

引用格式:冯凌,郭嘉欣,王灵恩.旅游生态补偿的市场化路径及其理论解析[J].资源科学,2020,42(9):1816-1826.[Feng L, Guo J X, Wang L E. Marketization path of tourism ecological compensation and theoretical analysis[J]. Resources Science, 2020, 42(9):1816-1826.] DOI: 10.18402/resci.2020.09.15

旅游生态补偿的市场化路径及其理论解析

冯凌¹,郭嘉欣¹,王灵恩²

(1. 北京第二外国语学院旅游科学学院,北京100024;

2. 中国科学院地理科学与资源研究所,北京100101)

摘要:多元化生态补偿制度建设是新时代中国生态文明建设的重要任务,旅游市场化生态补偿机制构建有助于丰富和完善中国生态补偿制度体系。本文运用文献资料梳理和生态经济分析框架,在总结政府主导型、社区参与型等旅游生态补偿实践的基础上,明确了旅游市场化生态补偿的内涵特征、利益主体,并探索其运行的内在机制。结果表明:旅游市场化生态补偿形成生态旅游供需对接平台,具有以市场交易实现生态资源价值、内生性和循环性、参与主体多元性等特征;主要涉及游客、旅游企业、社区居民、当地政府等利益主体;其运行机制是社区居民和旅游企业在有机合作和投入建设基础上,将自然资源和生态系统服务功能生产转换为生态性旅游产品,游客通过付费购买生态旅游产品和服务,形成对旅游企业、社区居民、目的地生态系统的直接和间接补偿,从而构建可持续的“交易—获利—激励—再交易”市场化补偿路径。这一市场化机制运行的前提是自然资源产权的确定,关键是资源生态价值的实现,核心是生态服务功能交易的互动激励,而多方博弈中政府的调节是重要保障。

关键词:旅游生态补偿;市场化;利益相关者;概念模型;运行机制

DOI:10.18402/resci.2020.09.15

1 引言

党的十八大以来,建立市场化、多元化的生态补偿制度成为中国生态文明建设的重要任务;十九大报告中进一步明确提出要建立市场化多元化的生态补偿体制。2018年12月,国家发改委等9部门联合印发《建立市场化、多元化生态保护补偿机制行动计划》^[1],再次强调要完善生态保护补偿市场体系。一系列的政策支持为中国市场化生态补偿机制的建设提供了有效指导,使之逐渐成为推动中国自然生态保护区协调发展的有效途径。

中国幅员辽阔,各类陆地生态系统齐全,拥有大面积的保护用地。以自然保护区为例,《2018年中国生态环境状况公报》显示,截至2017年底,中国共建有2750个各种类型、不同级别的自然保护区,

总面积约147.17万km²。其中,自然保护区陆域面积142.70万km²,占陆域国土面积的14.86%^[2]。这些保护地环境优美,资源丰富,具有特殊生态价值,对生态系统保护提出了更高的要求。由于缺少社会资金,中国自然保护区的生态补偿主要依靠政府的财政转移支付。据统计,2017年中国仅用于森林生态补偿、退耕还林还草、草原生态保护、轮作休耕的财政支出就高达957.2亿元,面临着巨大的财政压力,亟需开展市场化的补偿方式。

旅游业的发展为各类自然保护地提供了一种有效、可持续的生态资源利用方式。目前中国已经有超半数的自然保护区开展了生态旅游活动,游客量逐年增多^[3],为保护区解决资金短缺、社区发展矛盾等问题提供了新途径,成为实现生态保护补偿的

收稿日期:2019-12-12;修订日期:2020-08-08

基金项目:北京市社会科学基金重大项目(19ZDA11);北京第二外国语学院2019年校级重点项目(LYFZ19A004);拉萨市科技支撑面向乡村振兴的产业融合科技示范基地项目(SCKJ004)。

作者简介:冯凌,男,四川广安人,副教授,博士,研究方向为旅游规划与政策、旅游影响与可持续旅游。E-mail: 153112950@qq.com

通讯作者:王灵恩,男,山东沂南人,副研究员,博士,研究方向为旅游可持续消费。E-mail: wangle@igsnr.ac.cn

2020年9月

有效手段。作为一种市场化的生态补偿方式,“旅游生态补偿”也成为旅游学、生态学领域的热点研究问题。其实,早在20世纪80年代,中国就开展过旅游生态补偿实践活动,例如青城山风景区征收30%的门票用于森林生态系统的保护^[4]。随后,武当山、武夷山、普达措等国家公园、风景名胜区陆续开始实施旅游生态补偿。然而,旅游地生态环境恶化和资源退化的问题却日益凸显^[5],可见现有的旅游生态补偿制度尚未实现充分的生态保护。探究其原因,主要在于现有的旅游生态补偿制度未能将市场经济的利益调节作用和生态补偿的激励作用结合在一起,导致旅游发展过程中生态系统保护与相关主体的经济利益脱节,难以形成高效的生态保育激励。

目前,关于旅游生态补偿的研究更多集中在实证案例研究,侧重于对补偿标准的核算^[6-8]和补偿方式^[9,10]的分析,仅有部分文献对旅游生态补偿机制进行了探索,涉及到森林旅游生态补偿机制^[11-13]、乡村旅游生态补偿机制^[14]、山地旅游生态补偿机制^[15]等。这些补偿机制的研究多是围绕补偿主体、补偿客体、补偿标准、补偿方式4个要素构建,形成了包含政府、旅游者、企业、社区居民、生态系统等多个主客体在内,以生态系统服务价值、旅游生态保护建设成本和机会成本为标准,通过政府财政支持、市场购买、居民补贴等途径实现补偿的综合性旅游生态补偿机制。但是,现有的研究缺乏对补偿要素之间相互作用机理和实现路径的剖析,且政府依然在其中发挥着主导作用,辅以市场运作的途径进行补偿^[16],市场化补偿元素引入较少。在国际上,已经有不少国家和组织建立了成熟的市场化生态补偿机制,例如美国建立的土地信托与保护性地役交易制度,土地所有者将土地委托于专业人员进行规划管理,并从中获得经营利润,减少破坏性开发^[17];澳大利亚的生态保护企业股权融资制度,将企业募资和资源保护相结合,通过股票购买的方式支持企业保护环境^[18];欧盟、中南美国家(地区)的产品认证制度,对生态友好型产品授予生态标志,使其能够获得更高的市场交易价格,弥补因生态保护带来的产量下降^[19];以及美国、澳大利亚的环境信用额度交易制度等,通过市场购买生态服务信用额度的方式为生态保护筹措资金^[20]。这些实践均为国内生态补偿

