

# 广东滨海旅游业发展的问题及路径研究

汤晓龙

**摘要：**滨海旅游业历经近 40 年的发展，现已作为现代旅游业中最具吸引力的一部分，广东作为滨海旅游资源丰富的沿海地区，在国家不断加快文旅产业融合的政策背景下，如能以发展滨海旅游业为主导方向，将对广东推进文旅产业融合具有非常积极的意义。文章以旅游系统论、产业融合理论为理论基础，分析对于广东沿海地区以开发滨海旅游资源为切入点，进而提出加快文旅产业融合的思考与建议。

**关键词：**广东；文旅融合；滨海旅游

**中图分类号：**F592.7 **文献标识码：**A **文章编号：**1673-5706 (2022) 04-0097-06

滨海旅游业是世界公认的朝阳产业，不仅能促进一个地方经济发展，满足人民对美好生活的需要，而且能够实现绿色可持续发展，有助于达到“碳达峰、碳中和”的目标。广东省拥有得天独厚的资源禀赋和基础条件，近年来规模不断壮大，综合实力显著增强，迈入“十四五”，广东要在立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局中实现更大的作为，必须对标先进，把文旅融合发展作为一个支柱产业来谋划，持之以恒，推动文化产业和滨海旅游业的大融合大发展大跨越。

## 一、广东滨海旅游业的发展现状

广东沿海地区具有很好的旅游发展资源：一

是滨海旅游资源。从海岛与岸线资源来看，广东沿海地区拥有全国最长的海岸线，在空间上呈现粤中多、粤东密、粤西精的特点，在珠三角地区拥有较多的港湾和海岛，主要分布在珠江口及其两侧的珠海、惠州和江门三个城市，得益于珠三角的经济活跃和市场化程度高，旅游开发的市场认可度较高。粤东地区的地理环境在广东沿海地区内相对较为复杂地段，以汕尾与汕头两市为代表，沿海港湾往往伴随着岛礁群，呈现近岸岛链的独特景观。粤西地区包括了湛江、茂名和阳江，三地的地理环境较为相近，港湾与海岛岛屿很少直接相连，但海岛岛屿面积大、离岸近，且多有居民居住，生活基础环境优越，适宜以港湾连线

海岛的滨海旅游开发。二是农业乡村生态旅游资源。广东生态资源丰富,全省已培育建成超过400个省级休闲农业与乡村旅游示范镇(点)、200个A级旅游特色村、50个旅游风情小镇、100个自驾车旅居车营地、100家“金宿”“银宿”、20个乡村旅游创客基地,文化类、体验类、康养类乡村旅游产品超过9万个,<sup>[1]</sup>这些项目多分布在粤北山区和粤中非沿海地区。但沿海地区可借鉴这些旅游项目的建设经验,针对自身的海洋生态资源,开发建设具有本土特色的观光休闲、科普体验等旅游项目。三是打造海上丝绸之路精品文化旅游线路。借助粤港澳大湾区建设契机,在粤中地区以横琴国际休闲旅游岛、南澳岛、上下川岛、海陵岛、放鸡岛等为核心,在粤西地区以湛江徐闻、南三岛、特呈岛为核心发展海丝文化游精品线路,加强珠三角地区与港澳台区域旅游合作,加强粤西地区与海南、广西的旅游合作,借助RCEP通道,拓宽与东南亚、澳新、日韩等国际旅游交流,切实实行“走出去”战略,将广东沿海旅游打造成为海上丝绸之路旅游带核心门户的战略支点。四是培育打造美食旅游线路产品,打造亚洲海洋美食旅游目的地。结合地区农业资源特色,精心培育打造城市美食脚印游、乡村自驾游等多样化精品旅游线路产品,如,粤中地区的南番顺是全国闻名的美食之都,是全省名厨的集中地,粤菜饮食种类丰富且不断推陈出新;粤东地区的潮州、汕头是广东传统的海鲜城市,水产丰富,行销全国;粤西地区的湛江、茂名也是久负盛名的水果之乡;水果产量丰盛,当中更有不少国宴珍品。利用好这些本地特产资源,深度经营“南国美食”品牌,吸引游客,同步开发海鲜、水果、珍珠等多种手信,提高地区旅游的吸引力和美誉度。五是文化旅游资源。广东拥有雷州文化、广府文化、潮汕文化、客家文化的岭南“四大文化”,文化底蕴深厚。全省现有世界文化遗产1处、全国重点文物保护单位131处、省级文物保护单位755处、市县级文物保护单位5026处;不可移动文物2.5万多处。人类非遗代表作名录项目4项,国家级非遗代表性项目147项,国家级非遗代表性传承人132人,省级非遗代表性项目701项、省级非遗代表性传

