



DOI: 10.5846/stxb202203060534

李淑娟, 梁晓丽, 隋玉正, 于国旭, 张朝晖. 生态旅游视角下海洋保护地生态产品价值实现机理与路径. 生态学报, 2023, 43(12): 5224-5233.

# 生态旅游视角下海洋保护地生态产品价值实现机理与路径

李淑娟<sup>1,2</sup>, 梁晓丽<sup>1</sup>, 隋玉正<sup>3,\*</sup>, 于国旭<sup>4</sup>, 张朝晖<sup>5</sup>

1 中国海洋大学管理学院, 青岛 266100

2 中国海洋大学海洋发展研究院, 青岛 266100

3 青岛理工大学建筑与城乡规划学院, 青岛 266033

4 长岛国家海洋公园管理中心, 烟台 265800

5 自然资源部第一海洋研究所, 青岛 266061

**摘要:**探索海洋保护地生态产品价值实现,有利于维持海洋保护地生态系统功能的正常发挥,能够在满足人民日益增长的优美生态环境需要的同时促进海洋自然保护地绿色发展和自然保护之间的良性循环。从生态旅游视角出发解析海洋保护地生态产品价值的实现机理,探索优质海洋生态产品持续供给路径。结果表明:①实现海洋保护地生态产品价值要识别生态产品,明确生态产品产权,核算生态产品价值。②政府、社区居民、企业、游客分别是价值实现的主导者、产品供给者、实施者以及产品消费者。③供给、文化服务产品价值实现借助社区居民、企业和游客间餐饮、住宿、文化娱乐等产品的市场交易,政府起到监督和管理的作用;调节服务产品价值实现包括政府、社区居民与企业间的产权交易,社区居民、企业和游客间的康养休闲产品交易,政府、企业、游客及社区居民间的旅游生态补偿。发展生态旅游过程中以利益相关者关系为切入点设计不同类型海洋生态产品价值实现路径能够为海洋保护地可持续发展提供有效参考。

**关键词:**海洋保护地;生态产品价值实现;生态旅游;利益相关者

海洋保护地是我国以国家公园为主体的自然保护地体系的重要组成部分,是重要的生态功能区,具有极高的生态价值。自 1963 年第一个海洋保护地辽宁蛇岛老铁山国家级自然保护区建立以来,经过 50 多年的发展,我国已初步建立了以海洋保护区、海洋特别保护区(含海洋公园)为代表的海洋保护地网络,用以保护国土范围内超过 28000 种海洋物种及其栖息地,其中 3213 种鱼类、41 种海洋哺乳动物和 249 种海鸟<sup>[1]</sup>;且海洋保护地中浮游生物、盐沼和红树林具有碳汇功能,使海洋固碳能力达到陆地的 20 倍<sup>[2]</sup>,此外海洋保护地还具有提供优质渔业产品、气候调节、废弃物处理、休闲游憩等功能。目前,资金投入欠缺、自我发展动力不足、保护与利用之间冲突等问题制约海洋保护地的发展,导致其维持生态系统稳定、满足人民海洋生态福祉的作用得不到良好发挥。而生态产品价值实现将海洋保护地优质生态资源转化为经济效益,能够缓解保护地保护与发展之间的矛盾<sup>[3]</sup>,为解决上述问题提供了有效思路。

国外与生态产品类似的概念是生态系统服务。自 20 世纪 60 年代生态系统服务雏形出现后,国外学者对其内涵的界定由最初单纯提及生态系统对自然环境的服务逐渐丰富到对人类社会产生的价值,并成功实践雨林咖啡认证<sup>[4]</sup>、湿地补偿银行<sup>[5]</sup>、生态积分账户<sup>[6]</sup>等多种价值实现方式。相较于国外生态系统服务注重生态

基金项目:山东省自然科学基金资助项目(ZR2022MD089);国家社科基金重大项目(16ZDA049);山东省社科规划项目(18CLYJ59)

收稿日期:2022-03-06; 网络出版日期:2023-02-13

\* 通讯作者 Corresponding author. E-mail: suiyuzheng\_qd@163.com

系统为人类提供服务的过程,国内对生态产品内涵的界定更加注重人类参与和产品最终性的体现,并尝试探索财政转移支付、生态税、生态产业化和产业生态化、生态产权交易、生态补偿、绿色金融等多种生态产品价值实现模式<sup>[7-10]</sup>。

生态旅游作为海洋保护地生态产品价值实现的一种形式,在增进游客身心健康、提高公众认知、获得群众支持、筹措保护资金等方面发挥着重要作用<sup>[11]</sup>。对于生态旅游视角下海洋保护地生态产品价值实现的研究,国际上具有参考意义的是生态系统服务付费,学者们主要从以下角度开展研究:①生态环境付费对海洋保护地的作用<sup>[12-15]</sup>;②游客与居民对海洋保护地生态保护的支付意愿<sup>[16-19]</sup>;③海洋保护地包括游客、居民、旅游企业等利益相关者之间的利益分配公平性感知<sup>[20-21]</sup>等。国内则将生态旅游作为一种生态产业纳入到价值实现模式之中,还未深入探究通过生态旅游实现生态产品价值过程中利益相关者之间的关系。且国内对于海洋生态产品价值实现模式研究刚刚起步,主要集中于旅游生态补偿这一价值实现方式,通过研究居民、游客的支付意愿估算海洋保护区的游憩价值,进而支撑保护地生态补偿标准的制定<sup>[22-25]</sup>,对海洋生态产品的概念界定<sup>[26]</sup>、价值核算<sup>[27-28]</sup>以及对于生态产业化<sup>[29]</sup>、绿色金融<sup>[30]</sup>、碳汇交易<sup>[31]</sup>等价值实现途径只是简单阐述。因此,本文尝试探究通过生态旅游实现海洋保护地生态产品价值这一过程的运行机理,详细解构海洋保护地发展生态旅游过程中利益相关者间的互动关系,设计不同类型生态产品的价值实现路径,为海洋保护地实现生态价值保值增值、提高保护管理成效提供借鉴。

