

付业勤, 李勇. “一带一路”战略与海南“中国旅游特区”发展[J]. 热带地理, 2015, 35(5): 646-654.
FU Yeqin, LI Yong. Development of “China Tourism Special Zone” in Hainan Province for Responding to “One Belt and One Road” Initiative[J]. Tropical Geography, 2015, 35(5): 646-654.

“一带一路”战略与海南“中国旅游特区”发展

付业勤¹, 李勇^{1,2}

(1. 海南师范大学 地理与旅游学院, 海口 571158; 2. 中国科学院 地理科学与资源研究所, 北京 100101)

摘要: 在文献研究的基础上, 对“一带一路”战略的内涵进行了介绍, 分析该战略与旅游业、海南旅游产业发展的关系, 对海南发展“中国旅游特区”的现状、内涵、背景、内部条件和外部因素以及发展愿景等内容进行综合研究。研究发现, 海南“中国旅游特区”在发展理念、发展内容、发展形式、运作方式与体制机制等方面都有所拓展创新, 有利于海南抢抓国家“一带一路”战略机遇, 解决旅游业发展的现有问题, 实现旅游产业整体水平的提升。海南发展“中国旅游特区”的内外部影响因素主要体现在政治、经济、社会、技术等方面, 优势和机遇是发展的主流。“中国旅游特区”的发展愿景主要表现在海南整体旅游目的地的规格档次、国际化程度和产品多样化水平等方面。最后根据“一带一路”战略要求和海南旅游产业现状, 提出树立发展理念、完善支持配套政策、开展区域旅游合作、打造特色产品体系等对策。

关键词: “一带一路”; 中国旅游特区; SWOT-PEST方法; 发展策略; 海南省

中图分类号: F590

文献标志码: A

文章编号: 1001-5221(2015)05-0646-09

DOI: 10.13284/j.cnki.rddl.002770

由“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”构成的“一带一路”中国丝绸之路区域发展战略(简称“一带一路”战略), 自2013年初步提出至2015年实施方案正式出台, 在国内外产生了巨大影响。“一带一路”战略是中国以“走出去”为主要特征的国际区域经济合作新模式, 是统筹中国各领域全面对外开放的国家战略^[1], 将对中国包括旅游业在内的第三产业产生巨大的推动作用。同时, “一带一路”战略具有极强的空间性, 会给处在“一带一路”沿线的地区带来巨大的发展机遇^[2]。海南省所辖岛屿和南海海域是古代海上丝绸之路的必经之地, 海南参与“一带一路”战略具有区位、历史、人文、政策等方面的优势。阐述“一带一路”战略的纲领性文件《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》(简称愿景与行动)特别强调了海南国际旅游岛的开发与开放, 将旅游业发展作为提升海南国民经济与社会发展的重要抓

手。与此同时, 为顺应和把握“一带一路”战略, 海南省委省政府提出打造“中国旅游特区”的全新发展目标。作为海南国际旅游岛的升级版, “中国旅游特区”与“一带一路”战略、国际旅游岛战略和海南旅游业之间有着密不可分的关系。

“一带一路”战略的相关研究始于2014年, 主要对战略的理念^[3]、内容^[4]和影响^[5]等进行了研究, 涉及政治^[6]、经济^[7]、地理^[1]等学科。在战略的影响方面, 国内多个领域和区域都有涉及, 然而全面分析“一带一路”战略与中国旅游业之间关系和影响, 以及对特定区域把握“一带一路”战略机遇、发展旅游业的研究还较少见诸文献。基于此, 本文对“一带一路”战略的核心内涵“丝绸之路”进行剖析, 全面分析“一带一路”战略与中国旅游业、海南旅游业之间的关系, 对海南顺应“一带一路”战略所提出的“中国旅游特区”发展目标进行解析, 研究“中国旅游特区”发展的内外环境与发展愿景, 在此

收稿日期: 2015-07-29; **修回日期:** 2015-09-07

基金项目: 海南省哲学社会科学规划课题[HNSK(QN)15-15]; 海南省高等学校科学研究项目(Hnky2015-17); 海南省2015博士点(地理学)建设基金研究成果之一

作者简介: 付业勤(1984-)男, 四川人, 讲师, 博士, 研究方向为旅游管理、旅游地理, (E-mail) fuyeqin2@126.com

通信作者: 李勇(1980-)男, 湖南人, 副教授, 博士后, 研究方向为旅游地理、旅游规划, (E-mail) 107084841@qq.com。

基础上提出相关对策。以期拓展“一带一路”战略的研究内容与范围,为海南旅游业的国际化发展提供理论借鉴。

1 “一带一路”战略与海南旅游业

1.1 “一带一路”战略中的“丝绸之路”

“丝绸之路”最早于 1877 年由德国学者李希霍芬提出,用以描述源于中国、连接亚非欧三大洲的古代商贸路线。1903 年法国学者沙畹指出“丝绸之路”有陆路和海路之分,1967 年日本学者三杉隆敏进一步提出“海上丝绸之路”的概念^[8]。事实上,“丝绸之路”不仅是古代中西方贸易交流的象征,更是古代中国与世界各国文化交流的符号^[8]。旅游领域对“丝绸之路”的探讨由来已久^[9],作为一种旅游线路产品^[10]、区域旅游合作概念^[11]，“丝绸之路”被广泛采用,但多限于陆上丝绸之路,涉及海上丝绸之路的旅游研究^[12]相对较少。总体来讲,有关“丝绸之路”的旅游研究一直处于不瘟不火的状态,随着国家“一带一路”战略的提出,旅游学界掀起对“丝绸之路”旅游的研究热潮^[13],政府和企业也开始对“丝绸之路”旅游进行挖掘和运作,以确立其在“一带一路”战略中的地位,获得更多的政策和市场资源。海南旅游业也以“丝绸之路”为题材进行招商引资、区域合作、产品开发、线路设计和节事举办等活动,旨在提升海南旅游业发展的历史底蕴、文化内涵和市场空间。

