

HAIYANG LUYOU CHANYE LILUN
JI SHIJIAN CHUANGXIN

海洋旅游产业 理论及实践创新

马丽卿 著

浙江科学技术出版社

浙江省哲学社会科学规划课题

海洋旅游产业理论及实践创新

马丽卿 著

浙江科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

海洋旅游产业理论及实践创新 / 马丽卿著. —杭州:
浙江科学技术出版社, 2006. 7

ISBN 7-5341-2874-9

I. 海... II. 马... III. 海洋-旅游-研究-中国
IV. F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 063668 号

书 名	海洋旅游产业理论及实践创新
著 者	马丽卿
出版发行	浙江科学技术出版社
印 刷	浙江印刷集团有限公司
开 本	787 × 1092 1/16
印 张	11
字 数	238 000
版 次	2006 年 7 月第 1 版
印 次	2006 年 7 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5341-2874-9
定 价	20.00 元
责任编辑	边 方
封面设计	孙 菁

前 言

21 世纪是海洋的世纪,人类再次把目光聚焦到那一片蓝。海洋孕育了生命,海洋滋润了人类,在陆地资源经受了几千年的开发近乎枯竭之时,我们又走向了大海。

生命起源于海洋。海洋的神秘、奇幻、绚烂令人神往;海洋的博大、宽容使人感动;海洋的澎湃、激越让人升华。追寻生命的真谛,我们又回归海洋。

海洋是快乐的源泉,海洋是人类的老家。我们航行于海洋,我们嬉戏于海洋。海洋是生命的天堂,海洋是旅游者的乐土。

我国是一个海洋大国,海洋资源十分丰富。在当代旅游业中,海洋旅游是发展最为迅速的领域之一。充分利用海洋旅游资源,发展海洋旅游产业也是浙江省乃至全国海洋经济发展的战略重点。因此,创新海洋旅游产品,调整海洋旅游产品结构,是形成海洋旅游新格局的保障,也是提升海洋经济整体竞争力的关键。

目前,中国的旅游市场尚处于大众观光旅游阶段,休闲旅游市场正逐步形成,度假旅游阶段尚未真正来到。我国海洋旅游产品的开发依然停留在海洋观光和低层次的海洋休闲产品上,较高层次的旅游产品开发甚少。一些休闲渔业、海岛观光项目主要满足了低端的大众化消费市场,而中高档次的海洋休闲度假产品、新型的商务会展及游艇旅游初现端倪,但尚未形成气候。

我国众多的海洋旅游目的地,由于地域相邻相近,旅游资源差异不大,所形成的旅游产业格局雷同,造成旅游资源空间竞争替代,导致旅游客源分流耗散,不利于形成整体性的旅游产品。因此,实行区域联动,克服旅游资源近距离、低层次重复开发,实现高效的资源利用,打造高端海洋旅游产品,有助于海洋旅游产业结构的合理布局,有助于促进各海洋旅游区域特色的形成,有助于构筑功能互补的大旅游圈,有助于提升海洋旅游目的地在国内和国际旅游市场竞争中的地位。

就海洋旅游产业本身而言,由于区域经济的发展及各种经济要素的变化,必定带来旅游区位的改变,从而导致旅游产业空间结构的重构。回顾过去 50 年旅游业的发展,海洋旅游产业布局主要集中在海岸地带。然而,因海岸带地区受到农业、渔业、工业及居住等压力的影响,海洋旅游出现了向靠近陆地的近海水域延伸的趋势,海洋与滨海作为一个整体已成为世界旅游产业开发的新的前沿,并且是海洋旅游产业增长最快的区域。

我国的海洋旅游尚处于生命周期中的早期阶段。由于国内经济的良好发展态势,加剧了大众对海洋旅游产品的需求,海洋旅游热潮正滚滚袭来。针对市场需求和当代文化潮流,开发有创新意义的海洋旅游产品,保持海洋旅游目的地的可持续发展,是海洋旅游发展的重要课题。

本书重点关注浙江省滨海旅游业,在全省海洋旅游资源普查的基础上,以量化的研究手段,分析浙江省海洋旅游产业目前的布局状况,提出浙江省海洋旅游产业空间结构演化、发展方向及发展模式。同时,本书选择浙江以及舟山海洋旅游产业作为典型个案剖析,全

面考察、分析浙江海洋旅游产业整体区位布局,研究浙江海洋旅游产业的新格局,并提出产业区位重构的策略,以期窥一斑而知全豹,希冀能为我国海洋旅游产业的重新布局和发展提供理论和实践借鉴。

