

社区参与促进世界自然遗产地开发保护的作用机制

——湖南崀山案例

杨琴^{1,2} 田银华¹ 童乙伦¹¹

(1. 湖南科技大学 商学院, 中国湖南 湘潭 411201;

2. 邵阳学院 经济与管理学院, 中国湖南 邵阳 422000)

【摘要】:基于世界自然遗产地与所属地社会、经济、生态大系统环境的互动演化关系,文章将社区参与促进自然遗产地开发保护的作用,纳入市场供需均衡的内生约束里,考察在供需均衡的内生约束下,遗产地生态位提升的优化机制。研究表明:社区参与通过确权、保权、设权和增权的四方面作用,改变了遗产地的需求、资源、技术及制度等活化因子变量;提高了世界遗产地生态位及旅游发展质量。最后,结合崀山的案例分析,为世界遗产地的旅游保护开发提供一条社区参与的可行路径。

【关键词】:世界自然遗产 生态位 社区参与 旅游开发

【中图分类号】:F592 **【文献标志码】**:A **【文章编号】**:1000-8462(2020)02-0233-08

依托世界自然遗产开发旅游产业,已是具有独特、绝妙自然美地域实现经济腾飞的重要途径。但现实中,不少世界自然遗产地由于开发过快、定位不明确、社区参与度低,生态环境遭致破坏,特别是,如何避免因社区居民“主体”认同缺失导致自然遗产地的“公地悲剧”,实现自然遗产地旅游业的良性发展,已是一个重要的现实课题。

国外自然遗产旅游发展较早。美国于1820年颁布第一部保护自然遗产资源的法规。1980年代,国际上开始全面的世界自然遗产旅游研究。我国从1990年代开始世界自然遗产体制的研究^[1],并逐步转向旅游主题。随着国内世界遗产项目增加,研究重点一直聚焦于遗产价值与遗产保护,作为自然遗产保护与旅游发展的社区参与研究十分鲜见,基于生态位视角的世界自然遗产区域发展研究更为缺乏。Healy创新地将公共参与概念引入旅游产业,认为:当地居民是旅游开发的关键所在,若开发者沉浸于旅游者需求的短期泡沫,失去自然原始的真实性,旅游资源的稀缺性、排他性将引发成本由集体承担的公共地悲剧^[2]。王松茂等认为,社区参与旅游发展本质上是一种广义的交换过程,在互惠互利原则下,居民对社区旅游发展会表现出更高的参与热情^[3-5]。王华等则提出,社区参与不够将阻碍文化遗产的旅游开发^[6]。

基于社区参与提升生态位的视角,本文尝试从生态位概念出发,将世界自然遗产地的保护开发及其市场竞争行为,看成遗产地子系统与所属地社会、生态、经济大系统的互动演化过程;通过确权、保权、设权和增权的四方面作用,考察遗产地需求、资源、技术及制度等活化因子的改善机制,进而提高遗产地生态位及旅游发展质量,给出一条社区参与世界遗产地旅游保护开发的可行路

基金项目:湖南省哲学社会科学规划办委托课题(2017WTC11);湖南省社会科学成果评审委员会项目(XSP2018W02);国家社会科学基金项目(18BJL051);教育部人文社会科学基金项目(16YJAZH022)

作者简介:杨琴(1984-),女,湖南邵阳人,博士研究生,副教授。主要研究方向为产业经济学与区域旅游。E-mail:13874222552@163.com。

径。

1 社区参与世界自然遗产保护开发的生态特征

根据联合国教科文组织审核批准列入的《世界遗产名录》(2019)^[7],中国世界自然遗产空间分布具有较为明显的空间差异,呈现带状、组团状分布,主要位于中国中西部 14 个省份,其中,中国丹霞与南方喀斯特自然遗产为多省份联合申报,不仅地理空间上相近,且地貌特征近似,彼此存在着竞争关系;同时,也是中西部地区经济发展的重要抓手。

生态位(Niche)是生物体单元在特定生态系统与环境相互作用过程中形成的相对地位与作用,即生物体各个单元在环境的竞合作用下,形成的“态”与“势”^[8]。世界自然遗产地开发的生态位则指:自然遗产生态经济系统中各子系统自成体系,与周边环境进行能量与物质交换的有序状态^[9]。一般地,自然遗产地与社区之间有机、复杂的关联性,使得社区参与下世界自然遗产开发的生态单元,无论在空间特性、定位方式、演化过程等方面,将分化出独特的演化特征^[10-14](表 1)。