1.2 “一带一路”战略与中国旅游业的关系

“一带一路”战略顺应时代发展要求,是推动各国合作发展的新构想,也是中国旅游业发展的新重

点。探讨“一带一路”战略与中国旅游业的关系,可从该战略与旅游业的双向关系^[14-15]来进行分析。一方面“一带一路”战略给中国旅游业带来的机遇与挑战,另一方面中国旅游业也对“一带一路”战略的顺利实施产生了诸多促进效应(表 1)。

1.3 “一带一路”战略与海南旅游业的关系

“一带一路”战略对海南旅游产业的促进体现在 4 个方面。第一,利用战略的优惠政策,提高旅游管理水平和品质,大力引进人才,优化旅游产业的政策体系和发展环境;第二,利用战略的基础设施建设机遇,打通入岛的陆、海、空通道,与大陆连为一体,提高海南旅游的可进入性;第三,利用战略涉及的历史文化资源,打造海上丝绸之路主题旅游产品,完善邮轮、游艇、购物、生态、养生等旅游产品,建设世界知名旅游地;第四,利用战略的对外开放机遇,积极开展与国际旅游合作,进一步拓宽国内外市场,支持海南旅游企业走出国门,参与国际竞争,实现海南旅游的国际化发展目标。

海南旅游业对“一带一路”战略的贡献也体现在 4 个方面。第一,海南丰富的旅游资源、优质的生态环境、良好的旅游产业基础,吸引蒙、俄、中亚、东南亚等“一带一路”国家的游客来海南观光度假,带动各国之间的民间交往、文化交流、商贸投资;第二,海南挖掘海上丝绸之路的历史文化资源、开发海丝旅游产品,有利于进一步挖掘、整合中国海上丝绸之路旅游资源,打造旅游品牌,弘扬中国文化;第三,海南发展以邮轮旅游为代表的海洋产业活动,作为传播文明、交流文化、增进友谊的桥梁纽带,加强与南海周边国家的人员交流,扩

表 1 “一带一路”战略与我国旅游业的关系

Tab.1 The relationship between “One Belt and One Road” Initiative and tourism industry in China

维度	内容	
“一带一路”战略对旅游业的影响	提升旅游产业地位	将旅游业上升到实现贸易畅通、民心相通的高度,有利于旅游业参与国际合作
	提升旅游业竞争力	打造世界级旅游热点和线路,促进旅游业与农业、制造、金融和信息产业融合,走产业化、精品化发展之路
	提升旅游地可达性	基础设施联通提升旅游可达性,有利于客源进入中西部、促进边境旅游
	促进入境出境旅游	签署合作备忘录,简化出入境手续,扩大出境旅游地,沿线是我国旅游企业全新发展方向
	形成旅游精品线路	打造国际水平的产品线路是政府和旅游企业规划、投资、建设和运营的重要方向
	推动邮轮旅游发展	通过简化签证、通关手续、互惠免签,吸引邮轮巨头入驻,为邮轮港口、航线、船队的打造提供便利
	旅游产品价格竞争	沿线旅游产品短期内价格较高、客源较少,竞争优势较低,但有长期开拓的潜力
	文化冲突安全风险	沿线各国与中国国情不同,以往交流偏少,文化冲突难免,一些国家安全环境不够稳定、旅游风险较高
旅游业对“一带一路”战略的促进	文化融合剂、人心凝聚剂、经济催化剂	旅游业不仅是经济合作,更担负促进跨国政治认同、政策融合、设施互通、经济合作、人员往来、文化交融的重任
	促进互联互通实现	旅游发展推动的直航开辟、签证简化、免税退税能促进更高层次的互联互通,拉动国际投资、贸易、消费
	战略最先实施领域	沿线汇集旅游精华资源、发展潜力巨大;旅游业带动效应明显,成为战略率先启动、先行先试的产业之一
	战略最早收效领域	旅游业起步易、见效快,触发、带动相关产业跟进,创造大量就业,成为战略收效最快的产业之一
	构建良好贸易环境	中国出境旅游的巨大贸易逆差是战略推进中进行双边和多边贸易谈判的重要资本,以消除投资和贸易壁垒
	民心相通重要方式	发展出境旅游和入境旅游,有利于各国民众的友好往来、文化交流、经商游学、深度体验,传播国家形象

大中国在东南亚的影响力,提升各国参与战略的主动性;第四,发展以博鳌亚洲论坛为代表的会展旅游,将海南打造成战略实施的政府外交、民间外交基地,有利于经济大市场战略、南海开发战略、国土安全战略、文化传播战略、和平外交战略的实施。