## 1 海洋保护地生态产品价值实现的前提条件

我国所设立的海洋自然保护区、海洋特别保护区、水产种质资源保护区、湿地公园、涉海风景名胜区、涉海地质公园、涉海森林公园等海洋保护地是开展海洋生态旅游的重要空间载体。通过发展生态旅游实现上述海洋保护地生态产品价值,需要识别海洋保护地生态产品,分辨生态产品归谁所有,摸清家底,明确产权归属,避免因产权模糊引发“公地悲剧”等外部性效应;需要评估核算生态产品的价值,便于进一步实现经济效益和规模效益(图1)。满足上述条件,生态产品价值实现才有现实可能性。

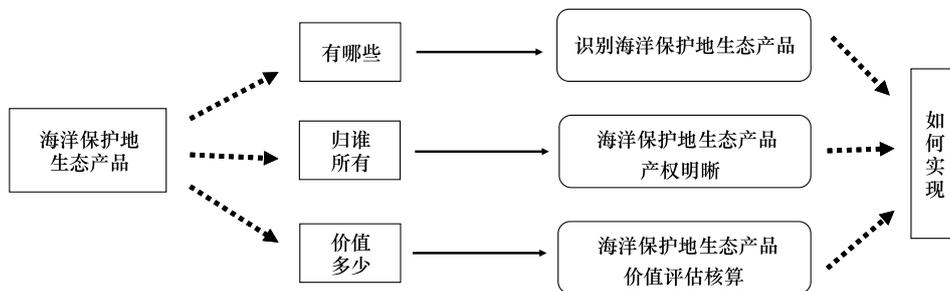


图1 海洋保护地生态产品价值实现的前提条件

Fig.1 Preconditions for realizing the value of ecological products in marine protected areas

### 1.1 海洋保护地生态产品识别

生态产品的概念有狭义和广义之分。狭义的生态产品主要指干净的空气、清洁的水源、宜人的气候等能够维持生命支持系统、保障调节生态功能、提供环境舒适性的自然要素<sup>[32]</sup>;广义的生态产品不仅包括上述自然要素,还应该包括人类付出劳动参与生产的具有生态特性的产品<sup>[7]</sup>。本文将海洋保护地生态产品定义为:能够维系海洋生态安全、具有生态调节功能的自然要素,为人类福祉和经济社会可持续发展提供的最终产品与服务。海洋保护地生态产品分为供给服务产品、文化服务产品和调节服务产品(表1)<sup>[33]</sup>,由于海洋生态系统提供的支持服务实际上是对其他服务的支撑,而不是直接向人类提供的产品和服务,其作用和价值已经体现在其他三类服务产品当中,为避免价值的重复计算,本文将支持服务类生态产品略去。供给服务产品主要指海洋生态系统为人类社会提供的水产品、生物医药原料、贝壳工艺品等物质产品;文化服务产品主要指海洋

保护地提供的贝壳堤、牡蛎礁、海蚀地貌、红树林、珊瑚礁、河口湿地、海岛等典型海洋自然景观与中华白海豚、文昌鱼、斑海豹等珍稀海洋生物物种观赏服务,提供的海上垂钓、海洋观光、养生健体等休闲娱乐空间,提供的海洋文化产品设计创作原型以及提供的开展海洋科研和科普教育等活动的场所;调节服务产品则包括气候调节、气体调节、废弃物处理、防护风暴等服务。通过生态旅游这一途径,不同类型生态产品价值实现方式各有不同。

表 1 海洋保护地生态产品类型

Table 1 Types of ecological products in marine protected areas

生态产品类型 Types of ecological products	主要阐释 Main illustration	产品示例 Product examples
供给服务产品 Supply service products	指海洋生态系统生产或提供的包括食物、原料、氧气、基因资源等产品	水产品、生物医药原料、贝壳工艺品原料等
文化服务产品 Cultural service products	指人们通过精神感受、知识获取、主观印象、消遣娱乐和美学体验等从海洋生态系统中获得的休闲娱乐、文化用途以及科研价值等非物质利益	典型海洋自然景观及海洋生物物种观赏;海上垂钓、海洋观光等休闲娱乐活动;海洋康养、海洋文化产品设计创作、海洋科研及科普教学等
调节服务产品 Regulating service products	指为人类生态环境提供气候调节、气体调节、废弃物处理、防护风暴等服务	固碳释氧、水质净化、海岸防护等服务

## 1.2 海洋保护地生态产品产权明晰

海洋保护地生态产品来源于海洋生态系统,以生态资源的形式存在,明确海洋保护地生态产品产权,实质是对海洋保护地生态系统中的生态资源进行确权。

海洋保护地生态资源权属事关多方主体的切身利益。目前我国海洋保护地存在权属不清、责任不明的问题,未对资源所有权做出明确规定,没有划清国家所有国家直接行使所有权、国家所有地方政府行使所有权、集体所有集体行使所有权、集体所有个人行使承包权等各种权益的边界<sup>[34]</sup>。海洋生态系统服务往往拥有纯公共物品的特性,如果缺少价值实现载体,容易产生外部效应。科斯定理指出通过明确产权(所有、用益与转让),能够使“公共物品”私有化,实现生态资源使用的外部效应内部化<sup>[35]</sup>。因此需要对海洋生态资源做出清晰的产权界定,产权明晰才能分辨不同类型生态产品的供给者和需求者,从而建立适宜的供需渠道。

对海洋生态资源进行统一登记确权,可以对确权的法律依据做出相应调整,目前我国关于海域、海岛等国自有自然资源统一登记的规定仅仅局限于部委规章制度的立法层级,缺乏更高层级的实体法律依据,需要在物权法中赋予自然资源国家所有权登记能力<sup>[36]</sup>。同时要根据自然资源统一确权登记的相关办法,对各类型海洋自然保护地进行确权登记。海洋自然保护区、海洋特别保护区、水产种质资源区、湿地公园等存在于海域范围内的自然保护地,以海域作为独立登记单元;涉海风景名胜区、涉海森林公园、涉海地质公园等以管理或保护审批范围界限为依据作为登记单元,对登记单元内自然资源的位置、空间范围、面积、类型以及数量质量等自然状况进行记载,明确自然资源所有权主体、所有权代表行使主体、所有权代理行使主体、行使方式以及权力内容等权属情况,合理划分中央与地方、地方各级政府之间的资源管理使用权限和责任,协调各管理主体职责,明确资源的所有权、使用权归属问题。特别是对于纳入海洋保护地的由集体、个人、企业等经营的海域及其附着的生态资源,应严格管理和监控其转让、抵押、担保、继承等权属的流转和变化<sup>[37]</sup>。

