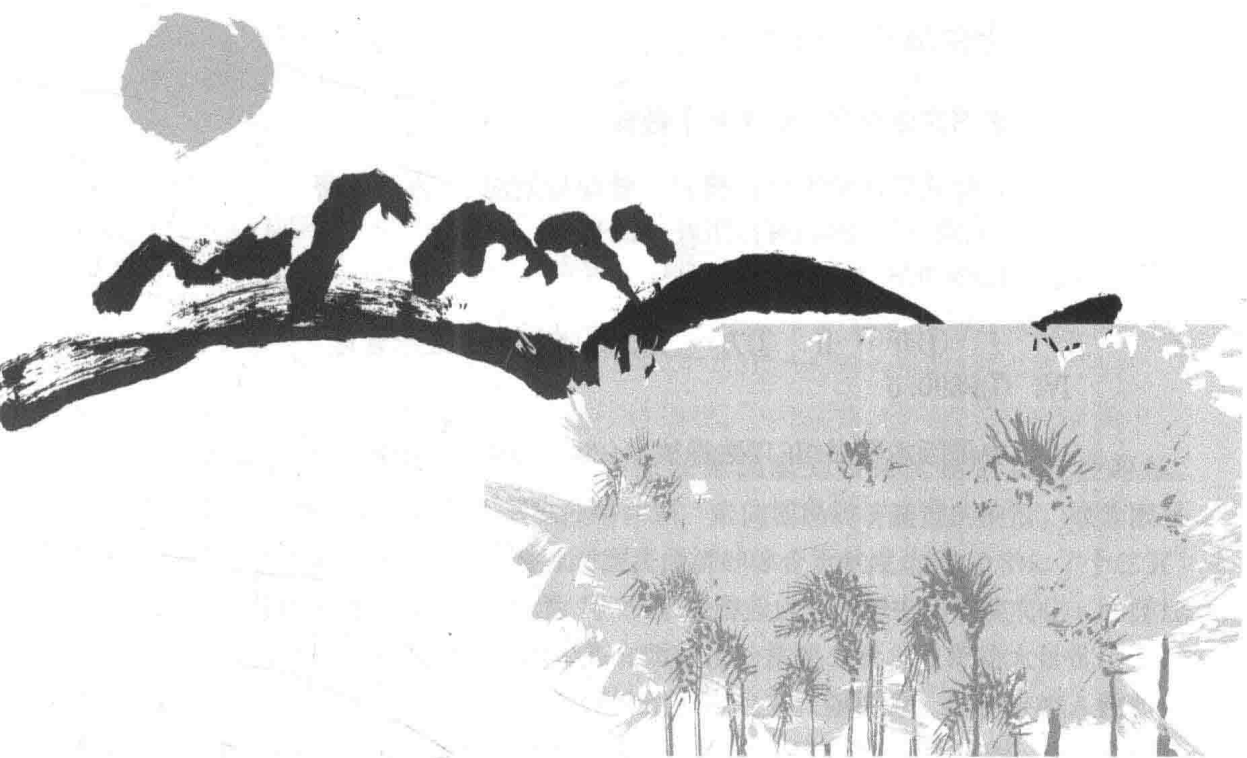




开放式景区的发展： 模式、管理与效应

■方法林 著





开放式景区的发展： 模式、管理与效应

藏书章

■ 方法林 著

北京·旅游教育出版社

责任编辑：刘彦会

图书在版编目（CIP）数据

开放式景区的发展：模式、管理与效应 / 方法林著

— 北京：旅游教育出版社，2018.5

ISBN 978-7-5637-3719-2

I. ①开… II. ①方… III. ①旅游区—经营管理
IV. ①F590.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第077409号

开放式景区的发展：模式、管理与效应

方法林 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010) 65778403 65728372 65767462 (传真)
本社网址	www.tepcb.com
E - mail	tepdfx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	北京虎彩文化传播有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787毫米×1000毫米 1/16
印 张	15
字 数	274千字
版 次	2018年5月第1版
印 次	2018年5月第1次印刷
定 价	49.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前 言

