

论旅游线路产权的界定和保护

刘 旺

(四川师范大学 旅游学院, 四川 成都 610068)

摘要:目前,我国对旅游线路产权没有明确的界定。一方面,旅行社开发旅游线路的行为得不到补偿,挫伤旅行社开发新线路的积极性,致使我国旅游新线路开发速度慢;另一方面,大小旅行社竞相角逐有限的热点旅游线路,旅游线路拥挤使用现象十分突出。笔者从对旅游线路的产权界定入手,分析了我国旅游线路开发中外部经济现象和旅游线路拥挤使用的原因,并建议有关部门对旅游线路的产权进行明确的界定和建立旅游线路有偿使用制度,以保证旅行社的合法权益,加快旅游线路的创新速度,提高旅游产业整体竞争力。

关键词:旅游线路;产权;旅行社

中图分类号:F592.3 **文献标识码:**A **文章编号:**1000-5315(2003)06-0100-04

一 对旅游线路概念的认识

旅行社承担旅游线路开发的职能,把旅游景区、饭店和交通等部门为旅游者提供的服务作为中间产品加以组合,形成完整的旅游线路。据林南枝、陶汉军对旅游线路的定义:“从旅游目的地角度出发,旅游产品是指旅游经营者凭借旅游吸引物、交通和设施向旅游者提供的用以满足其旅游活动需求的全部服务。具体讲,一条旅游线路就是一个单位的旅游产品。”[1](29—34页)本文所使用的旅游产品和旅游线路的含义相同。

从开发者权利的界定与保护的角度看,旅游线路有两点值得关注。一是旅游线路是含有开发者的智力投入、凝结着开发者心血的智力成果。旅游者越来越趋向于追求新、奇、异的旅游产品。要迎合旅游者的需求,开发新、奇、异的旅游线路,只有通过开发者对目的地所处的客源市场区位条件和所拥有的旅游资源进行深入研究的基础上,结合旅游者需求的变化趋势,对旅游资源进行横向和纵向比较,挖掘资源的深刻内涵,对资源的内涵进行提炼、升华而形

成。旅游线路并非景区、景点的机械拼凑。旅游市场竞争日趋激烈,旅游者需求更加多元化,主题鲜明的旅游线路是在旅游市场激烈竞争中争取客源的物质基础。

旅行社对旅游目的地旅游资源进行创意与策划,推出富有特色的旅游线路,这是旅游目的地开发成功的重要保证。“旅游业是点子行业,好的点子是打开旅游资源宝库的金钥匙”[2](46—48页)。但是,如果旅游产品开发者的权利得不到保护,谁来进行创新,谁来出好的点子?

二是旅游产品生产过程的公开性。从旅游产品生产过程的投入要素来看,可以分为两大类。一类是旅行社自身的投入,包括前期对旅游线路的调查研究、市场宣传以及旅游活动过程中服务人员的投入等,这类投入是旅行社的私人投入。另一类是通过付费购买他人的产品,如景区、饭店、旅游交通等。这类投入具有“公共产品”的特点,只要付费,就可以使用。因此,当一家旅行社推出一条新的旅游线路后,其他旅行社可以非常容易地进行效仿经营。并

且由于经济利益的差异,开发旅行社还难以获得景区、饭店、旅游交通等部门的合作,以阻止其他旅行社进入。旅游线路的这一特性为其他旅行社“搭便车”提供了可乘之机,也为旅行社权利的行使和保护带来了困难。

二 目前我国旅游线路的产权状况

产权,按照阿尔钦的定义,“它是一个社会所实施的选择一种经济品的使用的权利”[3]。从经济学角度来分析,产权,它不是指一般的物质实体,而是指人们对物的使用所引起的相互认可的行为关系。它用来界定人们在经济活动中如何受益,如何受损,以及他们之间如何进行补偿的规则。产权的基本内容包括行动团体对资源的使用权与转让权,以及收入的享用权。它的权能是否完整,主要可以从所有者对它具有的排他性和可转让性来衡量。如果权利所有者对他所拥有的权利有排他性的使用权、收入的独享权和自由的转让权,就称他所拥有的产权是完整的。如果这些方面的权能受到限制或禁止,就称为产权的残缺。完整的产权可以激励人们有效率地使用资源,最大限度地外部效应内部化。

