

# 基于“互联网+”背景下我国海洋休闲渔业 新型业态发展路径探析

平瑛,赵怡慈

(上海海洋大学经济管理学院 上海 201306)

**摘要:**海洋休闲渔业对于发展海洋经济与传统渔业转型具有重要意义,但是近年来我国海洋休闲渔业产业发展遭遇瓶颈,传统业态急需转型,海洋休闲渔业新型业态作为海洋休闲渔业产业的存在形式,为海洋休闲渔业产业的研究开启了新的研究领域。文章通过文献梳理对海洋休闲渔业新型业态进行概念界定;在微笑曲线理论的支撑下,提出海洋休闲渔业新型业态发展路径应趋向于高附加值的品牌与服务;并基于互联网平台的集聚传播功能以及即时、互动、便捷等特性,提出“互联网+休闲渔业新型业态”可以实现品牌经济与完善服务体系。

**关键词:**互联网+;海洋休闲渔业;微笑曲线;品牌经济;服务体系

中图分类号:P74

文献标志码:A

文章编号:1005-9857(2017)05-0048-06

## The Development of Marine Leisure Fishery New Fomat Under the Background of Internet+

PING Ying,ZHAO Yici

(School of Economics and Management,Shanghai Ocean University,Shanghai 201306,China)

**Abstract:** Marine leisure fishery plays an important role in developing marine economy and traditional fishery transformation. Recently, the development of marine leisure fishery has hit a bottleneck. Traditional marine leisure fishing industry needs rapid change. Marine leisure fishery new format as an existing form of marine leisure fishery industry has opened up new areas of research about leisure fishery industry. In this paper, the concept of the new format was defined by review on the relative researches, and new format of marine leisure fishery development path should tend to high-value brands and services based on smiling curve. Based on the gathering and dissemination capabilities of the Internet platform and the features such as immediate, interactive, and convenient, “Internet + marine leisure fishery new format” could achieve brand economy and improve the service system.

**Key words:** Internet +, Marine leisure fishery, Smiling curve, Brand economy, Service system

收稿日期:2016-12-15;修订日期:2017-03-03

基金项目:长三角地区新型渔业经营主体发展形势研究(2060302-14099)。

作者简介:平瑛,教授,硕士,研究方向为产业结构与产业发展、都市现代渔业、休闲渔业,电子信箱:yping@shou.edu.cn

21世纪以来,海洋在全球的战略地位日益突出,党的“十八大”明确指出“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”的战略要求,这充分体现了党中央、国务院对于发展海洋经济的高度重视。海洋休闲渔业作为海洋经济发展的新生力量已然成为海洋经济增长中的一个重要增长点。近年来,随着海洋生态环境的恶化以及渔业资源的衰退,捕捞效益严重下滑,依靠传统渔业为生的渔民及相关企业经济收益持续减少。对此,农业部于2016年5月4日出台《关于加快推进渔业转方式调结构的指导意见》对加快转变渔业发展方式,调整渔业产业结构提出了总体要求、目标及措施,并指出大力发展休闲渔业,其中首次提及积极发展垂钓、渔事体验等多种休闲业态。10月9日,国务院常务会议通过《全国农业现代化规划(2016—2020)》,再次强调发展创意休闲农业等新业态。这对探索我国海洋休闲渔业新型业态发展的意义给予了重要支撑。目前海洋休闲渔业新型业态的研究尚处于空白,文章将梳理海洋休闲渔业的研究以及业态的概念,对海洋休闲渔业业态以及海洋休闲渔业新型业态进行概念界定以期探索海洋休闲渔业新型业态奠定基础。

电子商务从创新到成熟带动了整个产业的革新。CNNIC发布的《第三十八次中国互联网络状况统计报告》显示,截至2016年6月,国内网民总人数达到7.10亿,互联网普及率为51.7%,超过全球平均水平3.1个百分点。互联网高速发展的大环境给海洋休闲渔业的发展带来了契机。将互联网+概念与海洋休闲渔业有机结合,对于传统海洋渔业向现代海洋渔业成功转型有着重要的战略意义,同时也是海洋休闲渔业新型业态的一个重要探索方向。

