

基于RMP的闽东滨海旅游发展路径研究

吴雨婷, 林荧荧, 施欣怡, 林翠生*, 张光英

宁德师范学院旅游管理学院, 福建 宁德

收稿日期: 2026年8月11日; 录用日期: 2026年9月30日; 发布日期: 2026年10月16日

摘要

闽东滨海旅游资源丰富, 但资源开发与市场需求之间存在明显错位。本文以RMP理论为分析框架, 通过实地调研对闽东滨海旅游的资源禀赋、客群结构及产品体系进行系统分析。研究发现: 资源层面, 自然景观类资源开发相对充分, 文化体验与休闲渔业类资源转化率偏低; 市场层面, 摄影客群高度集中于东壁村, 生态、家庭及文化客群的体验需求未能得到有效满足; 产品层面, 自然观光停留于浅层观光, 休闲度假区域发展失衡, 运动娱乐同质化严重, 文化体验转化困难, 专项活动体系松散。基于此, 本文提出产品升级、空间优化、市场拓展与制度保障四条路径, 以期为闽东滨海旅游高质量发展提供参考。

关键词

闽东地区, 滨海旅游, RMP分析, 发展路径

Research on the Development Path of Coastal Tourism in Eastern Fujian Based on RMP Theory

Yuting Wu, Yingying Lin, Xinyi Shi, Cuisheng Lin*, Guangying Zhang

College of Tourism Management, Ningde Normal University, Ningde Fujian

Received: August 11, 2026; accepted: September 30, 2026; published: October 16, 2026

Abstract

Eastern Fujian (Mindong) is endowed with abundant coastal tourism resources; however, a significant mismatch exists between resource development and market demand. Adopting the RMP theory as the analytical framework, this study conducts a systematic investigation into the resource

*通讯作者。

文章引用: 吴雨婷, 林荧荧, 施欣怡, 林翠生, 张光英. 基于 RMP 的闽东滨海旅游发展路径研究[J]. 地理科学研究, 2026, 15(5): 832-842. DOI: 10.12677/gser.2026.155075

endowments, tourist market structure, and product system of coastal tourism in Eastern Fujian through field research. The findings indicate that: at the resource level, natural landscape resources are relatively well developed, whereas the conversion efficiency of cultural experience and leisure fishery resources remains low; at the market level, photography tourists are highly concentrated in Dongbi Village, while the experiential demands of ecological, family, and cultural tourist segments have yet to be effectively met; at the product level, natural sightseeing remains superficial, leisure and vacation development is regionally unbalanced, sports and entertainment offerings are highly homogenized, cultural experience transformation faces considerable difficulties, and the special events system is loosely organized. Accordingly, this paper proposes four strategic paths—product upgrading, spatial optimization, market expansion, and institutional guarantee—to inform the high-quality development of coastal tourism in Eastern Fujian.

Keywords

Eastern Fujian (Mindong), Coastal Tourism, RMP Analysis, Development Path

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

据《2024 年中国海洋经济统计公报》，2024 年我国海洋旅游业增加值达 16135 亿元，比上年增长 9.2%，占主要海洋产业增加值比重达 36.9%，是海洋经济中体量最大、增速较快的产业类型之一[1]。滨海旅游业作为海洋旅游业的核心组成部分，已被视为海洋经济中最强劲发展的产业之一[2]，相关定量研究亦证实其对海洋经济增长的贡献率在海洋产业中位居前列[3]。闽东地区位于福建省东北部，拥有长达 1046 公里的海岸线、305 座岛屿和丰富的海洋与海岸带资源，是福建省发展海洋经济的重要区域。其中，宁德市滨海区域以斗姆岛、嵛山岛及霞浦县东壁村、高罗沙滩、海尾角、大京沙滩等为代表，凭借独特的岩壁地貌、海岛景观、滩涂资源与渔村风貌，形成了具备较高开发潜力的滨海旅游集群。然而，调研发现，该区域滨海旅游的资源优势尚未得到充分发挥，产品体系与服务体系仍有较大的完善空间。基于此，本文从资源、市场与产品三个维度对闽东滨海旅游展开系统分析，并据此提出发展路径。

2. 研究回顾

海洋旅游研究历经数十年积累，已从早期的概念界定与现象描述逐步转向动力机制解析与可持续性量化评估等深层议题。在理论建模阶段，Gunn 的旅游功能系统模型[4]与 Leiper 的旅游地理系统模型共同奠定了“供给 - 需求 - 通道”的空间分析基础[5]；Drost 则引入承载力视角，揭示了遗产型旅游目的地因过度旅游而陷入城市功能退化与游客体验下降的恶性循环[6]。上述经典模型多以西方城市为经验原型，其对中国滨海旅游区域异质性的解释力有限，由此催生了本土化实证研究的推进。保继刚等揭示了旅游驱动力的阶段性转化规律[7]；刘洋以河北省为例，通过因子分析与 Logistic 模型提取出社会经济、基础设施与生态环境三大动力因子，判定该省滨海旅游处于成长期后期并存在供给侧滞后问题[8]；翁钢民等验证了上述动力因子结构的稳健性[9]。

可持续发展是滨海旅游研究的另一重要议题，相关研究经历了从定性框架到量化评估的演进。盛红从资源、生态、经济、社会四个维度搭建了分析框架[10]，Thiele 等则构建了可量化的可持续性评价指标体系，二者分别从理论框架与量化工具两个方向推进了该领域的发展[11]。此后，谢东辉在京津冀协同背

