

旅游资源利用与保护的思考

张结魁¹, 赵玮²

(1. 西北大学 城市与资源学系, 陕西 西安 710069; 2. 合肥工业大学 附属中学, 安徽 合肥 230009)

摘要:应用资源学、经济学、旅游规划的理论和方法,通过分析旅游资源经济功能的实现途径和吸引力功能的损耗,给出了实现旅游资源经济功能的一些旅游规划的理念和方法,并指出要建立合理的旅游资源价值化机制以促进旅游资源的利用和保护。

关键词:旅游资源; 旅游规划; 旅游消费环境; 资源损耗; 价值化机制

中图分类号: F591.99 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-274X(2001)04-0355-04

1 旅游资源的基本功能

旅游是由主体、客体、介体三大要素构成的,这三大要素相互联系、互为制约,构成旅游的统一体,缺一不可。旅游主体即游客,客体指旅游目的地,介体则是联系主体和客体的媒介体,其主要功能是将游客输送到旅游目的地^[1]。

旅游活动之所以能够发生,是因为旅游目的地(客体)有某种强大的吸引力能够激发旅游者(主体)的旅游动机,促使游客前往旅游,而旅游资源是旅游目的地借以吸引旅游者的最重要因素^[2],因而旅游资源最基本的功能应是“吸引力功能”。这种吸引力又具两个特征:①是一种单向吸引力,仅指旅游目的地对游客的吸引,因而旅游资源只存在于旅游目的地;②是一种整体的、综合的吸引力,并具有抽象性特征。

再从旅游活动的发展考察。旅游活动最初是作为一种文化活动出现的,而旅游经济活动则是旅游活动发展到一定阶段上才产生的。首先是旅游活动商品化,即旅游活动所依赖的物质产品、精神产品和劳务都成为商品,成为社会商品总体的一部分。进而是旅游活动社会化,即把原来的个别的、分散的旅游活动联结成集中的活动^[3]。这也标志着现代旅游业的开始。现代旅游业作为一项经济产业,其最终要求旅游资源能为旅游业带来经济效益,因而“经济功

能”是旅游资源的另一重大功能。

如果从历史的角度来分析二者的关系,可以发现,是吸引力功能导致了经济功能的发生,二者是一种“单向因果”关系。但是,自从旅游业诞生后,二者的关系则演变为“互为因果”关系,并且经济功能处于先导地位。人们为实现旅游资源的经济功能而开发其吸引力功能,吸引力功能则是经济功能的基础,反过来促进经济功能的实现。

2 旅游资源经济功能的实现及其对规划的要求

2.1 经济功能的实现

从旅游资源开发者角度看,旅游开发者最关心的自然是旅游资源的经济功能。旅游资源经济功能的实现有3种情形:①作为综合吸引力,激发旅游者旅游动机,吸引游客来旅游目的地;②构成旅游产品,并作为旅游产品的组成部分被游客直接消费掉;③营造旅游消费环境,愉悦游客消费心理,刺激游客消费欲望。第①②种情形容易理解,而第③种情形的出现是因为现代旅游业要想获得良好效益就要设法扩大游客在旅游目的地的消费,提供和创造旅游消费机会,并为旅游者营造良好的消费环境,愉悦旅游者消费心理,刺激旅游者消费欲望。而且,这也是可能和现实的,这是因为:①旅游消费弹性较大,并且现今“散客潮”趋势越来越明显,这部分散客吃、住、

收稿日期:1999-12-20

基金项目:西北大学校内基金资助项目(99NW33)

作者简介:张结魁(1974-),男,安徽安庆人,西北大学硕士生,从事旅游经济和管理规划研究。

行、游、购、娱的消费比例极不平衡,旅游消费弹性较“团队”游客更大;②旅游资源本身具有环境美感和愉悦心情的作用,因而通过有效的规划、设计和开发可达到刺激消费的目的。这里有一个成功的实例,五星级酒店一般有 3 个特点,首先是共享空间,这一空间包括大堂咖啡厅、音乐茶座、酒吧、游泳池、演出小舞台、餐厅、商店等的连通,甚至多层次交叉空间;其次是透明的观光电梯,可以是敞向楼外空间,也可敞向楼内共享空间,目的是使乘电梯也成为一种观光活动;再次是楼顶的旋转餐厅,可同时从不同角度观看城市风光。这摆脱了饭店只是住宿用餐的场所,把大堂与走廊式住房隔开的传统空间设计改变为互为观光的流通空间,给人以亲切感^[4]。

