

跨界旅游区合作的特征及影响机制研究

杨效忠^{1,2} 张捷² 彭敏¹

(1. 安徽师范大学国土资源与旅游学院, 安徽 芜湖 241003; 2. 南京大学国土资源与旅游学系, 江苏 南京 210093)

摘要: 跨界旅游区旅游发展潜力大而问题复杂、矛盾突出, 是一种特殊类型的旅游地, 成为区域旅游发展研究的新焦点。从空间属性、功能属性、供需属性、边界属性、合作内容、组织属性等方面总结出跨界旅游区合作的6个特征。以中国山岳型跨界旅游区大别山天堂寨为例, 揭示跨界旅游区合作影响机制是一个由宏观、中观和微观3个层面的影响因子交互作用而形成的复杂循环反馈系统。其中宏观影响因子涉及区域层面, 包括区域经济因素、区域社会文化因素、区域制度因素和区域区位因素等, 中观因子涉及组织层面, 包括组织价值和组织文化、组织结构、组织历史、组织制度和组织网络等, 微观因子涉及利益主体个体层面, 包括利益主体的价值观、专业知识背景、个性特征以及对景区发展和环境保护的感知、态度和行为等。

关键词: 跨界旅游区; 跨界合作; 影响机制

中图分类号: F590 文献标识码: A 文章编号: 1000-0690(2011)10-1189-06

跨界旅游区是指自然地理单元完整却由于行政边界的存在而被相对割裂的旅游地。这种特殊地理单元具有核心旅游资源共享、地理区位边缘、边界效应显著、利益主体复杂等特征^[1], 成为目前中国统筹区域旅游协调发展的难点区域和打造无障碍旅游区的重要突破口, 该区域同时保留了丰富的自然景观、良好的生态环境以及浓郁的民俗风情, 成为旅游资源富集、旅游发展潜力巨大的旅游地。中国广阔的国土、复杂的地貌、多层级的行政区孕育出多维度、多类型、多层级的跨界旅游区, 典型的跨界旅游区如鄂豫皖交界的大别山旅游区、重庆与鄂西交界处的大三峡旅游区、晋陕交界处的黄河壶口瀑布旅游区、滇川藏交界的大香格里拉生态旅游区、苏浙交界的太湖旅游区等。但从管理的角度看, 旅游目的地是最为困难的管理对象之一, 而对于处于边界地区的目的地说, 要对其施加影响, 促进其实现可持续发展就更为困难^[2]。由于行政区划对区域经济活动具有刚性约束, 使得旅游资源分属于不同的行政区, 加之行政区刚性与旅游区开放性之间矛盾, 导致跨界旅游区面临着边界屏蔽、主体复杂、认同差异等发展困境^[3], 容易使跨界各方在旅游资源开发、管理中产生诸多争端, 如大别山旅游区发展曾出现湖北、安徽、河南三省之

间的主峰之争、商标权之争、市场之争等, 深究之, 即为跨界组织之间的利益冲突。因此, 跨界旅游区往往成为旅游开发、经营、管理冲突的焦点。国外实践证明, 跨界合作是消除跨界旅游区利益冲突、实现可持续发展重要举措之一^[4-5]。本文认为, 跨界旅游区是一种自然地理单元和核心旅游资源相对一致和完整的特殊类型的旅游区, 其处在同一个国家的不同行政区域之间、受行政边界分割, 跨界旅游区内的同一行政区旅游组织和不同行政区之间旅游组织能够通过多种形式和强度的合作管理, 进而达到更好的旅游规划、开发、利用和资源保护目标。合作是跨界旅游区管理的核心内容和必要条件。本文在探讨跨界旅游区合作基本特征的基础上, 结合案例研究, 深入剖析跨界旅游区合作的影响机制。

1 跨界旅游区合作基本特征

国内区域旅游合作的研究始于20世纪80年代初。初期, 区域旅游合作的概念尚未明确, 多以区域旅游等表示, 随着区域旅游合作实践的不断深入, 一些学者从不同视角界定区域旅游合作的基本概念^[6-8], 但到目前为止, 学者们对区域旅游合作的概念的理解远未达成一致。造成这种现象主要

