

文章编号:1000 - 8462(2006)05 - 0875 - 04

海洋旅游产品调整优化研究 ——以浙江省为例

周 国 忠

(浙江旅游职业学院,中国浙江 杭州 311231)

摘 要:首先廓清海洋旅游和海洋旅游产品的概念,分析了国内海洋旅游特点和产品开发类型,继而以浙江省为例分析海洋旅游产品开发现状与存在的主要问题。在此基础上,提出了浙江省海洋旅游产品调整优化的构想:构建“一二三四五”即“一核、两带、三中心、四品牌、五区块”的海洋旅游格局;多元化与精品化开发相结合,优化浙江海洋旅游产品结构,打造海洋旅游精品;加强区域合作,增强海洋旅游产品的市场竞争力;海陆联动,立体开发,延伸海洋旅游产品的内涵;针对高端市场,适当开发航海旅游和置业旅游。

关键词:海洋旅游;海洋旅游产品;调整优化;浙江

中图分类号:F590.8

文献标识码:A

1 问题提出的背景和研究意义

随着社会经济的不断发展、科技的不断进步以及陆地资源的日益减少,特别是“二战”后由于人口、资源、环境问题日益突出,人类对陆地资源利用的深度和广度不断增加,为了生存与发展,人们把目光转向了蓝色国土——海洋,纷纷加快了对海洋的研究、开发和利用。海洋约占地球表面的 71%,是人类未来发展的最重要空间,海洋经济日益繁荣,海洋产业将成为国民经济的重要支柱,海洋旅游业则是前景广阔的海洋产业集群中的重要组成部分,有着广阔的发展前景。据统计,沿海及海岛地区,近年来接待的旅客人数以每年高达 20%—30% 的速度递增。有关专家预言,21 世纪人类将进入海洋时代。

作为国民经济支柱产业之一的旅游业,特别是海洋旅游业的发展,不仅对陆地旅游业的发展起到弥补作用,而且为海洋资源的开发形成良性循环奠定基础。具体表现为:有利于优化地区旅游产品结构,减轻陆上旅游热点(线)的压力,使游客更加合理地在景区间流动,减轻对陆地环境的压力和对生态环境的破坏;有利于地区海洋旅游整体形象的提升和可持续发展能力的提高;有利于地区旅游经济的统筹和协调发展。

2 基本概念的界定

2.1 海洋旅游

关于海洋旅游的定义,目前尚没有定论性的概念。可喜的是不同学者在对海洋旅游发展、区域开发的研究中,分别涉猎这方面的研究,并进行了阐述。李平、盛红(2001)^[1]认为,海洋旅游是与陆地旅游相对应的,是按旅游活动地域不同来分类的一个子类。所谓海洋旅游,是指在一定的社会经济条

件下,以海洋为依托,以满足人们精神和物质需求为目的而进行的海洋游览、娱乐和度假等活动所产生的现象和关系的总和。唐维(1999)^[2]指出,海洋旅游是利用海洋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,或啖尝海鲜、了解风俗民情,或参与海上作业、遛船捕捞,或漂流探险、探究海洋秘密。李悦铮(2001)^[3]认为,所谓海洋旅游,是指在一定社会经济条件下,以海洋为依托,以海水、阳光、沙滩为主要内容,为满足人们的精神和物质需求为目的而进行的海洋游览、娱乐、体育活动和疗养活动所产生的现象和关系的总和。并从地域划分角度,认为主要包括在海滨地区、近海、海岛、大洋、海底等进行的旅游活动。张广海、董志文(2004)^[4]认为,海洋旅游是指在一定的社会经济条件下,以海洋为依托,以满足人们精神和物质需求为目的而进行的海洋游览、娱乐和度假等活动所产生的现象和关系的总和。海洋旅游是与“陆地旅游”相对应的一个区域旅游概念,按照其依托的海洋环境的差异,海洋旅游可分为海岸带旅游、海岛旅游、海上旅游和海底旅游;以距陆域的远近为标准,可分为滨海旅游、近海海上旅游和远洋旅游。

