

文章编号: 1004 - 7271(2007)05 - 0470 - 08

## 基于体验经济视角的休闲渔业及其发展模式探讨

杨子江<sup>1,2</sup>

(1. 北京大学经济学院, 北京 100871; 2. 《中国渔业经济》杂志, 北京 100039)

**摘要:**本文基于体验经济的视角提出了理解休闲渔业的新思路:以水产品、水生生物和渔业工艺为道具、以渔业服务和渔(鱼)文化为舞台、以提供“三渔”体验作为主要经济提供品的渔业经济门类或形态。在探讨我国休闲渔业发展的现状与问题的基础上,指出进一步推动我国休闲渔业发展的建议:要落实科学发展观进行整体形象定位和合理规划、要以渔文化整合休闲渔业资源、要与渔业结构调整相结合、要针对不同休闲渔业经营方式进行体验化设计、要按照体验经济的要求选择营销推广策略。

**关键词:**体验经济;休闲渔业;发展模式

**中图分类号:**F 326.4      **文献标识码:**A

## Study on the development pattern of China's recreational fishery based on experiencing economy

YANG Zi-jiang

(1. Economics School, Peking University, Beijing 100871, China;

2. Chinese Academy of Fishery Sciences, Beijing 100039, China)

**Abstract:** Firstly, the author points out the essence of recreational fishery from experiencing economy point of view. Recreational fishery is a fisheries economics, which deals with the property of aquacultures, bodies of water and fishing gears, with the stage of fisheries service and culture, with the products to provide recreational fishery experiencing. Secondly, based on the developmental status of recreational fishery in China, the author puts forward the new way to promote the Chinese recreational fishery. For example, with overall image position and rational planning to carry out the scientific concept of development, with fisheries culture to integrate the resources, with recreational fishery to combine structural adjustment, with different forms of recreational fishery operation to design experiencing, with experiencing economy to elect the marketing promotion strategy.

**Key words:** experiencing economy; recreational fishery; development pattern

随着城市居民生活水平的提高,人们越来越崇尚自然,而城居环境不断恶化,这促使很多城市居民去郊区进行渔业休闲体验,使得我国休闲渔业发展迅速。沿海、沿江和沿湖渔区地方政府认识到休闲渔业展现出的广阔前景,通过制定休闲渔业发展规划、财政支持休闲渔业等方式,纷纷举起“休闲渔业”大

收稿日期:2007-03-26

基金项目:“科技资源优化配置理论与应用研究”博士后基金项目(2005037262)

作者简介:杨子江(1969-),男,安徽桐城人,北京大学经济学院博士后,《中国渔业经济》副主编,主要从事科技资源配置理论、农(渔)业经济分析与政策方向的研究。Tel:010-68673942, E-mail:ziji0505@cafs.ac.cn

旗,视休闲渔业发展为渔区经济的“新增长点”;越来越多的企业开始加入到休闲渔业大军。与此同时,消费者对休闲渔业的要求也越来越高。在这种前景看好,同时竞争日趋加剧的情况下,倡导休闲渔业发展的地方政府如何去提升休闲渔业的竞争力,真正发展好休闲渔业,进而使该产业由无序演进走上有序化发展的轨道?只局限于渔业内部,通过地区间的横向比较去发现存在的问题,进而寻求问题的解答显然已远远不够,特别对休闲渔业这样一个“新兴”门类而言。把握体验经济时代的发展模式,发掘时代潮流中所蕴含的机遇,并积极主动地进行呼应,将成为渔区发展休闲渔业,在激烈竞争中立于不败之地的关键所在。

## 1 从体验经济视角理解休闲渔业概念

### 1.1 体验经济的提出与理解

早在1970年,阿尔文·托夫勒在其著作《未来的冲击》中就提到“体验业将成为继服务业之后经济发展的支柱”,但并未引起世人的注意。近40年来,居民收入水平和需求层次不断提高,商品和服务作为主要经济提供品已经不能满足人们的需求,旅游、体育、娱乐等休闲产业大行其道。这促成了1999年约瑟夫·派恩二世(B. Joseph Pine II)与詹姆斯·吉尔摩(James H. Gilmore)《体验经济》一书的产生。该书将经济价值演进过程分为四个阶段:①农业经济时代,以农业耕作生产鲜活农产品供以消费,附加价值有限;②工业经济时代,以加工的制成品提供消费,产品种类大量增加,通过加工增值影响价格,附加价值升高;③服务经济时代,是最终产品加上销售服务,服务的差别性大,附加价值更高;④体验经济时代,通过营造或布置一个安适、高雅的环境,体验的差别感大,消费者享受贴心的产品与服务,附加价值最高<sup>[1]</sup>。而所谓体验(Experience),是指人们以本质上个人化的方式度过一段时间,并从过程中呈现出的一系列可记忆事件中获得感受;它可以划分为娱乐(Entertainment)、教育(Educational)、遁世(Escapist)和审美(Esthetic)四种类型,但最好的体验包含了所有这些部分,即处于四个方面交汇的“甜美地带(Sweet Spot)”。如果顾客愿意为这类体验付费,那么体验本身也就可以看成是某种经济上的给予。

