

风景名胜资源产权的 经济分析

以自然旅游地为例

**Economic analysis on scenery resource property rights:
A case research on natural scenic sites**

胡 敏/著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

风景名胜资源产权的 经济分析

以自然旅游地为例

**Economic analysis on scenery resource property rights:
A case research on natural scenic sites**

胡 敏/著



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

风景名胜资源产权的经济分析: 以自然旅游地为例/胡敏著. —武汉: 武汉大学出版社, 2011.6

ISBN 978-7-307-08848-1

I. 风… II. 胡… III. 风景名胜—旅游资源—产权—经济分析 IV. F590.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第116399号

风景名胜资源产权的经济分析—以自然旅游地为例 胡敏 著

策 划: 大春文化

执 行: 杭州沃尔德教育信息咨询有限公司

责任编辑: 张歆婕

封面设计: 祁睿一

责任校对: 汪志鸿

版式设计: 黄凤英

出 版: 武汉大学出版社

印 刷: 浙江良渚印刷厂

开 本: 710mm×1000mm

印 张: 10.375

字 数: 170千字

版 印 次: 2011年6月第1版 2011年6月第1次印刷

I S B N : 978-7-307-08848-1/F·1543

定 价: 36.00元

版权所有, 侵权必究

内容简介

本书结合产权理论和契约理论,以委托——代理模型中的不对称信息作为研究的切入点,旨在通过模型及相应的数据模拟说明,风景名胜资源的管理责任和权利可以通过在公共部门和私人部门之间的分配,达到提高资源管理效率的目的。也就是说,可以设计出最佳资源保护契约,在实现资源保护目标的同时,获取旅游休闲服务私人生产的效率收益。模型分析还表明,公共部门对私人部门的授权程度可以根据资源价值特征和资源的保护成本通过选择保留多少信息来决定。为此,本书分为三个部分共六章。第一部分说明风景名胜资源产品私人生产的可能性,并确定资源保护契约设计的关键变量;第二部分建立模型并进行数据模拟,分析影响契约效率的关键因素;第三部分,对现实案例进行解释,并分析各案例的资源管理效率,提出改善资源管理效率的政策建议。全书主要内容如下:

第一部分包括 1、2、3、4 章。第 1 章是导言,介绍旅游界和管理部门在风景名胜资源私人管理上的争论。第 2 章,通过对风景名胜资源产品及其属性的细分,确定自然旅游地提供旅游休闲服务和资源保护两种产品,并从经济学界对公共产品私人生产可行性进行理论分析,从而说明自然旅游地旅游休闲产品私人生产理论上的可能性。第 3 章,从风景名胜资源管理现状说明自然旅游地产品私人生产的现实性。第 4 章,分析风景名胜资源所有权背后与旅游休闲产品生产有关的产权结构,提出风景名胜资源产权契约概念,分析这一产权契约作为保护性契约的实质,以及这一保护性契约得到有效执行的外在制度基础和内在执行机制,然而信息不对称就成为保护性契约设计面对的普遍性状况。

第二部分指第 5 章。建立自然旅游地旅游休闲产品私人生产的委托——代理模型,设计出完全信息(fi)、隐藏保护努力(he)、隐藏资源价值特征(ht)和既隐藏保护努力又隐藏资源价值特征(he/ht)四种信息状态下的既满足参与约束,又满足激励相容约束的保证资源得到有效保护的激励结构。通过数据模拟,计算各信息状态下转移支付规模和保护契约的效率,分析高质量资源所占比例和保护成本的大小对契约效率的影响,最后分析

模型的真实性并提出契约设计的政策建议。

第三部分指第6章。根据资源价值的粗略估计,分析三个价值层次和五个案例的公共部门与私人部门之间资源管理责任和权利的分配状况,根据模型的结论解释这种分配的合理性,同时,分析不同授权程度对资源管理效率的影响。最后总结现阶段的这种责任权利分配存在的问题,揭示这种管理模式可能出现的消极影响,并提出相应的政策建议。