改革开放以来,我国实现了从旅游短缺型国家到旅游大国的历史性跨越。“十二五”期间,旅游业全面融入国家战略体系,走向国民经济建设的前沿,成为国民经济战略性支柱产业。2015年,旅游业对国民经济的综合贡献度达到10.8%。“十二五”期间,旅游业对社会就业综合贡献度为10.2%。旅游业成为传播中华优秀传统文化、弘扬社会主义核心价值观的重要渠道,成为生态文明建设的重要力量,并带动大量贫困人口脱贫,绿水青山正在成为金山银山。国际地位和影响力大幅提升。出境旅游人数和旅游消费均列世界第一,与世界各国各地区及国际旅游组织的合作不断加强。国内旅游、入境旅游、出境旅游全面繁荣发展,已成为世界第一大出境旅游客源国和全球第四大入境旅游接待国。旅游业成为社会投资热点和综合性大产业。“十三五”期间,我国旅游业处于黄金发展期、旅游业结构调整期和矛盾凸显期,将面临很多挑战。主要是旅游业发展的体制机制与综合产业和综合执法的要求不相适应,政策环境有待优化;旅游基础设施和公共服务明显滞后,补短板任务艰巨;游客的文明素质和从业人员的整体素质有待提升,市场秩序有待规范等。随着全面建成小康社会持续推进,旅游已经成为人民群众日常生活的要组成部分。自助游、自驾游成为主要的出游方式。人民群众休闲度假需求快速增长,对基础设施、公共服务、生态环境的要求越来越高,对个性化、特色化旅游产品和服务的要求越来越高,旅游需求的品质化和中高端化趋势日益明显。各国各地区普遍将发展旅游业作为参与国际市场分工、提升国际竞争力的重要手段,纷纷出台促进旅游业发展的政策措施,推动旅游市场全球化、旅游竞争国际化,竞争领域从争夺客源市场扩大到旅游业发展的各个方面。

国内旅游以抓点为特征的景点旅游发展模式向区域资源整合、产业融合、共建共享的全域旅游发展模式加速转变,旅游业与农业、林业、水利、工业、科技、文化、体育、健康医疗等产业深度融合。旅游惠民政策越来越多,旅游景区自杭州西湖实施开放后有更多的地方推行和仿效,但也出现很多的问题,开放式旅游景区(点),相对于封闭式景区(点)可以利用墙和围栏等进行明确的空间划定,它是指没有具体范围限制的空间场所,即无法确切划定这些景点的空间、地域范围,在这样一个开阔的空间里,管理者无法精确地控制出入者的数量,增加了管理难度,因此有必要对此开展研究。本书系全面、系统阐述开方式景区经营管理模式学术专著,共十章,八位具有

中高级职称的旅游景区方面的国内知名专业教师参与了本书的编写工作。各章节作者均有长期从事景区管理研究的相关工作经验，积累了大量的景区资料和研究成果，具有丰富的实战经验和技巧。本书参考国内外最新文献，结合作者的大量实践工作经验，充分阐明了开放式景区的经营思路和治理方法。全书内容丰富、全面、新颖、独特，具有较强的科学性和实用性，力求反映我国当前旅游发展的前沿问题和最新方法，同时注重理论与开放式景区实践密切结合，尽最大可能把最新的研究进展和开放式景区的实践成败案例融入其中。

本书可供不同层次的旅游管理专业、景区管理专业以及政府旅游行政部门相关人员阅读，同时还可作为高校相关专业教学的重要参考书之一。参与著作编写和材料收集的人员有顾至欣、涂玮、尹立杰、倪月犁、丁洁、张晓玲、李鑫，对在编写过程中提供指导和帮助的各位专家表示感谢。

编 者

2018年3月

目 录

第一章 开放式景区研究概述	1
第一节 研究背景及其价值	1
第二节 开放式景区研究的相关理论	6
第三节 开放式景区的研究进展	15
第四节 开放式景区研究的意义	18
第二章 开放式景区发展：差异、问题与措施、趋势	20
第一节 背景与文献综述	20
第二节 开放式景区与封闭式景区之间的差异分析	21
第三节 开放式景区发展存在的问题与解决措施	24
第四节 开放式景区可持续发展趋势	26
第三章 开放式景区经济学研究	29
第一节 公共景区免费开放的理论分析	29
第二节 公共景区免费开放的基础条件	32
第三节 公共景区免费开放的制度分析	37
第四章 开放式景区经营管理模式研究	41
第一节 模式相关概念	41
第二节 景区经营管理模式	53
第三节 开放式景区经营管理模式典型案例	59
第五章 开放式景区管理策略研究	67
第一节 实事求是、因地制宜，选择适合的盈利模式	67
第二节 科学规划、持续创新	70
第三节 强化开放式景区的互联网+智慧旅游的建设	76