所以,体验经济被界定为“以商品为道具、以服务为舞台、以提供体验作为主要经济提供品的经济形态”。提出“体验经济”概念的重要意义在于,它是“生产与消费合一”的经验描述<sup>[2]</sup>。服务经济遵循的规律仍然是生产者的经济人理性,而体验经济遵循的是消费者的行为理性。

### 1.2 休闲渔业的不同理解

对休闲渔业人们有不同的理解。国内一些学者认为,休闲渔业(Leisure fisheries)是指人们劳逸结合的渔业方式<sup>[3]</sup>。另一些学者认为,休闲渔业(Recreational fisheries)通过对渔业资源、环境资源和人力资源的优化配置和合理利用,把现代渔业和休闲、旅游、观光及海洋知识的传授有机地结合起来,实现一、二、三产业的相互结合和转移,从而创造出更大的经济效益和社会效益<sup>[4-6]</sup>。还有学者认为,休闲渔业即旅游渔业,是根据市场需求,以海洋渔业或内陆淡水渔业活动为基础,将旅游与渔业有机结合的一种新型的交叉产业,包括垂钓渔业、观光渔业及水族馆等多种产业形式<sup>[7]</sup>。国外对休闲渔业的概念并不像我国学者所理解的那样宽泛。美国休闲渔业的含义就相对狭窄,只包括以娱乐或健身为目的的渔业行为,含陆上或水上运动垂钓、休闲采集、家庭娱乐,有别于商业捕鱼行为,但并不包括渔村风情旅游的内容。

结合中国的实际和休闲渔业的特点,笔者较赞同中国台湾省经济学家江荣吉教授对休闲渔业的定义:“休闲渔业就是利用渔村设备、渔村空间、渔业生产的场地、渔法渔具、渔业产品、渔业经营活动、自然生物、渔业自然环境及渔村人文资源,经过规划设计,以发挥渔业和渔村休闲旅游上的功能,增进国人对渔村与渔业之体验,提升旅游品质,并提高渔民收益,促进渔村发展。”<sup>[3]</sup>

### 1.3 基于体验经济视角的休闲渔业

从休闲渔业个体行为的角度看,渔业休闲本身就是一种“体验”。人类产生这些休闲渔业活动的动

机不外乎求知、求新、求异、求乐,主要追求的还是一份独特的感受和经历,并不是为了购买几份渔业休闲纪念品,或是享受一下导游服务而已。

尽管体验经济本身还不成其为一个理论,甚至没有一个明确的定义,但这并不影响我们将其看作一个崭新的发展理念来指导休闲渔业的发展。因为体验经济理念的内涵与休闲渔业发展的初衷联系紧密。首先,促进经济增长是体验经济始终关注的核心,也是各地发展休闲渔业的初衷。当高质量的水产品及各种渔业服务都被视为理所当然之后,渔业休闲体验因为有着更加自由和广阔的定价空间,成为“渔业新经济”的增长来源。其次,作为体验经济重要组成部分的渔业休闲体验,其产业得以发展主要是其创造了满足人类“自我实现”的需求,因此,以人为本,全面尊重人性的理念是体验经济和休闲渔业的核心所在。虽然经济增长仍然是体验经济和休闲渔业的主要目标,但经济利益的驱动越来越“人性化”,使尊重人性不再是口号,而像“渔家乐”一样贴近我们的生活。再次,无穷尽的人类需求赋予体验经济无限丰富的内涵,也使得休闲渔业围绕体验经济寻求持续不断的创意成为可能。这昭示着一个渔民、渔业企业或渔区要发展休闲渔业,只有持续不断地创新才能赢得竞争的胜利和经营的利润。以上经济增长、尊重人性、持续创新(创意)三个理念正是体验经济对发展休闲渔业的启示。