目 录

1 导 言	(1)
1.1 研究对象、背景及主题	(1)
1.2 相关概念界定.....	(7)
1.3 研究框架.....	(8)
1.4 可能的创新.....	(10)
2 风景名胜资源产品及其生产	(11)
2.1 自然旅游地提供的主要产品.....	(11)
2.2 自然旅游地产品的性质.....	(17)
2.3 自然旅游地产品的供给和生产.....	(24)
3 我国风景名胜资源管理的法律和制度基础	(28)
3.1 自然旅游地的发展目标和分权管理模式.....	(28)
3.2 自然旅游地管理的政策法规及管理现状.....	(32)
3.3 风景名胜资源的产权结构和地方政府的选择.....	(37)
4 风景名胜资源的产权契约	(41)
4.1 产权、交易与契约	(41)
4.2 产权契约.....	(46)
4.3 风景名胜资源的产权契约.....	(49)
5 不对称信息下最佳资源保护契约设计	(63)
5.1 信息状况和模型建立.....	(63)
5.2 不同信息环境中的最佳资源保护契约.....	(70)
5.3 数据模拟.....	(78)
5.4 模型真实性分析及契约设计的政策含义.....	(88)

6 风景名胜资源新产权结构案例分析	(96)
6.1 总体资源价值一般的自然旅游地.....	(96)
6.2 总体资源价值中等的自然旅游地	(115)
6.3 总体资源价值较高的自然旅游地	(123)
6.4 启示和政策建议	(132)
参考文献	(138)
后记	(149)

1 导 言

本章首先由我国风景名胜资源发展和研究现状引出风景名胜资源产权的问题,分析资源特征及资源保护信息对资源保护的意义,接着对风景名胜资源的相关概念进行界定,然后简要地描述本书的分析框架和可能的创新。

1.1 研究对象、背景及主题

1.1.1 研究对象

风景名胜资源是我国旅游资源的重要组成部分。风景名胜资源也称景观、风景资源、景观资源、风景旅游资源,它是指能引起审美与欣赏活动,可以作为风景游览对象和风景开发利用的事物与因素的总称,包括山河、湖海、地貌、森林、动植物、化石、特殊地质、天文气象等自然景物和文物古迹、革命纪念地、历史遗迹、园林、建筑、工程设施等人文景物和它们所处环境及风土人情。风景名胜资源是构成风景环境的基本要素,是风景区产生环境效益、社会效益、经济效益的物质基础。

从风景名胜资源的资源吸引力这一核心概念理解,我国的风景名胜资源主要存在于:自然保护区、文物保护单位、风景名胜区、地质公园、森林公园、水利风景区中^①。各类别风景资源集合区存在一定的重叠和交叉,风景名胜区内有众多的文物保护单位,并且同时可能是地质公园、森林公园和水利风景区^②。如浙江温州的雁荡山,南雁、中雁、北雁统称为国家重点风景名胜区,其主体景区(北雁荡)又属于国家地质公园。依据各资源集合区的审批体制,可以粗略地认为,我国的风景名胜资源主体主要集中在风景名胜区和自然保护区内。截至 2009 年底,我国共有省级以上风景名胜区 698

① 资源保护与利用的业务指导分别归环保部门、文物部门、建设部门、国土资源部门、林业部门和水利部门。

② 自然保护区只有约 1%面积与风景名胜区的重叠。

个,总面积 18.15 平方公里,约占国土面积的 1.89%;共有各种类型、不同级别的自然保护区 2012 个,保护区总面积 122.69 万平方公里,约占国土面积的 12.78%;其中,国家重点风景名胜区和自然保护区分别为 208 个和 247 个。由于风景名胜区和自然保护区占据了我国风景名胜资源的主要部分,并都以自然资源为主要依托,存在资源特征和产权特征上的共性,因此,本书将研究对象确定为以自然资源为依托的、列入自然旅游地发展名录的这些区域或类似区域,以区别像秦始皇兵马俑、北京故宫、古镇古村落等历史文化为基础的旅游区域。

