

河川旅游对地方经济所产生的经济效应

H. K. 科德尔, 约翰·C·伯格斯特龙, 格雷戈里·A·阿什利, 约翰·卡里士

导言: 本文的目的就是要提出关于国家园林局的三个河川旅游区对地方经济增长影响的主要研究方法和成果。研究方法将在下一节中讨论, 尔后介绍研究成果及其意义, 最后是提要与结论。

定义与方法论 每观光一个旅游区, 游客往往要花费一笔可观数量的款项。这些外来美元的流入必将刺激该地区的经济增长, 经济增长来自于旅游消费的直接、间接及派生的效应。

游客对商品和服务需求的增长, 要求进行新的投入, 旅游消费的直接效应就是对这种投入的第一轮采购。例如: 一位河川旅游者可能在当地餐馆内吃几顿饭。为了供应较多的饭菜, 这些餐馆就不得不增加对食品或其它物品的采购量。这种采购就是游客在餐馆进餐消费的直接效应。

为了满足餐馆对投入增长的需求, 餐馆供应者也不得不增加对投入的采购。例如: 可向餐馆供应新鲜蔬菜的当地农民就必须增加对农业投入的采购。农业供应商为了满足农民对投入增长的需求, 也必须增加对投入的采购。这些二次投入就是游客在餐馆就餐消费的间接效应。受游客消费刺激而产生的投入销售量和采购量的增长, 导致当地居民收入的增长。例如: 为游客而增加了的生意可能导致餐馆雇用人员收入的增加。由于收入增加, 餐馆雇员就可能提高对商品和服务的需求。这些附加消费者的消费就是游客在餐馆就餐消费而产生的派生效应。

因此, 河川旅游对地方经济总的经济效应, 可用旅游者消费的直接、间接和派生效应的

还没有由于使用CFCs作为气溶胶罐推进剂(其它推进剂已经可供应用)而把CFCs释放到大气中去的管辖权, 它们的使用可以通过清楚地把它们称之为“对臭氧无害的”(“ozone-friendly”), 亦即对臭氧不会造成损害的。必须找到生产硬塑料泡沫的替代办法。还需要为冷冻机、冷藏车、库和空调机设计与生产新的、无毒的、能安全地生物降解的致冷剂, 为工业设计与生产新的溶剂。对CFCs的这些替代产品既不导致臭氧层的破坏, 又不增进温室效应。

第四, 现在已有的CFCs, 不应容许从已经超过其使用期的冷冻机和空调机中逃逸到大气中去, 应该把CFCs液化并储藏起来, 直到化学工业可以有效地破坏它们并使之成为对环境无害的产品。

南极洲是一个独特的而又美丽的大陆。一个大气的例子就是日柱之美, 它们是由于因地心引力而排列成行的冰晶折射阳光而形成的。然而, 这一美丽景象又与臭氧的破坏紧密地联系在一起, 这是因为在平流层中的这些冰晶是带来了氯和硝酸的同一种冰晶, 而据认为, 氯和硝酸又正是通过复杂的化学过程要对南极上空的臭氧耗竭负责的。

袁大中译自《The Geographical Journal》Vol. 156, Part 1, 1990

总和来计算。对于游客消费的直接、间接乃至派生效应进行测算需分几步来作。首先,对到河川旅游区来观光的每人/次的平均消费必须给以测算。其次,必须把这些消费分配给当地的各经济部门(如饮食业)。第三,对由这些消费所造成的直接、间接乃至派生效应,必须利用适当的评估方法如:输入输出模型来进行测算。

旅游消费的估算 每次河川旅游的费用,可利用由《公共区域观光游客研究》收集的有关部分数据进行测算。PARVS(《公共区域观光游客研究》,下同)是一项多州、多机构合作收集有关野外旅游的重要性和经济价值数据的成果(表1略),其数据收集分为两个基本阶段,第一阶段是对游客的现场采访。现场采访时,要求游客提供关于旅游行程与活动方式的概况。第二阶段,要求游客填写有关详细旅行消费的调查表。从1985年起,共在全国各地325个游览区进行了55000次现场采访,另外还有约15000件以上的旅行消费邮件调查表业已返回,并在全美国范围内进行了分类处理(表1略)。

在与国家园林管理局的协作下,把三个河川旅游区列入PARVS数据收集项目中。这三个旅游区被选来代表受国家园林管理局管辖的三种类型的游览河区:国家河川自然风景区、国家旅游区和国家河川公园。上特拉华河川风景旅游区被列为国家河川自然风景区;把特拉华河谷国家游览区选来作为国家旅游区。上特拉华河川风景旅游区位于宾夕法尼亚州和纽约州。特拉华河谷旅游区位于宾夕法尼亚州和新泽西州。西佛吉尼亚州的新河峡谷国家河川旅游区选来代表国家河川公园。

