

文章编号: 1008-2786-(2006)5-628-08

青藏铁路对西藏旅游的影响分析

李立华, 何毓成

(中国科学院水利部成都山地灾害与环境研究所, 四川 成都 610041)

摘 要: 2006-07-01 青藏铁路建成通车标志着西藏旅游将进入一个新时代。从探索西藏旅游发展动力机制模式出发, 分析了青藏铁路对西藏旅游发展的影响, 积极影响主要包括五个方面: 1) 高质量改善旅游可进入性, 2) 调整产业空间均衡发展, 3) 推动旅游产品创新发展, 4) 创建西藏旅游新形象, 5) 改善旅游发展宏观环境; 同时指出青藏铁路通车对西藏旅游的“神秘”形象、产业要素的不配套和生态环境与历史文化保护带来三大挑战, 无论从积极影响, 还是带来的挑战均可以看出, 青藏铁路对西藏旅游的影响将是跨越历史阶段的“革命性”影响。最后, 提出了集聚发展、适度规模、政府主导和科学保护四大战略原则建议。

关键词: 青藏铁路; 旅游; 影响; 边远地区; 西藏自治区

中图分类号: U293, F59

文献标识码: A

2006-07-01, 第一辆列车从北京出发沿着备受海内外广泛关注的青藏铁路正式开往拉萨, 这也标志着历时 5 a、全长 1 110 km、总投资 330 亿元的青藏铁路(格尔木—拉萨段, 简称格拉段)提前建成并投入试运营。其实, 青藏铁路格拉段从 2001 年决策动工兴建起就备受关注, 原因有三: 一是青藏铁路将彻底结束西藏、也是我国最后一个省级行政区没有铁路的历史; 二是青藏铁路格拉段跨越青海、西藏两省区(青海省内 562 km, 西藏区内 548 km)的青藏高原核心地带, 最高海拔 5 027 m, 海拔 4 000 m 以上地段 960 km, 多年冻土地段 550 km, 9°地震烈度区 216 km, 建成后将是世界上海拔最高、线路最长的高原铁路, 必须面对多年冻土、高寒缺氧、生态脆弱三大世界铁路难题; 三是青藏铁路建成后对西藏经济社会、生态环境将会产生怎样的影响。前面两点随着青藏铁路通车已成为现实和历史, 最后的第三点虽然早在铁路动工前就开始为政府、媒体和学术界所重视, 并有大量的研究报告、规划文本、以及学术论文面世, 但这些分析预见毕竟还有待未来的实践验证^[1-6]。这些影响研究普遍认为青藏铁路将

会大幅拉动西藏旅游发展, 主要依据是西藏有独特旅游资源的比较优势, 青藏铁路缓解了西藏旅游可进入性难题, 然而事情不能仅限于此。

旅游是个涉及自然、社会、经济、文化等多方面, 非常零散而又综合的产业, 对于地广人稀、经济基础薄弱、自我发展能力不强的西藏而言, 其旅游发展环境面临着基础设施薄弱、发展资金短缺、人力资源匮乏等诸多障碍因素, 旅游产业本身也还存在产品结构单一、可进入性差、服务质量低、经营成本高、淡旺季明显、旅游产业要素不配套、高原生态环境脆弱、历史文化处在快速变革之中等诸多问题和不足^[7], 青藏铁路的开通和试运营的确会对西藏旅游产生积极影响, 但具体会产生怎样的影响, 影响到何等程度, 如何应对这些影响使其积极效应最大化, 不利影响最小化, 不仅地方政府关心, 旅游者关心, 地方旅游企业和准备投入西藏旅游的投资者关心, 事实上, 像西藏这类典型边远山区的旅游发展动力模式国内外旅游研究者也非常关心^[8-14], 遗憾的是青藏铁路业已投入试运营, 还没有见到专门的深入分析, 鉴于此, 本文拟作些初步探索。

收稿日期(Received date): 2006-08-14。

基金项目(Foundation item): 中国科学院成都山地所科技援藏特别资金[Special Foundation of Scientific and Technological Assistance to Tibet A. R. by Institute of Mountain Hazards & Environment, CAS]