上述研究表明,不同学者对海洋旅游的基本共识是:海洋旅游地开展须在一定社会经济条件下;以海洋环境为依托,以“3S”为主要内容;满足人们精神和物质需求。所不同的是:对海洋旅游的具体类型、活动内容及范围的表述有所分异。

本文综合已有的研究成果,根据旅游需求的发展方向和旅游可持续发展的要求,从系统论角度,对海洋旅游进行科学定义:海洋旅游是在一定社会经济条件下,依托海洋自然环境和人文环境,以保护海洋生态环境为原则,所展开的以满足人们精神和物质需求为目的的海洋游览、娱乐、度假、体育、教育、

浙江省 2004 年度哲学社会科学规划课题“浙江海洋生态旅游发展研究”(编号:NX04Y07)和浙江省教育厅 2004 年度科研项目“浙江旅游资源的地域比较研究”(编号:20040023)联合资助。

收稿日期:2006-03-12;修回日期:2006-05-17

探险等活动所产生的现象和关系的总和。

2.2 海洋旅游产品

旅游规划的中心问题是旅游产品规划^[6]。实际上构成一个地方对旅游者吸引的核心也是旅游产品。笔者认为,海洋旅游产品(核心吸引物)是指通过对海洋旅游资源开发、设计、组合、包装,所形成吸引旅游者前来进行旅游消费活动的有形和无形、物质和非物质、动态和静态的吸引物。

3 海洋旅游特点及国内海洋旅游产品开发类型

3.1 海洋旅游特点

3.1.1 有利于人们身心健康。海洋旅游资源存在于海洋及海岸带的广大空间,一般以海洋性气候为主。海水比热系数大,海滨气候适宜,气温变化不大,能够使人体内的代谢稳定,内脏负担均衡,对人体健康起着稳定作用。海水中含有多种元素,对某些细菌和病毒有很强的抑制作用。海水浴加日光浴对皮肤等疾病有一定疗效。海浪的撞击能够产生大量的负离子,这种含有高浓度的负离子空气,具有镇痛、催眠、止咳、降压、减轻疲劳等作用,使人心旷神怡,对健康大有益处。海洋旅游还可品尝到营养丰富、味道鲜美的海产品。大海辽阔浩瀚,开阔大度,在海滨观光能够涤除烦恼,开阔胸襟,在汹涌澎湃的波涛中游泳、冲浪、划船有利于锻炼坚强的意志、陶冶情操^[5,7,8],有利于度假旅游地开展。

3.1.2 具有综合性特点^[1]。海洋自然旅游资源赋予海洋自然旅游资源以文化的底蕴,如宗教文化、历史传说、建筑、海战遗迹、民风民俗等,同时又使得海洋文化旅游资源有了海洋自然景观的衬托。这一特点是海洋旅游资源的核心吸引,也是旅游区开发应着重突出的方面。同一海域内及海岸带上多种

类型的海洋旅游资源共存于同一空间,相互作用,相互影响,构成一个综合的海洋旅游点或综合的海洋旅游区。

3.1.3 具有神秘性的色彩。海洋的广阔无垠、深不可测增强了海洋对旅游者的吸引力。

3.1.4 具有明显的季节性与地域性。由于中国海岸线在南北方向上纬度跨度大,海洋旅游资源地域差异显著。因此,不同地域和季节的海洋旅游资源特色和卖点各异。另外,由于我国多数地域属于季风性气候,海洋旅游资源及海洋旅游项目都受季风影响,导致海洋旅游活动的季节性。

3.1.5 具有景观体验多样性特征。丰富的海岸地貌、海岛植物、海洋动物等构成五彩斑斓的海洋景观,易使人们从心理上对旅游环境产生总体印象,形成完整的感知空间,从而在某些方面产生共鸣。

3.1.6 具有高度的参与性。凭借海洋旅游资源提供的众多活动,如海水浴、海上运动、海底探奇、远洋航行等都具有高度的参与性特点,游客不仅能身临其境,而且具有刺激性和挑战性,能激发游客的兴趣。