的发展提供了借鉴。面对日益严峻的旅游生态环境形势以及财政补偿资金压力,解析旅游生态补偿的市场化理论机理,建立旅游市场化生态补偿机制十分必要,对生态旅游资源的持续利用和生态旅游的健康发展具有重要意义。

本文在梳理中国旅游生态补偿实践和特征基础上,根据生态系统服务功能和旅游活动的特点,通过对旅游产业链中市场交易活动的分析,重点研究旅游生态补偿的内涵特征、利益主体,并探索构建旅游市场化生态补偿的概念模型,解析其运行机制及关键性架构因素,试图解决现有旅游生态补偿机制中内生性、激励性不足的问题,以期为中国市场化、多元化生态补偿制度的建设提供借鉴和启示,并促进旅游业和生态保护的协调发展。

2 中国旅游生态补偿现状

20世纪80年代末,中国生态旅游起步发展,为生态资源保护提供了新路径,旅游生态补偿随之应运而生,至今已有30多年的发展历程。起初,旅游生态补偿发展较为缓慢,仅有少数旅游地采取了生态补偿措施,如青城山风景区、西双版纳自然保护区等,且补偿方式单一,依赖政府主导实施。进入21世纪之后,实施生态补偿的旅游地数量明显增多,尤其是2006年国务院颁布《风景名胜区条例》,规定风景名胜区应当缴纳风景名胜资源有偿使用费之后,武夷山、神农架等旅游地纷纷建立起生态补偿制度,旅游企业、社区居民等主体也逐渐纳入生态补偿体系中,旅游生态补偿逐渐朝着多元化、规范化方向发展。但总体来看,中国旅游生态补偿尚处于初步发展阶段,以旅游资源有偿使用制度为代表的政府主导型机制依然是主要的补偿方式。表1列举了中国部分旅游生态补偿实践。

从表1可以看出,政府主导和社区参与是目前中国旅游地采用较多的两种补偿机制。其中,政府主导机制是指以政府为主体主导实施的生态补偿,在旅游生态补偿领域主要体现为资源有偿使用制度,属于“庇古型生态补偿”,由政府主导实施,提取景区的部分经营收入用于生态保护,从而实现外部效应内部化。社区参与机制则是从社区居民的视角出发,通过直接补偿、间接补偿等多种方式引导社区居民参与当地旅游发展管理以及旅游经济利益分配,补偿居民在旅游发展过程中的机会成本。

表1 中国代表性旅游生态补偿实践

Table 1 China's representative tourism ecological compensation practice

时间	旅游地	补偿内容	补偿对象	补偿机制
20世纪80年代—20世纪末	青城山风景名胜区	将青城山门票收入的30%用于森林保护	森林资源	政府主导
	西双版纳自然保护区	建立景区旅游收益缴纳及反哺制度;建立“社区共管”模式	生态资源 社区居民	政府主导 社区参与
21世纪初期	九寨沟自然保护区	针对生态系统设立科研保护资金;针对社区居民提供直接资金补偿、特许经营补偿以及间接就业补偿	森林资源 社区居民	政府主导 社区参与
	玉龙雪山自然保护区	设立环境保护专项资金,由景区收入和政府专项资金共同构成	生态资源	政府主导
	天目山自然保护区	设置资源保护费和特许经营费	生态资源	政府主导
	普达措国家公园	主要对社区居民进行补偿,包括旅游经营服务项目补偿、征地补偿等直接补偿和就业、特许经营等间接补偿	社区居民	社区参与
	武当山森林公园	旅游资源有偿使用费	生态资源	政府主导
	神农架自然保护区	风景名胜资源有偿使用费	生态资源	政府主导

注:以上资料根据文献[21,23]整理而来。

社区居民是旅游生态补偿中重要的利益主体^[22],因此对社区居民的补偿和利益保障是旅游生态补偿实践中的重要内容。通过对现有两种机制的对比发现(表2),目前的旅游生态补偿存在以下问题:①现有的补偿资金通常根据旅游企业的经营收入按比例征收,补偿标准更多依赖于企业的经营情况,未形成统筹游客、旅游企业、社区居民、地方政府等多元主体的补偿合力;②生态补偿的运行更多地依靠政府和制度等强制性保障,难以形成高效的自我保育激励。虽然现有的两种机制实现了补偿资金来源的市场化,具有一定的市场化补偿特征,但是尚未在利益相关主体之间搭建起市场交易平台,有必要补充完善,建立市场化生态补偿运作机制。

3 旅游市场化生态补偿的内涵特征与模型构建

3.1 内涵和特征

所谓旅游市场化生态补偿是指将旅游发展过程中需要进行生态补偿的生态资源和服务通过产权市场化的过程纳入到市场运作平台中,补偿双方在明确生态资源和生态服务市场价值的基础上,以价格为指导,通过直接交易等市场经济手段调

节旅游发展所涉及的生态利益相关者之间的关系,最终实现保护生态环境、促进旅游业可持续发展的目的^[26]。与政府主导、社区参与两种补偿机制相比,旅游市场化生态补偿具有以下特征:

(1)体现生态资源的价值。市场化补偿以价格为指导,通过市场交易的过程实现,因此价格成为补偿相应生态服务的核心要素。价格基于价值决定,反映了生态资源和生态服务的市场价值,从而在生态资源价值和生态补偿标准之间建立起联系。生态资源的价值越高,在生态旅游市场中的交易价格越高,获得的生态补偿越多。

(2)具有内生性和循环性。一方面,市场化补偿方式能够在补偿主客体间建立供求关系,社区居民、企业和游客进入到因生态保护形成的利益格局中。出于维护自身经济利益的目的,这些市场主体会自觉调节自身行为,保护环境,建立内生性的生态补偿;另一方面,市场交易活动为社区居民带来持续的资金,缓解生态保护和经济发展的矛盾,转变资源利用方式,使生态补偿能够循环持续进行。

(3)参与主体多元化。市场化生态补偿以开放的市场作为基础平台,其参与主体应当多元化^[27]。

表2 现有旅游生态补偿机制对比

Table 2 Comparison of existing tourism ecological compensation mechanisms

补偿机制	补偿主体	补偿客体	补偿方式	优势	劣势
政府主导	政府主导 企业补偿	以生态环境为主	旅游资源有偿使用制度	强制性;容易推进实施	征收对象不明确、补偿标准不统一、管理不透明、效率低 ^[21,24] ;忽视居民利益
社区参与	旅游企业	以社区居民为主	直接补偿 间接补偿	维护居民利益,调动居民参与的积极性	被视为协调企业和社区经济利益的手段,较少考虑生态保护效果,有悖于生态补偿的目的 ^[25]