表 1 社区参与世界自然遗产地开发单元与生态单元的异同

	生态单元	社区参与世界自然遗产开发单元
定位方式	“态”与“势”	品牌价值结构
空间特征	处于一定的地理范围	处于一定的区域范围
适应性	具有一定自我增强和适应能力	具有一定自我增强和适应能力以及外力对其调节
参与性	在生物链条上发挥作用	改变生活方式与生活水平等
时间性	在时间序列中突变	在“惯例”中路径不断被打破
动态性	在竞合中优胜劣汰	品牌价值在不断发生变化
整体性	与其他生态单元相互影响	世界自然遗产生物系统相互影响
环境影响	受环境较大的影响	受社区居民与社区环境的影响
演化过程	自然选择、共同进化	优势劣汰、共同成长

1.1 社区参与的资源新定位

世界自然遗产地的品牌价值,主要由品牌知名度、美誉度、认知度、联想度、知名度及其他专有资产构成^[15]。作为遗产的主人,社区居民对世界自然遗产地资源与文化有着丰富的知识和经验^[16-18]。社区参与度的增强能够提高资源信息传播的有效性,有利于形成稳定的超越地理与文化边界的交易环境^[19],有利于品牌价值的提升,从而促进整个世界自然遗产地产业群中各子系统的资源重构,扩充品牌价值、形成稳固的生态位。这种重新定位对于自然遗产地的“生态单元”及自身生存环境都会产生感应力与影响力。

1.2 社区参与的空间依存性

世界自然遗产地的区域开发,离不开所属社区与世界自然遗产生态群大环境的作用。主要体现在:一方面,内部社区环境资源,即自然资源、历史文化资源以及具有特色的人文气息。另一方面,大系统环境的技术、制度、人才、物质与信息的输入,自然遗产地开发过程的产品以及由此产生的服务等都需要社区居民参与输出^[15]。在这种彼此交替输出与输入过程中,受到环境的调控,并不断地适应环境而修正发展路径,最终实现社区人文与环境的相互依存、共赢发展。

1.3 社区参与的结构动态性

世界自然遗产地开发不是单独孤立的自然资源开发,会带动所属地社区经济发生转变;形成关联度高、价值链长,辐射社区居民、旅游产品供应商以及大量利益相关者在内的网络组织,构成与自然遗产地相关的政府、产业、企业、个人等各经济单位系统结构,且上下游企业相互依存、相互适应,与环境相互协调。这种利益相关群的生态单元通过优胜劣汰,影响世界自然遗产地“态”与“势”的定位,并促进定位在时间序列上的动态演进。

1.4 社区参与的演化变异性

世界自然遗产地开发不是一个静止的概念,而是一个演化动态过程。其突出表现是:社区居民参与世界自然遗产的保护与开发的创新。随着人们旅游需求的新变化,新的旅游项目、产品不断开发,服务不断创新。消费者的动态需求就是社区居民参与方式的创新过程,是世界自然遗产地不断演进、不断制造非均衡,进而生物链反复出现混沌、优胜劣汰以达到共生目标的过程。实际上,世界自然遗产地是一个复合生态系统中的特殊“物种”,它既需要社区环境的各种供给,占用社区环境的各种资源,也面临来自自然遗产地其他生态单元的竞合演化。

2 社区参与世界自然遗产地生态位的影响因子

作为世界自然遗产与环境的一种关系定位,生态位涉及到社区参与世界自然遗产地开发过程中与环境互动所达到的均衡状态,受到自然遗产地生态单元能力和社区参与“生物群落”生产、生活行为的影响。本文引入钱辉的企业生态位公式,即世界自然遗产地生态位主要通过资源的供给与需求呈现,并形成多维资源和需求向量的叠加集合^[20]。

$$n = \alpha \cdot d(c, t) + \beta \cdot s(c, t) \quad (1)$$

式中:n表示世界自然遗产地生态位; α 、 β 为控制参量,其作用在一段时间内保持n不变,即世界自然遗产地在环境不平衡后适应性增加因子,这里,具体理解为技术与制度因子;d、s反映世界自然遗产需求与供给状况。

由此可见,世界自然遗产地生态位缺乏固定模式,具有非线性特征,由d、r两个变量以及 α 、 β 两个控制变量决定。图1反映了世界自然遗产地生态位由市场、资源、技术、制度等关键因子构成,而自然遗产地的保护开发过程实质上就是内部资源不断地与外部市场d、资源r、技术T、制度i进行交互的过程,并由此形成世界自然遗产地的新生态位。

