

辽宁海洋文化产业成为支柱性产业研究^{*}

——以海洋旅游文化产业为例

林宪生，赵 娜

(辽宁师范大学城市与环境学院 大连 116029)

摘 要：海洋文化产业成为支柱性产业是拉动海洋经济发展的战略性举措，而海洋旅游文化产业又是实现海洋文化产业成为支柱性产业的引领者。在定性分析辽宁海洋旅游文化产业成为支柱性产业的潜力基础上，运用支柱性产业指标对辽宁海洋旅游文化产业成为支柱性产业进行定量分析，依据分析结果，提出其发展策略，借以推动辽宁海洋文化产业的迅速发展。

关 键 词：辽宁；海洋旅游文化产业；支柱性产业

“加快发展文化产业，推动文化产业成为国民经济支柱性产业”是党的十七届六中全会上提出的战略目标。作为文化产业重要组成部分的海洋文化产业成为支柱性产业，将推动海洋经济迅猛发展。海洋旅游、新闻出版、广电影视、体育与休闲、庆典会展是辽宁海洋文化产业的主体，其中，海洋旅游文化产业是辽宁海洋文化产业的核心，是成为支柱性产业的引领者。因此，研究辽宁海洋文化产业，首先应研究利用海洋文化产业资源最广、综合性最强和关联性最大的海洋旅游文化产业，借以推进整个辽宁海洋文化产业成为支柱性产业目标的实现。

1 辽宁海洋旅游文化产业成为支柱性产业的潜力分析

1.1 辽宁的海洋旅游文化资源

资源禀赋理论(H—O)指出，一个产业要成为支柱性产业，必须拥有垄断性或优势的产业资源^[1]。辽宁海洋旅游文化资源丰富，其在海洋经济发展中占有重要地位，具有成为支柱性产业的潜力。

1.1.1 沙滩浴场旅游文化资源

辽宁拥有海岸线 2 878.5 km，其中大陆岸线长 2 178.3 km，已开辟为人工海岸的约长

809.92 km，占海岸线总长度的 29%。海岸类型多样，滩涂面积约为 2 696 km²，居全国第 6 位，砂质细腻，并且天然海水面积广阔，水质良好，形成了辽宁丰富的沙滩浴场旅游文化资源。著名的沙滩浴场有大连的棒棰岛、付家庄、夏家河子、金沙滩、葫芦岛的兴城等。

1.1.2 海洋生态旅游文化资源

辽宁湿地面积约为 2 131 km²，拥有亚洲第一、世界第二大的苇田，湿地生物多样性，是国家级保护动物重要的栖息地。辽宁森林覆盖率高，原生型生态资源丰富，为海洋生态旅游文化资源的发展提供了资源保障。代表性的海洋生态旅游文化资源有丹东鸭绿江湿地、盘锦双河口湿地、大连老铁山、冰峪沟等^[2]。

1.1.3 海洋会展旅游文化资源

辽宁沿海 6 市优越的地理位置，宜人的气候条件，便利的交通设施，快速发展的经济，繁荣的都市生活，深厚的文化底蕴，开放的生活观念，是海洋会展旅游文化产业发展的基础。以大连海鲜、营口海滨温泉、盘锦红海滩、葫芦岛泳装为代表的海洋会展旅游文化产业正在日益兴起。

1.1.4 海洋民俗旅游文化资源

辽宁海洋民俗文化资源丰富，涵盖面积广。

^{*} 基金项目：推动辽宁海洋战略性新兴产业发展的对策建议，2011 年辽宁省社会科学规划基金项目(L11BJL025)。

沿海的先民们在长期与自然、海洋的斗争中，总结并传承了大量涉海的生活经验、智慧和文 化，形成了辽宁独特的海洋民俗文化^[3]。以营 口望儿山、锦州大笔架山为主题的海洋民俗文 化旅游成为一道亮丽的风景线。

