

浙江海洋旅游生态建设范式研究

文/潘海颖

【摘要】浙江是海洋旅游的资源大省。文章分类梳理了浙江海洋生态旅游资源，构建了海洋旅游生态建设模型，分析了以管理者、经营者、旅游者、社区居民为代表的生态建设主体的责任，提出从产品开发生态化、经营管理生态化和旅游体验生态化三个层面，进行海洋旅游生态建设。以浙江 5 个沿海地区为核心，在海洋生态景区功能区划的基础上，提出了海洋旅游生态建设的方法与措施。

【关键词】海洋旅游；生态建设；浙江；范式研究

海洋旅游的范畴各国不尽相同，研究者给出的定义也有差异。根据《2005 年中国海洋经济统计公报》，滨海旅游业是指滨海地区开展的与旅游相关的住宿、餐饮、娱乐及经营等服务活动。生态建设是一种新的理念，是当代旅游的重要特征和发展趋势。沿海地区的生态系统是一个相对脆弱、敏感的生态系统，目前浙江海洋旅游景区在迅猛发展的同时也承受着越来越大的环境压力。海洋资源的破坏，生态环境的退化，旅游垃圾的大量产生已成为迫切需要解决的现实问题，因此，海洋旅游的生态建设显得尤为重要。

一、浙江海洋生态旅游资源评价

浙江省的海洋旅游资源丰富，涵盖了旅游资源国家标准中的 8 个主类。在沿海旅游区内，已有海洋旅游资源为特色的国家 4A 级景区 10 处、3A 级景区 2 处、2A 级景区 6 处、1A 级景区 2 处。在浙江沿海旅游区内，已有普陀山、嵊泗列岛、朱家尖、雁荡山、百丈漈、仙居、天台山 7 处国家级风景名胜区，南麂列岛国家级海洋自然保护区（我国惟一加入联合国世界人类生物圈保护组织的海岛）、九龙山（浙江）国家级森林公园；有温岭长屿洞天、南麂列岛、滨海一玉苍山、岱山岛、桃花岛、洞头岛等一系列省级风景名胜区。

浙江是一个海洋旅游大省，海洋资源种类十分丰富，旅游形式多样，且自然海洋旅游资源与人文海洋旅游资源相得益彰。自然景观主要有山景、岛景、海景、沙滩、瀑布、温泉、海滨气候、林景、珍稀动物等。人文生态景观也十分丰富，主要有古人类遗址、庙宇、历史名人故居、革命胜地、博物馆等。丰富的海洋生态旅游资源不仅可以满足旅游者多样化的旅游需求，也为海洋旅游生态建设提供了有利条件。

二、海洋旅游生态建设模型和主体分析

1. 管理者职能。海洋旅游的生态建设是一个涉及面广、内容庞杂的系统工程，需要协调多方关系，调动多方积极因素，因此必须加强政府为主导的统筹发展模式。需要为海洋旅游生态建设编制总体的发展规划，制定并完善相关的政策体系，同时为海洋生态旅游打造政策保障系统，制定优惠的产业政策和扶持政策。

2. 开发经营者特点。截至 2005 年底，浙江投入旅游业的民营资本已经超过 200 亿元；80%以上的休闲旅游项目、娱乐项目和社会餐馆由民营资本经营运作；大多数旅游出租公司、大型游乐场、主题公园和旅游商品店等属于股份制或私营性质；在全

基金项目：本文是浙江工业大学校级科学研究基金项目（立项号：20080131）《浙江海洋旅游生态建设范式与机制研究》的主要成果。

作者简介：潘海颖，浙江工业大学经贸管理学院副教授，浙江大学博士研究生，研究方向：旅游管理、休闲学。

省 17 个工农业旅游示范点中，民营企业占了 70%。在 2005 年浙江省新确定的总投资超过 800 亿元的 300 多个重点旅游项目中，民营资本占了 60%以上。在海洋生态旅游景区的开发中，民营资本占有非常重要的地位。