## 1 海洋休闲渔业新型业态研究

### 1.1 传统海洋休闲渔业业态的概况

#### 1.1.1 海洋休闲渔业的研究

休闲渔业分为内陆休闲渔业和海洋休闲渔业两类。关于海洋休闲渔业的概念界定,国内学者主要基于产业角度进行研究,江吉荣早在1992年将其定义为是现代渔业与现代旅游业相结合的一项新

兴产业,海洋休闲渔业是现代渔业向第三产业的进一步延伸与拓展<sup>[1]</sup>。孙鹏义将其细化认为海洋休闲渔业的本质属性主要以第一产业中的传统海洋渔业和第三产业中的海洋旅游业为基础,借由传统海洋渔业的外壳,以海洋旅游休闲和海洋文化体验为内核融合形成经济形态,属于现代海洋渔业的范畴<sup>[2]</sup>。在国外,对休闲渔业的理解主要是建立在与商业渔业有所区分的基础上,这有助于确定立法和管理的界限。日本学者认为海洋休闲渔业即充分利用海洋、文化传统、景观等区域资源而经营的沿岸渔村地区人们新兴生计的总称<sup>[3]</sup>。欧洲委员会则将海洋休闲渔业定义为“不以商业为目的而进行的捕鱼活动”<sup>[4]</sup>。总的来说,海洋休闲渔业是沿海渔村区域经营主体或个人基于海洋渔业相关自然人文资源结合旅游资源为消费者提供休闲服务的海洋渔业产业,其鱼获属于非盈利性质。

国内外的学者从不同角度对海洋休闲渔业展开了研究。从经济学的角度来看,董志文认为,发展海洋休闲渔业,可以带动渔业结构的优化调整、促进渔业经济增长、实现渔船渔民转产增收<sup>[5]</sup>。Tony J 研究发现海洋休闲渔业是一个拥有数十亿美元的世界产业<sup>[6]</sup>。从社会学意义的角度,李季芳认为,发展海洋休闲渔业有利于推进渔区渔村环境整治与美化,加快新渔区的现代化建设,同时能够促进沿海渔区对外开放,促进城乡交流、沿海与内陆交流<sup>[7]</sup>。海洋休闲渔业已经融入许多国家的文化之中<sup>[8]</sup>。从生态学角度来看,海洋休闲渔业有利于海洋渔业的养护、繁衍和资源的恢复。海洋休闲渔业在许多方面影响着渔业环境和食物网<sup>[9]</sup>。可见海洋休闲渔业的发展对于海洋经济发展以及促进海洋渔业生态环境具有深远意义。此外国内外学者对海洋休闲渔业领域的研究还涉及到了海洋休闲渔业的动力机制、市场供需、社区管理和开发与发展,鲜有从业态的角度对海洋休闲渔业进行探索与研究,本文将进一步展开研究。