承837人,数量均位居全国前列。<sup>[2]</sup>各地区积极整合自身的历史文化资源,打造岭南文化名片,定期举办高水平的文化交流活动,吸引更多的游客前来感受岭南文化的魅力。六是红色文化旅游资源。广东一直是中国革命斗争史上一个重要发源地,在党的百年历史中谱写了浓墨重彩的广东篇章,保存了大量革命遗迹,构成了珍贵的红色旅游资源。全省共有13个全国红色旅游经典景区、10个国家4A级以上红色旅游景区、13个全国爱国主义教育基地、9个国家国防教育示范基地、26个省级红色旅游示范基地、104个省级爱国主义教育基地、26个广东省国防教育基地,还有一大批红色文化和旅游博物馆、纪念馆,可以进一步整合这些红色资源,建设成为串珠成链的党史教育、爱国主义教育阵地。<sup>[3]</sup>七是现代工业旅游资源。近年来,湛茂阳地区大力发展现代临港产业,聚集了宝钢湛江钢铁、中科炼化、阳江海上风电等重大工业项目,正在培育发展一批超千亿级重大产业集群,工业现代化发展势头迅猛。这些现代工业项目所蕴含的科教价值,完全可以转化为旅游资源,大力发展现代工业旅游新业态。比如,可以依托宝钢湛江钢铁基地,通过企业博物馆、工厂参观等模式,为游客集中展示“钢铁是怎样炼成的”,讲述“三滴水”“一粒盐”的节水环保故事等等。又如,可以借鉴大亚湾核电基地工业旅游经验,建设核电科普体验馆,打造科普旅游景观,组织游客到核电基地体验核电现代化、高科技的新能源发展优势。

## 二、广东滨海旅游业发展的问题分析

(一)旅游资源开发不合理不平衡。广东大部分海岛旅游产品着力于传统滨海要素,对于海鲜美食、浪漫氛围和海岛度假活动等市场需求挖掘不足,市场需求与产品供给不匹配,某些地区同质化、碎片化、单一化等现象较为严重,缺乏统一规划、有效整合和科学开发。一是广东沿海地区,尤其是粤东西地区的全域旅游往往缺乏与城市的整体协同发展。在湛江、汕头的城市规划体系中,文旅产业并未作为一个独立的个体与其他部分,如环卫市政、环保生态、城市交通等进行有效衔接,城市内的各个区域对于为文旅开发

建设也缺乏自身特色,导致无序开发、低水平重复建设、同质化竞争的不良后果。例如,湛江滨海资源极其丰富,但是在开发过程中,不同沿海区域没有综合考量区位、产业、文化等特色要素,发展方向没有体现差异性和互补性。二是旅游项目开发程度不够,过于单一化。珠三角地区滨海自然资源不及粤东西地区丰富,但市场活跃,旅游开发强度大,资源开发相对深入,如深圳拥有重大体育场馆58个,每年举办包括世界海岸赛艇沙滩冲刺赛、中国杯帆船赛、全国摩托艇锦标赛等各种滨海体育赛事超过180场,以滨海休闲体育运动带动滨海旅游发展迅速。而在粤西地区的滨海旅游主要以观光项目为主,可替代性低,帆船、冲浪、海钓、潜水等可体验式的娱乐项目开发严重不足,对游客形成不了较大的吸引力,粤东地区近年大力开发的乡村旅游项目主要以农业观光,果园采摘为主,缺乏深度参与农村田园生活体验的项目。三是特色旅游商品开发不足。粤西与粤东地区虽然历史文化积淀深厚,拥有客家文化、雷州文化等独特文化资源,但是创新能力不足,开发的旅游商品还是比较低端、低附加值的旅游纪念品、工艺品、农副产品,缺乏兼具创意性和实用性的文创产品。四是资源保护缺位。粤东西地区是广东自然生态资源的集中区域,湛江红树林占地面积为全国33%,全省的78%,<sup>[4]</sup>但廉江高桥保护区一直存在生态环境遭受破坏的现象。东海岛龙海天被誉为“中国第一长滩”,是国家五级旅游资源,但近年来由于缺乏日常管理,维护力度不够,近岸海域和海滩已遭受一定程度上的污染。位于粤中地区的惠州巽寮湾水质曾被评为国家一级(类)标准,海水清澈见底,但是随着不断开发,且开发过程中出现污水污染、油类污染、固体废弃物污染、放任村民过度捕捞等情况,其水质也呈现不断下降的趋势。