(一)旅游线路开发中“外部效应”的原因分析

关于旅行社将他人的产品作为新产品的要素进行整合形成新的旅游线路的合法性,早有文献论述[4](32—35页)。既然旅行社的上述行为是合法的,那么在理论上旅行社也就相应地拥有对其开发产品的使用权、占有权和处置权。也就是说,旅行社对其开发的旅游线路的产权应该是完整的。但我国目前的旅游市场的实际状况是:如果一家旅行社开发了一条新线路,其他旅行社可以不费任何代价地经营相同的旅游线路。旅游线路开发者的权利是得不到任何保障的,开发者理应拥有的产权无法行使,旅行社的开发行为得不到应有的补偿。笔者曾于2001年7月参加《成都市旅游业发展中政府可调控资源及调控办法》课题的调研,对成都市光大旅行社、康辉旅行社和成都铁路国际旅行社等几家大型旅行社进行调研,当问及旅行社对旅游新线路开发的投入时,这几家旅行社无一例外地都谈到了目前旅行社的开发行为得不到回报,无法从开发中获得收益,旅行社对旅游产品的创新持消极态度的情况。结果是众多的旅行社经营有限的旅游线路,为了争夺客源,展开不正当竞争,损害旅游者权益,破坏旅游地形象;而另一方面,大量的旅游资源闲置,得不到应有

的开发利用。旅游线路开发者不能行使完整产权的原因主要有三个方面。

首先,从旅游资源产权制度安排的历史来看,我国实行的是国有产权制度,即旅游资源产权归国家所有[5](27—29页)。即景区、景点由国家所有,对旅游线路没有明确的产权界定。长期以来,旅行社在进行经营活动时,对旅游线路是免费使用的。

目前,激烈的客源市场竞争,成为旅行社开发新旅游线路的重要推动力。在市场经济条件下,旅行社是作为独立的追求利润最大化的经济利益主体,要求对自己开发的旅游线路作出明确的权利界定,以维护自己的正当收益。但是,目前,我国的产权制度安排制约了旅行社对自己开发的旅游线路的产权的行使。原因在于,对旅行社开发的旅游线路的产权进行界定的过程,其实质就是权利重新分配的过程。在这个权利重新分配的过程中,并不是每家旅行社都能受益或同等程度地受益,其利益相对或绝对下降的旅行社就会抵制对旅游线路产权的明晰界定,从而导致旅游线路产权界定高昂的交易成本。即在旅游线路产权界定过程中,不同旅行社之间因利益冲突而造成的经济效率损失或为之付出的各种费用是非常高的,以致旅行社的权利难以行使。

其次,从有关保护开发者权利的法律制度看,我国于1984年3月12日通过《专利法》,并于1985年4月1日施行[6],目的在于通过对发明者的知识产权保护,保护发明者的合法权益,鼓励创新。那么,旅游产品开发者的权利能够通过申请专利的形式进行界定吗?根据现有的研究来看,批准专利的准则有两条:一是发明要够新奇;二是要能将抽象的思想在物品上形象化,然后在实物上指定发明者的占有权,通过有形的物品的占有来保障无形的新思想或新知识[7](34—40页)。旅游产品虽附载有开发者的新思想,但这新思想的物化对象——景区、景点等却是早已存在的,是不能申请专利进行保护的。单有新思想是不能申请专利的,牛顿的三大定律、爱因斯坦的相对论,都难以用物件指出占有权,从而不能申请专利。也就是说,新的旅游线路中虽然凝结有开发者的新思想,但旅游线路中的新思想的物化对象却是早已存在的,不能求助《专利法》申请专利来保护开发者的合法权利。

