



旅游研究

应对激烈竞争，打造广东海滨度假品牌

——在中国深圳海滨度假国际研讨会上的发言

陈南江

一、问题：开发的滞后与竞争的激烈

广东是海滨资源大省，全省可供开发的滨海沙滩有174处，沙滩长达572.1km；沙滩、海水、环境良好，大角湾、青澳湾、巽寮湾三个达到A级标准，大角湾是国家AAAA级旅游区；全省现已建成的滨海旅游区达30多处，开发的数量仅占全省滨海沙滩总数的二成；有众多温泉、高尔夫和农业旅游配套。区位方面，广东位于南亚热带，珠江三角洲和潮汕多个城市经济发达，人口众多，比邻港澳台，市场条件良好。

但是，广东海滨度假旅游面临着强劲的竞争对手。广东海滨的主要竞争对手在国内主要是海南、广西北海，在国际主要是东南亚的泰国、马来西亚、印尼等地。巴厘岛、普吉岛、芭提雅、牙龙湾、博鳌等地已经有一定规模和知名度，气候条件比广东优越，广东必须在激烈的竞争中打造出自己的品牌，应对同类项目的替代竞争。

广东至今没有能够成为海滨旅游大省。究其原因，广东的弱势十分明显，广东冬季气温低，海滨旅游在冬季难以开展，影响市场和效益，进而影响投资者的投资热情，广东至今没有形成海滨度假拳头产品，在国内知名度不高（更不用说国际知名度），海滨旅游形象不鲜明。

在主观方面，由于认识和水平的制约，目前广东在海滨开发上出现五个方面的主要问题：开发模式落后，缺乏创新性；开发定位不明确，缺乏特色性；景区城镇化，缺乏可游性；精品意识不强，缺乏文化性；旅游形象塑造不够，缺乏标志性。目前广东一些好的海滩已经被低水平开发，或者面临水体污染。一些海滨度假区，居民建设和军事用地影响旅游布局，土地产权处于分割状态，沿海植被覆盖率偏低，历史人文景观档次不高。另外，招商引资任务迫切，投资主体尚待明确，其他产业和城镇建设对旅游度假建设产生不同程度的冲击。

应当指出，海滨产品上档次是广东旅游近期重点。广东海滨旅游开发目前已经明显落后于海南，在数量上虽有优势，但在质量上处于劣势。没有质量的数量是没有意义的。广东至今没有真正的海滨度假酒店，也就没有真正意义上的海滨旅游度假区。精品建设是当务之急。但是，要建设出真正的精品，必须直面激烈竞争。

二、国际海滨旅游开发历程对广东的启示

海滨游乐的历程可以分为四个阶段，世界上最早的海水浴场出现于1730年英国的斯卡伯勒和布赖顿；现代海滨旅游诞生于19世纪中叶，欧洲大西洋沿岸、波罗的海沿岸开辟众多的海滨疗养地；20世纪初，地中海沿岸避寒度假胜地成为新的世界著名滨海旅游中心；20世纪中叶，热带海滨旅游迅速崛起，依托气候优势，大力发展“三S”，形成了巨大的市场影响。

海滨旅游开发分为三个阶段。一是治病疗养阶段。这个阶段的主要产品是海水浴、阳光浴的治病和医疗保养。二是疗养游乐阶段。这个时期除传统产品外，出现了水上娱乐项目，如潜水、摩托艇、空中跳伞。三是游乐度假阶段。这一阶段主要新产品有度假村、海底观光、水上体育等活动等。

海滨旅游具有四个市场特点：一是具有广泛而良好的群众基础；二是市场范围与开发目标市场的层次成正相关，低层次的以邻近城市客源为主；三是气候对海滨旅游业有明显影响；四是重游率高，但与消费价格成明显的负相关。

从成功的海滨旅游度假区经验看，成功的要素主要有宏观区位（经济、人口和气候）；微观区位（交通条件与景区之间的联合）；安全、卫生与服务；形象与宣传；同类项目的竞争。

海滨开发的发展方向是精品化、市场细分化、营造度假环境和氛围、活动多样化、特色化和人性化。

三、广东海滨度假的开发方向和对策

应对激烈竞争，广东海滨旅游开发建设要尽量形成自己的卖点。卖点可以通过多种渠道，如部分设施有独特性，如度假环境最佳，可以是服务最好，也可以是有独特而鲜明的主题。

开发目标定位方面，广东众多的海滨开发目标可以分为三个层次。一是有吸引力的休闲地，以邻近城市居民为市场主体；二是有想象力的度假地，这是目前广东的发展重点；三是有魅力的居住地，要适应市场发展趋势，积极开发“第二住宅区”。

