

景区类旅游公司利益相关者共同 治理模式研究

Study on the Co-governance Pattern
of Scenic Class Tour Company Stakeholders

王跃伟 著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

景区类旅游公司利益相关者共同 治理模式研究

Study on the Co-governance Pattern
of Scenic Class Tour Company Stakeholders

王跃伟 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

景区类旅游公司利益相关者共同治理模式研究/王跃伟著. —北京: 经济管理出版社, 2016.1

ISBN 978-7-5096-4219-1

I. ①景… II. ①王… III. ①旅游区—经济管理—研究—中国 IV. ①F592.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 013011 号

组稿编辑: 张永美

责任编辑: 张瑞军 杨国强

责任印制: 黄章平

责任校对: 王 淼

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京九州迅驰传媒文化有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 15.25

字 数: 257 千字

版 次: 2016 年 1 月第 1 版 2016 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-4219-1

定 价: 49.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前言

中国旅游景区的管理经历了纯公益性、政府专营、企业经营以及应用现代企业管理制度经营四个阶段。然而，随着景区的快速发展，其所面临的管理和治理问题逐渐凸显，其中最为明显的表现是依然存在行政型治理、高负债情况下债权治理的软约束以及所有权的治理主体缺位等，这不仅直接导致了景区类旅游公司利益相关者众多、关系复杂、冲突不断，而且由于其追求短期经济效益，造成了对旅游资源 and 环境的破坏，严重制约了景区类旅游公司的可持续发展。在此背景下，本书应用公司治理理论、利益相关者理论对景区类旅游公司利益相关者共同治理模式进行研究，旨在探寻一套科学、合理的治理模式，处理好对诸多相关利益主体的管理、协调、沟通和合作问题，以提升景区类旅游公司的经营管理水平，最终实现景区类旅游公司的可持续发展。通过对国内外旅游利益相关者研究和旅游目的地治理问题研究相关文献的综述，并根据公司治理等相关理论，本书界定了旅游景区、景区类旅游公司的概念，同时对景区类旅游公司治理问题的特殊性及其传统治理模式进行了分析和评价。在此基础上，总结归纳了景区类旅游公司利益相关者的利益要求与冲突，构建了景区类旅游公司利益相关者共同治理模式并对其有效性进行实证检验。

具体来说，在景区类旅游公司利益相关者的利益要求与冲突部分，首先对景区类旅游公司利益相关者进行界定与分类，并最终确定关键的利益相关者。其次对各类利益相关者的利益要求进行讨论，进一步分析其存在的冲突及成因。景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的构建主要是在介绍景区类旅游公司利益相关者共同治理模式原理和标准的基础上，根据其目标及所需遵循的原则，构建景区类旅游公司利益相关者共同治理模式，并重点对内外部利益相关者的契约治理进行研究。最后从治理模式的弹性、优势和局限性方面对景区类旅游公司利益相关者共同治理模式进行评价。景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的有效性检验基于采用这种模式会获得更低的贷款成本及获得更高的债务融资比例两点假

设，将贷款息差和债务权益比例作为因变量，同时选择了8个对贷款息差或债务权益比例可能造成影响的自变量，并在两个回归模型中同时应用这些自变量进行估计和检验。由结果可知，若景区类旅游公司签订了构建利益相关者共同治理模式的关键合同，那么其就能够降低公司举债的息差并增加公司的负债比例，而这可以证明景区类旅游公司利益相关者共同治理模式具有降低代理成本、避免投资不足的作用，是一种有效的公司治理模式。