(二)旅游市场拓展力度不够。文旅产业市场化程度高低不均,经济发达地区多为商业化运作旅游产业,对文化内涵挖掘不深,欠发达地区则缺乏能吸引游客注意力的包装推介,营销推广手段单一和推广力度不够。另外,各个风景游览区、各个旅行社、各个文旅小微企业单打独斗的

状况普遍存在,致使旅游市场拓展乏力。一是旅游产业信息化程度不高。粤东西地区旅游现代化信息技术运用比较落后,景区智能化运用水平不够,利用大数据进行旅游精准营销和品质提升等运用更是少之又少。二是宣传力度不足。广东当前的旅游营销主要通过企业主导,政府主导的旅游营销力度不够,相对于海南大力宣传海岛旅游,广西大力宣传山水旅游,广东的大旅游宣传氛围不浓,至今还没有一个明确统一的对外宣传形象和口号,很难让游客对广东旅游留下深刻印象。

(三)旅游配套设施不完善。一直以来,基础设施建设不均衡、不健全是制约广东区域协调发展的重要因素,是导致粤东西地区滨海旅游资源“养在深闺无人识”的原因,是制约全省文旅融合发展的重大瓶颈。一是交通设施建设落后。虽然经过近几年的大力发展,粤东西地区的区域交通条件得到很大改善,但整体旅游交通条件仍然比较落后,尤其是市内互联交通设施,很多景点还没有直通的高速、国道、省道,甚至部分景点只有一条乡道乃至村道可以通达,仅能供一辆小型汽车单行。比如,湛江的角尾乡南极村,有我国连片面积最大的珊瑚礁群,也有别具特色的珊瑚民宿,但南极村连通徐闻县城的道路仅有一条村道,令大量游客望而却步。二是服务设施不健全。粤东西地区整体公共服务设施建设相对落后,导致游客的体验度、满意度不够。湛江市雷州的天成台,号称西海岸日落最美的地方,住宿、餐饮等配套服务比较落后,很少有游客留下来过夜,创造不了更大的经济效益。三是软环境建设有待加强。在汕尾、潮州等营商环境建设较为滞后的地区,由于市场监管力度不够,旅游市场发展不规范,对游客“不友善”行为仍时有发生。例如在部分景区、酒店或者旅游项目存在刻意抬价、违规收费等现象;部分低素质导游存在强迫、诱骗游客交易、欺客宰客等行为,严重损害了广东旅游形象。

另外,“十三五”期间,广东共新增五星级饭店3家,五星级饭店总数(102家)和星级饭店总数(637家)均位居全国第一。但珠三角地区与粤东西地区旅游配套服务市场发展极不均衡,珠

三角地区所拥有的宾馆(酒店)数量以及星级酒店数量均在粤东西地区总和的4.6倍以上,旅游有效配套服务不足是粤东西地区有效发展滨海旅游业的一大阻力。

### 三、广东推进滨海旅游产业发展的基本原则

(一)立足各地资源禀赋,系统谋划旅游发展布局。目前,旅游市场是一个需求主导型市场,要深入细致了解游客的旅游需求,并结合广东省内各个沿海城市的滨海旅游资源现状,充分利用具有地方特色的滨海旅游资源,通过系统谋划,结合当地的旅游环境,统筹划分各地区本地各类的旅游市场,努力打造具有区域特色的滨海旅游品牌产品,避免与周边邻近城市的滨海旅游资源同质化,实现资源合理开发最大化。