## 1.3 海洋保护地生态产品价值评估和核算

生态产品是生态资产实现其生态价值的载体,对于海洋保护地生态产品开展价值评估和核算就是对确权后生态资产的价值进行评估核算。海洋保护地生态产品价值核算方法主要有当量因子、功能价值评估以及生物物理学评估等<sup>[27]</sup>,本文采用目前广泛应用的生态系统生产总值(GEP)中的相关指标和方法核算海洋保护地不同类型的生态产品价值(表2)<sup>[38]</sup>,为生态产品的经营以及价值转化提供基础支撑。其中,文化服务产品价值的高低直接反映保护地旅游资源的吸引程度,对文化价值的核算结果能够帮助海洋保护地客观把握区域旅游潜力,在保护自身核心资源的同时合理开展生态旅游相关活动。

在核算过程中还需要注意的是:(1)价值核算对基础数据和技术支撑能力有着严格的要求,不同地区海域自身条件存在差异,这就需要有针对性的海洋环境资源调查结果以及海洋生物、海洋环境等不同学科技术的综合支持;(2)海洋生态产品的核算涉及多学科内容,核算指标、核算参数的不同会导致核算结果缺乏对比性,进而阻碍产品流通和交易,因此需要制定针对海洋生态产品的核算技术标准,便于生态产品在市场交易过程中进行定价。定价有依据,价值实现才能“有迹可循”。

表 2 不同类型海洋生态产品价值核算方法

Table 2 Value accounting methods of different types of marine ecological products

产品类别 Product category	核算指标 Accounting metrics	核算方法 Accounting methods
供给服务产品 Supply service products	水产品 原材料	市场价格法 市场价格法
文化服务产品 Cultural service products	景观美学 游憩旅游	土地的隐含价格法、景观服务的旅行成本法或支付意愿调查法 旅行费用法
调节服务产品 Regulating service products	生态固碳 水质净化 海岸防护	替代市场价格法 污染物处理成本法 替代成本法

## 2 生态旅游视角下海洋保护地生态产品价值实现路径

生态旅游提倡在保护生态环境的基础上,采取生态友好的组织与经营方式,将海洋保护地的生态资源转化为经济发展的动力,是生态产品价值实现的有效途径。海洋保护地三类生态产品在“生态旅游化”之后,通过不同路径实现其价值以获得收益(表 3)。

表 3 生态旅游视角下不同海洋生态产品价值实现路径<sup>[39]</sup>

Table 3 Value realization of different marine ecological products from the perspective of ecotourism

生态产品类型 Types of ecological products	所含生态旅游资源 Ecotourism resources contained	价值实现路径 Value realization mode
供给服务产品 Supply service products	提供的海洋生物、淡水等物质性服务,是餐饮购物经营的原材料	旅游餐饮、旅游购物类产品经营,通过直接市场交易实现价值,通过生态品牌体系、生态标签认证提升价值
文化服务产品 Cultural service products	由海洋生态系统提供的休闲娱乐、科研教育、优美景观欣赏等服务	生态旅游产品经营、生态文创产品设计销售、教育科普应用等 <sup>[40]</sup> ,通过市场交易获得收益
调节服务产品 Regulating service products	由海洋生态系统带来的大气调节、气候调节等服务,为旅游发展提供环境和气候资源	生态资源产权的出租、托管、转让 <sup>[41]</sup> ;碳汇项目交易;海洋康养度假类旅游产品经营;进行旅游生态补偿;生态溢价

### 2.1 供给服务产品价值实现路径

海洋生态系统给人类提供食物、原料、氧气、基因资源等物质产品<sup>[42]</sup>。在生态旅游经营过程中,海洋生态系统提供的海洋生物生长环境和基因资源可以为保护地特许经营商和周边社区提供具有海洋特色的、种类繁多的食物原材料。餐饮和特色产品销售收益是海洋生态系统供给服务产品价值实现的主要方式。对于物质产品可建立特有的海洋保护地品牌体系,或者邀请专业的第三方机构对特定海域提供的海洋生态产品、对旅游餐饮企业的生产销售等环节进行监测和检验,授予其代表具有较高生态质量或者较低环境影响的生态标志,不仅消费者能够追根溯源,提升对产品的信任度,而且生态标签能够提升海洋生态产品的附加值,实现生态产品价值的高效转化。

### 2.2 文化服务产品价值实现路径

海洋生态系统的文化服务产品是指人们在休闲娱乐、文化教育、科学研究的过程中,通过精神感受、知识

获取、消遣娱乐和美学体验等方式从生态系统中获得的非物质利益<sup>[42]</sup>。海洋生态系统文化服务产品的价值实现可以聚焦于海洋高端生态体验游的特许经营、海洋科普教育的设置、海洋生态文化创意产品的设计等。游客等消费者通过购买旅游门票、体验高端生态旅游线路、参与海洋科普教育活动、购买海洋文创产品等为自身享受到的海洋生态系统文化服务产品付费。换句话说,海洋生态系统的文化服务产品价值主要在直接市场交易中得以实现。

### 2.3 调节服务产品价值实现路径

海洋生态系统的调节服务产品主要指生态系统提供的固碳功能、清新空气、良好的气候等产品<sup>[42]</sup>。调节服务产品难以从整体系统中剥离出来独立交易,其价值实现需要依附于整个生态系统服务的价值实现。实现方式主要有产权交易、生态补偿以及生态溢价三种形式。社区居民拥有海域的使用权,将自身的使用权以出租转让或者产权入股的形式交付给旅游企业,企业在进行旅游产品的特许经营与市场交易中间接实现调节服务产品的价值。海洋保护地强大的碳汇功能带来的固碳价值能够通过蓝碳项目的开发转化为经济价值<sup>[43]</sup>,逐渐成为调节服务主要的价值实现形式。国家建立了“保护者受益,使用者付费,破坏者赔偿”的生态补偿制度,要求生态环境破坏者做出赔偿,鼓励海洋生态环境的受益者和使用者对生态产品的保护者和生产者做出补偿,进而实现产品价值。作为海洋生态环境明显改善的表现,良好的调节服务能够带动地价、海鲜等产品价格上涨,其产品价值附加在可以交易的海域、海洋食物等产品上,促进价值实现。