2020年9月

遵循市场经济规律,市场化生态补偿将游客、旅游企业、社区居民、政府等主体共同统一在因生态旅游而形成的利益格局中,改变现有旅游补偿机制中以单一补偿主体为主的现状,实现补偿主体的多元化。

3.2 利益主体分析

旅游生态系统中的利益相关者可以分为5类,即社区居民、游客、旅游企业、政府和生态系统^[28],这些利益主体也构成了生态补偿的主客体。此外,市场化生态补偿的主体可能还涉及公益性的个人和组织,由于这些主体以及生态系统并不具备市场利益关系,因此重点对前4类利益主体进行分析。结合其市场角色以及“谁利用谁补偿,谁受益谁付费”的原则,探讨各主体在市场化机制中的作用。

(1)社区居民。社区居民是当地生态资源的传统使用者和保护者,长期依托当地的生态资源和环境繁衍生息,承担了保护生态环境的重任,为生态旅游的发展作出了贡献。随着生态旅游的开发,居民利用当地自然资源的权益受到限制,不得不转变生计策略,承担机会成本和发展成本,是生态旅游发展中的受损者,理应受到补偿^[29,30]。建立市场化补偿机制之后,社区居民凭借自己所拥有的生态资源成为市场供给者,根据一定的价格进行市场交易后获得经济回报,弥补因生态保护带来的经济损失,实现利益协调。

(2)旅游企业。旅游企业在生态补偿中具有双重性质,一方面旅游企业利用生态资源开展经营活动获得经济效益,是生态保护的受益者;另一方面,旅游企业的开发建设活动会增加当地的生态负担,是生态环境的损害者。因此,旅游企业理应成为生态补偿的主体^[31]。作为生态资源的利用者,旅游企业在市场交易中扮演着需求者的角色,通过多种支付方式为资源供给者社区居民提供资金,实现对生态环境的补偿。

(3)游客。与旅游企业相同,游客同样具有双重性质,既满足了旅游体验需求,也造成了不同程度的资源破坏,是重要的补偿主体^[29]。在市场化生态补偿中,游客不仅要为旅游产品付费,还要对附加在旅游产品中的生态价值付费;既可以购买社区居民提供的旅游产品对其进行直接补偿,也可以通

过旅游企业间接补偿。

(4)政府。市场经济依托经济规律进行调节运转,因此政府在市场化机制中需要转变地位,由政府生态补偿中的主导作用转变为辅助作用,以保障市场化生态补偿的正常运行^[27]。政府的主要职责是搭建市场交易平台,建立交易规则,提供相应的市场配套措施,通过其调节作用和支持作用提高市场运行效率,促进生态旅游和生态补偿的持续发展,而不是过度干预微观的经济活动。

3.3 模型建立的难点与重点

市场化机制依赖自身协调运转,相比于政府主导机制和社区参与机制,在连续性和循环性方面对整个补偿体系的建设提出了更高的要求。如何打通市场交易各个环节的壁垒,建立可循环的“交易—获利—激励—再交易”的市场化补偿路径是市场化补偿机制研究的重点和难点。首先,清晰的产权界定是市场经济运行的首要前提^[32],而生态资源和生态服务长期以来都被人们认知为公共物品。如何对其进行产权界定,把生态资源转化为社区居民所拥有的生态资产,是市场交易前期所需要解决的问题。只有把生态资源转化为生态资产,才能按照市场规律流入经济社会领域。

其次,生态资产只有盘活之后,才能成为增值的资产,经过经营管理实现其市场价值,获得利益回报,完成生态资产到生态资本的转化。因此,在市场交易的中期需要重点考虑如何将生态资源和生态服务融合在旅游产品之中,从而在交易中体现其市场价值。再者,市场化生态补偿机制不仅要建立市场化的交易路径,更重要的是将市场调节利益的杠杆作用和生态补偿的激励作用相结合,促进自我保育激励的形成。在市场交易后期建立一个公平合理的利益分配机制是解决这一问题的关键。最后,市场不是万能的,市场经济的盲目性和市场主体的逐利性都意味着政府的监管必不可少。政府的监督贯穿市场化补偿的全过程,也是市场机制建设的重要内容,既要充分发挥政府的服务作用,又要避免其过度干预。

3.4 旅游市场化生态补偿概念模型构建

随着社会发展水平的提高,游客需求逐渐由观光旅游向生态旅游、休闲度假旅游转变,追求绿色

旅游体验。越来越多的生态资源和生态服务被开发为生态旅游产品,例如,生态系统中所蕴含的丰富的自然景观被开发为生态景区、生态公园等,为游客提供审美价值、休闲价值;所提供的物质服务,如食物、纤维、药材,为旅游餐饮、购物、住宿等提供绿色原材料。相比于其他旅游产品,这些生态旅游产品凝聚了生态系统服务的价值,价格也应该更高。在生态旅游市场中,社区居民提供生态旅游资源,经过旅游企业开发后形成生态旅游产品,游客购买体验生态旅游产品,从而实现生态服务付费,对当地生态环境进行补偿。旅游企业在交易中获得经济收益,为社区居民提供福利和补偿,激励其保护环境,不断提升生态旅游产品质量。三者在购买交易的互动激励中实现生态补偿。

根据上述逻辑,本文构建了旅游市场化生态补偿模型(图1)。其中,社区居民作为市场的供给方,是最初的生态资源供给者;游客作为市场的需求方,是最终的旅游产品消费者;旅游企业作为中间方,是连接居民和游客的纽带,完成生态资源到旅游产品的转换。该模型展示了旅游发展过程中社区居民、旅游企业和游客三者之间的交易活动和补

偿实现路径:①社区居民经过自然资源产权核算之后,根据生态资源价值以转让、租赁、托管的方式将生态资源流转至旅游企业进行集体的运营开发,或自身依托自然资源开展旅游活动,实现生态资源资产化;②旅游企业将集中流转的生态资源开发建设成生态旅游产品,并通过生态标签、旅游门票、生态价值附加销售、生态溢价等方式将生态系统服务的价值折算在产品中,通过市场交易实现生态价值;③游客通过旅游消费活动购买生态旅游产品后形成目的地的旅游收益,这些收益通过利益分配机制合理划分给旅游企业和社区居民,提供旅游收益补偿,激励其保护环境;④以上经济活动均发生在统一的市场平台中,政府在平台中发挥调节、监督、支持等辅助作用,统筹旅游发展的生态效益、经济效益和社会效益,促进生态补偿的循环运行。