景下以唐山为例提出了差异化发展路径[12]。近年来,量化工具的引入使诊断精度显著提升:郭建科等对我国 10 个滨海型国家级风景名胜区进行生命周期划分,揭示其普遍处于“巩固期-成熟期”过渡阶段且区域分化明显[13];查爱苹等运用 DEA 模型测度沿海城市旅游效率[14];刘佳等运用超效率 SBM 模型和 Tobit 回归测度了生态效率的空间分异格局[15];李瑞等采用耦合协调度模型揭示了多数滨海城市仍处于“低度耦合、轻度失调”的开发-保护僵局[16]。

梳理上述文献可知,现有研究多聚焦于省域或国家级层面,对地市级新兴滨海区域的探讨尚不充分。与此同时,上述研究在分析方法上也呈现出以单维度量化评价为主的特征,将资源、市场与产品纳入同一框架进行系统诊断的研究尚不多见。基于此,本文引入 RMP 理论,以闽东地区为案例进行系统分析,并据此提出发展路径。

3. 闽东滨海旅游 RMP 分析

为系统评估闽东滨海旅游资源禀赋与开发状况,研究选取霞浦东海一号线、东壁村、嵛山岛、三都澳及斗姆岛等典型旅游节点作为调研对象。上述节点在资源类型、开发阶段、客群结构与面临问题上具有显著差异性与代表性,可全面覆盖海岛、海岸、渔村三类海洋旅游载体,为后续 RMP 分析与高质量发展路径构建提供扎实的实证基础。

3.1. 资源分析(R 分析)

研究区域滨海旅游资源可划分为自然景观、文化体验、休闲渔业、节庆活动与设施服务五大类型(表 1)。由表 1 可知,自然景观类资源数量最多、分布最广,共涉及海蚀地貌群、沙滩海湾、海岛生态、滩涂光影及海岸风景道等 5 个亚类 20 余处代表性资源点位,构成了闽东滨海旅游的物质基底;其次是文化体验类资源,涵盖海洋文化遗产、渔家文化与红色海洋文化 3 个亚类;休闲渔业类、节庆活动类与设施服务类资源亦各具规模,共同形成了“山、海、岛、滩、林、文”多元交融的资源禀赋格局。丰富的资源类型与空间分布,为滨海旅游产品的差异化开发奠定了坚实基础。

该区域滨海旅游资源开发成效集中体现在三个方向:一是以自然景观为核心的观光与摄影体验,霞浦滩涂摄影已形成国际品牌效应,“中国最美滩涂”的文化标识已转化为可观的旅游消费动能;二是以海岛生态为载体的休闲度假体验,嵛山岛万亩草甸与天湖景观构成的生态奇观已成为核心吸引力,环岛观光与徒步体验初具规模;三是以特色民宿为依托的沉浸式住宿体验,霞浦东壁村摄影民宿群已形成集群效应,将滩涂光影、渔村风貌与住宿场景深度融合。上述实践表明,闽东滨海的自然与文化资产已初步实现从资源存量向多元旅游产品的价值转化。

Table 1. Resources supporting coastal tourism in the study area
表 1. 研究区域滨海旅游所依托的资源情况

资源类型	主要资源代表
自然景观类资源	海蚀地貌群 斗姆岛螺壳岩、海尾角海蚀柱、太姥山海岸石林、斗姥迷宫洞、海蚀洞、卵石滩
	沙滩与海湾 高罗沙滩、大京沙滩、三都澳青山岛沙滩、外浒沙滩,二都滩涂、三都岛滩涂、北岐滩涂、王谷村沙滩、川石村沙滩、后澳村沙滩、大员当沙滩、笕笕沙滩、茫荡村沙滩、蔡公澳沙滩、大小天湖
	海岛生态 天湖草甸、三都岛海上渔城、七星列岛
	滩涂与光影 东壁滩涂、沙江 S 湾、北岐滩涂
	海岸风景道 东海一号线、环敏灶湾公路

续表

文化体验类资源	海洋文化遗产	三都岛福海关、斗姆岛道教文化、大京古城堡、近代建筑群、福海关遗址
	渔家文化	疍民渔排、连家船俗、开渔节、妈祖信仰
	红色海洋文化	三都澳红色交通线、闽东海上游击队遗址
休闲渔业类资源	养殖景观	三都澳大黄鱼深海网箱、霞浦紫菜竹排、海带田
	渔港渔市	三沙中心渔港、礁头码头、闽东水产城
	渔业体验	出海捕鱼、滩涂赶海、垂钓、渔家乐、海鲜烹饪体验
节庆活动类资源	摄影节庆	霞浦国际滩涂摄影周
	文化节庆	大黄鱼文化节、嵛山岛音乐节、畚族三月三、海上垂钓赛、渔排体验
	音乐艺术类	嵛山岛海岛音乐节、东海沙滩艺术季
	体育赛事	环三都澳自行车赛、帆船邀请赛、三沙马拉松、嵛山岛马拉松
设施与服务类资源	住宿集群	霞浦东壁摄影民宿群、嵛山岛生态木屋、福鼎海边度假酒店
	交通设施	三都澳城澳码头、嵛山岛渔井码头、东海一号线观景台体系
	公共服务	智慧旅游平台、旅游集散中心、生态厕所、救援站点

3.2. 市场分析(M 分析)

