



亚洲邮轮学院
Asia Cruise Academy



全国邮轮专业规划教材

水上旅游管理

OF WATERWAY TOURISM
MANAGEMENT



孙玉琴 甘胜军 李 华 / 编著

非
外
借



旅游教育出版社



全国邮轮专业规划教材

全国邮轮专业规划教材



水上旅游管理

OF WATERWAY TOURISM
MANAGEMENT

孙玉琴 甘胜军 李 华 / 编著

北京·旅游教育出版社

策 划:刘彦会

责任编辑:陈 志

图书在版编目(CIP)数据

水上旅游管理 / 孙玉琴, 甘胜军, 李华编著. -- 北京: 旅游教育出版社, 2017. 8

全国邮轮专业规划教材

ISBN 978-7-5637-3618-8

I. ①水… II. ①孙… ②甘… ③李… III. ①水上运动—旅游经济—经济管理—高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 198818 号

全国邮轮专业规划教材

水上旅游管理

孙玉琴 甘胜军 李 华 编 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepdfx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	北京艺堂印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	16.5
字 数	306 千字
版 次	2017 年 8 月第 1 版
印 次	2017 年 8 月第 1 次印刷
定 价	32.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

全国邮轮专业规划教材编委会

主 任：肖宝家

副主任：刘 斌 郑炜航 杨丽萍 程爵浩

成 员：任声策 李 华 孙玉琴 郑玉香

甘胜军 刘义军 王建喜 刘 伟

佟和龙 郭一明 郭 训

序

邮轮产业被誉为漂浮在水道上的黄金产业。

自 20 世纪 80 年代至今,邮轮业的发展以每年 7.6% 的平均速度增长。综观全球邮轮旅游市场,虽然目前国际邮轮旅游市场仍主要集中在北美和欧洲,两地区的发达国家邮轮旅游占了市场的最大份额,但随着国际邮轮产业将发展重点转向亚洲尤其是中国内地这一新兴市场,亚太地区邮轮业发展迅速,增长速度已明显高于世界平均值。

我国的邮轮产业经历了近 10 年的砥砺前行,已经步入飞速发展阶段。中国交通运输协会邮轮游艇分会(CCYIA)的统计数据表明,2006—2014 年,中国港口接待邮轮数量从 115 艘次增加到 466 艘次,同比增幅达到 267.8%。中国以优越的地理位置、独具魅力的东方文化、丰富的旅游资源和潜力巨大的客源市场成为亚洲邮轮市场的核心组成部分,越来越受到邮轮公司的重视。随着国民经济实力的不断提升和对外开放程度的不断加强,邮轮旅游为越来越多的人所熟知和接受,中国已经成为未来最具潜力的邮轮市场。

海洋是各国经贸文化交流的天然纽带,在建设“21 世纪海上丝绸之路”的战略蓝图下,我国邮轮产业的发展将有利于重现海上丝绸之路的繁荣,促进沿线国家的经济发展与共同富强。同时邮轮经济的健康持续发展也将为实现我国海洋强国的梦想起到推动作用。在我国经济发展新常态下,邮轮旅游作为旅游产业中的新兴产品,因其较强的产业关联性,将成为现代服务业发展的新经济增长点,进一步促进整体经济结构的升级和变革。

邮轮产业涉及邮轮建造业、邮轮经营业、邮轮母港服务以及邮轮旅游四大环节。目前我国邮轮的“产业化”格局尚未形成,邮轮经济的乘数效应仍未得到明显体现,邮轮业务的发展对港口城市带来的综合影响很小,本土经济受益有限。其原因在于与邮轮经济发展相关的制度法规体系、人才培养体系、产业服务体系以及文化意识培育等还不够系统。

伴随着国际邮轮公司在华运营力度的加大,各大邮轮品牌争相布局中国,以及国内邮轮港口的规模化建设与本土邮轮公司的起步和发展,中国邮轮产业的发展无疑将需要大批通晓国际邮轮运营、港口管理、邮轮产品销售、邮轮服务等知识和技能的专业人才。据估

