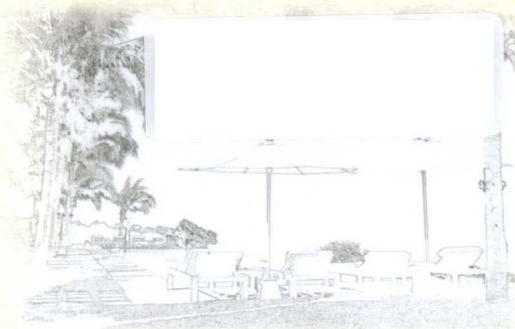


海洋经济研究丛书

Marine Tourism Product Development

海洋 旅游产品开发

金文姬 沈哲 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

Marine Tourism Product Development

海洋

旅游产品开发

常州大学图书馆
藏书章

金文姬 沈哲 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

海洋旅游产品开发 / 金文姬, 沈哲著. —杭州:
浙江大学出版社, 2013. 4
ISBN 978-7-308-11069-3

I. ①海… II. ①金… ②沈… III. ①海洋—旅游产
品—产品开发 IV. ①F590.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 020657 号

海洋旅游产品开发

金文姬 沈 哲 著

-
- 丛书策划 吴伟伟 weiweiwu@zju.edu.cn
责任编辑
封面设计 春天书装
出版发行 浙江大学出版社
(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)
(网址: <http://www.zjupress.com>)
排 版 浙江时代出版服务有限公司
印 刷 杭州杭新印务有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 14.75
字 数 234 千
版 印 次 2013 年 4 月第 1 版 2013 年 4 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-308-11069-3
定 价 42.00 元
-

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

前 言

我国拥有发展海洋旅游业的优越环境和丰富文化,“十二五”规划把海洋旅游列为予以重点发展的海洋产业,从“海滨”到“海洋”不仅仅是视野的变化,更是质的飞跃。充分利用“港、桥、渔、滩、岛、景”等资源优势,推动滨海旅游业的快速发展,建成我国海洋文化和休闲旅游目的地是我国发展海洋旅游业的首要任务。

海洋旅游业的发展中,旅游产品开发作为海洋旅游发展的重要环节,也是海洋旅游策划和市场营销的前提,作用不容忽视。我国在海洋知识博物馆、海上运动项目、海鲜美食项目等方面具有明显的优势,但是海洋旅游多以观光和商务旅游产品为主,结构单一,相关旅游如休闲度假、体育娱乐、休养型等专项旅游项目并没有完全开发出来,随着市场需求的多样化,无法保持强劲的竞争力。

本书以海洋经济为背景,借鉴国内外海洋旅游产品开发经验,对我国海洋旅游产品的开发问题进行了系统、深入的研究和阐述。

所谓“海洋旅游(marine tourism)”就是指在陆地、岛屿以及大海等空间发生的所有休闲观光旅游行为。海洋旅游的发展应从海洋旅游产品的开发设计着手,逐渐向海上、海中、海底等空间领域扩张,应从海洋旅游的主体、客体、政府服务和管制的角度加以深入研究。也就是说,过去的海滨旅游产品只是停留在对 2D(平面)空间的设计与规划上,如今的海洋旅游则是对 3D(立体)空间的产品设计与规划。在海洋经济发展的新



背景下,本书率先提出了与旅游产品开发相结合的海洋旅游发展的新理论,提出了我国海洋旅游业的发展方向。

本研究在现阶段我国海洋旅游业的发展基础上,对国内外海洋旅游开发经验和开发模式进行分析,针对海洋旅游产品的2D空间向3D空间延伸的政策需求和市场现实需求,从海洋旅游开发设计的主体角度、客体角度、理论和实际相结合的角度研究海洋旅游业的发展,提出了海洋旅游的相关对策,以期能够对我国各省市海洋旅游业的发展提供明确思路,促进旅游市场和海洋旅游资源的合理有效配置,带动我国海洋旅游相关企业的规模化、集约化、国际化,同时也为促进海洋旅游理论体系的深化与发展,促进海洋旅游产业可持续发展提供新的途径。