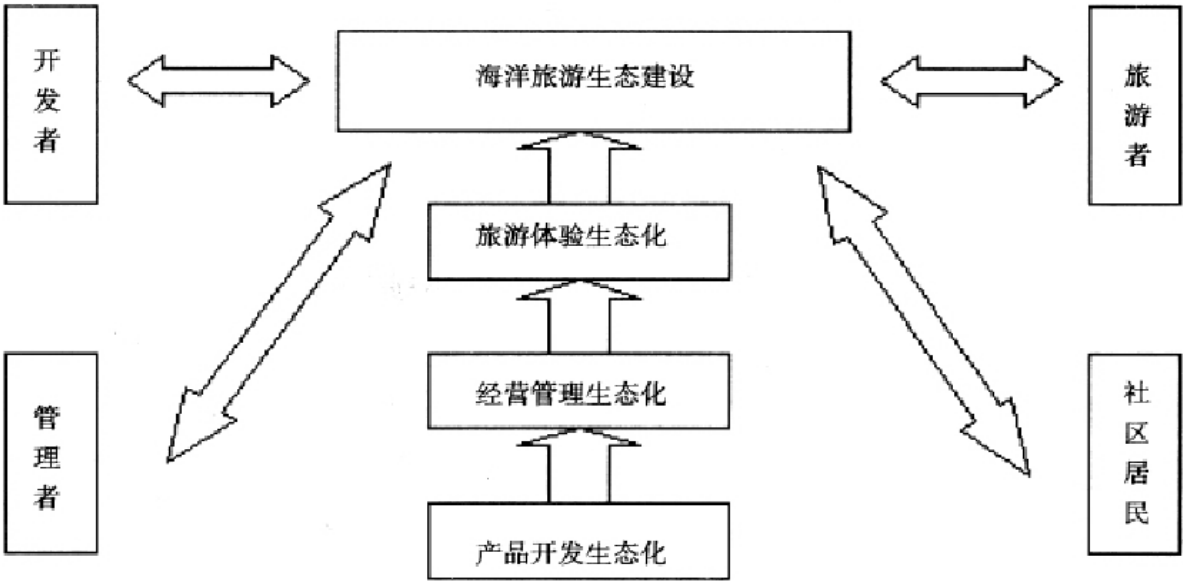


图1 海洋旅游生态建设模型

海洋生态旅游经营者的进入条件应严格把关，必须进行环境影响评价。同时应从生态学的角度将经营规模限制在一定的范围内，并积极引导旅游经营者树立生态经营意识，尽量避免造成生态损失。

在海洋生态旅游从业者中尤为重要的是导游人员。海洋生态旅游景区导游人员应积极主动参加教育培训，提高自己的环保意识和业务素质。导游人员在带团过程中还应让游客了解生态环境知识，告知旅游者哪些行为不利于生态资源与环境，注重对游客生态保护意识的培养和强化。

3. 旅游者分析。根据近年来浙江省接待的国内旅游者、国际旅游者的人数和旅游收入情况来看，浙江最大的国内旅游市场依次是本省、上海、江苏和广东，华东地区为浙江省输入了近八成的旅游客源。浙江省国内旅游收入约是国际旅游外汇收入的 8~9 倍，接待人数约为 35 倍。在入境旅游市场中，港澳台同胞以及日、韩等亚洲市场举足轻重。因此，首先需要特别重视国内旅游市场，尤其是省内和周边省市中短线市场。海洋旅游产品应以亲水休闲为基础，倡导丰富的海洋主题旅游。其次，特别重视亚洲入境旅游市场。海洋旅游产品应以观光活动为先导，重视海洋文化体验，尤其是佛教文化。

4. 沿海社区居民分析。浙江沿海地区经济较为发达，居民生活普遍富裕，生态环保意识逐年增强。根据《浙江省碧海生态建设行动计划》，2008 年全省实施了 35 个海洋生态环境监测、保护、修复项目。2005、2008、2009 年浙江省政府在象山、舟山、杭州主办了 3 次渔业资源增殖活动。开展大规模渔业资源增殖放流和宣传工作，使渔场减小、资源破坏等负面影响得到消除和缓解，渔民收入增加，也增强了全社会的生态保护意识。

