

# 银滩效应与北海模式

岑博雄

提起 20 世纪 90 年代初期的北海大潮，历史将要为银滩这块特殊的前沿滩头写下光辉的一页。我们不要仅仅把银滩当作戏水游玩的好去处，在这里发生的一系列事件所形成的轰动效应与这场大潮的来临和发展息息相关，这里是以“区域经济协作”和“成片开发”为主要内核的“北海模式”的主要孕育地和试验田，是“北海投资热”的主要载体，它真实地记录了北海改革开放的潮起潮落。通过银滩效应的研究，可以从一个侧面反映出北海模式的孕育与辐射过程，同时，也可以得到不少有益的思考和启示，“窥一斑而见全豹”。

从某种意义上说，北海的知名度是从银滩开始的，是通过银滩的包装将北海推销出去的。昔日的北海是一个默默无闻的边陲小镇，“养在深闺人未识”，报刊上偶尔提到北海，人们还以为是的北京的北海公园。1984 年 4 月 6 日，国务院确定北海为全国首批 14 个沿海开放港口城市之一，这是北海开发建设的第一个里程碑，然而由于基础差、起点低、起步晚以及国际环境的影响，北海一直处于 14 个沿海开放港口城市的末位。出路在哪里？突破口在哪里？“没有梧桐树，引不来金凤凰”，可惜北海连栽梧桐树的钱也没多少。1986 年，市政府拨出 10 多万元专款，在银滩建成了临时旅游接待设施，揭开了北海旅游资源开发利用的第一页，随着北海市交通、通信条件的逐步改善，一批批国内游客开始涌入北海，涌入银滩。银滩以其“滩长平，沙白细、水温清、浪柔软、无鲨鱼、无污染”的特点，征服了前来观光、游览的人们。1988 年，国家旅游局把北海列为全国重点旅游城市，这才使北海人逐渐领悟到旅游的价值和银滩的魅力。

在 20 世纪 90 年代开始的钟声刚刚敲响不久，北海人终于抓住了一次推销自己的历史机遇。1990 年 11 月 23 日，中共中央总书记江泽民视察北海，在银滩流连忘返，称赞北海是“后起之秀，前途无量”，希望北海“千里之行，始于足下”，并亲自在“足下”的银滩种下了一棵塔松做纪念，为北海留下了一棵宝贵的“梧桐树”。北海的决策者们似乎明白了什么，抓住时机，按“谁投资，谁使用，谁收益”的原则，仅用半年时间就建成了由 22 幢颇具海滨特色风格各异的建筑物组成的银滩一期工程，称为“北海工程”，促使 1991 年全市接待国内游客达 120 万人次，造成了小小的轰动。这可以说是“区域经济协作”的一次成功的尝试。按照这一模式，1991 年 12 月，银滩二期工程开工，占地 179 公顷，计划总投资 6 亿元。1992 年相继建成了海滩公园、铁道部北海职工培训基地等一批旅游度假项目。这时，银滩出名了，同时，大大地提高了北海的知名度，逐步引发了北海旅游投资热。捷足先登的是澳大利亚商人杨恒利先生，他远见卓识，独具慧眼看中了银滩，集 15 家外商投资 5.6 亿元人民币成片开发建设“恒利海洋运动娱乐旅游度假区”，占地近 100 公顷，在北海，在广西，乃至在全国都造成了巨大的轰动效应，带动了北海大规模开发建设的投资热潮，成为北海利用外资进行成片开发的先驱，其建设规模之大，投资之多，速度之快，堪称北海市开发之最，成为我国旅游业利用外资的典范。

1992 年 10 月 4 日，国务院正式批准建立北海银滩国家旅游度假区，铸造了北海市的第二个里程碑。借此东风，度假区以及北海市的开发建设全面展开，投资热潮一浪高过一浪。这时，共和国的总理来到了北海，来到了银滩，在赞美银滩的同时充分肯定了北海的做法，指出，“比较现实一点来说，我看北海现在就是要集中力量把这个度假区建设好，自我周转呀！”并提出“应通过旅游积累资金”“可以通过旅游来招商”的思路，北海决策者正式按照这一思路，将度假区作为北海