本书由金文姬、沈哲撰写。在本书的写作过程中,我们得到了国内外许多学术界同仁和专家的支持与帮助,在这里向所有帮助过我们的人表示感谢。同时在海洋旅游产品开发的研究过程中,向本书借鉴和吸收的大量国内外有关研究成果、文献著作的作者和出版者致以衷心的感谢。本书与海洋旅游产品研究有关的所有图片均来自于百度,在这里向这些图片提供者致以衷心的感谢。

本书不仅是作者研究的成果和实践经验的结晶,更是团队精诚合作的产物。本书在出版过程中得到了浙江大学出版社的鼎力支持,该社多位同志的辛勤劳动使本书得以顺利出版,在此一并致谢。

作 者

2012年10月

目 录

第一章 海洋旅游环境分析	(1)
第一节 旅游休闲环境的变化	(1)
第二节 我国海洋旅游概况	(11)
第三节 浙江发展海洋旅游概况	(13)
第四节 海洋旅游产品开发的研究思路	(21)
第二章 海洋旅游产品开发概论	(24)
第一节 海洋旅游产品概述	(24)
第二节 地缘现象与海洋休闲的关系	(32)
第三章 海洋体育型旅游活动	(35)
第一节 海洋体育旅游活动特征	(35)
第二节 利用船舶器具的海洋体育型旅游活动	(38)
第三节 海中运动休闲活动	(41)
第四章 海洋休养型旅游活动	(45)
第一节 海水浴场	(45)
第二节 海上垂钓	(53)
第五章 航游型旅游活动开发	(68)
第一节 国际海上游览开发	(68)
第二节 海底游览开发	(74)



第六章 海洋文化探访旅游开发	(78)
第一节 海洋文化与海洋旅游	(78)
第二节 海洋文化与相关设施	(87)
第三节 海洋水族馆	(90)
第四节 海岛文化的发掘与开发	(102)
第七章 海洋岛屿旅游开发	(106)
第一节 海洋岛屿旅游特征	(106)
第二节 岛屿利用现状	(112)
第三节 岛屿旅游开发模式	(115)
第四节 国外群岛旅游典型开发模式	(119)
第五节 岛屿开发方向	(133)
第六节 无人岛屿的开发	(140)
第八章 海洋渔村旅游开发	(146)
第一节 渔村旅游概况	(146)
第二节 渔村旅游资源	(148)
第三节 渔村旅游产品类型	(153)
第四节 渔村旅游开发方案	(155)
第九章 海洋生态旅游开发	(160)
第一节 海洋生态旅游概念	(160)
第二节 海洋生态旅游类型	(163)
第三节 海洋生态旅游开发方案	(166)
第十章 海滨旅游产品开发	(171)
第一节 我国滨海旅游概况	(171)
第二节 海滨旅游产品概念	(173)
第三节 海滨旅游产品特性	(178)
第四节 海滨产品开发类型	(179)
第五节 海滨装备开发案例	(181)
第十一章 海洋度假区旅游产品开发	(185)
第一节 海洋旅游度假区的特征与分类	(185)



第二节	海洋旅游度假区开发的国内外研究	(190)
第三节	海洋旅游度假区开发案例	(193)
第四节	海洋旅游度假区开发方案	(203)
第十二章	可持续发展的海洋旅游产品管理	(206)
第一节	海洋旅游产品评价方法	(206)
第二节	海洋旅游产品管理	(208)
第三节	海洋旅游产品服务管理	(213)
第四节	各国海洋旅游产品管理政策	(218)
第五节	海洋旅游产品与可持续发展	(220)
主要参考文献		(225)



第一章 海洋旅游环境分析

第一节 旅游休闲环境的变化

一、服务业结构变化与旅游

服务业尤其是现代服务业的快速发展,是我国产业结构调整突出特征。改革开放以来,国内交通运输、批零贸易、餐饮等传统服务业得到了长足的发展,为增加就业、方便群众生活发挥了重要作用。在2005年到2010年的五年间,从服务业的结构来看,我国交通运输、仓储和邮政业增加值年均增长8.3%,占GDP的比重由14.2%下降至11.1%。批发和零售业增加值年均增长16.5%,占第三产业增加值的比重由18.6%上升至20.1%。住宿和餐饮业增加值年均增长9.5%,占GDP的比重由5.6%下降至4.7%。在2005年到2010年5年间,为适应工业化、城镇化、市场化、信息化、国际化等的需要,金融保险、房地产、信息咨询、电子商务、现代物流、旅游等一大批现代服务业呈加速发展态势,大大提高了服务业的整体质量和水平。2005年到2010年间,我国金融业增加值年均增长18.7%,在第三产业增加值中所占比重由8.1%上升为12.0%,提高了3.9个百分点。房地产业增加值年均增长11.3%,所占比重由