3.2 国内海洋旅游产品开发类型

国内一般从海洋旅游活动范围和海洋旅游活动内容设计旅游产品。按活动范围划分,可分为海滨游、海上游、海底游、远洋旅游、海岛游。按活动内容划分,主要有海洋风光游、海洋生态游、海洋文化游、海洋度假休闲游、海洋运动娱乐游、海洋健康疗养游、海洋购物游等。根据海洋旅游活动特点、海洋旅游资源组合、海洋旅游产品的内涵及海洋旅游需求趋势,在分析大量资料的基础上,从规划设计角度,对我国海洋旅游产品作归纳,认为目前我国海洋旅游产品开发大致可分为6大类、20小类(表1)。

表1 海洋旅游产品分类
Tab.1 Classification of oceanic tourism products

大类	小类
海洋亲水活动	海上游乐休闲、康体健身活动;海底潜水、探险;海滨浴场.....
滨海观光、度假	滨海、岛屿度假;海岸、海岛、海上观赏
海洋文化体验	海洋物产工艺品、纪念品、保健品、化妆品及其生产基地;海洋宗教朝拜;海洋爱国主义教育基地;海洋科学考察;海洋影视文艺作品;各种形式的渔家乐、海鲜美食.....
海洋主题活动	海洋主题公园(包括各种体现海洋科普知识和海洋科技的海洋馆、水族馆);海洋体育赛事;海洋节庆.....
创造性海洋旅游产品	海洋影视基地;大型海港;跨海大桥
海洋旅游外延产品	海洋气象景观;海洋景观房产;航海(邮轮)旅游

4 浙江海洋旅游产品调整优化:现状与问题

4.1 产品开发的现状

浙江省东临东海,岛屿众多,北起与上海接壤的嵊泗列岛,南至与台湾相望的南麂列岛,6 322km的海岸线上,3 000多个岛屿散落在浩瀚的东海洋面,占全国岛屿总数的43%,海洋资源丰富多样;且浙江海洋旅游资源还有一个明显的特质,就是海洋旅游人文内涵也异常丰富,秀美的海洋风光与深厚的人文底蕴相结合,构成了浙江别致的海洋旅游资源。

近20年来,沿海地区接待的国内外游客和获得的旅游收入在全省旅游中的份额逐年提高,发展势头越来越好。目前,全省已基本形成了食、住、行、游、购、娱配套的海洋旅游产业体系;海洋旅游资源的开发利用在广度和深度上都有提高。至2003年底,沿海地区已有6个省级旅游度假区、4个国家级风景名胜、4个国家森林公园和10个国家AAAA级旅游区

(点);注重与市场结合,对各类旅游资源进行选择、特色性、创意性、综合性开发,使海洋旅游区出现了一批有特色、上规模、有影响的旅游区点、旅游线路、旅游节事活动,如海宁、萧山观潮节;平湖九龙山、象山松兰山旅游度假区;舟山国际沙雕节、鸦片战争古战场遗址;洞头县渔家乐民俗风情、平阳南麂岛海洋生态旅游等(表2)。

4.2 存在的主要问题

4.2.1 海洋旅游产品结构不尽合理。从产品形态来看,由于长期以来一直偏重于接待团体观光旅游,尚未形成以观光为主,以文化、体育、教育、娱乐、民俗、探险、度假、会议等为特色的大众旅游与专项旅游相结合的立体型产品格局。浙江目前的海洋旅游产品除了传统的观光旅游产品,主要有休闲度假产品、宗教文化产品、海洋节事产品、海岛影视产品等,对创造性海洋旅游产品和延伸性产品的开发显得较苍白,已有产品的文化性和体验性深度不够,导致游客容量小、产品附加值