## 3 生态旅游视角下海洋保护地生态产品价值实现机理

海洋保护地的生态产品价值实现存在主体多元化、内容多样性和产权复杂性等特征,其价值实现的过程,实质是对利益相关者环境和经济利益关系再分配的过程<sup>[8]</sup>。在生态旅游这一生态产业的特许经营过程中,海洋保护地生态系统、周边社区居民、旅游企业以及政府在其中承担着不同的角色和任务,分析相关利益者的互动和利益博弈过程可以掌握海洋保护地以生态旅游这一方式实现生态产品价值的运作机理(图2)。

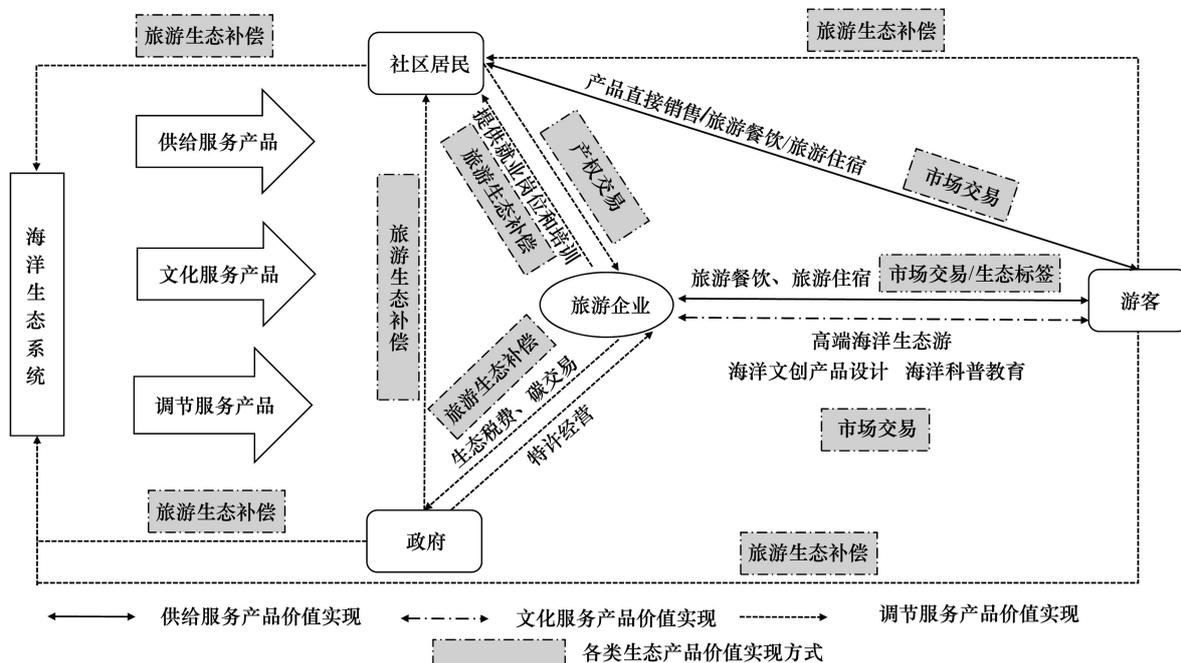


图2 海洋保护地生态产品价值实现的生态旅游运作机理和路径

Fig.2 Ecotourism operation mechanism and path of realizing the value of ecological products in marine protected areas

### 3.1 相关利益者在价值实现中的角色及作用

(1)社区居民——海洋生态产品的主要保护者和供给者。“靠山吃山,靠水吃水,靠海吃海”,海洋保护地

未经利用前,周边居民主要靠养殖、捕捞等渔业活动维持生计,海洋生态环境拥有其赖以生存的资源。传统粗糙的资源利用方式会对海洋环境造成破坏,为保证自身的持续性生计,社区居民会承担保护环境的责任,为海洋生态产品的持续供给做出贡献,此时社区居民是海洋生态产品的保护者。海洋保护地引入生态旅游经营后,周边居民身份有所变化,部分居民借由原本的养殖、捕捞技能,在保护地管理规定允许的范围内,为生态标签化餐饮等行业提供产品和原料;或者参与到旅游服务、文化娱乐产品的特许经营中,这类社区居民成为海洋生态产品和服务的主要供给者。

(2) 旅游企业——海洋保护地生态产品价值实现的主要实施者。海洋保护地的生态系统功能本是生态系统的自然属性,只有被人类所利用,满足人类需求,才能实现其价值。在海洋生态系统的生态功能附加经济价值的过程中,旅游企业发挥着不可替代的作用。对生态资源进行产权界定之后,政府和社区居民的生态资产需要通过旅游企业代管、租用、特许经营,将生态资产变为生态产品。企业在销售生态产品的同时获得利益回报,生态产品价值得到实现。同时旅游企业的经营行为会影响和破坏生态环境,占用社区居民的发展机会,因此需要对生态环境和社区居民做出补偿。

(3) 游客——海洋保护地生态产品的主要消费者。游客是海洋保护地生态产品的消费终端,为自己享受到的生态产品和服务付费,使其价值得到最直接的实现。与旅游企业相同,游客在参与生态旅游的过程中具备双重身份:消费生态产品满足自身体验需求的同时,其旅游活动也会对生态环境产生负面影响。按照受益者付费、损害者赔偿的原则,游客也是主要的补偿主体,需要支付费用补偿生态环境和社区居民。

(4) 政府——海洋保护地生态产品价值实现的主导者。政府在价值实现机制中处于主导地位,需要发挥其宏观调控作用,引导、支持和规范生态旅游的特许经营,以减少资源环境损耗<sup>[44]</sup>。政府的主导地位是由旅游产业发展的外部不经济性、生态旅游产品或资源的公共性等决定的<sup>[45]</sup>。政府作为海洋保护地生态资源的所有者,一方面需要对生态环境及为保护环境做出贡献的社区居民做出补偿,另一方面政府通过特许经营的方式委托旅游企业组织和经营生态旅游,需要制定特许经营的相关政策,设置特许经营的行业标准,对企业的特许经营进行监管。在旅游利益相关者进行产品交易的过程中,政府需要搭建交易平台,将社区居民、旅游企业、游客等的经济活动纳入统一的平台中<sup>[39]</sup>。另外,政府需要制定旅游规划和计划来引导生态旅游健康发展,修建低碳环保的旅游基础设施保证旅游活动的顺利进行,制定完善法律制度规范相关利益者开展合法合规的市场交易。

