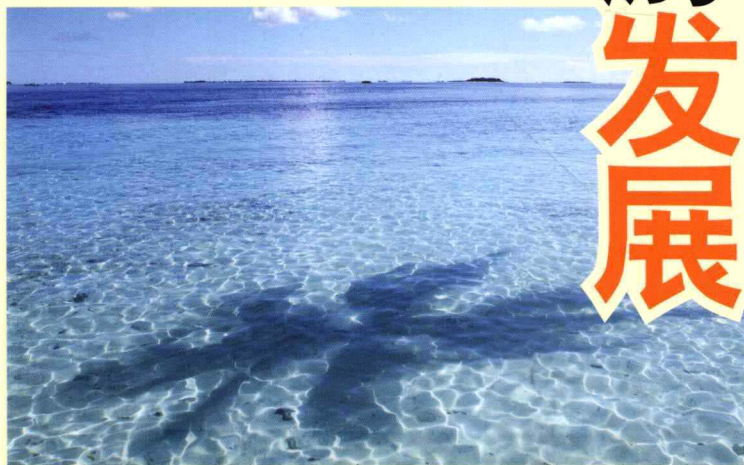


魏小安 陈青光 魏诗华◎著



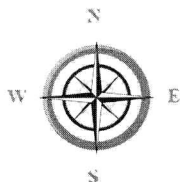
中国海洋 旅游发展

献给致力于建设海洋强国与发展海洋旅游的炎黄子孙



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE





中国海洋 旅游发展

魏小安 陈青光 魏诗华◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

中国海洋旅游发展/魏小安 陈青光 魏诗华 著.

北京: 中国经济出版社, 2013. 3

ISBN 978 - 7 - 5136 - 2334 - 6

I. ①中… II. ①魏… ②陈… ③魏… III. ①海洋—旅游资源开发—研究—中国
IV. ①F592. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 038187 号

责任编辑 张 卉

责任审读 霍宏涛

责任印制 常 毅

封面设计 任燕飞工作室

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 三河市佳星印装有限公司

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 22. 5

字 数 343 千字

版 次 2013 年 3 月第 1 版

印 次 2013 年 3 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 2334 - 6/F · 9647

定 价 39. 80 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

献 给

致力于建设海洋强国与发展海洋旅游的炎黄子孙

作者简介

魏小安

国内权威旅游休闲专家。现任全国休闲标准化技术委员会副主任、中国旅游协会休闲度假分会秘书长,曾任中国旅游研究院学术委员会主任、国家旅游局规划发展与财务司司长、政策法规司司长、旅行社饭店管理司司长。

主持、负责、参与改革开放以来中国旅游业三十年发展历程中的大部分重要国家级政策、标准、规划、课题,出版、发表专著和论文 2000 余万字,指导各地区域发展、旅游休闲项目开发多年,享誉中国旅游界。

陈青光

高级经济师,现任北部湾旅游股份有限公司副董事长、中国旅游协会休闲度假分会副会长。曾任中国旅游协会常务理事,桂林旅游股份有限公司董事长、桂林市旅游发展总公司董事长、桂林旅游车船公司总经理、桂林市旅游局局长、桂林市人民政府副秘书长、桂林市人民政府市长助理、中国旅游车船协会副会长、广西旅游协会副会长、桂林市旅游协会会长、桂林市道路同业公会副会长。

魏诗华

北京制源江山咨询有限责任公司董事长、三亚琼州学院客座教授、国内多个地方政府旅游产业研究基地负责人、国内多个旅游休闲行业组织顾问。曾任教育部首届发展中国家旅游管理高级研修班讲师。

主持或参与各类重大旅游休闲课题、规划、策划、设计项目 100 余个,合著有《全产业链视阈下的旅游发展》(南开大学出版社),公开发表学术论文和报刊评论文章 10 余篇,提出数个有较大影响力的旅游发展理论模型,发起和组织多个国际旅游文化活动。

前言

建设海洋强国与发展海洋旅游

党的十八大报告提出：“提高海洋资源开发能力，发展海洋经济，保护海洋生态环境，坚决维护国家海洋权益，建设海洋强国。”