1.1.2 研究背景

风景名胜区是指“具有观赏、文化或者科学价值,自然景观、人文景观比较集中,环境优美,可供人们游览或者进行科学、文化活动的区域”。^① 自然保护区是指“对有代表性的自然生态系统、珍稀濒危野生动植物物种的天然集中分布区、有特殊意义的自然遗迹等保护对象所在的陆地、陆地水体或海域,依法划出一定面积予以保护和管理的区域”。^② 自然保护区允许自然保护区管理机构在“不影响保护自然保护区的自然环境和自然资源的前提下,组织开展参观、旅游等活动”。因此,风景名胜区和自然保护区内依法进行的旅游活动并不存在法律上的障碍。《风景名胜区条例》和《中华人民共和国自然保护区条例》没有明确风景区和保护区内旅游活动的营利或非营利性质,自然保护区明确由自然保护区管理机构组织旅游活动,而风景名胜区则只明确了相关管理机构在风景区内保护、利用、规划和建设上的管理职责,却没有明确其组织旅游活动的功能,但从风景名胜区发展历史看,存在明确管理机构的风景区一般由管理机构进行旅游活动的组织。这一情况在 1997 年以后发生了变化,民营企业、国有企业开始在风景名胜区内组织旅游活动,以旅游活动组织为特征的旅游经营权开始出现。

在发展社会主义市场经济以前,组织风景名胜区和自然保护区内的旅游活动被当作一项事业而非当作一项经济来发展。20 世纪 80 年代和 90 年代初,由于我国国民收入较低、旅游需求并不旺盛,因而旅游组织与旅游需求、资源保护的矛盾并不突出。由于经济效益不明显,资源并不稀缺,风

① 参见国务院:《风景名胜区条例》,2006-09-19。

② 参见国务院:《中华人民共和国自然保护区条例》,1994-10-09。

景名胜资源产权基本上不存在争议,风景名胜资源所有权暗含的政府保护责任与旅游经营权带来的收入预期之间的差距并不大。但从 20 世纪 90 年代中后期开始,旅游需求特别是国内旅游需求开始快速发展,1991 年我国国内外旅游总人次为 3.1 亿人次,到 1996 年已达到 7.9 亿人次,是 1991 年的 2.5 倍。2003 年,我国虽然经历了“非典”,但旅游人次仍达到 8.7 亿人次,这一年还是我国旅游业发展的一个转折年。国内生产总值比上年增长 9.1%,达到 11.67 万亿元,人均国内生产总值突破 1000 美元。国际上一般认为,当一个国家或地区的人均国民生产总值达到 800~1000 美元时,居民将普遍产生国内旅游的动机。这标志着我国旅游需求将走向普遍化和大众化,外出旅游成为人民生活的重要组成部分。旅游业随后的发展也证明了这一论断。到 2010 年,我国旅游总人次达到 24.38 亿人次,国内生产总值达到 39.8 万亿元,人均国内生产总值将近 3000 美元。3000 美元的人均国民生产总值,必然会激发国民旺盛的休闲度假旅游热情,旅游者对旅游体验的质量要求也将显著提高。随着旅游人口的不断增加,风景名胜资源的稀缺性也会随着旅游业的快速发展逐渐体现出来。它不仅体现在资源特征表现出来的生态价值、历史价值、科学价值等的稀缺上,还体现在旅游、休闲、教育、美学等风景名胜资源的非产出型价值在对旅游者而言的稀缺上。因此,随着旅游需求市场的发展,风景名胜资源在旅游休闲方面的稀缺程度增加了。当非营利性休闲旅游发展没有得到财政、制度和法律上的保证时,风景名胜资源营利性旅游的开发却在市场需求推动下悄然发展起来(朱建军,2004)。

在现实中,风景名胜区产权问题的出现与旅游需求市场发展状况在时间上是相吻合的。1996 年,3 处国家重点风景名胜区的管理机构通过风景区内旅游经营企业改制,成立股份公司并成功实现了上市,三家上市公司分别是黄山旅游、张家界和峨眉山。这些上市公司与风景名胜资源的密切关系主要表现在:将景区门票收入的 40%~50%作为主要经营项目,其他经营项目则包括与风景区旅游相关的饭店、旅行社、车队和索道等。风景名胜资源产权争议主要在企业上市所体现出的企业逐利本性与资源保护上产生分歧。持否定态度者认为,国家风景名胜区旅游经营企业上市的实质是国家风景名胜资源上市,企业化经营将风景名胜资源营利性开发与非营利性保护捆绑在一起,在面临不同强度激励时,企业将产生交叉补贴,使资源配置发生扭曲,风景名胜资源的保护将得不到保证,并且会弱化和放弃风景名