此外，还有以熊岳、五龙背、兴城为代表的 温泉休闲旅游文化资源，以大连旅顺、葫芦岛九 门口长城、丹东断桥、营口西炮台为代表的海洋 历史文化旅游资源。这些丰富多彩的海洋旅游文 化资源为辽宁海洋旅游文化产业发展成支柱性产 业提供了保障。如今，辽宁已经形成辽南、辽东、 辽西 3 个海洋旅游中心，及以大连为龙头、以丹 东和葫芦岛为两翼的 6 个海洋旅游带。

1.2 辽宁海洋旅游文化产业发展状况

在辽宁海洋文化产业中，海洋旅游文化产 业占有重要的地位，其产值在辽宁海洋经济中

占有很大比重。表 1 是采用辽宁海洋旅游文化 业产值、辽宁其他海洋产业产值、占辽宁海洋 生产总值比重和年增长率 4 个指标，比较出辽 宁海洋旅游文化产业发展状况^[4]。2004 年， 辽宁海洋生产总值 932.23 亿元，海洋旅游文化 产业产值占海洋生产总值的 29.68%，与海洋经 济最大的产业海洋渔业相比，相差 18.2 个百分 点，排名第二；2010 年辽宁海洋生产总值 2 619.6 亿元，海洋旅游文化产业产值占海洋生 产总值的 48.43%，虽然仍落后于海洋渔业，但 是海洋旅游文化产业年增长率却高于海洋渔业 约 11.9 个百分点，名列第一。从产值排名来 看，近年来，海洋旅游文化产业持续稳步增长， 在海洋产业中脱颖而出，从增长率排名来看， 海洋旅游文化产业具有很大的发展潜力，具有 成为辽宁支柱性产业的性能。

表 1 辽宁海洋旅游文化产业与其他海洋产业发展状况比较

产业	2004 年			2010 年			增长 率/%	年增长 率排名
	产值/亿元	占比/%	排名	产值/亿元	占比/%	排名		
海洋渔业	446.0	47.9	1	1 296.0	49.4	1	23.8	3
海洋油气业	3.2	0.3	6	4.0	0.1	6	4.6	5
海洋盐业	5.1	0.6	5	5.8	0.2	5	2.6	6
海洋船舶工业	108.4	11.6	4	174.4	6.7	4	10.0	4
海洋交通运输业	120.0	12.9	3	522.4	20.0	3	34.2	2
海洋旅游文化业	276.7	29.7	2	1 268.7	48.4	2	35.6	1

数据来源：2005 年、2011 年中国海洋统计年鉴。

2 辽宁海洋旅游文化产业成为支柱性产 业的指标分析

国内外有关支柱性产业标准的研究很多， 梳理国内外权威文献，这里选取认同率较高的 3 个指标，一是产业比重大，增加值占 GDP 比 重 5%以上，产值占 GDP 的 8%以上；二是需求 收入弹性高，弹性大于 1；三是就业容量大，就 业弹性大于 1。作为辽宁海洋旅游文化产业成为 支柱性产业的主要依据，从海洋旅游文化产业 产值、旅游需求弹性、旅游就业容量 3 个方面 来分析辽宁海洋旅游文化产业成为支柱性产业

的可能性。

2.1 产值占 GDP 的比重分析

通过 2001—2010 年辽宁省 GDP 和海洋旅 游文化产业产值计算获得表 2 数据。从表 2 中可 以看出，辽宁海洋旅游文化产业产值逐年增加， 但增长率却有所下降，原因与科技落后、产品 更新缓慢等有关。海洋旅游文化产业产值占辽 宁省 GDP 的比重由 3.2%增长到 6.8%，虽然 增长率上升，但从支柱性产业产值占 GDP 比 重 8%的标准角度分析，辽宁海洋旅游文化产 业成为支柱性产业还有一定距离。