作者简介(Biography): 李立华(1964-), 男, 湖北应城人, 研究员, 博士, 主要从事山地旅游与山区发展研究。E-mail: Lilh@imde.ac.cn [Professor Dr. Li Lihua's research interesting focuses currently on mountain tourism and its-oriented regional development]

1 青藏铁路对西藏旅游发展的可能影响

1.1 高质量地改善西藏旅游的可进入性

1.1.1 西藏旅游可进入性的现状背景

旅游可进入性通常包括四个层次^[15]:一是客源地与旅游目的地之间的联系;二是旅游目的地区域内部的联系;三是旅游目的地景区内部的联系;四是体验旅行经历的联系。

西藏位于我国西南边陲,首府拉萨距离北京3 004 km航程,加上西藏地广人稀,经济发展相对滞后,客源市场一直以区外的国内市场和入境市场为主,其旅游可进入性首先表现为与主要客源地之间的交通联系。由于高原地形的原因,历史上进入西藏主要依靠骡马驿道,著名的唐蕃古道、茶马古道、蕃尼古道便是进出西藏主要通道。1954-12-25,全长2 255 km的康藏公路(即川藏公路)与全长1 948 km的青藏公路同时通车拉萨,开创了现代公路进出西藏的历史^[16]。后来拉萨至亚东、西藏至新疆、拉萨至尼泊尔公路相继开通,特别是青藏公路、川藏公路的多次改建和整治,以及滇藏公路的建设,1996年拉萨至贡嘎机场的标准化、美化公路完成,西藏与区外联系的公路交通格局才基本形成。到2005年,全区通车里程 4.37×10^4 km,沥青路面3 288 km,公路密度每平方公里只有0.036 km,西藏公路依然存在行车条件差,公路网规模偏低、通达深度低、技术等级低等困难。

西藏航空曾因20世纪40年代美国空军多次尝试飞行失败被视为“空中禁区”,1955年“北京号”试飞成功打破“禁区”神话,直到1965年开始建立不定期的北京—成都—拉萨航线,真正的民用航空起始于1971年,每周飞行四班,特别是1975年交给民航成都管理局运营,1980年民航拉萨站改为成都管理局与西藏人民政府双重领导后,航班次数、飞机性能、载客数量等快速提高。1987年开始尼泊尔包机业务,1993年正式开辟拉萨—加德满都—拉萨国际航线,每周两班,1995年成都—昌都航线通航。西藏航空一直由西南航空公司(现为中国国航西南分公司)特许经营^[7],虽然在服务和价格方面一直广受争议,但安全地保证了航线通畅和企业效益,2004年南方航空公司介入,这种局面才开始打破。

尽管西藏公路、航空运输分别于20世纪50年

代和60年代业已开通,由于政策原因,西藏旅游并没有同步发展,直到1980年国家实行改革开放政策后,西藏才出现产业意义的旅游。旅游的可进入性总体上是航空运输承担游客进入西藏任务,区内游览主要由公路承担。初期由于航班数量少,区内的接待能力有限,旅游者的人数也很少,主要以海外旅游者为主。1984年中央第二次西藏工作会议确定的43个援藏项目中,包括了拉萨饭店、日喀则饭店、泽当饭店、江孜饭店等旅游饭店的建设,自此才奠定西藏旅游业的基础。西藏旅游快速发展主要得益于20世纪90年代中期国内经济形式的好转,国内旅游的快速发展和西藏基础设施的快速改善,旅游者进入西藏主要依赖航空。区内到1996年才有拉萨到邦达一条区内航线,每周一班,基本不能满足旅游者的需要,公路是区内旅游的主要交通运输方式,图1部分地揭示了这种旅游进入性格局。由于西南航空公司对西藏航空近20 a的特许经营,包括对加德满都航线的专营,其他客源地游客都必须经过成都或加德满都转乘至拉萨,图2基本揭示该时期海外旅游者进入西藏的空间格局。

