

探索“海洋文创 + 滨海旅游”的路径与模式

——第十三届中国海洋论坛分论坛发言摘要

象山三面环海、两港相拥，海洋旅游资源丰富，海洋文化独具魅力，是一座没有围墙的“海洋博物馆”。近年来，我县始终把旅游发展和海洋文化强县建设摆在重要位置，大力实施国家全域旅游示范区创建三年行动计划和繁荣文艺

“九大计划”，取得了显著成效，全域旅游提档升级，游客接待量连续多年保持两位数增长，首批国家全域旅游示范区创建扎实推进，先后荣获全国海洋渔文化生态保护实验区、省级非遗保护综合试点县等称号。

第十三届中国海洋论坛以“海洋文创+滨海旅游”为主题，与会专家就长三角滨海旅游创新发展、美丽乡村融合创新发展、海洋渔文化开发保护与象山文化产业发展等内容进行探讨交流，并提出对策建议。现摘编部分专家发言，以飨读者。

长三角滨海旅游创新发展



(通讯员 陈瀚 摄)

刘峰（北京巅峰置业旅游文化创意股份有限公司创始人）：目前，经济发展呈现新常态，第三产业占GDP的比重不断上升。在这样的大背景下，全国很多地方发展全域旅游已经成为新战略、新动能、新抓

手。象山提出的“双突破双驱动”战略非常符合象山的条件和优势。当然，在全域旅游发展过程中，存在不少困难和挑战，特别突出的有三大痛点：缺内容、缺运营、缺整合。基于这些痛点分析，象山的全

域旅游应该如何发展，涉及干什么、怎么干、谁来干、怎么卖四个方面，包括建设、投资、运营、营销等重要环节。象山已经提出全域旅游的实施方案，把方案落地实施内容植入是重要的关键点。“夜晚比白天重要”“风情比风景重要”“消费比门票重要”“好吃比好看重要”“心动比走动重要”，理解这五句话可以让象山的全域旅游发展得更好，扬长避短。调查显示，过夜游客是普通游客消费的三倍，让游客在象山住一夜是很现实的小目标。从构建象山的“六夜”体系入手，把“夜景、夜演、夜宴、夜购、夜娱、夜宿”六方面做到位，从而实现越夜越嗨，打造全方位月光经济。其次，围绕游客多元消费需求，象山应该优先着力打造“舌尖上的象山”，既要有时尚餐饮，也要有休闲渔船，把“高大上”和“小确幸”融合在一起，全方位俘获游客的心。

魏小安（世界旅游城市联合会首席专家、全国休闲标准化技术委员会副主任、中国旅游协会休闲度假分会秘书长）：1990 年国家旅游局开始提出建设国家旅游度假区，1991 年国务院批复了 12 个国家旅游度假区。到目前为止这 12 个度假区，大部分都没有实现。原因是中国的滨海度假资源在世界上不在高位，很多资源属于三流，并且当时国内大部分群体没有度假需求。现在中国中产消费大大增加，休闲度假的需求越来越突出。旅游需求侧在改变，旅游供给侧也要不断改革。发展滨海旅游要做到三点，一是长短相较。哪里发展旅游都有长处和短处，需要客观认识，全面分析。二是化短为长。换个角度，换个思路，短处就是长处。三是扬长避短。比如象山的水质不足、气候不理想，但其实全世界滨海度假对海的利用方式在改变，现在到滨海度假的游客下海游泳的非常少，都

是在酒店游泳池游泳，所以建立具有完整性、精细性、生活性、娱乐性的滨海度假区的配套设施非常关键。

罗军（途家网 CEO）：在我看来，全域旅游就是互联网。互联网的特征是既有碎片化，又有整合。如果没有整合，那这些碎片化不具备商业价值。放在全域旅游上看，例如，原来到景区只能住酒店，但在住宿产品碎片化后，它可能是一个乡村民宿、一个房地产开发的旅游地产闲置房，或者是一个农庄。这种情况下，碎片化显然需要被整合。政府并非没意识到个体业者对全域旅游的推动作用，但之所以选择粗暴的一刀切，还是对这类碎片化管理的有心无力。而全域旅游 GBC 模式（Government -Business -Customers：政府-专业机构-用户）由政府与途家共同合资成立全域旅游运营管理机构，双方围绕美丽乡村建设、民宿运营管理、商户统一