低的弊端;从产品层次来看,海洋旅游产品开发大多处于基本消费层次,还远未达到高层次和专门层次。这种产品结构上的不合理已越来越不适应国际旅游潮流的变化。

4.2.2 海洋旅游产品的地域性、独特性不够鲜明。根据海洋旅游资源所属区域自身特点,在对当地文化内涵深入挖掘的基础上,才能形成高层次的、特色鲜明的海洋旅游产品。浙江海洋文化旅游资源非常丰富,但目前几个沿海旅游区文化导向和文化主题定位不鲜明,无论是自然景观还是人文景观,旅游硬件设施还是软件服务,没能很好地与海洋文化相贴近,做到游海览海、说海讲海、吃海玩海、用海爱海、海字当头^[7]。在对海洋文化外化过程中,往往刻意地模仿、移植、附会、堆砌、

拼盘、复古,进行类似主题公园式的开发,大投入却忽视了整体协调性、时效性、审美性的开发原则,违背了度假旅游者对海洋旅游既现代又质朴、既浪漫又亲和的文化环境需求的大众消费目的。

4.2.3 没有与海洋腹地很好地结合,形成海陆互动、相得益彰的局面。浙江的普陀、朱家尖、嵊泗、岱山、洞头、桃花岛、南麂列岛都属浙江开发较早、较为成熟的海洋旅游产品,但是基本上停留在本岛旅游或岛岛相联的层面,尚没有形成与区域内外陆域城镇和相关产品的组合局面。这一方面导致游客旅游消费的成本—收益比不合理,另一方面也增加促销成本和削弱促销效果。

表 2 浙江海洋旅游开发现状

Tab.2 The present situation of development of oceanic tourism products in Zhejiang

类型	特色资源	已(正)开发主要项目
自然资源	石奇滩美	嵊泗列岛、桃花岛、朱家尖岛、舟山国际沙雕节、松兰山旅游度假区、温州洞头仙叠岩景区、嘉兴平湖九龙山度假区
	钱江涌潮	海宁国际观潮节、萧山国际观潮节、海宁观潮十里文化长廊
	生物王国	南麂列岛海洋生态旅游、五峙山鸟岛、温州瓯江旅游度假区
人文资源	海上日出	温岭石塘千年曙光节、温岭千年曙光公园
	渔乡风情	象山开渔节、宁波象山中国渔村、洞头渔家乐民俗风情节、舟山半岛渔乐园、舟山东海海洋文化城
	国防史迹	洞头海霞军事主题公园、鸦片战争古战场遗址、马岙古文化遗址公园、临海桃渚古城风景区、舟山世界海洋文明旅游区、暨鸦片战争主题公园
	海天佛国	普陀山宗教旅游
	影视之旅	普陀桃花岛影视之旅

4.2.4 区域海洋旅游产品开发缺乏合理规划,且旅游产品开发有趋同化现象。由于浙江省至今尚没完成具有权威性的海洋旅游业发展规划,海洋旅游资源开发的宏观指导和协调不力,对旅游项目论证不充分,区域内产品趋同化、替代现象严重,造成游客分流,设施闲置与浪费;旅游产品开发始终未能脱离旧的模式,缺乏大手笔、大策划,未能形成名牌旅游产品和精品工程。

5 浙江海洋旅游产品调整优化构想

5.1 通过资源整合和合理的空间集聚,形成“一二三四五”海洋旅游新格局

根据区域旅游资源的空间结构特征和要素特征,对浙江沿海主要旅游资源进行串联和并联式的空间整合,整体开发,发挥规模效应和互补效应。即对旅游地某种相类似的旅游资源进行串联整合,整体开发;对具有不同旅游资源的旅游地进行并联整合,联合开发。构想通过杭州湾大桥、东海大桥、舟山连岛工程、海上高速游船将不同旅游区(带)并联整合,形成浙江东海沿海主要旅游区域旅游功能互补的以海洋文化和海洋休闲为主题的“一核、两带、三中心、四品牌、五区块”的海洋旅游新格局,真正把浙江海岸打造成高品质的“中国海洋休闲旅游黄金海岸带”。