西藏到2001年才开始修建直达旅游景区的旅游公路,目前也仅限于珠峰、巴松错、纳木错、盐井等有限景点,之前旅游观光主要集中在干线公路通达的城镇和沿线村落,部分地带主要依靠政府专门扶持的四轮驱动越野汽车在自然路面行驶,在那个时代越野汽车成了西藏旅游一道靓丽的风景,一定程度上有汽车旅游的功能,但整体上还是作为旅游交通工具。

1.1.2 青藏铁路对西藏旅游可进入性的影响

青藏铁路目前只修到首府拉萨,区内的铁路网尽管已经列入政府计划,起码近期5 a之内还不能凸现区内可进入性功用,因此,青藏铁路对西藏旅游可进入性的影响主要表现在以下方面。

首先,将西藏与国内主要客源地直接联系起来。目前已经开通北京—拉萨、成都(重庆)—拉萨、兰州—拉萨三条铁路线,上海—拉萨、广州—拉萨两条铁路线即将开通,北京、上海、广州、成渝地区是西藏主要客源市场,也是西藏入境旅游市场的主要中转地,从而就建立了西藏与其主要客源地的直接、准时、快速的地面联系,这样就能部分避免过去从成都转乘航空的状况。

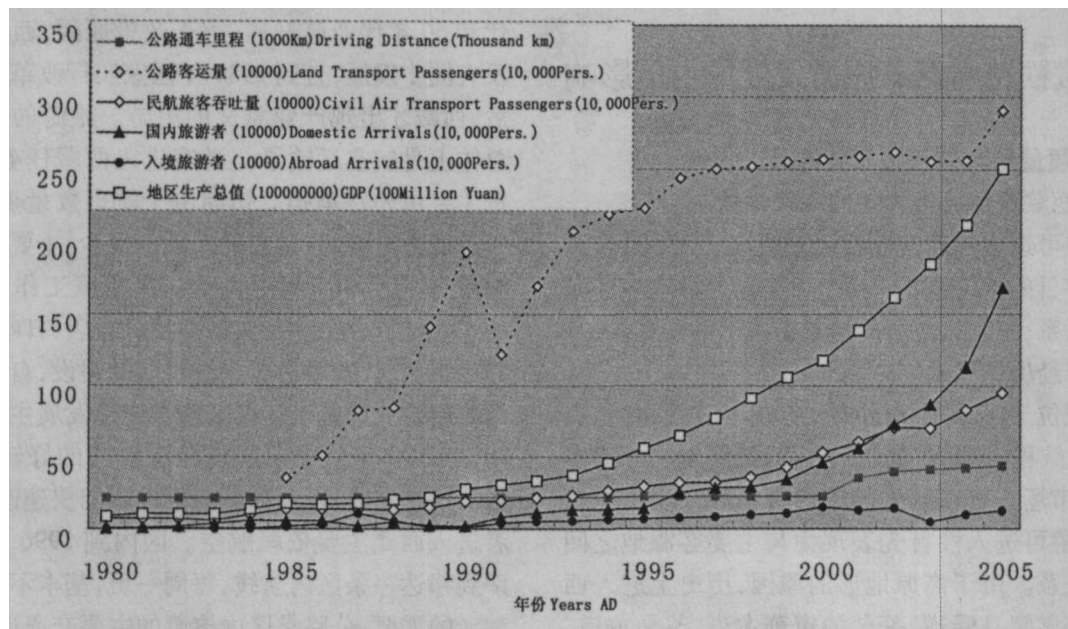


图1 过去25 a 西藏国内、入境旅游者人次与公路通车里程、公路客运量、航空旅客吞吐量及 GDP 变化

Fig. 1 The change of domestic and international arrivals relate to drivingway length, passengers, air passengers and GDP of Tibet A. R. since 1980