为考察闽东滨海旅游产品与市场需求之间的匹配状况,本文以田野调查法获取一手资料。调研于 2026 年 7 月进行,遵循目的性抽样原则[17],选取霞浦东海一号线、东壁村、高罗沙滩、海尾角、大京沙滩、嵛山岛、三都澳及斗姆岛等典型节点,覆盖滨海风景道、摄影民宿集群、原生沙滩、海岛生态区与海岛观光区等主要海洋旅游载体类型,在资源禀赋、开发程度与客群结构上的差异,为后续对比分析提供了基础。观察覆盖工作日至周末的不同时间截面,聚焦于游客的空间分布、停留时长、活动类型及服务设施使用情况;访谈采用半结构化提纲,围绕出游动机、体验感知、问题反馈与改进建议等方面展开,并根据受访者角色进行针对性调整。数据收集持续至信息饱和,累计完成有效访谈 42 人次,涵盖摄影、家庭、生态休闲与文化体验四类客群。

访谈资料借鉴扎根理论的编码技术进行分析[17],开放式编码提取游客体验与问题反馈的意义单元,如将“民宿老板告诉我几点去、怎么拍”编码为“拍摄信息依赖个体经验”;轴心编码将初始概念归并为“专业配套供给不足”等主范畴,经反复比较最终形成“专业配套供需错位”“生态管控与体验供给失衡”“消费信任机制受损”“文化资源叙事性转化缺失”4 个核心范畴;选择性编码围绕“游客体验落差的发生机制”,归纳出“资源-市场-产品”匹配失衡的核心逻辑。编码由两名研究者独立进行,初始一致率约 87% [18],不一致经讨论后达成共识。

3.2.1. 主要客群类型

(1) 摄影专项客群

这是当前闽东滨海旅游中规模最大、辨识度最高的客源类型,以摄影从业者、资深爱好者及摄影社团为主体,核心诉求集中于稀缺性滨海光影与自然景观资源的获取。该客群高度集中于霞浦东壁村,出行目的性强,集中于日出日落时段,平均停留时长为 2 至 3 天,消费以住宿为主,对摄影配套服务具有明确支付意愿。实地调研发现,提供摄影指导的民宿价格较普通民宿高出 30%仍能保持良好入住率,反映出该类客群对专业配套的需求刚性。然而,其在嵛山岛、斗姆岛的分布极为有限,嵛山岛阳光谷具备日出观景资源,但调研期间前往观赏日出的游客寥寥无几;斗姆岛同样缺乏摄影取景指引与导览系统,

难以吸引该客群停留。

(2) 生态休闲客群

该类客群以 25 至 40 岁都市白领与注重生态体验的中产家庭为主, 核心诉求为原生态自然体验与城市逃离式休闲, 与嵛山岛“南国天山”万亩草甸的资源特质高度匹配。该类客群出行集中于周末及小长假, 注重游览舒适度与环境品质, 对生态木屋等住宿产品接受度较高, 但对商业化过度与设施缺失较为敏感。实地踏勘发现, 天湖草场是该客群的核心吸引物, 但景区除拍照打卡外无任何娱乐项目, 无工作人员巡逻或指引, 游客处于“放养”状态, 停留时间短、消费层级低。

(3) 短途家庭客群

短时便捷、低成本、亲子友好型休闲, 是短途家庭客群最核心的诉求, 以宁德及周边城市三口之家为主体, 是闽东滨海旅游的基础客源。高罗沙滩、大京沙滩凭借 1 小时通勤圈的区位优势与浅滩亲水环境, 成为家庭客群首选目的地, 周末出行占比超过 90%, 停留时长集中于半天至一天, 消费以简餐、停车、儿童租赁等基础服务为主。该客群占比虽高, 但消费结构单一, 人均消费水平偏低。

(4) 文化体验客群

文化体验客群是四类客群中规模最小的一类, 以文化爱好者、研学团体及对地方历史感兴趣的散客为主体。该客群在空间分布上较为分散, 斗姆岛、三都澳福海关遗址、东壁村等地均有分布, 但无一处形成规模化的文化体验集聚区。在消费行为上, 该类客群对文化解说、展陈设计、互动体验具有明确需求, 具备高于平均水平的文化消费意愿。出游时间以周末及节假日为主, 多结合研学旅行或文化考察活动安排行程, 停留时长不稳定, 与目的地文化体验产品的供给丰富度直接相关。

3.2.2. 各类客群的体验痛点

(1) 摄影客群专业配套的供需错位

摄影客群的消费行为以“出片”为最终导向, 其支付意愿集中于能够保障拍摄效果的专业条件, 如机位信息、光线预判、潮汐时刻、拍摄指引等, 而非一般性旅游服务。调研发现, 东壁村虽已形成滩涂光影的品牌效应, 但景区尚未建立官方摄影导览图与机位标识系统, 热门拍摄点位被社会车辆占道遮挡的现象长期存在; 斗姆岛的景观解说二维码已全部失效, 取景指引尚未配套。访谈中一位受访者的对比颇能说明问题: “老板会告诉你几点去、去哪里、怎么拍, 这对我们来说比五星级酒店还重要”; 而与之相对的是, “车就停在观景台前面, 你让他挪他还觉得你事多”。由此可知, 资源的在场并不等同于拍摄条件的完备, 景观与成片之间需要专业服务作为连接机制, 而这一中介环节恰恰是当前供给体系所缺失的。