#### 1.1.2 我国海洋休闲渔业传统业态发展概况

相比于国外近百年的海洋休闲渔业发展历程,我国海洋休闲渔业兴起较晚。从狭义的业态层面看,海洋休闲渔业分为休闲养殖垂钓业态,利用一

定规模的海水网箱养殖和围塘养殖基地,放养名贵鱼类,配备一定的设施,开展以垂钓为主,集娱乐、餐饮为一体的休闲养殖垂钓旅游<sup>[10]</sup>;海洋运动观光业态,利用岛礁、港湾浅海的海洋与自然生态资源,组织游客参加集海上垂钓与海岛观光旅游相结合<sup>[11]</sup>;观赏教育业态,各类海洋馆及海洋主题公园集科学性、知识性、趣味性、娱乐性、观赏性与一体。从广义的业态层面,董志文等根据山东各地海洋休闲渔业发展方式及经营主体的不同将海洋休闲渔业划分为个体经营业态、“渔户+渔户”业态、“公司+渔户”业态、政府主导业态以及村企合一业态<sup>[12]</sup>。我国海洋休闲渔业发展虽已取得了一定进步,但由于发展历程较短,加上沿海渔村地区的经济和观念的滞后以及经验的缺乏,目前还存在一些问题。李慧茹等指出山东海洋休闲渔业产品开发单一、缺乏统筹、市场运作能力差<sup>[13]</sup>。何全超等发现舟山海洋休闲渔业规模小,缺乏品牌效应与具备先进管理理念的人才经营<sup>[14]</sup>。唐雪梅等则在对广东沿海休闲渔业进行SWOT分析时指出从业者素质低下,区域发展不平衡等问题<sup>[15]</sup>。可见,我国沿海地区不同区域的海洋休闲渔业发展所面临的问题不尽相同,严重制约了整个产业的上升空间,新型业态的探索势在必行。

### 1.2 海洋休闲渔业新型业态的概念

海洋休闲渔业新型业态作为海洋休闲渔业产业的创新形式,为海洋休闲渔业产业发展的研究开启了新的研究领域。业态的选择失当,将可能引起资源的浪费,无序竞争及环境的破坏,甚至很可能使得整个产业发展沦陷。而当从业态视角来考察国家或地区的产业结构及产业竞争力的时候,产业业态结构更能解释该项产业的可持续发展能力和竞争力强弱的根源<sup>[16]</sup>。新型业态的选择对于海洋休闲渔业这一新兴产业的战略布局和发展起着至关重要的作用,它将决定产业“如何做”才得以发展。所谓海洋休闲渔业新型业态,其区别于海洋休闲渔业传统业态主要在于整个业态运行主体、运行过程以及运行方式都或多或少会涉及新的技术、新的媒介、新的理念等,结合这些新的形式和内容来突破传统业态中的经营短板。

## 2 微笑曲线理论与休闲海洋渔业新型业态研究

### 2.1 微笑曲线理论

早在1992年,宏基集团董事长施振荣先生基于宏基业务转型提出了“微笑曲线”理论。该曲线呈现U型,代表了一个产业的产业链,其中包含三大环节即研发、生产、营销。每个环节在曲线上的位置呈现两端高中间低的形态。高位代表较高的附加值,而低位代表较低的附加值,因此微笑曲线实际可理解为附加值曲线。在这个曲线上,研发处于微笑曲线左端高位,营销处于微笑曲线右端高位,显然这两个环节附加值相应很高;而加工环节则处在U型曲线的底端,附加值较低。据此,产业未来应朝微笑曲线的两端发展,即在左边加强研发创造知识产权,在右边加强客户导向的营销与服务。微笑曲线理论简单而务实,企业体只有不断往高附加值的区块移动和定位,才能持续发展和永续经营<sup>[17]</sup>。

### 2.2 海洋休闲渔业新型业态发展趋势

2012年12月,农业部发布《关于促进休闲渔业健康发展的指导意见》(以下简称《意见》)肯定了休闲渔业为渔业增效、渔民增收、渔业产业转型发展做出的积极贡献,并指出发展休闲渔业应当坚持以科学规划、因地制宜、规范管理、市场调节等基本原则<sup>[18]</sup>。这给海洋休闲渔业新型业态的发展带来的重要启示,即应当遵循《意见》基本原则,为海洋休闲渔业可持续的长远发展奠定扎实的基础。随着社会经济的发展,人民群众生活水平日益提升,对海洋休闲渔业的需求也在提高,这样的大环境对于海洋休闲渔业产业而言可谓喜忧参半。总结学者对我国海洋休闲渔业发展问题的研究可简要概括为,我国海洋休闲渔业业态种类贫乏单调,千态一面,缺乏品牌,服务质量差。这样的现状破坏了海洋休闲渔业整个产业的形象与核心竞争力,使海洋休闲渔业遭遇可持续发展的危机。当市场供给无法满足市场需求时,唯有创新业态才能促使产业发展,探索海洋渔业旅游的新型业态便成了破除海洋休闲渔业发展“瓶颈”的良剂。

