

海洋文化圈的旅游开发策略研究

郑玉香,王莲

(上海海事大学经济管理学院 上海 201306)

摘要:近年来,旅游产业在国民经济中的地位越来越重要,学术界对旅游产业的研究也越来越多,海洋文化旅游是最近10年才受到学者们的关注,并且在近几年内发展迅速,其中研究文化要素在海洋文化旅游中的价值尤其重要。但从总体上看,目前我国的海洋文化旅游的发展水平尚处于起步阶段,在国际范围内与旅游业发达的国家和地区还相去甚远。文章通过资料收集整理与分析,结合现阶段国家发展海洋强国的战略,以及国家构建长三角、环渤海等五大海洋文化圈的纲要文件,以海洋文化旅游的相关概念和理论为依据,对我国的长三角、珠三角、环渤海、海峡西岸、海南岛—北部湾五大海洋文化圈的旅游资源的总体状况进行简单分析和评价,由此提出海洋文化圈的旅游开发策略。

关键词:海洋文化圈;海洋旅游;海洋文化;文化旅游;开发策略

中图分类号:F59;P7

文献标志码:A

文章编号:1005-9857(2017)11-0097-05

The Developing Strategy of Marine Culture Circle Tourism

ZHENG Yuxiang, WANG Lian

(Shanghai Maritime University, School of Economic Management, Shanghai 201306, China)

Abstract: According to relevant statistics of State Statistics Bureau and National Tourism Administration, in recent years, tourism industry's comprehensive contribution rate to GDP has exceeded 10%, tourism industry has become more and more important in the national economy. Academic research of the tourism industry is also increasing, marine cultural tourism has become a hot concern focus in the last decade. It's of great significance to research the value of culture factor in marine cultural tourism. In general, the current developing level of China's marine cultural tourism is still in a fledgling period, there is a certain distance to the area and countries whose tourism industry is highly developed. The paper had collected data on the internet, according to the developing strategy of China, and combined with the country strategy to build Yangtze River Delta, Bohai Bay Area and other five marine cultural circles. Exploitation strategy of marine cultural circle was put forward through analyzing the total tourism resource situation in the 5 marine cultural circles including Yangtze River, Pearl River Delta, the Bohai Bay Area, the west coast of Taiwan Straits, the Hainan Island-North Bay Circle.

Key words: Marine culture circle, Marine Tourism, Marine Culture, Cultural tourism, Developing strategy

收稿日期:2017-04-17;修订日期:2017-09-29

基金项目:国家社会科学基金项目:海洋文化旅游本土化模式的动力机制研究(125BJY125).

作者简介:郑玉香,教授,博士,研究方向为企业管理、市场营销、海洋文化与邮轮旅游、供应链管理及创新

1 概述

生命起源于水,海洋就像生命的摇篮,更是旅游者的乐园,21世纪被称为是海洋的世纪,我国经济想要实现快速发展,离不开海洋经济的助推作用。海洋文化旅游是海洋经济的前奏,而文化是海洋旅游的灵魂,离开了文化,旅游活动的开展变得寸步难行,注重我国海洋文化的建设,不仅有利于海洋文化旅游的发展,也在无形中培育着国民的海洋意识。因此,如何利用好我国本土海洋文化旅游资源,做好我国海洋文化旅游的开发,使得海洋文化旅游得到良好的、可持续的发展,是现阶段需要解决的问题。如何对我国这些优质海洋文化旅游资源进行合理开发,响应国家海洋开发战略部署,提升海洋文化旅游的内涵和发展,成为目前为止普遍关注的焦点。

1.1 背景

中国经济从改革开放之后开始崛起复苏,几十年来增长迅速,从大力发展大陆资源到如今将战略布局扩展到海洋资源,使我国在海洋资源领域占领一席之地。国家关于“一带一路”的提出将会在沿线各国开放合作、互惠互利、共同发展,建设丝绸之路经济带。21世纪海上丝绸之路倡议,要充分利用长三角、珠三角、海峡西岸和环渤海等开放程度高、经济实力强、辐射带动作用大的优势,发展海洋产业,加快推进海洋文化的建设。