胜资源的社会公益性(中科院环境中心课题组,1999;张昕竹,2000;徐嵩龄,2000)。持肯定态度者认为,国家风景名胜资源上市是景区的管理公司及其下属公司上市,而非国家风景名胜资源本身。旅游景区管理公司只拥有景区的管理权和经营权,而不拥有自然景区的财产权。景区企业上市融资将给企业形成强大的发展后劲,同时也有利于资源保护;上市还将使国有企业经营透明化,有利于提高效率,避免民营企业作为主体来经营风景名胜区旅游业而带来的道德风险。(魏小安,2000;张凌云,2000)。风景名胜资源经营企业的上市计划结束于1999年5月建设部做出的“暂停国家重点风景名胜区旅游企业上市”的决定。三家上市公司的示范效应和潜在的新的融资渠道,使大多数已开发的自然旅游地都采用了黄山风景区“一套班子,两块牌子”^①的“所有权与经营权分离”^②的管理经营模式。风景名胜资源经营企业的上市计划也始终在进行,武夷山、九寨沟等自然旅游地旅游经营企业的上市计划都已经酝酿良久。

涉及主体变更的风景名胜资源所有权与经营权分离问题,则起始于1997年民间资本参与风景名胜资源的开发与经营。1997年,湖南省分别以委托经营和租赁经营方式出让^③张家界黄龙洞和宝峰湖的开发经营权。已开发的风景名胜区也通过旅游企业的改制进行了景区经营权的转让。2000年,全国出现了首个风景名胜资源旅游经营企业改制实现经营权转让的案例,浙江富春旅游股份有限公司将49.6%的国有股权整体转让^④浙江金都实业有限责任公司,桐庐一半山水景区的旅游经营权也交给了民间资本。截至2002年,全国至少有19个省、自治区、直辖市,300多个大小不一的景

① 所谓“一套班子,两块牌子”是指风景名胜区管理机构同时也是旅游经营公司,同一班人,既负责风景区的保护、规划、管理和建设,同时进行旅游经营。比如,黄山风景区管理委员会,同时也是黄山旅游集团,黄山旅游发展股份有限公司则是黄山旅游集团下的一个子公司。

② 相关文献对风景名胜区经营权并没有给出一个准确的定义,一般来讲,企业拥有了经营权,就拥有了整个风景名胜区或景区内某个景区的旅游活动所有环节的市场化运作权力。在实际操作中,取得景区经营权的企业一般获得了一定年限内景区资源的控制权和剩余索取权。

③ 风景名胜区经营权出让一般指未曾开发的景区,将建设和以后的旅游经营活动交由受让企业承担;而转让主要是指已经组建管理机构或企业进行开发经营的景区的经营权变更。

点加入了出让、转让经营权的行列(王小润、白锋哲,2002)。经营权出让、转让似乎成为转型期景区改革的必由之路,引起学术界广泛重视和激烈讨论,资源保护依然是两权分离与否的焦点。赞成者认为,景区所有权和经营权分离是经营方式的转变,并不一定带来景区环境的破坏(张广瑞,2001);从现有实践看,开发主体(行政机构或企业单位)并不是资源有效保护的必要条件,企业经营、资本运作模式并未导致资源的破坏。相反,资源与环境的保护得到了加强(王兴斌,2002);而对于大多数景区而言,两权分离是景区改革发展的必由之路(钟勉,2002;汪德根等,2003)。反对者则认为,风景名胜资源是国家所有的、不可再生的资源,企业拥有主导经营权会较少增加资源保护投入,使资源保护标准“降格”,并可能带来“以企代政”,危及景区保护(郑易生,2002;厉以猷,2002);有学者提出,在现阶段风景名胜区旅游经营权必然存在的情况下,风景名胜区应该交由非营利性企业经营,以实现风景名胜区的多重目标(徐嵩龄,2002;张晓、郑玉歆,2001)。由于资源保护的措施不同,因此也形成了资源管理上的两大阵营:以旅游业者和旅游研究者组成的“经营权转移论”和以中科院环境所和北大世界遗产研究中心为核心的“国家公园论”^①。