第六章 开放式景区游客管理研究	81
第一节 开放式景区游客特点	81
第二节 开放式景区游客管理问题	83
第三节 开放式景区的游客管理路径	84
第七章 开放式景区安全管理研究	87
第一节 我国开放式景区安全问题的主要表现形态	87
第二节 开放式景区安全问题的表现特征	94
第三节 开放式景区典型安全案例	95
第四节 开放式景区的安全治理法律依据	101
第五节 开放式景区安全管理措施及路径	107
第八章 开放式景区交通管理研究	109
第一节 研究背景	109
第二节 基于游客角度比较两处景区交通现状	110
第三节 旅游交通研究	113
第四节 相关理论支撑	116
第五节 国内外部分开放式景区交通治理经验与启示	120
第六节 开放式景区交通治理措施	128
第九章 开放式景区管理保障研究	132
第一节 政府政策保障	132
第二节 相关部门协调机制	137
第三节 社区参与的保障管理	138
第十章 开放式景区综合旅游效应研究	140
第一节 旅游效应概念、类型、特点	140
第二节 旅游效应评价理论	144
第三节 国内外旅游效应研究综述	147
第四节 景区免费开放带来的正面效应	154
第五节 景区免费开放负面效应	157
第六节 开放式景区任重道远	159
附件：江苏省高等学校大学生创新创业训练计划项目	163
基于开放式景区视角下的质量管理研究——以玄武湖景区为例	163
基于开放式景区的质量管理研究——以杭州西湖景区为例	180

基于开放式景区视角下的质量管理研究——以夫子庙景区为例	201
-----------------------------------	-----

参考文献	222
------------	-----

开放式景区研究概述

第一节 研究背景及其价值

一、研究背景

近年来，景区的涨价与免费之争逐渐成为社会关注的热点。对于景区免费开放的各类研究也日渐深入。现实中既有成功的典范，也有失败的教训。景区免费开放的可行性已经能够肯定，但这种可行性并不是普适的，而是需要前提条件的。获取景区免费开放所必需的一般性约束条件，即什么样的景区可以免费开放，以及建立什么样的制度能够保证免费开放制度的稳定。对于我国的经济社会发展，公共福利提升都具有重要意义。同时，这也是公共事物治理领域的一个新探索，即如何在免费进入的制度环境下避免公地悲剧。

很多景区的涨价风潮日益受到社会的关注，2004年北京市率先对颐和园、天坛、八达岭长城、故宫等处世界文化遗产旅游景点的门票价格进行调整，并事先举行了价格听证会，淡旺季平均门票价格上涨了几倍。随后南京雨花台风景区、浙江普陀山景区等门票都有显著上涨。特别是一些名胜景区在申请世界文化遗产成功之后纷纷大幅度提高门票价格，受到了社会各界的广泛质疑。

景区所包含的自然或人文旅游资源往往有一段历史形成过程，其产权应当属于全民所有。同时，景区建设与改造资金来源于当地税收，居民有权利享受这些资源。景区是理应具有明显公益性质的公共物品，不应该成为政府特别是某些职能部门的私有物品，政府应当只是景区的委托管理者。在西方国家，大部分景区都是免费开放或收取极低的门票，因此，我国也开始出现很多景区免费开放的大胆尝试，但免费政策的成效却有显著差别。成功的案例如浙江省杭州市西湖风景区，2002年，西湖环湖南线景区整合工程率先提上议事日程，同年国庆节前夕，老年公园、柳浪闻莺公园、少儿公园和长桥公园的围栏被拆除，几个独立的小公园在打通后成为环湖大公园，向游客

24 小时免费开放;2003 年,“西湖十景”的花港观鱼、曲院风荷相继免费开放……杭州陆续取消了 130 多个景点的门票,免费开放的景区面积达到了 2000 多公顷。杭州也因景区免费真正尝到“撒出一把米,引来一群鸡”的甜头,仅在西湖景区免费的第十个年头,杭州年游客量达到 7487.27 万人次,旅游总收入为 1191 亿元,均是 2002 年的 4 倍。杭州西湖免费有一个出名的“算盘”“241”算法,即让每个游客多待 24 小时,杭州一年旅游收入就会增加 100 亿元。通俗地说,一名游客多待一天一夜,最起码在当地要多消费 100 多元。至今景区不仅良好运转,没有出现任何问题,而且客流量增加,带动了整个市区旅游业及相关产业的发展,取得了良好的经济绩效。杭州市政府在西湖申遗成功后宣布将延续并推广景区免费开放制度,这也是国内目前最典型的景区免费开放案例。很多城市景区也纷纷效仿杭州西湖的免费开放模式,其中目前来看比较成功的是南京玄武湖景区。但同样也有很多不成功的免费开放案例,例如,河南省的龙门石窟,因为客流量过大导致景区过度拥挤,对文物本身造成一定的破坏;广西北海银滩的案例更为复杂,区域经济发展水平、景区区位因素、景区管理体制混乱、地方政府财政预算不足等都影响到了免费开放的成效。现在依然有很多景区在尝试进行免费开放,例如,扬州的瘦西湖景区就通过效仿西湖景区开始渐进式的免费开放进程。