收稿日期: 2010-11-20; 修订日期: 2011-05-21

基金项目: 国家自然科学基金面上项目(41071098)、安徽省教育厅人文社会科学重点研究基地重点项目(2010sk093zd)资助。

作者简介: 杨效忠(1969-), 男, 安徽六安人, 博士, 教授, 主要从事旅游地理和旅游规划方面研究。E-mail: yxzx2003@yahoo.com.cn

原因在于对“区域旅游合作”中的“区域”一词属性的不同理解。① 区域的功能属性。区域可以理解为具有经济属性的经济区,也可理解为具有文化属性的文化区和具有行政区划功能的行政区,若将“区域”理解为具有旅游功能的旅游经济区,那么区域旅游合作指的是在旅游区内不同行政区之间的旅游合作或次一级旅游区之间的合作;若将“区域”理解为具有行政区划功能的行政区,那么区域旅游合作指的是在同一行政区内不同类型的旅游组织的合作或不同的行政区之间的旅游合作。② 区域的空间属性。吴军根据进行旅游合作的地区在空间上是否连续,将区域旅游合作划分为板块型和非板块型两种类型^[8]。③ 区域的旅游供需属性。包括目的地和目的地之间合作、目的地和客源地之间合作。区域旅游合作内涵较为丰富,在具体运用时需要根据区域属性对区域旅游合作进行界定。

根据上述区域旅游合作概念探讨,结合跨界旅游区的基本特征,可以看出,跨界旅游区合作属于区域旅游合作范畴,是一种特殊的区域旅游合作。跨界旅游区合作是指两个或两个以上旅游组织围绕跨界旅游资源保护、规划、开发、经营、营销、管理,自主地进行信息、物质、资金、人员等要素资源交换或创造的过程,并形成一种持续的、稳定的合作关系,以实现跨界旅游区可持续旅游发展目标。跨界组织间建立跨界合作关系过程中,应通过组织网络的扩展,促进要素资源的有效流动,建立组织彼此信任机制,实现交易成本的降低,减弱边界的屏蔽效应,充分发挥跨界旅游区核心组织的空间集聚和辐射功能。

与一般的区域旅游合作相比,跨界旅游区合作具有以下特征。① 从空间属性看,跨界旅游区合作属于板块型合作,合作方所在区位相邻,具有近邻效应。② 从功能属性看,跨界旅游区所在区域是具有经济功能的旅游区,属于经济合作,主要是旅游区内不同行政区之间的跨界合作,也包括同一行政区内部旅游组织之间的合作。③ 从供需属性看,一般区域旅游合作包括目的地与目的地之间合作、目的地与客源地之间合作两方面,跨界旅游区合作主要是目的地与目的地之间合作,合作目标是建立一体化的旅游目的地。④ 从边界属性看,跨界旅游区合作受行政边界影响大,边界屏蔽效应显著。跨界旅游区内不同行政区旅游组织合作难度显著大于同一行政区内旅游组织合作,因此在跨界

旅游区内需要针对不同区域、不同旅游组织采取差异化的合作战略。⑤ 从合作内容看,跨界旅游区合作内容主要围绕跨界旅游资源保护、规划、开发、经营、管理展开的。⑥ 从组织属性来看,介于科层合作和市场合作之间的混合型合作。在不同行政区之间,强调同一类部门之间横向合作;在同一行政区内,加强同一类部门之间横向合作的同时,应注重不同部门之间协调。