管理、全媒体联合推广等方面展开合作经营，与乡民共享共建，可以助推地方全域旅游健康有序发展。

徐建林（浙江浙旅投资有限公司董事长）：消费升级的背景之下，吃、住、游等各种消费加注重体验、追求品质。从传统观光游向多元体验游转变是一种必然趋势。在消费趋势转变下，体验式目的地应该从研究先行、产品打造、运营标准化、投资保障等方面进行打造。打造体验式旅游有四个指标：一是重特色。体验式旅游追求的是与众不同，产品打造要有自己鲜明独到的特色。二是重体验。体验式旅游必须对旅游过程中所有细节打磨到极致，让所有体验力争完美。三是重参与。体验的获得必须要亲身参与才能有直观感受，因而参与性的业态与项目是体验式旅游的打造重点。四是重 IP。IP 产品的品牌效应既是游客追逐的对象，也是旅游产品质量和体验的保障。

美丽乡村融合创新发展



朱胜萱（乡伴文旅创始人及董事长、上海世博会景观工程总顾问）：这两年，我们一直在实践过程中打造“理想村”。象山的滩涂、山海、古镇、旅游文化充满魅力，象山基层干部对打造美丽村庄充满热情和决心，相信这件事情一定能做好。

儒雅洋是一个让人惊奇的村子，保存着完好的祠堂、弄堂、乡村生活。我们做了十几种不一样的模式，这里有公共业态、商业业态、田园民宿乡居。公共业态包括宗祠文化馆+道禾书院、乡村风物馆、禅修养生中心、艺术学校、文化市集、乡村剧院

……我们希望通过这样美好的生活把很多人拉回乡村，同时注入新的元素，用一种很低调、自然的方式来诠释我们对奢华的理解。溪里方村是比较有典型意义的乡村。村里 10%到 20%都是老房子。这里的老房子的传统肌理已经不完整，但是很好地留下了历史轨迹，与那山、那田同体连枝，这个乡村一定可以做出力量。这个村子家家户户都在做盆景。我们想打造的一个园艺酒店，以乡村为主线，以盆景为主题，发布一些很有意思的东西。我们要做的是一种精神和审美生活的重新体验。一冷是我第一次去就被打动了的工厂。这种工业建筑承载了几代人的记忆，当我们进去的时候，看到了破破烂烂的产品，走进了工业记忆，顺着那个栈道走过来，也会有那种记忆。还有运冰轨道，这么一个超大尺度的东西，跟文化创意融合起来，把它作为一个活化体验，跟海结合在一起，根据周边需求增加新的

功能和业态……做完这个老工业遗址后，这一条产业老街就会开始了。往往一个点成功了，那么它周边的产业就会被带动起来。我们的目标是国内的渔文化创意产业的旗舰基地，长三角的创意枢纽，宁波片区的文创活动的消费体验聚落。

刘晓军（乡派科技董事长）：今天跟大家简单分享一下如何用互联网的手段，助力乡村文旅的产业提升。“全域旅游”有几个特点：高效运营、供给侧改革、产业整合、资源整合。今年 4 月份在上海开了一个发布会，叫联合运营发布会，中间提出一个概念叫联合运营。联合运营其实是从餐饮行业营销带过来的，我们希望做一些跨品牌、跨业态的整合营销。在这个联合运营的过程中有几个关键的节点，第一个是我这些业态到底怎样能串联起来，消费者怎么去接触这些业态，其实就是通信权益，现在互联网阶段我们讲究的是这个权益非常丰富，里面修

改相应的积分、其它更多的跨平台权益。第二，有了这些我做什么？我做相应的管理，我们主要是针对企业去合作相应的产业员工福利卡。第三，拿了这些我怎么支付？聚合支付，在商铺的教育包括模式的推广上面都有很大的提升。第四，在运营商管理后台，所有的业态有什么样的消费。这是一个权益打包的过程，我可以选择不同的业态，不同的分装，这是一个权益的组合方式。权益组合完之后我们通常有权益旅游卡的方式做一些配套，消费者可以查到他所有的权益。

郑光强（乡伴文旅大师工作室总设计师）：今年 5 月 27 日，我们提出了田园综合体这个概念。今天重点讲第一个田园综合体，以及 4 年以后我们回头看这个模式是不是最成功的，我们要有一个其它的路径来实现它。不管是商业的模式还是互联网的手段，包括田园综合体，其实都是试图通过新的开发模式、开

发手段改变中国的乡村。首先它是有一个比较大的需求，特别是在长三角，人们内心深处有渴望回归的情节。乡村正在成为一个不可忽视的重要组成部分，最后容纳消费升级需求的一个最佳武器。从 2016 年到 2017 年的特色小镇，现在开始最热门的是田园综合体，所有的街道都跟乡村是分不开的。目前大概已经有 10 个省份都已经确定了田园综合体的试点，从广西一直到云南、陕西，乡伴已经在跟其中的两个综合体做一个正式的签约。田园这块，我们永远避不开，我们做田园综合体，最后落地的是田园，强调的是意境。最后它还要落到乡村，美丽乡村、宜居乡村、活力乡村，把乡村的活力恢复，解决开发、发展的可持续。田园综合体既是一个国家命题，又是一个时代课题，更是一个现实问题。它是未来的一个诗意栖居地，也是一个构建城乡命运的共同体。