2 海南“中国旅游特区”发展综合分析

2.1 海南旅游业发展的现状

海南自2010年启动国际旅游岛战略以来,各项旅游经济指标都有较大进展,2014年,全省接待国内外游客达4 789.08万人次,同比增长10.6%;实现旅游总收入506.53亿元,同比增长13.2%;旅游业增加值占GDP比重达到7.4%,旅游总收入占GDP 14.5%,全国排名第14^[16],形成了可观的旅游产业规模;海南省已发展出滨海度假、生态旅游、乡村旅游、婚庆旅游、高尔夫旅游等主打旅游产品,以及亲水运动、低空飞行、房车旅游、亲子教育旅游等旅游新业态产品;国内外游客人均旅游消费、停留时间、自助游和自驾游游客比例、游客满意度等指标均有较好表现,旅游经济效益和发展质量明显提高;旅游业带动了交通运输、商业零售、住宿餐饮、文化娱乐、农林牧渔等相关产业发展,为城乡居民提供了大量就业岗位,旅游业综合性带动效应明显。然而,受地理环境制约、经济社会发展相对滞后等因素影响,海南旅游产业也存在旅游基础和配套设施不够完善,旅游从业人员数量和质量不高,旅游服务标准化、国际化程度较低,服务质量有待提升,特色旅游产品、旅游商品、旅游服务无法满足客源市场需要,旅游市场监督机制、自律机制、执法机制不健全,地区旅游发展不均、旅游冷热点和淡旺季差异明显,入境旅游市场增长乏力,国际旅游岛政策利好释放不够等一系列亟待解决的问题^[17]。在“一带一路”战略背景下,海南的“中国旅游特区”发展有利于在现有成绩的基础上,抢抓国家重大战略机遇,发挥优势、扬长避短,有效解决长期困扰海南旅游发展的各种问题。

2.2 海南“中国旅游特区”的提出

在国家“一带一路”战略的大背景下,2015年3月,海南省委省政府为抢抓“一带一路”的战略契机,从国际旅游岛战略的实施现状出发,为海南旅游产业未来发展提出:打造中国的旅游特区,作为参与“一带一路”建设的载体和突破口,打造世人青睐的休闲天堂、人居天堂、购物天堂、美食天堂、医疗天堂、养生天堂、娱乐天堂、特色文化天

堂,建成世界一流的精品旅游目的地的明确定位^[18]。有学者将“一带一路”战略背景下海南“中国旅游特区”的发展目标看作是自1988年建省和建经济特区、2010年国际旅游岛战略实施以来,海南旅游业发展的第三次重大机遇。如果说,经济特区和国际旅游岛是海南旅游产业的1.0版、2.0版,中国旅游特区就是海南旅游产业发展的3.0版^[19-21]。

旅游特区是以旅游业为龙头产业和地区形象,以对接三大产业的大旅游业为主导,通过发展旅游业,将环境资源、优越区位和产业基础聚合成地区优势,促进海南各产业的转型、优化与开放,提升旅游地的设施完善、形象口碑,促进“一带一路”沿线国家政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通的基地,具有国际先进水平硬件和软件的特色区域。旅游特区的“特色”体现在5个方面。第一,发展理念。在新常态下,秉持科学发展和绿色崛起理念,形成保护和发展的新型关系,实现中外游客度假天堂和海南百姓幸福家园相统一的发展目标。第二,发展内容。立足特色资源,打造具有国际吸引力的旅游产品,形成对接三大产业、产业链延伸、竞争力强的大旅游产业。第三,发展形式。不单一发展景区、酒店、房地产,统筹规划、全域打造的生态优越、景观优美、文化优雅、服务优质的整体旅游目的地。第四,运作方式。深化改革和扩大开放,营造创业创新的发展环境;促进新技术运用、传统文化挖掘,形成全新开发模式;在用好用足、用活现有政策的基础上,争取国家新政策支持。第五,体制机制。改革管理职能,统筹旅游规划、营销、管理、服务,形成发展合力;扶持旅游行会组织和民间机构,整合社会资源,用特色体制带动旅游的特色发展^[22]。

2.3 海南“中国旅游特区”发展的SWOT-PEST分析

SWOT-PEST是进行战略分析的矩阵方法,通过SWOT和PEST分析的有机结合,对研究对象的内部条件和外部环境进行系统分析。该方法把研究对象的内部条件和外部环境,在划分为机会、威胁、优势和劣势的基础上,进一步从政治、经济、社会、技术等维度区分,从而更全面、深入地掌握研究对象的内部情况与外部环境,为目标确定、规划设计和策略制定等提供依据^[23]。针对海南发展“中国旅游特区”高度的国家政策导向性,运用SWOT-PEST方法,对海南的内外部因素进行分析(表2)。

表 2 海南“中国旅游特区”发展的 SWOT-PEST 分析

Tab.2 PEST-SWOT analysis of development of “China Tourism Special Zone” in Hainan

SWOT 分析	政治因素	经济因素	社会因素	技术因素	
内 在 因 素	优势	1) 全国面积最大的省级经济特区; 2) 国际旅游岛优惠政策持续利好; 3) 我国重要外交平台博鳌亚洲论坛; 4) 三沙建市提供南海开发战略支点	1) 旅游生态环境和气候条件优越; 2) 唯一热带海岛海洋旅游资源丰富; 3) 扼守海上丝绸之路南海中转站; 4) 海南与东盟国家贸易联系紧密	1) 我国第三侨乡, 东盟琼籍华侨众多; 2) 与东盟交往历史悠久, 亲缘关系强; 3) 境内古代海上丝绸之路遗存众多; 4) 海洋民族华侨文化旅游资源丰富	1) 海洋邮轮游艇旅游已具有一定规模; 2) 旅游接待服务完善, 知名度较高; 3) 重大旅游项目各级规划不断出炉; 4) 高铁邮轮隧道技术提高可进入性
	劣势	1) 国家政策使用能力欠缺; 2) 官方旅游市场管理能力有所欠缺	1) 经济基础薄弱, 基础设施较差; 2) 陆地面积狭小, 市场腹地较小	1) 人口数量较少, 素质有待提高; 2) 高层旅游从业人才数量质量不足	1) 产品同质化高, 服务质量有待提升; 2) 省内各地区旅游发展不平衡增大
外 部 条 件	机遇	1) 海南在一带一路战略中地位突出; 2) 多个对外自由贸易协定涉及海南	1) 世界经济一体化趋势不断明显; 2) 海南旅游市场需求持续升温	1) 旅游已成为国内居民消费常态; 2) 旅游发展富民惠民促进和谐稳定	1) 国内外区域旅游合作不断加强; 2) 互联网+技术创新惠及旅游行业
	威胁	1) 多省自贸改革程度远远超过海南; 2) 南海争端风险对中国崛起的疑虑	1) 受财力限制项目建设融资风险; 2) 国内外市场竞争, 内部各市县竞争	1) 沿线各国文化差异沟通风险; 2) 非传统安全隐患恐怖主义风险	1) 新技术吸收能力弱导致落伍; 2) 客源理性品味提升, 网络维权意识增强

