

我国海洋旅游发展机遇与路径分析

□ 刘佳 纪晓萌

在建设海洋强国、构建海洋命运共同体、共建21世纪海上丝绸之路背景下,海洋旅游将以其特有的开放性、求新性和外向性,成为助力构建双循环发展格局、激发海洋经济活力的重要力量。

党的二十大报告提出,“发展海洋经济”“加快建设海洋强国”。海洋旅游作为海洋经济的重要构成,在丰富海洋业态、培植海洋文化、拉动海洋经济等方面发挥着重要作用。在新时期新征程上,以高质量发展为主题,立足我国海洋旅游发展基础与优势,把握战略发展机遇,探索海洋旅游发展的实践路径,是实现我国海洋经济高质量发展和海洋产业现代化的必然要求。

一、我国海洋旅游发展基础与趋势

(一)海洋旅游发展基础和优势

我国大陆海岸线长达1.8万千米,纵贯渤海、黄海、东海、南海四大海域,滨海岛屿风光迥异,海湾岬角特色突出。复杂多样的地貌海岸,悠远厚重的海洋文化和形色各异的民俗风情,形成了地域与季节差异显著、人文与历史意蕴深厚的海洋旅游鲜明特征。

在我国历史上,历代帝王、文人墨客的海上旅行在千年长河中留下了众多观海听涛的典故、记载和文学作品,流露出对浩瀚海洋的慨叹与赞美。中华文明辉煌灿烂的海洋文化资源丰富多样,“海上丝绸之路”、“妈祖”等海洋文化信仰、“郑和下西洋”等海洋文化交流均蕴含着开放合作、多元包容的文化理念。

改革开放以来,我国旅游发展要素向沿海地区持续集聚,沿海城市率先进入旅游资源开发和旅游产业发展阶段。“东方夏威夷”三亚、“东方瑞士”青岛、“海上花园”厦门、“白鸟之城”珠海、“京津后花园”秦皇岛等特色旅游城市成为我国海洋旅游发展的主力军,滨海旅游业在海洋产业中的地位逐渐提升,成为我国旅游业发展的重要支撑和沿海地区新的经济增长点。

进入21世纪以来,我国海洋旅游保持强劲的发展势头,进入综合开发和全面发展阶段。依托三大海洋经济圈、11个沿海省份和55个沿海城市的资源禀赋、区位优势和发展优势,我国海洋旅游形成了由交通纽带贯通的“沿海旅游城市带”,探索建立了以“要素集聚”和“产业集群”为特色的现代海洋旅游产业体系,凸显了区域海洋旅游资源环境和海洋文化基础优势。与此同时,滨海城市风情、海洋生活民俗、海防文化遗迹、海洋节庆活动等海洋人文资源得到系统开发,海岸地貌、岛屿礁石、基岩险滩、延绵沙滩、椰林海风等自然景观资源也不断吸引着旅游者,观光游览、休闲度假、娱乐体验、邮轮游艇、海上运动等特色海洋旅游产品体系已见雏形,滨海民宿、休闲垂钓、康养疗愈、主题公园等海洋旅游新兴产业不断涌现。

(二)海洋旅游发展机遇和趋势

海洋是高质量发展战略要地。立足新发展阶段,海洋旅游发展面临需求转变、资源整合与产业重构的新机遇,在市场客群层次分化、旅游产品结构优化、服务设施配套建设和营销方式创新发展等方面日趋成熟,步入消费大众化、需求多元化、产品多样化和市场层次化新阶段,服务智能化、追求个性化、发展国际化成为海洋旅游发展新趋势。海洋旅游发展依托渔业、临港工业等海岸带空间功能叠加优势,展现出较强的产业整合

