



刘 敏·著

Assessment of the Value
of Management Rights of Mountain Scenic

山岳型景区 经营权价值评估研究

中国旅游出版社

山岳型景区 经营权价值评估研究

刘 敏·著

中国旅游出版社



责任编辑：王建华 张丽娜

装帧设计：谭雄军

责任印制：冯冬青

图书在版编目(CIP)数据

山岳型景区经营权价值评估研究 / 刘敏著. -- 北京
: 中国旅游出版社, 2013.3
ISBN 978 - 7 - 5032 - 4690 - 6

I. ①山… II. ①刘… III. ①风景区 - 经济管理 - 研究 IV. ①F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 048964 号

书 名：山岳型景区经营权价值评估研究

著 者：刘 敏

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编:100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话:010 - 85166503

排 版：北京纺印图文设计制作有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京新魏印刷厂

版 次：2013 年 3 月第 1 版 2013 年 3 月第 1 次印刷

开 本：720 毫米 × 970 毫米 1/16

印 张：15.5

字 数：253 千

定 价：36.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 4690 - 6

版权所有 翻印必究

如发现质量问题,请直接与发行部联系调换

写在出版之前

众所周知，我国旅游学科至今没有在整个国家的知识创新的学科建设系统中受到足够重视的一个根本原因，就是理论体系建构的不足，即缺乏旅游研究中自己的形而上的理论架构和认知体系，以至于人们经常使用旅游的表面现象来作为旅游研究中的核心概念进行表达，如食、住、行、游、购、娱，如旅行社、酒店、景区等。因此，如何进行旅游的科学研究，是旅游学科的一项重要内容。

我很认同2012年中国旅游研究院学术年会的主题——“问题导向和理论建构”。这一主题点破了旅游学界在旅游科学研究中亟须解决的两个重要的问题：一是如何提出研究的科学问题，二是如何搭建旅游学科的科学理论体系。

在我们当前的社会中，急功近利的浮躁思维大行其道，人们到处追逐所谓的学术前沿性，不惜以市场营销的产品推销方式来翻抄概念，甚至用数理模型的逻辑推演方式来证明其合理性。然而，研究的方法是依托于科学命题而存在的，一旦研究问题的导向出现偏差，就会出现科学界常说的一种现象：前提如果是错误的，结论就会是谬误。可见，问题导向对于科学研究具有十分重要的意义。

那么，科学的命题从何而来？我们如何来判定它的科学性和前沿性？实际上，任何科学研究都是为了更好地认识世界和解释我们的生存环境所存在的种种问题，并尽可能地寻找出解决这些问题的答案。即使是理论研究上纯粹概念的逻辑演绎，也是服务于科学研究这一最终目的的，这就是知识创新的价值所在。

因此，旅游科学研究的问题导向就应该源于我国旅游发展的现实。不过，这仅仅是研究的问题导向，它只是引导我们去观察现实发展的种种现象，而研

究的过程本身则是应该深入挖掘这种发展表面现象背后错综复杂的各种原因以及它们之间的逻辑因果关系，从而通过我们对现实发展合理性的深刻内省，提炼出形而上的概念逻辑体系，即一个学科的理论构建。在这一过程中，保持不受外界干扰的科学理性态度和潜心静思是十分重要的。任何服从于功利目标的短期指标考核体系都不利于这种知识创新的实现。正如我国著名社会科学家于光远先生所说的：“人一忙就容易肤浅，不能研究问题，不能冷静认真思考；人一忙就容易只顾眼前，不能高瞻远瞩。”

基于这种理念，北京联合大学旅游管理学科一直鼓励学科专业教师静心思考现实的问题，专心做我国旅游现实发展所需要的科学理论研究，而不鼓励做那些受利益驱使的应景性研究。可喜的是，自2008年北京联合大学旅游管理学科成为北京市重点建设学科以来，取得了一些研究成果。尽管在这些成果中可能存在着这样或那样的不足，但它们都是作者认真思考的结果，也是作者的心血结晶，更是作者持续研究探索的积累。

我们深知，我国的旅游科学体系的理论建构之路并不能一时一日形成，它需要全体旅游学界同仁锲而不舍、共同努力来筑造。因此，我们特别推出这一系列的研究著作，希望这些成果能够成为这条旅游科学探索之路的坚实铺路石，而不是一时飘现的浮土尘埃。希望随着时间的流逝，这些铺路石能够经得起岁月风雨的检验。