需要指出的是,旅游地作为一个复杂的生态系统,可能涉及到多个层面的生态补偿,图1所提出的旅游市场化生态补偿模型是基于旅游发展的典型模式对旅游地内部利益相关者之间的相对微观的分析,是区域内部的旅游生态补偿,其目的在于调节区域内部因旅游业发展而产生的生态利益关

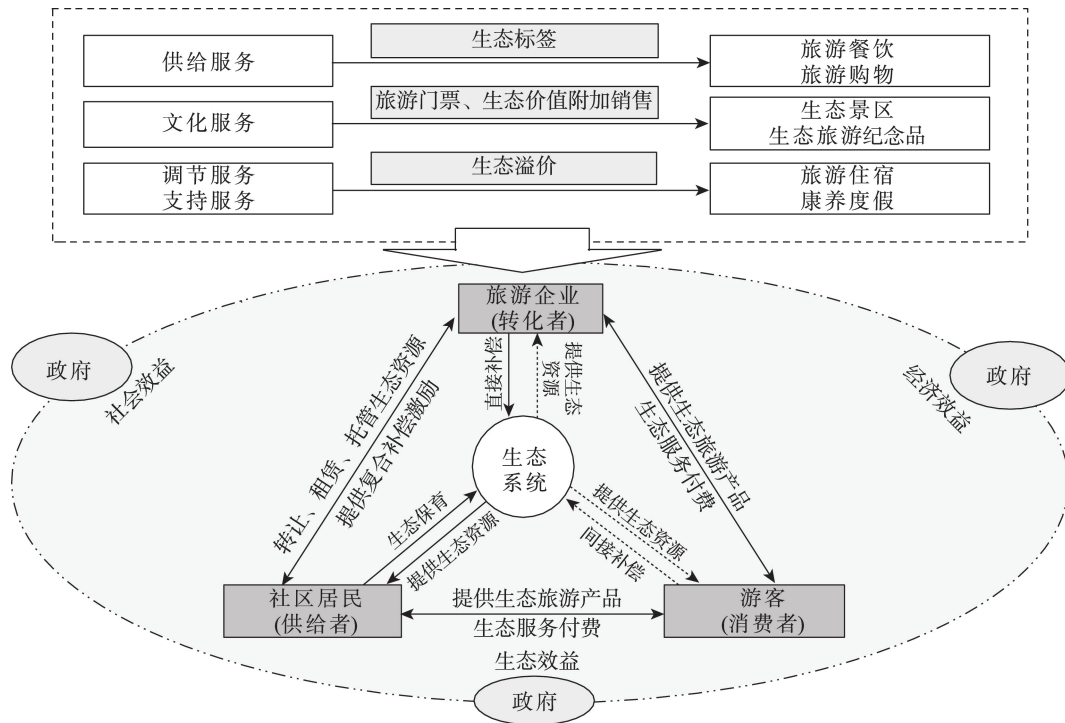


图1 旅游市场化生态补偿模型

Figure 1 Market-based tourism ecological compensation model

2020年9月

系^[33]。若从区域之间的角度来看,旅游生态补偿不仅包括区域内部旅游业对当地居民和生态环境的补偿,还应该包括外部区域对旅游区域整体的补偿。在国内,部分旅游区地域辽阔,不少旅游地的生态保护还具有国家层面的战略意义,其生态环境获得改善后,受益的不仅仅是该区域,周边地区甚至整个国家都将享受到该区域因发展旅游业带来的生态红利。从这个角度讲,旅游生态补偿的利益相关者还应包括国家政府、其他地方政府、公益个体及组织等,而这些主体作为资源供需方之外的利益相关者,难以运用市场经济模拟之间的利益交换,因此有必要补充其他类型的补偿机制。相比于区域之间的旅游生态补偿,区域内部生态补偿的利益关系、产权界定更加明确,更适合作为旅游市场化生态补偿实践的先行领域。

4 旅游市场化生态补偿机制运行的条件因素

4.1 旅游市场化生态补偿的前提:资源产权及价值的确定

目前中国生态资源存在产权不清、布局分散、碎片化等问题,难以统计核算,无法进行系统的保护利用,导致生态资源的经济效益和规模效益不能显著呈现^[34]。产权的模糊界定使生态资源具有公共物品的属性,容易引发生态外部效应;而资源的分散使社区居民缺少其他合理利用的方式,再加上居民自身运营管理能力有限,只能采用粗放的资源利用方式,进一步加剧资源的破坏和环境的恶化。旅游业具有资源产权较易界定、受益主体较为明确等特点^[29],并且通常有成熟的旅游企业进行开发经营,能够在市场运行过程中有效地解决上述两个问题。生态资源市场交易的第一个环节是建立产权登记和资产评估制度,实现自然资源的确权核算。对于能够确定产权的生态资源,鼓励拥有资源产权的社区居民通过转让、租赁、托管等方式将资源流转给旅游企业进行旅游开发,减少破坏性利用方式;对于无法确定产权的国有资源或集体资源,通过集体流转的方式转化其相对公共物品属性。同时核算自然资源的生态价值,作为市场交易协商以及旅游收益分配的依据。

科斯定理认为,世界上并无绝对的公共品,通

过产权的界定可以实现“公物品”与“私物品”之间的转换,从而使外部效应内部化^[24]。在旅游开发之前,当地的部分生态资源,如水域资源、山地资源、林业资源等,归国家或集体所有,但当地居民实际共同拥有资源的占有权和使用权。在这样的情况下,这些生态资源属于社区居民共有的公共品,容易产生外部效应。通过集体流转之后,社区居民将生态资源的使用权让渡给企业进行旅游开发,生态资源也由社会居民共有的“公共品”转化为相对企业、游客来说的“社区私物品”。社区居民作为资源的所有者,通过使用权的交易将生态资源的使用价值转化为交换价值,实现资产保值增值。此处需要说明,生态资源的使用权交易不同于传统的用益物权,社区居民在让渡土地、森林等有形用益物权的同时,附着在土地、森林上的无形生态资源也被让渡,如大气调节、水土涵养等基础生态系统服务,与当地居民的生活环境密切相关。因此,旅游企业在获得生态资源的使用权之后,也应承担起维持生态资源价值的义务,定期对生态资源维护修复,实现对生态系统环境的直接补偿。