笔者长期从事海洋旅游的教学和研究,曾承担多项省、市级社科基金项目的研究,对海洋旅游的理论 and 实践有较深的心得和认识,本书就是笔者多年来悉心进行海洋旅游研究的成果。全书分三部分,第一部分为理论篇,着重介绍海洋旅游及产业空间理论,是全书的主旨和理念之所在。第二部分为实践篇,全面分析海洋游艇旅游产业、海洋科技旅游产业、海洋旅游景观房地产及无人岛屿旅游等海洋旅游产业及产品的创新开发,并结合相应案例进行阐述。该部分是全书的主体,是新经济形势下实现海洋旅游资源的产品化转换及发展海洋旅游业不可或缺的重心。第三部分为个案篇,以浙江省海洋旅游区和舟山群岛旅游景区的产业空间发展为实例,分析浙江海洋旅游产业整体空间布局,设想重构浙江海洋旅游产业空间,探究舟山群岛旅游景区空间拓展途径,提出海洋旅游产业发展策略。

本书是浙江省哲学社会科学规划课题的结项成果。写作和出版得到了省、市有关部门的大力支持和关心,得到了浙江海洋学院著作出版基金的资助。在此一并表示衷心感谢。书中有不足之处,敬请专家不吝指正。

马丽卿

2006年5月

于浙江海洋学院

目 录

第一部分 理论篇:海洋旅游及产业空间理论

第1章 海洋旅游与海洋旅游产业	(1)
1.1 海洋旅游	(1)
1.1.1 海洋旅游定义	(1)
1.1.2 海洋旅游发展历史	(2)
1.1.3 我国海洋旅游开发要素评价	(7)
1.1.4 我国海洋旅游区域发展状况	(10)
1.2 海洋旅游产业	(14)
1.2.1 海洋旅游产业界定	(14)
1.2.2 海洋旅游产业特征	(16)
1.2.3 我国海洋旅游产业的现状分析	(18)
第2章 海洋旅游产品创新及产业空间布局	(23)
2.1 海洋旅游产品创新	(23)
2.1.1 旅游产品	(23)
2.1.2 海洋旅游产品创新策略	(25)
2.1.3 产品创新与区域海洋旅游产业发展	(30)
2.2 海洋旅游产业空间结构	(30)
2.2.1 产业区位理论	(30)
2.2.2 旅游区位理论	(32)
2.2.3 旅游区位构成	(34)
2.2.4 旅游区位动态变化因子分析	(36)
2.3 海洋旅游区域空间结构演化	(37)
2.3.1 旅游区域空间构成	(37)
2.3.2 旅游区域空间布局模式	(38)
2.3.3 海洋旅游区域空间结构拓展	(39)

第二部分 实践篇:基于产品创新的海洋旅游产业开发

第3章 游艇旅游产业开发	(43)
3.1 游艇及其种类	(43)
3.1.1 游艇	(43)
3.1.2 游艇类型	(44)
3.2 游艇产业现状及发展趋势分析	(46)

3.2.1	世界游艇产业	(46)
3.2.2	我国游艇产业状况	(47)
3.2.3	我国游艇产业发展趋势	(48)
3.3	游艇产业链及相关配套服务	(50)
3.3.1	游艇产业链	(50)
3.3.2	相关配套服务	(51)
3.4	发展游艇产业的分析	(53)
3.4.1	游艇产业的经济特征分析	(53)
3.4.2	游艇产业的环境依赖分析	(55)
3.4.3	发展游艇产业的可行性分析	(56)
3.5	基于游艇的海洋旅游产品开发创新	(57)
3.5.1	基于游艇的海洋观光旅游产品开发	(57)
3.5.2	基于游艇的海钓旅游产品开发	(59)
3.5.3	基于游艇的海洋商务会展旅游产品开发	(62)
3.5.4	基于游艇的海洋竞赛旅游产品开发	(64)
3.5.5	基于游艇的海洋旅游景观房地产产品开发	(64)
第 4 章	海洋科技旅游产业开发	(66)
4.1	海洋科技旅游概念及特征	(66)
4.1.1	海洋科技旅游概念	(66)
4.1.2	海洋科技旅游特征	(67)
4.2	海洋科技旅游产品形式	(68)
4.2.1	海洋人工科技场馆旅游	(68)
4.2.2	现代科技园区旅游	(69)
4.2.3	古建文物遗迹旅游	(71)
4.2.4	海洋自然现象科技旅游	(71)
4.3	海洋科技旅游开发策略	(72)
4.3.1	定位特色化策略	(72)
4.3.2	旅游体验化策略	(72)
4.3.3	产品组合化策略	(73)
4.3.4	产品精品化策略	(73)
4.3.5	动态参与性策略	(74)
4.4	体验经济背景下的海洋科技旅游产品设计	(74)
4.4.1	体验经济视角下的海洋科技旅游	(74)
4.4.2	体验经济视角下的海洋科技旅游产品创新设计	(76)
4.5	案例:东沙古镇海洋科技旅游产品策划	(80)
4.5.1	东沙古镇旅游开发背景分析	(80)
4.5.2	东沙古镇科技旅游产品现状及策划方案	(81)
4.5.3	东沙古镇海洋科技旅游产品设计	(86)