市的龙头进行重点开发和包装，基础设施优先配套银滩，大型活动特意安排在银滩，投资项目重点保证银滩，使银滩成为北海投资热潮中的最热地段，地价炒到全市最高，土地很快规划出让完毕，在北海的大小公司、机构都想在银滩争得一席之地。还创造了一批独具银滩特色的项目，如沙滩排球、沙滩高尔夫球、大型激光音乐喷泉“潮”等，并在银滩成功地举办了“北海第二届国际珍珠节”开幕式，以此带动了度假区的建设和北海市的投资热潮，从而形成了巨大的银滩效应，奠定了以“区域经济协作”和“成片开发”为主体的“北海模式”的实践基础。

从历史的角度看，银滩的包装是成功地，这是北海的一张王牌，银滩效应的辐射力是巨大的，推动了“北海模式”全面开展。继银滩西区（包括一期、二期工程）开发以后，银滩东区全部由外资进行成片开发，度假区成片开发面积达 14.37 平方千米，占整个度假区陆地总面积的 76%，由协议外资开发的面积为 13.23 平方千米，占成片开发面积的 92%。到 1994 年底，银滩西区已建成项目 52 个，建筑面积 11.1151 万平方米，在建项目 71 个，建筑面积 59.7548 万平方米，已投入资金 12 亿元人民币。度假区的建设速度和规模均排在全国 11 个国家级度假区的首位，同时在北海市各开发区中也名列榜首。以成片开发、旅游资源投资、房地产开发热为内容的北海投资热，在度假区统一成一体，并实实在在地体现了出来。1993 年宏观调控之后，度假区大多数在建项目没有停下来，海泰公司继续投入 2.5 亿元确保“恒利度假中心”建设的顺利进行，并投资 1234 万美元购进了亚洲最豪华的邮轮“恒利号”。1994 年审批各种项目 18 个，协议总投资 1.61 亿美元，其中外资项目 9 个，协议总投资 1.48 亿美元，到位资金 7.288 万美元，其中外资 6.582 万美元。在低潮中仍有这么多外商及国内的公司看好北海，看好银滩，可见北海优势和银滩的吸引力，这是银滩效应在起作用。

在银滩效应产生的过程中，逐步形成了一系列超常规的办事程序，低门槛的优惠政策，高效益的开发经验，从而形成了全新的领导形象，这是“北海模式”的配套软件。改“四问”为“四不问”，松绑放权，让市场配置资源的做法起源于银滩；银滩效应提高了北海的知名度，引发了投资开发热潮，使北海的决策层达到了“知名度也出生产力”的共识；杨恒利先生牵头在银滩兴建“恒利度假中心”，从考察到签约不到 1 个月，从签约到项目全面开工建设不到 20 天。市政府制定了一套“简化办事程序，提高办事效率”的制度和措施，建立了联合办公制度和书记、市长及主管部门现场办公的做法，采取了一系列更加优惠让利政策和服务的同时，北海市将通过土地积累的资金全部投入到基础建设中，仅 1993 年就投入了 31 个亿，大大地改善北海的投资环境，提高投资者的积极性。形成了投资的“漏斗效应”，当地称为“挖坑积水”经验或模式，这也是银滩效应的产物。

北海的大开发，是在没有中央号召，没有国家给钱搞建设的情况下，依靠自身的改革，依靠政策对头，靠北海人民自己实实在在地干出来的，是邓小平理论指导的一次伟大的改革实践，解放思想，实事求是，一切从北海的实际出发，造就了北海的辉煌，在这大潮中，银滩效应功不可没。然而，既然是摸着石头过河，就没有不湿脚的，银滩效应也有它的副作用，度假区的战线拉得太长，北海的摊子一下也铺得过大了，度假区由于房地产的投资热，也产生了城市化的倾向；由于建设的超前，使基础设施严重滞后；资源与环境的保护也面临着较大的危机；还有北海的社会治安、物价还不尽如人意等，值得反思。但这些都是发展中出现的问题，也只有在发展中才能得到解决和完善。值得庆幸的是，经过 1992、1993 年的高潮，北海快速完成了原始积累，实现了跨越式的发展，搭起了大北海的框架，知名度享誉海内外，并与西南各省市、国内外各方力量组