11.4%上升为13.0%，提高了1.6个百分点。

服务业包括金融、物流、旅游、文化、广告、国际会议、酒店、福利和教育设施等附加值高的产业。美国等发达国家服务产业的比重占整个产业的75%~80%。在产业升级过程中美国是从服务业发展中获得了发展的动力。我国第三产业的比重约达43%，比起美国等发达国家还很低。美国的经济发展靠各种国际会议产业，包括纽约金融中心、芝加哥谷物期货市场等各种服务产业，教育服务业方面大学也靠通过招收留学生来赚外汇，同时，好莱坞的电影产业、迪斯尼的主题公园、阳光假日酒店等旅游服务业给美国创造了高附加值收益。

特别是随着人们生活水平的提高，海洋、高尔夫、航空运动等高级休闲活动的需求会成为主流，我们需要对这些产业进行研究。特别是海洋旅游在发达国家所占的比重超过一半，但在我国，海洋旅游才开始发展，在我国海洋旅游的基础还没有完备的情况下，我们首先应正确理解海洋旅游，开发海洋旅游资源持续发展的海洋旅游产品。

二、社会旅游休闲环境的变化

海洋旅游的发展除了上述的服务业结构环境外，还会伴随着社会环境的各种变化。这些环境的变化，促进海洋旅游的发展。

（一）人们理解旅游休闲概念的变化

随着社会的发展，旅游休闲环境伴随着以下变化：

1. 工作与休闲当中更重视休闲的人数比例增加。
2. 把旅游休闲当作自我发展和追求创造性活动的一种积极的意识形态逐渐形成。
3. 自从人们解决了温饱问题就开始注重身心健康方面的消费。
4. 为培养子女好奇心和想象力的休闲活动需求在增加。

（二）收入水平的变化

据调查，从每年度月平均实际收入以及消费支出的推移便可预知随着每年实际收入的增加，实际消费支出也会增加，并且教育、娱乐消费的绝对值也会增加。



2011 年我国 GDP 现价总量折合 73011.09 亿美元,比 2010 年最终核实数 59312.06 亿美元净增 13699.03 亿美元,增长 23.1%,比 2010 年初步核算数净增 14219.60 亿美元,增长 24.2%。按年中人口计算,全年人均名义 GDP 为 35083 元,约合 5432 美元。2011 年,从支出法三大需求对 GDP 的贡献率来看,资本形成总额对 GDP 增长的贡献率是 54.2%,最终消费贡献率是 51.6%,货物和服务净出口贡献率是 -5.8%。我国个别城市人均 GDP 已突破 10000 美元的大关,人们实际收入的增加会带动休闲旅游消费的增加,人们收入水平的变化促使我们提出新的休闲旅游产品设计方案。

(三) 业余时间的增加

随着工作时间的减少和收入的增加,人们将会有更多的业余时间。每周五天工作时间的制度确立,使每年 70~80 天的休假日增加到了每年 200 天的休假日(表 1-1)。

表 1-1 业余时间的演变(发达国家)

分类	1950 年	1970 年	1990 年	2010 年
一周 工作日数	6 天	5 天	5 天	4 天
一周 工作时间	48 小时	42 小时	38 小时	32 小时
一年 工作日数	278 天	238 天	200 天	165 天
一年 休息日数	86 天	127 天	165 天	200 天