1986年夏季,在这三个河川旅游区进行了采访,一共进行了1196次采访对话。在这些采访期间,要求游客提供关于旅游类型(比如旅途远近)、旅游活动方式(例如在河川旅游区所参与的活动)和社会经济特性(如收入)的情报信息。在采访结束时,再给被采访者一份旅行消费调查表,要求他们回家后填好寄回。

邮件调查表要求游客提供有关设备使用和旅行消费的情况,并分为以下四个部分:第一部分为游客出发到河川旅游区前或返回后在家所消耗的有关旅行的消费;第二部分为旅游往返路途上的花费;第三部分为在河川旅游区近临地区的消费情况;第四部分为对各种服务和耐用旅游设施的年度消费,这种消费并不直接属于哪一次旅游。根据所报告的这四部分消费数据来测算每人每次旅行的平均消费。

旅游消费在当地各经济部门的分配 观光旅游消费影响到当地的许多经济部门。利用PARVS研究人员所提出的分配算法来求出影响河川旅游区特定经济部门的那部分旅游观光的消费额。这种分配算法是根据美国商业部生产者价格和利差数据,把游客在汽油方面的消费分配给下述各经济部门:原油精炼,润滑油和润滑脂,其它批发贸易,其它另售贸易,汽车运费,水、气和管道运输。

旅游消费额一经分配给有关各经济部门,就有必要测算出在该影响区消费的比例。这种分配法就是以PARVS研究人员所提出的一种方案为依据的。当地受影响区被定义为一组县,这些县近临某一河川,并且先验地被认为受到访问该地的游客消费的最大影响。上特拉华,特拉华河谷及新河峡谷旅游区的当地受影响区即是由五个、六个和七个县分别组成的。在计算游客消费对当地经济增长的影响时,只考虑由居住在受影响区以外的来访者在当地受影响区以内所做出的消费。

由当地受影响区以内居民所作出的消费可从经济影响分析中排除,因为它们并不能体现外来美元的导入。外来游客的某些消费可能是在受影响区以外地区,因此也必须扣除,因为它们不能刺激受影响区的经济活动。例如:非当地游客在出发前和返回后在家乡的消费,就

完全从经济影响分析中予以扣除, 因为几乎可以肯定所有这些消费都发生在受影响区以外。

再一步骤就是按下述简单方程, 将旅途消费部分分配给当地受影响区: $Y = (R/D) * E$ (1), 式中 Y = 分配给当地受影响区的旅途消费; R = 从游览区到受影响区边界的距离 (英里); D = 旅游单程总距离 (英里); E = 部门旅游总消费额。最后, 把在河川旅游区逗留期间的全部消费假定为在当地受影响区域以内发生的。

年度消费额的分配 如果耐用旅游设施的年度消费发生在本地区以内, 那么这种消费也将刺激该地区的经济增长。通过下述方程即可将部门年度消费的一部分划给当地受影响区 $X = (A/T) * (R/D)$ (2), 式中 X = 分配给受影响区的部门年度消费部分; A = 河区旅游设备的年度消费部分; T = 到某一河川旅游区的旅行次数; R 与 D 同方程 (1) 的解释相同。通过下述方程即可计算出河川旅游区设备的年度消费: $A = (K/H) * M$, 式中 A = 到该地区的旅行次数; H = 到其它河川旅游区旅行次数; M = 在采访时, 回答者用于旅游设备的年度消费。

旅游消费的经济效益概算 游憩消费对影响区所显示的经济效益, 用美国林业管理局的 IMPLAN 模型作了计算。IMPLAN 是一种输入输出模拟系统, 是美国林业管理局为进行区域经济影响分析而研制的。该系统由下列部分构成: 一套全国范围的县级数据集, 用于描述一县的经济特征 (如总产量、职业、人口); 软件模块, 用于为指定用户区建造不以测量为基础的输入—输出模型; 软件模型, 用于估算最终商品需求变化的直接、间接和派生效应。IMPLAN 模型采用美国商业部编制的全美输入输出模型的技术系数 (如生产函数)。

在本研究中, 最终需求的变化由旅游消费来表示。居住在河川游憩区以外的游客在当地受影响区的开销, 可导致当地受影响区对商品和服务最终需求的外因性增长。消费额总增长量, 可通过游客年度来访的人次乘以人次平均消费量来计算。国家园林管理局提供的有关游客到每一河川旅游区的游览情况, 见表 2。