第一, 政治因素, 与海南旅游相关的国家政策、外交政策、出入境政策、战略倡议、其他与政府有关的因素。政治因素中的优势是海南在“一带一路”战略提出前已获得的政策优势和红利, 如经济特区、国际旅游岛、博鳌亚洲论坛、三沙建市等都是海南发展“中国旅游特区”的优势和起点。劣势主要是政府在政策利用、市场规制、公共服务等方面的不足, 是海南政府管理部门亟需解决的问题。机遇是海南旅游产业发展未来将面临的政策利好, 首当其冲是“一带一路”战略以及其他涉及海南的自由贸易协定, 将进一步提升海南开放程度、促进出入境旅游发展。威胁有海南参与自由贸易协议的竞争、参与战略的政治威胁和风险。

第二, 经济因素, 包括海南发展旅游业、打造“中国旅游特区”的经济基础、产业布局、资源环境、人口状况等内容。优势包括海南在生态环境、气候条件、旅游资源、地理位置、贸易往来等方面的优势。同时, 海南也存在产业基础薄弱、生产总值偏低、基础设施欠佳、陆地面积狭小、市场购买力不高等弱点。机遇在于世界经济一体化的加强、海南与外界贸易联系的日益紧密, 市场对海南旅游需求的持续升温。威胁是大型项目建设的经济风险、海南旅游面临的激烈市场竞争。

第三, 社会因素, 与海南人口状况、风俗民情、历史文化等有关的内容。优势主要在于海南是我国第三大侨乡, 琼籍华侨广泛分布于东南亚各国, 海南与东南亚国家交往历史悠久、亲缘关系强。海南所辖范围内有大量的海上丝绸之路历史文化遗产。以上因素共同构成海南丰富的海洋文化、丝路文化、民族文化、华侨文化旅游资源。劣势在于海南人口

数量和素质有待提升, 旅游行业高层次人才也较为缺乏。机遇在于旅游活动社会基础强、旅游消费成为居民消费的惯常项目。来自“一带一路”战略的旅游发展机遇为海南本地居民改善生活、发家致富提供条件, 有利于创造良好的旅游接待环境。风险来自各国的文化差异、沟通不利, 民族宗教因素造成的恐怖主义风险。

第四, 技术因素, 包括推动旅游产业提升的科学技术、经营理念、绩效等。优势来自海南近年来在邮轮、游艇等业态发展上取得的经验和成就, 旅游接待体系基本形成, 在国内外市场具有一定知名度, 政府和企业高度重视旅游发展, 不断推出重大项目和旅游规划, 创造了旅游发展的良好氛围。同时, 海南抓住了高铁技术的应用潮流、环岛高铁基本贯通, 进一步提升海南立体化交通系统也在政府议程之中。劣势在于海南旅游产品同质化强、结构相对单一、旅游服务质量有待提高、旅游热点过于集中、各市县旅游开发不均。机遇来自以“一带一路”战略为代表的区域旅游合作浪潮、互联网技术对海南旅游行业的变革。但互联网技术发展也对海南旅游企业和政府带来了挑战, 若无法顺应“互联网+”潮流, 海南旅游营销、企业运营、产品服务等方面都会落伍。旅游消费的成熟理性、对产品要求不断提高、网络新媒体消费维权意识增强, 都给海南旅游业带来种种挑战。

2.4 海南“中国旅游特区”的发展愿景

基于海南旅游业在“一带一路”战略下的定位, 运用文献^[19,24-25]分析、专家咨询等方法, 对海南“中国旅游特区”的发展愿景进行解读。海南建设发展“中国旅游特区”在规格级别上要立足海南国际一流

的旅游资源,建设世界级的一流旅游精品。“特区”既是对海南经济特区身份的提炼升华,以争取更多优惠政策,更要在国际范围内体现海南旅游产品独一无二、吸引国际游客的特殊魅力。在旅游目的地的打造方面,积极响应国家旅游局发展国际特色旅游目的地的具体要求^[26],同时,需要平衡旅游冷热点地区、优化岛内各市县旅游地的空间结构,打造海南整体旅游目的地。最后,根据海南旅游资源特征、气候条件、旅游发展现状和市场需求等情况,提出建设“八个天堂”的具体发展目标(表3)。