(四) 价值观的变化

日本休闲开发中心对世界 23 个国家进行了“世界价值观调查”,而该调查把人分为重视工作型、中立型、重视休闲型这三类。调查结果根据各个国家收入水平区分都有很大的差异,在韩国重视工作型占 31%,重视休闲型占 26.1%,和收入水平高于韩国 2 倍的瑞士有着相似的比例。特别是在重视休闲型方面,韩国比中国台湾地区(6.8%)高出了 20%。这一调查还表明:随着全球化的发展,人们价值观和生活方式的变化,重视休闲型的人的比重会不断加大。



(五)人口结构的变化

随着老龄化人口比例的增高和养老保险制度的成熟,老龄人口为主的旅游休闲行业将会有较快的发展。众所周知,现今我国养老保险金额少并且也缺乏完善的支付结构,而且因子女教育费用的负担导致的退休以后可支配收入的减少,很难有类似西方发达国家的完善的养老模式。但可以肯定的是随着老龄化的持续和社会养老制度的完善,老年人休闲旅游活动的比重在快速增长。

(六)汽车的普及化

我国从 2009 年开始连续两年超过美国,成为全球第一大汽车产销国。利用汽车到野外或者沿海地区旅游的自驾游越来越多,所以休闲活动的范围将会越来越广。

三、国内外海洋休闲旅游产业的变化

目前,国内外旅游模式类型有着很多变化。世界旅游组织展望的 21 世纪旅游环境的变化包括:从旅游世界化到地域化,追求快速和便利的旅行,结合海外旅行的普及和 3Es(Entertainment, Excitement, Education)的主题旅游。也就是说,在未来作为保护和体验自然环境与传统文化的可替代性旅游(alternative tourism)包括生态旅游、文化旅游、主题旅游以及豪华邮轮旅游等会成为旅游市场的主流。所以根据这样的全世界旅游趋势可以预想我国的旅游类型也将会有很多的变化。

自从 1995 年 5 月 1 日,我国实行一周工作 5 天的制度,加上近几年国内轿车时代的来临等因素,多样化旅游和休闲活动更加普及化。

(一)旅游产业的战略化

旅游产业作为单一产业可以说是世界最大的产业,而且被评价为世界顶尖的雇佣产业。目前,旅游产业已经发展成为在世界具有庞大影响力的产业,可占全世界 GDP 的 10.7%。因此,世界各国为了把旅游产业培养成 21 世纪国家战略产业,纷纷制定促进多样化旅游商品开发和扩建旅游基础设施等旅游振兴政策。



作为经济的重要支撑,巴黎旅游业占 GDP 比重超 20%,这座世界城市的一个显著特点就是第三产业在产业结构中所占比重都在 80%以上,而旅游产业又是第三产业中的重要组成部分。伦敦的旅游产业一直是仅次于金融服务业的第二大产业。2007 年,伦敦旅游业产值达到 320 亿美元,占到地区生产总值(GDP)的十分之一以上。而巴黎的旅游业占 GDP 的比重一般年均能达到 20%以上,是法国旅游业的领头羊。我国大城市的旅游业在改革开放后经历了快速发展的过程,产业规模不断壮大。数据显示,2008 年北京市国内外旅游收入总计 2219.2 亿元,占地区 GDP 比重已经达到 20%以上。上海在世博会的推动下,2010 年旅游产业占全市 GDP 比重也达到 9%。可以看到,随着城市影响力的增加,北京、上海的旅游产业的整体实力正在不断增强,已达到世界城市的标准。为了适应这样的旅游趋势,日本(New Welcome for Millennium)、新加坡(Tourism21: Vison of a Tourism Capital)、澳大利亚(Tourism: A Ticket to the 21st Century)、英国(Tomorrow Tourism : A Growth Industry for Millennium)等代表性国家均出台了各自的旅游计划方案。

(二)休闲生态旅游的开发

环境污染的严重性和保存文化遗产的意识的提高使环保旅游、生态旅游、文化旅游、自然旅游、绿色旅游等备受关注,而且体验旅游和探险旅游也有增加的趋势。

(三)一周五天工作制度的实行与旅游休闲产业的多样化

一周五天制的实行使旅游产业成为了休闲活动的核心。一周五天工作制度实行之后,我们进行了对大众休假利用的问卷调查,从调查结果,可以看出休闲旅游活动的发展趋势:

1. 预计随着旅行次数的增加,周末的游客数量会大幅度增加。
2. 预计比起当日旅行,两天一夜以上的滞留型旅行的需求会增加。
3. 预计长距离旅行以及旅行时间会增加。
4. 预计旅行的消费会大幅度增加。
5. 预计会出现休闲运动、观光等休闲形态的多样化发展。

因一周五天工作制的原因,上班族与家人一起过的时间和休闲活动



会增加,参与社会活动的时间也会增加,从而让休闲旅游的高级化、多样化和大众化有更多的进展。原本以少数发烧友为主体的休闲活动将会在日常生活中普遍存在,我国国内的旅游市场本身将会有巨大规模的成长。

四、21 世纪休闲运动生活的变化

21 世纪休闲运动将会生活化、普遍化,我们可以从五个方面进行分析。

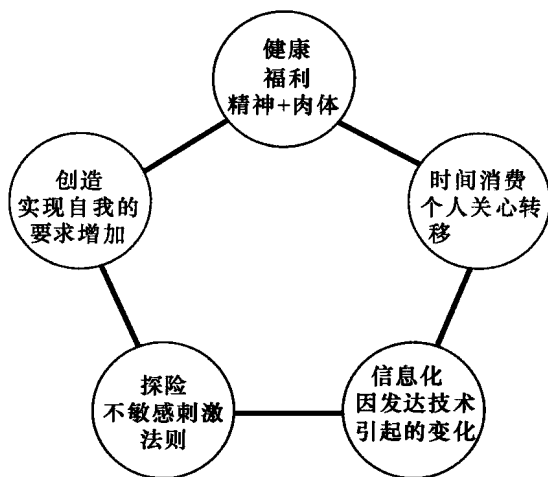


图 1-1 21 世纪休闲运动生活的变化

(一)健康指向型休闲活动

近来福祉(Well-Being)和健康成为了整个社会的关键词。不仅是身体上的健康,人们开始关心精神上的健康。虽然一周五天工作制度在实施,但是随之而来的是劳动强度增加和为了生存的激烈竞争。所以现代人承受的肉体上和精神上的压力也有了很大程度上的增加。

比起光出汗的运动,如今人们更加偏爱可以兼备精神健康的运动。受到一周五天工作制的影响追求福祉的现象将会持续。

(二)消费时间型休闲活动

过去选择休闲模式是由支付费用的多少和效用来决定的。而如今



因休假时间增加,比起支出规模人们更加关心消费时间方面的休假。人们为了充分享受休闲生活并且达到自我开发的目的,休闲的环境中利用逐渐增加的休假时间。比起节约时间为重点的“创造时间型生活”,人们更加关心所谓的“消费时间型生活”。

(三)高度信息化时代的休闲活动

移动通信和因特网的迅速普及给人们的休闲生活带来了很大的变化。因特网系统的发达、企业的减量经营等因素是 SOHO(Small-Office-Home-Office)会大量增加的契机。以美国为例,有 10% 以上的工作人员在家里进行工作,而且居家工作人数每年以 15% 的增长率增长。如果在我国居家工作人数迅速增加,那么人们就能拿出更多的时间去享受休闲旅游生活。

(四)海洋冒险休闲活动的扩散

在美国,探险旅游的市场规模达到了一年 2200 亿美元。据统计,过去五年之间有 9800 万人(美国成年人数的一半)享受了探险旅游。而且 2005 年全世界豪华邮轮旅客也超过了 1440 万人,2001—2004 年则每年增长 9.5%。

(五)体验文化型休闲旅游

物质生活的满足促使人们对实现自我的智慧需求增大,文化需求成了生活的中心。休闲生活也强调通过发挥个性和创造性,追求实现自我和自我开发的类型。

学生休假时间的增加和对吸收课外知识的重视,也带来了儿童自然生态体验和社会体验的机会。

根据众多环境的变化,旅游模式从“观看旅游”的形态向直接参与的“体验旅游”形态等多样化发展,可从以下几个方面分析:

1. 从男性为主的旅行转变为女性为主的注重细节的旅行项目增加。
2. 从团体旅行到私家旅行的转换。
3. 从青、中年人为中心转移到老年人需要的增加(豪华邮轮等)。
4. 观光旅游转变为活动以及体验的旅游(体育、娱乐、休养等)。