“建设海洋强国”的概念进入十八大报告，在当前国内外复杂的形势之中，具有重要的现实意义、战略意义，是中华民族永续发展、走向世界强国的必由之路。

新时期，中国经济已发展成为高度依赖海洋的外向型经济，对海洋资源、海洋空间的依赖程度大幅提高，在管辖海域外的海洋权益也需要不断加以维护和拓展。这些都需要通过建设海洋强国加以保障。海洋经济已成为拉动中国国民经济发展的有力引擎。

建设海洋强国，要在开发海洋、利用海洋、保护海洋、管控海洋方面拥有强大的综合实力，在这些方面，发展海洋旅游都能起到重要而独特的积极作用。

21 世纪进入第二个十年，中国已经成为世界经济大国。过去三十多年，中国主要承接发达国家的产业转移，发达国家不把中国当作竞争对手，然而，新时期的中国经济正在转型升级、自主创新，意味着中国的竞争对手正在从发展中国家扩大到全世界。竞争范围的扩大、竞争对手的升级、发展制约因素的增多，使中国的发展环境比过去更加艰难。

1840 年以后，中国产生了初步的民族意识；1937 年以后，中国形成了现代国家的概念；1949 年以后，中国建立了现代国家；经过改革开放三十多年的发展，中国的国家利益尤其是国家核心利益凸显。现代国家利益不应当转化为民族主义浪潮，更不能转化为民粹主义。中国离不开世界，世界也离不开中国，当今中国需要创



造一种柔中寓刚的柔性发展战略。在这样的背景下,旅游业因其巧妙而特殊的作用,上升为国家战略产业。

国家战略是指运用国家力量,达成国家目标。国家战略产业能够整合几乎所有产业,是国家现有产业转型发展、增值发展、深化发展的催化剂与融合剂;是国家未来发展战略性方向的产业载体;是社会和谐、环境友好的战略工具。发展战略产业,提升国民生活;发展战略产业,推进文化复兴;发展战略产业,提升软实力;发展战略产业,推动现代产业融合。

国家利益和国家战略要靠国家综合实力来保障。旅游是国家实力中的软实力和巧实力。旅游超越意识形态和社会制度,没有争议;旅游促进民间交流,增进了解;旅游突出文化差异,形成影响;旅游构造产业体系,创造效益;旅游树立国家和地方形象,创造品牌;旅游巧妙传达国家意志,维护国家权益。在长期实践中,旅游作为国家外交工具发挥了重要作用;未来,旅游作为国家经贸工具也将继续发挥重大作用;从长远来看,旅游在维护国家核心利益和支撑国家发展战略的各个方面,都会进一步发挥重大作用。

海洋旅游超越传统的海滨旅游概念,涉及海滨、海上、海下、近海、远洋等发展空间。海洋旅游发展是用巧妙的柔性方式保障国家利益,以融合的方式维护蓝色国土的权益。海洋旅游的发展不仅涉及领土安全,也涉及经济安全、信息安全、能源安全。目前,东部沿海地区经济比较发达,建设蓝色经济区已经成为共识;南部沿海的海洋旅游和沿海城市旅游发展也风生水起。应该说,中国海洋旅游发展条件完全成熟,可以做一篇大文章。

撰著本书的初衷,是在国家新的整体形势下,总结本书三位作者多年来研究和实践中国海洋旅游的认识和体会,供全国尤其是沿海各地政府、企业及其他相关单位和人士参考,力求为旭日初升中的中国海洋旅游发展、国家海洋强国建设作出贡献。

在本书即将付梓之际,我们首先要感谢新奥集团和北部湾旅

游股份有限公司,尤其要感谢全国工商联副主席王玉锁先生对中国海洋旅游发展的热忱,北部湾旅游股份有限公司不但在经费上对本书的研究过程给予支持,而且在内容上为本书贡献了很多来自实践的思想观点;其次,我们要感谢在本书准备和撰写过程中提供过帮助的专家和同人,他们是:蒋曦宁、于雅婷、蹇自强、鲍小玲、吴震、刘荣、晏颖、黄爱莲、杨宏伟、黄潮清、孙传淳、谢晓曼、吴婷婷,感谢他们提供的基础工作和专业协助,是他们使本书的撰写进展顺利。