能力、增长韧性。根据中国海洋经济统计公报,2019年滨海旅游业增加值占主要海洋产业增加值的50.63%,成为我国海洋经济和旅游经济发展的有力引擎,更是国家软实力提升和柔性战略实施的重要领域。党的二十大报告中“构建优势互补、高质量发展的区域经济布局和国土空间体系”“着力扩大内需”“建设现代化产业体系”“推进文化和旅游深度融合”等重要决策部署,为新时代推进海洋旅游发展指明了方向。在建设海洋强国、构建海洋命运共同体、共建21世纪海上丝绸之路背景下,海洋旅游将以其特有的开放性、求新性和外向性,成为助力构建双循环发展格局、激发海洋经济活力的重要力量。

二、国际海洋旅游发展经验借鉴

(一)注重规划编制与政策引导

从世界范围来看,国际知名海洋旅游目的地从规划管理到政策制定均已取得具有借鉴价值的成果。如普吉岛拉古纳海滩,通过统一规划建设,打造了建筑风格统一又各具特色的酒店度假村聚落,不同酒店群间的管理相互协调,共享游泳场地、网球场、豪华SPA、购物村、高尔夫球场等配套设施,触发了游客感官的丰富体验,成为多元化的海洋旅游度假胜地。美国夏威夷推出“2050可持续发展”,联合区域群岛协同发展,突出海岛特色,通过财政拨款推动群岛服务设施建设,促进其经济增长,为海洋旅游目的地地规划理论研究与管理实践提供了参考。系列区域旅游发展政策的实施与引导也为海洋旅游发展提供了借鉴,如马尔代夫注重利惠政策与法规实施,政府和旅游管理部门通过目标市场和营销模式的创新,采取特惠折扣、落地签证、优惠活动等措施支持区域旅游发展。迪拜海事城市管理局通过提供综合服务、立法和监管,简化规章制度,免除外国游艇的增值税,为所有在迪拜水域内的本地和外来船舶提供短期停泊服务,系列措施的实施进一步提高了迪拜在全球领先游艇目的地中的排名。

(二)打造品牌形象与产品体系

从泰国普吉岛、印尼巴厘岛、墨西哥坎昆、南亚马尔代夫到美国夏威夷等知名海洋旅游目的地的发展来看,本土文化的沉淀与挖掘,在目的地形象塑造中发挥着核心作用。较有代表性的如法国戛纳,得益于声势日隆的电影节与得天独厚的地理位置,蔚蓝色海洋、视觉艺术与明媚阳光组成了影视特色鲜明的滨海旅游胜地。美国夏威夷将原住民生活方式与本土文化特色相结合,融合太平洋热带海洋岛屿风光和波利尼西亚文化,打造独具特色的海洋旅游形象。与此同时,夏威夷积极塑造海洋旅游品牌,构建主题鲜明的旅游产品体系。政府部门、旅游企业和当地居民协作,通过Aloha文化、草裙舞、花环等核心元素的运用,营造“太平洋上的天堂”的旅游形象,展示夏威夷本土特色的音乐、舞蹈和节庆,形成融滨海休闲、文化体验于一体的旅游产品体系。

(三)明确功能分区与发展导向

国际知名海洋旅游目的地区域内分区功能明确,发展特色各异,满足

不同层次、不同类型游客的需求。如澳大利亚黄金海岸,以一条70公里长、天然洁净的冲浪海滩和四个世界级主题公园而闻名,集体验、观赏、运动、探险等多功能于一体。美国迈阿密,开发运动、野餐、人文、娱乐、休闲、生态等不同特色、功能各异的海滩,各个海滩具有不同的发展导向。马尔代夫采取“整体出让,差异发展”的开发模式,海岛突出整体统一的建筑风格,水中别墅风格各异,实现整体性和个体特色相结合。

三、我国海洋旅游发展对策建议

(一) 向海谋篇:科学精准谋划,助力区域经济发展

要坚持以推动高质量发展为主题,贯彻落实党的二十大报告关于“促进区域协调发展”“构建优势互补、高质量发展的区域经济布局和国土空间体系”的重要决策部署,加快实现海洋旅游现代化,全面助力区域经济发展。