北京联合大学旅游管理市级重点建设学科带头人

宁泽群教授

2012年9月

序 言

转眼刘敏博士毕业已经5年了,去年她也顺利地晋升为副教授,成为学校教学与科研的青年骨干。作为她的老师,我感到很高兴,相信她会走得更远,走得更稳健。

前些天,刘敏博士邀我为她即将出版的书稿作序,虽思绪万千,却久久难以下笔。应该说,单就书稿内容及其意义的点评,是很容易的,这也是一般作序的基本套路。可我觉得就这样落入俗套的写序,似乎欠缺点什么。

我一直很重视学生的学位论文环节,认为论文是一个学生极好的训练过程。在这个环节中,逻辑思维、文字表达、查找文献等多种能力都得到了综合且有效的锻炼。可以说,博士论文是在博士课程和博士期间学术积累基础上一种更高层次的学术训练。此前的经历让我感觉到,博士论文的选题非常重要。一是,选题是否来自于实践问题以及基于此凝练出来的科学问题,它关系到论文研究结论是否有价值,是否有明确的应用出口。二是,选题是否有扩展性、是否有厚度,它关系到学生毕业后能否在该领域方向上有继续开拓的空间。特别是第二点,我认为对学生本人未来的学术生涯会产生很大的影响。现在很多论文选题多是围绕着导师的课题或任务来选择,还有不少干脆就是完成课题任务中的一个部分。我不反对这样做,也不主张完全这样做。这里需要把握好一个度。

刘敏博士是2004年入学的。当她来找我讨论博士论文选题时,我先让她根据自己的兴趣和学术基础做些思考,然后再一起多次讨论,论文选题就是在这样的过程中产生的。她在冥思苦想后将所有可能的选题列了一张单子,然后提出了想就景区的经营权转让这个现象进行深入研究。导师为她把关的就是“值得做”和“能否做”。此后,经过多次讨论加之随后的开题环节抽离出研究的方向。这个

选题的产生也颇为不易,记得当时为了是用“景区价值评估”还是“景区经营权价值评估”就考虑了很长时间。

现在看来,这个选题还是比较成功的。刘敏在博士毕业后的几年时间里,不仅发表了若干相关成果;同时,基于论文选题方向,还成功地申请了一项国家青年自然科学基金项目。随后,在相关延伸的方向申请到一项北京市自然科学基金。

我认为,一个好的博士论文选题,会影响他们今后3~5年的学术生涯发展;3~5年后,就需要靠他们自己实时的转型,学会自己寻找新的研究方向。当他们成功地实现了2~3次转型后,他们也就真正成为独立领衔的学者了。

陈 田

2012年写于中国科学院地理科学与资源研究所

摘要

近年来我国景区数量不断增长,截至 2011 年年底,我国共有各类景区 20976 家。与此同时,政府资金对景区的支持严重不足和景区已有的高度集中垄断管理体制的弊病日益凸显。在这种情况下,自 20 世纪 90 年代以来部分景区转让经营权的改革试验出现。据本书不完全统计,已有涉及 22 个省(市、区)的 100 余家景区以不同的形式进行了经营权流转试验,并有安徽、四川、湖北等 10 余个省(市、区)以法律条文的形式在其旅游发展条例中允许旅游资源经营权转让。但目前由于经营权价值评估这一环节缺失造成了经营权流转难以实现或盲目转让、国有资产流失、保护开发资金不均衡等不良后果。本书着眼于此,选取我国分布最广、数量最多的山岳型景区进行研究;本研究对其他类型景区评估也有一定的借鉴意义。

本书以经济学的产权经济分析、价值理论、外部性理论以及新古典福利经济学、制度经济学等理论为基础,通过借鉴其他领域资产评估方法和分析资产评估途径本身特征,认为收益法(途径)是我国目前景区经营权价值评估的最适宜途径。

结合山岳型景区的自身特殊性与景区的一般性分析,本书构建了山岳型景区经营权价值的影响因素体系,其中包含宏观因素、区域因素和景区因素 3 个层次。基于主要过程的机理和具体景区经营状况的分析,本书认为景区资源等级、景区环境容量与生态环境状况、景区所在区域状况、景区可进入性、景区开发程度、景区经营权出让时间是具体山岳型景区经营权价值最重要的 6 个影响因素。在影响因素的分析框架下,本书构建了景区成本与投资、景区收入和时间因素 3 个方面的评估指标体系。