作者谨识

2012 年岁末



目录

CONTENTS



前言 / 1

第一章 基础与重点——中国海洋旅游发展论纲 1

- 第一节 大视野与新视阈下的中国海洋旅游 3
- 第二节 中国海洋旅游产品的分类与培育 15
- 第三节 中国海洋旅游发展的战略与规划 31
- 第四节 海上流动度假:邮轮、游轮、游艇 45
- 第五节 海滨度假发展 53
- 第六节 海洋旅游地产开发 58
- 第七节 海洋旅游产业创新 76

第二章 宏观与微观——中国海洋旅游发展纵横谈 81

- 第一节 沿海区域旅游发展启思 83
- 第二节 岛屿旅游发展辨析 95
- 第三节 海洋旅游项目发展观察 129

第三章 开阔与集聚——中国沿海城市旅游发展 147

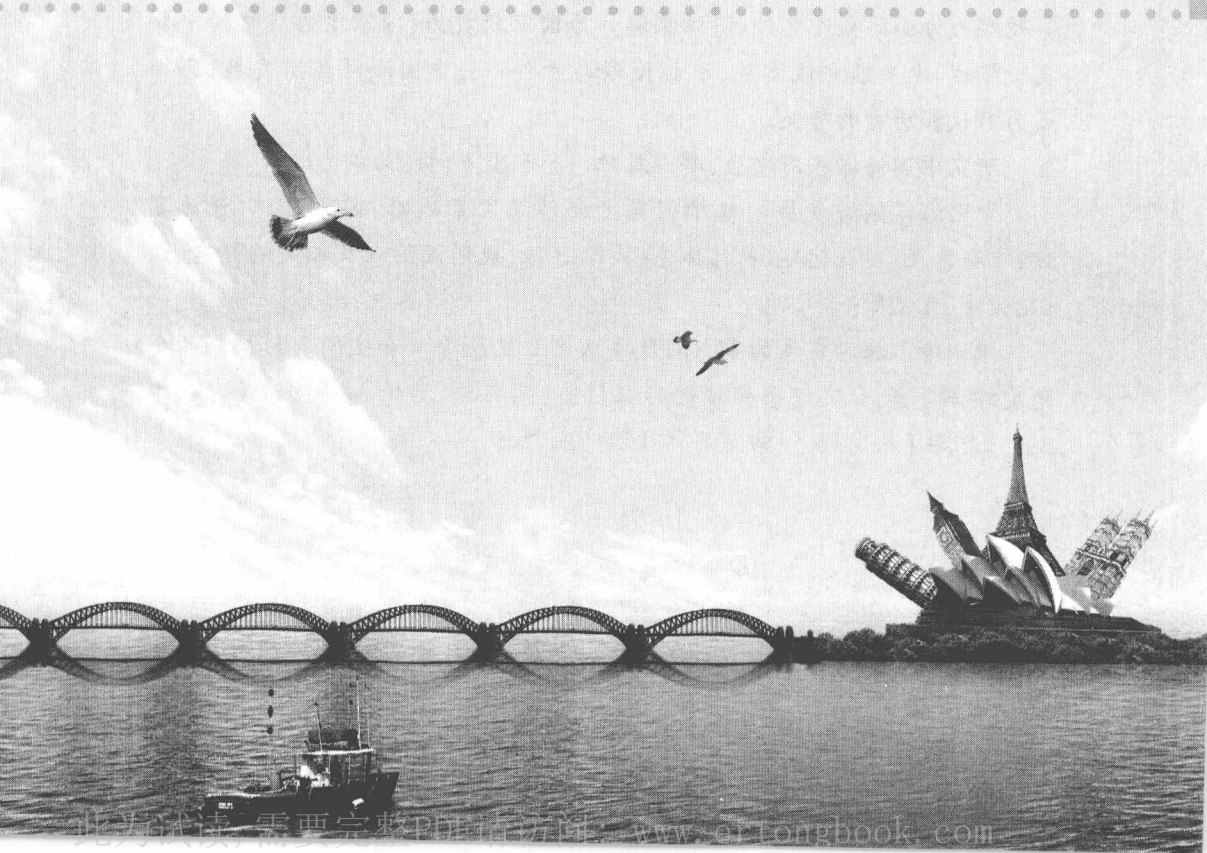
- 第一节 中国最具优势的国际度假目的地——三亚 149
- 第二节 海洋休闲城市——湛江 157
- 第三节 全球化视野下的旅游城市——北海 164
- 第四节 海上花园——钦州 173
- 第五节 世界旅游休闲中心——澳门 179
- 第六节 幸福之城——珠海 182
- 第七节 世界一流休闲度假群岛——舟山群岛新区 209