由这些现象我们可以得出两个结论:一是景区的免费开放无疑是可行的,国内外都存在成功的范例;二是这种可行性并不是普适的,是需要前提条件的。因此,有必要对景区的免费开放进行系统深入的研究,以期得出景区免费开放所必需的一般性约束条件。如果明确了什么样的景区可以免费开放,以及什么样的制度设计能够保证免费开放制度的稳定,那么,对我国的经济社会发展,特别是旅游业及相关产业的发展会有重要意义。景区的免费开放还可以充分体现景区的公共福利性质,提高人民群众的生活水平。同时,这也是公共事物治理领域的一个新探索,即如何在免费进入的制度环境下避免公地悲剧。目前而言,虽然有关景区免费开放的相关研究十分广泛,但尚没有从制度分析视角出发,针对具体典型案例进行深入系统的研究,同时对于景区免费开放的前提条件也缺乏经济学角度的分析与总结。因此,本书是具有一定理论与现实意义的。

二、相关概念

(一) 旅游景区

按《旅游景区等级的划分与评定》国家标准对景区的界定,即旅游景区是以旅游及其相关活动(如参观游览、康乐健身等)为主要功能或主要功能之一的空间或地域,具备相应旅游服务设施并提供旅游服务的独立管理区。该管理区应有统一的经营管理机构 and 明确的地域范围,包括风景区、文博场馆、寺庙观堂、旅游度假区、自然保护区、主题公园、森林公园、地质公园、游乐园、动物园、植物园,以及工业、农业、

经贸、科教、军事、体育、文化艺术等各类旅游景区。

经县级以上(含县级)行政管理部门批准成立,有统一管理机构,范围明确,具有参观、游览、度假、康乐、求知等功能,并提供相应旅游服务设施的独立单位是旅游区。

景区质量等级的划分是根据景区质量等级划分条件确定的,按照《服务质量与环境质量评分细则》《景观质量评分细则》的评价得分,并结合《游客意见评分细则》的得分综合进行。经评定合格的各质量等级景区,由全国景区质量等级评定机构向社会统一公告。

景区质量等级划分为5级,从高到低依次为AAAAA、AAAA、AAA、AA、A级景区。景区质量等级的标牌、证书由全国景区质量等级评定机构统一规定。

(二) 开放式景区

开放式景区,顾名思义是指开放式的,相对于封闭式景区(点)可以利用墙和围栏等进行明确的空间划定,它是没有具体范围限制的空间场所,即无法确切划定这些景点的空间、地域范围,这具体包含两层含义:第一,场地的开放,即景点没有严格的空间和面积限制,无法准确地圈定其地域范围;第二,门票上的开放,即非营利性质,免收门票或收取少数旅游景点的门票。这两层含义使得景区的管理难度大大增加。

开放式景区相比一般的旅游景区,主要通过3个方面来界定。第一,开放式景区是一个开放的场所,没有严格的空间和面积的限制,难准确地圈定景区的地域范围,所以,从管理角度上讲,也很难确定一个管理范围,它往往体现的是一个城市综合治理的反映。第二,开放式景区是免费开放的,或是景区内的个别景点是收费的,但不会影响整个景区的游览。所以,开放式景区很难从个别景点的收费,来反映整个景区实际游览情况。它需要有强大的住宿、餐饮等配套来作为支撑。第三,开放式景区的游客容量,相比封闭式的流动性更大,也更难控制和管理。这里的流动性,不光是游客的人流量,更涉及在景区内活动的车流量,对景区的交通组织、协调更是严峻的考验。

简言之,开放式景区是指融入整个城市的环境格局中的景区,即通常所说的“城市景区化、景区城市化”,没有准确的地域范围,且属于免费开放的社会公众旅游场所。同时,城市管理者,特别是景区管理人员对景区内人流、车流的控制和管理面临巨大的考验。如杭州西湖景区,武汉东湖景区,上海的外滩、南京路、人民广场,城市中的历史风貌街区等都属于开放式景区。而一些免费开放有围墙的城市公园、未经开发形成景区的自然风光带等都不在本书研究的开放式景区的范围之内。