2 跨界旅游区合作影响机制实证研究

“机制”来源于希腊文,意思是指机器的构造和动作原理,机器都是由一定的零部件构成,各个零部件根据机械原理形成因果关系,相互连接,并按照一定的方式运转^[9]。国内学者们从不同的视角对区域旅游合作机制进行了大量卓有成效的研究^[10~13],得出一些颇有见地的结论,也为跨界旅游区合作影响机制的剖析奠定基础。从组织行为学来看,跨界旅游合作实质是组织际关系(interorganizational relationships)在跨界旅游区中的体现和应用,从组织际关系理论视角研究跨界合作影响机制能突破以往地理空间的单一视角,有利于深入揭示合作机制。毋庸置疑,微观因子(个体因子)对组织际关系有重要的促进或抑制作用^[14]。而宏观尺度因子(区域宏观背景)的影响将施加于中观因子和微观因子,并通过中观因子和微观因子对跨界合作施加间接影响,因此区域宏观背景因素不容忽视,区域政治、经济、文化、政策背景与跨界旅游区合作之间关联性应得到研究者重视。从理论上说,影响跨界区域旅游发展的因素一般也会影响跨界旅游合作的发展,可见,影响跨界组织际关系的因子错综复杂。为深入揭示跨界旅游区合作影响机制,以大别山区的天堂寨景区为案例地,于2008年5月28日至6月2日期间进行实地调研和访谈,试图从宏观、中观和微观三个层面分析跨界旅游区合作影响因子及影响机制。

2.1 案例区概况

大别山位于豫、鄂、皖3省交界,行政区划上主要包括六安市、安庆市、信阳市和黄冈市。大别山是第二次国内革命战争时期鄂豫皖革命根据地的首府所在地。红、绿旅游资源丰富,旅游开发潜力较大。天堂寨地处大别山区腹地,地跨安徽金寨和湖北罗田、英山三县,金寨天堂寨、罗田天堂寨、英山天堂寨三个景区组成,是典型的跨界旅游区(图

1)。三景区均为国家森林公园,其中金寨天堂寨以瀑布见长,罗田天堂寨以山岳奇观著称,英山天堂寨以漂流和道教文化为特色,三者旅游资源具有一定的互补性。三景区面积分别为 31.5 km²、300 km²、27 km²,2007 年游客量分别为 32 万人次、16 万人次、12 万人次,门票收入达 1 350 万元、180 万元、105 万元。比较而言,金寨天堂寨在景区品质、旅游发展水平明显高于其他两景区^[15]。

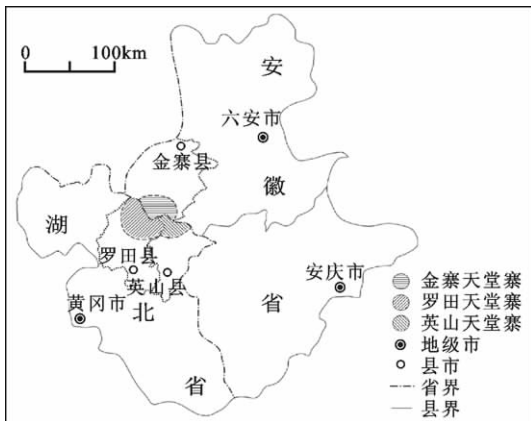


图 1 天堂寨位置和范围

Fig. 1 Location of Tiantangzhai tourist region

2.2 跨界旅游区合作影响因子

2.2.1 宏观影响因子

宏观影响因子涉及区域层面,具体包括区域经济因素、区域社会文化因素、区域制度因素和区域区位因素等。其中区位因素涉及到边界效应、地形地貌、交通区位等。

从区域经济因素来看,地处两省三县边界地区的天堂寨,地区经济明显滞后于所在省份先进地区和城市,这对边界地区旅游发展不利,导致跨界合作动力不足。但从区域社会文化来看,边界地区地脉相通,文脉相承,有利于跨界合作的开展。从区域区位因素看,天堂寨地处边界地区,存在比其他区域较为显著的边界屏蔽效应,阻碍了跨界旅游合作。从地形地貌来说,天堂寨处于高山地带,相对于其他地形地貌,人员之间交流更加困难。相应的,边界地区往往交通滞后,容易形成断头路,也阻碍了彼此之间合作,因为交通便捷性对于空间临近性可以起到修正作用,方便的交通可以将空间较远的地区紧密联系起来,使得旅游者的活动和旅游要素的流动更为便利,从而促进区域旅游合作的发展。目前金寨天堂寨与罗田天堂寨景区外围连接

