

旅游资源资本化的市场运行探析

范定祥^{1,2}, 傅丽华^{2①}

(1 湖南大学 经济与贸易学院, 长沙 410079; 2 湖南工业大学, 湖南 株洲 412007)

摘要:从生态经济的资源观出发,基于准公共产品的运营规律,旅游资源的资本化可以全面盘活旅游资源的各类价值,并最大限度地获取旅游资源开发的经济、社会和环保效益。旅游资源资本化的市场运行应以培育旅游生态资源的各类交易平台为先导,并在建立旅游资源价值评估的中介组织、构筑旅游资源损益补偿机制和旅游资源产权的制度安排诸方面进行联动。

关键词:旅游资源;资本化;市场运行

旅游资源是旅游目的地的自然风光和人文景观等禀赋状况。自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力、可以为旅游开发利用并能产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素均可视为旅游资源的范畴^[1]。实践中往往进一步将它划分为自然景观、历史文化景观和人造景观。

旅游资源作为旅游产业赖以存续的物质基础,不少学者对其进行了多方面的研究。杨振之从系统论的角度进行了分析,将旅游资源界定为“一个系统的综合体”;王健(2008)从法学角度进行了思考,指出旅游的基本属性是文化而不是经济;^[2]敖荣军(2002)、杨晓霞(2004)等研究了旅游资源的外部性和产权界定;^[3-4]林峰(2004)探讨了旅游资源开发的投融资模式;^[5]彭建红(2007)从环境恶化的原因切入,研究了旅游资源的价值评估;^[6]唐晓云(2005)、唐德彪(2007)分别探讨了社区和民族文化旅游资源的资产特性以及进行资本化管理的必要性等等。^[7-8]可见,由于种种原因,现有研究尚未系统地阐明旅游资源资本化的理论脉络及其具体运作机制。因此,上述问题的明晰对于我国旅游资源开发效率的提升和旅游业的可持续发展影响深远。

一 旅游资源资本化的理论根源

对旅游资源的研究视角涉及外部性理论、资源稀缺理论、市场失灵理论、政府失灵理论及产权理论等等。笔者认为,从生态经济的资源观和准公共产

品理论出发,更能准确把握旅游资源资本化的本质要求。

1. 生态经济的资源观

生态经济是一种立足于谋求生态、经济、社会的全面均衡和可持续发展的经济模式,它遵循生态学原理,重视生态系统的平衡和环境资源的综合效应。生态经济资源观认为地球生态资源和能源是有限的,它可以同时带给人们经济、社会和环境方面的复合效益,生态资源的利用只有在临界点以下才不影响生态环境的稳定。相应地,人类对这些稀缺生态资源的使用应当以其价值属性来引领,通过进行绿色生产与绿色消费,持续维护资源处置的经济性和可循环性,使生态环境经济化与经济运行生态化。

基于生态经济的资源观,旅游资源总价值可划分为使用价值(包括直接使用价值与间接使用价值)和非使用价值(包括选择价值、遗传价值及存在价值)。^[9]同时,旅游资源开发应注重平衡旅游景观资源的各类价值,把合理开发自然资源同保护和改善环境相结合,即进行“生态旅游开发”。生态旅游是以大自然为基础,涉及自然环境的教育、解释与管理,并在生态上可持续的旅游。它不仅可使旅游资源满足经济、社会和美学的需要,还能维持环境资源以及自然人文景观资源本身的完整性,从而实现旅游资源在代际间的利益共享。生态旅游开发的本质要求是以旅游生态资源蕴含的各类价值为导向,并

① 收稿日期: 2008-11-11

作者简介: 范定祥,男,湖南茶陵人,湖南工业大学商学院讲师,湖南大学经贸学院博士生,研究方向为国际贸易与产业经济;傅丽华,女,湖南永州人,湖南工业大学副教授,研究方向为区域经济及生态旅游开发。

将之内化为开发商资本的一部分,以寻求将展示自然赐予的景观和文化、维护环境资源价值和获取适宜的利润这三者之间的有机统一。

2 准公共产品理论

纯粹意义上的公共产品是指内含极端正外部性的特殊产品,它同时具备非竞争性和非排他性。旅游资源是准公共产品,其消费往往可以通过收费来控制,并且旅游资源还具有一定的承载量(即旅游地域的生态环境在一定时间内不至于退化的情况下所能容纳的旅游活动量)和环境容量(环境容纳和净化污染物的自净能力),在其范围内,旅游资源的使用是非竞争性的。可见旅游资源既不同于纯公共产品,也有别于那些任何人都可免费消费的公共资源,通过实施商业化的收费管理,旅游资源这种准公共产品可带给人们最大的福利效应。