第5章 海洋旅游景观房地产业开发	(89)
5.1 旅游景观房产的含义与溯源	(89)
5.1.1 旅游景观房产的含义	(89)
5.1.2 旅游景观房产溯源	(90)
5.2 我国海洋旅游景观房产开发现状及前景	(91)
5.2.1 开发现状透视	(91)
5.2.2 制约瓶颈分析	(93)
5.2.3 开发前景展望	(94)
5.3 海洋旅游景观房产开发策略	(95)
5.3.1 精品策略	(95)
5.3.2 主题特色策略	(96)
5.3.3 多渠道融资策略	(96)
5.3.4 政府主导策略	(97)
5.3.5 可持续发展策略	(97)
5.4 海岛旅游景观房产开发的条件凭借	(98)
5.4.1 资源条件凭借	(98)
5.4.2 市场条件凭借	(98)
5.4.3 产业条件凭借	(99)
5.4.4 交通条件凭借	(100)
5.4.5 消费观念凭借	(100)
5.4.6 制度政策凭借	(100)
5.5 海岛旅游景观房产物业形态选择	(101)
5.5.1 我国旅游景观房产的开发模式	(101)
5.5.2 海岛旅游景观房产物业形态选择	(101)
5.6 海洋度假型饭店的时权经营	(103)
5.6.1 时权经营的界定及主要经营模式	(103)
5.6.2 时权经营在海洋度假型饭店的市场前景	(105)
5.6.3 度假型饭店发展时权经营的思考	(106)
第6章 无人岛屿的旅游开发	(110)
6.1 无人岛屿的界定及资源赋存	(110)
6.1.1 无人岛屿的界定	(110)
6.1.2 我国无人岛屿的资源赋存	(110)
6.2 我国无人岛屿的资源开发利用状况	(111)
6.2.1 开发的一般情况	(111)
6.2.2 开发中存在的问题	(112)
6.2.3 分层开发模式与建议	(113)
6.3 无人岛屿的旅游开发原则及开发利用与保护对策	(114)
6.3.1 无人岛屿的旅游开发原则	(114)

6.3.2	无人岛屿的旅游开发利用与保护对策	(115)
6.4	无人岛屿的旅游开发项目	(117)
6.4.1	海洋休闲渔业旅游项目	(117)
6.4.2	水上及滩涂运动或疗养项目	(118)
6.4.3	海洋文化园和海洋水族馆项目	(119)
6.4.4	农业观光和狩猎特种旅游项目	(119)
6.4.5	荒岛科学考察探险特色旅游项目	(120)
6.4.6	旅游景观房产项目	(120)
6.5	浙江省舟山市无人岛屿的开发现状	(121)
6.5.1	舟山市无人岛屿的资源赋存	(121)
6.5.2	舟山市无人岛屿的开发现状	(122)
6.5.3	开发舟山市迁移岛的必要性及制约因素	(123)
6.6	案例:舟山市官山迁移岛的旅游开发策略	(124)
6.6.1	地理与资源概况	(124)
6.6.2	开发策略	(125)

第三部分 个案篇:基于区位的浙江省海洋旅游产业空间发展研究

第7章	浙江省海洋旅游产业区位及空间发展	(130)
7.1	浙江省海洋旅游产业情况综述	(130)
7.2	浙江省海洋旅游资源区位分析及评价	(132)
7.2.1	滨海城市旅游资源分布状况	(133)
7.2.2	海洋旅游资源区位分析评价	(135)
7.3	浙江省海洋旅游客源区位分析及评价	(139)
7.3.1	海洋旅游客源区位分析	(139)
7.3.2	海洋旅游客源区位评价	(140)
7.4	浙江省海洋旅游认知区位分析及评价	(142)
7.4.1	海洋旅游认知区位分析	(142)
7.4.2	海洋旅游认知区位评价	(143)
7.5	浙江省海洋旅游交通区位分析及评价	(143)
7.5.1	滨海旅游城市交通状况	(144)
7.5.2	海洋旅游交通区位分析及评价	(145)
7.6	浙江省海洋旅游产业区位组合度评价	(147)
7.7	基于区位重构的浙江省海洋旅游产业发展策略	(151)
7.7.1	区位重构	(151)
7.7.2	浙江省海洋旅游产业发展策略	(152)
第8章	舟山市海洋旅游产业区位分析及空间重构	(154)
8.1	舟山市旅游产业及交通区位分析	(154)
8.1.1	舟山市海洋旅游资源及旅游产业综述	(154)

8.1.2	舟山市海洋旅游产业区位分析	(156)
8.1.3	舟山市海洋旅游交通区位分析	(158)
8.2	重构舟山市海岛旅游区位	(160)
8.2.1	舟山市海洋旅游产业区位重构的理论凭借	(160)
8.2.2	舟山市海洋旅游产业空间特征及重构	(161)
8.2.3	有关舟山市海洋旅游开发的几点建议	(163)
主要参考文献		(164)