由于我国海岸线在南北方向跨度较大,在季风气候影响下,海洋旅游资源表现出较为明显的地域差异,因此,系统科学编制海洋旅游区域发展规划是实现高质量发展的必要前提。首先,依托我国海洋环境基础和资源特色,充分开展地质地貌、自然气候、生物资源等调研,明确腹地、滨海、海滩、近海、海岛等不同主体功能区的开发空间,明确不同纬度带海洋旅游的产品发展要点和空间发展模式,科学制定海洋旅游发展的总体规划 and 专项规划。《国务院关于推进海南国际旅游岛建设发展的若干意见》《山东半岛蓝色经济区发展规划》《浙江海洋经济发展示范区规划》《横琴国际休闲旅游岛建设方案》等的出台和实施,为海洋旅游发展明确了目标导向。其次,完善公共服务体系,注重海洋旅游发展的基础保障。构建海陆空立体交通网络和陆海交通体系建设,实现功能互补式差异开发。例如,《青岛市海洋旅游高质量发展总体方案》将旅游公共服务体系作为打造重点,提出提升抵达乘船点“最后一公里”交通服务,完善旅游标识系统,不断强化海洋旅游配套公共服务建设。

在此基础上,要以区域经济发展为导向,注重构建海洋旅游产业体系和海洋旅游国土空间支撑体系。综合考虑自然环境要素、社会经济水平 and 生态系统特征形成的空间差异,结合产业特色和资源基础,划分主体功能空间单元,构建集中度、关联度强、集约化水平高的海洋旅游产业集聚区,发挥整合资源、集成技术、引领经济的复合功能,优化区域经济布局。

(二) 向海突破:活化产业业态,培育旅游产品体系

我们要贯彻落实党的二十大报告“着力扩大内需,增强消费对经济发展的基础性作用”“建设现代化产业体系”的重要决策部署,促进海洋旅游适应消费需求变化,加快转型升级,推进海洋旅游消费扩容提质,实现海洋经济高质量发展。

一方面,革新产品体系,增强发展内生动力。强化开发远洋探险、海底潜游、海上垂钓、荒岛生存等特色海洋旅游项目,提升旅游者参与度与娱乐度,着力提升优质海洋旅游产品

的供给能力,构建海域立体发展的产品体系,打造海洋经济新亮点和海洋旅游发展新高地。依托数字技术、人工智能、虚拟现实,开辟海洋旅游体验新场景,补齐季节性短板,通过技术创新和功能拓展,塑造高质量的海洋旅游品牌与产品,激发海洋旅游高质量发展新动力。

另一方面,数字赋能供需匹配,充分释放消费需求。从海洋旅游国际化着眼、市场化着想、产业化着手,精准把握消费需求。通过信息技术的运用,明晰海洋旅游者的消费需求特征和个体行为特征,强化海洋旅游要素市场、运行市场和需求市场研究,提升供需匹配能力。通过大数据分析,以智慧化赋能海洋旅游消费应用场景,精准把握消费需求,有针对性地增强海洋旅游产品供给,充分释放消费潜力。

在中国旅游研究院“2022年度旅游创业创新精选案例”中,海昌海洋公园注重“新场景、新文化、新模式、新营销”,打造了海洋主题消费集群,为促进行业复苏发展、创新开发产品提供了借鉴。

(三) 向海而融:赓续海洋文脉,推进文旅深度融合

我们要全面落实党的二十大报告关于“繁荣发展文化事业和文化产业”“坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合发展”的重要决策部署,推动文旅深度融合,传承海洋文脉,切实增强中华文明传播力和影响力。海洋文化与旅游具有天然耦合、互补共赢的密切关系。“积极拓展海洋经济发展空间”“提高海洋文化旅游开发水平”是国家“十四五”时期的重要任务。

一方面,应深挖海洋文化要素,拓展海洋文旅发展边界。植根于我国海洋文化沃土,深挖沿海民俗、渔盐、海防、开埠、置民等文化资源,推进新时代海洋文化建设和海洋文化共性,推进海洋文化特性相结合、传统文化与现代经济相结合、海洋文化与本土历史文化相结合,深入探索海洋文化精髓与旅游相结合的模式与路径,融民俗传统、海洋史话、海洋文化、人文情怀与现代旅游于一体,进一步拓展海洋文旅融合发展边界。例如,澳头 Vision 海洋文旅小镇,作为厦门海洋高新产业园三大核心板块之一,融合了生态、乡村、观光、休闲要素,集民俗节庆、特色餐饮和人文风情于一体,进一步推动了沿海、沿湖生态岸线与闽南乡村民俗文化的融合发展,打造了海洋文旅深度融合发展与提质升级的新高地。

