
烟台海洋旅游产品开发与优化研究

目录

第 1 章	绪论.....	1
1.1	研究背景	1
1.2	研究意义	1
1.3	国内外研究现状	1
1.3.1	国外研究现.....	1
1.3.2	国内研究现状.....	2
1.4	研究方法及内容	3
1.4.1	研究方法.....	3
1.4.2	研究内容.....	3
第 2 章	相关理论基础.....	5
2.1	相关概念体系	5
2.1.1	海洋旅游.....	5
2.1.2	旅游产品.....	5
2.1.3	海洋旅游产品.....	5
2.1.4	旅游产品结构.....	6
2.2	相关理论	6
2.2.1	产业结构开发与优化理论.....	6
2.2.2	产品可持续发展理论	6
2.2.3	旅游产品市场学理论.....	7
第 3 章	烟台市海洋旅游资源及市场现状分析.....	8
3.1	烟台市海洋旅游资源	8
3.1.1	烟台市海洋旅游资源状况.....	8
3.1.2	烟台市海洋旅游资源分类.....	8

3.1.3	烟台市海洋旅游资源评价.....	11
3.2	烟台市旅游市场现状分析	11
3.2.1	烟台市旅游市场状况.....	11
3.2.2	烟台海洋旅游发展 SWOT 分析.....	12
第 4 章	烟台市海洋旅游产品开发现状.....	14
4.1	烟台市主要海洋旅游产品	14
4.1.1	海洋大众观光型旅游产品	14
4.1.2	海洋休闲度假型旅游产品	14
4.1.3	海洋商务会展旅游产品.....	15
4.1.4	海洋专项型旅游产品	15
4.1.5	陆地海洋旅游产品.....	15
4.1.6	虚拟海洋旅游产品.....	16
4.2	烟台海洋旅游产品主要问题	16
4.2.1	海洋旅游产品结构不够完善.....	16
4.2.2	对海洋旅游业认识有待提高.....	17
4.2.3	海上旅游产品开发不足.....	17
4.2.4	旅游产品质量有待提高.....	18
4.2.5	近岸海域环境不断恶化.....	18
4.2.6	海洋综合管理机制尚待完善.....	18
第 5 章	烟台海洋旅游产品开发与优化的策略.....	20
5.1	开发特色海洋旅游产品	20
5.2	打造品牌效应	20
5.3	加强本土景区文化宣传力度	20
5.4	创新交通优化, 打造绿色枢纽	21
5.5	大力发展冬季旅游, 缩短淡旺季差距	21
5.6	依靠科技进步, 调整海洋产业结构	22
5.7	协同合作, 打造文化都市.....	22

结论.....	23
参考文献.....	25

第 1 章 绪论

1.1 研究背景

21 世纪是海洋经济时代，与“海”有关的特色旅游项目开发将成为 21 世纪休闲旅游发展的一大新热点^[1]。海洋经济是当代新兴产业之一，伴随社会经济实力与现代高科技的不断进步，人们生活水平日益提高，人们外出旅游的欲望随之增高，拥有极其广阔发展前景的海洋旅游已成为当下旅游热点。“十二五”规划中也提倡海洋经济可持续发展，增强国民经济综合实力，对于沿海地区社会文化全面发展，发展海洋旅游势在必行。

海洋占整个地球表面积的 71%，它拥有丰富的可持续发展资源，是全球生命系统不可多得财富。21 世纪是人类开发利用海洋的新世纪^[2]。目前，海洋旅游得到很多国家的发展和重视，滨海旅游是海洋经济的支柱产业，也是现代旅游增长最快的领域^[3]。海洋旅游产业已是当今最具潜力股的行业，实行对海洋旅游产品开发和优化则的策略是奠定海洋旅游可持续发展的良好基础，同时，海洋旅游产品的开发与优化也是海洋旅游业中不容忽视的重要环节。

1.2 研究意义

本文着眼于海洋旅游产品的开发与优化，以特色海滨城市的烟台为主要研究区域，就烟台海洋旅游产品发展的现状及特点进行归纳性总结，提出对烟台海洋旅游产品的开发与优化策略，以期烟台海洋旅游产品经济最大化和社会效益最大化。海洋旅游产品的开发是旅游目的地的重要环节，可增强烟台海洋旅游产品的吸引力，并提高海洋旅游市场的综合实力；海洋旅游产品的优化是发展海洋旅游业的有效途径，可促进当地旅游业的可持续发展；海洋旅游产品的开发与优化共同推动滨海市场经济的可持续发展，并带动相关产业及社会经济的发展，打造烟台现代化海洋城市形象。