公路已贯通,对于两景区之间客流互济的合作起到极大推动作用,此外整个大别山交通条件改善,使旅游要素流动更加顺畅,为跨界旅游合作提供难得的机遇。从区域制度因素来看,中国长期以来形成的行政区经济模式,使得同一行政区内合作较为容易,然而,在不同行政区内旅游合作受到较大的抑制。与其同时,具有针对性政策的制定可以最大限度地降低行政区经济给跨界旅游合作带来的负面影响,如中部崛起战略实施、大别山红色旅游发展政策出台为跨界合作提供良好的平台,今后可以从省级乃至国家层面出台跨界旅游区发展政策,加大跨界旅游区规划力度,进而朝着区域旅游一体化目标迈进,使得跨界合作领域更广,范围更大。

2.2.2 中观影响因子

中观因子涉及组织层面,包括组织价值和文、组织机构、组织历史、组织制度和组织网络等。

就天堂寨跨界旅游区而言,目前金寨、罗田和英山景区管理体制具有一定的差异。其中,金寨天堂寨管理机构为天堂寨旅游扶贫实验区管委会,与天堂寨镇政府合二为一,安徽旅游集团公司负责景区开发;罗田天堂寨和英山天堂寨景区的管理机构和经营机构均为林场,直属于县林业局,属一套班子两块牌子的管理体制,景区管理人员实际是林业局编制,受林业局领导,旅游局仅有旅游业务指导关系,却不具有景区管理的财政权和人事权。林业部门管理开发景区旅游可能存在两方面缺陷:一是景区管理人员往往缺乏系统的旅游专业培训,二是干部选用制度上,景区领导调动频繁,对景区旅游发展重视不够,缺乏景区开发长远的规划和整体的思路。可以看出,罗田、英山天堂寨景区发展主要瓶颈之一是景区的经营管理体制问题。作为旅游主管职能部门的旅游局,未能充分对景区实现对口管理,与其同时,掌握林业资源的林业部门实际上控制着景区的发展,而缺少旅游经营管理经验和专业知识的林业部门对景区发展方向把握和具体的建设、经营、管理思路与现代旅游企业的要求还相去甚远。此外拥有林业管理和旅游管理双重职能的景区管委会,夹杂在林业和旅游部门利益的交叉冲突之中,难以平衡,最集中的体现就是景区的木材砍伐没有因为旅游发展而停止,反而成为景区收入的主要来源之一。这种状况一方面制约了景区的快速发展,另一方面也难免会给组织间合作抹上阴影。近年来,金寨天堂寨在不断进行组织创新。

2009年3月12日,金寨天堂寨景区旅游协会成立,旨在引导天堂寨涉旅企业、经营户立足旅游发展大局,强化自律,辅之他律,提高规范服务、合法经营的意识,共同提高天堂寨整体接待水平和服务质量,提升天堂寨旅游产品的市场竞争力;引导涉旅企业相互融入和整合,实现旅游信息、资源、品牌共享目的,共同面对市场,最终实现“企业大发财、景区大发展”的共赢目标。旅游行业自律机制随之建立,这种组织机构的创新将进一步促进金寨天堂寨旅游板块的合作。

就组织网络而言,据笔者已有的研究^[15],从社会网络的视角分析发现,金寨天堂寨板块的组织网络密度大于罗田天堂寨、英山天堂寨跨界组织网络密度低于同一行政区内的组织网络密度。从节点组织的中心度大小和节点边界效应大小反映出不同组织在网络的影响力,从而决定了核心旅游组织在合作中的重要角色。可见组织网络在跨界旅游区域之间和部门之间是不同的,一定程度上决定了部门旅游合作的强度存在一定差异。