表 2 2001—2010 年辽宁海洋旅游文化
产业产值占 GDP 的比重

年份	产值/ 亿元	增长率/ %	辽宁省 GDP/亿元	占 GDP 的 比重/%
2001	160.2		5 033.1	3.2
2002	213.3	33.1	5 458.2	4.0
2003	209.1	—1.9	6 002.5	3.5
2004	276.7	32.3	6 672.0	4.1
2005	346.3	25.1	8 047.3	4.3
2006	439.1	26.8	9 304.5	4.7
2007	586.7	33.6	11 164.3	5.3
2008	795.1	35.5	13 668.6	5.8
2009	1 048.9	32.0	15 212.5	6.9
2010	1 268.7	20.9	18 547.3	6.8

数据来源：2002—2011 年辽宁省统计年鉴、中国海洋统计年鉴。

2.2 需求收入弹性分析

需求收入弹性是指某一产业产品的需求增加率与人均国民收入增加率之比，需求收入弹性大于 1，说明随着收入的增加，需求增长快于收入增长。显然，随着人均国民收入的增长，选择需求收入弹性高的产业作为支柱性产业，符合市场法则，有助于产业结构演进。通过公式计算获得表 3 数据，可以看出近年来辽宁海洋旅游需求收入弹性均大于 1，意味着市场机会大，与其他产业相比，在同等收入增幅情况下，国民用于辽宁海洋旅游消费的支出较多。因此，辽宁海洋旅游文化产业开发空间大，发展潜力大，对国民经济贡献大，从需求收入弹性角度分析，可以选择海洋旅游文化产业作为辽宁省的支柱性产业。

表 3 2005—2010 年辽宁海洋旅游需求收入弹性

年份	海洋旅游文化产业		全国人均 GDP		需求收 入弹性
	产值/亿元	增长率/%	GDP/元	增长率%	
2005	346.3		14 185		
2006	439.1	26.8	16 500	16.3	1.6
2007	586.7	33.6	20 169	22.2	1.5
2008	795.1	35.5	23 708	17.5	2.0
2009	1 048.9	31.9	25 608	8.0	4.0
2010	1 268.7	21.0	29 992	17.1	1.2

数据来源：2006—2011 年辽宁省统计年鉴、中国城市统计年鉴。

2.3 就业容量分析

衡量就业容量大小的指标一般用就业弹性，就业弹性指在其他因素不变的情况下，经济每增加一单位所引起的就业增长比率，就业弹性大于 1，说明经济增长所带来的就业容量大，选择就业弹性大的产业作为支柱性产业能带来更多就业机会，最终促进经济增长^[5]。通过公式计算获得表 4 数据，显示出辽宁海洋旅游文化产业就业人数逐年增加，但就业弹性均小于 1，这意味着虽然辽宁海洋旅游文化产业产值增加了，但是海洋旅游文化产从业人数的增长率低于产值增长比率。从支柱性产业就业指标分析，辽宁海洋旅游文化产业与支柱性产业还有一定差距。

表 4 2005—2010 年辽宁海洋旅游就业弹性

年份	海洋旅游文化产业		海洋旅游文化		就业 弹性
	就业人数		产业产值		
	人数/万人	增长/%	产值/亿元	增长率/%	
2005	9.6		346.3		
2006	10.0	60.0	439.1	26.8	0.2
2007	10.9	68.6	586.7	33.6	0.2
2008	11.2	20.4	795.1	35.5	0.1
2009	11.3	16.0	1 048.9	31.9	0.1
2010	11.6	24.5	1 268.7	20.9	0.1