1.3 国内外研究现状

1.3.1 国外研究现状

目前,国外海洋旅游研究领域的内容主要集中在滨海旅游资源评价、产品开发与管理策略、海洋环境保护及海洋旅游综合合理开发等方面。滨海旅游资源评价也是海洋旅游产品研究的热点之一, Morgan 等选择了自然、生物、人类利用与影响三类的因子元素,对美国、英国和土耳其等国 265 个海滨旅游地进行评价,虽然评价角度全面,但对大自然因子考虑相对较少,分类也较为混乱^[4]。而热带海洋旅游地的兴起也导致了欧洲传统海洋旅游地受到冲击,因此,海洋旅游产品的生产和优化成为了海洋旅游研究的重点之一。Agarwal 利用现代产品重组理论对英国海滨旅游地进行了具体分析,提出了旅游地重定位策略,即借助创新产品才可提高旅游目的的吸引力^[5]。

对于海洋生态旅游的可持续发展也备受瞩目。Monika 等在海岸带管理可持续性研究项目的研究过程中,以菲律宾中部米沙郡群岛为基础,探索出旅游业的成功与该项目进程可持续性之间的关系,研究表明滨海旅游业水平与生活质量指标和活动可持续性指标成负相关关系^[6]。Preston-Whyte 从社会、政治、文化、宗教等方面来研究南非德班海滨旅游地空间,得出宗教信仰在滨海旅游地空间分割中作用最为强烈^[7]。此外, Morgan 通过 3 组测试人群对英国威尔士 70 个海堤景观视觉偏好的评价研究发现,对于景区的偏好,不同背景的人群具有明显差异^[5],此评价体系对海洋旅游资源可持续发展具有重要意义。对于海洋旅游产品的管理, Davis 和 Gartside 提出了基于经济租金和产权的经济手段^[8]。对于海洋旅游环境方面的研究, Jacqueline 以德国石勒苏益格-荷尔斯泰因地区为例,研究了防波堤的类型和当地住宿价格的辩证关系,发现海岸线越是开放,住宿设施的平均价格则越高^[9]。但由于相关资料不足,国外的海洋旅游产品基本上注重在概念性上,尤其是环境方面的研究。

1.3.2 国内研究现状

中国海洋旅游业起步较晚,1949 年新中国的成立使我国正式注重海洋旅游业的综合发展。在旅游产品优化研究方面,众多学者的研究主旨是以优化观光旅游线路、旅游项目以及旅游产品种类为目的,以提高我国海洋旅游业综合竞争力。

例如肖潜辉就我国现有海洋旅游产品结构的不合理性,提出我国旅游产品类型调整策略^[10];冯宗苏和魏小安提出以过渡性为主来实现我国旅游产品的升级换代^[11]

；白祖诚提出以观光产品为主导地位，借助当地特色来大力发展会议与商务旅游，进而优化北京的旅游产品^[12]；秦宇提出海洋旅游产品优化的基本框架，同时还强调了改善和完善旅游大环境的重要性^[13]；李平等提出，如果说陆地旅游其文化内涵指向的是以黄色文明为代表的内陆文化，那么海洋旅游其文化内涵就是以蓝色文明为代表的海洋文化^[14]。李亚兵等则针对甘肃省旅游产品开发的现状，以各种结构优化方式的观点以解决我国高度单一的、以观光海洋旅游产品为主导的产品结构带来的不良影响^[15]。郭鲁芳则指出浙江海洋旅游产品结构开发所存在的一系列问题^[16]。在海洋旅游产品的研究方面，我国研究成果也并非很多。

1.4 研究方法及内容

1.4.1 研究方法

（1）文献研究法

一种通过互联网进行检索而筛选出具有实用价值的海洋旅游产品相关网站。对于网站提供的可靠数据进行分析研究，做好信息来源的记录，以确定参考文献的准确性。另一种则是搜集当地的报刊杂志等纸质文献，或是具有高度权威的旅游书刊以及烟台旅游网，从中攫取论文所需的材料和数据。所有的理论研究都是为实证做铺垫，本文也是侧重于实证研究。