根据“微笑曲线”理论,如图1所示休闲渔业产

业发展向 U 型曲线两端移动,才容易获得更高的价值和竞争的优先权。这就给海洋休闲渔业新型业态的规划与打造一个很好的启示,重点发展微笑曲线两端附加值高的产业部分。在曲线左端,也就是产业链上游部分,加强休闲渔业规划、文化创意等环节发展,海洋休闲渔业产业这类环节较程度依赖于与海洋休闲渔业相关服务产业的发展程度如广告业、文化传播业等,这类行业的发展有利于海洋休闲渔业所呈现的业态的整体品质提升。另外,海洋休闲渔业规划目前尚属政府为主导,市场为辅的模式建立区域性总体规划,该模式有利于海洋休闲渔业集聚效应的产生以及区域性业态的特色化呈现。

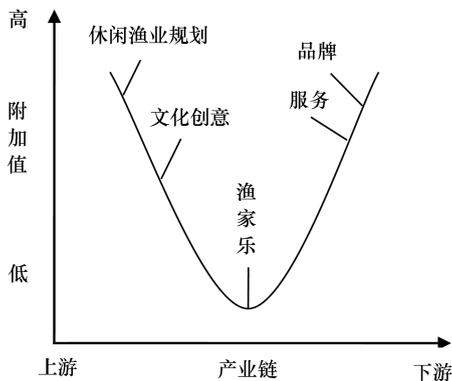


图1 休闲渔业产业微笑曲线

作为海洋休闲渔业经营主体,主要发展曲线右端产业也就是休闲渔业产业的业态端,大力加强市场导向的营销与服务,建立高附加值的海洋休闲渔业品牌业态和高品质海洋休闲渔业服务业态,有利于提升海洋休闲渔业游客满意度,在重塑海洋休闲渔业的产业形象的同时可以获取高附加值所带来的丰厚收入。因此,海洋休闲渔业业态的发展路径趋向于高附加值的品牌与服务业态。由于沿海渔村地区经济、地域以及人力资源的制约,传统海洋休闲渔业业态在打造品牌与提升服务方面都显得“心有余而力不足。”融入互联网的海洋休闲渔业新型业态,少了时间与空间的限制,可以破除以上壁垒,实现休闲渔业高附加值。

### 3 “互联网+”助力海洋休闲渔业新型业态

“互联网+”,从技术的角度而言就是利用互联网技术、互联网思维、互联网平台等助推各行各业

的发展;从产业的角度,既是传统行业互联网化又是互联网产业同渔业,旅游业等传统产业进行深度的跨界融合<sup>[19]</sup>。互联网改变了交易场所、拓展了交易时间、丰富了交易品类、加快了交易速度、减少了中间环节<sup>[20]</sup>。2015年7月4日,《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》正式发布。《指导意见》就推动“互联网+”的国家行动计划锁定了十一大重点发展领域<sup>[21]</sup>。杨彦锋认为互联网技术成为旅游产业融合与新业态的主要驱动因素<sup>[22]</sup>。互联网时代的推进极大地改变了传统的销售业态,海洋休闲渔业业态也不例外。依据微笑曲线理论,海洋休闲渔业对于新型业态的发展路径趋向于高附加值的品牌建设和服务质量提升,基于“互联网+”的强大功能,有望实现“互联网+助力海洋休闲渔业新型业态”。