基于以上分析,从体验经济的视角可以将休闲渔业定义为:以水产品、水生生物和渔业工艺为道具、以渔业服务和渔(鱼)文化为舞台、以提供“三渔”体验作为主要经济提供品的渔业经济门类或形态。也就是,以经济增长、尊重人性、持续创新(创意)为原则,合理开发渔区(渔村)地理空间和渔业生产场所、水产品 and 渔业工艺、水生生物资源和水域生态环境、渔民生活和渔(鱼)文化等经济、社会、文化和自然资源,在满足民众体验“三渔”需求的同时,实现渔业发展、渔村繁荣和渔民增收的一种渔业经济门类。

## 2 从体验经济视角理解休闲渔业发展的内容和模式

### 2.1 国内外休闲渔业发展迅速、内容丰富

20世纪60年代以来,休闲渔业在一些经济发达的沿海国家和地区迅速崛起,渔业与休闲、娱乐、健身逐渐结合起来,并进一步与旅游、观光、餐饮行业有机融合,在这一产业边界融合的过程中,渔业的产业内容更为丰富、渔业的发展空间更加拓展、渔民增收和渔村繁荣的途径更为宽阔。在美国,每年约有3520万成年(16岁以上)钓客,在休闲渔业上花费达378亿美元;每年休闲渔业消费对全社会的直接和间接经济总效益为1084亿美元,给全国各地提供了120万个工作机会,创造了总计283亿美元的总消费,增加了24亿美元的州政府税收和31亿美元的联邦政府税收<sup>[3]</sup>。在日本,1993年从事游钓的人数已经达到近3730万人,占全国总人口的30%,而从事游钓导游业的人数达2.4万人,其中90%是与渔业相关的兼业人员<sup>[8]</sup>。

20世纪90年代以来,我国休闲渔业发展也步入了快车道。广东东莞、北京怀柔、河北平山和江苏一些市县先后建设了上万家以水产养殖场为基础的休闲渔业基地。福建厦门、辽宁大连、山东青岛、天津塘沽等地先后建起了以海上游览和海上捕鱼观赏为基础的休闲渔业基地。江苏南京、徐州、扬州、苏州等地以庭院为依托的观赏休闲渔业已初具规模。浙江舟山、大连长海、四川成都、湖北武汉等地兴办的渔家乐(或称渔家旅店)已成为渔家风情游的龙头。北京、青岛、秦皇岛和北海等地的海鲜馆、渔乐馆、水族馆、海底世界游客如织。

### 2.2 我国休闲渔业发展模式的简单归纳

尽管国内休闲渔业发展很快,名目繁多,但从总体上看,目前我国休闲渔业活动除垂钓、观赏、美食等一些项目之外,几乎没有其它形成经济规模的创意。休闲渔业作为新兴的渔业门类,不仅常人知之甚少,其本身也在发展变化之中。那么,如何总结归纳目前休闲渔业的丰富内容,基于体验经济的理念提出休闲渔业发展的模式呢?我国一些渔业经济专家在这方面作了一些有益的探索。

上海水产大学平瑛教授将休闲渔业总结为:生产经营型、休闲垂钓型、渔区生产体验型、水族展示型4类模式<sup>[4]</sup>。有些学者的思路与其类似,将休闲渔业划分为:生产经营型、休闲垂钓型、观光疗养型、展

示教育型、社区和家庭渔乐型这 5 至 6 种模式。上海水产大学蔡学廉教授将休闲渔业归纳为:休闲垂钓渔业、休闲观光渔业、休闲观赏渔业、渔家乐、休闲渔城、渔乐园、休闲渔业节这 7 类模式<sup>[6]</sup>。中国海洋大学张广海等认为休闲养殖垂钓型、涉渔运动观光型、渔业生产体验型、综合旅游服务型、观赏教育娱乐型等休闲渔业模式可优先考虑<sup>[7]</sup>。

以上的分类非常有利于我们理解名目繁多、不断发展的我国休闲渔业。但这样的分类也存在划分标准的模糊和游移不定,从而只能流于从现象到现象对休闲渔业进行界定,难以揭示休闲渔业发展的本质规律。所以,基于体验经济的理念从本质上归纳休闲渔业发展的模式就很有必要。

### 2.3 基于体验经济视角的休闲渔业发展模式

体验式消费已蔚然成风,“体验”、“感觉”变成可以销售的经济商品。目前,休闲渔业的生产者或供给者初步掌握了迎合体验经济时代提供渔业休闲体验的理念和技巧,以精心设计的情境,说服休闲渔业的消费者为体验付费。同时,愈来愈多的消费者也乐意花钱购买渔业休闲体验。这是基于体验经济视角探讨休闲渔业发展模式的时代背景。