5.1.1 一核:舟山海洋佛教文化旅游核。以观音文化为主线,实现串联整合,形成以普陀山“海天佛国”品牌为依托,将朱家尖、桃花岛、沈家门及其他与观音文化有联系的其他岛屿串联组合成“观音文化旅游线”,形成精品旅游产品;舟山群岛应围绕佛教文化和海岛休闲旅游两大主题,实施并联整合,着力将普陀“金三角”旅游区打造成黄金海岸休闲旅游精品,集中体现浙江海洋旅游特色和产品的核心竞争力,撬动浙江海洋旅游经济的发展。

5.1.2 两带:杭州湾环线和沿海港口休闲度假旅游带。杭州湾环线休闲度假旅游带。杭州湾跨海大桥建成后,以杭州湾大桥为中心,包括杭州湾新城、工业新区及海滨一带的慈溪杭州湾镇、庵东、崇寿、附海、新浦、观城等乡镇的广阔水域和滩涂区域,将形成杭州湾大桥旅游区,以世界第一跨海大桥为主要吸引物,重点开发大桥观光、杭州湾海滨游乐园、滩涂游乐休闲项目等,形成以滨海风光为生态背景的集观光、休闲、度假、商务等为一体的综合性的滨海旅游带;沿海港口休闲度假旅游带。甬台温第二快速通道主要功能的实现,可以宁波为起点,以宁波“东方大港”为依托,强调海上丝绸之路与现代化港口城市文化的传承关系,组织串联、优化整合北仑港、镇海港、甬江口、象山港、三门湾、台州湾、温州湾等东部海岸海洋景观和陆域景观,形成展示海洋文化向海外开放的窗口的以观光、休闲、文化、工业等专项旅游为特色的旅游产品,打造展示浙江滨海特色风貌的中国东海著名的海滨休闲度假旅游带。

5.1.3 三中心:指宁波、舟山、温州三个沿海核心城市。它们是浙江沿海地区的经济、文化、交通中心,不仅自然、历史文化资源丰富,而且旅游接待设施良好,具有旅游中心城市功能和较强的集聚效应。

5.1.4 四品牌:围绕浙江海洋旅游资源中突出的佛、丝、渔、港及特殊海洋地域环境,将具有强烈地域特色的四大旅游品牌:海洋佛教旅游品牌、海上丝路旅游品牌、中国渔都旅游品牌、东方大港旅游品牌培育成国际知名品牌,并通过强势品牌的延伸,形成海洋系列旅游产品,从而全面拉动浙江海洋旅游市场。

5.1.5 五区块:根据丰富多彩的海洋旅游资源和多样化的旅游需求,依托沿海中心城市或主要岛屿,开发形成各具特色的五大海洋旅游区:浙东北海上旅游区。以嵊泗列岛为主体,

加上岱山部分岛屿,开发以海上运动、度假休闲、现代化大港为特色的旅游产品;浙北海岸旅游区。以嘉兴九龙山国家森林公园为主体,开发历史文化、海滨浴场、水乡风情相结合,面向大都市休闲需求的旅游产品;浙东海洋旅游区。以宁波松兰山和韭山列岛自然保护区为主体,开发以滨海沙滩、海上垂钓、海岛风光和生态旅游为特色的旅游产品;浙中海上旅游区。以台州大陈岛、一江山岛为核心,开发以观光度假、休闲渔业、红色旅游为特色的旅游产品;浙南海上旅游区。以温州南麂列岛国家级海洋自然保护区和洞头列岛为主体,开发以生态旅游、科学考察、科普教育和渔乡风情等为特色的旅游产品。

5.2 多元化与精品化开发相结合,优化海洋旅游产品结构,打造海洋旅游精品

旅游产品的开发必须从资源导向转换到市场导向,以旅游市场需求作为旅游产品开发的出发点。没有市场需求的旅游产品开发,不仅不能形成有吸引力的旅游目的地和旅游产品,而且还会造成对旅游资源的浪费和生态环境的破坏。

海洋旅游产品多元化与精品化相结合就是大力发展多层次、多种类的海洋旅游活动,在普及推广的基础上,推出拳头产品、特色产品。多元化是基础,精品化是品牌,两者结合就能优化海洋旅游产品结构,丰富海洋旅游内涵^[8]。