2.2.3 微观影响因子

微观因子涉及利益主体个体层面,包括利益主体(当地社区、景区管理者、经营者)的价值观、专业知识背景、个性特征以及对景区发展和环境保护的感知、态度和行为等。在中国一些中小景区开发中,景区经营权出让已成为普遍的趋势,景区公共资源的私有化经营成为多数景区盘活资产的主要方式。但旅游开发商大多从其他行业转入旅游行业,对旅游业综合性特点理解不深,对旅游业的食、宿、行、游、购、娱之间的关联性认识不到位,对景区之间的整合意识不强,对旅游产品差异化开发方向把握不准,开发商往往按照原有行业发展思路去开发、经营、管理景区,具有较强的原行业路径依赖特征,实际操作中旅游合作观念较为淡薄,协调意识较差。加之旅游开发商先天的经济利益驱动的特点,对景区发展缺乏长远目光和整体意识,一定程度上延缓了区域旅游合作的进程。大别山跨界旅游区有相当数量的景区已转让给私营主经营,天堂寨景区也存在类似情况,如罗田天堂寨经营权转让给一家原从事其他行业的私营主,该开发商可能由于缺乏旅游专业知识,在未经科学论证和规划的前提下就在天堂寨山顶盲目开发“蟒蛇”主题景观,导致景观与山岳风光不协调,对天堂寨整体旅游产品开发带来一定负面影响,制约了跨界旅游组织基

于旅游产品互补性和一体化开发前提下的合作。比较而言,金寨天堂寨景区开发企业为安徽旅游集团公司,该集团公司是安徽最大的旅游集团企业,其中负责景区开发的主要骨干具备较强的旅游专业知识和实践经验,年富力强,旅游经营理念先进,合作意识较强,还曾多次主动与罗田、英山联系,希望促成三方景区全方位合作,成为天堂寨跨界合作有力的推动者。近年,英山天堂寨景区将门票经营权转让给武汉一家旅行社,该举措有利于发挥旅行社市场招徕和营销的优势,充分挖掘旅行社人员的专业智力资源,给景区发展带来生机,同时促进景区和旅行社之间的纵向合作。

在区域旅游发展过程中,企业是经济利益的代表,而政府则是区域利益的代表,政府在区域旅游发展初期的主导作用显得尤为突出,较多扮演倡导者和组织者的角色。没有政府的积极支持和大力推动,区域旅游合作将很难顺利开展。其中,政府相关领导干部的综合素质高低,对行政区域间旅游合作的开展,起着决定性的作用。金寨天堂寨的成功很大程度上凝聚了县政府以及景区管委会领导心血和才智,尤其与管委会领导的开放意识和开拓精神分不开的。湖北英山和罗田天堂寨旅游发展虽取得不小的进步,但与金寨天堂寨存在一定的差距,据粗略估计,前两者旅游业的年收入仅相当于后者的四分之一。因此,英山和罗田天堂寨应借助合作,充分利用合作网络资源,学习金寨天堂寨的先进经验,在已有的良好基础上共创品牌,积极开发,提高经济收益。

湖北天堂寨和安徽天堂寨合作进展缓慢原因还与双方的区域认知相关联。两方虽然地缘相近,但长期受大山阻隔,同时分属两省管辖,彼此交流较少,包括普通民众在内的边界区域人员往往形成浓厚的区域本位思想和狭隘的地方保护主义观念,无疑对天堂寨景区的合作带来了一定感知障碍。比如安徽旅游集团公司计划跨界收购湖北景区,尽管这对整个天堂寨旅游做大做强有利,但是湖北方从心理上难以接受和认同由安徽方企业接管,导致天堂寨跨界合作障碍不仅在于边界利益上的争端,还在于省际之间的认知错位在作祟,隐形的边界屏蔽效应体现的相当明显。类似情况多次出现。据调研,同属一市的相邻景区,本来都连接在一起,可以方便的从山路进入另一个景区,却因为一条县界而被相邻只有十几米的两座大门分割开来,游客在