海洋文化的建设离不开海洋旅游的发展,海洋旅游要立足长远,继承中国历史悠久、优质的海洋文明,走出一条适合中国的,具有中国特色的发展之路,离不开海洋文化的润色作用。而且在《全国海洋文化发展纲要》中,从国家层面提出了将全面推进海洋文化建设作为发展目标。强调优化海洋文化产业布局,加快发展海洋文化产业,搞好海洋文化重点门类的发展^[1]。

时代的号角已经吹响,海洋旅游产业将会在广阔的海洋产业群中扮演重要的角色,而海洋文化是海洋旅游的灵魂和精髓。依托着海洋文化衍生出各种形态的海洋文化旅游。要实现构建海洋文化理论体系,积极推动海洋文化事业发展的目标。就必须研究国内本土的海洋文化资源,顺应时代号召

构建长三角、珠三角、环渤海、海峡西岸和海南岛—北部湾五大海洋文化圈,就必须研究海洋文化圈的旅游开发策略,使海洋文化旅游朝着更好地方向发展。

1.2 文献检索与国内外研究现状综述

针对“海洋文化圈的旅游开发策略研究”这一课题,通过学校电子资源数据库,在中国知网(CNKI)以及 Springer 电子图书电子数据库中进行了相关资料的文献检索,并进行梳理汇总,得到了表1中的数据统计。

表1 2005—2015年国内外文献检索

检索词	文献总篇数
海洋文化	701 294
海洋旅游	302 141
开发策略	2 865 292
marine culture	6 124
marine tourism	10 745
exploitation strategy	108 542

从表1中可以看出,对“海洋文化”一词进行检索,发现中文数据库中有701 294篇相关文章,外文数据库中6 124篇相关文章;中国关于海洋文化的研究从2005年至今不仅数量庞大,呈现的是逐年增长趋势,并且每年增长的数量很大。表明我国作为一个历史悠久的文明古国,我们不仅拥有的是悠久的黄土文明、内陆文化,而且在海洋文化方面,我们也有自身的优势,承载着浓厚的海洋文化底蕴。然后是对“海洋旅游”分别在中外数据库中进行检索,发现中文数据库中有302 141篇相关文章,外文数据库中10 745篇相关文章;我国关于海洋旅游的研究也呈现的是增长趋势,并且和国外学者的研究对比总数量更多。最后是对“开发策略”一词,分别在中外数据库中进行检索,发现中文数据库中有2 865 292篇相关文章,外文数据库中108 542篇相关文章;从2005—2015的10年间呈现的是逐年递增的趋势,总体数量上比国外研究要多,表明随着中国旅游业的发展,旅游的开发一直是学者们研究的热点。

1.3 意义

1.3.1 理论意义

在以往的旅游开发中,往往更注重经济而忽视

了文化,在一些对海洋旅游的开发中,文化内涵被忽视而导致了旅游资源的闲置,加上我国的海洋文化都比较零碎,基本每个沿海地区都有关于海洋的文化和传统,但是都是小规模,没有被广大的人群所了解,各区域都没有完整的体系。各个地区的海洋文化旅游活动大多处于自发状态,海洋文化旅游的开发也更多的停留在纸上层面。笔者希望能通过对海洋文化圈的旅游开发策略研究,以海洋文化圈的形式将散落的海洋文化进行整合,并基于这个思路挖掘不同海洋文化圈旅游资源,并提出一些海洋文化旅游的开发思路,丰富海洋文化旅游开发理论的研究内容。

1.3.2 现实意义

(1)海洋文化圈的旅游开发策略研究有利于推动经济发展。研究海洋文化旅游的开发,使得我国海洋文化旅游能够得到更好的开发,资源得到更好的利用,带来更多的海洋旅游经济。而加快海洋经济发展,对我国建设海洋强国具有重要的现实意义。