隋丽娜、程圩在《三类不同开放程度景区游客感知差异研究》一文中也提出根据开放程度的衡量对开放式景区提出了两层含义:一是空间的限制程度,即有没有严格的空间范围限制;二是指门票上的开放情况,即是否收取门票。由此,可按门票收取情况及空间限制程度,将城市景区划分为如下四类:I类,空间围合,且收取门票。此类景区开放程度最低,较为常见,如大唐芙蓉园。II类,空间开放但部分区域收取

门票。常见于围绕核心景点而设的广场、公园,如大明宫国家遗址公园。Ⅲ类,空间围合,但不收取门票。常见于具有鲜明公共属性的博物馆、纪念馆、专类公园等,如陕西省历史博物馆、兴庆宫公园。Ⅳ类,空间开放,且不收门票。此类景区多无法确定划分这些景点的空间、地域范围,常见于带状公园,以及广场、湖滨、特色街区或大型活动所在地,属开放程度最高的景区,如曲江池遗址公园、唐城墙遗址公园。Ⅰ类、Ⅳ类分别为封闭式景区、开放式景区,而Ⅱ类、Ⅲ类则为半开放式景区。黄筱焯在《浅谈开放式旅游景区(点)的容量管理——以上海南京路步行街为例》一文中也提及开放式景区:开放式旅游景区(点)是没有具体范围限制的旅游场所,即无法确切划定这些景点的空间、地域范围,在这样一个开阔的空间,管理人员无法精确地控制出入者的数量,开放类旅游景区(点)的范畴通常更广,例如,它可以表现为像人民广场、各个历史风貌街区、外滩这样的观光休闲场所,也可以表现为节庆和赛事等大型活动所在地。

(三) 风景名胜区

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。设立风景名胜区,应当有利于保护和合理利用风景名胜资源。风景名胜区划分为国家级风景名胜区和省级风景名胜区,并分别规定了申请条件和程序。风景名胜区所在地县级以上地方人民政府设置的风景区管理机构,如风景名胜区管委会负责风景名胜区的保护、利用和统一管理工作。国务院建设主管部门负责全国风景名胜区的监督管理工作。国务院其他有关部门按照职责分工,负责风景名胜区的有关监督管理工作。省、自治区人民政府建设主管部门和直辖市人民政府风景名胜区主管部门,负责本行政区域内风景名胜区的监督管理工作。省、自治区、直辖市人民政府其他有关部门按照规定的职责分工,负责风景名胜区的有关监督管理工作。自然景观和人文景观能够反映重要自然变化过程和重大历史文化发展过程,基本处于自然状态或者保持历史原貌,具有国家代表性的,可以申请设立国家级风景名胜区;具有区域代表性的,可以申请设立省级风景名胜区。1985年6月国务院颁布了《风景名胜区管理暂行条例》(以下简称《现行条例》)后作了全面修订,新的《风景名胜区条例》(以下简称《新条例》)于2006年12月1日起正式施行。

(四) 旅游度假区

旅游度假区的定义如下:具有良好的资源与环境条件,能够满足游客休憩、康体、运动、益智、娱乐等休闲需求的,相对完整的度假设施聚集区。能够提供游客主体休闲度假产品的关键吸引物,包括自然资源与人文资源两大类。自然资源包括海洋、内湖、山地、滑雪地、森林、温泉、草原7小类;人文资源包括乡村田园、传统聚落、主题运动(指人工环境下的主题运动,如高尔夫等)、主题娱乐(如赛马、影视城、主题乐园等)、人文活动(指以人为媒介的传统习俗、非物质文化遗产等)5小类。为正确引导国家级旅游度假区建设,2011年1月14日国家旅游局发布了《旅游度假区等级划分》

国家标准(GB/T 26358—2010),并于2011年6月1日起实施。《旅游度假区等级划分》国家标准(以下简称《标准》)的发布和实施,对于推动我国旅游度假区进入科学发展阶段、增强市场竞争力具有重大意义。旅游度假区的具体要求:为了有序推进旅游度假区发展,加强度假区等级管理,提高旅游度假区发展总体水平,依据《中华人民共和国旅游法》等国家法律、法规和中华人民共和国国家标准《旅游度假区等级划分》(GB/T 26358—2010)及相关细则,特制定本办法。旅游度假区等级管理对象,是指具有独立管理和服务机构的综合性旅游度假区,不单独对度假村、度假酒店等独立度假设施进行等级评定。旅游度假区的等级从高到低依次为国家级旅游度假区和省级旅游度假区两个等级。国家级旅游度假区属国家级开发区,是指符合国际度假旅游要求、接待海内外旅游者为主的综合性旅游区,有明确的地域界限,适于集中设配套旅游设施,所在地区旅游度假资源丰富,客源基础较好,交通便捷,对外开放工作已有较好基础。旅游度假区等级管理工作坚持公正、公平、公开的原则,按照统一的内容、标准和程序进行。凡在中华人民共和国境内正式开业从事旅游度假经营业务两年以上的旅游度假区,均可申请省级旅游度假区。公告为省级旅游度假区1年以上的度假区,可申请国家级旅游度假区。国务院旅游主管部门负责旅游度假区等级管理工作的制定工作,对全国旅游度假区等级管理工作的实施工作进行监督检查。