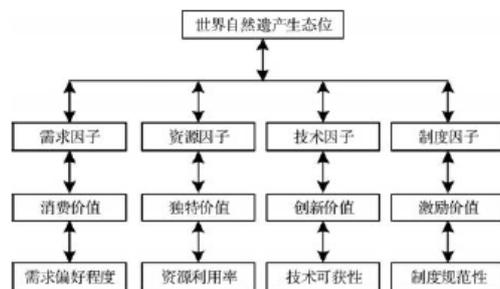


图1 世界自然遗产地生态位因子关系及相互关系

2.1 需求因子

关注消费者需求与偏好,使消费者期望效用得到满足,是世界自然遗产地开发的起点与关键点,也是与其他遗产地竞争生态位过程中,得到消费者喜爱与忠诚、获取优势竞争的支撑。消费者对世界自然遗产地价值的评判标准,依赖于消费者旅游过程中的

感知, 取决于对旅游目的地的体验, 这一切都依赖于遗产地所在社区居民参与, 社区参与甚至通过文化、生活的情绪感染来直接影响消费者的旅游享受。为此, 重视社区居民参与的主体意识, 发挥好社区参与对市场环境判断、认知的优势, 强化生态竞争性及其环境的辨析度, 是提升世界自然遗产地生态位的首要因素, 如图 2。

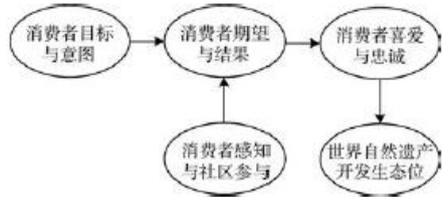


图2 需求因子与社区参与世界自然遗产地开发的生态位

2.2 资源因子

自然遗产地的开发资源主要有自然资源与社区文化资源, 即“硬资源”和“软资源”。“硬资源”被消费者直觉体验, 是世界自然遗产地存在的实体基础, 也是生态单元的“骨架”。“软资源”为社区居民带给消费者精神上的愉悦, 能够提供心灵体验, 是生态单元的“灵魂”。世界自然遗产资源的一切发展, 归根到底要落实到自然遗产地资源内化的整合, 将“骨架”与“灵魂”融为一体, 世界自然遗产地“生命”才得以续存(图 3)。

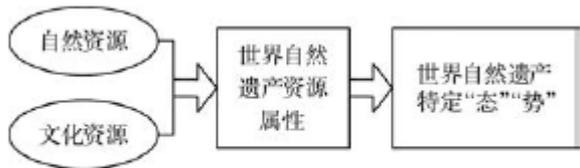


图3 资源因子与社区参与世界自然遗产地开发的生态位

2.3 技术因子

技术是人类与自然互动过程中反复实践积累起来的人类能动性力量。随着消费需求多样化、产品与服务差异化, 要在动态竞争中保持甚至提升生态位, 自始至终都有技术运用的需求, 技术一旦被采用, 便显现出强烈的路径依赖性。而被源于经济活动内在力量即市场需求激活后, 技术又体现为“不稳定”特征, 即不断演化变异“变革”, 从而改变世界自然遗产地的生态位。图 4 说明了这种竞争带来的生态位效应。

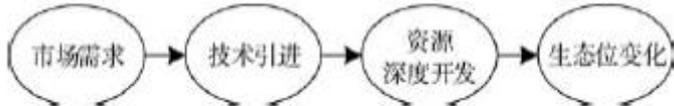


图4 技术因子与社区参与世界自然遗产地开发的生态位

2.4 制度因子

Elsner 认为制度是一种决策或行为规则^[18]。作为维护世界自然遗产有序开发的重要变量, 制度体现了社区的主流意志, 可以扩大或者缩小自然资源开发过程使用资源的范围, 可以限制或者扩展自然遗产开发辐射的需求范围。本质上, 世界自然遗产地开发过程的制度因子作用是通过社区及当地居民的参与实现的, 如果忽视这种客观依附性, 忽视社区因素以及当地居民的参与, 将

直接导致科斯意义上的制度失效,造成旅游环境污染甚至恶化、经济秩序混乱等恶果。如何活化制度因子,在生物“态、势”竞争中取胜^[19],图5反映了理性制度因子作用下社区参与世界自然遗产作用的机制。