第八节 世界级海洋旅游城市——上海	232
第九节 世界级度假城市——威海	256
第十节 不断成长的旅游城市——东营	259
第十一节 沿海休闲生活中心——秦皇岛	267
第十二节 一座叫岛的城市——葫芦岛	287
第四章 期待与拓新——风生水起北部湾	307
第一节 北部湾旅游大发展	309
第二节 海洋旅游产业的先行者	339

第一章 基础与重点

——中国海洋旅游发展论纲



在500年来的世界史中,崛起过葡萄牙、西班牙、荷兰、英国、法国、德国、日本、俄罗斯(苏联)、美国九大世界性强国,这九大强国都是海洋强国,并且,走的都是海洋强国之路。

历史上,中国人以农耕民族为主体。进入21世纪,中国从农业社会转型为工业社会,沿海地区已经开始进入后工业社会,如果继续忽视海洋,中国必将失去广阔的发展空间、丧失重大的历史机遇。

中国要崛起,必须成为海洋大国、海洋强国。除了海洋经济、海洋军事等硬实力方面的角逐之外,海洋旅游作为国家软实力、国家柔性战略的重要实现领域,也必须突破发展、承担使命与责任——中国海洋旅游发展,已经成为时代和历史的呼唤。

研究中国海洋旅游发展,要以基础问题和重点问题为纲。

中国海洋旅游发展的基础问题主要涉及国家战略、国民意识、资源禀赋、市场需求、现状问题、产品体系、战略思维、规划设计以及相关的概念、认识、背景、意义等。

中国海洋旅游发展的重点问题要从产业发展导向和空间利用模式两个角度综合考察,锁定四个领域进行探讨:一是邮轮、游轮、游艇;二是海滨度假;三是海洋旅游地产;四是海洋旅游产业创新。

第一节 大视野与新视阈下的中国海洋旅游

一、国家海洋战略与海洋旅游发展

20 世纪末至 21 世纪初,中国的国家海洋战略逐步明确——要发展成为一个海洋大国、海洋强国。早在 1996 年,中国就制定了《中国海洋 21 世纪议程》,提出了中国海洋事业可持续发展的战略。2002 年 11 月 8 日,中国共产党在十六大报告中提出了“实施海洋开发的战略”。2003 年 5 月 9 日,国务院以 13 号文件的形式印发了《全国海洋经济发展规划纲要》。2012 年 11 月 8 日,中国共产党在十八大报告中提出:“提高海洋资源开发能力,发展海洋经济,保护海洋生态环境,坚决维护国家海洋权益,建设海洋强国。”

中国的国家海洋战略包括两大基本组成:海洋资源利用、海洋意识培育。有了这两个方面,领海才能真正成为中国的蓝色国土,世界才能真正成为中国的主演舞台。

海洋资源利用和海洋意识培育,都要从发展海洋旅游开始。

(一)海洋资源利用方面,海洋旅游具有综合效益

中国已经成为世界第二大经济体,在全球远洋货轮中,每两艘就有一艘为中国服务,中国 56% 的石油依赖进口,其中七成通过印度洋、马六甲海峡、南海运输。在这个背景下,利用海洋资源、发展海洋旅游具有国家、国际双重意义。

