

滨海旅游开发拓展与突破

——山东滨海旅游发展战略及对策分析

刘 康

山东半岛地处中国东部沿海,三面环海,黄海、渤海环绕半岛,海岸线长达3 121 km,拥有中国沿海类型最多的海滨和沙滩,滨海旅游资源丰富,历史文化遗产丰富,山海风光秀丽,构成了独特的滨海旅游风景线,具有多种高品位的自然和文化旅游资源,具备发展国际滨海旅游的基础保障。

一、滨海旅游发展现状

2002年,山东滨海旅游(包括青岛、烟台、威海、东营、日照5地市)全年实现旅游收入311.69亿元,占全省旅游总收入的51%;其中旅游外汇收入3.8亿美元,占全省的80.5%。全年接待国际游客67.2万人次和国内游客4 151.6万人次,分别占全省的68.8%和43.4%。可见,滨海旅游在山东省旅游产业发展中的重要地位。

从地区分布来看,青岛的滨海旅游占有绝对优势,国际游客数量和外汇收入分别占山东滨海旅游总量的62.1%和63.1%,构成山东滨海国际旅游的绝对主体。在国内游客数量和旅游总收入方面,青岛也处于领先地位,两项指标分别占山东滨海旅游总量的43.2%和46.6%;烟台和威海紧随其后,烟台为25.7%和25.6%,威海为17.1%和18.4%;而日照和东营的滨海旅游发展相对落后。

1. 滨海旅游客源结构

国际游客方面,2002年以青岛、烟台和威海三市为主体的滨海旅游国际游客数量占全省的近70%;外国游客中,韩、日游客又

占有绝对优势,青岛和烟台的外国游客80%来自韩国、日本,而威海的比例更是超过90%,客源国过于单一。从出行目的来看,60%以上的国际游客来山东的主要目的是商务活动,只有20%左右为纯观光游览。这说明山东沿海地区对海外游客的吸引力还相当低,这与山东国际滨海旅游观光目的地的目标还有很大差距。

国内游客方面,山东滨海国内游客主要以省内游客为主,占40%左右;省外游客主要以京、粤、沪等经济发达地区和江苏、河北、河南、辽宁等周边省份为主。从出游目的来看,国内游客中纯观光度假游客比例远高于国际游客,其中探亲访友、观光游览的游客比例超过60%,商务、会议出游的比例只有不到30%,休闲度假的游客只有5%左右。

2. 滨海旅游产品组成

山东滨海旅游产品主要集中在自然景观产品,文化产品主要是宗教、民俗等,优势在于山海自然景观,主要产品包括海滨观光产品、海滨度假产品、胶东渔家民俗旅游产品等。除了滨海观光产品外,近年来以青岛国际啤酒节、青岛海洋节、威海国际钓鱼节和荣成渔民节等节庆活动为主的节庆旅游在山东沿海地区有了一定发展,但层次有待提升。总体来看,目前山东滨海旅游产品种类还相对单一,季节性海滨观光产品比重还过大,游客逗留时间短的问题尚未得到有效解决;海滨度假村和渔家民俗旅游尽管已经起

步,但发展形势不容乐观;另外,一些国际上流行的滨海旅游产品,如邮轮巡航、帆船或游艇度假、休闲渔业、潜水、滑水等海上运动产品在山东滨海还基本处于空白,亟待开发。

3. 滨海接待设施建设

山东滨海地区的旅游接待设施发展较快,全省52%的星级旅游宾馆和50%的旅行社分布在沿海5地市。由于山东滨海旅游的季节性问题,山东滨海各地旅游宾馆普遍存在夏季旅游旺季接待能力不足,而其余季节又出现闲置的现象。全年旅游宾馆开房率最高的青岛也只有60%左右,威海、日照的开房率甚至低于山东省平均值,只有不到50%。另外,山东滨海旅游宾馆档次普遍偏高,全省52.9%的三星级及以上宾馆分布在青岛、烟台和威海三市;而中低档宾馆和满足国内旅游需要的大众宾馆严重不足,缺乏面向驾车族的汽车旅馆和学生旅游的青年旅馆等旅游接待设施,难以满足不同层次国内旅游的需要。

二、滨海旅游发展影响与制约因素

1. 旅游市场竞争的加剧

山东滨海旅游发展较早,在国内有一定知名度,但与日本、韩国、东南亚地区及我国南部沿海地区相比,其在国际海滨旅游市场上的吸引力有限,还不能参与有效竞争。目前随着国内旅游产业发展热潮的到来,国内滨海旅游发展日新月异,除了海南、厦门、大连、秦皇岛等传统滨海旅游目的地外,北海、温州、宁波、上海、连云港、天津等非传统滨海旅游地区的旅游产业也有了长足进步。