3 海南“中国旅游特区”的发展策略

3.1 树立发展理念

发展理念是具体策略实施的方向与引导,包括3个方面。

第一,国际化发展。“一带一路”战略是海南旅游业提高对外开放水平、促进国际合作的重要契机,相应的“中国旅游特区”在发展中也应秉持国际化理念。一是国际化视野。从中国对外开放的新格局中看待海南旅游业的发展,与“一带一路”64个国家横向比较,发现海南的优势与不足,寻找合作机遇。旅游发展秉持本土化、生态化理念,保护生态环境,发掘海丝遗产、维持多元文化,完善产品体系。在旅游设施建设、项目打造、服务完善过程中,要具备前瞻性。吸引国际资本,鼓励酒店、航空、邮轮、游艇、健康、房地产等企业来海南投资项目、建立分支机构。二是国际化运作。借鉴国外先进的旅游产业政策和机制,在旅游政策研究、

战略制定、规划设计、行业管理、建设运营、经营管理、基础设施、服务水准等方面与国际接轨。邮轮、游艇、高尔夫、潜水、温泉、低空飞行、分时度假等旅游新业态引入相应的国际组织,加入国际合作网络,有条件时牵头成立以海南为中心的国际旅游组织。降低从业资格门槛,吸引海外的旅游规划师、设计师、行政总厨、酒店管家、理疗师、运动教练、外语导游、职业经理等高级旅游人才来海南工作,提高海南旅游整体运作和接待能力。三是国际化经营。吸引国际智力参与旅游产品的规划、设计、咨询、营销、组织等环节,实现产业要素国际化、休闲均质化、发展智慧化。基础设施建设与国际接轨,顺应观光、度假、商务、运动、修学、疗养等不同游客需求。从模仿到吸收和拓展,打造国际化旅游产品,基于海南本土文化和生态环境优势,拓展旅游产品线。积极开拓国际市场,参与国际旅游产业分工合作,重点吸引陆上丝绸之路国家旅游客源、与海上丝绸之路国家联合开发旅游产品线路,提升海南旅游的国际化水平。提升海南旅游服务质量,优化旅游接待各环节内容、打造海南高端服务品牌。

第二,全要素运作。调动各种要素为“中国旅游特区”发展服务。一是运营要素。将文化、商业、养生、科教、休闲、亲情、探奇等要素纳入旅游发展^[27],实现海南旅游业的深度、漫游、精品化、全境化发展。二是发展要素。探索旅游产业发展依托的资源、资金、土地、人才、信息、科技、文化、管理、产权等要素的交易机制,提高旅游发展要素

表3 海南“中国旅游特区”的发展愿景

Tab.3 Development vision of “China Tourism Special Zone” in Hainan

维度	内容
世界级	1) 拥有世界范围内都有较高吸引力、影响力的旅游产品和品牌; 2) 旅游地成为国际性旅游中心; 3) 入境游客、旅游产值比重、消费额、吸纳就业、服务质量等均达到一定水平
一流精品	发展环境、管理体制、产业运作、行业管理、旅游服务、居民态度等达到一流 特色文化、人文理念、精致服务、便利消费、完美体验
特区	1) 国内之特, 延续和扩大经济特区、国际旅游岛的优惠政策, 在旅游管理体制、出入境政策、免税购物、特种旅游开发等方面先行先试; 2) 国际之特, 在气候环境、自然资源、人文风情、产品品牌、基础设施、管理服务等方面吸引各国旅游者
目的地	1) 优化海南各市县空间结构, 将海口、琼海、万宁、陵水等旅游过境地打造为热点旅游目的地; 2) 依托热点旅游地, 由点成线、由线成面、由面成域, 打造海南整体旅游目的地
休闲天堂	打造休闲设施、休闲空间、休闲产品、休闲项目、休闲经济, 形成休闲天堂
人居天堂	通过旅游业优化人居环境、合理发展地产市场、打造居民游客共享的人居天堂
购物天堂	提高免税购物开放程度、增加网点分布、扩大免税范围、提高服务质量
美食天堂	菜系打造、文化塑造、市场细分、特色经营、体验服务、连锁经营、美食旅游
医疗天堂	引进先进技术、推行国际认证、建设先行区、开展医疗改革、释放医疗资源
养生天堂	发展养生旅游、打造养生社区, 形成养生产业链、养生产业基地
娱乐天堂	提供景区、酒店、城市、邮轮、游艇等多元载体、多元内容的娱乐产品
特色文化天堂	挖掘生态文化、海洋文化、华侨文化、黎苗文化、开疆文化、农垦文化、流贬文化、名人文化、宗教文化、婚庆文化, 打造独具吸引力的文化旅游产品

的国际化程度。三是环境要素。通过保护自然环境、提升人文环境、改善经营环境、完善市容环境、优化交通环境、协调景观环境、强化休闲环境,营造海南旅游产业良好的发展环境。四是社会要素。通过旅游发展带动海南城镇化发展,逐步缩小城乡二元化的发展格局,将本地居民纳入“中国旅游特区”的发展进程,分享经济效益,提高居民对旅游发展的支持程度。

第三,全领域推进。一是全要素旅游资源。除了传统的自然和人文旅游资源外,将社会资源、政治资源、外交资源、科技资源和产业资源纳入旅游发展范畴。二是全环节旅游产品。将旅游者在海南旅行的全过程、旅游经济发展的各环节纳入旅游供应链。三是全领域旅游产业。延长旅游产业链、扩大产业面、形成旅游度假产业集群,将旅游活动扩展至社会生活的各方面^[28]。四是全空间旅游市场。全面拓展本地、临近省区、国内、“一带一路”沿线国家和全球旅游市场。总之,海南要发挥旅游产业的整体带动优势,让旅游产业成为海南把握和利用“一带一路”战略的突破口和抓手,以扩大开放为主线、增加内需为主导,通过跨区联动、部门合作、发展社会化、要素市场化、运行智慧化、推进国际化,使旅游休闲度假产业成为海南经济社会的发展引擎,实现“中国旅游特区”的发展目标。