## 3.2 不同类型生态产品价值实现机理

### 3.2.1 供给服务产品价值实现机理

市场交易是供给服务产品价值实现的主要途径,旅游企业、游客和社区居民是价值实现过程中的主要参与者。保护地周边社区居民可以在生态容量允许的情况下,借由海洋保护地及其周边海域提供的优越海洋环境,合法适度开展生态化渔业养殖和捕捞活动,经过批准后将获得的渔业产品直接向游客销售,也可以创办集体合作社,在保护地周边以集体的名义开设餐厅、民宿、工艺品店等为游客提供餐饮、住宿、购物服务。社区居民与游客之间直接交易的过程就是供给服务产品价值实现的过程。原住居民也可以依托社区集体,将自身养殖或者捕捞得到的渔业产品统一向旅游企业批发销售,再经由获得特许经营资格的旅游企业开设旅游餐饮或者旅游购物场所满足游客需求。此时的市场交易主要发生在旅游企业和游客之间。建立海洋保护地独有的生态品牌体系,或者经过严格的第三方检验后为保护地供给服务产品贴上生态标签,均表示产品归属于海洋保护地特有,能够进一步提升生态产品附加值。如法国的国家公园品牌增值体系,通过构建国家公园品牌统一平台吸纳周边市镇企业和居民加盟,为农业、服务业不同行业出台相应的准入标准和管理标准,为加盟者提供专业培训、宣传、技术支持。在利用国家公园品牌提升产品价格的同时,实现国家公园与社区的健康持续发展<sup>[46]</sup>。

### 3.2.2 文化服务产品价值实现机理

相较于供给服务产品的物质性和有形性,文化类服务产品更多是一种无形的产品和服务,其价值实现更

加依赖旅游企业这一主要实施者。海洋保护地文化服务产品价值的实现,可以参考三江源国家公园黄河源区所采用的“企业+政府+合作社+居民”的现代化生产组织方式和“土地入股+按劳分配+二次分配”的利益分配模式”。海洋生态产品的所有者——国家,委托各级政府代理,以特许经营的方式赋予旅游企业在一段期限内经营销售生态产品的权力;海洋保护地周边社区居民在进行资源产权确定和价值核算之后,根据资产价值以转让、租赁或者产权入股的形式,将自身所使用的生态资源交付给企业进行集体经营。企业利用整合后的海洋生态资源,结合海洋保护地自身生态禀赋和主要消费群体的特征与偏好,因地制宜规划开发,进行生态旅游设施建设、生态体验产品销售、海洋科普教育、海洋生态文化创意产品设计等经营活动。作为主要消费群体的游客,为参与到的生态体验活动和科普教育以及购买的海洋生态文创产品支付费用。此时企业经营生态产品获得的收入,除去运营成本和未来企业发展获得的收入,其余按照股份为居民分红。海洋文化服务产品的价值在三者的良性互动中实现。遵循海洋保护地首要目的是保护的原则,生态体验活动的开展需充分考虑保护地的环境承载力,在科学判定保护地旅游承载力的基础上开放适度的访客名额,制定严格的预约体系,必要时对游客进行游前培训,与游客签订访客行为规范以约束游客的游览地点和探访行为,将生态旅游过程对保护地的影响降到最低。

### 3.2.3 调节服务产品价值实现机理

调节服务类产品同样没有具体的物质形态,其价值通过一定的载体实现。在海洋保护地生态旅游特许经营过程中,调节服务类产品的价值实现方式主要有产权交易、康养休闲产品经营、旅游生态补偿等方式。

(1) 产权交易。产权交易主要包括两类利益相关者间的互动过程,一类是社区居民和旅游企业之间使用权、收益权的交易。旅游企业支付费用租用、收购社区居民对海域的使用权和收益权用于经营生态旅游,在企业与居民对于海域空间等的市场交易过程中,海域本身所附着的调节服务产品价值得以实现。澳大利亚菲利普岛自然公园作为全球最大的野生企鹅保护区和澳大利亚最大的海豹保护区,为保障生态完整性,自然公园在建设之初收购了夏之地方半岛原住民的土地产权,公园建立后凭借其独特的生态环境和动物资源发展生态旅游获取收益,其本身附着的调节服务价值得以实现。另一类是以海洋保护地管理机构为代表的政府部门与旅游企业之间的碳汇交易。海洋保护地利用自身的红树林、盐沼、海草床等生态资源,设立符合国际标准的蓝碳项目,旅游企业通过购买蓝碳项目签发的二氧化碳减排量以中和企业生产经营过程中的碳排放。政府和旅游企业间碳排放量交易的过程,反映出海洋保护地生态保护的价值所在。

(2) 康养休闲产品经营。海洋保护地提供的清新空气、良好气候等调节服务类产品,是康养休闲产品特许经营的主要依托。如墨西哥坎昆依托其气候优势、红树林和3S(阳光、沙滩、海洋)等康养资源,发展集气候养生、水疗养生、运动养生、海钓静心养生、海产食疗养生于一体的滨海养生度假。康养休闲产品经营与旅游文化产品价值实现的过程相类似,经历了政府的特许经营、社区居民的产权转让、旅游企业的营销以及游客的旅游消费几大过程。