#### 3.1 “互联网+”提升海洋休闲渔业品牌

“互联网+海洋休闲渔业品牌”是为通过互联网建立海洋休闲渔业品牌价值,而“互联网+深化海洋休闲渔业品牌”的概念相对于前者在内涵上更加深入,它是基于互联网的平台建立海洋休闲渔业品牌经济。对于品牌的概念几乎人人皆知,而更深层次的品牌经济概念则较为陌生。美国市场协会最早对现代意义的品牌概念进行了界定:品牌的产生目的在于为了有效表明某个企业或产品的特色,和竞争对手区分开来;1990年,美国学者 Doyle 提出品牌可以使消费者提升偏好和忠诚度从而增加对其消费,这便是品牌的特征属性。而品牌经济是以品牌为载体,承担和发挥地区经济资源集聚、配置和整合功能的经济形态<sup>[23]</sup>。随着互联网的发展,企业或个人可以通过平台聚集在一起相互影响从而实现集聚效应;在最近15年里,欧美很多发达国家的休闲渔业已向多元化、品牌化方向发展,并且都已经达到了一定的规模。

我国是一个海陆兼备的大国,同时也是海水养殖大国。在海洋方面,管辖海域300万 $\text{km}^2$ ,大陆岸线长达1.8万 $\text{km}$ ,海洋资源种类繁多,四大海域拥有超过3000种海洋生物,其中可捕捞鱼类约1700种。在渔业养殖方面,2015年全国水产养殖面积846.5万 $\text{hm}^2$ ,其中山东、广东、福建、浙江、辽宁这

五大省占据了全国养殖面积的大半壁江山,可见渔业养殖高度集中于我国沿海区域。这对于我国海洋休闲渔业的发展来说,从地域与资源禀赋的角度看,地域集聚化的规模化发展是大势所趋。互联网平台集聚、规模化以及沿海渔业资源地域集聚,给基于互联网发展的海洋休闲渔业新型业态实现品牌经济提供了充分的理论依据。

### 3.2 “互联网+”完善海洋休闲渔业服务体系

关于海洋休闲渔业服务质量的研究,国内学者主要集中在旅游服务的质量标准、满意度、标准化问题以及提高服务质量的途径等方面的探索。对于海洋休闲渔业服务体系的研究基本都建立聚焦在目的地服务体系构建,相对比较狭义。本研究的“互联网+海洋休闲渔业服务体系”中的海洋休闲渔业服务体系是从广义的角度提出的,其服务所涉及的范围超出了目的地旅游服务范畴,包含了游客的行前信息服务、决策购买服务与评价反馈服务。互联网相对于报纸、期刊、广播、电视等传统传播媒介而言,其在信息传播方面具有即时性、便捷性、低成本性、高参与性、高互动性等特点<sup>[24]</sup>。基于这种优势和特点,海洋休闲渔业可以借助互联网实现相关服务以及品牌的建立与传播,主要的服务与传播平台包含政府旅游信息网站、共趣社区、网络游记、贴吧、微博、微信公众账号等。上述列举除政府旅游信息网站以外,其他平台都具有互动功能,基于互动导向理念的互动品牌营销模式已经成为国内外营销界的热点<sup>[25]</sup>。企业借助网络互动平台进行品牌营销可以提高“互动响应能力”(顾客服务和关系体验)和“顾客授权能力”(企业与顾客联系和业务处理以及顾客分享、点评和反馈等)<sup>[26]</sup>。海洋休闲渔业产品与服务最大的特点是无形,消费者对于无形产品的决策购买往往取决于前期对产品的相关信息搜集,通过网络查阅其他顾客经验日志分享以及在线与商家互动交流,消费者可以更加准确地选择自己偏好的海洋休闲渔业景点。海洋休闲渔业管理人员可根据与顾客的互动交流,即时掌握市场需求的变化,并提供更具竞争力的产品与服务。通过互联网,海洋休闲渔业所提供的服务已经不单单仅限于旅游目的地:吃、住、行、游、购、娱所涉及

的服务项目,其拓宽了服务的范围并逐渐形成与完善海洋休闲渔业服务体系。

## 4 总结

“互联网+”在我国经济产业运行中不断地深化势必成为产业升级革新的催化剂,基于“互联网+”背景下海洋休闲渔业的发展路径,将破除时间与空间的束缚,它将推进我国海洋休闲渔业新型业态品牌的建立与传播,从而形成区域品牌经济以及服务体系的建立健全。海洋休闲渔业未来的研究方向可以增添海洋休闲渔业与互联网的耦合机制,以更好地提升我国海洋休闲渔业的现代化发展。