第一部分

理论篇：海洋旅游及产业空间理论

第1章 海洋旅游与海洋旅游产业

海洋是地球上广阔连续咸水体的总称。海洋的中心称洋,濒临陆地的边缘部分称海,两者相互连通为一体的称海洋。地球上有太平洋、大西洋、印度洋和北冰洋四大洋,有包括边缘海、内海和陆间海在内的50多个海,海洋的总面积为3.62亿平方千米,占地球总面积的71%。我国是一个海洋大国,有边缘海黄海、东海、南海以及内陆海渤海,海岸线漫长,海域辽阔,海洋资源丰富。海洋与人类的关系十分密切,人类从事海洋活动的形式也多种多样。一方面,海洋为人类活动提供了可直接利用的生物、矿产、海洋水体以及一定的海洋空间。另一方面,海洋还给人类提供观光旅游和娱乐方面的享受。海洋景色秀丽多姿,是开展旅游和娱乐活动的理想的自然地理区域之一。我们通常把海洋与海岸带旅游通称为海洋旅游,《联合国21世纪议程》指出:沿海国家应当探索扩大依靠海洋资源开发消遣和旅游活动的潜力。海洋旅游开发潜力十分巨大,现已成为世界旅游业发展最快的领域之一。

1.1 海洋旅游

1.1.1 海洋旅游定义

旅游,顾名思义包括旅行和游览两种行为。旅游的定义有一个发展的过程,存在着不同的理解和表述。目前世界上公认的“艾斯特”(即旅游科学专家国际联合会的简称)定义认为: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,旅游者不会永久居留异地,并且不从事任何赚钱的活动。该定义指出了旅游活动的一些基本特征:即旅游活动是人们离开自己的定居地,去异地他乡的访问活动;访问活动需要暂时居住在异地他乡,但不会永久居留;访问活动不仅包括旅游者的活动,而且还涉及开展活动在客观上所产生的一切现象和关系;而“不从事任何赚钱活动”,则说明了人们是凭借着自己的经济收入和闲暇时间来旅游的。

海洋旅游的定义十分宽泛。国际上通常把海洋旅游定义为“离开常住环境而集中到海洋环境下的一些游憩活动”。海洋环境主要指含盐分并且受潮汐影响的水域。这一定义粗略看来似乎并不含滨海岸带的旅游活动,而是直接指海洋水体中的旅游活动,但仔细

分析后便可发现,该定义依然强调了海洋旅游应该包含基于海岸带的海洋旅游活动特征。

首先,从人类活动与海洋的关联程度来看,海洋旅游活动的开展,不仅依赖海洋水体,而且依赖海洋资源、海洋空间,因此,海洋旅游活动是全面的、立体的。其次,从海洋旅游的空间角度来看,海洋旅游活动可以在海底、海面、海空中进行,范围广大。再次,从海洋旅游资源利用方面来看,海洋水体中的资源、海岛和沿海地区的陆上景观等,都是旅游业开发的主要资源凭借。旅游活动是综合了人体的各种感觉的活动,在各种感觉活动中首先是视觉活动,然后是听觉、嗅觉、味觉、体觉以及各种环境引发的多种心理感觉的综合体验。人的视觉在空旷环境下大约可达8千米,因此海洋旅游观光及一些体验活动并不一定完全局限于海洋水体中,在滨海岸带中的旅游活动始终离不开海洋环境。

从更宽泛的角度看,海洋旅游活动应该包括发生在滨海地区和近海水域的所有与旅游、休闲以及相关活动内容有关的一切活动,它涉及包括商务或度假酒店在内的住宿设施、餐饮设施、有“第二住房”之称的景观房产、游乐设施以及景区景点,也包括零售业、码头、各类活动提供者等支撑设施,还包括海洋观光游、海洋科考游、休闲渔业游、潜水探险游等旅游活动。

事实上,现代海洋旅游活动,也与相邻海岸带城市中的活动相配套,国际上众多的滨海旅游胜地常常是著名的滨海旅游城市。海洋经济学家陈可文教授就把与海洋经济中难以分割的海岛陆域产业、海岸带陆域产业及河海体系中的内河经济(也即海岛经济、沿海经济)都归入海洋经济的范畴,因为海岛经济及海岸带经济活动中的临海工业、滨海旅游业、滨海城市建设都要依托海洋,都属于海洋经济的范畴。因此,从宽泛意义上认识的海洋旅游,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、海岛以及海岸带的游览、娱乐、度假等活动所产生的现象和关系的总和。它包括海岸带地区的城市建设、商务活动等与旅游活动有关的行、游、食、住、娱、购等诸要素所形成的旅游体系。