3.2 完善配套政策

配套政策为“中国旅游特区”发展提供支持,包括7个方面。

第一,旅游示范区政策。根据海南各市县资源优势,试点建立各主题的旅游示范区,将扶持旅游新业态的政策、措施、项目、机制在示范区进行试点,如以滨海休闲、高端度假、邮轮游艇为主题的三亚旅游示范区,商务会展、科研文教、历史文化为主题的海口旅游示范区,首脑外交、医疗健康、乡村旅游为主题的琼海(博鳌)旅游示范区,海洋旅游、海岛旅游、邮轮旅游为主题的三沙旅游示范区等,在全省形成重点突出、特色鲜明的旅游发展格局。

第二,出入境政策。推动游客通关便利化,进一步扩大落地签证或免签入境范围。免签入境逐步从港澳台扩展至东盟、东北亚、“上合组织”、“亚投行”成员和“一带一路”等国家地区,最终实现对世界多数国家地区游客的免签入境。

第三,交通政策。进一步开放航空航权,扩大国际航线,开通更多低成本航空、旅游包机。提升

三亚邮轮码头,将其建成中国邮轮始发港之一。试点开放无居民岛屿。实施国内游客经由海南出境旅游业务,实现国内外游客双向自由出入,将海南打造成中国与“一带一路”国家之间出入境旅游的集散地、中转枢纽。

第四,免税购物政策。扩大免税商品种类、购物额度、购物对象,提高商品质量和价格优势,取消航空出岛免税,实现即买即提,推动免税经营主体开放,将免税区扩大至海南全省^[20]。

第五,旅游经营政策。逐步向境外旅游商开放入境、出境旅游经营权。对旅游产业所需的进口设施设备实行免税政策。在旅游各要素、各业态和旅游公共服务等领域建立与国际接轨的旅游标准化体系。

第六,行政管理政策。政府公布旅游管理的权责利清单,进一步简政放权、转变职能,发挥行业协会在市场监管、星级评定、资质认证、教育培训、市场调研、行业咨询等方面的职能,建立政府引导、协会辅助、市场主导、企业主体的旅游管理体制机制。

第七,宣传推广政策。将海南旅游发展与“一带一路”战略的宣传推广相互配合。将吸引国外旅游者来海南旅游,作为民间外交、民心相通的重要途径,增加“一带一路”战略的亲合力。海南旅游业也应借“一带一路”战略东风,通过特色产品打造、区域旅游合作、会展节事举办,提升海南在国内外的曝光率。加强网络舆情管理,注意与媒体网民沟通,维护海南旅游形象。

3.3 开展区域合作

区域合作既是“一带一路”战略的核心要义,也是海南“中国旅游特区”的发展手段与实现形式。根据“一带一路”战略要求、国内外经验^[29-30]和海南旅游现状,对海南与沿线国家区域旅游合作进行设计。

第一,机制建立。以海南为常驻地,基于资源共享、产品包装、品牌共创、市场共拓、利益共赢原则,以整合沿线资源市场、推进旅游合作、实施国际旅游品牌战略、打造世界级精品线路为宗旨,发起成立“一带一路”或海上丝绸之路相关的国际旅游合作组织。以旅游活动作为国家间文学、历史、音乐、建筑、绘画、宗教、生活等泛文化内容的对话平台,增进文明间的了解,弘扬丝绸之路的友好合作精神,积蓄国家软实力。通过强化项目合作、优化区域互补、提升服务品质,共同打造“一带一

路”旅游经济带,形成号召力强、影响力大的国际知名旅游目的地。

第二,交通互连。利用海南成型的陆海空交通,积极与各地区开展跨海大桥、航空、邮轮、游艇、低空飞行等合作。新开、增开航班、专列、邮轮航线,建立统一的金融结算系统、一卡式票据系统,在保证网络安全的前提下,实现跨国的旅游网站相连、信息互通。率先实现海南与港澳台和东盟之间的无障碍旅游,并逐步推广。

第三,产品开发。整合区内优势资源,实施旅游资源共享和重组、编制跨国旅游规划、共同打造精品线路、合作开发推介旅游商品。以优势资源为轴线,将各地自然、人文资源有机串联,组成特色鲜明、一程多站、适销对路的旅游精品线路。

第四,营销合作。一是品牌打造。联合进行品牌规划、宣传和管理,打造特色鲜明、感召力强的“一带一路”旅游形象,形成国际知名品牌。二是渠道开辟,发挥官方、企业、民间组织、媒体的宣传推广作用,组织境内外大型旅游批发商在沿线各国踩线,联手开展宣传促销。三是销售促进。联合举办旅游交易会、节庆活动,联合编制宣传书籍、地图、手册,组织新闻媒体采访,拍摄广告、影视剧、纪录片等。

第五,产业促进。组织项目、资源考察,举办投资洽谈会,开展投资咨询服务,吸引国内外企业

参与海南旅游发展。

3.4 打造产品体系

培育壮大旅游新业态,打造一批旅游精品线路,构建富有海南特色的旅游产品体系(表4)。根据与“一带一路”战略的关系和市场发展前景,可将旅游产品的开发级别分为重点和支撑2类。重点打造的旅游产品是与“一带一路”战略直接相关的文化旅游产品以及在《愿景与行动》提到的与海南有关、大力发展的海洋、邮轮、游艇旅游产品。“八大天堂”涉及的购物、美食、医疗、养生旅游产品也是发展重点。海南为发挥在“一带一路”战略的作用,还需要依托博鳌亚洲论坛,大力发展会展旅游,承接国际会议、举办大型节庆、体育赛事等国际性活动。森林、房车、温泉、高尔夫、乡村旅游等支撑产品是为了提高海南旅游地的整体发展水平,实现海南旅游业由观光游览向休闲度假转型的关键。乡村旅游还肩负着缩小城乡差距、富民惠民的重要战略使命。