(2) 生态客群保护与体验的失衡

生态休闲客群的核心诉求集中于原生态环境的舒适体验与活动丰富性, 该客群选择嵛山岛的核心动机, 在于“南国天山”万亩草甸所代表的原生态意象。然而, 实地踏勘发现, 草甸区马粪清理不及时、气味刺鼻, 与“生态优美”的定位形成直接反差; 景区无娱乐设施、无巡逻指引, 受访者反映“走一圈就走了”。岛上民宿经营者亦反映, 游客进岛后普遍缺乏游玩指引, 难以留住过夜。如果说摄影客群面临的是“有资源、缺配套”, 那么生态客群面临的则是“有定位、缺管理”——保护性管控在未配套替代性体验项目的情况下, 直接导致游客停留时间缩短、重游意愿降低。调研可知, 该岛整体复游率约为 18%至 20%。这一困境并非嵛山岛独有, 阳光鼓日出观景资源因设施简陋而门可罗雀, 斗姆岛滨海栈道因年久失修而隐患丛生, 均属同类情形。上述案例表明, 生态资源的价值实现无法仅凭“保护”完成, 缺乏体验转化与管理配套, 资源优势便难以转化为市场竞争力。

(3) 家庭客群消费信任的消解

短途家庭客群是闽东滨海旅游的主体客源之一, 其选择目的地的首要考量在于交通便捷、环境安全

与消费可预期。高罗、大京沙滩之所以成为家庭客群的首选目的地，首要因素并非景观独特性，而是其距宁德市区约 1 小时通勤圈的区位优势与平缓的浅滩亲水环境。然而，调研发现，该客群最为看重的“可预期性”正因普遍存在的价格乱象而持续弱化。高罗沙滩摩托艇、出海捕鱼等项目价格不统一、看人要价的现象屡有发生；大京沙滩“黄牛”揽客与固定票价并行；海尾角咖啡厅等餐饮场所定价显著高于周边市场平均水平。一位家长受访时直言：“带孩子来就是图个方便，但来了发现什么都贵、什么都不规范，下次就不想来了。”此类反馈表明，基础客源的规模优势难以抵消消费信任受损带来的负面效应，一旦“便捷、安全、可预期”的决策逻辑被打破，其流失风险同样不容忽视。

(4) 文化客群体验转化的供给缺失

文化体验客群是四类客群中规模最小的一类，但其面临的供需落差也最为突出。该客群以文化爱好者与研学团体为主，具备深度体验与文化消费意愿。闽东滨海在沙滩、海岛等常规滨海资源之外，真正不可替代的差异化竞争力在于福海关遗址、疍民渔排、红色海洋文化等文化资产。然而，区域文化资源的旅游转化程度远未匹配这一需求。斗姆岛游客中心以禁毒宣传为主体，景区导览功能严重缺位；福海关遗址仅存建筑外壳，缺乏展陈与解说系统；疍民渔排仅可远观，无可进入的体验途径。“这里的历史感是有的，但没有被讲出来”，这句受访者的感慨，深刻揭示了文化资源从“存在”到“体验”的价值转化断层，当最具排他性的资源在市场中处于“沉默”状态时，区域旅游的差异化定位便失去了最有力的支撑。

3.3. 产品分析(P 分析)

滨海旅游是海洋旅游的核心组成部分与主要载体形态，二者在产品分类逻辑上具有高度同构性[19][20]。池雄标依据功能属性将滨海旅游产品划分为观光、度假、运动及专项产品等基础类型[19]；佟玉权从资源属性出发，将海洋旅游资源划分为自然与人文两大门类，揭示了资源向产品转化的基本路径[20]；罗雯婷等进一步构建了涵盖地文景观、水域景观、生物景观、建筑设施、人文活动等四级分类体系，为海洋旅游产品的精细化开发提供了资源谱系基础[21]。上述研究虽在概念使用上各有侧重，但其分类逻辑均指向同一维度，即依据旅游活动的功能特征与资源载体，将涉海旅游产品划分为自然观光、休闲度假、运动娱乐、文化体验、专项活动五大类型，基于此，本文对闽东滨海旅游产品体系展开分析。

3.3.1. 自然观光产品

自然观光产品依托霞浦滩涂、嵵山岛草甸天湖、斗姆岛海蚀地貌等核心自然景观资源，目前已形成以“中国最美滩涂”摄影观光、“南国天山”草甸观光、“海石奇观”海蚀地貌观光为代表的产品形态，是闽东滨海旅游的基底性产品类型。其中，霞浦滩涂摄影已形成较高的市场知名度，是闽东滨海旅游最具标识性的产品之一；嵵山岛万亩草甸与大小天湖的组合在东南沿海海岛中具有稀缺性；斗姆岛的螺壳岩、迷宫洞等海蚀地貌，具有地质学意义上的观赏价值。然而，上述产品开发停留于浅层观光，存在资源展示与体验设计之间无法有效衔接的问题，受访者表示嵵山岛草甸“走一圈就走”，斗姆岛与霞浦滩涂的专业配套均告缺位，生态管控亦未能提供替代性体验，这些问题导致游客虽“看到”了资源却难以“感知”其价值，停留时间与重游意愿被压缩。