(2)海洋文化圈的旅游开发策略研究有利于促进区域整合。海洋文化旅游将这一旅游活动的地域限定在了我国的沿海区域,研究海洋文化旅游的开发,加快海洋文化旅游的进一步发展,增强海洋文化圈区域的整体旅游吸引力,使得沿海有着相似海洋文化的地区联系更紧密,合作互利,对我国沿海区域统筹发展有着促进作用,尤其是对促进海峡两岸的海洋旅游的文化交流有着重要意义。

2 相关概念

2.1 文化旅游

文化的定义在学术界有多种表述,从哲学角度讲,认为文化从本质上是哲学思想的一种表现形式^[2]。旅游活动依托文化而发展,旅游的灵魂是文化,旅游也是文化发展的重要途径。世界旅游组织以及欧洲旅游与休闲教育协会曾将文化旅游定义为:“人们为了满足自身的文化需求而前往日常生活以外的文化景观所在地进行的非营利性活动”^[3]。

旅游者对旅游资源文化内涵的体验和感悟过程就是文化旅游的过程,文化旅游带给人超然的文化感受,将富含文化内涵的旅游景点或景区作为文化旅游的载体,激发了人们的审美情趣,对教育具

有启示作用,寄托个人情感等。所以,认为文化旅游是一种以文化为内容,以旅游为形式的活动。

2.2 海洋旅游

现代所说的海洋旅游,已不仅局限于传统的海滨旅游、海岛旅游,它涵盖了海滨和海岸、海上和海上、近海和远洋等发展空间。现在学者们都认同的是董玉明先生对海洋旅游的界定,他认为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^[4]。

2.3 海洋文化旅游

到目前为止,学术界对于海洋旅游文化还没有统一的认识与定义,荣海涛等将海洋旅游文化定义为:海洋旅游文化是人类过去和现在所创造的与海洋旅游有关的物质财富和精神财富的总和^[5]。宋竟青将海洋文化旅游作如下界定:海洋文化旅游是海洋旅游产品体系的重要组成部分,是以海洋文化为主要吸引物,为旅游者提供观光、度假、科普和教育等需求的海洋旅游产品形式^[6]。

3 海洋文化圈的提出与划分

3.1 海洋文化圈的提出

新的时代赋予了海洋文化旅游开发的新方向,在前人研究的基础上,结合现在的大局势,根据国家海洋局联合四部委印发的《提升海洋强国软实力——全民海洋意识宣传教育和文化建设》,要求构建环渤海、长三角、海峡西岸、珠三角和海南岛—北部湾五大海洋文化圈的发展方向,海洋旅游业也应跟紧这一发展步伐,海洋旅游产业在推动海洋产业发展中占据着重要地位,促进区域间在各个方面的相似性和相关性的海洋文化的融合,构建海洋文化圈对于发展海洋文化旅游,对促进我国海洋旅游业的持续、稳步发展具有重要意义^[7]。

3.2 海洋文化圈的划分

目前在我国狭长的海岸线上分布着有 9 个沿海省、1 个自治区、2 个直辖市;53 个沿海城市、242 个沿海区县,各自拥有的海洋文化旅游资源也不同^[8]。根据各地区所处地理位置,所拥有文化旅游资源的共性和整体性,从北至南划分为以下五大海洋文

化圈。

3.2.1 环渤海海洋文化圈

该圈划分为环绕着渤海全部及黄海的部分沿岸地区的海洋文化所组成的区域。环渤海位于中国沿太平洋西岸的北部,是中国北部沿海的黄金海岸,在中国对外开放的沿海发展战略中占重要地位。区域内包括北京、天津、唐山、秦皇岛、大连、烟台、威海、青岛、东营、石家庄、济南和沈阳等多座城市,环渤海区域处于我国海洋文化的核心区域,周边拥有最接近中华文化腹地的独特地理位置,拥有悠久的东夷海岱文化、齐文化,故其海洋文化受到儒家文化思想的影响,海洋文化旅游资源丰富。

3.2.2 长三角海洋文化圈

长三角是中国第一大经济区,其辐射范围包括江浙沪二省一市。长三角的海洋文化从其历史沿革来看,起源于吴越海洋文化,因此长三角海洋文化历史渊源是一脉相承的。在长三角海洋文化发展过程中,西方文化的引入,使中西方文化在长三角发生奇妙的碰撞,形成了包容并蓄的海洋文化^[9]。