目 录

第一章 研究问题的提出	001
第一节 研究背景	001
第二节 研究目的与意义	006
第三节 研究设计	008
第二章 景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的研究基础	013
第一节 旅游利益相关者的国内外文献综述	013
第二节 关于旅游目的地治理问题的国内外文献综述	029
第三节 景区类旅游公司利益相关者共同治理的理论基础	035
第三章 景区类旅游公司治理的特殊性及主要模式	073
第一节 景区类旅游公司概念的界定	073
第二节 景区类旅游公司治理问题的特殊性	087
第三节 旅游景区治理模式的概念	097
第四节 国外景区治理模式的分析	099
第五节 我国景区类旅游公司的传统治理模式分析	108
第四章 景区类旅游公司利益相关者的利益要求和冲突	143
第一节 景区类旅游公司利益相关者的概念界定与分类	143
第二节 景区类旅游公司利益相关者利益要求与冲突	154
第五章 景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的构建	175
第一节 构建景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的理论基础	175

第二节	景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的原理	177
第三节	构建景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的标准	187
第四节	利益相关者综合协调方案构建的原则	190
第五节	景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的构建	193
第六节	景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的评价	204
第六章	景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的有效性检验	209
第一节	研究假设	209
第二节	数据搜集与样本处理	210
第三节	变量的选择	212
第四节	回归模型的构建及分析	213
第五节	回归模型的估计及检验	215
第六节	结果分析	219
参考文献		221
后 记		233

图表目录

图 1-1	本书的研究框架	012
图 2-1	旅游企业利益相关者定位矩阵	039
图 2-2	旅游企业利益相关者管理策略	040
图 3-1	旅游景区治理模式分类结构	109
图 3-2	整体租赁模式	110
图 3-3	上市公司经营模式结构	119
图 3-4	非上市股份制公司经营模式结构	125
图 3-5	隶属于国有企业的开发模式结构	131
图 3-6	隶属当地政府的全资国企经营模式	138
图 3-7	隶属于当地政府相关部门的国企经营模式结构	139
图 4-1	景区类旅游公司的利益相关者构成	146
图 4-2	景区类旅游公司利益相关者的具体细分	148
图 5-1	景区类旅游公司利益相关者共同治理模式框架	195
表 3-1	当前我国景区类旅游公司的治理模式比较分析	141
表 4-1	不同赞同度下的景区类旅游公司利益相关者构成	146
表 5-1	资产专用性与治理结构的关系	180
表 6-1	1997~2013 年我国景区类上市公司的财务状况统计	211
表 6-2	自变量含义	213
表 6-3	景区类旅游公司各变量描述性统计分析	214
表 6-4	拥有息差样本的合同条款之间的相关系数	215
表 6-5	拥有债务权益比例样本的合同条款之间的相关系数	215
表 6-6	多元回归方程 1 的系数及 F 值	216
表 6-7	息差和自变量间的关系	216
表 6-8	多元回归方程 2 的系数及 F 值	218
表 6-9	债务权益比例和自变量间的关系	219

第一章 研究问题的提出

第一节 研究背景

一、研究的时代背景

改革开放后，随着我国社会经济和居民消费水平的提高，旅游业已经进入高速发展时期，并且成为国民经济的重要产业部门。特别是近年来，旅游活动成为全社会的、大众化的社会活动，成为居民生活中必不可少的休闲方式和消费需求。旅游业的快速发展必然会给旅游景区的开发带来难得的发展机遇。

（一）旅游业的高速发展给旅游景区开发带来发展机遇

近 20 年来，我国旅游业总收入呈现稳步增长态势，从 1996 年的 0.25 万亿元增长到 2013 年的 2.95 万亿元，年均增长率高达 15.6%，高于同期 GDP 平均年增速。国家旅游局根据我国旅游业发展的态势，曾估计，到 2015 年底，旅游业增加值占全国 GDP 的比重将提高到 4.5%，旅游外汇收入达 580 亿美元（增长 5%），旅游消费相当于居民消费总量的比例达到 10%。高位平稳运行预示着我国旅游业进入了黄金发展时期，这将为旅游景区的开发带来契机。