3.3.2. 休闲度假产品

休闲度假产品的核心在于通过住宿、餐饮、娱乐等要素的整合，满足游客深度体验与较长停留的需求，是滨海旅游中附加值最高的产品类型。闽东滨海休闲度假产品呈现显著的空间分化，霞浦东壁村已形成全县超过 600 家民宿的集聚规模，提供从渔村特色民宿到高端度假民宿的多元选择，部分头部民宿已形成“住宿 + 摄影指导 + 餐饮 + 社交”的复合功能，提供摄影指导的民宿价格较普通民宿高出 30%

仍能保持良好入住率，反映出专业配套的市场潜力；但除东壁村外，嵛山岛住宿产品以简陋民宿为主，夜间经济空白，受访者反映“晚上不知道干什么”“住下来没什么意思”，斗姆岛则因轮渡班次间隔长、岛上无餐食供应，游客过夜率极低。与此同时，东壁村民宿在数量扩张中面临严重的同质化困境，装修风格与服务内容趋同，经营者反映“8年租金260万、装修百万，持续亏本”，表明休闲度假产品虽在东壁村实现了“量”的集聚，却尚未形成“质”的差异化。

3.3.3. 运动娱乐产品

运动娱乐产品是滨海旅游中参与性最强、体验反馈最直接的产品类型，闽东滨海目前已开发的此类产品以摩托艇、出海捕鱼、沙滩车等项目为主，分布在高罗、大京沙滩等节点。其核心问题在于产品高度同质化，摩托艇、沙滩车、出海捕鱼等项目在组合方式与运营模式上与东南沿海其他滨海目的地无明显差异，调研中多位游客反映“和其他海边差不多”“没什么特色”，缺乏与闽东海洋文化、渔村生活相结合的体验设计，尚未形成区别于竞争目的地的产品辨识度。运营配套的薄弱进一步加剧了体验折损：出海捕鱼受禁渔期影响较大，游客反映“捕不到鱼、价格还贵”；摩托艇、沙滩车等项目缺乏统一的安全管理标准与价格公示，高罗沙滩摩托艇160至200元不等、出海捕鱼300元/船可随意砍价，“看人要价”现象频繁发生；高罗沙滩冲脚设施不足、冲洗收费偏高，海尾角无遮阳休息区。此外，运动娱乐产品之间缺乏主题化串联与行程组织，游客多为“零散体验”而非“系统参与”，受访者反映“玩了摩托艇就不知道干嘛了”，反映出运动娱乐产品与观光、餐饮、购物等环节之间缺乏有机衔接。

3.3.4. 文化体验产品

在沙滩、海岛等常规滨海资源供给趋于同质化的背景下，文化体验是形成目的地排他性竞争力的关键路径。闽东滨海拥有福海关遗址、蛋民渔排、畬族民俗等不可复制的文化资源，具备发展文化体验产品的资源基础，但调研中发现，上述资源的旅游转化面临多重制约。东壁村是闽东滨海旅游发展最为成熟的节点，民宿集群已形成规模效应，但文化元素的植入极为有限，文创产品匮乏，渔村生活气息被稀释，游客住下来能做的仍只是看海和拍照。蛋民渔排距离东壁村不过数海里，却只可远观、不可进入，连家船俗、妈祖信仰等活态文化既无展演也无体验设计，畬族民俗亦未融入现有滨海游线，游客始终被隔绝在真实的渔村生活之外。不仅如此，福海关遗址建筑外壳犹在而展陈解说缺失，斗姆岛游客中心以禁毒宣传为主体、导览功能严重缺位，游客所见的不过是“空房子”与“广告牌”，历史文化价值无从感知。上述现象表明，闽东最具排他性的文化资源尚未找到有效的价值传递方式，文化体验客群难以形成规模，区域旅游的差异化定位也因此失去了最有力的支撑。

3.3.5. 专项活动产品

专项活动产品以节庆赛事、主题活动为主要形态，具有较强的时效性与市场引爆力。闽东滨海目前已形成霞浦国际滩涂摄影周、嵛山岛海岛音乐节、东海沙滩艺术季、环三都澳自行车赛等节事活动，初步构建了专项活动产品的雏形。其中，霞浦国际滩涂摄影周已形成较高的品牌识别度，是国内滩涂摄影领域的标志性节事活动，对吸引摄影客群、提升霞浦旅游知名度发挥了重要作用。但多数专项活动产品仍存在明显不足：市场辐射范围有限，除摄影周外，嵛山岛音乐节、沙滩艺术季等活动以省内及周边客源为主，尚未形成跨区域影响力；产品化程度较低，多数节事活动停留于“一次性事件”层面，尚未形成常态化、可预约的旅游产品形态，游客参与后缺乏与观光、住宿、购物等环节的系统衔接，难以将“活动流量”转化为“消费增量”；主题定位趋同，多个沙滩艺术季、音乐节在内容形式与目标客群上缺乏差异化定位，难以形成持续的品牌积累；联动效应未充分释放，摄影周与摄影导览、摄影培训、民宿等产品的联动不足，自行车赛与海岸风景道观光、骑行体验的结合亦未形成体系。