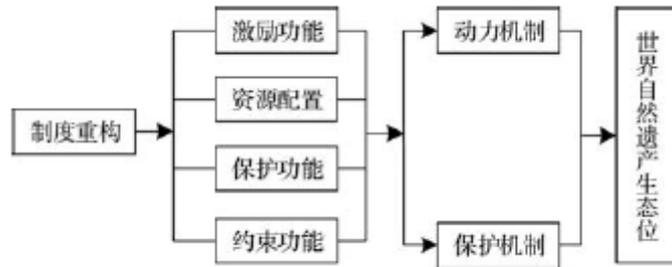


图5 制度因子与社区参与世界自然遗产地开发的生态位

由此可见,世界自然遗产地生态位由市场 d 、资源 r 、技术 T 、制度 i 等因子相互影响、相互制约构成,并形成世界自然遗产地生态位。即前述式(1)可以进一步理解为:

$$n = \alpha(r) \cdot d(r, T) + \beta(r, T, i) \cdot s(r, T, i) \quad (2)$$

式中: $\partial \alpha / \partial r \geq 0, \partial \beta / \partial r \geq 0, \partial \beta / \partial T \geq 0, \partial \beta / \partial i \geq 0$ 。即市场、资源、技术和制度等因子的活化水平越高,对应的参数值越大。

3 遗产地保护开发的社区“四权”参与模型

由于社区参与“无权”及社区居民与“失权”,引致的资源内化动力不足,造成自然遗产公共资源于公地悲剧的困境^[21],阻碍了生态位的稳定与提升。此时,自然遗产保护与社区参与的关系实际上就是生态单元从相互矛盾、相互冲突关系转向“多赢博弈”的过程。具体地,主要包括以下四方面社区参与的行为机制:一是与需求因子相关的确权行为,建立社区居民主体意识,推进生态位定向演进^[22];二是与资源因子关联的保权行为,开发社区的乡土文化,实施生态位错位开发策略^[23];三是与技术因子关联的设权行为,促进社区居民创新意识,增加生态位宽度以扩充生态位^[24];四是与制度因子关联的增权行为,激励社区居民的能动性,协调改变生态位、引导旅游可持续发展^[25]。图6说明了“四权”行为与四因子的内在关系。由于相关文献的文字说明充分,本文将结合最优规划模型,对其作用机制进行分析。

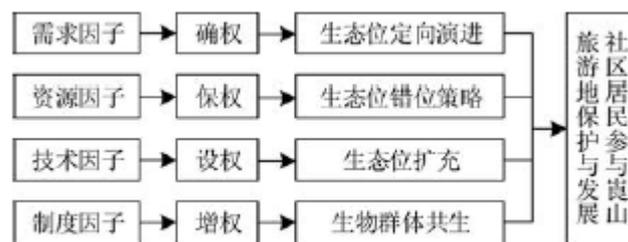


图6 生态单元合作影响崑山旅游地保护与开发

3.1 基本假设与模型

由于“四权”行为具有人为能动性的特征,可以看成社区参与共识下人们行为的变量,我们分别记确权、保权、设权和增权变量为 $q, h, a, z \in (0, 1)$ 。其中,数值 $(0, 1)$ 的范围衡量社区居民参与自然遗产地保护开发中对应措施的力度强弱。比如,若 $z \rightarrow 1$,人们

增权变量的数值越大、接近于 1, 则社区居民在参与自然遗产地保护开发时, 增权的力度越强; 反之, 若 $z \rightarrow 0$, 则社区居民在保护遗产地的增权工作力度越小。

根据图 6 可得进一步的转换关系, 需求 $d=d(q, h)$, 资源 $r=r(q, h)$, 技术 $T=T(a)$, 制度 $i=i(z)$ 。即人们参与遗产地保护开发的“四权”力度, 切实影响需求、资源、技术和制度四个因子变量的活化水平。

再由彼此逻辑关系, 将上述四权关系代入式 (2), 有: $n = \alpha(q, h) \cdot d(q, h, a) + \beta(h, a, z) \cdot s(h, a, z)$ 。

可得: 社区“四权”参与下, 生态位的最优规划模型如下:

$$\begin{aligned} \max \{ n = \alpha(q, h) \cdot d(q, h, a) + \beta(h, a, z) \cdot s(h, a, z) \} \\ \text{s.t. } d(q, h, a) = s(h, a, z) \end{aligned} \quad (3)$$

式中: 生态位 $n = \alpha(q, h) \cdot d(q, h, a) + \beta(h, a, z) \cdot s(h, a, z)$ 为目标函数, 而供需均衡关系 $d(q, h, a) = s(h, a, z)$ 为规划的约束函数 (见第三部分定义)。

上述规划准确地反映了世界遗产地在保护开发过程中, 社区参与“四权”的实施力度与自然遗产地生态位的内在关系, 其最优解就是社区参与对应的自然遗产地保护开发均衡行为的最优选择。

3.2 最优解及其相关推论

根据需求 $d=d(q, h)$ 、资源 $r=r(q, h)$ 、技术 $T=T(a)$ 、制度 $i=i(z)$ 等与其权利力度的递增关系 (见式 (2) 注释), 为了揭示出最优生态位与人们参与自然遗产地保护开发力度的逻辑, 我们首先得拉格朗日函数为:

$$L = [\alpha(q, h) \cdot d(q, h, a) + \beta(h, a, z) \cdot s(h, a, z)] - \lambda [d(q, h, a) - s(h, a, z)]$$