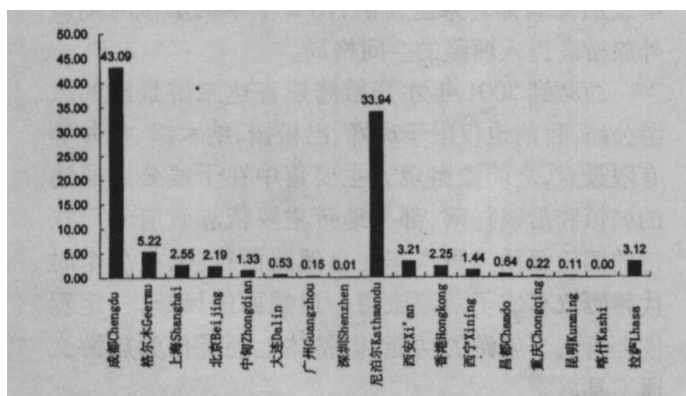


图2 2001 年西藏海外旅游者进入西藏的口岸比重

Fig. 2 The gateways distribution of abroad arrivals to Tibet in 2001

其次,铁路与航空、公路的相互补充,提高可进入性质量。铁路运量大、准时性高、不受天气影响、季节稳定性强、费用低等优势,既补充了西藏外联公路运输与目的地地区时空距离过长的不足,也弥补了航空运力有限、费用过高、受天气季节影响大的弊端,更重要的是,铁路通车后将促进铁路、公路、航空立体交通各尽其长,即公路主体承担区内旅游交通,航空满足时间要求旅游者的需要,铁路缓解天气、费用等因素,整体上提高西藏旅游的可进入性质量。

其三,也是下文将论述的,青藏铁路作为西藏旅游新产品将引导旅游交通体验产品的创新发展,丰

富西藏旅游产品类型,建立具有活力的西藏旅游新形象。

1.2 调整旅游产业空间均衡发展

1.2.1 西藏旅游产业空间格局现状

现在的西藏旅游产业空间格局主要是依托航空口岸进入,干线公路疏散自然形成的。目前主要是以拉萨为中心,以日喀则、泽当、林芝为支撑,以几条骨干干线公路为依托的中心放射状结构,区域发展极不平衡,偏远地区、边境地区旅游发展相当滞后,除樟木因为印度、尼泊尔的香客有部分发展,昌都地区因为邻近云南、四川有一定发展外,全区旅游产业的90%左右都集中在以拉萨为中心的“一江三河”地区,青藏铁路经过的藏北那曲地区的旅游几近空白。

1.2.2 青藏铁路对西藏旅游产业空间格局的影响

首先,也是最重要的是,青藏铁路连同青藏公路将带动沿线藏北那曲地区的旅游发展,让铁路沿线成为西藏旅游开发建设和旅游活动的新兴热点地区,力改过去近乎空白状态的旅游基础。

其次,青藏铁路将进一步提升拉萨作为全区旅游中心的首位度,各级城镇和村落将成为旅游设施的集中分布点。

其三,由于火车站与贡嘎机场的相互补充关系,拉萨与山南的旅游联系会更密切,拉萨与山南将会集聚成为西藏的第一个区域旅游板块,共同支撑全

区旅游发展。

第四,旅游环线、旅游廊道等线型旅游空间将成为西藏旅游的重要特色空间单元,其中以拉萨为中心的东、西、南、北环线,大东环线、大西环线,青藏廊道、中尼廊道、茶马古道廊道、“红河谷”廊道将成为西藏旅游活动的主要集中地。

最后,旅游发展将随着地域特色化的增强,逐步分异出五大不同特色的旅游区,分别是以拉萨为中心的中心文化旅游区、喜马拉雅旅游区、香格里拉生态旅游区、羌塘草原旅游区、象雄文化旅游区。

1.3 推动西藏旅游产品的创新发展

1.3.1 西藏旅游产品的现状格局

铁路是工业革命的产物,也是推动工业化发展的主要交通工具,铁路的发明和应用直接推动了现代旅游发展,如英国和中欧的海滨度假地、温泉度假地创立^[17]等都是以铁路作为远程交通工具为前提的,铁路作为最大众化的长距离旅行体验本身也是旅游产品,如早期的东方快车(Orient Express)旅游^[17]和现在的铁路遗产旅游^[18]等,铁路不论是作为旅游交通工具,还是作为长距离旅行体验都是创新旅游产品的动力源泉。