1.1.2 海洋旅游发展历史

1.1.2.1 世界海洋旅游发展历程

世界海洋旅游的发端从古希腊、古罗马开始。由于位处地中海沿岸,古代的希腊和罗马人与海洋的关系十分密切。有记载的最早的海洋旅行者可能是腓尼基人,在公元3000多年前,腓尼基人就开始在地中海和爱琴海里航行,他们东达波斯湾,西抵直布罗陀海峡,北至波罗的海。随后,古罗马时代的奥古斯都皇帝在今天被称为“欧洲旅游中心”的卡普里岛上修建了避暑行宫,此后的帝王、贵族、富商又不断在那里修建别墅,用于休闲享乐。到了1730年,最早的海水浴出现在英国的斯盖堡拉和布赖顿。随着罗素医生首次发现海水对某种疾病的治疗功能后,布赖顿沿岸的一个小渔村就开辟成了滨海疗养地,修建了不同档次的旅馆、别墅,增设了相应的娱乐设施,出现了滨海旅游的雏形。当然,以上这些活动都不能称之为现代意义上的海洋旅游,虽然海滨的休闲、疗养价值已被人们所认识,但当时去海滨旅行只是个别人的行为,并非普遍意义和群体性的行为。因此,这一时期的海洋旅游只处于萌芽状态,真正现代意义上的海洋旅游尚未诞生。

现代海洋旅游诞生于19世纪上半叶之后。现代工业革命,带来了火车、轮船等现代

交通工具,促进了人口流动和社会的发展,但工业化社会却造成了人们心理压力加大的不良后果,因而改善劳动者工作和生活状况、调适劳动者心理的海洋旅游活动逐渐成为人们的一种需求。据资料记载,1871年英国就率先开始实行“八月海岸休假日”,即当年的8月7日为第一个法定的海岸休假日。交通条件的改善,让原来的一些海滨疗养地成为了旅游度假胜地,在波罗的海及欧洲大西洋沿岸出现了不少新兴的海洋旅游度假区,特别是地中海沿岸避寒疗养地和度假地的出现,标志着现代世界亚热带海岛旅游的兴起。

从19世纪末到第二次世界大战结束,世界海洋旅游有了较大发展。一方面,经济的发展使社会财富积累普遍增加,民众生活水平和消费能力不断提高,尤其是汽车的普及,使得有私家车的人在假日开车前往旅游目的地更加便利,而这其中就有许多人选择前往海滨旅游。另一方面,战争所留下的社会伤痕需要抚平,激烈的社会竞争带来的心理压力需要释放,异化的劳动和物质世界让人们更加向往淳朴的自然,城市化和喧嚣的现代生活更促使人们怀念自然,于是海岛、海滨成为人们躲避现实、回归自然的首选目的地。这一时期的海洋旅游具备两个特点:其一,海洋旅游已成为人们的自觉追求,海洋旅游、休闲度假成为人们共同的向往。其二,海洋旅游开发成为一项有利可图的投资,引起投资者的广泛兴趣。于是,一幢幢高楼大厦和种类繁多的娱乐设施在欧美地区的海滨出现,而地中海也渐渐成为世界著名的海岛、海滨旅游中心。于此同时,加勒比海的热带海岛旅游也开始引人注目,世界海洋旅游出现了以热带、亚热带海岛和海滨为重心的格局。

第二次世界大战后,世界海洋旅游进入了空前繁荣时期。海洋旅游区主要分布格局突破了欧洲大西洋沿岸及地中海地区,在世界各地都出现了程度不同的海岛和海滨旅游开发。现代航空技术的发展使得远程国际旅游成为现实,全球范围的和平形势也推动了世界旅游业发展。经济的飞速增长,国民收入的普遍提高,发达国家中的绝大多数人都能享受带薪旅游度假,旅游成为人们不可缺少的生活内容。一些处于热带、亚热带海岛及海滨区域的原殖民地国家纷纷独立,并把发展海洋旅游业作为发展国家经济的主要策略。于是,太平洋地区的瓦努阿图、图瓦卢、汤加、所罗门群岛、巴布亚新几内亚、瑙鲁、马绍尔群岛、基里巴斯、斐济群岛,加勒比海地区的特立尼达和多巴哥、圣文森特和格林纳丁斯、圣基茨和尼维斯、圣卢西亚、牙买加、格林纳达、伯利兹、巴哈马、安提瓜和巴布达,东南亚的印度尼西亚、新加坡、马来西亚、菲律宾、缅甸、文莱以及印度洋和非洲的一些国家都建成了海洋旅游景区,尤其是牙买加、巴哈马、马耳他现已拥有世界著名的热带海洋滨海旅游景区,成为发达的旅游国家。这一时期,世界海洋旅游的重心和热点分布在加勒比海地区、东南亚地区和夏威夷。西班牙的太阳海岸、澳大利亚的黄金海岸、泰国的帕塔亚海岸、夏威夷的威基基海岸成为新的滨海旅游胜地。度假旅游形式更加广泛,体育、娱乐、疗养、康复、观光都成为休闲旅游的活动内容,而旅游业更是成为一些国家和地区的主要经济来源或主要创汇来源。据世界旅游组织公布,1992年,旅游业已超过石油业成为世界第一大产业,而热带、亚热带海洋旅游则是世界旅游业中发展速度最快的一类旅游。在旅游外汇收入排名前25名的国家和地区中,沿海国家(地区)就有23个,占92%(见表1.1),旅游总收入的国际市场占有率约为96%,其中海洋旅游总收入估计占到60%以上。在西班牙、希腊、土耳其、墨西哥、澳大利亚、泰国、马来西亚、葡萄牙、印度尼西亚、新加坡等国家,海洋旅游业已成为国民经济的重要产业或支柱产业。