（二）经济快速发展推动景区类旅游公司发展

旅游业发展与居民消费收入之间存在明显的正相关关系，我国居民收入的增长推动了旅游行业的发展。1996~2013 年近 20 年的时间里，我国城镇居民人均年可支配收入从 4839 元上升到 26955 元，人均年旅游花费从 534 元上升到 883 元，农村居民人均年纯收入从 1578 元上升到 8896 元，人均年旅游花费从 61 元上升到 306 元。可以看出，我国人均年旅游花费随着城镇居民和农村居民的人均年可支配

收入的增加而显著增加。随着城镇居民和农村居民收入的进一步提高,其旅游消费结构将随之发生变化,由此将带来旅游业和景区类旅游公司利润的新增长。

旅游业的发展水平与经济发展水平之间也存在正相关关系。据统计资料显示,人均 GDP 达到 1000 美元对应观光旅游形态,人均 GDP 超过 2000 美元对应休闲旅游形态,人均 GDP 超过 3000 美元对应度假旅游形态,人均 GDP 超过 5000 美元对应成熟的度假旅游形态。2013 年,我国人均 GDP 已接近 7000 美元,按照旅游行业的发展规律,人均 GDP 的增加也催生了我国旅游行业从观光旅游向度假休闲游的结构性升级。具有自然和人文禀赋的景区类旅游公司是度假休闲游的主要载体,其将成为产业升级后度假休闲游阶段的最大受益者,具有巨大的发展空间和发展潜力。

(三) 交通条件的改善推动景区类旅游公司发展

由于旅游景区在我国分布较为分散,因此交通条件的改善将极大提高旅游景区的可进入性,并有力推动景区类旅游公司的发展。

近年来,我国高速铁路进入高速发展时期。相比于其他运输工具,高铁具有速度快、输送能力强、性价比高、安全性好、受天气影响小等优点,极大地缩短了游客的出行时间,降低了游客的出行成本,提高了游客的出游率,推动了旅游景区的进一步开发和发展。例如,黄山高速铁路网的建设给黄山景区开发带来了新的机遇,既大大提升了黄山景区接待游客的能力,又促进了黄山旅游公司的发展。此外,1996~2013 年将近 20 年的时间里,全国私人汽车拥有量从 289.67 万辆上升到 8838.6 万辆,增加了 30 多倍。私人汽车拥有量的增加使居民出游更加便捷,极大地拓展了景区类旅游公司的发展空间,体验化、休闲化、个性化的自驾游也因此得到更多游客的青睐。特别是探亲访友的自驾旅游、家庭式自驾游、散客式自驾游等旅游方式逐渐成为旅游业发展中的常态。

(四) 政策支持推动景区类旅游公司发展

政府对于旅游业积极的引导和支持是景区类旅游公司获得持续性增长的关键因素。《关于加快发展旅游业的意见》由党中央、国务院于 2009 年颁布,旅游业的战略性支柱产业地位得以确立。《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》指出:“十二五”时期,我国将从传统意义的旅游大国向旅游强国迈进,旅游产业要形成较强的产业竞争力和社会影响力;即将推出的《国民旅游休闲纲要》的主要内容主要涉及了国家机关、事业单位、各类企业对优秀员工的奖励旅游,针对中小学生的修学旅游,针对低收入群体的福利旅游和针对 60 岁以上老人的“银发旅游”

等,以“带薪休假制度”为突破口大力推动国内旅游休闲产业的发展。这些关于支持旅游发展的政策都推动了景区类旅游公司的快速发展。

(五)“假日效应”推动景区类旅游公司发展

根据原全国假日旅游部际协调会议办公室发布的《2014年春节黄金周旅游统计报告》显示:①2014年春节旅游总体需求旺盛,旅游规模持续扩大,春节“黄金周”期间,全国共接待游客2.31亿人次,比2013年春节“黄金周”增长14%,实现旅游收入1263.9亿元,增长16.4%;②我国传统旅游城市游客量保持平稳增长,而西部省区游客量则快速增长;③我国旅游市场正从浅层次的国内观光旅游向度假休闲游、出境游转变。春节假日旅游所呈现出来的一系列效应表明,中国旅游市场日益趋向成熟,旅游产品越来越多样化,旅游的内涵越来越丰富,而这些呈现出来的效应也将成为推动景区类旅游公司发展的重要因素。