旅游资源的准公共产品属性表明,作为一种能够产生收益(通过收费或产权转让)的特殊基础资源,旅游资源具有资本属性。同时,商业化的旅游资源开发模式又客观上要求将其内在价值进行市场化评估,并把旅游资源本身视为资本性投入而贯穿于景区开发运营的全过程。

二 旅游资源资本化的运行机制

旅游资源的资本化是将旅游禀赋资源的价值内化为开发商资产的过程,也即旅游资源产权转让的过程。通常,旅游资源的产权主要包括景区土地所有权、使用权、承包权、租赁权以及景观利用权和开发经营权等,围绕景区土地、景观等财产权利的流转运营直接导致了旅游资源的各类潜在价值向资本形态转变,并最终形成了三种典型的资产形态,即景区土地资本、景观资本和旅游历史文化资本。^[5] 实践中,旅游资源的资本化路径包括:(1)国家对景区内农村集体所有土地的征收、农村集体经济组织将其土地使用权的有偿出让以及之后土地使用权的再转让,能够实现景区土地价值的资本化;(2)在土地使用权及旅游资源所有权不转移的前提下,通过拍卖景观的利用权或旅游开发经营权可以实现景观价值的资本化;(3)通过出让旅游地蕴含的精神性财富(如民俗、史实等)的品牌利用权,能够使景区内潜在的历史文化价值得以资本化;(4)通过出让景区内的冠名权、广告权、领养权以及某些环境权益,可以使景区的一些无形资产的价值实现资本化。

可见,旅游资源的价值不仅包括景区土地、景观等有形资产的价值,还涵盖了土地使用权、景观利用权、景观开发经营权以及文化品牌利用权、生态环境

权益等无形资产的价值。其中,有形资产对旅游吸引力的建构具有核心的作用(例如丹霞山的“阳元石”、衡山的“南岳大庙”),而无形资产的价值却更为巨大。比如河南南阳和湖北襄樊关于“诸葛亮躬耕地之争”,历时上千年,就是因为不想放弃“诸葛亮”这块超过10亿元的旅游文化品牌资源。当然,旅游资源上述价值形式的充分资本化,还有赖于完善的旅游资源交易市场体系的建立。

三 旅游资源资本化运作中的几个核心问题

1 旅游资源的产权管理与制度安排

利用法律制度明确界定和保护景区资源的产权是旅游资源资本化的首要前提。如前所述,旅游资源产权一般是指围绕景区土地、景观等资产的营运而建立的一系列经济权利的总称(主要包括土地所有权、使用权、承包权、租赁权以及景观利用权和开发经营权等)。科斯指出,在实际交易费用不为零时,则合法产权的初始界定必然会对资源配置的效率产生影响。

目前,我国法律把自然、人文旅游资源的产权界定为国家所有和集体所有两种形式,但旅游资源的实际交易中却常常受到产权安排的困扰。譬如,《土地管理法》规定,“集体所有的土地资源依照法律属于村农民集体所有,由村农业生产合作社等农业集体经济组织或村民委员会经营管理”。而村农民集体包括乡、村、村民小组等三级集体组织(实践中,农村土地约80%掌握在管理能力较低的村民小组手里)。^[10] 这样一来,景区土地资源一旦要进行产权变更(如国家征收集体土地),三级集体组织往往会因为征地补偿费的分割矛盾而设置障碍。鉴此,国家应尽快制定《旅游资源交易与管理办法》从法律上明晰景区旅游资源的各种产权关系,并规范政府在旅游资源资本化过程中的职能和地位,使政府在基础设施建设、环境保护等公共领域及民间资本不愿意介入的公益性旅游方面主动为企业进行配套或联动,而对经营性旅游资源的开发项目,则只负责对旅游资源的市场化交易进行监管。

2 旅游资源交易平台的构筑

如果说旅游资源的资本化是为了有效地分配资源和解决冲突,那么资源产权界定之后,权利可转让性的实施即为问题的核心。通过精心培育旅游资源交易的市场体系(主要包括景区土地所有权市场、景区土地使用权市场、景观利用权市场以及景观开发经营权市场等),可以充分彰显包括景区自然、历史、人文、生态等方面成本在内的旅游资源的市场价