(二)坚持错位互补发展,打造特色旅游品牌。广东各个沿海城市都拥有自身的旅游禀赋要素,在推进开发时一定要注意不同类型、不同区域的旅游资源优劣势互补,做好统筹兼顾。要形成完善而又多层次的滨海旅游产品体系须合理整合旅游资源的基础,沿海地区本地的滨海旅游资源包括了自然滨海资源和人文历史资源,这些资源在推进文旅产业发展的过程中不仅能独立发挥作用,也能相互补充。因此,文旅资源的开发不能脱离滨海旅游资源的特征,既要突出城市本地旅游资源优势,并弥补其不足之处,还要确保各类旅游资源的融合渗透和有效联动。

(三)有效整合文旅资源,科学精准开发旅游市场。广东沿海地区地域特色旅游资源的特点和分布情况是开发文旅产业过程中须充分考虑的因素。广东的周边省份,如广西、海南开发的旅游产品都与广东滨海旅游产品有一定相似性的基础上加入了自身的地域特色,从而为旅客提供多方面、多角度的选择。广东沿海地区开展滨海旅游顶层设计时,要合理规划实施路线,探索出区域自身的特色,避免相邻城市的旅游产品过度同质化。广东滨海旅游带不仅拥有风光秀丽的自然旅游资源,同时还拥有独具地方特色的海岛文化和民俗文化。因此,注重提升广东滨海旅游产业的整体实力,有效整合文化与历史旅游资源,通过文化提升旅游产品的人文内涵,打造富有文化

内涵的滨海旅游产业,力求让游客得到不同的旅游体验。

(四)创新产业融合作用,多形式全方位开展宣传推介。做好“大文旅+大数据”的产业融合,利用新技术经济模式,充分展示广东沿海地区滨海旅游资源的潜在价值。滨海旅游业已经由传统的观光型旅游转向多产业融合的新型旅游业态,以“旅游+”为导向系统整合沿海地区自然滨海旅游资源和人文历史景观的同时,推进区域内的相关产业,包括工业、农业、服务业等产业资源有机整合,实现跨产业的快速融合和发展。不仅能有效助推其他产业的发展,也能提升滨海旅游业的整体发展水平。

(五)坚持可持续发展,有力保护高品质景观资源。自然资源是滨海旅游业发展的基础,属于不可再生资源,在开发过程中一定要杜绝破坏性开发的不合理行为,坚持可持续发展思维,要做到科学开发和有效保护并举。每一个致力于发展旅游产业的地区都要经历萌芽、发展、成熟、衰落、复苏的生命周期,广东沿海地区有着丰富的滨海旅游资源,在开发过程中,要合理把握文旅产业发展的生命周期特性,将有效保护放在首要,树立科学可持续发展理念,不断提高滨海旅游资源的观赏价值和科考价值,保障广东文旅产业的可持续性发展。

### 四、广东推进滨海旅游业发展的路径选择

广东拥有丰富的滨海旅游资源,应坚持文旅融合发展的导向,立足自身资源禀赋,更加科学地谋划推进国际化全域旅游目的地建设。

(一)强化滨海旅游科学规划布局。突出规划的整体性,按照全市一盘棋的思路,充分考虑滨海旅游资源的分布规律,秉持陆海统筹、生态优先、空间优化、重点引领的理念。目前,广东省文化和旅游发展“十四五”规划已经印发实施,但当中并未对滨海旅游独立成章,可根据沿海地区各个城市的海湾、海岛、海岸线的资源分布特点,结合当地旅游资源的开发利用程度,紧紧围绕优化旅游产业布局,以打造滨海旅游、全域旅游为抓手,大力编制实施以区域为单位筹划粤中、粤东和粤西三个地区的滨海旅游专项规划。另外,以全域旅游示范区为目标,把发展乡村旅游作为