二、实践运作的反思

(一)旅游景区的发展滞后成为我国发展旅游业的“瓶颈”问题

从供给角度看,旅游景区的突出问题表现为管理十分混乱、景区的产品雷同且单调、服务意识较差等。“一流的资源,二流的管理,三流的服务”是当前我国旅游景区发展现状的最好诠释。从需求角度看,伴随“体验经济”时代的来临,旅游者出于自身的核心需求对旅游景区提出了更高层次的要求,旅游者从以往的“走马观花”到现在的“下马赏花”、从以往的“团队出游”到现在的“散客自助”、从以往的“到此一游”到现在的“到此享受”等,旅游者的需求与景区的供给产生了矛盾,这也成为我国旅游业继“交通问题”和“饭店问题”后的第三个“瓶颈”问题。

(二)制定合理的公司治理模式成为景区类旅游公司发展的第一要务

旅游景区丰富的旅游资源通过何种运营方式和制度安排才能够实现其价值最大化,从而进一步带动地方经济发展,成为政府机构及投资人苦苦思索的问题。笔者在主持及参与横向课题的实地调研过程中感受到,景区公司领导对于发展旅游的积极性和热情都很高,但对以何种方式运营旅游公司感到困惑,尤其是在遇到资金短缺、体制不顺等阻力的情况下,对怎样才能够实现景区公司的持续发展头疼不已。尽管我国也曾经涌现了雅安碧峰峡、安徽黄山、长春净月潭等成功的景区类旅游公司治理模式,但如果通过“拿来主义”进行简单的复制,在当前复杂多变的环境下往往导致失败的下场。曲阜实施整体租赁失败、刘永好试图“买

断”桂林山水流产等案例充分说明了这一点。如何在纷繁复杂的治理环境中，为我国景区类旅游公司的深度发展设计一套切合实际的治理模式，也就成为现实的需要。

（三）构建景区类旅游公司利益相关者共同治理模式是提升我国旅游景区经营管理水平的必然选择

在以营利性为主的旅游景区开发管理中，最重要也是最困难的工作之一是处理诸多利益相关主体的协调、管理、沟通及合作问题，景区类旅游公司只有重视利益相关者的利益要求并提高利益相关者的参与程度，才能提高景区公司的整体绩效水平。景区类旅游公司的发展过程实际上是对利益进行分配和平衡的过程，即通过利益分配协调、资源交易和责任分担来满足各利益相关者需求的过程。对任何一方利益相关者的利益处理不当都可能造成公司经营困难，引起利益相关者之间的矛盾冲突，甚至严重威胁到公司的正常运营。景区类旅游公司经营管理的根本动力在于公司治理结构的安排。科学且合理的治理模式能够确定一种明确的制度安排，如清晰的治理主体、明确的治理目标、合理的利益分配机制和有效的控制机制，这些制度安排确保了景区类旅游公司经营和管理的持续、健康发展。景区经营和管理过程中出现的种种不和谐状况，绝大多数是由于治理模式的不合理所致。因而，理论与实践的现实需求都迫切需要对景区类旅游公司的治理模式展开研究。