数据来源：2006—2011 年辽宁省统计年鉴、中国海洋统计年鉴。

通过分析，在需求收入弹性指标上，辽宁海洋旅游文化产业达到了支柱性产业的标准，但就业容量、产值占 GDP 的比重与支柱性产业的标准还有一定距离。运用表 1 数据作回归分析，预测到 2015 年辽宁海洋旅游文化产业是否可以作为真正的支柱性产业加以扶持。图 1 显示，辽宁海洋旅游文化产业产值和辽宁省 GDP 呈线性关系，相关系数为 $R=0.993\ 3$ ，说明海洋旅游文化产业产值与 GDP 相互关系密切，回归方程为 $y=11.903x+3\ 549.8$ ，表明海洋旅游文化产业产值每增长 1 亿元，辽宁省 GDP 增长 11.903 亿元。以辽宁海洋旅游文化产业产值年平均增长率 30%为基准，到 2015 年海洋旅游文化产业产值将达到 6 307.9 亿元，在回归方程中

得出，海洋旅游文化产业产值占 GDP 比重为 8.02%，满足支柱性产业 8% 的标准。

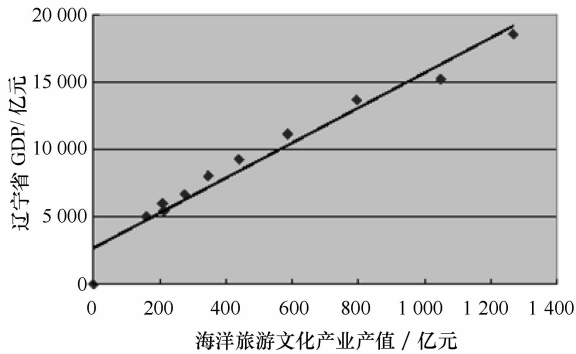


图 1 海洋旅游文化产业与辽宁省 GDP 呈线性关系

3 辽宁海洋旅游文化产业成为支柱性产业的策略

上述表明，辽宁海洋旅游文化产业发展成为支柱性产业存在极大的可能性。丰富的海洋旅游文化产业资源，蕴藏着巨大的发展潜力；各项指标逼近支柱性产业标准。只要构建符合客观规律的发展模式，制定切实可行的策略，就会促进海洋旅游文化产业快速成为辽宁支柱性产业，并带动其他海洋文化产业成为支柱性产业。基于辽宁海洋旅游文化产业的现实情况和未来发展需要，提出以政府引导为鹰头、人才培养为鹰眼、科技应用为鹰喙、创新发展为鹰爪、特色经济和规模产业为鹰翼的“鹰式”发展模式，并创造物质环境和生态环境，为其保驾护航。

3.1 鹰头——政府引领

波特“钻石理论模型”指出，政府政策对产业竞争力的影响不能漠视。辽宁省政府要对海洋旅游文化产业的发展加大支持力度，完善财政、税收、投资、金融、工商管理、知识产权等一系列产业政策，比如在海洋历史文化和海洋民俗文化旅游开发上，加大投资力度，对旅游开发单位或部门减免税收；政府要对海洋旅游文化资源开发、整合与规划给予科学的指导，例如可以把海洋旅游文化进行功能分区，分为海洋观光旅游区、休闲渔业和海洋民俗体验旅游区、温泉康复疗养度假旅游区、海洋生

态和历史文化参观旅游区等，最终形成一系列长期稳定的海洋旅游文化产业政策与制度^[6]。

3.2 鹰眼——盯住人才

实践证明，日趋激烈的人才竞争成为夺取海洋旅游文化产业未来制高点的决策因素，辽宁省要重视引进优秀人才、培养潜力能人，对现有海洋旅游文化产业从业人员进行不定期培训和考核。此外，优化人才管理制度，完善分配激励机制，在待遇上拉开档次，给予缺少或特殊人才更高的待遇；在高校开设海洋旅游文化产业相关的专业，形成产、供、销、学、研一体化的发展模式。

3.3 鹰喙——咬紧科技

海洋旅游文化产业作为新兴产业，具有高技术、高智能的特点，基于此，应大力提升海洋旅游文化产业的科技含量，加快海洋旅游文化产业数字化、信息化和网络化的建设，把现代科学技术运用到辽宁海洋旅游文化产业中。运用科技传媒手段，为辽宁省独具特色的海洋旅游文化做宣传；在观赏性海洋旅游的基础上，增加参与性海洋旅游项目，如海洋潜水、海上驾驶等，使辽宁海洋旅游文化产业由三低——低文化附加值、低技术和低服务水平向三高——高文化附加值、高技术和高服务水平发展^[7]。