算,到2020年我国邮轮人才的需求量将超过30万。因此,加强和规范邮轮人才的培养任务非常紧迫。

上海海事大学是一所以航运、物流、海洋、经济管理为特色学科的综合性大学。结合邮轮产业蓬勃发展的契机,上海海事大学有责任承担在上海市“国际航运中心”建设中为中国乃至全球提供邮轮中高端人才培养的任务。为了休闲旅游产业的蓬勃发展,2012年4月18日,上海海事大学与英国海贸集团、上海国际港务集团等共同成立了亚洲邮轮学院,开启了旅游管理(邮轮管理方向)本科人才培养之路。随后,立足国际邮轮产业发展前沿,针对中国邮轮产业面临的诸多前瞻性问题,以教育带动问题研究,上海海事大学首创开设了邮轮管理EMBA班,致力于打造汇集邮轮产业产、学、研、政、商、资本等各领域碰撞和融合的平台。

本套邮轮系列规划教材由上海海事大学组织兄弟院校共同编写,集结了我国邮轮行业专家和学者的智慧和力量,主要包括《邮轮运营管理》《邮轮旅游地理》《邮轮港口规划与管理》《邮轮旅游服务管理》《邮轮市场营销》《邮轮英语》《海洋旅游学》《水上旅游管理》和《航运市场营销管理》共9本,意在为我国中、高端邮轮人才培养提供一套全面系统的邮轮专业教材。

我衷心地希望通过本系列教材的出版,有更多的学生选择邮轮管理专业,更多的旅游从业者选择邮轮行业,并参与邮轮管理相关培训和学习,切实提高自身综合素质和业务能力,真正推动上海乃至全球邮轮产业朝着更规范和可持续发展的方向迈进。

也祝愿全球邮轮产业蓬勃发展!

中国交通运输协会会长

张永昌



前 言

水上旅游是旅游业和交通运输业发展的一种新兴业态,随着我国居民收入水平的提高和旅游消费意识的转变,水上(临水区域)休闲娱乐活动已成为一种时尚,水上(临水区域)旅游企业应运而生且有蓬勃发展趋势。上海海事大学是国内最早一批开设水上旅游管理课程的院校,并在水上旅游研究和水上旅游管理课程建设方面成果显著。早在2004年,我校旅游管理专业即开始在本科层面开展水上旅游相关课程建设,2009年在企业管理硕士培养计划中开设了水上旅游管理选修课,2011年旅游管理专业硕士点成立,水上旅游管理作为旅游管理专业硕士点专业学位基础课程被纳入培养计划,从而提升了水上旅游管理课程的建设层次。目前,水上旅游管理已成为上海海事大学研究生精品课程建设项目,水上旅游管理教材也是该课程建设成果中的重要组成部分。

本教材以古典管理理论、现代管理理论和水上旅游管理相关理论和思想为基础,依托水上旅游环境分析方法,根据水上旅游资源与产品的特点,对水上旅游行业 and 水上旅游企业的管理职能进行了分析和研究,对水上旅游管理创新与发展进行了研判。

本教材展现出如下几个特点:一是书名新,目前国内还没出现与本教材同名的书籍,某种意义上说本教材充实了水上旅游理论宝库,服务了水上旅游人才培养的需要;二是内容新,本教材的部分内容来自教师们多年的研究成果,且已陆续见刊见报,体现了教师们在教学中的创新思考;三是适用性广,本教材(内部版)已在我校研究生层面和本科生层面试用了几年,反映良好,有广泛的市场基础;四是实践性强,本教材配备了较多的案例,便于读者结合实际分析问题,深入思考。

本教材适合旅游管理专业的本科生、研究生、MTA、MBA、EMBA等各类型、各层次的学生使用,还可以作为各级干部的学习、培训参考用书。

本教材由上海海事大学经济管理学院孙玉琴教授主持,甘胜军、李华两位教师共同编著完成。教材的框架、编写思路由孙玉琴教授提出,孙玉琴、甘胜军负责完成了全书的统稿和修订工作,旅游管理和企业管理2011级研究生张可友、周一帆、曲林、韩慧敏、侯瑶、黄校婷等同学参与了资料收集、整理和部分章节的初稿撰写工作,2016级旅游管理专业研究生