值,并克服资源转让和利用过程中的低效率。在这里,景区土地所有权市场是指农村集体土地所有权的买卖市场,国家通过支付征地补偿费将集体所有的土地变更为国家所有。景区土地使用权市场包括农村集体经济组织将其土地使用权有偿出让给土地使用者以及土地使用者将土地使用权的再转让。景观利用权市场指旅游地自然景观、历史文化景观以及人造景观的使用权的获取和再交易。景观开发经营权市场是对旅游资源项目工程的开发、使用、收益和处分等权利进行交易的场所。事实上,上述专业性交易市场的启动和运行(含试点),将有力推动相关配套机制和保障措施的出台。

需指出的是,环境权益交易市场(如排碳、排污权交易)现已成为景区旅游资源资本化的又一重要平台。通过设定景区的生态环保标准,分配景区内各旅游开发企业的排放定额,并进行排放许可交易,可使景区生态环境资源(如森林、水资源)的价值作为旅游资源总价值的一个特别组成部分得以凸现。

3 旅游资源价值评估的中介组织

旅游资源价值的货币化核算主要采用效应价值论,并通过假想市场法(如旅行费用法、调查评估法等)来测算自然旅游资源的影子价格。实践中,鉴于旅游资源价值评估及其流转的运作程序相对复杂,且后者涉及多个产权主体(所有者、经营者和使用者)的经济利益,因此,逐步建立起相对完善的中介服务机构是旅游资源资本化得以有效实施的重要环节。事实上,通过组建资产评估机构、委托代理机构、法律咨询机构、土地融资公司、土地保险公司及交易信息中心等一系列中介组织,不仅可提前测评有形的环境物品交易的参考价值,而且能对许多无形的人文资源的价值进行市场化评估与财务审查,从而可防止旅游资源资本化价值的人为低估。显然,依托上述中介机构能大大降低旅游资源资本化过程中的交易费用,减少企业搜寻谈判的成本、执行合约的费用以及违约的风险。

4 旅游资源的财务核算与损益补偿

从根本上讲,旅游资源的资本化只有最终落实到了企业的财务核算体系层面,才能真正影响旅游资源的利用效率。也就是说,要将上述旅游资源的交易价格、生态环境资源的损耗及其折旧、环境损耗预防费用等纳入到旅游开发企业的成本范畴,使开

发商制定的旅游产品价格内含了资源耗费时的各类成本支出,从而确保旅游资源资本化贯穿于企业价值运动的各个环节。

另外,针对旅游资源开发对他人权利的可能剥夺及负外部性的产生,旅游资源资本化的顺利实施还需要健全景区环境的损益补偿机制,改变旅游生态资源无偿提供、无偿保护的现状,使开发商、居民和政府分享旅游资源资本化收益的前提下,共同维护景区整体生态资源的资本化价值。一方面,应通过建立大气环境资源和跨境河流水环境资源补偿机制,对禁止开发区(如自然保护区)和限制开发区予以经济补偿。另一方面,旅游资源开发在给政府带来税收、企业带来利润的同时,也要兼顾当地居民的权益。如允许景区内居民用原来的种植权、砍伐权入股而分红,对景区开发后所伴随的噪音等污染给予居民适当补偿。当然,最重要的是要在旅游资源资本化过程中,引导当地居民通过合作、租赁、股份等形式积极参与旅游资源的商业化开发。

参考文献:

- [1] 李志勇.我国旅游资源的产权辨析与制度安排[J].江西社会科学,2008(4).
- [2] 王健.关于中国旅游基本法几个关键问题的思考[J].旅游科学,2008(4).
- [3] 敖荣军.旅游开发的外部性及其内化研究[J].地域研究与开发,2003(4).
- [4] 杨晚霞.我国旅游资源产权问题探析[J].经济地理,2004(5).
- [5] 林峰.旅游资源开发与融资运作[J].旅游经纪人世界,2004(3).
- [6] 彭建红.我国旅游环境恶化的经济原因与对策分析[J].消费导刊,2007(12).
- [7] 唐晓云,赵黎明.社区旅游资源产权困境及其改善[J].旅游科学,2005(8).
- [8] 唐德彪.民族文化旅游资源产权制度的界定[J].经纪人学报,2006(1).
- [9] 郭剑英,等.旅游资源价值评估的意义与评估体系的构建[J].乐山师范学院学报,2004,19(7).
- [10] 安虎森.区域经济学通论[M].北京:经济科学出版社,2004.

(责任编辑:徐蓓)