为认真贯彻落实《国民旅游休闲纲要(2013—2020年)》《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》(国发〔2014〕31号)和《国务院办公厅关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》(国办发〔2015〕62号),适应我国居民休闲度假旅游需求快速发展需要,为人民群众积极营造有效的休闲度假空间,提供多样化、高质量的休闲度假旅游产品,为落实职工带薪休假制度创造更为有利的条件,国家旅游局近年先后制定了《旅游度假区等级划分》国家标准(GB/T 26358—2010)、《旅游度假区等级划分细则》和《旅游度假区等级管理办法》。2015年上半年,国家旅游局正式下发了《关于开展国家级旅游度假区评定工作的通知》。各省区市和旅游度假区高度重视,积极参与国家级旅游度假区创建工作。

(五)自然保护区

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、陆地水域或海域,依法划出一定面积予以特殊保护和管理的区域。

自然保护区是一个泛称,实际上,由于建立的目的、要求和本身所具备的条件不同而有多种类型。按照保护的主要对象来划分,自然保护区可以分为生态系统类型保护区、生物物种保护区和自然遗迹保护区3类;按照保护区的性质来划分,自然保护区可以分为科研保护区、国家公园(即风景名胜区)、管理区和资源管理保护区4类。不管保护区的类型如何,其总体要求是以保护为主,在不影响保护的前提下,把科学研究、教育、生产和旅游等活动有机地结合起来,使它的生态、社会和经济效益都得到充分展示。

2016年1月13—14日，就内蒙古锡林郭勒草原、河南小秦岭、宁夏贺兰山、山东长岛、广东丹霞山5个国家级自然保护区的生态环境问题，环境保护部约谈了5个国家级自然保护区相关负责人。

第二节 开放式景区研究的相关理论

一、多中心理论

“多中心”（Polycentric）的概念，最早由迈克尔·博兰尼于1951年在《自由的逻辑》（*The Logic of Liberty*）一书中提出，他区分了社会的两种秩序：一是指挥的秩序，二是多中心的秩序。博兰尼引进“多中心”一词是为了证明自发秩序的合理性，以及阐明社会管理可能性的限度，将若干要素排列为多中心的任务就称为多中心任务。奥斯特洛姆等人的理论认为私有化不是公共事务治理的唯一有效的解决方案，应当在政府与市场之外寻求新的路径。该理论提出通过社群组织自发秩序形成的多中心自主治理结构、以多中心为基础的新的“多层级政府安排”（具有权力分散和交迭管辖的特征）。

在多中心的治理机制中，需要借助多样化权力和政府单位，以解决不同范围的公共治理问题。在多中心体制中不同政府单位行使权力的本质差异极大。其中一些具有一般目的的权力向一个社群提供内容广泛的公共服务；另一些是特殊目的的职权，它可能只提供如灌溉或道路系统的运营和维护这类服务。对于许多公共治理问题来说，需要权力或政府之间通过合作、协商、谈判来解决，而不是简单的行政规划和命令。“多中心”这一术语正好概括了这样的交迭生产层次和多个领域政治互动的治理智慧。

二、公司治理理论

公司治理是一种对工商业公司进行管理和控制的体系，是建构在企业所有权层次上的一门经济学分支学科，广义上是研究企业权力安排的一门科学，狭义上是居于企业所有权层次，研究如何授权给职业经理人并针对职业经理人履行职务行为、行使监管职能的科学。公司治理应明确规定公司各个参与者的责任和权利分布，清楚地说明决策公司事务时应遵循的规则和程序。

基于经济学专业立场，企业有两个权：所有权和经营权，二者是分离的。企业管理（Corporate Management）是建构在企业“经营权层次”上的一门科学，讲究的是企业所有权人向经营权人授权，经营权人在获得授权的情形下，以实现经营目标而采取一切经营手段的行为。与此相对应的，公司治理（Corporate Governance）则是建构在