3.4. 资源 - 市场 - 产品的系统适配机制

RMP 分析由吴必虎教授提出,即以旅游产品为中心,进行 R 分析和 M 分析,以此为基础进行 P 分析,并最终提出以旅游产品为中心的开发框架思路[22]。既有 RMP 研究已从程序性评价工具发展为系统分析框架,即明确将 RMP 定位为揭示三者之间“相互依存、动态作用、循环反馈”内在逻辑关系的分析工具,指出其核心在于通过资源价值重构、市场精准定位与产品迭代创新“形成闭环优化”(见图 1)[23]。研究表明,“资源转化 - 产品供给 - 市场满足 - 反馈迭代”这一闭环系统的任一转化环节失灵,都将导致系统整体陷入低效运转。就闽东滨海旅游而言,资源向产品的转化通道堵塞、产品与市场的匹配机制失效、资源价值向市场的传递路径单一,正是上述转化环节失灵的具体表征。

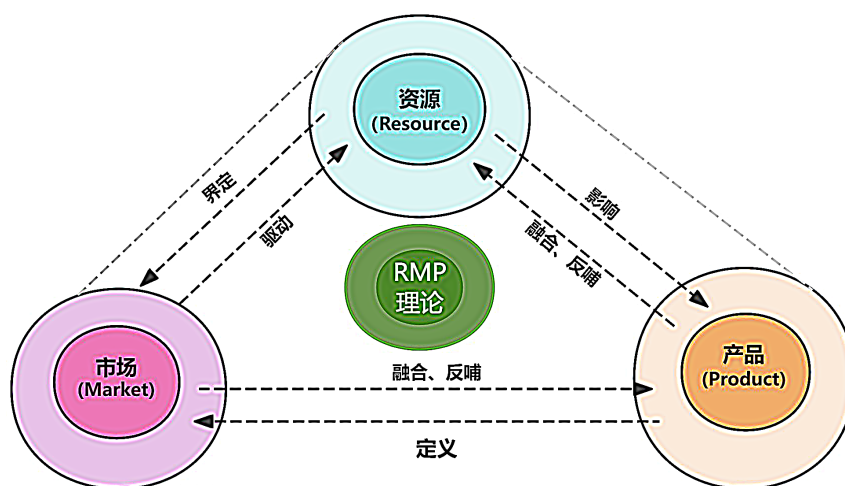


Figure 1. RMP three-dimensional synergy theory model [23]

图 1. RMP 三维度协同理论模型[23]

3.4.1. R→P: 转化通道堵塞

资源与产品之间的连接,依赖于资源识别、体验设计与投资运营等转化机制。闽东滨海拥有福海关遗址、蛋民渔排、连家船俗等文化资源,以及大黄鱼养殖、紫菜竹排等渔业景观,但由于管理主体缺位,上述资源长期处于“有资源、无推动者”的状态,始终未能进入系统性的产品化流程。文化 IP 的提炼与叙事重构无人组织,渔业景观向体验项目的转化设计缺少专业支撑,引导社会资本投入“慢收益”产品的制度激励更因缺乏明确的政策实施主体而难以落地。其结果是资源存量丰富,但产品增量单一,文化体验与休闲渔业类产品长期缺位,形成“资源沉睡”的转化堵塞。

3.4.2. P→M: 匹配机制失效

产品与市场之间的连接,依赖于需求识别、产品迭代与质量管控等匹配机制。当前产品体系仍以自然观光为绝对主导,但市场需求已呈现摄影、生态、家庭、文化等多元分化。现有产品缺乏针对不同客群需求的差异化供给机制,如生态客群所需的导览服务与深度体验、家庭客群所需的明码标价与亲子场景、文化客群所需的叙事展陈与互动设计,均未纳入产品更新的常规流程。这一结果产生于价格基准、品质标尺、反馈通道等都存在一定程度的缺位。由此,产品迭代严重滞后于需求演化,形成“供给错位”的持续循环。

3.4.3. R→M: 传递路径单一

资源与市场之间的连接,依赖于品牌建构、渠道传播与认知引导等传递机制。闽东滨海资源禀赋本

具“山、海、岛、滩、林、文”多元复合性，但市场认知高度集中于“滩涂摄影”单一标签。这一现象产生的表层原因是传播渠道的偏好，如摄影赛事与视觉社交媒体的长期主导使“最美滩涂”成为最易传播的记忆符号；而深层症结则在于价值传递主体的单一化，疍民渔排、连家船俗等活态文化的最有效的媒介并非外部视角的影像记录，而是本地人的日常生活本身，而当前开发中，居民多被排除在叙事建构之外，文化资源因此失去了最核心的叙事主体，多元价值只能依赖“摄影”等外部标签来简化呈现。资源多样性与市场覆盖面之间的传递通道收窄，非摄影类产品的投资动力被进一步抑制，形成“认知锁定”。

4. 闽东滨海旅游发展路径

4.1. 基于客群需求的产品体验化升级

旅游体验是旅游世界的核心，旅游产品的生产以旅游体验需求为根本依据[24]，因此，闽东滨海旅游产品升级的核心方向，在于将浅层观光转化为深度体验。摄影客群需要的不是更多观景台，而是机位标识、潮汐时刻与拍摄指引，可以由文旅部门统一规划，在主要摄影点设立官方机位图与潮汐时刻指示牌，并培育本地摄影向导提供点位导览服务，将“自主拍摄”变为“专业创作”，同时通过“滩涂光影”“海蚀奇观”“海岛草甸”等主题线路，引导这一客群从东壁村走向全域。生态客群追寻的是“南国天山”的原真感受，但草甸的价值不能仅靠“禁止”来守护，不如在游步道上设置自然知识打卡点，让受过培训的本地居民担任生态导览员，带游客辨认草甸植被、讲述海岛地质故事，让保护本身成为一种可体验的内容。家庭客群需要的同样不是更贵的游乐设施，而是可预期的消费环境与可参与的亲子场景，高罗、大京沙滩的体验项目若能明码标价、投诉有门，赶海课堂与沙滩城堡则能让“半日游”有了延长的理由。文化客群期待的不是沉默的建筑，福海关可以设置小型常设展览，将海关历史与闽东海上交通史串成可听的叙事；疍民渔排可在不影响生产的前提下建一条参观栈道，让游客走进渔排外围，观察连家船民的生活日常；畬族民俗则能与半月里古村落联动，把畬歌对唱、乌米饭制作、凤凰装试穿串成半日体验闭环。不同客群的升级方向虽各有侧重，但贯穿其中的逻辑无非是让资源从“被看到”走向“被体验”。