4 结论与探讨

“一带一路”战略是中国新时期统筹各领域全面对外开放、区域合作的国家战略,对海南经济社会建设和旅游产业发展产生了重大促进作用,“中国旅游特区”是海南在顺应“一带一路”战略,为实现旅游对外开放、跨越式发展所提出的全新目标,对

表4 基于“一带一路”战略的海南旅游产品体系

Tab.4 Hainan tourism products system based on “One Belt and One Road” initiative

类别	级别	内容
海丝旅游	重点	产品: 观光、文化、民俗、生态、商务、购物、医疗、虚拟旅游等 线路: 重走丝路、仿古航海、遗迹探索、经典览胜、椰海风情等 项目: 海丝联合申遗、南海/海丝博物馆、海丝主题酒店、酒吧风情区、万国演艺秀、国际文创街、海丝美食城等
海洋旅游	重点	滨海度假、沉船探秘、古港观光、海岛旅游、渔业旅游、创意旅游等
邮轮旅游	重点	邮轮母港、港区旅游、南海航线、沿线观光、轮上旅游、邮轮产业等
游艇旅游	重点	游艇码头、码头旅游、低空飞行、游艇俱乐部、游艇产业等
购物旅游	重点	设施: 免税购物城、休闲购物街、商品专卖店、景区商店、旅游综合体、旅游奥特莱斯、乡村购物俱乐部、线上购物店等 商品: 黎锦苗绣、椰壳贝艺、海南木雕、椰子食品、海南咖啡、热带水果等“海南有礼”系列商品
美食旅游	重点	美食街区、综合体, 美食节庆、美食文化、海洋美食、养生美食等
医疗旅游	重点	博鳌、海棠湾医疗旅游区, 医疗康复、民族医药、医疗基地等
养生旅游	重点	医疗养生、老年保健、养老社区、养生地产、养老产业等
会展旅游	重点	会议: 博鳌、三亚、万宁等外交基地, 南海合作论坛等 赛事: 公路自行车赛、高尔夫明星赛、国际冲浪赛、帆船赛等 节庆: 海洋节、商贸节、观音节、妈祖节、龙抬头节、砵磬节等
森林旅游	支撑	森林观光、森林生态、森林度假、户外运动、科考探险等
房车旅游	支撑	自驾车旅游, 森林、山地、滨海、湖泊、田园、温泉等各类营地
温泉旅游	支撑	设施: 温泉旅馆、景区、度假村、小镇、步行街、城区等 产品: 游憩娱乐、文化体验、养生保健、主题度假、综合开发等
高尔夫	支撑	高尔夫运动、高尔夫盛会、高尔夫学院、高尔夫酒店、高尔夫度假群、高尔夫主题乐园等
乡村旅游	支撑	热带田园、海洋渔村、森林人家、民族风苑、风情小镇、乡村旅馆等

海南积极参与“一带一路”战略，促进旅游业的国际化发展具有重要意义。为了给“一带一路”战略背景下的海南“中国旅游特区”发展提供理论支持，运用文献分析和 SWOT-PEST 方法等研究手段，对“一带一路”战略背景下海南发展“中国旅游特区”的基本问题进行了初步研究，有助于将“一带一路”这一促进我国区域协调和对外开放的重大战略与具体地区的旅游产业发展实践相结合，具有一定的开拓意义和示范作用。然而现阶段所得出的研究结论主要来自文本资料、短期研判、理论推理与定性分析，要深入研究海南在“一带一路”沿线旅游产业发展中的竞争地位、空间结构、发展趋势和开发模式等问题，还需要进行历时性的实地调研与数据搜集，合理使用旅游资源综合评价、区域旅游竞争力评价、GIS 空间分析技术、专家访谈与问卷调查等一系列科学有效的研究程序与方法，从而推动海南旅游业发展与“一带一路”战略实施的有效联动与共同促进。