要创造一个有想象力的度假地，要选好海滨度假开发突破口。要从海滨旅游的无主题开发到主题性开发；要从传统的海面旅游向空中、水下发展；要建设高星级的度假酒店；要精心选择真正有吸引力的旅游项目。要创建文化旅游区。酒店装饰要有地方文化氛围，海滨的众多石头要好好利用起来，要把岭南文化的各种地方文化与海滨度假区结合起来，建设潮汕文化味、雷州文化味、广府文化味的海滨旅游区，努力发展具有中国南方文化特色的海滨旅游度假区。简单地仿建夏威夷风格、马来西亚风格、南非风格的度假酒店不是可取之道。广东具有良好的潜水、珊瑚、红树林资源，要开发得更具特色、宣传得更好。要创建绿色度假区，大力贯“4R”（reduce、reuse、recycle、replace）原则，处处宣传环境和生态保护，积极调动旅游者的自觉性，少用塑料制品，多用布和纸制品等环保材料。

吸取国际国内海滨度假的成功经验，广东海滨度假区开发的要点有四个，一是尽量整体开发或大地段开发，避免小地块切割开发；二是确保低层、低密度、低容积率、高绿化率，三是加强环境整治，协调风格和色彩，四是将高中低档市场在地段上分开发展。各级政府要编制高水准的控制性详细规划和修建性详细规划，积极招商，形成强有力的行政管理和调控能力，积极、高效地为企业服务。深圳市盐田区政府投入巨资改造大梅沙，使之焕然一新，是政府主导对现有的海滨度假区实现升级换代的一个样板。

为达到以上目标，规划十分重要。规划要遵循七个原则：组团发展原则、特色原则、因地制宜原则、综合性开发原则、可持续发展原则、合理分区原则、分期开发原则。要做到生态居先、组团建设、多功能化、人文关怀。

广东虽然海滨众多，但不能四面出击。要重点发展5个组团，即（阳江）海陵岛组团、（深圳、惠州）大亚湾-大鹏湾组团、（汕头）南澳岛组团、（汕尾）红海湾海洋运动组团和（湛江）雷州半岛组团。这五个组团要定位高，努力建设中国AAAA级旅游区。

中心近照



1 2 3 4 5

磁中亦... 进行实地考察。

中心团队



余颖

樊亚明

周志红

more...

在经营方面，广东海滨旅游要贯彻四个重要意识--市场意识、服务意识、安全意识和卫生意识。要学习海南博鳌成功经验，以大型活动造成大区域影响，塑造形象，要积极调动旅行社和新闻媒体两个方面的力量，要高度重视安全、卫生管理和成本控制、资金运作。

应当看到，市场机会是存在的。广东海滨度假存在巨大的市场需求。粤港澳地区有一亿多人口，回归自然是人心所向，度假旅游将唱主角。参与性旅游将兴起，汽车加快进入家庭。在社会经济方面，已经形成了支持旅游开发的社会氛围。

在市场定位方面，广东海滨度假的主要目标市场是东亚东南亚，珠江三角洲是基础市场，近期以珠三角为主，中远期进一步扩大外省客源市场。在市场阶层定位方面，在珠江三角洲地区以社会中上层人士（度假、接待、公关）为主；在更大区域内吸引奖励旅游、康体疗养旅游市场和会议市场。鉴于广东温泉和高尔夫已经在国际上具有一定影响，要通过大力推广广东温泉和高尔夫旅游带动海滨旅游市场和海滨精品开发。

结语

一般人总是认为广东没有名山大川，没有优势旅游资源，其实海滨旅游资源和温泉资源是广东十分具有优势的资源。它们一个在冬半年，一个在夏半年，具有良好的互补作用。目前广东在温泉开发方面已经取得了积极成绩，海滨开发则相对滞后。广东的高尔夫球场数量占全国一半，中国十佳球场有六个在广东。高尔夫与海滨也是一个十分良好的合作产品。如果积极引导，加快进程，广东海滨度假完全可以形成精品，产生积极的市场影响，推动广东旅游业长盛不衰，繁荣兴旺。

友情链接

[中国国家旅游局](#) | [活力广东网](#) | [旅研信息科技网](#) | [区域与旅游规划空间站](#)

联系地址：中国广东省广州市天河区黄埔大道西463号广东省旅游局办公楼5楼 邮政编码：510630

联系电话：[020-22220228](tel:020-22220228)、[22386501](tel:22386501)、[22386502](tel:22386502)等 传真电话：[020-22220298](tel:020-22220298)

电子信箱：gdtrc@sohu.com 版权所有：广东省旅游发展研究中心  支持：如需转载请注明出处 [Top](#)

中文域名：[广东省旅游发展研究中心·中国](#)

粤ICP备06024306号 [广东省通信管理局](#)