企业“所有权层次”上的一门科学，讲究的是科学地向职业经理人授权并科学地进行监管。

三、利益相关者理论

利益相关者是近几年出现的有关公司治理的新概念。广义上，凡是与公司产生利益关系，发生双向影响的自然人或者法人机构，都是公司的利益相关者，如股东、债权人、员工、顾客、供应商、零售商、社区及政府等个人和团体。利益相关者管理理论是指企业的经营管理者为综合平衡各个利益相关者的利益要求而进行的管理活动，与传统的股东至上主义相比较，该理论认为任何一个公司的发展都离不开各利益相关者的投入或参与，企业追求的是利益相关者的整体利益，而不仅仅是某些主体的利益。

利益相关者的提出最早可以追溯到美国学者杜德，他认为公司董事不应当只追求股东利益的最大化，还应当代表其他相关利益主体。1959年，Penrose在其出版的《企业成长理论》中提出了“企业是人力资产和人际关系的集合”的观念，为利益相关者理论的构建奠定了基石。1963年，斯坦福研究所最先提出“利益相关者”的概念：“利益相关者是这样一些团体，没有其支持，组织就不可能生存。”这个定义在今天看来并不全面，但是，它让人们认识到，除了股东以外，企业周围还存在一些其他的影响其生存的群体。随后，瑞安曼（Eric Rhenman）提出了比较全面的定义：“利益相关者依靠企业来实现其个人目标，而企业也依靠他们来维持生存。”这一定义使得利益相关者理论成了一个独立的理论分支。20世纪70年代后，利益相关者的定义越来越多。其中，以弗里曼（Freeman）的观点最具代表性，他在《战略管理：一种利益相关者的方法》一书中提出：“利益相关者是能够影响一个组织目标的实现，或者受到一个组织实现其目标过程影响的所有个体和群体。”该定义大大丰富了利益相关者的内容，使其更加完善。此外，弗里曼还在《战略管理：利益相关者管理的分析方法》一书中明确提出了利益相关者管理理论。另外一位利益相关者的研究者克拉克森认为：“利益相关者在企业中投入了一些实物资本、人力资本、财务资本或一些有价值的东西，并由此而承担了某些形式的风险，或者说，他们因企业活动而承受风险。”该定义引入了专用性投资的概念，使利益相关者的定义更加具体。国内学者综合了上述几种观点，认为“利益相关者是指那些在企业的生产活动中进行了一定的专用性投资，并承担了一定风险的个体和群体，其活动能够影响或者改变企业的目标，或者受到企业实现其目标过程的影响”。这一定义既强调了投资的专用性，又将企业与利益相关者的相互影响包括进来，应该说是比较全面和具有代表性的。

支持利益相关者理论的学者认为，组织是各种生产要素的所有者为了各自的目的联合起来而组成的一种具有法人资格的契约联合体。尽管这些学者对公司利益相关者的具体范围尚存分歧，但也已经达成了一定范围内的共识，即公司不仅仅是一个由资本所有者组成的联合体，更重要的是它在本质上是物质资本所有者、人力资本所有

者等利益相关者之间的契约关系充当连接点。在这一理论背景下，公司法人治理结构被定义为股东、债权人、职工等利益相关者之间有关公司经营与权利的配置机制。利益相关者共同治理公司成为这种理论对公司法人治理结构改革的核心思想。

对景区而言，利益相关者理论同样适用。景区的利益相关者包括游客、企业的股东、债权人、景区雇员、供应商等交易伙伴，也包括政府部门、居民、本地社区、媒体、环保主义等的压力集团，甚至包括自然环境、人类后代等受到企业经营活动直接或间接影响的客体（见图 1-1）。这些利益相关者与景区的生存和发展密切相关，他们有的分担了景区的经营风险，有的为景区的经营活动付出了代价，有的对景区进行监督和制约，景区的经营决策必须考虑他们的利益或接受他们的约束。



图 1-1 开放式景区的利益相关者

景区在开发管理过程中，希望获得经济效益的同时兼顾社会效益和环境。然而，景区管理涉及多个部门，部门与部门在沟通协调时，多从本部门利益出发，难以考虑景区整体全局的发展。这就不可避免地与政府、当地居民及游客的利益诉求和追求目标发生冲突。作为景区开发的受益者和服务者，当地居民的利益追求与景区的发展息息相关。协调好相互之间的矛盾和冲突，明确好相关主体的责、权、利，对于景区的良性运转和健康发展尤为重要。在景区经营管理过程中，需要借鉴发达国家的景区管理经验，鼓励公众、志愿者等利益相关者参与景区的管理，以实现景区的共同管理和长远发展。