在明晰产权之后,需要进一步对生态资源的价值进行核算,建立动态的生态资源数据库,定期对社区居民的生态资源进行考核评估,构建以生态资源价值为基础的补偿协商制度。生态资源的市场交易价格和补偿资金应该以生态资源的价值为基础,价值越高的资源在市场交易中占优势,获得的补偿越多,从而体现社区居民生态保护的经济价值,避免“一刀切”的补偿标准。

4.2 旅游市场化生态补偿的关键:资源生态价值的实现

旅游市场化生态补偿是通过市场交易活动实现的,因此生态旅游产品的市场价格就是生态补偿的直接体现。价格即为价值的货币表现,根据这一逻辑,生态系统的生态价值变现成为市场化生态补偿的关键因素。生态系统所提供的资源与服务只有折算在旅游产品的价格中,才能在交易活动中获得游客的付费补偿,转化为相应的货币资产。生态旅游产品不仅包括以自然资源为本底开发的旅游景观产品,同时也包括采用绿色生态环保理念开发的其他旅游要素产品,如绿色餐饮食品、绿色旅游

购物商品、养生酒店等。不同于大众旅游产品,这些生态旅游产品的开发依托于当地优良的生态环境,凝聚了生态系统服务的价值。联合国千年生态系统评估计划将生态系统提供的服务分为4种类型:支持服务、供给服务、调节服务和文化服务^[55]。不同服务的经济价值具有一定的差异性,其在生态旅游发展过程中的市场化实现方式也存在一定的差异(表3)。

4.3 旅游市场化生态补偿的核心:基于生态资源服务交易的互动激励

在经过产权界定以及资源生态价值实现之后,社区居民所拥有的生态资源经历了由生态资源转化到生态资产,再到生态资本的过程,并在游客的旅游消费活动中获得了旅游收益。这些收益的获得源自于市场中游客对生态旅游产品的需求,这种绿色生态的旅游偏好在游客、企业和社区居民之间建立了隐形的契约关系:当居民和企业保护生态系统,提供生态旅游产品时,游客愿意以更高的价格购买其旅游产品和服务。在价格信号的引导下,补偿主客体双方的市场交易活动形成激励作用,旅游企业和社区居民作为理性经济人,通常会在利益杠杆的作用下调节自身行为,企业会减少破坏性旅游开发,居民则会约束自身行为,自愿保护生态环境,形成生态保育激励机制。

但是,市场交易活动的激励作用能否发挥还在于旅游收益的分配是否公平合理,社区居民和旅游

企业得到的经济回报能否弥补其在生态保护中投入的经济成本和机会成本。利益分配机制的建设是市场运行机制后期的重点任务,也是建立自我保育激励,促进生态补偿的保障。在旅游收益形成的过程中,土地的生态景观、劳力的投入、投资者的资本、管理者的经营知识均具有一定的贡献,尤其是当地的生态景观,这是实现旅游产品的基础。在先前自然资源价值评估的基础上,借鉴股权收益分担机制,将社区居民所拥有的资源资产折合成股份,以生态资源入股的方式将社区居民纳入到旅游企业中。旅游企业通过分红的方式将旅游收益分配给社区居民,为居民带来持续性的资产性收入。在股权收益分担机制下,社区居民的补偿不仅与企业的经营收益有关,同时与自然资源的价值有关,资源价值的动态评估使居民的收益与生态环境的质量密切相关,进一步激励其提高环保意识。此外,经济增长的收益需要向社会建设或社会福利进行转换,这关系到经济社会可持续发展的问题^[56]。为社区居民提供就业机会、允许社区居民参与旅游经营活动,这些都是社区分享旅游发展成果的体现。社区居民获得旅游企业安排的工作岗位,解决自身就业问题,再在参与企业的管理服务工作中按劳取酬,获得工资收入;以及凭借自身的商业意识和经营能力,依托景区游客,从事民宿经营、生态食品、生态旅游工艺品售卖活动,获得营业收入。在这样的利益分配机制下,社区居民能够从生态保育

表3 生态系统服务市场价值的旅游实现方式

Table 3 Realization of the market value of ecosystem services through tourism

服务类型	主要生态服务功能	实现方式	转换的旅游产品
供给服务	由生态系统产生或提供的物质性服务,如食物、原材料、纤维、淡水等	生态标签:生态旅游产品在经过第三方独立机构对其生产、销售环节验证后,获得生态认证标志,从而实现产品生态信息透明化,消除市场摩擦,促进交易;其价格通常高于未获得认证的产品	旅游餐饮、旅游购物
文化服务	由生态系统提供的非物质性服务,如审美价值、教育价值、休闲价值等	旅游门票:产权界定后,旅游开发商建立景区、度假区等旅游场所,进行市场化经营,通过售卖门票获得收益; 生态价值附加销售:以影像、图书等媒体或物质产品附带实现无形价值	生态旅游景区、度假区、公园、场馆、旅游影视、旅游纪念品等
调节服务	由生态系统的调节功能所得到的收益,如大气调节、气候条件、疾病调控等	生态溢价:生态系统的调节服务和支持服务难以剥离出来独立交易,需要依托其所在的土地实现价值。良好的调节服务和支持服务能够改善周边的生态环境,带动土地溢价,以土地为载体实现资源的生态价值	旅游住宿、森林氧吧、雾浴养生等康养度假旅游产品
支持服务	保障其他生态系统服务功能所必须的基础服务,如土壤形成、养分循环、初级生产等		

注:以上资料根据文献[24]整理而来。

2020年9月

中获得资产性收入、工资性收入和营业性收入等复合性激励,缓解生态保护与经济发展之间的冲突,从而使生态补偿行为由一种外部强制行为转化为内部自主行为,建立起循环的自我补偿机制。

4.4 旅游市场化生态补偿的保障:多方博弈中政府的调节

市场化生态补偿机制的实现是多方博弈的结果,离不开政府在其中的斡旋引导。首先,旅游市场化生态补偿的运行需要构建一个连接各利益主体的市场平台,将社区居民、旅游企业、游客的经济活动统一在平台之中。在现行的管理体制下,政府应充当起平台发起者的角色,利用政府信任背书,构建旅游生态补偿市场交易信用体系。目前,中国生态补偿实践中已经探索过多种市场平台模式,如福建南平的生态银行模式、浙江青山的基金信托模式等,为旅游生态补偿市场平台的建设提供了借鉴意义。政府搭建市场平台不仅方便运作管理,改善生态补偿多头管理的弊端,同时有助于提升融资能力,吸引外部资金入驻,拓宽资金来源渠道,增强旅游生态补偿的持续性和稳定性。