(3) 旅游生态补偿。由于生态产品具有正外部性,其产生的外溢价值无法通过上述市场交易实现,旅游生态补偿便成为重要的补充方式,涉及到实现过程中的所有利益相关者。按照“使用者付费,受益者补偿”的原则,旅游生态补偿中利益相关者间的互动为:①旅游企业的经营行为会对海洋生态环境产生较大影响,可以缴纳生态税费,由政府这一统筹管理者和海洋生态资源所有者通过生态修复的方式对生态系统进行补偿。也可以购买海洋碳汇项目产生的碳减排量,在抵消自身碳排放,完成碳中和任务的同时,将交易获得的收益反哺于海洋保护地生态系统。旅游企业同样需要通过为居民提供旅游就业岗位和就业培训来做出补偿,如三江源国家公园特许经营企业“云享自然”优先聘用和培训当地牧民参与访客接待活动。②游客参与生态旅游活动的需求得到了满足,根据“受益者付费”的原则,也应该对海洋生态环境及因旅游经营而丧失自身发展机会的当地社区居民提供补偿,可以是缴纳生态补偿专用资金、车辆停靠费用、向生态保护专用基金捐款等资金补偿,也可以通过参与海洋保护地生态修复、生态科普等志愿活动来进行补偿<sup>[47]</sup>。如大堡礁国家公园为保护国家公园内海洋生态系统安全与可持续对游客进行严格限制,每位入园游客需要缴纳环境管理费 6.5 美元,在

园内停留时间不足 3h 的游客缴纳 3.25 美元,环境管理费用用于生态监测、教育科研、园区规划等公园管理等方面,游客为自身在国家公园留下的足迹付费,对国家公园海洋生态系统进行补偿<sup>[48]</sup>。③政府作为海洋生态产品的所有者,也是最大受益者,遵循“受益者补偿”的原则,会对海洋生态环境加以修复,会对社区居民做出相应的补偿,包括实物、资金等的输血式补偿,也包括生态管护岗位设置、技术提供、智力支持等造血式补偿。政府给予社区居民的补偿,能够激励社区居民改变传统用海方式,以减少对海洋生态资源的消耗以及对生态环境的破坏。如南麂列岛国家级海洋保护区实施生态补偿机制,当地居民每人每年可以得到从旅游门票中提取的平均 300 元的生态补偿金,真正享受到保护区生态保护带来的实惠。相较于企业和游客作为补偿主体的涉及利益交换的补偿方式,这类补偿更多是政府单向式的补偿。

(4)生态溢价。与生态标签类似,生态溢价更多是一种促使海洋保护地生态产品增值的模式。海洋保护地提供的独特优越的生态环境,会带动供给服务和文化服务产品的增值,进而促使政府、旅游企业、社区居民收益的增加及游客旅游满意度的提升。如长岛国家级自然保护区及其周边通过岸线整治修复、拆除台风机、治理裸露山体、增加绿化面积等生态修复手段,有效降低空气污染、提升海水质量,濒危物种明显增多,吸引了众多中高端游客群体,进岛“过夜游”比例由 2017 年的 45% 提高到 2020 年的 71%,保护区海洋环境改善产生的增值效应日益彰显。

总的来说,海洋保护地不同类型生态产品价值实现方式有所不同,涉及到的利益相关者也多有差异(图 3)。供给服务产品和文化服务产品主要通过社区居民与游客之间、旅游企业与游客之间的市场交易实现价值;调节服务产品除了涉及直接的市场交易之外,还包含社区居民与旅游企业、政府与旅游企业之间的产权交易,包含政府、旅游企业、游客对于居民和海洋生态系统及居民对于海洋生态系统的旅游生态补偿;而生态标签和生态溢价更多发挥生态价值提升的作用。

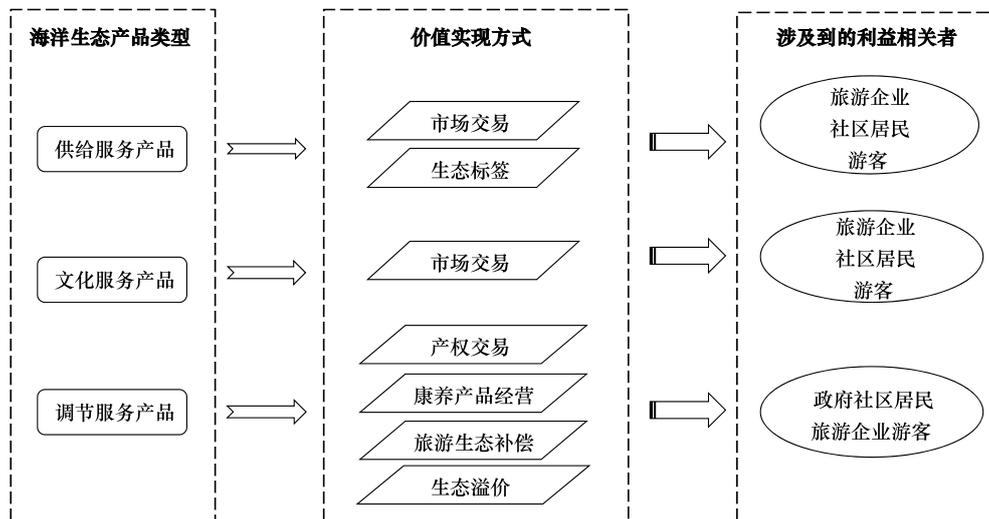


图 3 不同类型生态产品价值实现过程中利益相关者示意图

Fig.3 Schematic diagram of stakeholders in the process of value realization of different types of ecological products

## 4 结论及讨论

### 4.1 结论

Ecotourism (生态旅游)的词冠“Eco”不仅仅代表着生态学(ecology)思想,还代表着经济学(economy)理念<sup>[49]</sup>。生态旅游作为生态产业化的一种方式,在生态产品价值实现过程中担任重要角色,海洋保护地利用自身的生态产品实现“自给自足”,永续发展,同时满足人民对优质生态产品的需求是其应有之义。本文探讨以生态旅游方式实现海洋保护地生态产品价值的运作机理和路径,得出结论如下:

(1) 海洋保护地生态产品是指能够维系海洋生态安全、具有生态调节功能的自然要素,为人类福祉和经济社会可持续发展提供的最终产品与服务。主要分为供给服务产品、调节服务产品和文化服务产品三类。

(2) 合理界定海洋保护地生态产品产权,需要根据自然资源统一确权登记的相关办法,对各类型海洋自然保护地进行确权登记,明确各类型生态产品的所有权、使用权归属问题。

(3) 采用目前广泛应用的生态系统生产总值(GEP)中的相关指标和方法核算海洋保护地不同类型的生态产品价值。其中海洋保护地文化服务产品价值的核算是对海洋保护地旅游资源旅游吸引力“摸清家底”的过程,便于保护地客观评价区域旅游潜力,合理设置生态旅游项目。另外核算过程中需要注意结合不同海域的独特环境及资源调查结果对价值进行修正。