浙江海洋旅游产品开发,应以市场为导向,围绕“海、岛、佛、桥、港、商、渔”等特色,加大产品开发力度,延续历史文脉,体现自然、人文景观和城市特色,打造休闲度假目的地,提升海洋旅游品质。

从产品结构上,要充分考虑“长三角”因素,着力开发休闲和度假方式为主的集观光旅游、休闲旅游及商务会议、节事旅游、海洋文化旅游、体育赛事、佛教文化旅游、体验旅游等专项旅游为一体的系列旅游产品,凭借“长三角”市场,打开国际旅游市场。

浙江海洋旅游产品开发实施精品战略,是通过合理安排、精心设计,形成一批不可替代的拳头旅游产品,如,观潮探密游、海天佛国游、海岛度假游、“阳光海岸”游、渔乡风情游、“海上丝路”游、红色海洋游等。

5.3 加强区域合作,增强浙江海洋旅游产品市场竞争力

旅游业是一个无边界的产业,必须打破县界、市界、省界、国界,加强区域合作,才能双赢。但是从旅游开发的角度看,特别是景区、点的建设、运营、线路组合和产品促销方面尚存在着行政区域与旅游区域之间各自为政的问题。浙江海洋旅游业,就内部讲,是沿海各县、市、区之间的合作,以“统筹区域发展”为指导,对一些跨区域的旅游景区、景点要统一规划设计,合作开发旅游线路,形成合力;就外部而言,是与南海形成互补。浙江的人文渊源与港澳旅游区有着合作的潜力,厦门的闽台通道和宁波、舟山都与台湾旅游市场有着联动的优势,浙江与其它滨海旅游城市均可建立合作关系。通过内外合

作,可重点开辟和包装以下旅游线路(产品):观音文化观光环线:沈家门—普陀山—桃花岛—沈家门;岛际环线:普陀山—嵊泗列岛—岱山岛—定海—桃花岛—普陀山、南麂岛—洞头岛—一江山岛—南麂岛;陆岛环线:普陀山—上海—杭州—宁波—普陀山、温州—洞头—南麂岛—台州—宁波—温州;东海、南海魅力游、滨海名城游,等。

5.4 海陆联动、立体开发,延伸海洋旅游产品内涵

传统的海洋旅游产品注重“3S”的开发,而忽略了将滨海地区和海滨腹地的资源整合为一体,形成海上、海滨和海滨腹地的多层次、多方位立体式开发。

海陆一体化原则要求正确处理海洋开发与陆地开发的关系,加强海陆之间的联系和相互配合,海洋开发既要以陆地为基础和后方,又要积极的为内地服务,做到海陆并举^[4]。鉴于浙江情况,遵循海陆一体化开发原则,以陆域开发程度高的甬、台、温沿海中心旅游城镇为依托,通过海陆联动来发展海洋旅游,并使旅游线路不断向内地纵向伸展。

5.5 针对高端市场,适当开发航海旅游和置业旅游

中国邮轮旅游消费者的人数2001年是8000多人,2002年已达到5万多人。在北京,乘豪华邮轮旅游的人数以每年30%的比例递增,2003年乘坐豪华邮轮去东南亚、韩国及香港等国家和地区的游客近6000人。据国际旅游组织预测,到2020年,中国将成为世界上最大的旅游目的地,并将吸引更多的国际邮轮靠泊。而北仑港依托世界级港口的优势和“长三角”城市群的广大腹地,可以发展邮轮旅游,进而成为浙江发展境外旅游的一个重要对外通道。此外,浙江沿海是中国富裕地区,其本身就是重要的客源市场,这里的置业旅游不仅是购置房产而是购置包括房产在内的物业,甚至是海岛,进而形成第二居所市场,造就海洋旅游度假休闲的高端市场。

参考文献:

- [1] 李平,盛红.海洋旅游研究初探[J].海岸工程,2001,20(1):58-63.
- [2] 唐维.发展海洋旅游之管见[J].海岸工程,1999,18(2):34-37.
- [3] 李悦铮.发挥海洋旅游资源优势,加快大连旅游业发展[J].人文地理,2001,16(5):93-96.
- [4] 张广海,董志文.可持续发展理念下的海洋旅游开发研究[J].中国人口、资源与环境,2004,14(3):39-42.
- [5] 陈娟.中国海洋旅游资源可持续发展研究[J].海岸工程,2003,22(1):103-108.
- [6] 吴必虎.区域旅游规划原理[M].北京:中国旅游出版社,2001.237.
- [7] 郑培迎.我国滨海旅游业的海洋文化开发[J].海岸工程,1999,18(2):58-61.
- [8] 董玉明,李平.青岛海洋旅游深度开发研究[J].海岸工程,2001,20(4):69-76.

(下转 883 页)

2. The School of Tourism, Guilin Institute Technology, Guilin 541004, Guangxi, China)

Abstract: Community eco-tourism is an important form of the eco-tourism. It is the important way to solve the problem of agriculture, countryside and farmer. Through the study on resident satisfaction, this paper explores the reason for that influence on the development of community tourism from the resident's angle. And it adopts fuzzy comprehensive evaluation to appraise the resident satisfaction of Ping'an village. Also, it analyses the resident satisfaction how to impact the development of community tourism. Combining with the beneficiary theory, it draws the conclusion: the community is the most key community while the development of community tourism, and it is the decisive factor whether it can make community tourism to realize continuous development. In a word, community's resident satisfaction will influence the development prospect of the community tourism directly.

Key words: community tourism; resident; satisfaction; fuzzy comprehensive evaluation

作者简介:唐晓云(1976—),女,广西桂林人,天津大学管理学院博士研究生,桂林工学院旅游学院讲师。研究方向为旅游管理。

(上接 874 页)

A STUDY ON SERVICE QUALITY OF TOURIST HOTELS IN WESTERN CHINA

WEN Bi - yan

(School of Management, Jinan University, Guangzhou 510632, Guangdong, China)

Abstract: This paper analyses and evaluates the service quality of tourist hotels in Western China based on a customer investigation. Research data from a sample of 958 customers of seven star-rated tourist hotels in Inner Mongolia, Sichuan, Yunnan, Guangxi, and Gansu was collected by questionnaire survey method. On the basis of the result of data analysis, the author compares the service quality of the Western China hotels with the Eastern China hotels, points out the problems of service quality management in the Western China hotels, and put forward corresponding revolutions and suggestions to promote the tourist hotels in Western China to develop healthily.

Key words: service quality; tourist hotels; Western China

作者简介:温碧燕(1977—),女,广东梅州人,暨南大学管理学院旅游管理系教师,管理学博士。主要从事旅游管理、服务管理、旅游市场营销等方向的研究与教学。

(上接 878 页)

RESEARCH ON ADJUSTMENT AND OPTIMIZATION OF ZHEJIANG PROVINCIAL OCEANIC TOURISM PRODUCTS

ZHOU Guo - zhong

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, Zhejiang, China)

Abstract: The thesis clarifies the idea of oceanic tourism and oceanic tourism products, it further presents their background and significance of research. At the same time, the thesis analyzes the features of oceanic tourism and product development in China, and then it takes Zhejiang province as an example to analyze the present situation of oceanic tourism product development and their major problems existed. On that basis, it proposes adjustment and optimization of oceanic tourism products in Zhejiang province: It frames up oceanic tourism structure of one core, two belts, three centers, four brands and five regions; It combines multi-products development and fine product development, optimizing the structure of Zhejiang oceanic tourism products, promoting oceanic tourism fine products; It strengthens regional cooperation and enhance market competitiveness; It combines ocean and land for three-dimensional development, extending the connotation of oceanic tourism products; It is aimed at high and market oriented and properly exploits nautical tourism and real estate tourism.

Key words: oceanic tourism; oceanic tourism products; adjustment and optimization; Zhejiang

作者简介:周国忠(1964—),男,江苏太仓人,副教授,浙江旅游职业学院旅游规划系主任。主要从事旅游管理、旅游规划与开发教学和研究。