2.2 规划要求

为了旅游资源经济功能的顺利实现,在进行旅

游资源开发规划时便要充分考虑以下几种情形。

2.2.1 以“旅游者为中心”进行市场预测 在旅游规划实践中,规划成功的关键在于要以“旅游者为中心”准确地预测市场需求——游客的人数及需求档次。由于旅游资源经济功能实现的前提是旅游资源能够吸引游客前来旅游目的地,因而对旅游资源吸引力的评价应结合客源市场进行,而不仅仅是评价旅游资源自身的自然地理条件和美学观赏、科学、文艺等价值。下面是我们从旅游者角度提出的旅游资源有效吸引力(指能够吸引游客前来旅游目的地)评价模型(见图 1)。据此模型对备选方案进行评估,由于有效吸引力对应的是市场有效需求,因而可以根据评价结果求出预期收益,然后再进行成本-收益分析决定方案取舍。

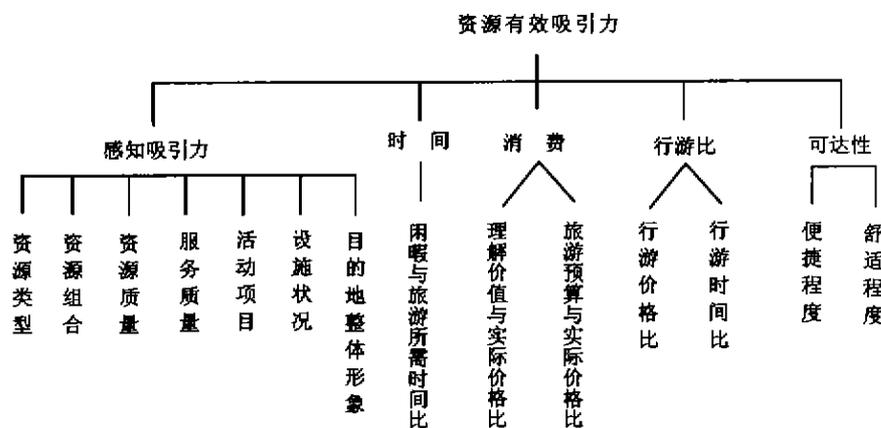


图 1 旅游资源有效吸引力评价模型

Fig. 1 The assessment pattern of valid tourism resources attraction

2.2.2 加强旅游产品规划 旅游产品是旅游企业的生命,旅游资源则是旅游产品的“硬核”,因而利用旅游资源规划,设计出适销对路的旅游产品,其重要性不言而喻。

虽然旅游产品类型受旅游资源类型制约,但我

们也看到二者之间并非一一对应关系。一种旅游资源可以开发出不同产品,同一产品也可由不同资源开发而成。在产品规划过程中,我们首先应对旅游资源进行产品开发适宜性评价,再对市场进行分析和预测,最后才能确定产品开发方向,如下图所示。



图 2 旅游产品规划

Fig. 2 Tourism product planning

2.2.3 建立旅游消费环境规划理念 在 2.1 中,笔者已就营造旅游消费环境,刺激旅游消费的必要性、可能性和现实性进行了探讨。但是,在目前的旅游规

划中,规划者还没有充分重视这一点,至少是没有上升到理念高度。笔者在这里提出一些不成熟的想法:①要加强景区、景点与旅游中心地的联系以及科学

地组织游线;②景区、景点的功能分区和布局要方便消费;③营造良好的微观消费环境,包括选址、建筑与环境的协调、室内环境等。

3 吸引力功能下降与资源保护问题

旅游业对其赖以存在的资源环境基础有较大影响,在向持续性目标发展的过程中,环境(含资源)持续性和经济利益最大化的矛盾最为尖锐,下文试图从分析旅游资源吸引力功能下降入手,由果溯因,通过协调各利益主体的关系,建立合理的旅游资源价值化机制以解决这一矛盾。