张璐清参与了后期的整理和校对工作。全书共分 13 章内容,具体分工如下:第 1、11、12、13 章由孙玉琴编写及修改完成;第 5、8、9 章由甘胜军编写及修改完成;第 2、6、7、10 章由李华编写及修改完成;第 3、4 章由孙玉琴和甘胜军共同编写及修改完成。在本书的编写和出版过程中,上海海事大学旅游管理专业的张璟、刘义军、程爵浩、刘伟等老师提供了智慧成果,旅游教育出版社的同志给予了大力的支持和帮助,上海海事大学研究生院、经济管理学院专家、教授也对本书提出了许多宝贵的修改意见和建议,在此一并致谢。

由于编著者的水平和时间有限,书中肯定存在许多不足之处,敬请各位同行专家、学者和读者予以批评指正,以帮助我们在今后的使用和修改中能够更加完善。谢谢!

编 者

目 录

第1章 水上旅游概述	1
1.1 水上旅游基本概念	2
1.2 水上旅游主体	9
1.3 水上旅游客体	13
1.4 水上旅游产品	22
1.5 水上旅游研究的理论基础	25
第2章 水上旅游的起源与发展	32
2.1 水上旅游的发展历史	32
2.2 近代水上旅游	38
2.3 水上旅游发展现状	42
2.4 水上旅游发展趋势	47
第3章 水上旅游管理理论	52
3.1 古典管理学理论	52
3.2 现代管理理论的新发展	58
3.3 水上旅游管理相关理论	61
第4章 水上旅游管理环境	68
4.1 水上旅游管理环境概述	68
4.2 宏观环境分析	70
4.3 微观环境分析	74
4.4 环境管理	78
第5章 水上旅游业	86
5.1 水上旅游业的概念	87

5.2 水上旅游业的构成	88
5.3 水上旅游企业	88
第6章 水上旅游管理组织	101
6.1 旅游组织的设立与职能	101
6.2 水上旅游管理组织与职能	103
6.3 水上旅游管理模式	108
6.4 水上旅游管理内容	113
第7章 水上旅游决策与计划管理	126
7.1 水上旅游决策管理	126
7.2 水上旅游计划管理	134
7.3 水上旅游规划	139
第8章 水上旅游营销管理	149
8.1 水上旅游营销概述	150
8.2 水上旅游市场的营销战略	152
8.3 水上旅游市场的营销策略	158
8.4 水上旅游营销理念的创新	168
第9章 水上旅游人力资源管理	175
9.1 水上旅游人力资源管理概述	175
9.2 水上旅游人力资源管理的构成要素	176
9.3 水上旅游人力资源管理的步骤和方法	185
第10章 水上旅游质量管理	192
10.1 水上旅游质量管理概述	192
10.2 水上旅游质量管理体系构成	196
10.3 水上旅游服务质量管理	199
第11章 水上旅游信息管理	203
11.1 水上旅游信息系统的建立	203
11.2 水上旅游信息管理系统的运行管理	209
11.3 水上旅游客户信息管理	212

第 12 章 水上旅游安全管理	219
12.1 水上旅游安全概述	219
12.2 水上旅游安全管理现状与问题	221
12.3 水上旅游安全管理系统及构建	225
12.4 水上旅游危机管理概念及方法	227
第 13 章 水上旅游管理创新与发展	233
13.1 水上旅游创新理论	234
13.2 水上旅游发展趋势	235
13.3 水上旅游产品创新	241
13.4 水上旅游管理创新	245
参考文献	249

第1章

水上旅游概述



本章导读

我国经济持续和稳定的发展,为人们的户外旅行、休闲与游憩活动创造了极为有利的条件;水上旅游作为有别于常规旅游的一种新型旅游方式,引起了广泛的关注。目前,在世界水上旅游快速发展的背景下,我国水上旅游业发展迅速,尤其是滨水地区和水上(海洋)旅游近年来呈现出方兴未艾的大好局面。

然而,水上旅游的顺利开展离不开旅游活动主体(游客)和旅游活动客体(旅游资源与旅游产品)两大要素。因为再好的旅游产品如果没有游客购买,旅游效益就不会呈现,旅游企业的生存和发展必将受到威胁。当然,如果没有优质的资源和产品吸引游客,激发游客产生旅游动机,旅游活动也将无法正常开展,旅游业的可持续发展即成为空话。因此,对旅游活动主体(游客)的概念、需求特征和消费行为的认知是地区旅游业发展必须关注的;同时对旅游活动客体(旅游资源和旅游产品)的概念、特征和分类进行研究也是十分必要的。