(4) 不同类型的海洋生态产品有不同的价值实现方式,涉及到的利益相关者有所不同。海洋生态系统的供给服务产品主要通过社区居民与游客、旅游企业与游客间的餐饮、购物等直接的市场交易和生态标签认证方式实现其价值;文化服务产品可由企业通过建设生态景区、提供生态体验、开展科普教育、打造生态文创产品等方式将生态产品销售给游客实现价值;调节服务产品由于无法独立交易,所以通过产权交易、康养休闲产品经营、旅游生态补偿以及生态溢价等方式实现价值,有政府、社区居民、旅游企业、游客多个利益主体的参与。

## 4.2 讨论

本文理顺了生态旅游经营过程中利益相关者角色作用及其在不同类型海洋生态产品价值实现方式下的互动关系,并以此来设计海洋生态产品价值实现路径,能够为海洋保护地可持续发展提供参考,但对其研究并不局限于此,后续还有较大的探索空间:

(1) 文章主要聚焦于对海洋保护地生态产品价值实现在生态旅游视角下的文献研究与定性描述,缺少对具体案例的实证分析。还需要针对具体海洋保护地,探讨其不同生态产品实际的产权归属、供需状况等,因地制宜提出可行性价值实现方式。

(2) 本文对于利益相关者之间关系的阐述还停留在理论层面,后续可以结合经济学、社会学、行为学等相关学科的理论方法,针对不同案例地的实际情况,分析不同主体间的网络关系,解决主体间出现的矛盾冲突,进而引导利益相关者做出正确的决策,促进保护地生态旅游协调发展。

(3) 本文只探讨了生态旅游视角下海洋保护地生态产品价值实现的路径和方式,缺乏对于生态产品价值实现的公平、效率和可持续问题的进一步研究。如利益相关者在市场交易过程中的信息不对称会导致消费者的潜在支付意愿与实际支付意愿不相符,进而影响价值实现的效率;开展特许经营的旅游企业销售的旅游产品,其生态价值的提升得益于其他利益相关者对海洋生态系统的保护,因此需要关注相关主体利益分配的公平性问题。上述难题是生态产品价值实现过程中要解决的关键问题,与生态产品价值实现过程中利益相关者的态度和行为密切相关,未来可以基于利益相关者对不同类型生态产品的价值感知和利益诉求制定生态产品价值实现的政策和规则,进而保证海洋保护地生态产品价值实现的高效、公平和可持续。

## 参考文献(References):

- [1] Hu W J, Liu J, Ma Z Y, Wang Y Y, Zhang D, Yu W W, Chen B. China's marine protected area system: Evolution, challenges, and new prospects. *Marine Policy*, 2020, 115: 103780.
- [2] 李昕蕾. 全球海洋环境危机治理: 机制演进、复合困境与优化路径. *学术论坛*, 2022, 45(2): 1-15.
- [3] 李群绩, 王灵恩. 中国自然保护区旅游资源利用的冲突和协调路径分析. *地理科学进展*, 2020, 39(12): 2105-2117.
- [4] Rueda X, Lambin E F. Responding to globalization: impacts of certification on Colombian small-scale coffee growers. *Ecology and Society*, 2013, 18(3): 21.
- [5] 柳荻, 胡振通, 靳乐山. 美国湿地缓解银行实践与中国启示: 市场创建和市场运行. *中国土地科学*, 2018, 32(1): 65-72.
- [6] 张宁. 德国生态账户制度对我国生态文明建设的启示. *中国土地*, 2016, (9): 39-41.
- [7] 高晓龙, 林亦晴, 徐卫华, 欧阳志云. 生态产品价值实现研究进展. *生态学报*, 2020, 40(1): 24-33.
- [8] 丘水林, 靳乐山. 生态产品价值实现: 理论基础、基本逻辑与主要模式. *农业经济*, 2021, (4): 106-108.
- [9] 张林波, 虞慧怡, 郝超志, 王昊. 国内外生态产品价值实现的实践模式与路径. *环境科学研究*, 2021, 34(6): 1407-1416.