其次,政府要充分发挥其调节作用、监督作用和支持作用。旅游生态补偿中涉及到游客、旅游企业、社区居民等多个利益主体,在市场经济中,各主体均具有逐利性质:游客希望通过更少的花费获得旅游体验,企业希望付出更少的补偿保障自己的收益,居民则希望获得更多的补偿和话语权。然而,由于信息不对等、自身能力弱等因素的影响,社区居民通常在旅游业发展中处于边缘地位,很难从旅游业发展中分得一杯羹。在这样的情况下,居民无法获得相应的经济利益,补偿双方的互动激励作用消失,生态补偿机制循环失败。因此,市场化的生态补偿并不是政府完全放任不管,而是要转变职能,由政府生态补偿中的主导作用转变为辅助作用,以保障市场化生态补偿的正常运行。一是要调节社区居民和旅游企业之间的关系,帮助双方建立信任关系,保障居民的利益,避免其在旅游发展中边缘化,促进生态旅游开发中资源产权的顺利流转。二是要作为独立第三方发挥其监督作用,监督旅游企业的经营发展状况和职责履行状况,让社区居民能够及时、全面地了解生态旅游发展情况,督促旅游企业履行相关义务,保障居民福利;监督生

态旅游产品的生产经营状况,对符合生态理念的产品给予生态认证,保障游客在消费过程中的知情权。三是要通过多种措施为生态旅游的发展提供支持,为旅游市场化生态补偿的建设提供良好的市场发展环境。例如为社区居民提供教育支持和技术支持,实行社区增权,提高居民地位;为旅游企业提供金融支持和税收支持,减轻生态旅游领域的投资风险,提高其参与积极性;为市场化生态补偿机制的建设提供制度支持,建立自然资源产权价值核算制度、旅游收益分配制度等。

5 结论与展望

5.1 结论

旅游生态补偿机制体系的建设是一项系统且复杂的过程,目前国内的实践主要以政府主导机制和社区参与机制为主,尚未形成完善的市场化运行机制。本文在总结现有实践和研究的基础上,明确了旅游市场化生态补偿的内涵特征和利益主体,并初步探索了其内在运行机制,分析了这一机制运行的条件因素,为市场化、多元化生态补偿制度的建设提供借鉴。

(1)旅游市场化生态补偿就是将自然资源和生态系统服务纳入到生态旅游供需对接平台中,通过生态旅游产品和服务的直接交易等市场经济手段调节利益相关者之间的关系,从而实现生态保育和旅游发展相互协调的生态补偿方式。这一补偿机制通过市场交易实现生态资源价值,具有内生性、循环性、参与主体多元性等特点,主要涉及社区居民、旅游企业、游客和政府等利益主体。其中,社区居民是生态资源的据有和供给者,旅游企业和游客是生态旅游资源和产品的需求者,政府则在供需双方之间进行调节,保障市场化生态补偿的正常运行。

(2)旅游市场化生态补偿实现的内在机制是,社区居民和旅游企业在有机合作和投入建设基础上,将自然资源和生态系统服务功能转换为生态性旅游产品,实现生态资源资产化;游客通过各类旅游消费活动对生态旅游产品和服务付费,形成目的地的旅游收益;这些收益层层分配给旅游企业和当地居民,激励其主动保育当地景观生态系统,从而形成可持续的“交易—获利—激励—再交易”的市场化生态补偿。

(3)这一市场化机制的运行需要4个条件性因素的支撑:前提是资源产权的确定,通过产权登记确权 and 产权价值评估,实现自然生态资源的价值核算;关键是资源生态价值的实现,主要借助旅游门票、生态标签、生态价值附加销售、生态溢价等形式,将生态系统服务转换为旅游产品从而实现生态价值;核心是基于自然生态服务交易的互动激励,形成多层次复合性补偿,从而有效激励旅游企业和社区居民主动保育自然生态系统;而以上过程中政府对多方博弈的调节是基础保障,要充分发挥其协调、监督和支持作用。

5.2 展望

目前,关于旅游市场化生态补偿机制的研究仍处于探索阶段,本文也仅是在理论上对其一般机理进行了解析。在实践中,不同旅游地面临的发展情况不同,所建立的市场化生态补偿机制也应有所差异。旅游资源类型和品级、旅游目的地发展阶段、社区的旅游参与程度等,均是影响旅游市场化生态补偿机制建立和运行的重要因素。不同发展模式下,旅游业内部的利益主体和利益分配格局也不同,进而影响到市场化生态补偿的实现路径和效果。因此,未来应选择不同的案例地加强对旅游市场化生态补偿的实证研究,并从实践总结上升到理论,逐步完善现有的理论框架,丰富旅游市场化生态补偿的路径和模式,进一步深化认知其内在机理与运行机制。此外,不同类型和规模的旅游地可能存在多层次的生态补偿,并不是所有的补偿都可以通过市场化的途径实现。在中国现行体制机制下,政府主导机制和社区参与机制仍将在很长一段时间内发挥重要作用,因此有必要考虑将市场化补偿机制纳入进来,加强三者之间的综合运用研究,针对不同旅游地建立多元化、更完善的旅游生态补偿机制。

参考文献(References):