按照消费者的参与程度是主动参与还是被动参与,以及消费者的关联或环境关系是属于融入情境还是仅仅吸收信息这两个分类标准,研究体验经济的学者将体验行为分为 4 大类:①娱乐体验。消费较被动,以吸收信息为体验的主要方式。如阅读书报、看电视电影、欣赏渔村民俗表演、听渔歌渔号、看渔业画展等。②教育体验。消费者主动参与,吸收资讯。参观访问渔村渔船、户外渔业教学、感性旅行等,以获取知识技术为目的的体验方式。③跳脱现实(遁世)体验。消费者更主动参与、更融入情境。如虚拟太空游戏、渔业主题公园、渔乐园内一些跳脱现实的游戏等。④美学体验。消费者虽主动参与少,但深度融入情境,独立自足,物我两忘。如面对大海波澜、湖心小船、沉鱼落雁,产生心神往之的感觉。

尽管以上四类体验差别明显,但就一个体验者的参与性质而言,这四类体验又是联系在一起的。如果一个消费者在体验中想去“学”,他就是在进行教育的体验;想去“做”则是跳脱现实的体验;想去“感受”就成为娱乐的体验;而他“心向往之”,导致其体验处于“独立自足、物我两忘”的状态,处于美学体验。体验经济的实践告诉我们,让人感受最丰富的体验,是同时涵盖以上四个方面的,也就是处于四方面交会的“甜蜜地带(Sweet Spot)”的体验。所以,对于休闲渔业而言,一项休闲渔业活动设计应该不能让消费者只产生一种体验,而应该包含多种渔业休闲体验。依照派恩与吉尔摩的说法,应该尽量设计成甜蜜的体验。譬如海上游钓,欣赏大海美景及变换不定的鱼群,倍感心旷神怡,属娱乐的体验;学习鱼类生理和海况变化规律,正确的游钓技巧及各种鱼类的营养价值知识,属教育的体验;乐在渔业和渔民之中,当个“独钓寒江雪”的垂钓者,属于跳脱现实的体验;感叹滋生万物的大海,探究大千世界的无穷奥妙,向往鱼儿的无拘无束和大自然的自由,属于美学的体验。

考虑到上述学者对休闲渔业所进行的分类,基于体验经济视角,笔者认为我国乃至全球休闲渔业发展的模式可以由三个模块组成,即休闲渔业资源模块、休闲渔业设计和经营模块、渔业休闲体验模块(如图 1 所示)。三大模块中不同要素的配对组合,便形成了现实世界万花筒般的休闲渔业模式。

休闲渔业资源模块是指休闲渔业赖以发展的资源,可以进一步划分为自然资源、景观资源、产业资源、人的资源、文化资源等五大类,这些都是发展渔业休闲体验式经济的基础。①自然资源包括:海况、水文和气象资源(潮汐、海市蜃楼、溪流、河床、山涧、瀑布、温泉,浪花、日落日出、彩虹、星相、季风等),水生生物资源(鱼、虾、贝、藻、水草、蟹类、鸟类、昆虫及潮间带生物等)。②景观资源包括:地形地貌景观(湖沼、潭泽、水库、鱼塘、海岸线、潮间带、海滩、沙洲、海岸洞穴、奇石、珊瑚礁岩、渔区平原、步道、峡谷、河滩、曲流、峭壁等),建筑景观(渔村传统建筑、寺庙建筑、鱼排景观、渔村风情、盐田景观等)。③产业资源包括:各种传统捕捞、水产养殖和加工工艺等产品和服务(水上游钓体验、观光垂钓养殖渔场、假日鱼市、渔制品观摩与采买等均可作为设计体验活动的资源)。④人的资源包括:渔村乡坊的历史人物、知名人士、特殊技艺的农渔民,有特色的农渔村的聚落活动。⑤渔(鱼)文化资源包括:传统渔村建筑资源(渔村古代建筑遗址、古道老街、古宅、古城、古井、古桥、废墟、旧码头等),传统渔业手工艺品(具有地方特色的石雕、木雕、竹编、纺织、服饰、古渔机具及渔民家居用具等渔业艺术品),传统节庆、婚嫁