另一方面,挖掘区域文化差异,促进海洋文化旅游发展。打造闽南、潮汕、胶东等区域特色海洋文化旅游带,着力提升海洋文化旅游产品差异化供给,破除同质困境,激活文旅发展的“蓝色引擎”,扩大海洋文化旅游的品牌效应,强化从产品、业态、组织、机构到市场的全方位、多层次深度融合发展,实现区域特色文化与海洋旅游的互补与增值,推动海洋文化旅游集群化、规模化和品牌化发展。

(注:本文系国家自然科学基金项目“双循环新格局下我国海洋旅游业高质量发展与响应机制研究”[21BGL021]的研究成果。)

(作者单位:中国海洋大学管理学院)

“2022年度全国十大考古新发现”评选结果3月28日揭晓,河南开封州桥及附近汴河遗址榜上有名。现存开封州桥为明代早期所修建,是在宋代州桥基础上建造的单孔砖券石板拱桥。州桥石壁则是目前国内发现的北宋时期体量最大的石刻壁画,代表了北宋时期石作制度的最高规格和雕刻技术的最高水平。州桥具有非常重要的历史文化价值,是中国大运河文化遗产的重要组成部分。党的二十大报告提出:“加大文物和文化遗产保护力度,加强城乡建设中历史文化保护传承,建好用好国家文化公园。坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合发展。”在大运河国家文化公园建设背景下,结合文化和旅游深度融合发展的趋势,在保护好州桥遗址本体的基础上,对州桥文化资源进行旅游开发是保护传承州桥文化的重要方向。

一、州桥的文化旅游定位

州桥是古都开封的“文化中枢”。州桥是位于汴河之上的一座重要桥梁,始建于唐代建中年间,历经唐、五代、北宋、金、元、明六朝,使用时间达八百余年,最终被明末洪水淹没淤废。州桥曾经见证了汴河的经济繁华,也见证了古都开封的文化昌盛。汴河处于唐宋大运河的中枢区段,御街是古都开封千年未变的中心线,而州桥则是汴河与御街的交汇点,这就奠定了州桥在开封城市格局中的中枢地位。以州桥为中心,辐射汴河东西和御街南北,形成了州桥文化区。州桥文化区既是汴河文化与御街文化的交融区,也是宋代皇家文化与民间文化的交融区,还是开封古都文化与省会文化的交融区。在古都开封的城市文化格局中具有“中枢”意义。

州桥是古都开封的“文物地标”。州桥是古都开封御街的一座具有象征意义的桥梁。州桥独特的地理位置使之成为具有表征性的文化空间,构成了宋都开封独特的文化意象。州桥作为开封体现宋文化的重要文物,与铁塔、繁塔、北宋东京城顺天门(新郑门)遗址等文物不同,它不但是古都开封城市中轴线上的重要地标,也是镌刻着古都开封深刻文化记忆的“文物地标”。在历史上,州桥曾经是北宋东京城的重要标识,甚至是北宋政权的重要象征。例如,南宋范成成大观四年(1168年)出使金国,途经沦陷后的北宋旧都汴京州桥,触目伤怀而咏诗:“州桥南北是天街,父老年年等驾回。忍泪失声询使者,几时真有六军来?”长期以来,州桥成为古都开封的重要象征,也成为开封人再忆东京梦华的情感寄托。如今,州桥考古新发现促使人们意识到,州桥遗址不仅是展示州桥文化的重要场所,也是展示千年前世界第一大都市繁华盛景的地标载体。