综上所述，理想与现实之间存在巨大差距，我们需要进行反思。旅游景区的发展本可以为当地社区居民创造福利，然而实际情况却是，社区居民与旅游景区之间经常因利益问题爆发矛盾冲突。这究竟是景区类旅游公司的问题，还是社区居民自身的问题，抑或是景区公司配套企业有问题？有的旅游景区资源丰富、环境宜人，但旅游者却不买账。是景区类旅游公司所设计的产品有缺陷不合旅游者的胃口，还是产品的质量和数量有问题导致旅游者欲望无法被满足？除此之外，在景区旅游开发与规划过程中，极少能够见到社区居民的身影。这是由于其本身无意愿，还是景区类旅游公司根本不想让其加入其中呢？针对某些景区类旅游公司现有的经营管理困境，景区类旅游公司的经营管理者必须接受新观念，以全新的思路去认识景区类旅游公司的内外部情景因素，只有如此，景区类旅游公司才能获得长足发展。

三、研究问题的提出

景区类旅游公司以自然生态环境、文化遗存和人造景观等旅游资源为基础,开发以探险猎奇、民风民情、文化氛围为旅游体验的综合性旅游产品。公司各利益主体的支持与参与,对景区公司发展有着不可替代的重要作用,因此在景区类旅游公司发展过程中产生的利益纠纷及影响逐渐引起了越来越多的学者关注。旅游资源具有某种程度的公共资源属性,景区类旅游公司在对其开发的过程中面临众多的利益主体及多样化的利益需求,由此在不同利益主体之间形成了纷繁复杂的利益关系,而博弈格局的不均衡和利益部门化、利益权力化、权力法律化等现象的普遍存在,则使各利益主体之间矛盾的复杂性进一步加剧。在此种情况下,如何通过设计合理的制度安排使各方利益主体的利益均衡化,并且构建景区类旅游公司利益相关者共同治理模式就显得尤为重要。景区类旅游公司利益相关者共同治理模式所要解决的问题是如何从契约设计与安排上,从内部和外部治理角度协调众多利益主体之间彼此冲突的利益目标,在各利益主体间构建一套能够使管理与利用相统一的激励和制衡机制,在确保对景区资源进行有效保护与合理利用的前提下,满足各利益相关者的不同利益需求。它是景区类旅游公司管理与发展中最为复杂与关键的核心问题,具有重要的理论研究意义与实践价值,它的优劣程度及合理与否将直接影响管理与利用的效率。

为此,本书认为景区类旅游公司有一系列问题值得深入研究与思考:我国景区类旅游公司治理的特殊性和治理模式有哪些?景区类旅游公司有哪些利益相关者?他们的利益要求是什么?他们之间有着何种利益矛盾与冲突表现?通过怎样的制定安排才能够有效构建景区类旅游公司利益相关者的共同治理模式?景区类旅游公司的利益相关者之间需要签订何种契约条款?由于景区类旅游公司的利益相关者数量庞大、牵扯面广,而且随着景区类旅游公司的发展,其成员也在不断变化,为此,景区类旅游公司若想顺利发展,必须对其各自的利益要求予以总结、整理和归纳,并在经营与管理决策中有所顾及,这需要结合相关理论进行分析。本书借鉴利益相关者与公司治理两大理论,研究景区类旅游公司的治理问题,在分析景区类旅游公司的内部与外部治理机制的基础上,明确其与各方利益相关者之间的契约关系,最终构建既有治理效率又能满足利益相关者利益要求的景区类旅游公司利益相关者共同治理模式。

第二节 研究目的与意义

一、研究目的

概括来说,本书的研究目的是运用利益相关者理论和公司治理理论构建景区类旅游公司利益相关者共同治理模式。同时,在实证研究部分,应用我国景区上市公司数据对所构建模式的有效性进行检验。具体如下:

(1) 通过梳理国内外文献,厘清旅游利益相关者等有关含义与概念,以此为基础对景区类旅游公司利益相关者进行界定、分类,并对其利益要求、冲突表现和成因进行分析。目前,国内外学者依据利益相关者理论和公司治理理论对利益相关者等有关含义与概念进行了诠释,但是,有关景区类旅游公司的概念界定仍属空白,已有的概念还未能清楚地界定景区类旅游公司利益相关者。在此背景下,本书运用相关理论对景区类旅游公司的利益相关者给出更为全面,而且趋于动态化的概念界定并将其分类。与此同时,本书也会进一步强化对景区类旅游公司利益相关者间利益要求与冲突的理解及成因的认识。