表 1.1 2001~2002 年世界旅游外汇收入前 25 位国家(地区)

排名	是否沿海国家(地区)	国家(地区)	世界各国(地区)旅游总收入(亿美元)	
			2001 年	2002 年
1	是	美国	71.9	66.5
2	是	西班牙	32.9	33.6
3	是	法国	30.0	32.3
4	是	意大利	25.8	26.9
5	是	中国	17.8	20.4
6	是	德国	18.4	19.2
7	是	英国	16.3	17.6
8	否	奥地利	10.1	11.2
9	是	中国香港	8.3	10.1
10	是	希腊	9.4	9.7
11	是	加拿大	10.8	9.7
12	是	土耳其	7.4	9.0
13	是	墨西哥	8.4	8.9
14	是	澳大利亚	7.6	8.1
15	是	泰国	7.1	7.9
16	是	荷兰	6.7	7.7
17	否	瑞士	7.3	7.6
18	是	比利时	6.9	6.9
19	是	马来西亚	6.4	6.8
20	是	葡萄牙	5.5	5.9
21	是	丹麦	4.6	5.8
22	是	印度尼西亚	5.4	-
23	是	韩国	6.4	5.3
24	是	新加坡	5.1	4.9
25	是	波兰	4.8	4.5

注:排名以 2002 年为序,表中“-”表示缺项。

1.1.2.2 中国海洋旅游发展历程

与世界海洋旅游业发达国家相比,中国海洋旅游业起步较晚,发展水平较低,但作为一项海上旅行活动来说,则有着悠久的历史。中国海上旅游活动在我国主要经历了古代、近代、现代 3 个历史发展阶段,如今进入了一个全新的发展时期。

中国人的旅游活动开始于远古时期人类祖先的生存之旅。旅游学者王淑良在《中国旅游史·古代部分》一书中认为:“‘人猿相揖别’,古猿走出森林,在地面上直立行走,便开始攀登高山峻岭,涉渡江河溪流,穿越莽莽林海,开始了几百万年的生存之旅,他们迫于

生存……虽不是流连和欣赏美景的旅游,而是为生存所作的行路,却具有了旅游的运动性——行的开始。”考古发现证明,我国生活在沿海地区的先民早在原始社会初期,就已开始利用海洋资源,进行原始的海洋捕捞和海产品采集活动。在北京山顶洞人遗址中,曾找到过不少食剩的鱼骨和用作装饰的海贝及鱼骨等;山东地区的沿海居民早在4000多年前就开始“煮海为盐”;南方的古越人为典型的海洋民族,他们在7000年前就已驾舟出海并向海外迁徙;河姆渡遗址中大量的鲸、鲨遗骸以及木桨的出土,都证明了中国人很早就开始了海上旅行。

其后的黄帝之神游,舜之巡视江南、探险苍梧,后羿之历险南北,夏禹之游历九州,传说中的“有巢氏”、“燧人氏”、“伏羲氏”、“神农氏”、“夸父”、“精卫”等不但让“行”的活动带上些“游”的意味,而且一些活动还与海洋密切联系。古籍《物原》中有这样的记载:“燧人氏以匏济水,伏羲氏始乘桴。”当然,史前的“旅游”行为不能称之为现代意义上的旅游,实则上是一种行路,一种为生存而开始的步履。旅行与旅游是不同的,旅行是人们从一个地方到另一个地方的空间转移过程,强调的是行;旅游则是带有游览目的的旅行,强调的是游。上古时期的旅游,作为人类文明最初阶段旅游活动的前身,主要在于“行”的空间特征,并未具备“游”或很少有“游”的精神内涵。进入阶级社会后,随着生产力的不断发展,交通和旅游设施的不断完善,旅游进入了初期发展阶段,于是有了帝王的巡游、巡狩、封禅,诸侯的巡行、会盟,贵族的游猎、娱游,使节的出行,士人、学子的漫游等等。

夏朝的海洋捕捞和海水制盐已有了一定的规模,近海航行也比较频繁。到了商朝,除了渔盐和航行外,依托海洋的军事征战也开始出现,殷商时期远距离航海活动有了较大的发展,传说商朝末年殷人就曾航海抵达了美洲。西周时期,山东和浙江沿海居民已开始了航海活动。而春秋时期,鱼、虾、贝类和食盐已成为沿海和内地进行交换的重要商品,当时的齐国和越国航海活动发展迅速,并有大规模海战的记载。先秦时期,传统内容的海洋开发,即以渔盐之利、舟楫之便为核心的海洋经济已经初步建立。