在因素与指标分析基础上,本书构建了山岳型景区经营权价值评估流程。其中评估方法包含总体途径选择、具体评估方法确定、指标与参数的选择与模型3个层次。本书依据山岳型景区的不同开发阶段特征和方法本身特性进行适宜性分析。分析认为:成熟山岳型景区采取折现现金流量法较适宜,主要的参数有:景区旅游资源等级、景区游客量、景区环境容量、评估期内的景区发展规划、景区修订门票、景区其他收入、固定资产投资、流动资金、总成本费用、经营成本、营业税及附加、企业所得税、评估年限、折现率等;开发初期和潜在景区(在假设开发条件下)适宜采用简易收益法,主要的参数有景区资源等级、游客量、景区环境容量、景区总收入、景区经营权益系数、评估年限和折现率等。本书进一步对主要参数的计量模型进行研究,对游客量预测、山岳型景区环境容量、景区门票修订等提供了一般性的模型与取值。

在此基础上,本书以长白山北坡景区为成熟山岳型景区经营权价值评估的案例区,在经营性资产辨别基础上,根据景区具体的影响因素对主要参数进行取值计量,利用折现现金流量法初步估算出长白山北坡景区的资产经营价值。本书以金丝大峡谷景区为开发初期山岳型景区经营权价值评估的案例区,应用简易收益法对其经营权价值进行粗略估算。实证研究进一步说明了本书的概念框架和方法流程的可行性,指出了具体技术环节的处理,同时说明具体方法应用中需结合具体景区的实际情况进行评估。最后本书对山岳型景区的资产经营价值评估关键环节和方法应用进行了总结,并在总结不足的基础上,对今后研究进行了展望。

关键词:山岳型景区;经营权价值;影响因素;评估方法

目 录

写在出版之前	1
序 言	1
摘 要	1
第一章 绪论	1
1.1 研究背景和研究意义	1
1.2 研究内容和科学问题	10
1.3 研究方法与技术线路	14
第二章 景区经营权价值相关理论与方法评述	20
2.1 景区经营权相关研究评述	20
2.2 旅游资源/旅游地价值评估进展	31
2.3 景区经营权价值评估的理论支撑	41
2.4 景区经营权价值评估的研究评述	45
2.5 小结	53
第三章 山岳型景区经营权价值因素及指标体系	55
3.1 山岳型景区经营权价值影响因素体系	55
3.2 山岳型景区经营权价值评估指标体系	71
3.3 小结	81
第四章 山岳型景区经营权价值评估方法构建	82
4.1 山岳型景区经营权价值评估体系构建	82
4.2 景区经营权价值评估途径的选择	87
4.3 山岳型景区经营权价值评估方法适用性研究	95

山岳型景区经营权价值评估研究

Assessment of the Value of Management Rights of Mountain Scenic

4.4	山岳型景区具体评估方法的参数构成	102
4.5	主要参数的计算模型	102
4.6	小结	120
第五章	山岳型景区经营权价值评估实证研究	121
5.1	成熟山岳型景区案例地的选取	121
5.2	长白山北坡景区经营权价值的评估方法确定	135
5.3	长白山北坡景区经营权价值评估指标及参数计算	140
5.4	成熟山岳型景区评估结果及其关键问题总结	147
5.5	开发初期山岳型景区案例地的选取	149
5.6	简易收益法的基本原理与应用	156
5.7	开发初期山岳型景区评估结果及其关键问题总结	159
5.8	方法对比总结	168
5.9	小结	169
第六章	结论与讨论	171
6.1	结论	171
6.2	不足与研究展望	174
参考文献		177
附 录		207
后 记		229

表目录

表 1-1	山岳型景区在我国主要景区中所占比例	13
表 2-1	景区经营权文献出版主要期刊一览表	22
表 2-2	经营权转让对象界定的部分观点	26
表 2-3	1967—1998 年北美游憩活动价值评估	35
表 2-4	EM/TCM/CVM 方法比较	36
表 2-5	已有旅游资源经营权价值评估研究	38
表 2-6	旅游地经济价值评估两条主线比较	40
表 2-7	价值理论的发展简表	43
表 2-8	旅游资源经营权价格的影响因素已有研究	48
表 2-9	景区经营权价值评估方法的已有研究	48
表 2-10	与景区经营权价值评估相关的资产评估比较	50
表 2-11	中西方主要矿产资源资产评估方法简表	51
表 3-1	山岳型景区主要旅游资源	59
表 3-2	不同类型景区的游客季节性强度指数比较	67
表 3-3	不同地域山岳型景区季节性强度指数比较	67
表 3-4	山岳型景区环境容量已有测算方法一览表	69
表 3-5	2004 年我国 A 级景区的收入情况	73
表 3-6	景区成本费用要素表	79
表 4-1	资产评估三种途径的对比	92
表 4-2	资产评估途径在景区经营权评估中应用的前提满足程度	94
表 4-3	山岳型景区的开发程度划分	96
表 4-4	收益途径下三种具体评估方法比较	97