上述两类产权问题的讨论虽然针对的实际情况不同,但争议的焦点是相同的,都是风景名胜资源企业化经营与资源保护之间的矛盾。后者由于民间资本的介入,其营利性目标更明确,因此也产生了更广泛的对资源保护的忧虑。对于两权分离和经营权的出让、转让,学界和业界仍然争议不断。但随着两权分离实践的增多,近年来部分学者的研究已不再局限于经营权是否可以转移,而是转向讨论什么样景区的经营权可以转移、由谁转移、转移给谁、转移的程度如何、如何确定经营年限、转让价格、转移后采取什么样的新型资源管理模式等技术性问题(杨广虎,2002;车亮,2003;张进福、王兴斌,2002;杨振之,2002;罗佳明,2003;高元衡,2007;孙永龙、李国庆,2008;邱峰、刘洪利,2010)。郑向敏教授(2005)认为,为保证景区(点)经营权转让的成效,在经营权转让的制度安排中应重视和强调:(1)转让对象(即经营

^① 国家公园体系起源于美国。美国现有国家公园 368 处,统一由联邦政府内政部下属的国家公园管理局直接管理。国家公园归国家所有,属公益性质,公园管理与保护资金主要由中央政府投入,严格限制门票等费用的征收,并绝对不允许国家公园管理局下达创收指标。几乎每个国家公园都制定相关法规来约束与国家公园管理相关者的行为。

者)选择;(2)旅游资源价值及景区(点)经营权转让价格评估;(3)转让程序的透明规范、转让手续公正合理;(4)转让后监督与评估的科学性与有效性;(5)转让后资源保护的相关制度约束。风景名胜资源有关产权的争论还将继续和深化,它已经成为我国现行风景名胜资源研究领域的前沿问题之一(彭德成等,2003)。

1.1.3 研究主题

“产权是一些社会制度。这些制度界定或划定了个人对某些特定的财产,如土地或水,所拥有的特权范围。”^①风景名胜资源的产权结构势必对资源使用决策的制定产生至关重要的影响,也会因此影响资源使用和资源保护的行为和绩效。风景名胜资源是一种特殊的资源,存在利用价值和非利用价值^②,当研究旅游业与风景名胜资源之间的关系时,就存在资源保护和旅游休闲价值之间的取舍(trade-off)问题。而产权作为一种最基本的激励工具,首先成为这一取舍的最基本取向,经营权移转论和国家公园论就是对风景名胜资源产权中旅游经营权的两种选择。

学者们从发展实际、管理经验和面临问题等角度对风景名胜资源产权问题进行的多方面的研究,结论观点可能是冲突的,但有两个重要方面是没有争议或被假设为理所当然的:风景名胜资源需要保护,自然旅游地的旅游经营影响资源保护。相左观点来自于更深层次的争论。对于风景名胜资源的保护,“国家公园论”者则强调了资源惟一性、不可再生性和脆弱性,因此大多将所讨论的资源限定在世界遗产和国家重点风景名胜区内,并由资源的自然、历史特性推导出保护的重要性,拒绝景区旅游的企业化经营;而旅游研究者则从实践和市场角度出发,认为旅游发展必须以资源保护为基础,强调了旅游发展与资源保护的非矛盾性。有些学者也从资源性质角度对景区类型进行了划分,认为世界遗产、“人与生物圈”计划项目、自然保护区、地质公园、保护性湿地、重点文物保护单位和高级别原生型景区不允许整体出让或转让景区经营权,但应该允许出租或出让旅游服务项目经营权;而不以保护为首要目的的景区和惟一性不显著的省级及以下风景区的经营权则可以整体出让或转让(张进福,2004)。其实,风景区内旅游服务项目的经营权

① 利贝卡普:《产权的缔约分析》,中国社会科学出版社,2001年版第1页。

② 有关风景名胜资源的利用和非利用价值将在第2章讨论。

问题一直没有争议,而争议的焦点在于风景区整体或其中某些景区的整体经营权上,这也是本书讨论的主要对象。根据资源的价值类型进行保护,也是学界的一致观点。本书研究的一个目的就是,将资源价值与旅游经营权转移之间的关系模型化,以期待发现其中更多的经济含义。