以滨海旅游为例,目前世界上著名的滨海度假地都是因为拥有良好的资源和特色产品吸引游客,也是因为游客的聚集和消费促进了这些地区经济的快速增长。例如:夏威夷群岛依托蓝色的海洋、怡人的气候、银色的沙滩、水上各色旅游活动、民俗表演等产品取得的旅游收入占当地总产值的60%,经济增长率一直高于美国平均水平;坎昆依托滨海环境资源、热带气候、大海、水上运动、古文明展示等产品成为世界第七大海滩度假胜地,接待的国外游客人均停留时间达5~7天,人均消费1000美元以上;波多普拉塔依托海水浴场、潜水、海底世界、绿树花卉等资源成为拉美地区最主要的旅游目的地;蓝色海岸更是蜚声世界,成为法国仅次于巴黎的旅游接待地,其旅游收入占整个国际旅游收入的1%,游客平均过夜7.4晚,80%是回头客,其依托的资源也是阳光、海滩、舒适的气候等;加那利蓝岛在欧洲人的心目中是天堂的代名词,以阳光、海滩、棕榈树、宜人气候、丰富的食物和淡水加上悠久的历史成为欧洲最具吸引力的旅游胜地,每年为西班牙政府创造几百亿欧元的旅游收入。还有芭提雅、槟榔屿、巴厘杜阿岛、黄金海岸等均以其特色的旅游资源和产品对游客产生极大的吸引力,且让游客流连忘返。资料显示,世界各滨水区域都是旅游业发达的地区,而国际著名的大都市几乎都是滨水区,诸如纽约、伦敦等。近年来,在旅游外汇收入排名前25位的国家和地区中有23个是沿海国家;滨海旅游业收入已经占到全球旅游业总收入的1/2,沿海37个国家的旅游总收入占全球旅游总收入的80%。故对旅游活动主体和客体及相关概

念的研究也是水上旅游管理研究的前提。

1.1 水上旅游基本概念

1.1.1 水上旅游基础概念

旅游活动自古开始即深受人们的喜爱。近代以来,当人们认识到旅游可以带来经济效益和社会效益后,旅游业出现并发展迅猛,关于旅游相关概念和理论的探讨也随之兴起,学者们纷纷从各自研究的视角对旅游的概念加以了诠释。比较国际国内众多关于旅游的定义,虽然各自有所侧重,不尽相同,但几个基本要义已经达成共识:第一,必须外出,强调异地性;第二,时间较短,强调暂时性;第三,强调非谋生性或非职业性;第四,必须是以休闲活动为基础而引起的现象和关系的总和,即体现旅游现象的综合性。本章选择国际国内有影响力的两个概念作为研究基础,并将相关联的几个概念列出,目的是为了更清楚地界定旅游及相关概念的界限,以便更好地学习和把握旅游概念之内涵,为认知水上旅游的相关概念打下基础。

1. 旅游

关于旅游的定义有很多种,不同的学者从自己的研究领域给予了不同的理解,本文选择两个有代表性的定义。一是国际上认同和普遍采用的定义,它是瑞士学者汉泽尔(Hunziker)和克拉普夫(Krapf)1942年在他们合著的《普通旅游学纲要》中给旅游下的定义:“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定居,并且不牵涉任何赚钱的活动。”这一定义在20世纪70年代为“旅游科学专家国际联合会”(AIEST)所采用,所以也被称为“艾斯特”(AIEST)定义。

在国内,人们引用较多的是李天元教授在《旅游学概论》中写的定义:旅游是人们出于移民和就业之外的其他原因,离开自己生活的惯常环境前往异国他乡的旅行和逗留活动,以及由此所引起的各种现象和关系的总和。