（2）归纳法

归纳法是从全部或有代表性的部分事物中，抽取共同的本质或共有的特性，并加以综合归纳以达到一般性的方法，对科学发展和社会经济皆具有重要作用。本文借助各滨海地区的海洋旅游产品的市场发展现状作为研究基础，归纳出提高烟台海洋旅游产品可持续发展的相关策略。

（3）比较分析法

比较分析法是通过与参照物的对比，得出具有特殊性差异性的结论，这也是常用的数据研究分析方法之一。本文采用了两种维度的比较分析，一种是时间维度上的纵向对比，即相比于历史上的烟台海洋旅游产品，现代烟台海洋旅游产品方面发展的变化；另一种是空间维度上的横向对比，不同滨海旅游地区都有各自的海洋旅游产品，可分析出烟台海洋旅游产品在烟台所特定的环境中所受到的影响。

1.4.2 研究内容

本文在对已有研究进行综述，从烟台市海洋旅游资源实际情况出发，对烟台海洋旅游产品进行 SWOT 分析，并提出烟台海洋旅游产品开发与优化的相关策略。全文共包括 5 部分，大致结构如下：

第 1 章为绪论部分，对研究背景、研究意义及国内外研究现状进行了相关介绍，在此基础上阐述了本文对烟台海洋旅游产品开发与优化所使用的研究方法及内容。

第 2 章介绍了相关理论知识，主要为海洋旅游相关概念及产业结构开发与优化、产品可持续发展以及旅游产品市场学理论。

第 3 章通过搜集大量资料，就烟台市海洋旅游资源状况、分类和资源评价，对烟台旅游市场现状进一步分析。

第 4 章分析了烟台市海洋旅游产品开发现状，包括烟台主要海洋旅游产品及相对主要问题。

第 5 章则针对烟台海洋旅游产品结构所存在的主要问题，提出了相应的优化升级策略。

第 6 章则为本文结论部分，总结了本文的结论，并指出本文在研究中仍存在不足之处，对烟台市海洋旅游产品的未来提出展望。

第 2 章 相关理论基础

2.1 相关概念体系

2.1.1 海洋旅游

海洋旅游是以海洋旅游资源作为基础,最早的海洋旅游活动可能开始于腓尼基时代,据人类历史记载,早在公元前 3000 多年,腓尼基人就开始在地中海和爱琴海进行海洋旅行^[17]。而我国的海洋活动也是历史悠久,最初的海洋旅行记录出现在《山海经》中,先秦时期的航海事业就已经非常发达,并与日本、朝鲜等邻国有海上往来。

随着时代发展,人们消费层次日益提高,众多航海活动逐渐引起人们的关注。唐维^[18]指出,海洋旅游是利用海洋旅游资源及环境发展的旅游活动,或观赏海洋自然风光、游览各种人文景观,或休闲度假、避暑疗养,或听潮海浴、潜水冲浪,或品尝海鲜、了解风俗民情,或参与海上作业、逻辑捕捞,或漂流探险、探究海洋秘密。伴随滨海地区对海洋旅游资源的陆续开发,海洋业所带来的的经济与社会效益越来越显著,海洋旅游的可持续发展已是旅游业的重要主题。

2.1.2 旅游产品

李海瑞定义旅游产品为:“以资源为材料,以行游住食购娱诸要素及各个环节的服务为零部件针对客源市场需求,按照一定路线,设计、加工、制作、组合而成的产品^[19]。”旅游产品也是综合旅游需求者外出旅游各种的需求要素,并具有一定综合性,尤其是服务性与时代性。

2.1.3 海洋旅游产品

郭鲁芳认为海洋旅游产品是指海洋旅游经营者为满足海洋旅游者在海洋旅游活动中的多种需求而提供的有形实体和无形服务的总和^[16]。目前,我国的海洋旅游产品类型主要分为海洋大众观光旅游产品、海洋休闲度假旅游产品、陆地海洋旅游产品以及虚拟海洋旅游产品等类型^[17]。

海洋大众观光旅游是中国最基本、最传统的海洋旅游产品,深受游客钟爱,其包括观赏海洋景观与游览海底世界等海洋旅游活动;海洋休闲度假旅游产品是以养生休憩为目的,包括海钓、邮轮与游艇等度假内容,符合人们日益追求生态化的养生方式;

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/758053142136006052>