推动乡村振兴、推动城乡统筹发展的重要切入点，谋划编制《乡村旅游总体规划》。

(二) 夯实产业基础，打造区域特色滨海旅游品牌。充分利用不同区域的差异化滨海旅游资源，因地制宜打造各具特色的滨海旅游产品。一是以招商引资打造特色滨海旅游景点。高度重视旅游产业招商，发挥资源优势，积极引进华侨城集团、招商蛇口、碧桂园控股、A8 新媒体集团、广东长鹿集团、中青旅、广东旅游控股、深圳华强方特等大型文旅战略投资者共同建设大型主题公园，同时推进现有景区创 A 升级工作，精品化打造若干个高品质、高水平、能体现龙头带动作用的特色旅游景区，进一步建好横琴岛长隆海洋王国和海陵岛南海一号等优质景区，提升景区综合竞争力。可选取保护较好的如南澳岛、海山岛、放鸡岛、碓洲岛等 4-6 个岛屿，交由具备丰富开发经验的企业进行重点打造，形成区域性海岛旅游名片。二是打造特色滨海旅游线路。广东沿海地区，尤其是海陆丰地区是传统的红色革命基地，革命文化历史悠久，可通过把红色旅游资源开发与文化名城（镇）、风景名胜、旅游景区、革命老区等建设相结合，重点建设国家红色旅游经典景区，打造一批红色旅游精品线路。围绕湛江、茂名两地的临港重化工产业园区，积极举办生态钢铁、生态化工科普夏令营等活动，让游客，尤其是青少年实际体验生产制造过程中的乐趣，打造一批工业特色旅游项目和线路。充分发挥粤西地区滨海旅游资源丰富、毗邻海南国际旅游岛的优势，发掘海岛游艇路线和“粤港澳—琼州海峡”游艇自由行航线。结合民宿、体验式田园农庄、农业公园、田园综合体等项目建设，打造连片景点且特色鲜明的乡村旅游线路。利用沿海地区优美的自然风以及适合冬休的气候环境，建设一批公共服务完善的房车旅游线路。三是打造特色旅游综合体。强化“旅游+”的创新思路，推进“旅游+产业”“旅游+度假”“旅游+会展”“旅游+文化”等融合发展，打造一批旅游产业园区、旅游度假区、文化旅游城、特色小镇。比如，湛江雷州市文化厚重，可以打造雷州文化旅游城，集中展示雷州换鼓、雷州石狗等特色文化，打造

休闲观光农业公园。

(三) 加强城市滨海旅游推介宣传。加大对外宣传频率和力度，突出特色，通过多渠道、多形式、多角度的包装推介，提高广东旅游形象知名度。一是宣传口号要响亮。目前，国内各地纷纷打出各具特色的宣传口号，例如，“好客山东”“四川好玩”“东方水城，天堂苏州”“诗画瘦西湖，人文古扬州”等等。这一系列的旅游宣传口号通俗易懂，朗朗上口。广东沿海的各个城市均有自身的旅游特色和宣传口号，但具有全国性影响力的很少，应考虑提炼出有吸引力区域性的宣传口号，进行集中推广宣传区域性的旅游线路，如粤西地区的湛江，粤东地区的汕头汕尾和珠三角地区的珠海江门等，激发游客前来广东旅游的欲望。二是对外宣传形式要多样。应加强与影视公司的合作，继续推出更多如《隐秘的角落》《阳光下的泪痕》等优秀影视作品。优选城市旅游形象代言人，制作相关旅游广告、微电影，加大在中央电视台等主流媒体以及腾讯视频、爱奇艺等网络平台的投放力度。通过门户网站、搜索引擎、微博、抖音、旅游 APP 等新媒体，以及邀请新闻媒体、旅游博主、自媒体到湛江实地体验等方式，构建与消费者的互动交流渠道，实现湛江旅游信息与形象的快速传播。三是定期跨城市跨区域举办滨海旅游节庆活动。要加强与广西、海南旅游节庆活动的交流互动，积极举办体育赛事、会议会展、高峰论坛等大型活动，每年可以固定一个时间段由区域内的各个城市轮流举办区域旅游节，在餐饮、住宿方面给予一定优惠政策，吸引游客前来参加节庆活动。同时，鼓励各个城市结合本地的特色小镇和本土文化，在不同时节策划各种不同主题的特色节庆活动，发挥节日活动的旅游宣传效应，扩大宣传力度。