4.2. 以轴核联动为导向的空间重组

闽东滨海旅游资源呈“点状分布、线状串联”的空间格局，各节点之间尚未形成有效的空间联动与功能互补。合理的空间布局是旅游目的地发挥资源整合效应、提升游客流动效率的前提[25]。基于此，闽东滨海旅游空间优化的目标在于，以“东海一号”风景道为轴线串联霞浦沿海沙滩与观景节点，以嵵山岛、斗姆岛为海岛旅游核心，以霞浦东壁村为滨海民宿集群核心，构建“一轴三核”的全域旅游空间骨架。在此基础上，各节点需形成明确的功能互补：东海一号风景道将沿线高罗、大京等沙滩的零散家庭客群纳入统一的体验流，让“路过”变成“停留”；嵵山岛承载生态休闲功能，需加密船班并优化岛上交通，解决游客“进得来、散不开”的瓶颈；斗姆岛具备海蚀地质观光功能，应修葺滨海栈道并配套轮渡班次，使班次与游览时长合理衔接；东壁村则依托民宿群承担全域游客集散与过夜经济的枢纽功能，将住宿升级为在地生活方式的入口。同时，依托上述空间骨架推出“光影滩涂”“山海生态”“海蚀地质”“畬乡民俗”四条主题线路，由运营主体负责产品设计与客源组织，将松散的景点串联成系统的体验流，引导游客从“点到即走”转向“连线游览”，最终实现从单点集聚向全域联动的空间转型。

4.3. 近域依赖下的市场辐射拓展

调研发现，闽东滨海旅游客源以宁德本地及省内周边城市为主，省外游客占比较低，中远程客源市场渗透不足。市场拓展应以“巩固近域、拓展中域、瞄准远域”为策略，逐步扩大市场辐射范围。面向福州、温州等中程市场，可依托沈海高速、温福铁路等交通通道，开发摄影客群与家庭客群的“周末两日

游”产品，以“中国最美滩涂”为核心卖点强化品牌传播；面向长三角、珠三角等远程市场，则需借助高铁网络与区域旅游线路的衔接，推出“三日以上深度体验”产品，并依托霞浦国际滩涂摄影周、嵵山岛草甸音乐节等节事品牌提升区域知名度。同时，可针对不同客群采用差异化的新媒体传播策略，使得市场拓展更加有效。如摄影客群的信息获取高度依赖视觉内容，可以高质量摄影作品激发拍摄动机；而生态客群则注重原真性与深度体验，微信公众号与视频号更适于传递“南国天山”的生态价值与草甸景观背后的自然叙事；家庭客群的出游决策往往由亲子互动场景驱动，抖音、快手等短视频平台的内容形态与传播机制更能有效触达这一群体。不同渠道在传播节奏与内容形态上各有侧重，但需在品牌调性与信息传递上保持一致性，使潜在游客在不同平台完成从“被吸引”到“做决策”的认知转化。

4.4. 面向治理需求的制度优化

闽东滨海旅游发展中呈现的诸多问题，从斗姆岛的管辖权争议、高罗沙滩的价格乱象到智慧服务设施的“建而不用”，不同程度地折射出制度供给与产业发展需求之间的不适应，而制度的改善可围绕管理协调、服务规范与社区收益三个方面加以考虑。在管理协调方面，可借鉴浙江象山“1+X”海洋旅游管理机制的经验，探索由市政府分管领导牵头、文旅局为主责单位的跨部门联席会议制度，联合海渔、市场监管、交通(海事)等成员单位形成定期会商机制，对涉及多部门的审批与监管事项试行联合踏勘、联合审批，并将议定事项落实情况纳入各部门年度绩效考核，以逐步化解管理主体分散带来协调难题。在服务规范方面，可建立价格公示、投诉快速响应与信用约束相衔接的联动机制，由市场监管与文旅部门联合制定涉旅服务价格行为指南，推行沙滩消费项目明码标价与投诉 24 小时响应制度，对多次违规的经营者探索纳入旅游服务信用黑名单予以公示，以期通过制度化的约束逐步恢复游客对消费环境的信任。在社区收益方面，可参照云南元阳哈尼梯田“资源入股 + 按股分红”的做法，探索由村集体以渔民渔排、滩涂等特色资源的使用权入股、持有项目公司一定比例股份并按股比获得分红的合作模式，居民以户为单位加入合作社参与运营接待并按劳取酬，运营企业负责产品设计与客源组织，三方每年由乡政府牵头进行一次收益分配协商，使旅游发展成果有可能更均衡地惠及当地社区。