2. 休闲

关于休闲的概念讨论也较多,美国《里特莱辞典》对休闲的解释是:离开正规的业务,在正规(除了睡觉、工作、学习)的时间里进行的娱乐和活动。法国社会学家杜马兹迪埃(Joffre Duma Zedier)在《走向休闲的社会》一书中则指出:所谓休闲,就是个人从工作岗位、家庭、社会义务中解脱出来,为了休息,为了消遣,或为了培养与谋生无关的智能,以及为了自发地参加社会活动和自由发挥创造力,是随心所欲的总称。梁颖在《娱乐设施经营管理》一书中提出,休闲“是有计划地暂时停止日常工作,以刻意安排参加各种与本职工作完全不同或毫无关系的活动来摆脱日常工作、劳动带来的各种精神压力,并利用这些活动与日常工作之间的极大差异来恢复消耗的体力和精神,弥补智力磨损,获得新的知识和新的灵感,增强创造力”。

总结下来,所谓休闲是个人闲暇时间的总称,也是人们对可自由支配时间的一种科学

和合理的使用;休闲活动虽然与人们所从事的日常工作毫无关系,但与劳动并不冲突(有利于更好地劳动);休闲活动是人们自我发展和完善的载体。

休闲活动的类型包括:接受教育、从事创作、参加健身、进行娱乐、外出旅游、体验刺激、参与社会公共服务活动等。

3. 休息

休养、歇息,是人们用来恢复体力和精力所从事的活动。

4. 游憩

一般是指人们在闲暇时间所进行的各种活动。游憩可以恢复人的体力和精力,它包含的范围极其广泛,从在家看电视到外出度假都属于游憩。

5. 闲暇时间

闲暇时间是指人们扣除谋生活动时间、睡眠时间、个人和家庭事务活动时间之外剩余的时间。

任何一种管理理论都是基于对人的认识提出的。第二次世界大战后,人们生活水平在不断提高,自身需求结构也在发生变化,人类在从事社会活动的过程中也在不断地完善和认识自己。正是人类对自身认识的不断深化,才促进了人们对管理活动规律性认识的深化,促进了管理理论的发展。

1.1.2 水上旅游的概念

1. 水系的概念

水系是一个区域性的有机体,是由流域内大大小小的水体构成的脉络相通的系统,由干流、若干级支流及流域内的沼泽、湖泊等组成,是区域内江河、湖库、港渠等各种水体构成的脉络相通系统的总称。

2. 水系旅游的概念

水系旅游强调旅游水面范围的广大,依托包括江河湖海等在内的各类水域和包括主干、支流、港汊等在内的景观水系。它常常是一个大型旅游景区或跨越好几个旅游景区甚至省市的旅游活动,如运河旅游、太湖旅游,经常是长线或者大块面的区域旅游概念。

3. 滨水旅游的概念

滨水旅游的意义在于对滨水景观进行的游览观光,因为滨水地带旅游线路的安排通常是水陆结合的,滨水旅游应既包括狭义的滨水地带的水上旅游还应包括滨水地区的陆上旅游。

4. 水上旅游的概念

水上旅游研究起步较晚,目前国内关于水上旅游的定义还没有统一的认识。有学者认为,水上旅游是以地域范围内的自然和水系空间资源特色为载体,以地域水历史文化资源为依托而开展的休闲、观光、度假、水上活动等游憩活动。定义于水上旅游的地点,是在水面上,无论它是人为圈起来或挖出来的一小块水面,还是蜿蜒流过一个城市的河流;无论它是直接置身于水面进行的比如踏水冲浪、水上排球等旅游活动,还是借助于皮艇、帆船、摇橹船、竹筏、游轮进行的旅游活动,都属于这个范畴。

本文研究得出以下认识,首先从词义上看,“水上”主要包含两种意思:一是水面上;二是水边。从这两个意思上来理解,水上旅游应该是指在水面上或水边开展的旅游活动。因此,本文认为,水上旅游和其他旅游活动的区别即在于游客出游的目的地和旅游对象。故所谓水上旅游,即指居民为了观光、度假、休闲、康乐、科考等的需要,离开自己生活的惯常环境,前往水域环境中(包括滨水区)开展的旅行和逗留活动以及由此引起的现象和关系的总和。根据水体形态的不同,可分为江、河、湖、海、溪涧、瀑布、涌泉等旅游活动形式;根据旅游目的地环境的不同可划分为水面上旅游和滨水区旅游活动形式;根据水上旅游活动载体的不同可分为邮轮、游船、游艇、竹筏、皮筏、摇橹船等旅游活动形式。