- [1] 刘桂环,朱媛媛,文一惠,等.关于市场化多元化生态补偿的实践基础与推进建议[J].环境与可持续发展,2019,44(4):30-34. [Liu G H, Zhu Y Y, Wen Y H, et al. Practices and suggestions on promoting market-oriented diversified eco-compensation[J]. Environment and Sustainable Development, 2019, 44(4): 30-34.]
- [2] 中华人民共和国生态环境部.2017中国生态环境状况公报[EB/OL].(2019-04-09)[2020-08-08].http://www.gov.cn/guoqing/2019-04/09/content_5380689.htm. [Ministry of Ecology and Environment of the People's Republic of China. 2017 China Eco-Environment Status Bulletin[EB/OL]. (2019-04-09) [2020-08-08]. http://www.gov.cn/guoqing/2019-04/09/content_5380689.htm.]
- [3] 张昊楠,秦卫华,周大庆,等.中国自然保护区生态旅游活动现状[J].生态与农村环境学报,2016,32(1):24-29. [Zhang H N, Qin W H, Zhou D Q, et al. Status quo of ecological tourism in nature reserves in China[J]. Journal of Ecology and Rural Environment, 2016, 32(1): 24-29.]
- [4] 黄鹰西,杨亚娜,杨桂华.中外旅游生态补偿实践对比研究[J].生态经济(学术版),2014,(1):280-283. [Huang Y X, Yang Y N, Yang G H. Comparative study on practice of payment for ecosystem service (PES) in tourism between China and foreign countries [J]. Ecological Economy, 2014, (1): 280-283.]
- [5] 鲁小波,陈晓颖,王万山,等.基于利益相关者的自然保护区生态旅游健康度评价方法[J].干旱区资源与环境,2017,31(7):189-194. [Lu X B, Chen X Y, Wang W S, et al. Method for evaluation of nature reserve ecotourism's health degree based on stakeholders[J]. Journal of Arid Land Resources and Environment, 2017, 31(7): 189-194.]
- [6] 肖建红,王敏,于庆东,等.海岛型旅游目的地生态补偿标准及其差异研究:以普陀山、朱家尖、桃花岛和南北长山岛为例[J].旅游科学,2016,30(4):30-45. [Xiao J H, Wang M, Yu Q D, et al. A study on ecological compensation standards of island tourist destinations and their differences: Cases of Mount Putuo, Zhujiajian, Taohua Island, and South-North Changshan Islands[J]. Tourism Science, 2016, 30(4): 30-45.]
- [7] 徐秀美,郑言.基于旅游生态足迹的拉萨乡村旅游地生态补偿标准:以次角林村为例[J].经济地理,2017,37(4):218-224. [Xu X M, Zheng Y. Evaluation on tourism ecological footprint and compensation standard in rural tourism destination in Lhasa: A case study of Cijiaolin [J]. Economic Geography, 2017, 37(4): 218-224.]
- [8] 陈海鹰,杨桂华,曾小红,等.旅游生态补偿标准:类别构成及核算模型[J].旅游科学,2017,31(4):15-31. [Chen H Y, Yang G H, Zeng X H, et al. On the standard of tourism ecological compensation: Class composition and accounting models[J]. Tourism Science, 2017, 31(4): 15-31.]
- [9] 陈海鹰,杨桂华.社区旅游生态补偿贡献度及意愿研究:玉龙雪山案例[J].旅游学刊,2015,30(8):53-65. [Chen H Y, Yang G H. The contribution and continuous willingness of tourism ecological compensation to local communities: A case study of Yulong Snow Mountain[J]. Tourism Tribune, 2015, 30(8): 53-65.]
- [10] 胡欢,章锦河,刘泽华,等.国家公园游客旅游生态补偿支付意愿及影响因素研究:以黄山风景区为例[J].长江流域资源与环境,2017,26(12):2012-2022. [Hu H, Zhang J H, Liu Z H, et al.

2020年9月

- Tourists' willingness to pay for tourism ecological compensation and the influencing factors in national parks: Take a case of Huangshan scenic area[J]. Resources and Environment in the Yangtze Basin, 2017, 26(12): 2012-2022.]
- [11] 刘丹萍, 梁雪石. 基于森林资源资产价值评估的旅游生态补偿机制研究: 以帽儿山国家森林公园为例[J]. 国土与自然资源研究, 2018, (6): 71-72. [Liu D P, Liang X S. Research on the tourism eco-compensation based on valuation of forest resources assets: Take Maoer mountain national forest park as an example[J]. Territory & Natural Resources Study, 2018, (6): 71-72.]
- [12] 方世巧, 马泓宇, 徐少葵. 森林旅游生态补偿的机制与对策分析[J]. 生态经济, 2018, 34(5): 207-211. [Fang S Q, Ma H Y, Xu S K. Analysis on ecological compensation mechanism of the forest tourism and its countermeasures[J]. Ecological Economy, 2018, 34(5): 207-211.]
- [13] 李丽娟. 构建我国森林旅游生态补偿机制初探[J]. 西北林学院学报, 2012, 27(2): 238-241. [Li L J. Forest tourism eco-compensation mechanism[J]. Journal of Northwest Forestry University, 2012, 27(2): 238-241.]
- [14] 刘芬. 湖北省乡村旅游多元化生态补偿机制构建[J]. 中国农业资源与区划, 2018, 39(6): 223-228. [Liu F. Construction of diversified ecological compensation mechanism for rural tourism in Hubei Province[J]. Chinese Journal of Agricultural Resources and Regional Planning, 2018, 39(6): 223-228.]
- [15] 阿荣高娃. 乡村治理视野下的山地旅游区生态补偿机制研究[J]. 农业经济, 2017, (8): 91-93. [Arong G W. Study on ecological compensation mechanism of mountainous tourism areas from the perspective of rural governance[J]. Agricultural Economy, 2017, (8): 91-93.]
- [16] 李淑娟, 高宁. 旅游生态补偿研究现状及趋势[J]. 生态学杂志, 2018, 37(8): 2515-2523. [Li S J, Gao N. The current situation and trend of tourism eco-compensation[J]. Chinese Journal of Ecology, 2018, 37(8): 2515-2523.]
- [17] Merenlender A M, Huntsinger L, Guthey G, et al. Land trusts and conservation easements: Who is conserving what for whom?[J]. Conservation Biology, 2004, 18(1): 65-76.
- [18] Sydee J, Beder S. The right way to go? Earth sanctuaries and market-based conservation[J]. Capitalism Nature Socialism, 2006, 17(1): 83-98.
- [19] Gobbi J A. Is biodiversity-friendly coffee financially viable? An analysis of five different coffee production systems in western El Salvador[J]. Ecological Economics, 2000, 33(2): 267-281.
- [20] 梁丹. 全球视角下的森林生态补偿理论和实践: 国际经验与发展趋势[J]. 林业经济, 2008, (12): 7-15. [Liang D. Global review of payments for forest ecosystem services in theory and practice: International experiences and trends[J]. Forestry Economics, 2008, (12): 7-15.]
- [21] 钟洁. 西部民族地区旅游生态补偿政策实施的实践探索[J]. 民族学刊, 2017, 8(1): 32-37. [Zhong J. An investigation into the implementation of an ecological compensation policy for tourism in the western ethnic areas[J]. Journal of Ethnology, 2017, 8(1): 32-37.]
- [22] 刘敏, 刘春风, 胡中州. 旅游生态补偿: 内涵探讨与科学问题[J]. 旅游学刊, 2013, (2): 52-59. [Liu M, Liu C F, Hu Z Z. Tourism ecological compensation: Vonnotation and related scientific issues [J]. Tourism Tribune, 2013, (2): 52-59.]
- [23] 杨桂华, 陈海鹰, 张一群, 等. 旅游生态补偿[M]. 北京: 科学出版社, 2015. [Yang G H, Chen H Y, Zhang Y Q, et al. Tourism Ecological Compensation[M]. Beijing: Science Press, 2015.]
- [24] 冯凌. 基于产权经济学“交易费用”理论的生态补偿机制建设[J]. 地理科学进展, 2010, 29(5): 515-522. [Feng L. Building market-oriented mechanisms for ecological compensation: Based on the theory of “transaction costs”[J]. Progress in Geography, 2010, 29(5): 515-522.]
- [25] 张一群, 孙俊明, 唐跃军, 等. 普达措国家公园社区生态补偿调查研究[J]. 林业经济问题, 2012, 32(4): 301-307. [Zhang Y Q, Sun J M, Tang Y J, et al. Investigation on community eco-compensation of POTATSO National Park[J]. Issues of Forestry Economics, 2012, 32(4): 301-307.]
- [26] 任毅, 刘薇. 市场化生态补偿机制与交易成本研究[J]. 财会月刊, 2014, (22): 109-112. [Ren Y, Liu W. Research on market-based ecological compensation mechanism and transaction cost[J]. Finance and Accounting Monthly, 2014, (22): 109-112.]
- [27] 刘晓莉. 我国市场化生态补偿机制的立法问题研究[J]. 吉林大学社会科学学报, 2019, 59(1): 47-53. [Liu X L. Research on the legislation of China's market-based eco-compensation mechanism[J]. Jilin University Journal Social Sciences Edition, 2019, 59(1): 47-53.]
- [28] 刘静艳. 从系统学角度透视生态旅游利益相关者结构关系[J]. 旅游学刊, 2006, (5): 17-21. [Liu J Y. Viewing the structure relationship among ecotourism stakeholders from the perspective of systematology[J]. Tourism Tribune, 2006, (5): 17-21.]
- [29] 张一群, 杨桂华. 对旅游生态补偿内涵的思考[J]. 生态学杂志, 2012, 31(2): 477-482. [Zhang Y Q, Yang G H. On the connotation of tourism eco-compensation[J]. Chinese Journal of Ecology, 2012, 31(2): 477-482.]
- [30] 李若凝, 孙刘伟, 朱玉芳, 等. 旅游资源开发的利益协调机制研究[J]. 生态经济, 2006, (2): 99-102. [Li R N, Sun L W, Zhu Y F, et al. Study on interests-coordinating mechanism in tourism developing[J]. Ecological Economy, 2006, (2): 99-102.]
- [31] 蒋依依, 宋子千, 张敏. 旅游地生态补偿研究进展与展望[J]. 资源科学, 2013, 35(11): 2194-2201. [Jiang Y Y, Song Z Q, Zhang M. Tourism ecological compensation: Progress and prospects[J]. Resources Science, 2013, 35(11): 2194-2201.]
- [32] 刘薇. 市场化生态补偿机制的基本框架与运行模式[J]. 经济纵横, 2014, (12): 37-40. [Liu W. Basic framework and operation mode of market-based ecological compensation mechanism[J]. Economic Review, 2014, (12): 37-40.]