在国家意义上:海洋旅游发展能够保障海上通道顺畅,支持国家经济安全;海洋旅游发展能够丰富海洋资源利用手段,助力地缘政治稳定;海洋旅游发展能够推进国家全面开放,打开新型形象窗口;海洋旅游发展能够凝聚海洋利益主体,共同捍卫海洋主权。

在国际意义上:海洋旅游发展能够形成世界经济新热点、国际政治新焦



点;海洋旅游发展能够形成明星沿海城市、区域发展桥头堡;海洋旅游发展能够形成国际交流热地、国际旅游目的地。

各国海洋战略都以更多的出海、更远的航行为要点。中国发展海洋旅游,能够直接达到这两大目的,形成参与人数众多、经济活动活跃、涉及海域广大的海洋旅游现象。

继上海浦东新区、天津滨海新区、重庆两江新区之后,国务院正式批准设立了浙江舟山群岛新区,并将其定位为以海洋经济为主题的国家级新区。海洋,已经成为中国在 21 世纪的重大国家战略。如今的时代,早已不是当年闭关锁国的时代了,也已不是曾经简单开放的时代了。海洋旅游,是对海洋资源最大幅度、最具深度的利用方式之一。促进海洋旅游发展,不仅具有经济意义,更加具有政治、国防、外交上的综合意义。

(二)海洋意识培育方面,海洋旅游具有独到功能

旅游活动,在培育人的意识方面,具有独到甚至不可替代的功能。人作为旅游主体,在旅游的全过程中,通过了解、经历、遭遇、参与、体验、回忆等环节,可以获得对旅游客体独特、深刻的感受,反作用于人,能够进一步培育思想意识。

海洋旅游活动,能够有力地培育中国人的海洋意识,主要包括两个方面。

1. 海洋观念

海洋观念主要指海洋国土观念。中国人的陆地国土观念很强,但海洋国土观念淡薄。2001 年,国务院安排八个部门联合考察西沙群岛旅游资源,要求以“突出主权,显示存在”为开发西沙群岛旅游的首要目的。海洋旅游的发展,可以使众多中国人通过旅游活动体会、体验到海洋,获得深刻、切身、多方面的海洋意识,为国家和民族未来的发展奠定坚实的思想意识基础。众多中国人,通过旅游活动产生对海洋的关注、对中国海洋权益的关注,具有重大而深远的意义。只有广泛的关注,才能孕育全民族战略上的眼界、智慧与决心。21 世纪的中国一定要成为海洋中国,培育全体国民的海洋意识要从海洋旅游开始。

2. 海洋精神

西方国家自古多属海洋民族,海洋民族所特有的胸襟和精神特质,可以

称为“海洋精神”。21 世纪的中国人,也要从海洋旅游活动中吸取精神养料、培育海洋精神。海洋旅游活动中的远洋景色、风雷澜涛、飞鱼大鸟等,以及游客在海空中遭遇的独特体验和挑战,能够在无形中培养人广阔的胸襟、冒险的勇气、拼搏的气概、顽强的意志、不屈的性格。从这个意义上看,发展海洋旅游,能够磨炼和强健一个民族。