三、海洋旅游生态建设的方法与措施

1. 产品开发生态化。浙江的 5 个沿海地区，拥有特色各异的海洋旅游资源。舟山以普陀山、朱家尖、沈家门“金三角”为

核心，以“海山佛国，海岛风光”为特色，以嵊泗列岛为主体，以海上运动为特色；嘉兴以九龙山国家森林公园为主体，以海滨浴场和康乐保健为特色；宁波以象山松兰山和韭山列岛自然保护区为主体，以海上垂钓和生态旅游为特色；台州以大陈岛为核心，以红色旅游和教育为特色；温州以南麂列岛、洞头列岛为主体，以休闲度假为特色。通过协作开发，整合营销，创立浙江海洋旅游品牌，提高其在国内和亚洲海洋旅游细分市场上的知名度。

（1）海洋生态观光旅游产品。浙江有嵊泗列岛、朱家尖、雁荡山等国家级风景名胜区以及南麂列岛国家级海洋自然保护区以及九龙山国家森林公园。同时，浙江沿海名胜古迹众多，既有古代历史遗存建筑和名人故居，如河姆渡人类古遗址、海宁徐志摩故居，更有当代滨海城镇风光，比如繁忙的宁波港、象山港。普陀山是南海观音的道场，在佛教界有着重要的影响；天台山是天台宗的发源地，也是济公故里；以温州等沿海地区商人代表的“浙商文化”和“浙商精神”早已成为人们关注的焦点。海洋文化旅游产品在浙江有着广阔的开发天地，可以弥补自然旅游资源季节性强的缺点，也能相对减少投资期长的风险。

（2）海洋生态休闲度假旅游产品。浙江主要的国内旅游市场，经济发达，人口密集，生活节奏快，工作竞争激烈，为休闲旅游提供了良好的市场基础。沿海地区侨乡众多，省亲旅游市场停留时间长，人均消费高，不容忽视。沿海地区普遍拥有较好的旅游接待设施，比较适宜开发渔家乐、蜜月旅行，养生保健等休闲度假产品。如玉环已经开辟了一个海上人家观光旅游度假区，拥有万亩海域的生态示范养殖园区，集观光、垂钓、鱼类观赏、科普教育、餐饮、海上游乐为一体，吸引了大量的海洋生态旅游者。

（3）海洋生态科普旅游产品。浙江海洋自然环境和文化资源中蕴藏着丰富的科学文化知识，是对青少年开展科普教育的天然课堂，市场潜力非常大。同时这里也是专业人员进行科学考察的理想场所，可以开拓科考旅游市场。

2. 经营管理生态化。

（1）对海洋旅游环境实施监控。浙江海域排污超标，水质严重污染，任意采沙、海岸施工、筑堤建坝等活动使脆弱的海岸受到威胁和破坏，迫切需要以海洋生态系统的理念，以动态建设的方法，对浙江海洋生态系统做好动态监测和健康评价，以海域合作、全球合作的视野做好建设性和补偿性的生态保护，通过恢复和加强生态系统服务功能，促使浙江海洋经济和海洋资源保护的平衡发展，实现浙江海洋生态系统的可持续发展。

（2）海洋旅游景区生态功能区划。旅游规划部门应对浙江的海洋旅游景区做一个统筹的生态功能区分，以自然生态保护区为中心逐步向外扩展，从而将海洋生态旅游区划分为核心区、缓冲区及实验区，实行分区开发、分区管理。

要开展以“宜居”为核心的海洋旅游建设，这也是对生态旅游基本原则的贯彻。海洋旅游的生态建设需要当地居民的支持和积极参与，并以改善当地居民的生活条件为重要目的。要让居民充分感受发展海洋生态旅游对改善社区生活，发展社区经济的益处，并注意吸收当地居民投入到海洋生态旅游服务的第三产业之中，从事餐饮、运输等工作。与此同时，海洋生态旅游景区管理部门及旅游者也应充分尊重当地的风俗习惯，保留当地的传统文化内涵。