即解的必要条件:

$\frac{\partial L}{\partial \lambda} = 0, \frac{\partial L}{\partial q} = 0, \frac{\partial L}{\partial h} = 0, \frac{\partial L}{\partial a} = 0, \frac{\partial L}{\partial z} = 0$, 可知:

$$d(h, a) - s(h, a, z) = 0 \quad (4)$$

$$\frac{\partial \alpha}{\partial q} \cdot d(q, h, a) + [\alpha(q, h) - \lambda] \frac{\partial d}{\partial q} = 0 \quad (5)$$

$$\frac{\partial \alpha}{\partial q} \cdot d(q, h, a) + \alpha \cdot \frac{\partial d}{\partial h} + \quad (6)$$

$$\frac{\partial \beta}{\partial h} \cdot s(h, a, z) + \beta \cdot \frac{\partial s}{\partial h} = 0$$

$$\frac{\partial \alpha}{\partial a} \cdot d(q, h, a) + \alpha \cdot \frac{\partial d}{\partial a} + \frac{\partial \beta}{\partial a} \cdot \quad (7)$$

$$s(h, a, z) + \beta \cdot \frac{\partial s}{\partial a} = 0$$

$$\frac{\partial \beta}{\partial z} \cdot s(h, a, z) + [\beta(h, a, z) + \lambda] \cdot \frac{\partial s}{\partial z} = 0 \quad (8)$$

其次, 解的局部充分条件为对应的 Hessian 矩阵行列式 H 满足:

$$(-1)^j H_j(q, h, a, z) > 0 \quad (j = 2, 3, 4) \quad (9)$$

表面上, 以上数理条件显得比较抽象, 但是, 聚焦式(4)–式(8)的逻辑关系, 我们仍然可以从简单变形中得出以下逻辑推论:

①式(4)意味着 $d(h, a) = s(h, a, z)$, 即最优选择的社区参与行为, 应确保市场的供需均衡。

②式(5)意味着 $d = (\lambda - \alpha) \left(\frac{\partial d}{\partial q} \right) / \left(\frac{\partial \alpha}{\partial q} \right)$ 这说明仅当 $\lambda > \alpha$ 时, 市场需求的确权因子作用才发挥正向的促进作用。这里, λ^* 为最优规划

解的供需差异的影子变动率, 此时, 最优选择的社区确权参与行为 q^* , 将使得需求因子变化率 $\left(\frac{\partial \alpha}{\partial q} \right)$ 必须以比需求的变化率 $\left(\frac{\partial d}{\partial q} \right)$ 更小的速率改进, 以获得遗产地的生态位提高。这揭示出表面上可以提高遗产地生态位的需求因子只有强化确权工作, 使得刺激市场的需求因素低于实际需求的增长, 才能达成最优需求的均衡解。

③与上同理, 式(8)意味着 $s = -(\lambda + \beta) \left(\frac{\partial s}{\partial z} \right) / \left(\frac{\partial \beta}{\partial z} \right)$ 这说明仅当 $\lambda < -\beta$ 时, 市场供给才会在增权因子作用下发挥正向促进作用。此时, 最优选择的社区增权参与行为 z^* , 将使得生态位的供给因子变化率 $\left(\frac{\partial \beta}{\partial z} \right)$ 以比供给变化率 $\left(\frac{\partial s}{\partial z} \right)$ 本身更大速率改进, 才能获得遗产地的生态位提高。一般地, 由于 $\lambda \geq 0$, 这意味着增权参与行为具有一种特殊约束, 这正是增权力度对市场供给侧改革的内在逻辑约束, 即盲目的增权力度越大, 反而对市场供给产生更大的负作用。

④综合式(5)与式(8), 消除拉格朗日参数 λ^* 可得条件,

$$\left[\alpha + d \cdot \left(\frac{\partial \alpha}{\partial q} \right) / \left(\frac{\partial d}{\partial q} \right) \right] + \left[\beta + s \cdot \left(\frac{\partial \beta}{\partial z} \right) / \left(\frac{\partial s}{\partial z} \right) \right] = 0$$

该式恰当地反映了需求与供给,不仅要在市场上保持着均衡,同时在社区参与过程中,确权与增权的强化力度也必须符合上述相互制约、相互均衡的协同(上式中互为负值的反作用)关系。