3.4 鹰爪——抓住创新

文化产业是最需要创新的产业，解放思想、创新经营方法、革新经营手段，积极探索适合辽宁海洋旅游文化产业发展的商业模式^[8]。辽宁海洋旅游文化企业应从自身实际情况出发，适时调整营销策略，采用零售与团购相结合的方式推销海洋旅游文化产品，加强与山东、上海、天津等沿海城市的联系，统一销售海洋旅游产品。此外，在 3 个旅游中心、6 个旅游带的基础上，创建特色的旅游线路，使游客在最短时间、最大范围内，最尽兴地享用海洋旅游产品与服务。

3.5 鹰翼——彰显特色和规模

根据 6 市的特色海洋旅游文化资源，发展特色经济，如发展大连沙滩浴场旅游、葫芦岛

休闲疗养旅游、盘锦红海滩观赏旅游、丹东鸭绿江特色项目旅游等。整合资源，实现海洋旅游文化产业的规模化、集群化，建成以丹东为中心的国际海洋民俗旅游文化产业群、以大连为中心的水下海洋休闲旅游文化产业群、以锦州葫芦岛为中心的水上海洋历史遗迹旅游文化产业群。

3.6 两个环境——物质环境和生态环境

为了确保辽宁海洋旅游文化产业“鹰式”发展模式的平稳前行，需要创造两个环境：一是赖以生存的物质环境；二是长久发展的生态环境。针对海洋旅游文化企业存在“融资难”的情况，应设立辽宁省海洋旅游文化产业发展专项资金，主要用于海洋智能文化、海洋历史文化、海洋生态文化旅游的开发和发展，建立起由社会企业、外资、政府等广泛参与的多元投资机制，尤其加强与地方银行的合作，使其参与到产业开发中来。健康的海洋生态环境是海洋旅游文化产业实现全面协调可持续发展的重要基础，推进海洋旅游文化资源开发与生态保护相结合，坚持生态优先原则，重点开发生态旅游线路，如大连蛇岛—老铁山—盘锦苇海鹤乡、红海滩等生态旅游；建立完善的海洋环境监测体系和重大污染应急处理机制，保证海

洋环境质量，从而实现海洋旅游文化产业与海洋生态环境有机融合^[9]。

参考文献

[1] 张开城,徐质斌. 海洋文化与海洋文化产业研究[M]. 北京:海洋出版社,2008.

[2] 李长义,苗丰民. 辽宁海洋功能区划[M]. 北京:海洋出版社,2006.

[3] 郑贵斌,刘娟,牟艳芳. 山东海洋文化资源转化为海洋文化产业现状分析与对策思考[J]. 海洋开发与管理,2011,28(3):90—94.

[4] 何建民. 上海旅游业培育成战略支柱产业的要求、路径、潜力与对策研究[J]. 旅游学刊,2011(5):30—39.

[5] 魏卫,陈雪钧. 旅游产业经济贡献综合评价:以湖北省为例[J]. 旅游学刊,2006(2):331—334.

[6] 金鑫. 文化产业振兴与广东海洋文化产业发展机遇探讨[J]. 广东农业科学,2010(3):308—311.

[7] 张绍华,林宪生. 大连海洋文化产业的发展策略[J]. 经济研究导刊,2011(21):133—135.

[8] 束春德,蒲艳春,辛丽轲,等. 青岛海洋文化产业发展战略研究[J]. 海洋开发与管理,2011,28(9):138—141.

[9] 张英. 基于 SWOT 分析的宁波海洋文化产业发展研究[J]. 海洋文化,2011(4):11—15.