成了经济协作战线；又经过 1994、1995 年低潮时冷静的思考和全方位的调整，北海的区位优势 and 资源优势的价值越来越显现出来。北海这架“飞机”已经起飞，要让它停下来是不可能的。这说明“北海模式”是成功的。

北海，潮起又潮落，这是大自然的法则，也是社会发展的规律。在新的浪潮来临之际，通过银滩效应与北海模式的研究，得到一些有益的启示：

首先，观念要进一步更新。可以说没有观念的更新和思想的解放，就没有 1992、1993 年的北海大潮。正如钱塘观潮，平静的后面是势不可挡的第二次大潮正在袭来。现在的问题是我们是否已经准备好。可以说在第一次大潮中，北海主要是背靠大西南，眼睛主要向内。而在第二次大潮来临时，北海应主要面向东南亚，面向日本、韩国，面向北美和欧洲，眼睛应主要向外。

其次，要及时调整产业结构和区域分工，营造最佳的投资环境。1992、1993 年的北海投资热就其本质来看主要是房地产热，所谓旅游投资热只是表面现象，真正的旅游度假项目启动不多。因此，要从单一的房地产业向多种行业转化，要客观地分析北海的区位优势 and 资源优势，尽快建立起能够支撑起整个大北海的支柱产业。大工业是必不可少的，但其投资大，周期长，回收低，加之北海的底子薄，难以形成优势，因此，一些短、平、快劳动密集型的加工产业不容忽视；商贸业应加强，要以大商贸兴大北海，并以大型专业批发市场为龙头，大进大出，充分发挥北海大通道集散地的作用；高效农业要倾斜，规模农业是方向；金融业要有所突破，在引进国（境）外金融机构上做文章，以适应北海进一步大开发的需要；还有旅游业不能小看，“开放带来旅游，旅游促进开放”，旅游是综合性的行业，也是北海的优势。总之，应以第三产业为龙头，形成合理的区域空间分布结构，严格控制，避免“一窝蜂”的现象，要引导外商在扩大投资领域上做文章，但最重要的是要给投资者创造发展的机会，而不单是提供土地和优惠政策。

再次，北海要有新包装，新形象。尤其是整体的包装，高层次的包装。1992、1993 年北海的辉煌是用廉价的土地换来的，这是原始的、低层次的。就像出口原料一样，别人加工精做后又卖给了我们，这是不划算的。因此要在项目的策划、地域的优势和行业的配套上做文章，大多数房地产项目要重新包装，形成一些拳头项目产品和有特色的地域，从这种意义看，银滩也要重新包装，要有大银滩、大旅游的观念。其实，银滩的概念也是逐步扩大的，开始只是白虎头（银滩一期），后来扩大到银滩二期，再到银滩东区，现应将西到冠头岭，东到合浦白龙珍珠城（旧址），南到涠洲岛都划入国家旅游度假区，形成“滩岛模式”，从而将国家级度假区范围扩大。这样，度假区优惠政策的使用范围也扩大了。这些地段，现在也是搞旅游度假，分散建设，自相残杀，难以形成优势。集中起来，便于管理，利于包装和整体推销，也可充分利用政策，从而在国内外形成北海度假旅游的特色和规模，以吸引更多的外资，避免这些地段没有政策配套、难以启动的困难，另外要做到面中保点，以点带面，尽快配套完善美化好银滩西区，使其上规模，上档次，尽快形成气候，以带动涠洲岛及合浦星岛湖度假区的开发。同时要特别注重保护和发挥银滩的资源优势，严格控制潮上带沙滩的建设，尽量减少在潮间带沙滩建设，以保持岸线的自然状态。还要加大度假区的宣传促销力度，按国际度假模式和惯例对度假区的项目进行包装，尽快将银滩推向国际市场，迎接第二个北海大潮的到来。