除了外部竞争外,山东沿海地区的内部竞争也逐步加剧。青岛、烟台、威海三地的滨海旅游开发在沿海一线遍地开花。但各地滨海旅游产品雷同,层次单一的发展模式形成了山东滨海旅游发展内部的无序竞争,削弱了山东滨海旅游的整体优势。

2. 游客结构的局限性

山东滨海旅游市场对象单一、旅游消费

层次低、游客停留时间短的问题仍普遍存在,对于商务、会议旅游和国内短程观光旅游的依赖造成山东滨海旅游的季节性顽症难以克服。国际游客比重太低,其市场发展又严重依赖日、韩游客,且又以商务游客为主;国内游客主要以短期观光为主,除了少量的休假旅游外,一般观光型游客和商务会议游客在山东逗留的时间不超过3天,平均人均消费只有几百元,有钱无处花,高不成、低不就的现象在山东沿海还相当突出。

3. 旅游客流分布不均

山东滨海旅游的主要客流集中在青岛、烟台和威海三地,约占全省70%左右的国际游客和40%左右的国内游客,而日照、东营的滨海旅游发展严重滞后;而在三大旅游地范围内,客流分布也严重不均。青岛的崂山风景区、前海海滨景区、烟台的海滨及蓬莱阁景区以及威海的刘公岛景区旅游旺季客流过于集中的局面短期内难以改观,而一些新开发的旅游景区由于种种原因还不能有效地分流高峰客流。

4. 游客需求模式的不断改变

影响出游的动机和出游目的地选择的因素在不断改变。过去旅游者到海滨旅游注重的是观赏大海风光以及进行海水浴,而现在更多的旅游者则注重旅游过程中的个人感受和体验,参与性、运动性、体验性强的滨海旅游项目得到了更多游客的青睐。海滨度假旅游、海洋求知性旅游、海上运动旅游、渔村休闲旅游、渔家美食旅游等新型滨海旅游项目都有了很大的需求,对山东滨海旅游开发和产品推广提出了更高的要求。

5. 缺乏有吸引力的新产品

从现有的山东滨海旅游产品结构来看,传统的海滨观光旅游仍占有主导地位,海滨风貌、历史建筑及人文景观欣赏构成海滨旅游产品的主体,产品单一的局面一直未得到有效改善。一些新兴的海滨旅游产品,如渔村风情体验、海上休闲、海滨度假、海岛旅游等项目尽管有一定吸引力,但由于开发初期,未形成一定规模,总体并不规范,各种

类似产品的档次和水平差别较大,产品远未实现成熟的市场销售。

三、滨海旅游发展战略设想

在5~10年内,山东滨海旅游要实现由单纯海洋观光旅游向滨海休闲度假旅游和海上观光旅游的转化,由单季观光向四季休闲度假的转化,由国内旅游向国际旅游的转化。进一步提高滨海旅游产品层次,拓展产品内涵,将目前以单一的游览观光产品为主的滨海旅游格局调整为海滨游览观光、休闲度假、海上运动、商务会展、科学教育、工农业观光和都市旅游的多元化产品结构。尤其是结合山东沿海海洋保护区建设和海洋渔业结构调整,发展休闲渔业和海洋生态观光产业,拓展滨海旅游产业链,到2010年实现山东滨海观光、休闲度假和商务旅游的三分天下。

1. 山东半岛滨海旅游发展一体化战略,全力打造黄金海岸旅游

日前,青岛、烟台、威海三地签署了《青岛、烟台、威海联合宣传促销框架协议》,利用三地滨海旅游资源优势,联合包装黄金海岸旅游线产品,进行联合市场促销活动,打造中国首个“黄金海岸旅游”品牌。在此基础上,山东沿海各地市应进一步向滨海旅游开发统一规划和产品设计方向发展。以山东半岛滨海旅游整体布局和功能结构调整为前提,结合日照和东营的滨海旅游发展,形成一个完整的山东半岛滨海旅游产品体系和营销框架。按照不同的地域特色和功能分工,发挥各地的优势,减少或避免各自为政、重复建设的现象,共同打造山东滨海黄金旅游岸线。

2. 设立海洋保护区,实施生态旅游开发战略

对山东沿海的海洋生态环境、地质地貌景观和历史文化资源进行一次全面的普查,选择有代表性的或有保护价值的典型海域设立海洋公园、海洋地质公园、海洋自然保护区以及渔村民俗文化保护区等多种类型的海洋保护区,并争取建设1~2处国家海滨公

园。争取国家的政策和资金支持,在海洋保护区内适度地开展多种形式的海滨生态旅游,调整山东沿海渔区的渔业产业结构,通过发展与海洋保护区建设密切相关的生态旅游产业来提高渔民收入,推动山东沿海渔区生态旅游产业的发展,实现环境效益与经济效益的双赢。