3.2.3 海峡西岸海洋文化圈

海峡西岸是指台湾海峡西岸,以福建为主体,包括其周边地区。海峡西岸是我国传统海洋文化较发达的区域。由于海峡西岸独特的地理位置,使这里的居民比内陆居民更有机会接触外来新事物。经过长期的文化交流和融合,海峡西岸人民把中华传统文明和外域文明很好地结合在一起。形成了以儒学为核心的,并带有浓郁海洋特色的文化系统。同时以海洋为活动舞台的生活方式,使这里的民间信仰中的海神崇拜最为发达^[10]。

3.2.4 珠三角海洋文化圈

本研究描述的珠三角指的是粤港澳地区,如今珠三角区域是我国乃至亚太地区最具活力的经济区,珠三角三地不仅地理区位相同,且文化同根同源,珠三角海洋文化圈源于古越文化,地域上东起潮州市饶平县,西至北部湾与广西交界,北起广东的濒海地区,南濒南海。按行政区划可分为香港海洋文化区、澳门海洋文化区和广东海洋文化区。

3.2.5 海南岛—北部湾海洋文化圈

海南岛是仅次于台湾岛的中国第二大岛,西临

北部湾与广西壮族自治区和越南相对,海南岛与北部湾在地理区位上临近,海洋文化互相影响,海南岛—北部湾位于中国南部,是大量涌入移民和多元文化的交会点,富含文化旅游资源和当地文化特征。

4 海洋文化旅游整体开发策略

4.1 整体开发思路

在同一海洋文化圈内确定主线,不同海洋文化圈应发掘本区域的特色,避免海洋文化旅游的同质化。各海洋文化圈针对自身区域的海洋文化特色来开发旅游产品。深入挖掘我国海洋文化圈的文化内涵,重新审视整理海洋文化圈的旅游资源。将海洋文化圈的文化内涵在旅游中表现,加强海洋文化旅游的本土影响力,打造具有中国特色的海洋文化旅游名片。海洋文化内涵与旅游活动的互相融合,带动旅游产业的发展,响应我国构建五大海洋文化圈的发展纲要,促进文化产业及经济的发展。

4.2 海洋文化圈的旅游产品开发策略

4.2.1 聚力于打造区域特色的旅游名片

总结旅游业发达国家的开发发展经验,发现都是先开发形成区域最具特色的旅游名片,进而由最具地方特色、影响力最大的旅游品牌带动整个地区乃至国家的旅游业发展。我国的海洋文化圈的旅游发展目前仍处于较低水平,因此要带动海洋文化圈的旅游发展,开发旅游产品时就需整合提升综合水平,集中力量先打造具有代表性的拳头产品。

4.2.2 以满足旅游者需求为导向

现代旅游者的需求更多地追求个性化、体验化,因此开发海洋文化圈的旅游时,要根据不同旅游者的需求,进行全方位的走访调查,设计更多的可以让旅游者参与其中的旅游活动。在旅游线路和行程的安排中,尽量多样化以满足不同的需求。

4.2.3 深入挖掘文化内涵

海洋文化圈的支撑是海洋文化,旅游业的发展不能缺少文化的润色,若缺少了文化的内涵,旅游业发展形势较为粗放,发展只能处于较低层次。但从目前我国的海洋文化旅游的发展来看,这些海洋文化旅游资源并未发挥显著作用,没有得到相应的社会效益和社会反响。因此在对海洋文化圈进行旅游开发时,一定要注重挖掘区域海洋文化内

涵,将海洋文化糅合到区域的旅游规划当中。

4.3 海洋文化圈的旅游市场营销策略

(1)媒体营销。现代网络通信发达,公共媒体成为市场营销的主要渠道,利用电视、微博、微信公众号的公众影响力进行宣传。一是在各大电视节目,扩大受众范围;二是创建门户网站,定期将旅游信息发布在网络平台上。