(2) 分析景区类旅游公司治理的特殊性,对景区类旅游公司的传统治理模式进行对比分析和综合评价。介绍我国景区类旅游公司治理的特殊性,从而为景区类旅游公司治理模式的构建提供依据和参考。对我国旅游景区的治理模式进行概括总结,对整体租赁经营模式、上市公司经营模式等六大景区类旅游公司的传统治理模式进行对比分析,并提出传统治理模式存在的局限性。

(3) 构建景区类旅游公司利益相关者共同治理模式,并在此基础上,进一步阐释景区类旅游公司利益相关者共同治理的内外部治理机制,为景区类旅游公司切实有效开展实践活动提供具备可操作性的、有益的参照框架。与此同时,分析景区类旅游公司利益相关者间的契约关系,以便对参与主体、层次及方式选择、参与过程组织和参与结果进行深入研究,为各利益主体行动提供指南。

二、研究意义

（一）理论方面的意义

1. 创新景区类旅游公司治理理论，完善利益相关者参与景区类旅游公司治理理论的内涵

将利益相关者理论、公司治理理论等引入景区类旅游公司治理研究之中，提出景区类旅游公司追求的是不同利益相关者的整体利益最大化，强调社会责任，而且通过事前签订一系列契约条款，使得不完全契约和资产专用性带来的“敲竹杠”问题的总成本最小。因而本书丰富了景区类旅游公司的治理内容，加大了对景区类旅游公司利益相关者共同治理研究的深度。这主要反映在两个方面：首先，景区类旅游公司的利益相关者不能总是扮演边缘旁观者的角色，现实中，需要他们积极地参与景区类旅游公司的旅游业务活动；其次，要给予景区类旅游公司利益相关者激励与约束，使他们不单单谋求自身发展，要更多地考虑公司及其他利益相关者的综合利益乃至整个社会的公共利益。

2. 填补景区类旅游公司利益相关者的内涵空白，构建其共同治理模式的基本理论体系

界定景区类旅游公司的利益相关者并对其进行分类，从而为构建景区类旅游公司利益相关者共同治理模式奠定基础。在探讨景区类旅游公司利益相关者的界定标准后，借鉴国外相关研究中对利益群体从功能定位上的划分和研究，着重于基本的普适性和动态网络性特征，提出景区类旅游公司利益相关者，包括股东、经营者、社区居民、资源管控者等。

依据契约理论基本原理，通过契约将景区类旅游公司的“责、权、利”进行均衡化划分，构建景区类旅游公司利益相关者的共同治理模式，并从内外部利益相关者契约治理角度对其进行分析，最后从治理模式的弹性、优势和局限性对景区类旅游公司利益相关者共同治理模式进行评价。

（二）实践方面的意义

本书希望将研究所取得的成果成功应用于我国景区类旅游公司当中，指导其进行相关实践活动。这主要表现在两个方面：首先，对于景区类旅游公司传统意义上的治理模式展开优化；其次，建立景区类旅游公司治理中利益相关者参与的实践指南。

（1）推动我国景区类旅游公司的传统治理观念转变，优化景区类旅游公司治

理模式。长期以来,我国景区类旅游公司的治理一直处于“内部人控制”的状态,董事、经理合谋及董事、经理服从于大股东等现象非常普遍,大部分旅游利益相关者仅仅被视为被动的接受者和被管理的客体。本书所提出的利益相关者共同治理理念是对传统观念的修正,是将利益相关者的力量凝聚到景区类旅游公司中的新逻辑思路。本书所构建的景区类旅游公司利益相关者共同治理模式,通过利益相关者之间所签订的契约条款,平衡参与各方的“责、权、利”关系,使各方达到利益均衡,最终实现景区类旅游公司传统治理模式的优化。