下面我们再来讨论旅游线路开发者的智力成果能否以商业秘密进行保护的问题。商业秘密只要不

外泄, 外人就难以进行模仿, 发明者就可以从自己的发明中获利。旅游产品中开发者的新思想、新创意不能以商业秘密的形式进行保护。原因在于旅游产品的生产过程具有公开性, 一次旅游活动结束后, 已经把旅游线路开发者的新思想、新创意体现得淋漓尽致, 其他旅行社可以马上模仿开发者的新思想、新创意, 推出相同旅游主题的旅游线路, 让游客得到相同的满足感。

(二) 现有旅游线路“拥挤现象”的经济学分析

假设有 c 家旅行社进入某条旅游线路的经营, 经营成本均为 a , 以 $f(y)$ 表示旅游线路能产生的收益。如果要使这条旅游线路的收益达到最大, 应该允许多少家旅行社进入该旅游线路的经营呢?

在旅游线路产权明晰界定的前提下, 可以建立这样一个最大化问题: $\max f(y) - ac$ 。当边际收益等于旅行社的成本, 即 $MP(y) = a$, 进入该线路经营的旅行社数量达到帕累托最优。

在旅游线路免费使用的情况下, 旅游线路是公共产品。只要一家的收益大于这家旅行社的成本, 旅行社进入就是有利可图的。假设现在有 c 家旅行社, 那么每家旅行社的平均收益就是 $f(y)/c$ 。当再有一家旅行社进入时, 总收益变成 $f(y+1)$, 平均收益为 $f(y+1)/c+1$ 。只要 $f(y+1)/c+1 > a$, 旅行社就会做出进入该旅游线路的选择, 直到 $f(y^*)/c^* = a$, 旅行社数量达到 c^* 。此时, 利润就降为零, 即 $f(y^*) - ac^* = 0$ 。

因此, 在旅游线路是公有资源的条件下, 只要旅行社的私人收益大于私人成本, 旅行社就会选择进入该旅游线路进行经营, 从而导致所有其他旅行社收入的下降, 旅行社的数量一直增加到使该线路的利润下降到零为止, 结果旅游线路过度拥挤使用, 出现类似“公地的悲剧”[8](715—716页)。

三 旅游线路产权的界定和保护

德姆塞茨认为: 随着共同财产资源价值的增长, 人们越来越可能确定对它的权利[9]。因此, 随着我国旅游业的不断发展和旅游市场竞争的进一步加剧, 旅游线路的经济价值将不断增长, 旅行社要求对旅游线路的权利做出明确界定的需求将越来越强烈。笔者认为可以从以下三个方面着手对旅游线路的权利状况进行界定和保护。

(一) 以法律或法规的形式对旅行社开发旅游线路的产权状况做出明确的界定

由于旅游市场高昂的交易成本, 旅游市场机制不会生产最优数量的旅游线路, 出现“市场失灵”现象, 使得通过法律界定产权成为必要。对旅游线路的产权作明确的法律界定, 需要对旅游线路的使用权、收益权、处置权进行明确的界定, 保证旅行社的个体收益接近社会收益, 使“外部经济效应”最大限度地内部化。内部化的增加可以激励旅行社开发新的旅游线路, 增加旅游线路的供给, 加速旅游线路的更新, 提高旅游资源的利用效率。

对旅行社新开发的旅游线路, 政府特许旅行社对自己开发的线路拥有一定期限的专营权。专营期限的长短根据旅行社开发投入的多少和旅游线路市场价值的大小来决定。

(二) 建立旅游线路有偿使用制度, 充分发挥市场机制在旅游资源配置中的基础性作用

通过出让方式, 把旅游线路的经营权利委托给那些能够最有效的使用这种权利并且存在有激励他们使用好这种权利的动力的人。实现对旅游线路使用权利的明确界定, 可以避免对旅游线路的拥挤使用, 防止“公地的悲剧”的发生。

旅游线路的有偿使用可以构成滥用旅游线路的屏障, 排除旅行社的任意滥用。因为在旅游线路有偿使用的条件下, 旅行社会权衡边际成本和边际收益之间的关系。如果边际成本大于边际收益, 旅行社不会去获得这种权利, 会退出此旅游线路的经营; 如果边际成本小于边际收益, 就会有旅行社继续获得旅游线路的经营权利, 直到边际成本等于边际收益, 旅游线路的使用者数量达到最优, 从而避免旅游线路的过度“拥挤”使用。