礼仪、民间杂耍及健身活动等渔村民俗活动(如龙舟赛、王船祭、宋江阵、祭祀庙会等),以及各种文化设施与活动(如有特色的农渔牧博物馆、历史遗迹等)。

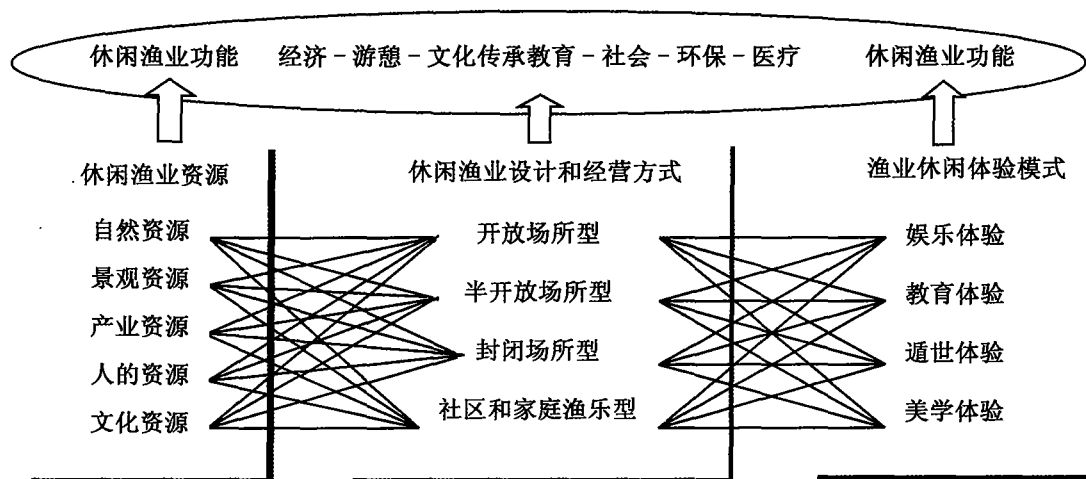


图1 休闲渔业发展的模式

Fig. 1 The pattern of recreational fishery development

利用自然资源、景观资源、产业资源、人的资源、文化资源等五大类休闲渔业可资利用的资源,针对开放场所型、半开放场所型、封闭场所型、社区和家庭渔乐型等休闲渔业设计和经营方式,开发出娱乐体验、教育体验、遁世体验、美学体验等渔业休闲体验模式。按照图1所示的三个模块中13类要素的排列组合,至少可以形成80类渔业休闲体验模式( $5 \times 4 \times 4$ )。休闲渔业发展模式的竞争优势取决于与同业竞争者相比,其核心专长的优化程度,这种“看不懂、学不来、买不到”的独特专长才是休闲渔业竞争的利器。经过营造、加工、包装、策划后依次使名特优渔业产品向商品——礼品——艺术品——体验品升级,其附加值逐级提高。只有这样才能主动迎接体验式经济时代的到来而不被社会淘汰。

### 3 当前我国休闲渔业存在的主要问题

#### 3.1 传统观念制约了休闲渔业的发展

渔业是生产和提供优质水产品的产业部门,这样的传统观念对人们的影响依然很深,导致一些地方相关政府部门对休闲渔业具有明显的经济、社会、生态效益的认识不足。虽然海洋与渔业行政管理部门已意识到休闲渔业的巨大发展潜力,但呼声微弱,难以引起相关部门的共鸣。目前,在一些休闲渔业资源丰富的重点渔区,计划、财政、旅游、海洋、渔业等相关部门对休闲渔业发展思路依然没有形成共识。

传统观念制约了休闲渔业的发展不仅表现在政府管理部门,也表现在传统渔民。沿海渔区从事渔业的生产者多是世代相传的渔民,接受文化教育程度偏低,缺乏旅游服务意识和技能,让他们转变观念,从生产性的捕捞业转入休闲渔业经营,在一定时期内还将存在较大难度。另外,在休闲渔业营销中,众多渔民和渔业社区还停留在“酒香不怕巷子深”的传统营销观念,以等客上门和口碑流传为主要营销手段,效果十分有限,极大地影响了客源吸引范围。陈旧和落后的传统观念不仅影响了政府支持休闲渔业的政策取向,而且制约了休闲渔业经营者对高附加值体验需求的适应。

#### 3.2 “小农经济”式的休闲渔业导致诸多经营问题

目前,在我国许多大中城市近郊休闲渔业发展很快,而我国渔区经营体制的现状是捕捞以单船股份合作制为主,养殖以家庭承包制为主。这种以小农经济为主的渔区经营体制决定了我国以自发的、分散的、粗放的个体、私营等休闲渔业经营形式为主。尽管“小农经济”是我国渔业的原生经济形态,对游客有着较强的吸引力,但由于其内部接待由一家一户分散经营,自负盈亏,因而难以进行科学管理、整体营