二、认识海洋

(一)全方位认识海洋

全方位地认识海洋,是研究海洋旅游的重要基础。从旅游发展的角度看,需要认识“六个海洋”。

1. 历史海洋

鉴真东渡、郑和下西洋、五口通商等中国海洋历史事件,奠定了海洋旅游发展的厚度。

2. 军事海洋

古代、近代的海洋军事活动以及现代、当代不属于国家机密的海洋军事活动,构成了中国海洋旅游重要的发展要素。

3. 景观海洋

海岸、海滩、海岛、近海、远洋、海面、海底、海空,普遍具有与陆地上迥异的景观,同时,这些海洋空间也构成了与陆地上迥异的观景环境的观景视角。

4. 物产海洋

海洋中蕴藏着极其丰富的物产,海鲜等物产以及与其相关的生产过程,构成了中国海洋旅游产业发展的重要环节。

5. 休闲海洋

海洋是生命的摇篮,也是地球上最适合休闲度假的资源,海洋能够为人提供休闲度假所需的一切资源条件。

6. 娱乐海洋

海滩、海面适合配置各种静态和动态的娱乐方式,娱乐元素在海洋情景



中能够释放更大的魅力。

(二)多层次认识海洋

海洋旅游发展,需要在多层次空间上展开,主要从八个层次上认识。

1. 海滨

海滨地带适合发展度假酒店和休闲地产。通常,在近临沙滩的海滨空间发展度假酒店,在离海较远的海滨空间发展休闲地产。海滨旅游发展的关键在于控制度假酒店和休闲地产的开发比例,不可“轻度假酒店、重休闲地产”。

2. 海滩

海滩旅游的主体功能是休闲娱乐,主要分为两种具体情况:第一,优质海滩开发高端度假,优质海滩上的休闲娱乐通常承担度假酒店客房游泳池与海水之间的休憩功能;第二,一般海滩开发大众旅游,可以开展各种富有特色和创意的海洋娱乐活动。

3. 海岛

海岛上发展的旅游项目,是由该岛自身的资源条件和开发程度决定的,主要分为没有基础设施条件的无人岛和具有交通条件、接待设施的海岛。观光、探奇、探险、水上运动、民俗体验以及中高档小规模休闲度假是海岛适宜的旅游发展方式。

4. 近海

近海旅游发展要设置系列休闲项目。钓鱼、船宴等“风浪里的休闲”是近海空间适宜配置的活动,同时,丰富的海上休闲体育运动也是近海旅游必备的项目。近海休闲体育不可限于大众海水游泳或海水浴,高端海洋度假要“在游泳池里看海”。

5. 远洋

远洋旅游定位为海洋专项特种旅游、高端海洋生态旅游,发展邮轮、海钓、猎潜艇、航海赛事等旅游活动。远洋旅游对应小众游客,需要配备较为昂贵的各类设备,同时也需要旅游者具备较高的生态意识和自我实现精神。邮轮旅游是远洋旅游最常见的方式,邮轮旅游活动通常时间跨度长、消费水

平高,由于乘坐邮轮出行,消费者不用额外负担食宿和交通费用,除了沿途自然风光和人文风情之外,邮轮上的各类美酒佳肴、娱乐和健身活动等,也对高消费阶层的度假游客具有较强吸引力。

6. 跨海

跨海旅游发展的要义在于定位为独特体验,而不能仅仅定位为海上交通。进入21世纪以来,各种跨海大桥、跨海游泳、跨海飞行等独特体验型旅游活动,不仅成为旅游者的兴奋点,而且打出了独特的地方形象名片。

7. 海城

沿海城市要发展成为海洋文明的结晶、海洋消费的集聚地。沿海城市要成为地方文化和海洋文化双主题的主题旅游城市,要在城市实体空间和虚拟空间中配置丰富的海洋文化符号。同时,沿海城市也要成为海洋经济要素、海洋旅游消费要素的集聚地,要将地方海鲜市场等传统海洋商业资源进行旅游利用。

8. 腹地

沿海地区拥有广大的腹地,形成了临港区、湾区等大尺度空间形态。在强调生态保护的前提下,沿海腹地旅游发展要将海洋旅游与陆地旅游相衔接,开发组合式特色旅游新产品。

三、海洋旅游与中国海洋旅游发展

(一)海洋旅游的概念

1980年,世界旅游组织将“旅游”定义为:旅游系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做的旅行。

在对“旅游”进行定义的基础上,可以给出“海洋旅游”内涵统一的两个定义:

海洋旅游,指人类以海洋环境为中心所从事的旅游活动,包括人们离开居住地到海洋环境中所引发的一系列旅游活动。

海洋旅游,是在一定的社会经济条件下,以海洋为依托,为满足人们愉悦需求而进行的旅游、休闲、度假活动。