3. 结合海洋渔业结构调整,发展海上休闲渔业

以海洋渔业结构调整和渔民转产转业为契机,发展以休闲渔业为先导的渔业第三产业,引导渔民实现海洋渔业产业发展方向的转变。通过政府引导和在政策、资金上的支持,结合海洋保护区和海洋禁渔区建设,引导渔民实施海洋鱼类资源保护和增殖战略。投放人工渔礁,实施海洋农牧化,依靠多年来掌握的渔具、渔法及渔业习俗,吸引游客开展海上垂钓、海鲜品尝、渔村观光、渔村度假等多种休闲渔业旅游活动。通过渔村度假地、民俗村、渔俗博物馆等多种基础设施建设,促进山东休闲渔业旅游产品开发。

4. 实施奥运带动战略,推动海上运动产品开发

奥运会帆船比赛在青岛的举办对山东旅游业的价值在于其品牌形象,树立价值和旅游公关促销价值,尤其是对山东滨海旅游产品品牌的推广价值,可以极大地提升青岛乃至山东黄金岸线滨海旅游产品的品牌知名度和美誉度。此外,奥运会帆船比赛还可以推动山东滨海海上运动项目的开展。除了游艇码头等硬件建设外,海上运动项目参与意识的提高,海上运动设施的制造,海上运动项目的推广及技术水平的提高、帆船运动人员的培养等无形收益,对于山东滨海海上运动的开展都具有很高的推动作用。

山东海岸线曲折漫长,地质地貌结构多样,海湾众多,海滨风景秀丽,山海一体的风光非常适合海上游艇、帆船等海上运动与休闲观光产品的发展。以奥运为契机,在青岛、烟台、威海旅游专用码头建设的基础上,开发以山东半岛为基地,形式多样、长

短结合的国内外海上观光游览路线,并开发多种海上旅游新产品,从根本上改变山东滨海旅游产品不出海的不利局面。

5. 提升度假村层次,开拓国际旅游市场

山东目前多数度假村和度假地建设存在目标市场不明确、房地产投机化现象比较严重。度假村和度假地档次普遍偏低,以国内机关和企事业单位休养度假为主,个体消费的比例偏低,尤其是国际度假尚处在起步阶段。针对山东滨海旅游国际市场开发的趋势,准确掌握国际游客度假需求,在全省沿海统一规划,高水平策划、建设几个有代表性的、具有示范带动作用的国际一流的海滨度假村,以国际旅游度假市场为导向,加大政府支持和招商引资力度,结合渔区环境整治和高尔夫球道建设,以传统渔区民俗文化为卖点,先期开拓日、韩度假市场,并借此带动国际旅游度假的发展。

四、滨海旅游发展对策建议

1. 设立山东滨海旅游政策促进委员会,全面推动山东滨海旅游发展

以省旅游局牵头,以沿海各级旅游局为基础,联合海洋与渔业局及相关专家,成立山东滨海旅游开发政策促进会,下设滨海旅游开发市场促销委员会、滨海旅游资源开发管理委员会和滨海旅游公关协调委员会,分别负责山东滨海旅游资源的产品开发、市场运作和品牌促销等环节的管理方针和政策的制定,将山东滨海旅游资源的开发、市场促销、品牌公关和相关部门协调系统地联合成一个整体,形成一条龙式的滨海旅游开发管理体系。

成立 2008 奥运会山东旅游联合促进工作委员会,争取省政府和北京奥组委的财政支持,与国际奥委会帆船运动联合会,北京奥运会组委会、奥运会合作伙伴和赞助商合作,充分利用国际媒体公关、奥运信息发布等多种形式,将奥运品牌与山东滨海旅游品牌结合起来。通过奥运宣传、赛事转播、新闻发布等媒体形式,在世界范围内最大程度上树立青岛乃至山东滨海旅游的新形象,吸

引世界各地的媒体和游客到山东来,开创山东滨海国际旅游的新局面。

2. 改革滨海旅游管理体制,强化旅游开发市场意识

滨海旅游是一项产业,其发展必须面向国内外旅游市场,参与旅游市场竞争。旅游主管部门必须营造滨海旅游资源开发的市場意识,摆脱对旅游景区的直接经营和对旅游开发项目的直接管理,将旅游资源开发的政策指导和监督管理作为部门的工作重点。完善旅游管理部门的评价体系,把滨海旅游资源的保护和可持续发展作为旅游管理工作的一项重要评价指标,逐渐弱化旅游主管部门的经济发展指标,结合社会效益和环境效益的评价,把旅游开发建设推向市场。

结合山东滨海旅游资源的环境特色,制定并不断完善山东滨海旅游景区两权分离政策,并以法规的形式予以明确。在保证旅游资源国家所有权和管理权的前提下,为山东滨海旅游景区经营权的转让提供强有力的政策法律保证,在增强投资者的信心的同时对投资者的不当开发行为实施法律约束。