销和品牌塑造。

凭借沿海各渔区、渔港现有的基础设施从事高水平的休闲渔业显然勉为其难。在当前转产转业的政策背景下,专业渔民转移到休闲渔业行业,需要大量的资金从事新的服务性工作,仅凭借已有的积蓄是远远不够的。而且随着休闲渔业的发展,资金缺口将进一步扩大。这种以小农经济为主的渔区经营体制决定了“各自为政、单打独斗”的休闲渔业开发和经营状态,不仅在资金筹集方面困难重重,而且丰富的休闲渔业资源与有限的资金难以形成有效的合力。有限的经营规模难以形成相应的产业化发展空间,所以在短期内只能提供相对粗放的、低水平的初级休闲渔业产品。而且,在休闲渔业开发中一味片面强调对产业自然资源的开发,而忽视深度、系统开发渔村民俗、乡土文化等人文资源,难以整合渔村其它资源。经营规模小、服务无品牌诸多经营问题是制约我国休闲渔业进一步发展的主要问题。

### 3.3 休闲渔业开发缺乏统一规划

在休闲渔业开发中缺乏全局考虑和整体规划,各地开发出的休闲渔业产品和服务同质性强,个性化不突出,模式单一。在地方政府的某些部门单方主观积极倡导下,一些休闲渔业项目只重规模,不求质量,粗制滥造的例子时有发生。缺乏规划和低水平规划还常常导致休闲渔业发展极不平衡。某些海滨城市拥有海洋水族馆、海豚馆、极地海洋世界等水族馆,但城市周边其他类型的休闲渔业则相去甚远。滨海垂钓至今仍然是垂钓爱好者的自发行为,作为一项经济产业一直未形成规模。观赏渔业和观光渔业处在起步阶段。科学规划滞后所带来的不是资源破坏,就是资源闲置,还容易导致盲目开发,陷入“盲目性+积极性=破坏性”的恶性循环,最终将使本地的休闲渔业遭受毁灭性打击。

### 3.4 休闲渔业经营的城市化倾向可能丢失其可贵的“乡村性”

城市人口迅速扩张与城市化进程加快而城市环境恶化是去郊区进行渔业休闲体验的推力,城乡文化差异、渔业休闲活动的参与性强以及渔村环境改善是休闲渔业的引力。Lane 提出了界定乡村旅游的 5 个元素:位于乡村地区,具有广阔自然环境及传统文化活动,小规模经营企业,社会和文化具有传统特征,旅游类型多样。对乡村旅游的概念,学者们虽未达成一致,但都认为乡村性(Rurality)是吸引旅游者的重要基础<sup>[9]</sup>。休闲渔业作为一种新型旅游产品,它植根于乡村性<sup>[10]</sup>。乡村性是休闲渔业区别于一般旅游形式,尤其是城市旅游的本质所在。休闲渔业的乡村性至少应该包括渔区生态和水生生物资源的原生性,渔业生产过程的易参与性,渔村民俗和渔民生活方式的乡土性,渔(鱼)文化的悠久性和浓郁性,市场的定势性,渔业休闲产品和服务的地方性、体验性、文化性等。总之,休闲渔业要吸引大批有钱有闲的城市居民来渔区进行渔业休闲体验,必须保持其独特而可贵的“乡村性”。然而,当前许多渔村社区以城镇化发展为目标,一味提高接待设施标准,向城市看齐,加上地方行政管理部门缺乏行之有效的监管,使得城市化现象十分严重,其独特而可贵的“乡村性”气质被忽视和丢失,从而极大地损害和降低了休闲渔业原生的高附加体验价值,制约了我国休闲渔业的可持续发展。

## 4 基于体验经济视角的我国休闲渔业发展策略选择

### 4.1 休闲渔业发展要落实科学发展观进行整体形象定位和合理规划

休闲渔业缺乏理性规划容易导致盲目开发,“盲目性+积极性=破坏性”的恶性循环将导致渔区休闲渔业不可持续。所以,全面落实科学发展观,进行整体形象定位和合理规划对休闲渔业发展尤为重要。

首先,根据地区现状条件,给出一个鲜明的休闲渔业整体形象定位,目的在于能够凸显地区休闲渔业发展的特色。这一整体形象的定位必须将正面的暗示与希望营造的休闲渔业印象融合在一起,使游客在完成渔业休闲体验之后能够脱口而出最真切的身心感受。渔区任何休闲渔业产品和服务的设计开发都应当自觉地去强化这一定位。一旦渔区整体旅游形象得以树立,将是该地区休闲渔业发展最大的无形资产。其次,以杜能农业区位论、环城游憩带理论等空间结构理论为指导,按照休闲渔业的空间布局规律,以大中城市这一区域发展的增长极为目标市场,以广大渔区为腹地,重点在中尺度上规划休闲