海洋渔文化开发保护与象山文化产业发展



分论坛上，为第一届象山特色产品文创设计大赛获奖者颁奖。

万建中（中国民协副主席、北京师范大学教授）：非物质文化遗产是人类的无形文化遗产，代表着人类文化遗产的精神高度，保护好它可

以使其充分发挥应有的价值与作用，促进和推动文化产业的发展，丰富人民群众的文化生活。象山县非物质文化遗产丰富，开洋谢洋节、石

浦一富岗如意信俗、徐福东渡传说、海盐晒制技艺、渔民号子、唱新闻等 6 个项目被列入国家级非物质文化遗产名录。我认为积极开展丰富多彩的民间活动，通过有声有色的民间文艺形式，可以有效地弘扬传统优秀渔文化，提高民众参与度与认可度，进而催生跟非遗有关的文化产业。

李荣启（中国艺术研究院研究员）：浙江省东部沿海的旅游资源开发已有数十年时间，但仍处在各自为政、互不关联的状态。为了发挥东海之滨独特的旅游优势，构建岛屿文化旅游圈势在必行。岛屿文化旅游圈可以划分为前台、后台和文化丛。“前台”是对旅游资源商品化的处理，以满足短平快的旅游节奏。“后台”并非直接诉诸于游客视角，属于渔业、农业日常生活的场所。若以“前台”和“后台”的立场审视象山的旅游“文化丛”，山区田园景观“文化丛”、节庆表演“文化丛”和岛屿风

光“文化丛”都属于“前台”景观，即富有展示性的文化形态。这是经过精心设计的旅游文化快餐，提供给游客直观的视角冲击，并可获得表象化的文化认知，游客无需住下来就能得到异文化观光的满足。相对于“前台”和“后台”，观光型和体验型旅游发展模式，以家庭为主题的旅游开发，具有极为广阔的前景，是岛屿旅游开发可持续的新增长点。象山依山傍水，岛屿众多，既有渔业，又有农业，旅游生态资源丰富，具有构建文化旅游圈的基础。

邹明华（中国社科院副研究员）：我们要科学地处理非物质文化遗产的保护与经济发展的关系。一些地方单纯追求经济价值，大搞民俗活动，大搞文化旅游，可惜其间的文化内涵往往被忽略。我们尤其要注意：不要按照功利的目的、政绩目的或者经济目的，任意简单地改变非遗项目，丧失对文化的尊重。当然，在旅游经济的发展当

中，我们可以把非遗项目融在旅游的文化里面，让它朝着有序的、健康的方向发展。为了应付或者招揽游客，编造制作一些变了味的民间艺术、民俗活动，会丧失非遗自身的高雅品位和格调。我们应该对非遗很好地利用和开发，把握好它们自身的本真性，否则不利于文化的保护和长远发展。

杨慧子（北京联合大学博士）：近几十年来，现代化急速发展，对民族文化生态及非遗活态传承造成强势冲击，使许多非遗项目失去了生存的土壤。由于缺少市场，一些项目的传承、保护状况堪忧。非遗不能一成不变，必须要主动与市场对接，与现代生活融合，符合现代人的审美理念，这已经成为一种共识。以非遗为源进行的文创产品设计，虽然不属于非遗的范畴，但如果其产品设计巧妙、工艺精湛而兼具文化内涵，也可成为宣传中国非遗、建立民族文化自信的重要工具。象山有很多

的非遗元素可以做成文化创意产品。如果想把文化创意产品推向市场，就不单单需要非遗传承人，更需要产品的营销策划销售人员，需要沟通非遗传承人和文化创意产业领域的“经纪人”，来架起非遗产品走向市场的桥梁。

陈红雨（南京艺术学院文化遗产保护系主任）：传统文化来自于生活，要实现在当代的复兴与发展必须根植于生活，在老百姓过日子中间实现传承与发展。例如象山的谢才华剪纸馆，结合当代反腐主题，创作了大量的反腐作品，在国内都是独树一帜的。他创作的题材就是来源于生活，反映生活，使剪纸艺术焕发出新的活力。继承是最好的保护，发展是最深刻的弘扬。从生活出发，不仅要保护和扶持传承人，做好重点保护示范学习，还要进一步关注广大民间受众，扩大传统文化的影响力。

（组稿：张海峰 黄丁 陈晓晓）