1.1.3 水上旅游的类型

1.水系旅游资源的分类

地球表面约有 3/4 的面积覆盖着水,形成了海洋水、陆地水、大气水等各种类型的水体。在海洋内形成了海滩、海岛、珊瑚礁、海洋生物等海洋旅游资源,在陆地上形成了江河、湖泊、瀑布、涌泉等水体旅游资源。水体旅游资源包括海洋旅游资源、湖泊旅游资源、江河旅游资源、瀑布旅游资源、涌泉旅游资源和溪涧旅游资源等。

2.水上旅游城市类型

滨水城市是指临近水域的城市,即是指沿海、沿江河、沿湖等的城市。城市水上旅游依托城市水域环境、优美的水上旅游风光、原始的生态自然环境,满足人们旅游消费的更高层次的观光和休闲的旅游需求。这里按照不同的水域环境,把水上旅游城市分成滨江、滨海、滨河、滨湖等旅游城市。

城市由于其毗邻水体的性质和相交方式不同,在形态上各具特色(见图 1-1)。

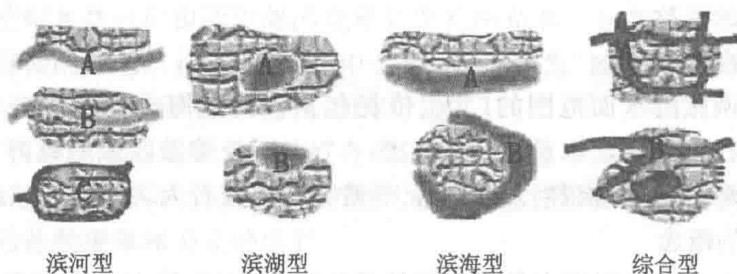


图 1-1 城市类型与水体平面的关系

3.水上旅游方式类别

(1)游船

游船指依托风景河流、风景湖泊的城市内河水系游览船,是用于水上旅客运输、旅游、娱乐、餐饮等活动的船、移动式平台或者其他水上移动装置。其可以是指装备了较为齐全生活娱乐设施,用于游览、度假、娱乐休闲的豪华游船,其各项生活娱乐设施是水上旅游的组成部分,也是作为上岸观光的配套设施。也可以是设施装备较简单仅供游览观光的小船只或非机动船。其定位就是旅游用途,游船本身就是没有目的地的旅游目的地。

(2) 邮轮

邮轮是一种快速航行的大型定班客轮,是以发达的客源输出市场和海洋海岸线的风景资源为基础,以设施完善、综合服务配套的大型邮轮为载体,以完善的港口服务设施条件为依托的一种极度休闲的综合度假旅游产品。

(3) 游艇

以游艇为载体,以滨水环境和沿岸风光特色为环境背景的结合独特的水上活动而开展的旅游活动,具有观光、休闲娱乐或者度假等功能。

1.1.4 水上旅游的特点

1. 水上旅游的特性

(1) 水的流动性

水流水域常常贯穿不同的行政区域、不同的地理特征的很多地区。

(2) 空间的大尺度和敞开性

水上景区要规划的地区呈带状、环状、扇状等在大区域、大尺度的面上空间展开。开阔的水面给人心旷神怡之感,本身就是风景。滨水地区濒临水面,视野开阔,拥有可以共享的敞开空间。

(3) 水陆联动

水上旅游的发展尤其要依托两岸陆地的旅游资源,依托沿河景观带和沿湖景观圈,才能有广阔的发展空间和深厚的发展基础。

(4) 多元构景

水的形态特征有很多种类,可构成泉、瀑、潭、溪、涧、池、矶等各种景观,而水体的源流、水情的动静、水面的聚分,以及岸线、岛屿、矶滩、洲渚等各种岸型,使点线面的构景要素穿插搭配。