3.1 旅游资源的损耗

旅游资源的吸引力功能是其经济功能的基础。但是,吸引力功能并不是一成不变的,有两种形式的旅游资源损耗会导致吸引力功能的下降。一般来说,旅游资源既表现为有形的实体或现象,又可抽象为一种无形的对旅游者的综合吸引力,是二者的结合,因此,旅游资源的损耗也存在有形损耗和无形损耗两种形式。

3.1.1 有形损耗 旅游资源的有形损耗指的是旅游污染,它发生在旅游者游览旅游目的地的过程中。旅游污染问题人们已非常重视,目前相关的理论和研究有旅游环境容量、旅游环境影响评价、旅游环境会计和审计等方面。

3.1.2 无形损耗 旅游资源的无形损耗指的是由于旅游者价值观变化或兴趣转移所造成的旅游资源吸引力下降。“吸引力”是旅游资源的核心,它是旅游资源与旅游者相互作用关系的一种体现。旅游资源的吸引力一般被认为在一定时期内具有“稳定性”。但是,从较长时期来看,即使不存在因有形损耗而导致的吸引力下降,具体旅游资源的吸引力仍会随旅游者价值观的变化和兴趣的转移而变化。按照马斯洛的“需要层次论”,旅游被认为是一种自我实现的需要,为了体现自己的独特性需求和区别于群体,旅游者往往愿意追逐时髦和新潮,这体现在他们对旅游活动和旅游目的地的选择之中。按照心理分析学家卡尔·荣格的说法,旅游体现了一种推动人们寻找新天地的不满足心情^[5]。为了不断满足旅游者的“不满足心情”,旅游供给者就要不断地利用旅游资源开发出新的旅游活动或旅游目的地。这样,原已开发的旅游资源总有一部分被遗忘或抛弃,这部分旅游资源的吸引力或者说是价值就会下降或丧失。例如有人预言:“2000年占主导地位的是以个性的充

分发扬和实现为基础的旅游,从而将抛弃3S(阳光、沙滩和海水)模式”^[5],而现实也基本证明了这一点。

3.2 旅游资源损耗的补偿与防止

旅游资源属国家(集体)资源,从理论上讲,凡是在开发利用过程中造成旅游资源价值损失时,旅游资源开发者均应付费补偿这部分损失,才不会导致国家和集体利益的减少。也只有这样,才能制止目前现实中存在的旅游资源开发者无偿使用旅游资源或付费极低,进而导致为追求利益最大化,对旅游资源采取掠夺性开发的现象^[6]。

由以上分析可知,旅游资源的损耗存在有形损耗和无形损耗两种形式,它们都会导致旅游资源价值的减少。但是,至今的研究主要集中在有形损耗即旅游污染上,通过控制旅游污染和征收生态环境补偿费来促进旅游资源的保护和补偿有形损耗。但是,这样做并没有对旅游资源的无形损耗做出相应补偿,例如某一风景旅游地,假设在时间点O开发,开发后,旅游者络绎不绝,旅游开发者从中获得巨大利益,但一个时期后,假设到时间点T,旅游者对此地不再感兴趣,该旅游地衰落了。很明显,即使该风景旅游地环境质量没有发生任何改变,开发时的价值 V_0 要大于衰落后的价值 V_T 。这样,国家损失的价值为 (V_0-V_T) ,而这部分价值被旅游开发者侵占了。因而,只针对有形损耗是无法建立合理的旅游资源价值化机制,也无法真正从“经济源头”制止开发者对旅游资源的破坏。

建立合理的旅游资源价值化机制必须依赖观念、制度、体制、方法的更新和突破。

(1) 树立旅游资源价值观和资产观。旅游资源是有价值的,其开发利用可以给我们带来收益和财富,因而是一种资产。

(2) 改变现有的旅游资源管理体制,建立旅游资源资产化管理制度。我国目前实行的旅游资源管理体制,主要由国家代表全体人民进行统一的管理使用,国家集行政权力、旅游资源所有权和管理权于一身,然而,正是这3种权力的混同以及多种经济利益主体的并存,造成旅游资源按行政方式配置,无偿使用^[6]。因此,建议明晰旅游资源产权,加强产权管理,实现所有权和使用权的分离^[7]。