通过上面的分析,可以预测未来主要的旅游产品将有以下四种类型:

1. 新鲜多样的长距离目的地旅游产品。
2. 根据订购而设计的旅游产品。
3. 带有探险性质的旅游(环境、自然、体力锻炼、娱乐等几项相结合的旅游项目)。
4. 摆脱日常工作和家务,享受休闲的旅行。

为了适应这些旅游模式和旅游产品需求的质的变化,未来的旅游产业和海洋旅游业都该开发与其符合的项目。

五、海洋产业发展条件的变化

(一)海洋开发的变化

过去我国传统的旅游是以山岳、湖水等内陆地区为主,现在对海洋旅游的需求在逐步增加。我国从 1990—1999 年这十年间海洋型国立公园游客增长率创造了 3.5% 的纪录,而内陆型国立公园的游客的增长率只达到了 0.7% 的程度。不仅是海洋国立公园游客数量的变化,而且近年来对潜水旅游、帆船冲浪等需求的变化也可以让我们发现人们对海洋旅游很多方面的新的需求。我国海洋将在传统的水产业和海底资源开发的基础上加大对旅游休闲的需要和利用,从而迎接私家游艇(My Yacht)时代,其内容如表 1-2、表 1-3 所示。

表 1-2 海洋开发的分类

种类	海洋开发的内容
海洋资源的利用	• 水产资源 • 矿物资源:石油,天然气,固体矿物等 • 海水:冷却功能,淡水湖,海水成分(食盐、矿物质) • 生态:海边泥滩,候鸟,鲸鱼等
海洋空间的利用	• 海上交通:海运,造船 • 人工岛,工作场所:酒店等旅游设施,机场,发电站,工厂等 • 沿岸地带:开垦,交通设施(港湾、桥梁等),旅游消遣娱乐场所
海洋能源的利用	• 利用潮汐来发电 • 利用波浪来发电 • 利用海洋温度差来发电



表 1-3 21 世纪海洋水产业的变化

分类	20 世纪末	21 世纪初
海洋利用	海洋的自由利用权	海洋的局部管辖权
海洋环境	事后应对体系	事前应对、预防性体系
水产业	捕捞业为主	管理型渔业为主
海上运输业	大型联盟船运公司为主	超大型船运公司为主
港湾领域	H/W 为中心的数量上的增长(港湾设施的扩充)	S/W 为中心的质量上的增长(信息化、自动化)
海洋科学技术	扩散效应不足的封闭式技术	有充分扩散效应的综合性技术
海洋调查	海洋调查船为主的 1D 调查	利用人工卫星进行 3D 调查
资源开发	内陆为主	海洋为主
生活领域	内陆城市为中心	海滨城市为中心
生活方式	私家车(My Car)	私家游艇(My Ychat)

私家游艇,在发达国家已是屡见不鲜了。20 世纪 80 年代中期,日本神户市开发了叫港湾人工岛的大规模人造岛屿,项目分为住宅区、港湾、商业设施、旅游设施等方面。世界各国对海洋的综合利用也加快了脚步。

近年来在阿拉伯海湾地区为了促进酒店等各种海洋旅游设备的开发而建造的海上人工岛屿备受瞩目。特别是属于阿拉伯联合酋长国的迪拜可以称得上是在阿拉伯地区建造海上人工岛屿的先驱。在这些搬运了阿联酋境内达 700 万立方米的沙子来填埋的人工岛屿上,陆续建设了特级酒店、高级别墅、购物中心、商务楼、邮轮码头等设施。投资 140 亿美元来建造的 4 个人工岛中有 3 个是以热带椰子树模样来建造的,而另外一个是以世界地图的形状来建造的。

岛国巴林也在东北部海岸投资 30 亿美元,建造了达 24 平方千米规模的超豪华人工岛。这个岛以海马为模板,将用于建造海上宾馆、酒店和住宅楼等设施。邻近的卡塔尔也为了吸引外资和游客建造了珍珠模样的人工岛。如上所述利用海洋空间来开发的休闲、居住地已掀起了世界热潮。