3. 遵循旅游市场规律,注重滨海旅游市场调研

针对目前山东滨海旅游发展薄弱的方面,如国际休闲度假游、国内度假游、海上运动旅游等未来重点发展产品组织力量进行深入的市场调研,确定主要的制约因素、目标客户群体及其需求特点和变化趋势,有针对性地开发产品和制定市场促销措施,最终刺激目标群体的山东滨海旅游需求。

进一步理顺山东沿海各地的旅游信息汇总机制,完善国际游客入境信息、国内外游客住宿统计和国内外游客抽样调查程序;进一步规范国内外游客抽样调查,扩大抽样范围,提高抽样准确度,增加调查频次;可考虑委托专业市场调查公司以专访的调查取代现有的回收式问卷调查方式,提高问卷信息的准确度和可信度;在旅游主管部门设立专门的旅游信息调查管理机

构,并利用新闻媒体和网站等载体及时地发布各地的滨海旅游信息,以提高旅游调研信息的利用价值。

4. 建立滨海旅游目的地营销系统,推动旅游信息网络化建设

建立山东滨海旅游目的地营销系统,以山东滨海旅游信息网络化建设为先导,建立山东滨海旅游目的地促销网站,发展国际一流的、直接面向国际游客的山东滨海旅游信息窗口。采取优惠政策和鼓励措施,推动山东旅行社的网络化、集团化建设,培植具有一定规模和实力的具有国际竞争能力的大的旅行社集团;同时吸引外资旅行社在山东沿海的发展,通过国内大的旅行社集团和外资旅行社的竞争来推动山东滨海旅游的国际化发展进程。

5. 顺应滨海旅游市场发展,优化旅游产品结构

加强国际旅游市场的信息搜集和游客需求调查,并根据山东滨海旅游自身的特色和优势进行国际旅游市场的目标定位,明确潜在的国际游客目标群体。根据其需求特点有选择地开发适合需要的山东滨海旅游产品,如具有浓郁中国文化特色的胶东民俗和海鲜美食产品,具有欧美文化特色的青岛、烟台古建筑产品以及威海甲午战争纪念产品等。除此之外,海洋科学研究与交流、节庆、国际体育赛事以及国际会议等旅游产品对欧美游客也具有相当的吸引力,山东省及各地政府应在政策及资金上鼓励并支持此类旅游产品的开发。

在国内旅游开发方面,大力开发海上休闲旅游、滨海度假旅游、生态渔业观光、渔村文化旅游、海洋科普旅游等新型滨海旅游系列产品,全面拓展滨海旅游产品范畴和产品结构,突出健康、环保的绿色生态旅游,引导游客由观光型向度假型产品过渡。同时,利用山东沿海渔区的海洋环境优势,开发渔村度假产品,有效缓解旅游旺季山东沿海主要旅游城市的旅游客流压力,推动山东渔区经济的发展。

6. 贯通山东滨海旅游大道,促进黄金岸线一体化建设

以青岛滨海旅游大道为基础,结合威海环海公路建设,推动烟台、日照和东营的滨海旅游通道建设。本着山东滨海旅游一体化的发展方针,统一规划、统一布局山东滨海旅游大道。在山东滨海旅游大道规划建设的同时,结合滨海旅游新景区规划与开发,推动山东西部沿海滨海旅游发展,形成东西部滨海旅游发展比翼齐飞的新格局。以滨海旅游大道为轴线,实现山东滨海各地旅游产品的组团发展和差别布局,构建山东滨海黄金岸线旅游系列产品。另外,山东滨海大道的建设还应当与山东滨海防护林带建设结合起来。在规划建设滨海大道的过程中恢复和完善山东滨海防护林带体系,将山东滨海防护林带和滨海大道融合成一个整体,构建山东滨海旅游绿色景观通道。

7. 建立旅游开发监控机制,确保滨海旅游资源的可持续发展

为确保滨海旅游景区的规范化经营和可持续发展,应尽快建立起适应滨海旅游市场开发需要的旅游景区管理体制,推行景区、文物、旅游管理合一,海洋、环保与旅游管理相互协调的管理体制,强化滨海旅游景区市场运作的监督功能。旅游局作为政府旅游主管部门,要建立一套健全的管理制度和强有力的监督约束机制,重点抓好旅游景区开发规划管理和旅游开发项目建设评价工作。对旅游景区内建设项目要全面评估,从全省滨海旅游市场结构与布局要求出发,在旅游资源保护和环境影响多方面进行审核,既要保护投资商的经济利益和合法的经营权利,又要确保滨海旅游景区开发的规范有序,实现山东滨海旅游资源的科学合理利用和可持续发展。

参考文献(略)

(作者单位 山东海洋经济研究中心)