游玩一个整体而又有较好可达性的自然景区的时候却无意中买了两次门票,不仅减少了游客的体验内容还让游客走了回头路。在从湖北罗田快要进入安徽金寨的盘山公路上有一段夹在柏油路中间的两、三公里水泥路,据说是由于当地政府发现临近天堂寨发展相对成熟,害怕带走自己景区的客源,而长期不愿修建连通道路的缘故,这些都与区域认知的障碍相关。因此,加强全方位交流,增进彼此的信任机制,是克服认知错位的重要途径。

但从目前天堂寨,不管是从作为旅游发展主导的政府层面,还是作为直接参与旅游企业的角度来讲,均认识到要想实现景区间长远的发展,合作是未来景区发展的必然趋势。合作对区域旅游的积极作用已达成普遍共识,合作意向越来越强烈,政府间有了初步的磋商。

2.3 跨界旅游区合作影响机制

综上所述,笔者构建出跨界旅游区合作影响机制的概念模型(图2)。跨界旅游区合作影响机制是由宏观、中观和微观三个层面影响因子交互作用

形成的复杂循环反馈系统。每个层面的因子均直接或间接的对跨界旅游合作施加不同程度的影响。宏观因子之于中观因子的影响,中观因子之于微观的影响,通过利益主体的参与深刻影响着跨界旅游区发展,从而决定着跨界合作方式和程度,进而在宏观和中观因素叠加影响下构成了跨界旅游区合作影响机制。同时,个体微观因素和组织中观因素交互作用,使跨界合作呈现出区域内部的时序演变和区域之间的空间差异。从以上两个层面的意义上来说,微观因子是跨界合作的直接影响因素,而中观因子是跨界旅游区合作差异性成份的根因,宏观因子则是统一区域环境背景下跨界旅游区内不同行政区合作趋同性成份的根因。跨界合作在接受宏观、中观和微观三个尺度因子影响的同时,会通过跨界旅游区发展状态的作用力而逐层对微观、中观和宏观产生重要的反馈影响力,并把跨界旅游区推进到一个不同的发展阶段,形成对跨界旅游区发展的循环作用力。

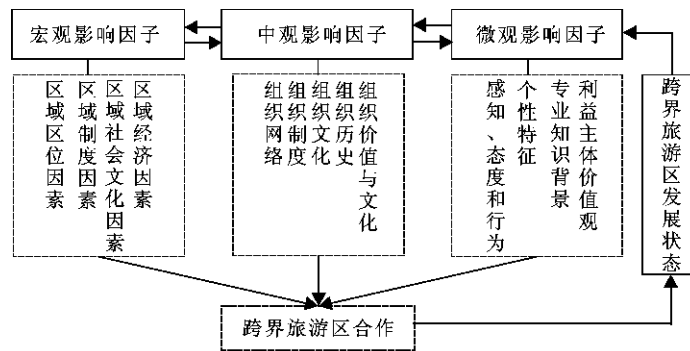


图2 跨界旅游区合作影响机制

Fig.2 Impact mechanism of cooperation in cross - border tourist regions

3 结论与讨论

1) 区域属性的把握是理解区域旅游合作的重要前提。本文进一步从空间属性、功能属性、供需属性、合作内容、组织属性等方面总结出跨界旅游区合作的6个特征。认为跨界旅游区合作属于区域旅游合作范畴,是一种特殊的区域旅游合作。并将跨界旅游区合作界定为两个或两个以上旅游组织围绕跨界旅游资源保护、规划、开发、经营、营销、管理,自主地进行信息、物质、资金、人员等要素资源交换或创造的过程,并形成一种持续的、稳定的

合作关系,以实现跨界旅游区可持续旅游发展目标。跨界组织间建立跨界合作关系过程中,应通过组织网络的扩展,促进要素资源的有效流动,建立组织彼此信任机制,实现交易成本的降低。

2) 本文构建出跨界旅游区合作的影响机制的概念模型,从中发现跨界旅游区合作影响机制是一个包括宏观、中观和微观三个层面影响因子交互作用形成的复杂反馈系统。每个因子对于不同类型的跨界旅游区影响程度的大小可能不同,需要进一步加强不同类型的跨界旅游区的比较研究,可以采用结构方程模型对影响因子进行定量化的研究。