(2)使利益相关者能够共同参与到景区类旅游公司的治理中,通过所构建的治理模式为其建立行动指南,同时也为我国景区类旅游公司开展利益相关者共同治理模式提供相应的实践指导。利益相关者共同参与到景区类旅游公司的治理中需要科学的组织以及有效的管理。但是,国内学者普遍对利益相关者共同参与景区类旅游公司治理认识模糊,更有甚者,武断地将利益相关者共同治理等同为所有与景区类旅游公司相关的人士均参与至景区类旅游公司的治理中。本书通过对景区类旅游公司治理、景区类旅游公司治理中的利益相关者等基础性问题的诠释,可以为景区类旅游公司的利益相关者共同参与景区类旅游公司的经营及管理提供坚实的理论依据。而且,本书所构建的景区类旅游公司利益相关者共同治理模式,能够更加全面、合理地指导景区类旅游公司的经营和管理活动,进而能够为我国景区类旅游公司治理中的利益相关者参与治理实践提供直接的参照框架。

第三节 研究设计

一、研究内容

本书所要探讨的是景区类旅游公司利益相关者共同治理模式问题。这一问题至少应该包含以下几个方面:为什么景区类旅游公司治理模式问题要引起我们的关注(Why)?谁是景区类旅游公司治理的关键利益相关者(Who)?利益相关者有哪些利益诉求(What)?如何实现不同利益相关者的共同治理,通过有效协作从而达成使各方利益主体满意的结果(How)?

本书各章节的内容安排如下：

第一章：研究问题的提出。首先，本章在介绍选题背景的基础上，提出所要研究的问题，即提出为何要关注景区类旅游公司治理问题；明确本书研究的目的与意义；介绍本书写作思路、研究内容、研究方法、技术路线以及主要创新之处。

第二章：景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的研究基础。对国内外旅游利益相关者、旅游目的地治理问题等相关研究文献进行梳理、分析与评述。对利益相关者理论和公司治理理论进行介绍和分析，为本书的研究奠定基础。

第三章：景区类旅游公司治理的特殊性及主要模式。在界定旅游景区及景区类旅游公司概念的基础上，从景区类旅游公司自身的特殊性入手，分析认为，景区类旅游公司在治理目标和经营产品、与当地社区关系和委托—代理关系方面均具有一般公司所不具备的特殊性，需要利益相关者参与治理。之后对我国景区类旅游公司的传统治理模式进行总结，对我国旅游景区的治理模式和景区类旅游公司传统治理模式进行了评价。

第四章：景区类旅游公司利益相关者的利益要求和冲突。首先，讨论景区类旅游公司利益相关者的界定标准，对景区类旅游公司的利益相关者进行分类，界定景区类旅游公司的利益相关者并分析其特征表现。其次，研究各类利益相关者的利益要求。最后，进一步分析各类利益相关者利益要求之间存在的冲突及成因。

第五章：景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的构建。在介绍景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的原理及其相关标准的背景下，提出构建景区类旅游公司利益相关者共同治理模式务必需事前与利益相关者签订契约实现其治理权益，需要建立一种弹性治理机制，根据专用性资产的投入确定公司治理的主导者。根据景区类旅游公司利益相关者共同治理模式构建的目标及所需遵循的原则，构建了共同治理模式，并从内外部契约治理角度对其进行分析，最后从治理模式的弹性、治理模式的优势和局限性方面对共同治理模式进行评价。

第六章：景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的有效性检验。首先，基于景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的主要优势，提出了两点假设，并据此将贷款息差和债务权益比例作为因变量，同时选择了8个对贷款息差或债务权益比例可能造成影响的自变量，并在两个回归模型中同时应用这些自变量进行了估计和检验。由结果可知，一旦构建景区类旅游公司利益相关者共同治理模式的