山岳型景区经营权价值评估研究

Assessment of the Value of Management Rights of Mountain Scenic

表 4-5	不同开发阶段山岳型景区具体评估方法适宜性分析	100
表 4-6	景区财务利润与现金流计算的比较	101
表 4-7	旅游预测技术与适用模式	103
表 4-8	各种假设下的情景分析	104
表 4-9	时间序列法与情景预设法结合的景区游客预测	106
表 4-10	山岳型景区门票价格的不完全统计表	108
表 4-11	山岳型景区实际门票的具体影响因素分析	109
表 4-12	山岳型景区不同票价群体的分类票价	110
表 4-13	景区固定资产折旧与残值率参考表	113
表 4-14	项目成本经验系数估算法	113
表 4-15	不同发展阶段景区宣传营销费用投入比例	115
表 4-16	景区税种与税率的具体规定参考表	116
表 4-17	1990 年以来人民币存款利率变动表	117
表 4-18	1990 年以来我国商品零售价格总指数变动表	118
表 4-19	2005 年大旅游企业的盈利能力状况	119
表 5-1	山岳型景区经营权价值评估实证景区选取及目的	121
表 5-2	长白山北坡景区的旅游资源及等级	128
表 5-3	长白山景区 1998—2012 年接待游客数	129
表 5-4	长白山北坡景区内主要景点情况	131
表 5-5	长白山北坡景区设施情况	132
表 5-6	长白山北坡旅游景区旅游环境容量	133
表 5-7	长白山北坡景区周边的冰雪旅游区发展情况	137
表 5-8	长白山北坡景区具体评估前提假设	139
表 5-9	长白山北坡景区收入成本指标的归纳表	140
表 5-10	长白山北坡景区游客量 6 种预测模型的拟合程度比较	141
表 5-11	2013—2017 年长白山北坡游客量增长率预测	142
表 5-12	长白山北坡景区 2013—2017 年的情景预测	143
表 5-13	长白山北坡景区单位门票收入调整表	144

表 5-14	2005—2010 年长白山游客人均消费表	145
表 5-15	部分“十二五”期间长白山管理委员会重点建设相关项目	146
表 5-16	金丝峡景区主要峡谷旅游资源状况	152
表 5-17	金丝峡景区主要旅游线路游客到访率调查	155
表 5-18	金丝峡景区外围村落和人口数统计	156
表 5-19	2003—2006 年金丝峡景区收入	160
表 5-20	游客在金丝峡景区内门票消费与总消费关系	160
表 5-21	2004 年不同类型景区的经营状况	161
表 5-22	2001—2004 年陕西省景区经营状况	161
表 5-23	游客对金丝峡新项目的支付意愿及平均支付意愿	162
表 5-24	秦岭北坡森林公园的经营状况	164
表 5-25	金丝峡景区环境容量测算	166
表 5-26	金丝峡景区旅游区客流量预测	167
附录 1-1	近年来我国景区经营权出让的不完全统计	207
附录 1-2	目前我国关于景区经营权转让的相关条例	213
附录 1-3	景区的定义与类型划分	215
附录 1-4	中华人民共和国城镇国有土地使用权出让和转让暂行 条例关于旅游用地的条款	216
附录 2-1	长白山北坡景区游客调查问卷	216
附录 2-2	长白山保护区管委会情况	218
附录 3-1	金丝大峡谷市场调查问卷	220
附表一	长白山北坡景区经营权价值评估现金流量表	223
附表二	长白山北坡景区经营权价值评估旅游收入估算表	224
附表三	长白山北坡景区经营权价值评估固定资产投资估算表	224
附表四	长白山北坡景区经营权价值评估总成本费用估算表	225
附表五	长白山北坡景区经营权价值评估固定资产折旧估算表	226
附表六	长白山北坡景区经营权价值评估税费估算表	227
附表七	金丝大峡谷景区经营权价值评估计算表	228