参考文献:

- [1] 杨效忠,张捷,乌铁红. 跨界旅游区的组织网络结构与合作模型——以大别山天堂寨为例[J]. 地理学报, 2009, **64**(8): 978~988.
- [2] 郭舒,丁培毅,曹宁. 边界旅游中的跨界组织间合作行为研究[J]. 旅游学刊, 2008, **23**(7): 62~66.
- [3] 杨效忠,陈东. 跨界旅游区发展困境与旅游规划[J]. 旅游学刊, 2008, **23**(9): 8~9.
- [4] Timothy D J. Cross-border partnership in tourism resource management: inter-national parks along the Us-Canada border [J]. Journal of Sustainable Tourism, 1999, **7**: 182~205.
- [5] Gelbman A. Border tourism in israel: conflict, peace, fear and hope [J]. Tourism Geographies, 2008, **10**(2): 193~213.
- [6] 薛莹. 区域旅游合作的现状调查与对策分析[D]. 杭州: 浙江大学, 2001.
- [7] 梁艺桦,杨新军,马晓龙. 区域旅游合作演化与动因的系统学分析——兼论“西安咸阳旅游合作”[J]. 地理与地理信息科学, 2004, **20**(3): 105~108.
- [8] 吴军. 中国区域旅游合作时空演化特征分析[J]. 旅游学刊, 2007, **22**(8): 35~41.
- [9] 陈顺霞,马明儒,李扣庆,等. 商学概论[M]. 上海: 上海财经大学出版社, 1996.
- [10] 王晞. 竞争与整合: 中国区域旅游发展与合作态势分析[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2005, **16**(1): 5~11.
- [11] 张晨. 长三角区域旅游合作机制研究[D]. 上海: 上海社会科学院, 2006.
- [12] 靳诚,徐菁,陆玉麒. 长三角区域旅游合作演化动力机制探讨[J]. 旅游学刊, 2006, **21**(12): 43~47.
- [13] 宋子千. 也论区域旅游合作的动力机制——兼与靳诚等同志商榷[J]. 旅游学刊, 2008, **23**(2): 46~50.
- [14] Lovelock B, Boyd S. Impediments to a cross-border collaborative model of destination management in the Catlins, New Zealand [J]. Tourism Geographies, 2006, **8**(2): 143~161.
- [15] 杨效忠,张捷,叶舒娟. 基于社会网络的跨界旅游区边界效应测度及转化[J]. 地理科学, 2010, **30**(6): 826~832.

The Characteristics and Impact Mechanism of Region Cooperation in Cross-border Tourism

YANG Xiao-Zhong^{1,2}, ZHANG Jie², PENG Min¹

(1. College of Territorial Resource and Tourism, Anhui Normal University, Wuhu, Anhui 241003, China; 2. Department of Land Resources and Tourism Sciences, Nanjing University, Nanjing, Jiangsu 210093, China)

Abstract: Cross-border tourism region is a special type of tourist destination which has large tourism development potential, complexity of problem and obvious contradiction. Now it becomes a new research focal point in regional tourism development. The study sums up the six characteristics of cross-border tourism region cooperation based on its space attribute, functional attribute, supply and demand attribute, the content of cooperation, border attitude, and organizational attribute. And taking Tiantangzhai of Dabie Mountain, a mountainous resort cross-border tourist region in China, as an example, this study reveals that the influence mechanism of cross-border tourism region cooperation is a complex feedback system with an interaction among macro, medium and micro factors. The macro-view impact factor is the regional level, including regional economic factors, regional socio-cultural factors, regional institutional factors and regional location factors. The medium-view factors is the organizational level, including organizational values and culture, organizational structure, organizational history, organizational systems and organizational networks. And the micro-view factors is individual stakeholders, including the stakeholder values, professional background, personality traits and the awareness, attitudes and behavior to the scenic area development and environmental protection.

Key words: cross-border tourism region; cross-border cooperation; impact mechanism