秦汉时期,在航海事业方面有了长足的发展。先秦时期的吴、越、齐、燕等临海国家航海事业兴起,并且与日本、朝鲜、越南等国有海上往来,北起渤海湾,南至两广一带的海洋旅行交通线路开通,商业与贸易旅行盛行。另外,在海洋旅游实践方面也涌现出许多流传千古的佳话。如:秦始皇曾派方士徐福率领工匠及数千童男童女出海寻求蓬莱、方丈、瀛洲3座仙山及不死之药。据考证,其船队从今山东出发,经朝鲜到日本。西汉时期,与陆上丝绸之路开通几乎同步的是远洋船队驶出马六甲海峡抵达印度半岛南端的航行壮举,这一壮举,开辟了一条印度洋远洋航线——“海上丝绸之路”。沿着这条航线,西可到达印度半岛、阿拉伯半岛和非洲北部地区,可与中东及西方交往。三国时期,东吴的孙权也是航海的倡导者,他拥有大规模的海上船队,北可航至辽东,南可航至广东。然而从总体上看,这一时期的海上活动依然只是一种海上旅行,称不上海洋旅游。

隋唐是中国旅游发展的鼎盛期,富裕的生活环境,开放的文化交流,开明的仕进方式,使整个社会呈现出一种恢宏自豪、开朗奔放的氛围,士大夫们心中充满了事业上的自信心,蕴积着建功立业的热情,于是旅游渐渐成为社会时尚。沿海地区北起辽东半岛,南至海南岛都有频繁的海上往来,通往朝鲜、日本以及南海诸国的航次增多、规模扩大。番禺。(广州)、潮州、福州、明州(宁波)、温州、泉州、杭州和扬州等地,都成了重要的海港口岸城

市。在这些沿海城市里,人口聚集,商人官宦、文人雅士、外国使节游玩往来,海岸上的旅游活动丰富多彩。

宋元明清是中国旅游充分发展的时期,其特征为细腻、恬淡、精致。宋朝建立后,改变了五代十国时期的分裂状况。国家统一,政治安定,经济繁荣,为旅游发展提供了前提。随着旅游流动人口的增多,商业意识的增强,使得宋代的旅游设施,尤其是旅馆业十分发达,通过向游客提供住宿场所和劳务服务,获利丰厚,一时间上至皇亲国戚,下至平民百姓,竞相经营旅馆。社会环境的相对稳定,使宋代的旅游形式呈多样化,在商务旅游、应试旅游、仕途旅游、观光旅游等众多旅游形式中出现了纯旅游的游客。丰富多彩的城市生活,吸引了许多居住在乡村的游客,而乡村的青山绿水也为城市居民所向往。尤其是清明、端午等节日,游人如织,宦民同游,欧阳修笔下“负者歌于途,行者休于树,前者呼,后者应……”的乡村旅游开展得红红火火。明朝初期,更有着举世闻名的郑和七下西洋之创举。郑和组织了近3万人的庞大船队,历时28年,7次往返太平洋和印度洋之间,每次出动一二百艘船只,几万人马,南达爪哇,西至赤道以南的非洲东岸,航程十余万里,访问了30多个国家,发展了海上交通和通商贸易,创造了世界航海史上的奇迹。不过此后的400年,中国禁海闭关,日渐衰落,沦为半封建半殖民地国家。

中国古代的海上旅行活动,旅游文化专家范能传认为:“从旅行的类型上看,是以商品交易经济为目的和旅行活动为主体;从旅行的目的上看,除了经济活动以外,其他目的的旅行活动也有产生,但范围不大,规模较小;从旅行的组织形式上来看,人们的外出旅行是自发形式的,是以自我服务为主,不可能出现专门旅行服务的旅行接待行业;从旅游的活动内容上看,各种旅行活动的内容比较单一,也不可能出现旅行接待行业专门为旅行者安排多种活动项目。”后期的封建社会,非经济目的的旅行活动虽已产生,尤其是消遣旅行,但由于参与者主要为上层社会的少数人群,并没有普遍的社会意义。