4 案例——崑山世界自然遗产地保护与开发

根据地貌资源的典型特征,贵州赤水、福建泰宁、湖南崑山、广东丹霞山、江西龙虎山、浙江江郎山自 2010 年组成的丹霞地貌组合以“中国丹霞”进入世界自然遗产名录后,至 2018 年,“中国丹霞”自然遗产游客比例的时空变换如图 7 所示。

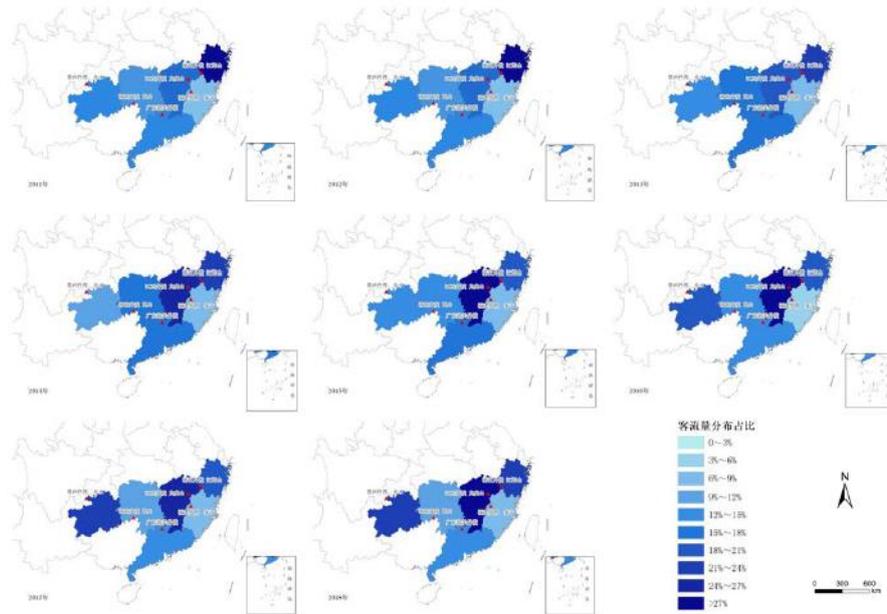


图 7 中国丹霞游客比例时空变换图

图 7 显示,游客比例平均占比为 16.7%左右。湖南崑山 2011—2016 年占比在 12%—15%区间,2017 年开始占比下降,仅在 6%—9%区间。被誉为“丹霞之魂、国之瑰宝”的崑山^[26],在世界自然遗产地竞争中,游客占比却一直处于低位,究其原因在于社区参与的“四权”力度不足。

4.1 “确权”——培育生态位主体

崑山开发一直以政府为主导,并将崑山风景名胜区的资源经营权和开发权有偿转让给区外企业,社区居民被完全排除在开发过程之外,长期缺乏社区参与导致自然遗产品牌效应难以发挥。其实,条件 $\lambda * > \alpha$ 表明:市场需求的正向促进作用必须通过社区参与确权对需求因子的恰当控制来完成(推论 2)。作为自然遗产地大生态系统的重要成员,社区居民是与旅游消费者交流的主体,直接影响遗产地生态位的高低,社区居民能够为旅游者传达崑山的美感、为崑山品牌增加价值^[26]。通过确权增强社区居民的能动性,比如强化土地使用权、维护继承权、许可使用权、法律救济权等,让社区居民以股份制形式参与开发,确定其在崑山旅游开发中的定位,参与旅游开发决策、发展思路制定、营销策略确立等,将增强社区居民的主人翁意识,强化社区内外环境之间的交流,实现生态能量的转化,同时提高崑山“生物种群”的市场适应性,增强产品“变异”演化的能力,促进遗产地生态位的定向演进(图 8)。

4.2 “保权”——完善生态位定位

从生命周期角度看,崑山作为世界自然遗产地新成员,处于汲取环境优势资源的成长期。随着消费者对旅游产品的需求多样化,消费者既要直觉上的冲击,又要精神上的体验。推论 4 的条件 $\left(\frac{\partial \alpha}{\partial h^*} \cdot d + \frac{\partial \beta}{\partial h^*} \cdot S\right) + \left(\alpha \cdot \frac{\partial d}{\partial h^*} + \beta \cdot \frac{\partial S}{\partial h^*}\right) = 0$ 其实意味着提升市场供需均衡必须实