(3) 在社会主义市场经济条件下,建立旅游资源的有偿使用制度,使旅游资源成本内化;引入市场机制,并辅之以有效的宏观调控手段应是补偿旅游资源价值流失(包括有形和无形),促进旅游资源利用和保护的关键。

(4) 旅游资源价值化的方法。目前资源经济学和环境经济学在资源环境成本化方面建立了一些方法,如资源定价、环境损失价值计算、资源环境税等,都不成熟。并且,由于旅游资源的广泛性和多样性,其价值计量更加复杂,因而期待技术方法的突破。

4 经济功能与吸引力功能的协调

从本质上说,旅游资源的经济功能与吸引力功

能是统一的,吸引力功能总是有助于经济功能的实现,而经济功能的实现也使开发者有能力对旅游资源进行深度开发,增强其吸引力功能,从而实现经济功能与吸引力功能的良性循环。但是,经济功能与吸引力功能在一定情形下也存在着冲突,冲突的根源在于短期利益与长远利益、经济效益与综合效益的不协调,冲突的主体为旅游资源开发者与区域社会(或社区居民),如下图所示。

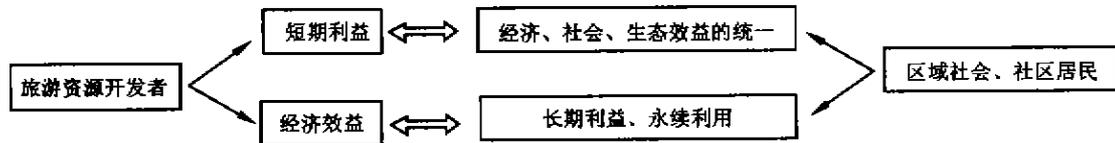


图 3 经济功能与吸引力功能的冲突

Fig. 3 The conflict between economic function and attracting function

经济功能与吸引力功能的协调发展,首先要对旅游资源开发进行合理规划,以增强旅游资源的吸引力功能,促进经济功能的顺利实现,使得二者协调发展;其次是建立合理的旅游资源价值化机制,通过适当收取旅游资源损耗补偿费,制止开发者的短期

开发行为。当区域社会追求的经济、社会、生态综合效益目标与开发者追求的经济利益最大化目标发生冲突时,区域社会则应对开发者进行补偿,使开发者愿意致力于旅游资源综合效益的发挥。

参考文献:

- [1] 杨振之. 旅游资源开发[M]. 成都:四川人民出版社,1996. 8-13.
- [2] 保继刚,楚义芳,彭 华. 旅游地理学[M]. 北京:高等教育出版社,1993. 52-54.
- [3] 邹树梅. 现代旅游经济学[M]. 青岛:青岛出版社,1998. 1-5.
- [4] 王云才,李建利,王见平. 旅游企业经营管理实务[M]. 青岛:青岛出版社,1996. 97-98.
- [5] 罗贝尔,朗卡尔. 旅游和旅行社会学[M]. 陈立春译. 北京:商务印书馆,1997. 29-37.
- [6] 田 玲,齐子鹏. 论当前对旅游资源保护认识的几个问题[J]. 旅游学刊,1998,13(3):45-48.
- [7] 敬荣军,韦燕生. 中国可持续旅游的资源环境政策思考[J]. 旅游学刊,1999,14(5):58-61.

(编 辑 徐象平)

A study on the using and protecting of tourism resources

ZHANG Jie-kui¹, ZHAO Wei²

(1. Department of Urban and Resources Science, Northwest University, Xi'an 710069, China; 2. Affiliated Middle School of Hefei Technology University, Hefei 230009, China)

Abstract: Using the theories and methods of resources sciences, economics and tourism planning, by analyzing the attracting function and economic function of tourism resources, some ideas and methods of tourism planning are given to realize the economic function. Also it is pointed out that a reasonable value assessment mechanism must be established in order to promote the using and protecting of tourism resources.

Key words: tourism resources; tourism planning; tourist consuming environment; physical deterioration; obsolescence