在计算了与某一河川旅游区有关的全部行程消费之后, 即依前述程序把这些消费分配到某一当地受影响区的各个经济部门。关于旅游开销对当地经济增长的总效应 (直接、间接及派生效应之总和), 可利用 IMPLAN 来进行计算。被分析的经济指标包括总产量、职业、雇工报酬、财产收入、附加价值以及间接营业税。

表 2 1986 年河川旅游区的观光测算

河 川 旅 游 区	年度消费标准 (以千计)	外来游客的年度 消费 (百分率)
上特拉华河川 风景旅游区	232.6	83
特拉华河谷国 家旅游区	135.4	67
新河峡谷国家 河川旅游区	100.0	66

研究结果与意义 总共收到反馈的可用旅行消费邮件调查表 383 份, 有效反馈率为 32%。根据这些消费数据, 计算出上特拉华河川风景旅游区游客的人次平均消费为 19.42 美元; 特拉华河谷国家旅游区的人次平均消费为 40.89 美元; 新河峡谷国家河川旅游区的人次平均消费为 19.94 美元。所有三个游览区的旅程消费的基本种类包括寄宿、交通、食品和饮料等等。

旅游消费对当地经济增长直接、间接乃至派生效应和总的效应, 见表 3。经济效益以上特拉华河川风景旅游区为最高。外来游客来这一地区观光, 使该地区的经济增长极为可观。其中包括总产值增长 13350000 美元; 总收入增加 5580000 美元; 增殖收入为 6220000 美元; 以及职位 292 个。

总产量系综合经济活动的一种计量方法, 类似于国民生产总值。总收入为雇工报酬和财

表3 到河川旅游区的游憩消费的经济影响1986年通过对居住在受影响区以外游客的调查

当地受影响区	经 济 影 响					就 业 职 位
	总 产 量 (百万\$)	雇 工 报 酬 (百万\$)	财 产 收 入 (百万\$)	总 收 入 (百万\$)	增 值 (百万\$)	
上特拉华州						
直接效益	6.5861	1.8180	0.7709	2.5889	2.8795	185.43
间接效益	2.3014	0.5014	0.3439	0.8452	0.9185	28.44
派生效益	4.6439	1.1485	1.0003	2.1487	2.4242	78.06
总 效 益	13.3514	3.4679	2.1151	5.5828	6.2222	291.93
特拉华河谷						
直接效益	3.4646	1.0289	0.4158	1.4456	1.6362	104.24
间接效益	0.6634	0.1672	0.1411	0.3082	0.3328	1.57
派生效益	2.8000	0.7323	0.7601	1.4925	1.7262	50.56
总 效 益	6.9280	1.9293	1.3170	3.2463	3.6952	156.37
新河峡谷						
直接效益	1.2205	0.3831	0.1338	0.5169	0.5926	32.55
间接效益	0.3338	0.0923	0.0659	0.1582	0.1740	5.61
派生效益	1.0133	0.3017	0.2355	0.5426	0.6246	21.77
总 效 益	2.5676	0.7771	0.4355	1.2177	1.3912	59.93

产收入的总和。增值价值为雇工报酬、间接营业税和财产收入的总和。增值价值基本上包括每生产和销售一种产品给当地受影响区增加的全部新收入。雇工报酬和财产收入直接支付给当地居民、间接营业税通过政府而间接地使当地居民受益。

新河峡谷国家河川旅游区在当地受影响区中经济增长效益最低。新河峡谷观光旅游的经济增长效应为总产量2570000美元，总收入为1220000美元，增值价值1390000美元，职位60个的效益。特拉华河谷国家旅游区经济影响的量值在其它两个旅游区经济影响之间。来该旅游区观光而使当地的经济增长情况为：生产总额6930000美元，总收入3250000美元，增值价值3700000美元，职位156个。

表3中的数值提供了当地受影响区的补充经济活动（如零工）的计量方法。这种活动与河川旅游区直接相关。如果该游览区对公众关闭，这种经济活动便会完全消失，因为外来游客很可能就会把消费转移给当地受影响区以外的其它河川旅游区。同样，如果游览区经营或是游览方式上有变化，导致外来游客（由一游览区去另一游览区的旅行再分配）。那么，经济活动的减少就意味着当地受影响区的一种纯经济损失。换句话说，如果旅游区经营或游览方式的改变（由广告宣传、或是交通设施的改善而引起）导致了外来游客到该游览区的旅行次数增加，那么随之而来的经济活动的增加便体现为当地受影响区的一种纯经济收益。

在与每一河川旅游区相关的受影响区中，受旅游消费影响最大的各经济部门见表4（5、6略）每张表中显示出三种经济指标：总产量、总收入和职位。受旅游消费影响最大的经济部门包括：旅馆和寄宿处、饮食部门、零售业、娱乐场所和旅游服务机构，房地产、私人公寓，航空运输、设备维修以及出租等。