关于旅游经营权对资源保护的影响,经营权转移论者强调了风景区的发展(魏小安等,2002),国家公园论者强调了遗产本身的质量指标,并认为这些指标的价值被遗产资源地不当旅游业的发展所破坏(徐嵩龄,2002b)。相互矛盾的是,黄山风景名胜区同时被双方作为用来证明自己观点的例子(王兴斌,2002;徐嵩龄,2002b)。其实,争论双方产生这种分歧的关键,不是企业经营权问题,也不是经营主体问题,而是风景名胜资源质量的信息问题。对学者而言,这一资源质量信息是其学术观点的论据,可能对资源并不会造成直接的影响,但对资源管理者而言,这一信息作为决策依据将直接影响资源的未来发展。风景名胜资源的质量信息问题,包括两个方面:一是质量指标;二是信息传递。前者是技术问题,后者却不那么简单。自然旅游地旅游经营者与所有者之间的分离,表明资源质量的信息分布在两者之间是不对称的,并且这种不对称程度对于不同的自然旅游地特征可能也是不同的。以资源管理者身份出现的政府(或上级政府),将提高管理效率作为其始终必须面对的课题,当他们面对不同的资源信息时,很自然地会在资源的保护责任和资源的旅游利用价值之间进行选择。以一种产权模式(管理机制)来解决不同信息状态下的资源管理问题,显然不可能保证不同情况下的资源管理效率处于同一水平。

由于风景资源保护在政治和社会伦理道德上成为一种基本价值取向,鉴于资源的不同特征和资源管理信息问题,因而资源保护下的产权合约能否实现资源管理的多重目标?资源的权利和责任该如何在公共部门与私人部门之间分配,才能确保资源管理目标的实现?正如学术界争论的一样,确实是值得讨论的问题。

1.2 相关概念界定

本书主要是运用成熟的经济理论对风景名胜资源产权变更的资源管理效率进行分析和研究,并将解释和分析层面定性在私人资本参与景区景点的开发经营上,因此有必要解释一些与自然旅游地相关的术语。

自然旅游地:以自然资源为基本旅游吸引力,具有一定规模和范围,可供人们游赏、休息或进行科学、文化活动的地区。本书中的自然旅游地主要是指风景名胜区 and 自然保护区。

旅游休闲服务:指自然旅游地以其丰富的自然资源形成的优良环境,它们为旅游者提供了旅游休闲活动的机会。

旅游休闲产品:是自然旅游地提供有关旅游的综合产品,包括旅游休闲服务和资源保护两个方面。

景区:根据风景资源类型、景观特征或游人观赏需求而将旅游地划分成的一定用地范围。本书的概念偏重于游人观赏需求,景区可大可小,大的可包括整个风景名胜区、自然保护区、森林公园、地质公园等,小的可以仅指一条生态沟、一个溶洞及相关区域。

景区旅游经营权:书中有时直称经营权、旅游经营权,指旅游企业在一定时期内对景区中风景名胜资源占有、使用和享有收益的权利。

资源旅游发展权:是将自然旅游地资源用于发展旅游业的权利,它是一种可以与资源所有权分割而单独处分的产权,由于涉及的产权主体较多,一般以独立形态出现,也就是说,政府或企业可以只拥有资源的旅游发展权,而不拥有资源所有权。

环境容量:环境对游人的承载能力。一般分为三个层次:生态的环境容量(生态环境在保持自身平衡下允许调节的范围)、心理的环境容量(合理的、游人感觉舒适的环境容量)和安全的环境容量(极限的环境容量)。

提供者、生产者和旅游者:计划和安排自然旅游地旅游资源供给的人和实际从事建造、维护或采取行动确保资源系统本身长期存在的人,分别称为“提供者”(providers)和“生产者”(producers),旅游资源的真正消费者称为旅游者(tourists)。

1.3 研究框架

本书是在调研多家景区真实案例基础上形成的。通过对所搜集的浙江省临安市浙西大峡谷、太湖源、大明山以及安徽省黄山等案例的分析,说明通过合同对风景资源进行的管理在实际中有其可行性。但从资源保护角度出发,私营企业介入风景资源管理,强烈的追求利润动机,确实有可能破坏资源。那么在经济理论上,能否设计出一种契约机制,既能实现资源保护目