发展相对成熟的利益相关者理论在旅游领域具有广阔的发展空间，涉及旅游规划、旅游地管理、旅游企业管理、旅游营销、旅游可持续发展等多个层面，也为学界提供了研究景区管理模式的切入点。总体来看，国内外利益相关者视角的研究集中关注在正确认识利益相关者协调关系的重要性，并如何建立利益相关者共同参与的景区管理模式上。

国外旅游利益相关者理论的应用集中体现在社区旅游研究中。在正确认识社区旅游中的问题与寻求利益主体的协作沟通时，利益相关者理论与组织理论、公共参与等管理学其他理论一起，成为最主要的理论指导工具。研究者一致认为在旅游目的地（景区）的管理中必须重视利益相关者，利益相关者采取合作态度共同参与景区管理，有利于景区的可持续发展。Reed（1997）以加拿大 Squamish 社区为例进行研究，认为利益相关者所采取的不同反应策略会影响社区旅游规划进程中协作行动的结果。

Braoell、Sharman (1999) 以 Hoplevaley 为分析案例, 以鼓励利益相关者最大限度地参与和协作为目的提出了“地方协作政策制定框架和多种参与技术”。Byrd (2003) 等研究了在社区旅游发展中, 利益相关者对旅游的参与程度、“支持”和“反对”的态度对社区旅游发展的影响。Aas 等 (2005) 结合老挝 LuangPrabang 文化遗产与旅游研究项目, 指出在旅游规划和旅游管理的决策过程中, 社区居民没有太多的发言权。为更有效地增进遗产保护, 应评估在社区旅游规划与管理中存在的利益相关者问题。此外, 在发挥利益相关者的合作优势上, Yooshik (2002) 提出从利益相关者角度建立旅游目的地竞争力的结构模型。DouglaS (2006) 通过定量和定性分析, 研究了南非旅游各个利益相关者自身的价值及利益要求, 提出“软价值管理模型”, 以帮助对各利益相关者进行有效的协调与管理。

国外研究表明, 事实上社区居民并不是控制旅游开发行为的决定性力量, 但获得当地社区居民的合作, 在旅游发展中积极促成社区居民、游客、政府、开发商等各种利益相关者之间的规范性参与和协作仍是十分必要的。

国内在旅游景区的利益相关者共同治理研究方面也有一些进展, 但由于我国旅游景区的复杂性, 国内在利益相关者理论上对旅游景区治理的研究较多, 主要可分为以下两个方面。

第一, 将利益相关者理论应用于实际旅游景区进行案例与实证研究, 针对现实问题提出利益相关者的利益协调方案。如孙若梅 (1994) 分析了武夷山自然保护区的旅游活动对社区居民日常生活的影响, 发现由于管理模式对保护区的影响较大, 居民在选择保护区管理模式时非常慎重。冯淑华 (2003) 以江西三百山为例, 从流域利益主体关系的角度探讨了流域内资源共享的各方权利、利益、义务关系, 提出了协调各利益主体关系的措施。张文雅 (2005) 揭示了长江三峡区域旅游合作中的利益格局, 提出区域旅游合作中的利益协调原理及对策。姜春前等 (2005) 通过问卷及访谈调查的方式, 分析了天目山自然保护区与周边社区的主要冲突, 并提出了建立自然保护区与周边社区居民长期稳定的利益共享机制。姚国荣 (2005)、陆林 (2007) 运用专家评分法对九华山风景区的核心利益相关者进行界定, 对它们的利益要求及其实现方式进行了系统研究, 并在此基础上提出九华山风景区利益相关者综合治理基本原则与工作机制。此外, 高元衡 (2004)、朱华 (2006)、李凡 (2007)、胡江川 (2009) 等也对特定旅游景区开发中利益主体的利益要求及满足问题进行了具体分析。

第二, 构建利益相关者共同参与的景区管理模式。利益相关者共同参与景区治理, 是实现可持续发展的有效路径。如白露 (2004) 针对我国西部景区环境管理模式中暴露出的缺陷, 提出了利益相关者共同参与的景区战略性管理模式。阎友兵、肖瑶 (2007) 强调景区不仅要重视物质资本所有者的权益, 还要重视其他利益相关者权益; 不仅要强调经营者的权威, 还应关注管理者、生产者等利益相关者实际参与景区治理, 提出经济型旅游景区利益相关者共同治理的管理模式。黄昆 (2003)、陈岩峰 (2008) 等也进行了相似的研究。此外, 部分学者根据旅游地的不同特色对利益相关者共同治