5. 结语

本研究以 RMP 理论为框架，对闽东滨海旅游资源、市场与产品进行了系统分析。该区域旅游资源类型丰富，已初步形成以自然观光、休闲度假、运动娱乐、文化体验与专项活动为主体的产品体系，但资源转化与产品供给之间仍存在明显错位，突出表现为文化体验与休闲渔业类资源转化不足、客源结构高度集中于摄影客群、产品体系面临“有产品、无精品”的结构性困境，反映出资源展示与体验设计之间的有效转化尚未实现。基于此，本文从产品升级、空间优化、市场拓展与制度保障四个维度提出发展路径，以期推动闽东滨海旅游从资源展示向体验供给转型。闽东滨海旅游的实践表明，资源价值向游客体验的有效转化是滨海旅游提质的关键，而这一转化需要产品、空间、市场与制度的协同推进。受调研时间与样本量限制，市场分析以质性研究为主，后续可结合问卷调研与大数据分析进一步深化。

基金项目

大学生创新创业训练计划项目(S202610398030)；福建省创新战略研究项目(2025R0149)；宁德师范学院创新团队(2026T08)；闽东之光研究院资助项目(2025MDZG10)。

参考文献

[1] 2024 年中国海洋经济统计公报[EB/OL]. 2025-02-20.
https://gi.mnr.gov.cn/202502/t20250224_2881344.html, 2026-07-25.

- [2] 张振克, 毕墨, 吴皓天. 中国海岸与海洋旅游面临的挑战与发展战略[J]. 中国生态旅游, 2021, 11(4): 536-547.
- [3] 王颖, 许闻璐. 滨海旅游业对海洋经济发展的贡献度研究[J]. 海洋开发与管理, 2022, 39(5): 47-52.
- [4] Gunn, C.A. and Var, T. (2002) *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. 4th Edition, Routledge.
- [5] Leiper, N. (1995) *Tourism Management*. Tafe Publications.
- [6] Drost, A. (1996) Developing Sustainable Tourism for World Heritage Sites. *Annals of Tourism Research*, **23**, 479-484. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(96\)83345-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(96)83345-7)
- [7] 保继刚, 龙江智. 城市旅游驱动力的转化及其实践意义[J]. 地理研究, 2005, 24(2): 274-282.
- [8] 刘洋. 河北省滨海旅游发展动力系统研究[D]: [硕士学位论文]. 秦皇岛: 燕山大学, 2008.
- [9] 翁钢民, 贾苗苗, 徐晓娜. 河北省滨海旅游发展动力系统的因子分析[J]. 地域研究与开发, 2010, 29(1): 80-83, 89.
- [10] 盛红. 滨海旅游业可持续发展的设想[J]. 青岛海洋大学学报(社会科学版), 1999(1): 97-101.
- [11] Thiele, M.T., Pollnac, R.B. and Christie, P. (2005) Relationships between Coastal Tourism and ICM Sustainability in the Central Visayas Region of the Philippines. *Ocean & Coastal Management*, **48**, 378-392. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2005.04.011>
- [12] 谢东辉. 京津冀协同发展背景下唐山滨海旅游发展研究[D]: [硕士学位论文]. 桂林: 广西师范大学, 2016.
- [13] 郭建科, 孙景田, 王绍博. 我国主要滨海型国家级风景名胜区分区生命周期研究[J]. 地理与地理信息科学, 2020, 36(3): 116-123.
- [14] 刘佳, 陆菊, 刘宁. 基于 DEA-Malmquist 模型的中国沿海地区旅游产业效率时空演化、影响因素与形成机理[J]. 资源科学, 2015, 37(12): 2381-2393.
- [15] 王兆峰, 王梓瑛. 长江中游城市群环境规制对旅游产业生态效率的影响及空间分异研究[J]. 生态学报, 2021, 41(10): 3917-3928.
- [16] 李淑娟, 李满霞. 我国滨海城市旅游经济与生态环境耦合关系研究[J]. 商业研究, 2016(2): 185-192.
- [17] 陈向明. 质的研究方法与社会科学研究[M]. 北京: 教育科学出版社, 2000.
- [18] O'Connor, C. and Joffe, H. (2020) Intercoder Reliability in Qualitative Research: Debates and Practical Guidelines. *International Journal of Qualitative Methods*, **19**, 1-13. <https://doi.org/10.1177/1609406919899220>
- [19] 池雄标. 滨海旅游理论与实践[M]. 广州: 中山大学出版社, 2004.
- [20] 佟玉权. 海洋旅游资源分类体系研究[J]. 大连海事大学学报(社会科学版), 2007, 6(2): 61-64.
- [21] 罗雯婷, 王英杰, 韩莹, 等. 面向专题旅游资源的分类体系构建方法——以海洋旅游资源为例[J]. 中国生态旅游, 2024, 14(2): 304-318.
- [22] 吴必虎. 区域旅游开发的 RMP 分析——以河南省洛阳市为例[J]. 地理研究, 2001(1): 103-110.
- [23] 杨钦, 黄煜嫣, 肖娜. 基于 RMP 分析的潮州木雕文创产品设计应用研究[J]. 包装工程, 2025, 46(22): 503-513.
- [24] 谢彦君. 旅游体验——旅游世界的硬核[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2005, 16(6): 5-9.
- [25] 黄金火, 吴必虎. 区域旅游系统空间结构的模式与优化——以西安地区为例[J]. 地理科学进展, 2005, 24(1): 116-126.