标,又能提高资源利用效率呢?合同理论的三种研究方向(代理理论、模糊合约理论和不完全合约理论)中的委托——代理理论很适合于研究风景资源的这一管理模式。地方政府和企业之间在资源保护努力和资源价值特征上的信息不对称,使地方政府选择了不同的合约方式。研究发现,高价值资源的比例、资源保护成本等能帮助地方政府设计出激励相容合约,并合理分配管理部门与私人企业对资源的权利和责任,进而达到既完成资源保护目标,又提高旅游经营收入的目的。为此,全书按照如下思路展开:

第2章,根据生态经济学的研究成果和方法,确定自然旅游地提供两类产品——旅游休闲服务和资源保护,并从公共产品私人生产的可行性角度出发,从理论上进一步说明旅游休闲产品作为一个混合产品私人生产的可能性。

第3章,从我国风景名胜资源管理体制和法律规章角度入手,分析我国自然旅游地旅游休闲产品私人生产的法律依据和制度依据,以及地方政府为什么在自然旅游地发展上有积极引入私人资本的偏好,从管理体制机制上说明旅游休闲服务产品私人生产的现实性。

第4章,从产权概念角度分析风景名胜资源产权契约中与自然旅游地旅游经营有关的产权结构,并发现通过产权契约中的保护性契约,在外在制度和内在机制的共同作用下,能够使私人企业提供有效的资源保护产出。但内在机制存在一个关于委托人与代理人之间在资源价值特征和资源保护努力方面的信息不对称问题。

第5章,这是本书的核心。通过建立的委托——代理模型,发现能够设计出一个激励相容的合约,以实现最佳资源管理效率,从而解决委托人与代理人之间在资源价值特征和资源保护努力上因信息不对称而产生的道德风险和逆选择问题。对这一模型进行静态的数据模拟,模拟结果表明:高价值资源的比例、资源保护成本的大小、高价值资源和低价值资源保护成本之间的差异以及保护努力所达到的资源保护目标的概率等都将影响保护契约的效率,政府因此也可以根据保护契约的效率状况,通过对信息程度的选择来进一步提高资源的管理效率。

第6章,根据信息租金状况的不同,分别对临安浙西大峡谷、太湖源、大明山,淳安千岛湖和安徽黄山进行案例分析,以检验委托——代理模型发现的一些变量对这些景区产权契约选择的解释力,并在这些分析的基础之上提出风景资源管理的政策建议。

1.4 可能的创新

通过产权结构和委托代理模型的分析,本书可能在以下几个方面取得理论创新:

1. 认为自然旅游地中的风景资源提供了两种产品——旅游休闲服务和资源保护,然而两者的生产,可以在公共部门和私人部门之间通过重新分配权利和责任而实现联合生产。

2. 重新确定了风景资源的产权结构,认为进行旅游经营的自然旅游地资源有初始使用权、租金收益权和旅游发展权。

3. 认为通过产权契约进行的资源保护,存在外在制度建设的可行性和内部执行机制中的信息不对称性。公共部门和私人部门之间的信息不对称主要是资源价值特征信息和私人部门的保护努力信息,这需要通过设计激励相容合约来解决相应的道德风险和逆选择问题。

4. 在保护契约的设计中,资源特征价值的比例、资源保护成本的大小、保护努力能够达到保护目标的概率、高价值资源和低价值资源之间保护成本的差异都将影响保护契约的效率。

5. 管制者可以根据高价值资源信息租金的大小,选择保留信息的程度,并因此确定自然旅游地风景资源在公共部门与私人部门之间权利和责任的分配,从而提高资源管理效率。

6. 数据模拟表明,随着自然旅游地高价值(h)资源比例的增加,隐藏努力(he)和隐藏资源特征(ht)的保护契约的效率与分别隐藏努力和隐藏资源时保护契约效率之和的差将逐渐减少,并在一定比例上出现逆转,这说明:随着高价值(h)特征资源比例的增加,在外部条件相同的情况下,选择双隐藏($he \& ht$)更有吸引力;随着保护成本的增加,对这一差值也有同样的效果。这进一步表明:在其他条件相同的情况下,随着高价值特征资源比例的增加和资源保护成本的增加,在公共部门与私人部门之间分配的信息能够提高资源保护契约的效率。