州桥是古都开封文物保护单位利用的“中心区”。州桥及附近汴河遗址因其具有极高的遗产价值,必将成为开封市区文物保护单位利用的重点。以州桥及附近汴河遗址为中心,连接古都开封其他文物保护单位,形成了一个古都开封文物保护单位的大网络。将州桥作为古都开封文物保护单位利用的“中心区”,开展立体叠压型城市考古发掘、研究与展示,将推进整个开封古城文物的整体性保护利用,有利于创建“国家文物保护单位示范区”。

州桥是古都开封的世界级旅游吸引物。州桥是唐宋运河繁华的象征物,也是宋文化高度发达的象征物。党的二十大报告强调要“推进文化自信自强”,“传承中华优秀传统文化”,“不断提升国家文化软实力和中华文化影响力”。州桥是展示中华宋文化自信的文物载体,塑造州桥世界级旅游吸引物不仅有助于传承优秀的宋文化,也有助于提升宋文化的国际影响力。州桥不仅是开封这座城市的州桥,也是中国大运河的州桥,更是世界级的运河文化遗产。州桥不但要做好价值阐释和文化传播,还要着力打造世界级旅游吸引物,使之在开封建设世界级旅游目的地的格局中发挥重要的作用。以州桥及附近汴河遗址为依托,建设汴河州桥文化旅游区,大力发展遗产旅游,将推进州桥成为开封打造“世界历史文化名都”和“国际文化旅游名城”的重要支撑。

二、州桥文化旅游开发的路向

构建州桥旅游景观体系。州桥和汴河遗址是汴河州桥文化旅游区内的原真性、主体性和特色性旅游景观。但是,仅有州桥和汴河遗址景观尚显单一,还需要进一步丰富旅游景观体系。结合当下旅游休闲者的审美需求,可以增加体现海马、飞鹤、祥云、金龙四大王、木岸狭河、汴河漕船等文化元素的景观,对旅游景观的颜色、线条、结构、规模、介质等方面进行创新设计,形成一系列价值彰显、特色鲜明、创意突出的旅游景观。由此,在汴河州桥文化旅游区未来可以形成“2+N”旅游景观体系,2即州桥遗址和汴河遗址,N即一系列其他旅游景观。

开封州桥文化旅游开发的构想

□ 张野

设计州桥旅游体验项目。汴河州桥文化旅游区要瞄准当下旅游休闲者的体验需求,提供融旅游多要素于一身,集视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉于一体的旅游体验项目。在州桥遗址博物馆外圈旅游街区,宜重点开发具有旅游吸引力的新体验项目,让旅游休闲者在互动参与中体验州桥和汴河文化。例如,其一,设计工坊体验,开发造桥、造船、木岸狭河、堤堰、水闸等手工体验项目。其二,设计勾栏演艺,再现宋代州桥附近瓦子勾栏的演艺场景,推出一系列具有宋风宋韵的演艺项目,开展仿宋的吹笙、笛唱、叫声、口技、书舞、杂剧等文艺表演,融入当下的豫剧、相声、手影、流行宋风音乐等表演。其三,设计体验性强的文创品。围绕州桥出土文物和其他相关文物,针对当下游客的审美需求和消费习惯,融入文化创意和科技元素,开发一系列有特色的体验性文创品。

丰富州桥的旅游业态。当前,旅游发展日新月异,旅游新业态层出不穷。州桥旅游开发要考虑游客的多元需求,培育和发展一批融合型旅游业态。例如,布局创意博物馆、多媒体灯光秀、实景剧本娱乐、主题餐饮、主题酒店、创意宿集、动漫节会、影视旅游等业态,形成丰富的旅游业态。例如,在州桥博物馆内,可以运用动画、影视、游戏、VR等形式展现州桥文化。其一,推出可阅读的州桥。围绕州桥遗址和相关文物,设置醒目且易扫读的二维码,展示“可阅读的州桥”。在二维码中可设置英文导览、语音、视频播放、VR等功能,使州桥文物能读、能听、能看、能游。多从游客受众的角度“活化”州桥文物,针对不同群体传递州桥不同的文物信息和文化故事。其二,创作动态的州桥图景。采用数字科技创作动态的州桥文化图景,表现州桥、汴河、御街、夜市等文化元素,虚拟展示宋代州桥的鲜活场景。其三,开发VR体验项目。可以推出州桥考古VR体验、穿越汴河VR体验等项目,采用虚拟现实最新技术,讲述汴河与州桥的故事。