1840年后,与外部世界隔绝的中国大门终于被帝国主义列强的暴力打破,中国人有了“出洋”旅游的机会。但绝大多数人面对陌生的外部世界,仍然是踟蹰犹豫,只有极少数人敢于作“行抵绝域,详悉各国风土人情”的壮游,这成为近代旅游走出国门,走向世界的开端。而当时的国内游则是形式多样,其中有泛舟江湖、观赏梅荷、登临名山的闲游,也有跋涉边塞大漠、高山深谷的科考之游等。旅游形式的多样化,反映了人们“游”观念的多样性和丰富性。这一时期的海洋旅游由于当时的社会性质也带上了殖民地半殖民地色彩。随着往来中国的外国人大幅度增加,以消遣、休闲为目的的海洋旅游逐步发展起来了。同时,中国民族资产阶级的产生和队伍的壮大,也为滨海地区的旅游带来了客源,促进了海洋旅游的发展。滨海地带陆续开辟和建设了一些各具特色的旅游景区或景点,并设置了饭店、餐馆等旅游接待设施,如:北戴河滨海度假区、青岛海滨、厦门海滨、浙江舟山普陀山观音文化道场等一批海洋旅游目的地的出现,成为了中国近代海洋旅游业发展的一个重要标志。北戴河滨海度假区是中国第一个国家级的以接待外国人为主的滨海旅游度假区,光绪二十三年(1898年),当时的清朝政府宣布秦皇岛、北戴河为中外人士杂居地,可以在那里建造寓所。因此,20世纪20~30年代,北戴河形成了一个非常洋化的滨海旅游度假区,有高尔夫球场,有从北京到北戴河的旅游专列等配套设施。现在,北戴河成了“夏都”,成为人们避暑疗养的胜地。

新中国成立以后,中国的海洋旅游进入了全新的发展时期,并经历了3个阶段。第一阶段为初创阶段,即1949~1965年。当时我国旅游业主要作为人民外交的一条渠道,目的在于宣传我国的方针、政策和社会主义建设成就,增进各国人民友谊,促进各国人民的联系和团结。因此,这一时期的海洋旅游以政治接待为主,不具备经济行业特性和海洋旅游产业职能,发展滞缓。第二阶段为停滞阶段,即1966~1976年的“文化大革命”时期。这一时期中国旅游业遭受了前所未有的打击,大量历史古迹、文物、风景名胜等旅游资源被毁坏,旅游活动也作为资产阶级的生活方式加以批判,这一阶段的国际入境海洋旅游与世界旅游业的高速发展完全脱钩,出现了停滞倒退现象。国内海洋旅游则限于公务、会议等形式,出入境海洋旅游活动只限于外交方面,私人出入境海洋旅游几乎是空白。第三阶段为发展阶段,即1977年至今。特别是1978年中国共产党十一届三中全会以后,中国进入了改革开放新时期,沿海地区成为对外开放的前沿。1982年,国务院公布了第一批14个沿海开放城市名单,1984年,国务院又公布了第二批沿海开放城市名单,相继共有31个沿海城市成为“外引”和“内联”的窗口和桥梁。于是,沿海地区的海洋旅游业率先进入持续、快速发展阶段。随着海洋旅游产业显示的巨大经济增长势头和良好业态,中国海洋旅游业越来越为政府及各方面重视,海洋旅游入境客流量及外汇收入逐年增长。同时,随着国内经济的稳步增长以及人民生活水平的不断提高,我国东部沿海地区的人均国民生产总值目前已超出了3000美元。稳定的社会局面、“鼓鼓的钱袋子”催生了国内大众旅游市场的不断成熟。大众旅游热的形成为海洋旅游目的地输送了丰富的客源,使海洋旅游成为中国沿海地区新的经济增长点,在整个海洋产业中的地位越显重要。

1.1.3 我国海洋旅游开发要素评价

我国学者在对海洋旅游开发的要素进行研究后认为,海洋旅游开发是一个系统性的问题,它涉及海洋旅游资源品位、海岸带建设用地、旅游区位、旅游市场等方面,同时,海洋旅游开发又与海滨城市建设密不可分。

1.1.3.1 资源要素

就海洋旅游资源而言,主要有气象气候、海岸带地貌景观、海水及海洋资源等方面。

(1) 气象气候资源。宜人气候的空间分布存在着明显的地带性、非地带性规律。在水平地带结构中,宜人气候分布在中低纬度的湿润气候与半湿润气候区内,尤其以海滨、岛屿地区最佳。适宜的气候条件是海洋旅游开发的关键因素。国际上公认的“阳光、沙滩、海水、空气”海洋旅游四要素中就有两要素属于气候资源要素。根据对全球近代旅游接待地特别是现代重点旅游接待地的分析,以及对旅游者旅游需求发展趋势的调查预测,气候温和湿润、阳光充沛、环境优美奇特的地区旅游吸引强度最大。

温和湿润的气候是人们都追求的,因此,全球高纬度地带国家的外出旅游人数密度普遍在80%左右,其中冰岛为87%、芬兰为83%、加拿大为81.5%、瑞典和挪威为79%,他们多数人选择的是“阳光”旅游目的地。可见全球海洋旅游热点主要集中在热带、亚热带海岛和海滨地区,冬暖夏凉的气温使这些中低纬度的海岛和滨海地区成为消暑避寒的好去处,如中国的海南岛、澳大利亚的黄金海岸、西班牙的太阳海岸、意大利的卡普岛等亚热带海岛海滨地区,加勒比沿海及岛屿、太平洋岛屿、东南亚沿海及岛屿、印度洋沿海及岛屿