到河川旅游区观光的潜在的经济效益用区域经济增殖来表示，见表7。这些收益增殖率说明了每单元直接效益游览消费的总体效应。例如，假设来特拉华河谷国家旅游区更多游览的直接效益包括给当地受影响区增加10个新职位。那么，特拉华河谷的雇工收益增殖即表明旅游消费的间接与派生效应，将给当地受影响区域增加5.8个职位。因此，在雇工上的旅游消费的总效应就相当于15.8个新的职位，即由直接效益产生的10个职位乘以1.58而计算出来的。

表 4 非本地居民游客到新河峡谷受影响区旅游
受影响最大的各经济部门的年度经济效益

部 门	总 产 量	总 收 入	职位(就业)
	(百万\$)	(百万\$)	
1. 零售贸易*	0.3583	0.2063	14.46
2. 饮食部门	0.2756	0.1008	9.08
3. 旅馆与寄宿处	0.2070	0.0816	6.86
4. 批发贸易**	0.1900	0.1030	NA
5. 私人公寓	0.1570	0.0997	0.00
6. 航空运输	0.1228	0.0344	1.75
7. 房地产	0.0758	0.0503	0.53
8. 与娱乐相关的零售	0.0748	0.0431	2.85
9. 医院	0.0585	0.0297	1.80
10. 鲜奶	0.0539	0.0127	0.22
11. 电子设备	0.0538	0.0243	0.29
12. 娱乐与旅游服务	0.0536	0.0297	1.00
13. 肉类加工厂	0.0485	0.0048	0.24
14. 煤气生产与配给	0.0487	0.0092	0.13
15. 汽车货物运输	0.0439	0.0250	0.97

注：* 其它地方的零售贸易未计算在内；

** 其它地方的批发贸易未计算在内；

区域性经济收益增殖率在三个河川旅游区是相对协调的，这就意味着环绕这三个河川旅游区的当地受影响区域的经济结构大体相似，游客的消费模式也大体相似。因此，旅行次数的一定增减，其经济效应在每一个当地受影响区大体上都相近。另一种含意则是，在表 3 中看到的三个河川旅游区的总经济影响的差异，可能大部归因于在表 2 中所显示的对该河川旅游区总的旅行次数的差异。概括地说，在表 7（略）中记录的相对高的收益增殖率说明，增加到河川旅游区游览的次数可大大刺激当地经济的增长，相反，减少到河川旅游区游览的次数，可能大幅度地降低当地经济

的增长。在表 7 中报导的收益增殖，近似于先前研究的旅游观光的量值。

提要与结论 水资源的管理与使用可对本地区产生各种经济效益。本文侧重分析了旨在开展野外旅游的河川管理对本地区的经济效益。一个拥有河川旅游区的地区可以看作是“输出”河川旅游观光的机遇。非本地居民的游客所作出的旅游消费可导致外来美元汇入当地经济。这些外来美元便会促进该地区新的经济增长。

三个河川旅游区对每个河川旅游区周围地区的经济影响，我们已经进行了测算。这三个河川旅游区被选来代表由美国国家园林管理局管辖的三种普通类型的旅游区：国家河川自然风景区、国家旅游区和国家河川公园。到河川旅游区的每人次消费可利用由 PARVS 收集的数据来进行计算。这些消费对当地经济的总体效应（即直接、间接及派生效应之总和），可利用 IMPLAN 计算。

计算结果表明，到河川旅游区旅游可以刺激当地许多经济活动。由旅游消费所刺激而形成的总产值为 2570000 美元至 13350000 美元。由旅游消费所形成的总收入为 1220000 美元至 5580000 美元。由此产生的总的就业岗位为 60 至 292 个。经济效益最大者为国家河川自然风景区，最小者为国家河川公园。

当河川为野外旅游而受到保护和管理时，当地居民可能担心当地经济增长和机遇是否会受到有害影响。但是，本研究结果表明，河川旅游区对当地有着积极的经济效果。而且，测算出的区域性经济收益增殖率表明，采取措施增加河川旅游区的非当地居民的来访，对刺激当地经济的额外增长有着巨大潜力。因此，加强河川的保护和管理以供野外旅游观光，可为增强当地经济发展以及为国家创造必要的游憩条件，提供一条清洁的经济上行之有效的办法。而且，最近农村经济中农业林业收入下降的经验表明，自然资源的旅游开发可以作为使当地经济多样化的一种补充手段。也许，正是这种多样化，而不是单纯的增长，更应成为发展农村经济所追求的目标。