施保权激励,这类似于在崑山地貌风景的“骨架”上,填补独特的人文“灵魂”,以实现崑山人文资源与自然景观相结合。比如:①展现“白面寨新石器遗址”等历史文化及崑山瑶族民俗风情,让生态位“资源因子”通过市场错位注入活力;②通过社区参与,展现民俗历史与民间传说的生命力,以保护和传承崑山民俗文化;③保护崑山民俗文化的知识产权,确保社区成员能公平参与文化传承及利益分享;④保护崑山社会居民参与品牌构建、注册商标与专利设计的积极性,通过产品错位将传统药材资源及美食资源整合,增强崑山生态位的层次性与多样性,延伸产业生态链条。另一方面,推论4还意味着社区保权的参与激励一旦过度,将会降低旅游企业开发积极性,使得遗产地有效供给不足,陷入长期的低水平徘徊,这是崑山自然遗产地亟需解决的问题。

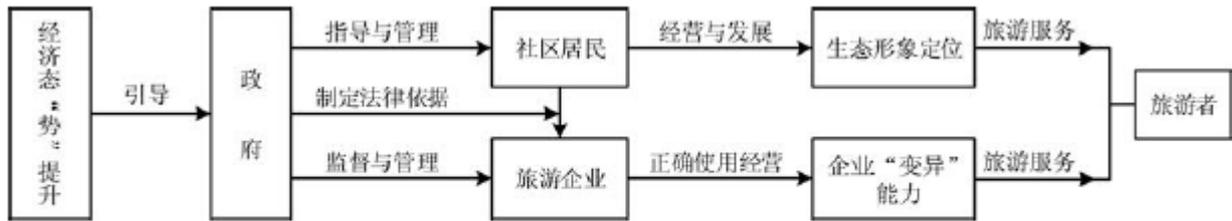


图8 基于生态位理论的世界自然遗产地崑山社区居民的“确权”

4.3 “设权”——强化生态位扩展

崑山旅游资源开发较为单一,要实现生态单元与其他竞争单元生态位互补,或扩展生态位宽度,必须开发潜在生态位。如开辟世界自然遗产地崑山所形成的自然景观、动植物资源、历史遗迹、居民生活空间。由于这些生态价值的外部效应,旅游开发过程已将这一系列价值商品化,并无形地被归属于旅游开发商。但这些资源本质上的一部分属于社区居民,如果将这种附着的旅游吸引物价值设置“吸引物权”^[27]保护,将有利于确保居民生活空间具有一定的收益索取权与处置权。对于崑山社区居民的传统手工艺、特色美食、传统民间艺术表演、传统生产技能等,均予以“设权”,采取一定的电子技术标记,激发生态位“创新因子”,将会提升社区居民的文化创新和扩充生态位。同时 $\left(\frac{\partial \alpha}{\partial a} \cdot d + \frac{\partial \beta}{\partial a} \cdot s\right) + \left(\alpha \cdot \frac{\partial d}{\partial a} + \beta \cdot \frac{\partial s}{\partial a}\right) = 0$ 表明,社区设权与保权的参与过程具有相似性,过度的社区参与设权将会降低旅游企业的开发积极性,导致遗产地陷入低水平徘徊的困境,设权的恰当性亦是崑山世界遗产地亟需探索的问题(图9)。

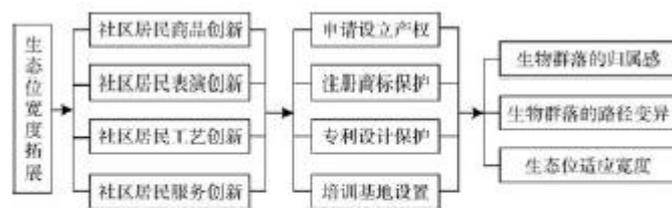


图9 基于生态位理论的世界自然遗产地崑山社区居民的“设权”

4.4 “增权”——协调生态位产业

在旅游资源开发过程中,生态单元通过相互竞争与合作、协调改变生态位,将大大提升崑山生态位的“势”。申遗之前,崑山世界自然遗产及缓冲区内居民经济收入源于农业,申遗后农业活动受到多方面限制,居民参与旅游开发成为解决生活经济来源的最佳办法,也是获得土地增值收益和管理增值收益的公平机会。换言之,当地民众是崑山生物群落最重要的“物种”组成,该生态单元能够影响崑山整个生物群落的整体形象。崑山生物群落物种变化的“态”与“势”取决于民众参与的“动力”,如果民众抵

制则是“阻力”。最优选择的社区增权参与行为 z*将增权力度与市场供给侧改革内在逻辑相结合,能有效实施生态位“制度因子”的社区居民“增权”。如让农村集体所有权“归民”,让社区居民有权自主管护社区资源;设立吸引物权法,让社区居民的无形资产充分发挥经济效应;修改与完善《旅游规划通则》,将社区居民纳入其中,保障社区居民主体参与到旅游的决策、开发、规划、管理和监督等过程中。只有通过“增权”,鼓励世界遗产地崑山周边民众最大化地参与,社区居民才会自觉维护自然遗产地生态环境与形象,促进旅游产品的不断创新性,实现生态位的整体提升。