- [33] 宋子千, 蒋依依. 对旅游生态补偿机制若干问题的思考[J]. 中国旅游评论, 2014, (S1): 65-72. [Song Z Q, Jiang Y Y. Reflections on certain compensation problems relating to ecological damages in tourism regions[J]. China Tourism Review, 2014, (S1): 65-72.]
- [34] 崔莉, 厉新建, 程哲. 自然资源资本化实现机制研究: 以南平市“生态银行”为例[J]. 管理世界, 2019, 35(9): 95-100. [Cui L, Li X J, Cheng Z. Research on the realization mechanism of capitalization of natural resources: A case study of “ecological bank” in Nanping City[J]. Management World, 2019, 35(9): 95-100.]
- [35] Duraiappah A, Naeem S, Agardy T, et al. Millennium Ecosystem Assessment: Biodiversity Synthesis Report[R]. Washington: Island Press, 2005.
- [36] 赵德余, 朱勤. 资源-资产转换逻辑: “绿水青山就是金山银山”的一种理论解释[J]. 探索与争鸣, 2019, (6): 101-110. [Zhao D Y, Zhu Q. The logic of conversion from resources to assets: A theoretical explanation for “lucid waters and lush mountains are invaluable assets”[J]. Exploration and Free Views, 2019, (6): 101-110.]

Marketization path of tourism ecological compensation and theoretical analysis

FENG Ling¹, GUO Jiaxin¹, WANG Lingen²

(1. School of Tourism Sciences, Beijing International Studies University, Beijing 100024, China;

2. Institute of Geographic Sciences and Natural Resources Research, CAS, Beijing 100101, China)

Abstract: The development of a diversified ecological compensation system is an important task of China's ecological civilization construction in the new era. Developing a market-oriented ecological compensation mechanism for tourism contributes to enriching and improving China's ecological compensation system. Based on the literature review and an ecological-economic analysis framework, this study summarized the government-led and community-based tourism ecological compensation, and clarified the connotation, characteristics, and stakeholders of tourism market-oriented ecological compensation. We then explored the operation mechanism of tourism market-oriented ecological compensation. The results show that: tourism market-oriented ecological compensation forms an ecological tourism supply-demand docking platform, which has the characteristics of realizing the value of ecological resources through market transactions, endogenousness and feedback loops, and diversified participants. Tourists, tourism enterprises, community residents, and local governments are the main stakeholders of the platform. Its operating mechanism is that based on cooperation and investment, community residents and tourism companies convert the natural resources and ecosystem services into ecological tourism products, then tourists purchase the eco-tourism products and services to form direct and indirect compensation for the tourism enterprises, community residents, and destination ecosystem, thereby developing a sustainable market-oriented compensation path of “transaction - profit - incentive - transaction”. The prerequisite of the operating mechanism is to determine the property rights of resources, the key is to realize the ecological value of resources, the core is the interactive incentive for the transaction of ecological service functions, and government regulation is an important guarantee in the multi-party game.

Key words: tourism ecological compensation; marketization; stakeholders; conceptual model; operation mechanism