（3）创新科技的运用。海洋本身的特性要求海洋生态建设的系统性、全球性和动态性。浙江已经制定并出台了《浙江省海洋生态环境监测及灾害预警 2008~2015 能力建设规划》，逐步建立完善近岸立体化、全方位海洋环境监测监控体系。需要引入生态系统动力学（GLOBEC），进行跨学科和综合性的监测和研究，与东海毗邻省份，特别是长三角地区，建立区域、江海（长江、东海）、陆海联动的生态系统模型。在监测点的设置、海上自动监测能力、监测数据传输等方面保证生态建设的实施。在生物生产力、生源要素的循环、生态过程等方面积累数据资料，做好海域资源的生态系统的健康评价，科学认定海洋旅游资源的生态价值，保证海洋旅游生态建设的科学性。

3. 旅游体验生态化。一方面可对浙江海洋生态旅游区的通道、休息点甚至垃圾箱、流动洗手间等做精心设计, 树立自身独特的品牌形象, 加深旅游者对浙江海洋生态旅游整体的良好感知印象。另一方面可通过设计目的地吉祥物、户外广告、纪念品等让旅游者直观地获得海洋旅游景区的生态形象感知。

在海洋旅游资源集中的地区, 重点开发科普教育、节庆会展、体育竞技、康疗保健、美食购物等专项旅游产品。分析浙江国内旅游客源市场, 经济相对宽裕是其共性。另外, 浙江人重视教育节庆、上海人重视游乐竞技、江苏人重视会展观光、广东人重视美食保健, 都是比较突出的特征。在这方面, 各地已经有了一些好的产品, 比如舟山国际沙雕节、嵊泗海洋教育年、中国台风博物馆、宁波中国渔村 4A 景区、宁海徐霞客开游节、象山中国开渔节、洞头渔家乐等等。在这些领域, 往往可以调动游客的参与性, 不仅可以丰富旅游的内容, 还可以延长游览的时间, 让游客在自然中享受生态, 在文化中体验生态。

四、结论

我国的旅游管理是一个多元体系, 生态旅游资源的产权关系还不明晰, 浙江省的情况也不例外。管理部门不仅包括各级政府及其所属的旅游局/旅游委员会, 海洋生态旅游景区还可能隶属于不同的职能部门, 比如海洋、林业、园林、宗教、文物、水文等等。其中非常重要的责任就是确立各海洋旅游景区的生态承载力, 根据国家统一的法规和认证体系遴选经营者, 执行检测和监控, 对生态旅游开发进行跟踪评估。同时, 需要建立海洋旅游景区的生态标签体系, 规范和落实海洋旅游景区的生态建设。

参考文献:

- [1] 加拿大渔业和海洋部[EB/OL].[http:// www. dfo- mpo. gc. ca](http://www.dfo-mpo.gc.ca).
- [2] 中国国家海洋局[EB/OL].[http:// www. soa. gov. cn](http://www.soa.gov.cn).
- [3] 潘海颖. 浙江省海洋旅游产品定位与开发[J]. 经济论坛, 2007, (7):17-19.
- [4] David B. Weaver. Twenty Years on : the State ofContemporary Ecotourism R esearch [J].Tourism Management. (3)2007:P. 1- 11.
- [5] 宗建新, 孙丽娜. 浙江 200 亿民资竞逐旅游业 专家预警低层次开发[N]. 第一财经日报, 2005- 11- 4.
- [6] 浙江省旅游局[EB/OL]. [http:// www. tourzj. gov. cn](http://www.tourzj.gov.cn).
- [7] 浙江省海洋与渔业局[EB/OL]. [http:// www. zjoaf. gov. cn/](http://www.zjoaf.gov.cn/) .
- [8] 潘海颖. 浙江海洋生态建设要素机制研究[J]. 北方经济, 2009, (10) .
- [9] 叶属峰. 长江三角洲海洋生态建设与区域海洋经济可持续发展[J]. 海洋环境科学, 2006, (6): 68- 72.