## 参考文献

- [1] 江荣吉.海洋休闲渔业经营管理[J].中国水产,1992(7):47-52.
- [2] 孙鹏义,曹文振.海洋文化在海洋休闲渔业中的引领作用研究[J].中国渔业经济,2016,02:93-97.
- [3] BOUKAL D S, JANKOVSK M, KUBEKA J, et al. Stock-catch analysis of carp recreational fisheries in Czech reservoirs: Insights into fish survival, water body productivity and impact of extreme events[J]. Fisheries Research, 2012(5):119-120.
- [4] 商弘.我国发展休闲渔业的SWOT分析与对策[J].现代渔业信息,2006(6):21-23.
- [5] 董志文,刘娜娜.我国海洋休闲渔业的发展现状与评价[J].河北渔业,2015(12):66-71.
- [6] 王福林,张禹辰.国外休闲渔业管理综述[J].中国渔业经济,2013(1):170-176.
- [7] 李季芳.我国海洋休闲渔业发展中的问题分析与对策建议[J].山东农业大学学报(社会科学版),2006(4):35-38.
- [8] SU Zhenming, HE Ji X. Analysis of Lake Huron recreational fisheries data using models dealing with excessive zeros[J]. Fisheries Research, 2013(148):81-89.
- [9] 程郡,宋伟华,闫丽娜.舟山渔场休闲渔业发展现状及其对策研究[J].安徽农业科学,2013(15):6769-6770.
- [10] 虞聪达,商弘.舟山休闲渔业发展探讨[J].浙江海洋学院学报(自然科学版),2002,21(1):9-12.
- [11] 林桂芳.休闲渔业:宁波渔业经济新亮点[J].中国水产,2001(6):73.
- [12] 董志文,吴凤宁.山东省海洋休闲渔业发展模式探析[J].中国渔业经济,2011(3):12-17.
- [13] 李慧茹,董志文.山东海洋休闲渔业的SWOT分析与对策[J].中国人口资源与环境,2011(S1):117-120.
- [14] 何全超,宋伟华,马家志.加快发展浙江舟山休闲渔业的分析

- [J].海洋开发与管理,2009,26(9):83-86.
- [15] 唐雪梅,高维新.广东休闲渔业的SWOT分析与对策[J].广东开放大学学报,2015(5).
- [16] 伍业锋.产业业态:始自零售业态的理论演进[J].产经评论,2013(3):27-38.
- [17] 维基百科.微笑曲线[EB/OL].(2008-12-19)[2016-11-10].[https://en.wikipedia.org/wiki/Smiling\\_curve](https://en.wikipedia.org/wiki/Smiling_curve).
- [18] 中华人民共和国农业部.农业部关于促进休闲渔业持续健康发展的意见[Z].2012-12-12.
- [19] 何师元.“互联网+金融”新业态与实体经济发展的关联度[J].改革,2015(7):72-81.
- [20] 李海舰,田跃新,李文杰.互联网思维与传统企业再造[J].中国工业经济,2014(10):135-146.
- [21] “互联网+”的有关政策[EB/OL].(2015-09-02)[2016-11-10].<http://www.qxzf.gov.cn/zhengwugongkai/zhengcejiedu/2015-09-02/17393.html>.
- [22] 杨彦锋.互联网技术成为旅游产业融合与新业态的主要驱动因素[J].旅游学刊,2012(9):7-8.
- [23] 谢京辉.品牌经济的理论重构及其演化形态研究:兼论中国发展品牌经济的思路[J].上海经济研究,2014(4):96-103.
- [24] 杨智勇.网络传播的特点及现状分析[J].科技资讯,2009,27:7.
- [25] 刘艳彬,袁平.网络时代营销理论的新发展:互动导向[J].税务与经济,2010(4):15-19.
- [26] 刘艳彬,袁平.互动导向与企业绩效关系的实证研究[J].科研管理,2012(8):25-34.