- [10] 孙博文, 彭绪庶. 生态产品价值实现模式、关键问题及制度保障体系. *生态经济*, 2021, 37(6): 13-19.
- [11] Libosada Jr C M. Business or leisure? Economic development and resource protection—Concepts and practices in sustainable ecotourism. *Ocean & Coastal Management*, 2009, 52(7): 390-394.
- [12] Fujita R, Lynham J, Micheli F, Feinberg P G, Bourillon L, Sáenz-Arroyo A, Markham A C. Ecomarkets for conservation and sustainable development in the coastal zone. *Biological Reviews*, 2013, 88(2): 273-286.
- [13] Bos M, Pressey R L, Stoeckl N. Marine conservation finance: the need for and scope of an emerging field. *Ocean & Coastal Management*, 2015, 114: 116-128.
- [14] Failler P, Montocchio C, de Battisti A B, Binet T, Marechal J P, Thirot M. Sustainable financing of marine protected areas: the case of the Martinique regional marine reserve of "Le Precheur". *Green Finance*, 2019, 1(2): 110-129.
- [15] Mangubhai S, Sykes H, Manley M, Vukikomoala K, Beattie M. Contributions of tourism-based Marine Conservation Agreements to natural resource management in Fiji. *Ecological Economics*, 2020, 171: 106607.
- [16] Castaño-Isaza J, Newball R, Roach B, Lau W W Y. Valuing beaches to develop payment for ecosystem services schemes in Colombia's Seaflower marine protected area. *Ecosystem Services*, 2015, 11: 22-31.
- [17] Daly C A K, Fraser G, Snowball J D. Willingness to pay for marine-based tourism in the Ponta do Ouro partial marine reserve, Mozambique. *African Journal of Marine Science*, 2015, 37(1): 33-40.
- [18] Yu B, Cai Y Y, Jin L Q, Du B S. Effects on willingness to pay for marine conservation: evidence from Zhejiang province, China. *Sustainability*, 2018, 10(7): 2298.
- [19] Tonin S. Estimating the benefits of restoration and preservation scenarios of marine biodiversity: an application of the contingent valuation method. *Environmental Science & Policy*, 2019, 100: 172-182.
- [20] Bennett N J, Calò A, Di Franco A, Niccolini F, Marzo D, Domina I, Dimitriadis C, Sobrado F, Santoni M C, Charbonnel E, Trujillo M, Garcia-Charton J, Seddiki L, Capanera V, Grbin J, Kastelic L, Milazzo M, Guidetti P. Social equity and marine protected areas: perceptions of small-scale fishermen in the Mediterranean Sea. *Biological Conservation*, 2020, 244: 108531.
- [21] Gurney G G, Mangubhai S, Fox M, Kim M K, Agrawal A. Equity in environmental governance: perceived fairness of distributional justice principles in marine co-management. *Environmental Science & Policy*, 2021, 124: 23-32.
- [22] 蔡玉莹, 于冰. 基于 CVM 的海洋保护区生态补偿标准及影响因素研究——以嵊泗马鞍列岛为例. *海洋环境科学*, 2021, 40(1): 107-113.
- [23] 李京梅, 丁中贤, 许婉婷, 许志华, 单菁竹. 基于双边界二分式 CVM 的国家公园门票定价研究——以胶州湾国家海洋公园为例. *资源科学*, 2020, 42(2): 232-241.
- [24] 肖建红, 高雪, 胡金焱, 丁晓婷, 赵玉宗, 赵梓渝. 群岛旅游地海洋旅游资源非使用价值支付意愿偏好研究——以山东庙岛群岛、浙江舟山群岛和海南三亚及其岛屿为例. *中国人口·资源与环境*, 2019, 29(8): 168-176.
- [25] 王喜刚, 王尔大. 基于修正旅行成本法的景区游憩价值评估模型——大连老虎滩海洋公园的实证分析. *资源科学*, 2013, 35(8): 1693-1700.
- [26] 邱慧青, 肖建红. 基于海洋生态产品的海岛旅游绿色发展经济激励额度评估. *中国人口·资源与环境*, 2017, 27(4): 128-135.
- [27] 贺义雄. 海洋生态产品价值核算研究综述. *会计之友*, 2021, (11): 99-105.
- [28] 郝林华, 陈尚, 何帅. 海洋供给类生态产品价值的核算方法及应用——以浙江省温州市为例. *环境保护*, 2021, 49(22): 54-60.
- [29] 王琰, 杨帆, 曹艳, 张锐. 以生态产业化模式实现海洋生态产品价值的探索与研究. *海洋开发与管理*, 2020, 37(6): 20-24.
- [30] 于平, 李先杰. 海洋生态产品价值实现的融资模式研究. *海洋经济*, 2021, 11(4): 45-53.
- [31] 王俊, 李佐军. 探索碳汇交易机制实现生态产品价值——以深圳市大鹏新区为例. *特区实践与理论*, 2021, (1): 51-59.
- [32] 国务院办公厅. 国务院关于印发全国主体功能区规划的通知. (2011-06-08) [2022-03-05]. [http://www.gov.cn/zw/gk/2011-06/08/content\\_1879180.htm](http://www.gov.cn/zw/gk/2011-06/08/content_1879180.htm).
- [33] Assesment M E. Ecosystems and human well-being: synthesis. *Physics Teacher*, 2005, 34(9): 534.
- [34] 黎元生. 生态产业化经营与生态产品价值实现. *中国特色社会主义研究*, 2018, (4): 84-90.
- [35] 冯凌. 基于产权经济学“交易费用”理论的生态补偿机制建设. *地理科学进展*, 2010, 29(5): 515-522.
- [36] 郭洁. 自然资源统一登记的物权法问题及其破解. *法学*, 2020, (3): 124-141.
- [37] 韩爱惠. 国家公园自然资源资产管理探讨. *林业资源管理*, 2019, (1): 1-5, 37-37.
- [38] 牛乐, 王娇月, 郗凤明, 尹岩, 郗龙飞, 马铭婧, 张文凤. 福州市经济生态生产总值核算. *应用生态学报*, 2021, 32(11): 3793-3804.
- [39] 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. *资源科学*, 2020, 42(9): 1816-1826.
- [40] 史哲宇, 张蓉. 新时代生态产品文化价值实现路径研究. *青海社会科学*, 2020, (6): 104-109.
- [41] 王夏晖, 朱媛媛, 文一惠, 谢婧, 刘桂环. 生态产品价值实现的基本模式与创新路径. *环境保护*, 2020, 48(14): 14-17.
- [42] 陈尚, 张朝晖, 马艳, 石洪华, 马安青, 郑伟, 王其翔, 彭亚林, 刘键. 我国海洋生态系统服务功能及其价值评估研究计划. *地球科学进展*, 2006, 21(11): 1127-1133.
- [43] 段克, 刘峥延, 李刚, 袁国华, 邓锋, 鲁栋梁. 滨海蓝碳生态系统保护与碳交易机制研究. *中国国土资源经济*, 2021, 34(12): 37-47.
- [44] 阚如良, 詹丽, 梅雪. 论政府主导与旅游公共服务. *管理世界*, 2012, (4): 171-172.
- [45] 向宝惠, 曾瑜哲. 三江源国家公园体制试点区生态旅游系统构建与运行机制探讨. *资源科学*, 2017, 39(1): 50-60.
- [46] 陈叙图, 金筱霆, 苏杨. 法国国家公园体制改革的动因、经验及启示. *环境保护*, 2017, 45(19): 56-63.
- [47] 陈龙山, 蔡君, 陈卓. 旅游生态补偿的游客支付意愿及机制研究——以北京密云桃源仙谷和黑龙潭景区为例. *林业与生态科学*, 2019, 34(1): 37-43.
- [48] 祝明建, 黄怡菲, 徐健, 栾博, 余鸿. 美国和澳大利亚海洋类国家公园管理建设对中国的启示. *中国园林*, 2019, 35(12): 74-79.
- [49] Khan M M. Tourism development and dependency theory: mass tourism vs. ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 1997, 24(4): 988-99.