图目录

图 1-1	景区经营权价值过程解析图	10
图 1-2	本研究的景区内部结构图	11
图 1-3	景区资产分解图	12
图 1-4	技术线路图	16
图 1-5	基本内容框架图	17
图 2-1	景区经营权文献年度数量图	21
图 2-2	景区经营权文献的主要研究主题分类	22
图 2-3	景区经营权文献主题内容统计	23
图 2-4	环境资源总价值的构成图	33
图 2-5	旅游地环境资源经济价值评估研究体系	34
图 2-6	1985—2012 年我国旅游游憩价值评估的实证统计图	37
图 3-1	本章的分析流程图	55
图 3-2	山岳型景区经营权价值评估中的一般性与特殊性共同作用图	56
图 3-3	山岳型景区经营权价值影响因素图	57
图 3-4	1993—2005 年我国居民出游率与人均消费变化情况	58
图 3-5	我国山岳型景区重游率与主要功能关系图	61
图 3-6	A 级景区接待量与等级(左) 和 A 级自然景区接待量与等级(右)关系图	61
图 3-7	景区经营权价值影响因素的维度归纳	62
图 3-8	影响机理分析的视角解析	63
图 3-9	游客访问景区过程分析图	64
图 3-10	游客在景区内消费的供给需求因素影响图	65

图 3-11	黄山与九华山国内客源市场空间分割图	66
图 3-12	黄山与九华山游客量比较图	66
图 3-13	我国居民闲暇时间与可支配收入变化	68
图 3-14	湖南崀山景区主要市场收入与净出游倾向	68
图 3-15	黄山风景名胜区游览项目游客意向选择	70
图 3-16	长白山北坡景区游客意愿支付项目	70
图 3-17	东干沟景区沿沟谷的景点设施空间布局图	71
图 3-18	山岳型景区经营权价值重要影响因素	72
图 3-19	山岳型景区经营权价值评估指标的三维分析	72
图 3-20	山岳型景区经营权价值评估指标层次体系	73
图 3-21	张家界国家森林公园 1984—2001 年收入来源分析	74
图 3-22	井冈山景区 2001 年(左)与 2002 年(右)游客消费结构图	75
图 3-23	玉龙雪山景区内人民网广告牌	76
图 3-24	九寨沟景区内《环球时报》广告牌	76
图 3-25	山岳型景区收入构成分解图	77
图 3-26	2005 年翠华山景区广告投入费的媒体分类	78
图 3-27	景区的支出费用关系框图	79
图 4-1	山岳型景区经营权价值自身与评估特殊性	82
图 4-2	山岳型景区经营权价值评估体系图	83
图 4-3	景区经营权价值评估的目的体系	84
图 4-4	山岳型景区经营权价值评估原则体系	85
图 4-5	山岳型景区经营权价值评估前提假设	86
图 4-6	景区经营权价值的评估方法选择流程图	88
图 4-7	三种基本评估方法关系示意图	89
图 4-8	采用市场法(途径)进行资产评估的基本流程图	89
图 4-9	采用收益法(途径)进行资产评估的基本流程图	90
图 4-10	采用成本法(途径)进行资产评估的基本流程图	90
图 4-11	三种资产评估途径的价值类型分析图	93

图 4-12 景区经营权价值主要影响因素的关系分析图	103
图 5-1 长白山旅游区自然环境图	122
图 5-2 长白山北坡垂直植被带分布图	123
图 5-3 长白山自然保护区植被分布图	124
图 5-4 长白山旅游区主要旅游资源分布示意图	125
图 5-5 长白山北坡景区、二道白河镇与延吉市的空间联系图	126
图 5-6 长白山北坡景区游客地域分布图	127
图 5-7 长白山旅游区 1980—1996 年接待游客量	128
图 5-8 长白山北坡景区主要景点图	130
图 5-9 U 形谷内宾馆建筑物	135
图 5-10 天池长廊的韩资企业 35 年经营权公告牌	136
图 5-11 长白山北坡景区经营性资产与非经营性资产	138
图 5-12 成熟山岳型景区的现金流动状况	139
图 5-13 金丝峡景区在陕西省的位置	150
图 5-14 2005 年金丝峡景区游客年内分布	152
图 5-15 金丝峡景区游客地域分布	153
图 5-16 游客在景区内人均消费额	154
图 5-17 游客在景区内人均消费结构	155
图 5-18 金丝大峡谷道路缓冲分析图	157
图 5-19 简易收益法流程图	158
图 5-20 金丝峡未来新项目游客支付意愿分布	163