(2)节事营销。海洋文化圈内的旅游吸引物包括了各类独具特色的海洋节日、海上竞技比赛等,利用节日赛事的影响力未产生良好的营销效果。

(3)会展营销。会展在沿海经济较发达的城市中有很大的影响力,而海洋文化圈的区域都具有良好的区位优势,借助此优势开展会展营销将会取得很好的效果。会展营销不仅可促进区域旅游形象的建立和推广,而且会展产业能给区域带来经济收入。最主要的是会展的开展会聚集国内外的企业、专家、爱好者互相交流经验和展示成果。

5 海洋文化旅游开发保障措施

5.1 基础设施建设

基础设施是所有旅游活动得以顺利开展的前提,在整理海洋文化圈内的旅游资源时发现,由于受交通、资金等因素的限制,许多优质的旅游资源因为地理位置、周边基础设施不完备而未被开发;而基础设施建设完善的城市市区和经济集中地区又不具备当地的旅游特色。因此海洋文化圈的旅游开发首先要抓基础设施的建设,有了基础设施的保障,才能保障旅游活动的顺利进行。基础设施的建设需要政府的政策和企业资金来源双方的共同支持^[11]。

5.2 加强区域合作管理

大陆地区经过长期的发展已经形成体系,而海洋文化圈内的各地区的海洋文化尚未形成体系,还需要各个地区加强地区之间的合作,携手促进区域海洋文化的联合。将各区域散落、小规模海洋旅游资源进行有效整合,有利于降低海洋文化旅游市场的开发成本,树立起区域海洋文化旅游的品牌。在区域之间构建合作平台时,借助海洋文化的连接作用,把区域内相同的、相似海洋文化进行整合、统一,形成区域之间各不相同的海洋文化旅游主线。

5.3 提高人员素质

从业人员的队伍素质直接影响旅游者的体验

和满意度。我国旅游业的进入门槛较低,尚未形成统一规范的行业制度,旅游法规也尚未完善,因此存在从业人员素质参差不齐的现象。如能解决这个问题,那么我国的海洋文化旅游将会产生质的改变。

5.4 科学技术支持

科学技术的应用是使海洋文化圈旅游能够可持续发展的一个重要手段,在旅游的开发过程中如果有成熟合适的科学技术支持,将会起到事半功倍的效果^[12]。比如在对海洋文化遗迹遗址的开发中,需要现代科学技术去保证文化遗址不仅不被破坏,而且又能展示在游客眼前,科学先进的技术也能够很好地保障旅游者在游玩过程中的人身安全,旅游地的生态环境的各种技术保护措施等。这些都需要科学技术手段,因此海洋文化圈旅游开发需要国内的先进科学技术,或者从国外引进先进科学的技术,提高海洋文化圈旅游的整体水准。

参考文献

- [1] 张金忠,宋欣茹.大连市海洋旅游文化发展研究[J].海洋开发与管理,2012,29(11):125-128.
- [2] 王东京.连云港海洋文化资源开发利用研究[J].淮海工学院学报(社会科学版),2009,7(1):67-68.
- [3] 陈扬乐,王琳.海洋旅游导论[M].天津:南开大学出版社,2009:13.
- [4] 魏萍萍,孙静.山东海陆旅游一体化发展分析[J].旅游管理研究,2012(6):23.
- [5] 宋海涛,安桃艳.海洋文化旅游[M].哈尔滨:哈尔滨工程大学出版社,2011.
- [6] 宋竞青.广东海洋文化旅游发展对策研究[J].北方经贸,2014(11):185.
- [7] 陈娟.中国海洋旅游资源可持续发展研究[J].海岸工程,2003(1):103-108.
- [8] 石云霞,祁超萍.中国旅游文化概论[M].天津:南开大学出版社,2013.
- [9] 胡念望.温州海洋文化旅游发展战略与保障措施研究[D].舟山:浙江海洋学院,2014.
- [10] 董玉明.海洋旅游学[M].北京:海洋出版社,2003.
- [11] 黄贵仁.体验经济背景下的旅游开发研究[D].南昌:南昌大学,2010.
- [12] 肖璇.粤港澳合作共建海洋文化圈的思考[J].现代经济信息,2013(24):457.