(四) 优化产业配套设施建设，不断拓展产业发展空间。一是加强旅游综合交通网络建设。加快建设广东滨海旅游公路，完善通往各景区（点）、旅游度假区、重大旅游项目的公路连接，强化城市间旅游资源的串联。优化旅游交通衔接，实现游客在高铁站、机场、码头与景区（点）间的无缝换乘。高标准做好道路沿线绿化美化工作，

打造“车窗风景线、最美旅游道”。另外，加快推进全省旅游交通标识系统建设，推进从高速公路、国道、省道、县道等主要公路到达全市A级旅游景区（点）和乡村旅游点交通标识牌全覆盖。二是完善旅游配套设施。完善旅游景点周边餐饮、住宿、购物、娱乐等配套设施建设，为游客提供一条龙服务。比如，在住宿方面，除了传统型酒店外，可发展自驾车旅居车营地、帐篷酒店、民宿等新型住宿业态。积极发展旅游购物，运用现代设计创新思维和理念，制作与雷州石狗、吴川飘色、东海人龙舞等相关的旅游纪念品、文创产品，在热门景点设置特色旅游商品购物区。大力推进旅游厕所建设，借鉴徐闻县角尾乡放坡村成立“厕所联盟”的做法，引导村民向游客免费开放使用自家厕所，充分体现景区的人文关怀和生态文明。三是完善旅游公共服务体系。完善旅游咨询中心体系，在机场、车站、景区等建设游客集散中心或旅游服务点，加强门票、酒店、包车预订等服务。完善旅游观光巴士体系，增设热门景区至市区的直达巴士。完善旅游绿道体系，结合沿海城市不同景区特点，精心设计一批不同主题的乡村绿道、自行车慢道、健身步道。

（五）提升旅游信息技术运用水平。充分借力大数据、互联网等现代化信息技术，全面提升旅游产业的质量效益和核心竞争力，更好满足游客个性化服务需求。一是完善信息化基础建设。依托城市政务数据服务建设，推进信息服务集成化、市场营销精准化、产业运行数据化、行业管理职能化。4A级以上旅游景区实现智能导游、电子讲解、在线预订、信息推送等全覆盖。在人流集中区、环境敏感区、旅游危险设施和地带，合理设置视频监控、人流监控、位置监控、环境监测等设施，确保游客安全。二是充分运用信息化技术手段。利用大数据，全面动态地分析游客年龄结构、来源地、热衷景区等有关信息，为完善旅游规划、制定营销策略等提供依据。比如，湛江近年来吸引了越来越多来自东北的游客，可以全面整理冬休旅游资源，通过与机场、高铁站、收费站等进行数据比对，及时掌握北方游客特别是老年游客入湛信息和出游目的地，根据游客的

数量和停留时间，准确规划建设冬休旅游目的地。三是提升信息化服务水平。注重个性化、精准化、贴心化服务，对不同的旅客群体进行“定位”，有针对性推送“定制”旅游项目，提升游客智慧化体验，更好满足游客的现代信息需求。比如，加强与墨迹天气、百度、高德地图等公司合作，为进入景区的游客精准推送实时路况信息及气象等服务。又如，自驾游已经成为当下较流行的出行方式，可以全面收集、统计、分析游客自驾路线信息，在沿线设置自驾游休憩地，为游客提供优质服务。

#### 参考文献：

- [1] 广东省文化和旅游发展“十四五”规划[Z].
- [2] 广东省文化和旅游发展概况[EB/OL]. 广东省文化和旅游厅，2021-03-09，[http://whly.gd.gov.cn/open\\_newgdswhhlygk/content/post\\_2721139.html](http://whly.gd.gov.cn/open_newgdswhhlygk/content/post_2721139.html).
- [3] 广东省加快推进文化和旅游融合发展三年行动计划（2020-2022年）[Z].
- [4] 广东湛江红树林国家级自然保护区[EB/OL]. 中国湿地博物馆，<http://zmnr.shidi.org/>.

作者：汤晓龙，中共湛江市委党校经济教研室副教授

责任编辑：周修琦