加强州桥旅游宣传营销。在互联网时代,面对大众媒体、新媒体的日新月异和大数据、云计算、人工智能等信息技术的日臻成熟,州桥旅游营销要注重文物故事的讲述方式和传播方式。尤其要适应“Z世代”“90后”“00后”的观赏方式和文化消费习惯,不断创新文物故事的传播方式。要利用好各种新媒体和社交平台,推动州桥故事传播的知识化、通俗化、趣味化、体验化、网络化、视频化,传播州桥所蕴含的中国智慧、中国精神和中国价值。另外,还要利用文化论坛和节节庆来传播州桥文化,扩大州桥在国内外的文化影响力。

州桥是中国大运河文化遗产的重要组成部分,是大运河文化带上的璀璨明珠。发展州桥文化旅游不但可以为开封文旅发展赋能,更可以为中国大运河旅游发展赋能。发展州桥文化旅游不仅需要相关管理部门的协同支持,也需要专家学者们的智力支撑,更需要文旅人才的倾力投入。在不远的未来,州桥文化旅游一定会大放异彩。

(注:本文系河南省哲学社会科学规划项目“河南大运河文化带公共休闲空间再生产研究”[2018CJ074]的阶段性成果。)

(作者单位:河南大学文化旅游学院,中国旅游研究院文化旅游研究基地)

浅谈电子音乐与旅游融合发展

□ 耿楚童

重对中国美学的探索,具有更多的包容性,通过音乐的律动将听众带入独特意境去感受电子音乐和中国传统文化的魅力。电子音乐促进了音乐领域的自由发挥,可以用多种乐器使听众产生强烈的情感共鸣,实现机械乐器的最大化利用。电子音乐在表现形式以及情感传达等多方面都体现出其独特性,更加深刻地实现了音乐的生活化,将生活中的更多要素转移到音乐中,并赋予其更独特的表现形式,而听众在听音乐的时候也可以进入多元的想象空间之中。

在文旅融合的时代背景下,将电子音乐文化与旅游发展相融合,可以开创多元化的旅游模式,提升电子音乐文化和旅游产品的内涵,更好地满足游客的精神文化需求。

一方面,旅游地的地域文化、自然元素以及旅游活动,可以为电子音乐的创作提供丰富的内容和素材。另一方面,将电子音乐融入旅游产品,可以给游客带来良好的旅游体验。

将电子音乐文化与区域特色旅游资源相结合,形成本土文化品牌,发挥电子音乐的经济价值,服务于整个社会的发展,或可成为一种打开新市场的有效手段。

随着音乐消费模式逐渐转向数字化,电子音乐市场销售份额逐年递增,与此同时,电子音乐爱好者在电子音乐领域的消费逐年实现线上线下齐增长。各地举办的电子音乐节吸引着电子音乐爱好者前往参与,在创造出电子音乐节知名品牌的同时,也拉动了音乐周边产品以及整个举办城市的总体消费,创造

出巨大的财富。如海南省三亚市利用自身优势,紧紧抓住机遇,创立了三亚国际电子音乐节,树立起本土音乐品牌,创造出一种新的文化产业方式。电子音乐节在传播电子音乐文化的同时,已成为举办城市一种新文化标签。电子音乐创造出新的品牌价值,骤增的人流量和信息传播量拉动了整座城市多个行业的经济增长。

当电子音乐文化与旅游相融合,各种新业态应运而生,形成完整的文旅经济产业链。有条件的旅游城市可大力发展包括音乐旅游、音乐演艺、音乐传媒等的文旅经济产业,最大程度发挥出电子音乐的经济价值,使之成为文化与旅游融合发展的重要领域。

(作者单位:中国传媒大学)