渔业的空间布局。在合理规划时必须综合考虑客源市场条件、区位交通条件、休闲渔业资源基础、社会经济基础、渔业发展基础、旅游业发展基础、政策与管理因素等,并对这些因子进一步细化为若干指标,建立不同潜在休闲渔业区域的数据库,据此分析各因子对休闲渔业空间分布的影响机制。

最后,坚持经营主体多元化和确保渔民增收是休闲渔业落实科学发展观的政策立足点。部分以观光渔业名义兴办的休闲渔业项目,其经营主体是企业集团,仅有部分渔民以受雇佣者的角色参与服务业,其所能得到的经济收益十分有限。作为弱势群体的渔民在休闲渔业的投资、经营、管理等方面处于劣势,在目前的体制和政策框架下,休闲渔业对渔村发展、渔民增收的贡献有限。所以,坚持经营主体多元化和确保渔民增收应该成为休闲渔业落实科学发展观的政策立足点。坚持休闲渔业经营主体多元化,必须考虑发展大型综合性休闲渔业项目还是“小而美”的“渔家乐”的问题。笔者认为,宜大则大、宜小则小,应与“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”的社会主义新农村建设要求相一致。

#### 4.2 休闲渔业发展要以渔文化整合休闲渔业资源

以“渔(鱼)文化”为体验线索整合休闲渔业资源,能够最好地满足绝大多数人的体验需求,其关键又在于对渔区特色“渔(鱼)文化”内涵的充分挖掘。其中,①渔业生态文化:各地渔区拥有山水自然、海浪湖波、郊野渔村,它们传承了中国传统的“天人合一”的自然生态观,并融合了“人与自然和谐统一”的现代生态文明思想,供人们回归自然,休闲疗养度假,或进行生态教育。②渔区传统历史文化:各地渔区拥有地方特色浓厚的传统历史文化和各种人文遗存,它们能够创造满足现代人追古怀忧、寻根问祖或返朴归真等体验需求的休闲渔业景区。③渔区现代文化:各地渔区拥有丰富的现代文化,使其与现代环境相结合,从而创造出很多类型的休闲渔业景点或景区。如大连的现代市民文化与大面积广场和海滨空间的结合,香港的现代娱乐文化与海洋公园等大型主题乐园的结合,等等。各地在制订休闲渔业发展规划时,必须围绕地区休闲渔业总体发展目标,充分挖掘本地渔业、渔村和渔民生活的文化内涵,以“渔(鱼)文化”整合空间,在形成鲜明整体的休闲渔业形象的基础上,建立多个各具特色的渔业休闲区块(有序景点、景区集合体),使该地休闲渔业资源能够发挥最大效益。

#### 4.3 休闲渔业发展要与渔业结构调整相结合

当前和今后一个时期我国渔业经济发展面临着资源与市场的双重约束,面临着发展经济与保护环境的双重任务,面临着国内市场与国际市场的双重挑战,面临着确保渔民收入增加与确保水产品安全有效供给的双重目标。渔业结构调整是突破约束、迎接挑战、完成任务、实现目标的重要战略措施,而发展休闲渔业是渔业结构调整优化的重要手段。目前,我国渔业和渔区产业结构的传统性仍然很明显,表现为以粗放型水产养殖业为主、传统捕捞为辅的渔业结构。所以,各地在制订休闲渔业发展时必须以此为背景,发展休闲渔业要与渔业和渔区产业结构调整相结合,以提高渔业经济效益、生态效益与社会效益为目标。一要大力发展具有休闲观光功能的高效渔业;二要围绕体验经济发展渔区第三产业,特别是渔业休闲服务业;三要大力扶持绿色水产品加工与流通企业,为休闲渔业和渔村旅游提供具有地方特色的旅游食品和休闲体验商品;四要把发展休闲渔业与深化渔区体制改革,培育和发展各种形式的渔民合作经济组织结合起来,突出渔业地域特色,逐步实行专业化营销、企业化管理、社会化服务的休闲渔业经营体制和模式。

#### 4.4 休闲渔业发展要针对不同休闲渔业经营方式进行体验化设计

针对目前我国休闲渔业产品和服务模式单一、个性不突出,摊子大,质量低已严重影响到该产业进一步发展的的问题,各地渔区休闲渔业发展要针对不同休闲渔业经营方式进行体验化设计。

一要突出参与性特色进行体验化设计。针对消费市场的新特点,进一步增强休闲渔业互动参与性,创造性地开发出更加个性化、人性化、绿色化、高附加价值的体验式渔业休闲产品和服务,以满足体验经济时代的体验式消费需求。