再者, 如果旅行社通过出让方式获得旅游线路的排他性使用权利, 就存在着激励旅行社有效经营、充分利用旅游线路的内在动力。包括重新包装旅游线路、提高服务质量、加大营销力度等措施, 以吸引客源获取利润。这样既提高旅游资源的利用效率, 又保证了游客的利益。

广东“国旅假期”总经理李进茂指出: 旅游线路的开发是需要保护的, 因为不管是在当前的国内市场还是在全球的旅游市场, 一旦某个旅行社推出了新的旅游线路或者其他旅游产品, 就很容易被同行“克隆”。所以, 他认为旅游线路策划应该有一个知识产权保护的概念在其中, 因此就与神农架林区政府确定以两年为期的专营权[10]。旅游线路的专营

不仅可以保护新开线路,还可实惠游客,2001年从广州双飞神农架的五天标准团是3000元左右的价格,而现在“国旅假期”推出这样的标准团的价格仅为1680元。

(三)加大对旅游市场宏观监管力度,净化旅游市场环境,加快旅游市场体系的培育

目前,旅游市场秩序问题已成为全社会普遍关注的问题。2001年《国务院关于进一步加快旅游业发展的通知》提出“加强行业管理,整顿市场秩序,规范旅行社等各类旅游经营单位和个人的经营和服务行为,保护旅游消费者和经营者合法权益”之后,2002年,国家旅游局把旅游市场秩序的治理整顿当

做全国旅游行业一项极其重要的工作。良好的旅游市场秩序、完善的市场法规可以有效防止旅行社“搭便车”行为,从而激励旅行社进行产品创新和改善经营管理。

我国加入WTO以后,我国原有的对旅行社的保护条例将逐步取消,旅游市场竞争将日趋激烈。旅游线路的创新显得更加紧迫。在对旅游线路的产权进行界定和推行旅游线路有偿使用制度以后,仍需政府对旅游市场进行宏观管理,加大违章经营旅游线路旅行社的处罚力度,切实保护合法经营者的权益,鼓励创新。

参考文献:

- [1]林南枝,陶汉军.旅游经济学[M].天津:南开大学出版社,2000.
- [2]雷欣荣.从张贤亮的出卖“荒凉”说开去[J].旅游学刊,1999,(5).
- [3]R. H. 科斯, A. 阿尔钦, D. 诺斯. 财产权利与制度变迁[M]. 上海:三联书店,1990.
- [4]齐子鹏,姚玉萍.对旅游市场平行投放的理论思考[J].旅游学刊,1999,(1).
- [5]刘旺,张文忠.对构建旅游资源产权制度的探讨[J].旅游学刊,2002,(4).
- [6]李仁玉.民法[M].北京:法律出版社,2001.
- [7]张五常.买桔者言[M].成都:四川人民出版社,1988.
- [8](美)H. 范里安.微观经济学:现代观点[M].费方域,等译.上海:三联书店,2000.
- [9](美)Y. 巴泽尔.产权的经济分析[M].上海:三联书店,2002.
- [10]国旅假期买断神农架旅游线 其他组团游须国旅同意[N].南方都市报,2002-04-02.

Bounding and Protection of Tourist Route Property Right

LIU Wang

(Tourism Institute, Sichuan Normal University, Chengdu, Sichuan 610068, China)

Abstract: Presently there is no definite bounding of tourist route property right in China, and consequently the travel agency cannot get reward for developing tourist routes, which dampens the agency's enthusiasm and slows down the development of new routes on one hand, and on the other hand, all agencies compete with each other for the limited hot routes which results in jams there. This author suggests a definite bounding of the property right and establishment of paid use system of the route, to ensure the agency' legal rights and interests, accelerate route development speed and enhance the competitive power of the whole agency.

Key words: tourist route; property right; travel agency

[责任编辑:凌兴珍]