(5) 审美效果的特殊性

水可以达到净化环境、澄净空气的效果。水面大,又易形成烟波迷离之致的神秘美感。四季、朝暮、阴晴,加上水的透明,可以充分发挥借景的特性,构成水上景观的丰富多变。

(6) 水上活动的特殊性

如游船、游艇以及涉及到的码头、航线,观荷,钓鱼以及其他观赏动植物的活动,滑水、快艇等水上运动,都依托于水。

2. 我国水上旅游的特点

我国东临太平洋,海岸线长达 18 000 公里,拥有 5000 多个海岛,沿海重要港口城市有十几个,内陆有大小河流 5000 多条,另有较大的天然湖泊 900 多个。在我国陆地资源日渐稀缺,对其开发已经达到饱和状态的情况下,水系资源的开发必将成为旅游开发的一个新亮点,水上旅游将会发展成为我国最具潜力的新兴产业。全国各地每年的水上旅游人数节节攀升,也表明水上旅游已经成为人们时尚的休闲方式。

(1) 发展规模不断扩大

我国水上旅游无论是从事游船行业的企业数量及其拥有的游船规模,还是接待的游客数

量,都出现了不断扩大的趋势。比如之前广州珠江的花船曾经繁盛一时。经过那么多年发展,如今,珠江游拥有 20 余艘船、6000 多个客位,经营企业也增至 4 家,形成“四方争霸”之势。

(2) 发展潜力巨大

尽管各地水上游览起步时间不同,发展条件各异,但对未来发展的潜力,各地从不同的角度做出预测,每个城市都充满信心。如重庆独特的山城地貌形成的错落美和丰富的景观资源,赋予了重庆“山城夜景”作为城市名片和形象展示平台巨大的开发潜力。为给“两江四岸”夜景增色,重庆将在“两江游”完成“八秀”工程(灯光秀、音乐秀、焰火秀、船舶秀、表演秀、大桥秀、索道秀、美食秀)。

再如珠海水上休闲旅游观光条件得天独厚,发展前景自然广阔。

首先,珠海海洋面积广大、海岛资源丰富,海岛游项目存在巨大的潜力。其次,珠海市位于珠三角密集的水网地区,同时还拥有港澳发达地区和消费力极强的珠三角富庶地区作为发展休闲旅游观光的洲腹地,发展海上休闲旅游观光业条件优越。最后,珠海市提出了“发挥优势,突出特色,重点发展休闲度假旅游、海洋海岛生态旅游和会议会展旅游”的发展规划,珠海海岛旅游、海上观光具有很大的潜在市场,未来发展前途广阔。

至于上海,众所周知,2010 年上海世博会有 700 万中外游客光临。黄浦江主要地段恰好处于世博园区内,届时浦江游船必将成为世博会展示上海形象的窗口和途径。对境外游客调查得知,62%的游客有水上旅游的需求,而现在只满足了不到 3%。预计未来,来沪旅游的国内游客要达到 1.2 亿人次,境外游客达到 900 万人次。这说明水上旅游的发展空间非常大。

(3) 水上服务产品逐渐丰富多样

除经营传统水上游览外,还承办婚礼寿宴、生日派对、商务推介、公司庆典、专线旅游、日航包船等业务。比如在桂林,除了可以欣赏风景如画的漓江美景外,漓江游船公司还在漓江航区推出了“超豪华游船自助餐”“环保自助餐”“宫廷御用药膳餐”“民俗风情餐”“西式套餐”“漓江船家风味餐”等系列各具特色的餐饮,丰富了游客的选择,全面提升了漓江风光游览的内涵与档次。

(4) 水上旅游成为滨水城市名片

除了众所周知的广州“珠江游”是羊城八大景之一,重庆“两江游”也成为重庆旅游市场上一张响当当的名片。重庆“两江游”,将重庆人引以为傲的山水、夜景乃至美食结合起来,让每一位来自他乡的游客都能近距离、立体地感知这个城市。在上海,2006 年上海合作组织会议各国元首和贵宾的接待也都不约而同地选在黄浦江的游船上举行,说明水上旅游已成为滨水城市重大接待任务的活动项目。更别说作为珠海市传统经典旅游项目之一的澳门环岛游以及桂林山水之精华游——风景如画廊的漓江游了。

(5) 民营水上旅游企业发展迅速

旅游业民营经济发展无论在数量上还是在规模上都有不断扩张的趋势,很多综合性的水上旅游企业集团表现出很强的扩张力,一些专业性的水上旅游企业集团的发展势头也颇为迅猛。

3. 国外水上旅游发展

(1) 河道功能和两岸产业布局的转变

国外著名水上旅游城市内的河道功能大都经历了从原来的航运、为工业企业服务转变