满足人们精神和物质需求为目的而进行的海洋游览、娱乐和度假等活动所产生的现象和关系的总和^[3]。中国旅游大辞典的定义为:海洋旅游是指依托海洋资源开展的各类旅游活动。以距陆域的远近为标准,可分为

滨海旅游、近海海上旅游和远洋旅游。以其依托的海洋环境的差异,又可分为海岸带旅游、海上旅游和海底旅游。随着潜水技术的进步,深海旅游也有望得到发展。海洋旅游是海洋发展战略的重要组成部分。《国务院关于加强发展旅游业的意见》中提出,要大力推进旅游与海洋等相关产业和行业的融合发展。《国务院关于推进海南国际旅游岛建设发展的若干意见》明确提出,要“积极稳妥推进开放开发西沙旅游,有序发展无居民岛屿旅游。”

上述定义虽然表述不一样,其最终还是落脚于对海洋旅游的定义和对海洋空间范围的界定上,所做的工作无非是将这二者有机融合起来。

依据国际旅游专家联合会的定义,旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和,这些人不会导致长期居住,并且不牵涉任何赚钱的活动。尽管这个定义比较泛化,但自其提出之后,在国际上得到较为广泛的认可。世界旅游组织在1980年马尼拉会议之后,将旅游重新定义为旅游是指人们出于非移民及和平的目的或者出于导致实现经济、社会、文化和精神等方面的个人发展及促进人与人之间的了解与合作等目的而作的旅行。从这两个定义来看,其对旅游活动的异地性和旅游活动中旅游者的空间移动这两方面比较重视,而对空间移动的方向和目的则存在某种程度的淡化。

至于对海洋空间范围的界定,从狭义角度看,海洋空间资源是指海洋水体、水面及其上覆空间、海床、底土的总称。从广义角度看,海洋空间资源发展内涵极为丰富,它不仅指海洋本身的大气、海面和海底,即内太空,还包括以海岸带和领辖海域的岛屿甚至内陆腹地的,海内发展以及以海外国家地区为对象的海外发展。因此,海洋空间范围不仅包括通常意义上的海洋水体以及其下的海床、底土和其上的大气,还包括陆地中受海洋活动作用影响明显的区域,主要是指海岸带和海岛,这部分区域既有陆地属性,也具有海洋属性,而且往往是海洋属性表现得更为明显。并且当前人类海洋旅游活动也主要集中于这一区域。

基于以上对旅游和海洋空间区域范围的界定,本书认为,海洋旅游是指非定居者出于非移民及和平的目的而在海洋空间区域内的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和,人们的出游目的主要是出于导致实现经济、社会、文化和精神等方面的个人发展及促进人与人之间的了解和合作。

2.1.2 海洋旅游的分类

海洋的开发和利用,使人类与海洋的互动关系越来越密切,其中海洋旅游的