参考文献：

- [1] 刘卫东. “一带一路”战略的科学内涵与科学问题[J]. 地理科学进展, 2015, 34 (5): 538-544.
- [2] 樊杰. “一带一路”战略对我国发展格局的影响及内陆对外通道体系建设策略[EB/OL]. (2015-08-27) [2015-09-06]. <http://www.planning.org.cn/report/view?id=62>.
- [3] 柳思思. “一带一路”：跨境次区域合作理论研究的新进路[J]. 南亚研究, 2014 (2): 1-11.
- [4] 盛毅, 余海燕, 岳朝敏. 关于“一带一路”战略内涵、特性及战略重点综述[J]. 经济体制改革, 2015 (1): 24-29.
- [5] 刘慧, 叶尔肯·吾扎提, 王成龙. “一带一路”战略对中国国土开发空间格局的影响[J]. 地理科学进展, 2015, 34 (5): 545-553.
- [6] 金玲. “一带一路”：中国的马歇尔计划？[J]. 国际问题研究, 2015 (1): 88-99.
- [7] 谭畅. “一带一路”战略下中国企业海外投资风险及对策[J]. 中国流通经济, 2015 (7): 114-118.
- [8] 李明伟. 丝绸之路研究百年历史回顾[J]. 西北民族研究, 2005 (2): 90-106.
- [9] 唐德鹏. 联合发展旅游重兴“丝绸之路”[J]. 开发研究, 1987 (2): 24-25.
- [10] 杨阿莉, 南宇. 体验经济视角下的丝绸之路旅游产品开发与创新研究[J]. 干旱区资源与环境, 2011, 25 (8): 196-200.
- [11] 李文兵, 南宇. 论丝绸之路沿线旅游合作机制[J]. 干旱区资源与环境, 2010, 24 (1): 196-200.
- [12] 黄少辉, 傅轶, 陈波, 等. 海上丝绸之路文化旅游发展研究——以“南海一号”古商船为例[J]. 热带地理, 2009, 29 (2): 177-181.
- [13] 马勇, 刘军. 丝绸之路旅游文化经济带全球发展战略研究[J]. 世界地理研究, 2014, 23 (2): 151-158.
- [14] 吴必虎, 朱虹. “一带一路”的旅游巨变值得期待[N]. 中国旅游报, 2015-04-03 (04).
- [15] 宋瑞. “一带一路”愿景已有重在行动[N]. 中国旅游报, 2015-04-01 (04).
- [16] 海南省统计局. 2014 年海南旅游市场运行情况分析[EB/OL]. (2015-03-05) [2015-09-06]. http://www.stats.hainan.gov.cn/tjsj/tjfx/jdfx/201502/t20150216_1523433.html.
- [17] 孙颖. 如何提升海南旅游产业发展质量与水平[EB/OL]. (2015-06-26) [2015-09-06]. http://www.visithainan.gov.cn/government/gdft/201506/t20150626_62129.htm.
- [18] 罗保铭. 抢抓“一带一路”机遇 打造中国旅游特区[N]. 海南日报, 2015-03-19 (02).
- [19] 魏小安. 一带一路战略与海南旅游特区发展[EB/OL]. (2015-04-14) [2015-07-17]. <http://www.dotour.cn/article/12865.html>.
- [20] 王兴斌. 设立海南国际旅游特区的新思考[N]. 中国旅游报, 2015-06-12 (11).
- [21] 迟福林. 以旅游特区落实建设“一带一路”的海南担当[N]. 海南日报, 2015-03-30 (A03).
- [22] 陈耀. 海南对接国家战略打造中国的旅游特区[N]. 海南日报, 2015-04-12 (06).
- [23] 程哲, 王守清. 我国民营资本参与医院 PPP 的 PEST-SWOT 分析[J]. 工程管理学报, 2012, 26 (1): 53-58.
- [24] 张慧光, 安金明, 王维佳, 等. 世界城市旅游产业发展比较研究[N]. 中国旅游报, 2010-05-12 (15).
- [25] 陈耀. “旅游境区”研究——以海南旅游创新发展的探索为例[M]//戴斌. 中国旅游评论. 北京: 中国旅游出版社, 2011: 168-174.
- [26] 国家旅游局. 国家旅游局关于开展中国国际特色旅游目的地认定工作的通知[EB/OL]. (2015-08-14) [2015-09-06]. http://www.cnta.gov.cn/zwgk/tzggnew/gztt/201508/t20150814_744744.shtml.
- [27] 沈仲亮, 邢丽涛, 吴俊. “515 战略”冲击波下的旅游业[N]. 中国旅游报, 2015-07-17 (01).
- [28] 厉新建, 张凌云, 崔莉. 全域旅游: 建设世界一流旅游目的地的理念创新——以北京为例[J]. 人文地理, 2013, 28 (3): 130-134.
- [29] 吴军. 中国区域旅游合作时空演化特征分析[J]. 旅游学刊, 2007, 22 (8): 35-41.
- [30] 王辉, 刘敬华, 杨兆萍. 新疆跨国旅游合作结构模式研究——基于空间区位选择视角[J]. 人文地理, 2014, 29 (2): 156-160.

Development of “China Tourism Special Zone” in Hainan Province for Responding to “One Belt and One Road” Initiative

FU Yeqin¹, LI Yong^{1,2}

(1. College of Geography and Tourism, Hainan Normal University, Haikou 571158, China;

2. Institute of Geographic Sciences and Natural Resources Research, CAS, Beijing 100101, China)

Abstract: Based on analysis of related literature, the paper introduces the connotation of “One Belt and One Road” Initiative, analyzes the relationship between “One Belt and One Road” Initiative and the development of tourism industry in Hainan, and researches comprehensively the present situation, connotation, background, internal conditions and external factors, and vision of the development of “China Tourism Special Zone” in Hainan Province. The study finds that: the exploration and innovation of “China Tourism Special Zone” in Hainan province mainly are reflected in development concept, development content, development form, operation mechanism and system mechanisms. The development of “China Tourism Special Zone” will benefit seizing opportunities of “One Belt and One Road” Initiative, solving existing problems of tourism industry development, and improving the overall level of tourism industry development in Hainan Province. The internal and external influencing factors of “China Tourism Special Zone” mainly display in political aspect, economic aspect, social aspect, and technology aspect, etc. Among them, advantages and opportunities are the development mainstream of “China Tourism Special Zone”. The vision development of “China Tourism Special Zone” in Hainan Province mainly is reflected in the specifications and grades, internationalization and product diversification level of the overall tourism destination in Hainan Province. Finally, according to the requirements of “One Belt and One Road” Initiative and the actual development of the tourism industry in Hainan province, the paper proposes some measures including establishing the development concepts, improving the supporting policies, advancing regional tourism cooperation, and creating the special tourism product system. The paper expands the research field of “One Belt and One Road” Initiative, and provides some references for the international development of tourism industry in Hainan Province.

Key words: “One Belt and One Road”; “China Tourism Special Zone”; PEST-SWOT method; development strategy; Hainan Province