二要突出渔业休闲活动和服务的生态化进行体验化设计。城市人居环境恶化,城乡人文和生态环

境的差异、渔村环境的改善是休闲渔业得以发展的内在驱动力。所以,要增强休闲渔业的可持续发展能力,就必须切实保护好丰富的休闲渔业资源和宝贵的生态环境,并将渔业休闲活动和服务的生态化进行体验化设计,充分体现在餐饮、交通、娱乐、游览等多个方面。这是休闲渔业的生存与发展之本。

三要推动休闲渔业产品体验化设计。将作为渔业经济产出类型的体验,设计成为休闲渔业产品的一部分,以吸收消费者参与和消费来获取体验的高经济附加值,并提高其重复消费频率。为适应各种体验需求,可以考虑营造休闲渔业园区,假日渔村旅游、水上观光等互动发展的复合型开发模式,进行合理的渔区景观规划。

四要保持休闲渔业的乡村性本质进行体验化设计。与国外相比,我国休闲渔业的多样性和个性化更明显,因为我国渔区的基本经济单元以渔民家庭为主,近年来出现一些较大规模的观光渔村以企业集团经营。观光渔场、观光渔村、“渔家乐”不一而足。Hegarty<sup>[11]</sup>在对波兰和爱尔兰作了比较研究后认为,休闲农业产业多样性决定了乡村旅游发展的潜力,但其多样性取决于区域资源及客源市场条件。形式多样的休闲渔业之所以具有强大和持久的吸引力,主要在于其不同于工业文明和城市气息的乡村性。所以,必须保持休闲渔业的乡村性本质进行体验化设计,推动休闲渔业的可持续发展。

#### 4.5 休闲渔业发展要按照体验经济的要求选择营销推广策略

在体验经济下,“营销”不再仅仅解释为生产商想尽办法满足消费者的真正需求,还要站在消费者的角度去体验消费者的购买理念、购买程序、购买心理和购买原动力,从而创造需求;在体验经济时代,不仅要让产品具有更加人性化的特性,还要加强产品开发过程中企业与消费者的互动,让顾客信赖产品。营销重点以满足消费者心理、精神及情感需求为主。只有基于体验经济的要求,选择适当的休闲渔业营销推广策略,才能让市场接受,使渔区休闲渔业项目成为休闲渔业生产者和消费者共同参与和经营的经济活动。

在建设优质、多样、特色且组织有序的休闲渔业产品和服务基础上,设计一系列行之有效的体验式营销策略。一要根据自身休闲渔业产品的特点,合理定位地区市场,并针对性地建设地区高质量休闲渔业服务体系。二要建设水上人家、村舍、饭店等休闲渔业体验化设施,与服务规范的国际和国内旅行社联网,从而提供便捷、舒适的休闲渔业观光旅游交通服务。三要加强休闲渔业产品和服务的宣传,包括地区整体休闲渔业形象的宣传、特色景点和景区的宣传,要重视旅游纪念品的宣传效应,尤其要重视电子商务、网络营销宣传的作用。四要制定联动发展战略,加强与周边地区的休闲渔业合作。

#### 参考文献:

- [1] B. Joseph Pine, James H. Gilmore. The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage [M]. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press, 1999.
- [2] 姜奇平. 体验经济:灭了经济人理性——从休闲和游戏看互联网的价值创造和再分配[J]. 互联网周刊, 2001, (3), 65-68.
- [3] 陈思行. 美国休闲渔业现状[J]. 北京水产, 2005, (1): 8-11.
- [4] 平 瑛. 休闲渔业的规划设计[J]. 渔业现代化, 2004, (2): 3.
- [5] 李恩源. 我国休闲渔业的开发模式[J]. 现代渔业信息, 2005, (6): 9.
- [6] 蔡学廉. 我国休闲渔业的现状与前景[J]. 渔业现代化, 2005, (1): 4-5.
- [7] 张广海. 青岛市海洋休闲渔业发展初探[J]. 吉林农业大学学报, 2004, 26(3): 347-350.
- [8] 陈 碧. 上海都市型渔业的发展研究[D]. 上海水产大学研究生论文, 2004.
- [9] Bernard Lane. What is Rural Tourism? [J]. Journal of Sustainable Tourism, 1994, (2): 10-15.
- [10] 邹统钎. 北京市郊区旅游发展战略研究——经验误区与对策[M]. 北京: 旅游教育出版社, 2004.
- [11] Cecilia Hegarty, Lucyna Pmezorska. Rural and Agri-tourism as A Tool for Reorganizing Rural Areas in Old and New Member States A Comparison Study of Ireland and Poland [J]. International Journal of Tourism Research, 2005, 7(2): 63-77.