参考文献:

- [1]梁学成. 对世界遗产的旅游价值分析与开发模式研究[J]. 旅游学刊, 2006, 21(6): 16-22.
- [2] Healy R G. The “common pool” problem in tourism landscapes[J]. Annals of Tourism Research, 1994, 21(3): 596-611.
- [3]胥兴安, 王立磊, 张广宇. 感知公平、社区支持感与社区参与旅游发展关系[J]. 旅游科学, 2015, 28(5): 14-25.
- [4]黄剑锋, 陆林. 空间生产视角下的旅游地空间研究范式转型——基于空间涌现性的空间研究新范式[J]. 地理科学, 2015, 35(1): 47-55.
- [5]王松茂, 郭英之, 何昭丽, 等. 世界遗产旅游地社区居民利益诉求空间分异——以天山大峡谷为例[J]. 经济地理, 2018, 38(9): 215-222.
- [6]王华, 郑艳芬. 遗产地农村社区参与旅游发展的制度嵌入性[J]. 地理研究, 2016, 35(6): 1164-1176.
- [7]崔卫华, 王之禹, 徐博. 世界工业遗产的空间分布特征与影响因素[J]. 经济地理, 2017, 37(6): 198-206.
- [8]马勇, 童响. 基于生态位理论的长江中游城市群旅游业发展格局判识及空间体系构建[J]. 长江流域资源与环境, 2018, 27(6): 1231-1242.
- [9]李文静, 张朝枝. 基于路径依赖视角的旅游资源诅咒演化模型[J]. 资源科学, 2019, 41(9): 1724-1733.
- [10]曹兴平. 民族村寨旅游社区参与内生动力实证研究[J]. 贵州民族研究, 2016, 37(3): 166-170.
- [11]董法尧, 陈红玲, 李如跃, 等. 西南民族地区民族村寨旅游扶贫路径转向研究——以贵州西江苗寨为例[J]. 生态经济, 2016, 32(4): 139-143.
- [12]张艳. 自然保护区社区参与行为的影响因素研究——以兴凯湖国家级自然保护区为例[J]. 生态经济, 2015, 31(3): 157-160.
- [13]何学欢, 胡东滨, 栗路军. 旅游地居民感知公平、关系质量与环境责任行为[J]. 旅游学刊, 2018, 33(9): 117-131.
- [14]孙海燕, 孙峰华, 吴雪飞, 等. 基于生态位理论的山东半岛蓝色经济区旅游业竞争力[J]. 经济地理, 2015, 35(8): 198-203.
- [15]隋春花, 陆宏芳. 丹霞山世界自然遗产地旅游生态系统能值分析[J]. 生态环境学报, 2019, 28(7): 1297-1306.

-
- [16]Aas C,Ladkin A,Fletcher J. Stakeholder collaboration and heritage management[J]. Annals of Tourism Research,2005,32(1):28-48.
- [17]Tosun C. Limits to community participation in the tourism development process in developing countries[J]. Tourism Management,2000,21(6):613-633.
- [18]Hackbusch W,Nowak Z P. On the fast matrix multiplication in the boundary element method by panel clustering[J]. Numerische Mathematik,1989,54(4):463-491.
- [19]刘家明,柴达. 基于文化生态旅游视角的古村落旅游开发[J]. 经济地理,2015,35(9):189-194.
- [20]钱辉,张大亮. 基于生态位的企业演化机理探析[J]. 浙江大学学报:人文社会科学版,2006,36(2):20-27.
- [21]杨琴,田银华. 反公共地悲剧:乡村旅游经营行为研究[J]. 旅游学刊,2018,33(8):29-37.
- [22]Neal W D. Satisfaction is nice,but value drives loyalty[J].Marketing Research,1999,11(1):20-23.
- [23]Connor T. Customer-led and market-oriented:a matter of balance [J]. Strategic Management Journal,1999,20(12):1157-1163.
- [24]Barney J B. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage[J]. Advances in Strategic Management,1991,17(1):3-10.
- [25]Rugman A M,Verbeke A. Corporate strategies and environmental regulations: an organizing framework[J]. Strategic Management Journal,1998,19(4):363-375.
- [26]郑群明,夏赞才,罗文斌,等. 世界遗产申报对居民地方感的影响——以湖南崀山为例[J]. 旅游科学,2014,28(1):54-65.
- [27]左冰. 分配正义:旅游发展中的利益博弈与均衡[J]. 旅游学刊,2016,31(1):12-22.