西藏旅游产品过去以登山、科考为主,公路交通不发达时以城镇旅游、历史文化景点观光为主,进入20世纪90年代区内公路交通快速发展以后,特别是进入21世纪,珠峰、纳木错、巴松错等自然景区公路建成后,自然生态观光旅游产品、生态旅游产品、徒步旅游、自驾车旅游、漂流旅游等产品类型逐渐丰富起来。20世纪80年代旅游发展初期,为克服旅游道路不畅,专门扶持配制的四轮驱动越野车一定程度上起到交通旅游产品的功能,但依然以旅游交通功能为主,事实上,西藏旅游产品总体是以传统旅游产品为主。

1.3.2 青藏铁路对西藏旅游产品的影响

首先,青藏铁路作为世界上海拔最高、线路最长、穿越“第三极”腹地的风景铁路现在已经成为西藏旅游的重要新产品,乘坐火车走青藏铁路线已经成为旅游者赴藏旅游的重要动机之一。

其次,青藏铁路作为旅游产品为西藏旅游产品开发建设提供了示范与指南。长期以来西藏由于自然与人文旅游资源丰富,旅游产品的开发建设总是局限在现有资源基础上做文章,忽略西藏旅游资源空间尺度大,开发建设难度大,养护管理难度更大,游客规模小,回报慢的实际,西藏旅游要维持本色,

不需要也不必要现代科技介入的误区,致使西藏旅游产品虽然品味高,但单调的产品结构潜在地影响着西藏旅游形象。青藏铁路旅游产品的成功,将会激发西藏利用现代科技创新旅游新产品的动力。

其三,青藏铁路还将带动沿线以及影响区域的旅游资源开发建设。铁路沿线的唐古拉山口旅游区、那曲草原生态观赏园、错那错、纳木错等旅游资源将被快速开发建设,拉萨—山南—日喀则中心旅游区将显著提升,并会向旅游区域化方向发展,形成以拉萨为中心,东、西、南、北四条环线以及沿线重要资源点为依托的空间结构。

因此,青藏铁路的运营,不仅本身为西藏旅游增添一类主导性旅游产品,而且还将带动类似高新科技旅游产品的开发,同时也将带动铁路沿线,以及铁路影响区域的旅游资源开发建设,极大推动西藏旅游新产品建设和现有产品的改善。

1.4 创建西藏旅游新形象

1.4.1 推动产业机制创新形象

一方面可进入性的大幅改善,旅游产品的创新发展为旅游产业素质提升和核心竞争力提高提供了前提和基础;另一方面,青藏铁路的运营,特别是青藏铁路旅游公司的成立,以及与西藏旅游企业托拉斯式经济联系的建立,将为西藏旅游的改革开放和机制创新提供了样板和动力,它将促动西藏旅游的改革深化,带动西藏旅游向规模化、专业化和网络化方向发展,推动西藏旅游企业建立现代企业制度的进程,这本身就是建设西藏旅游产业形象的一部分。

1.4.2 创建西藏旅游活力形象

首先,青藏铁路建成通车为西藏旅游做了一次强大的形象宣传。一份关于西藏旅游形象的调查研究表明,西方大众传媒对海外旅游者,特别是西方旅游者的西藏形象有重要影响,但是它的调查研究却意外地发现,西方大众传媒对西藏高速现代化发展的蓄意淡化却成了海外旅游者到西藏现场后最吃惊的形象感受^[19],这个结果完全符合传媒形象端点理论,即传媒受众的形象形成主要源于最正面或最负面的端点。虽然目前还没有见到关于各类媒体对青藏铁路宣传报道的调查研究报道,特别是西方媒体,但是根据J. Mercille(2005)的调查结果和传媒形象形成理论,可以肯定地说,青藏铁路的建成通车将对西藏的旅游形象推广,而且是正面推广具有重要积极作用。因为国内外媒体对青藏铁路通车及试运营的宣传报道途径是全方位的,包括电视、广播、报纸、

期刊杂志、网络等,宣传的内容也是实时的、多角度、多视野的,实事求是的,既包括积极的有利方面,也有潜在不利影响等,这一点完全区别于过去西藏的“好莱坞”式的形象传播,可以说,青藏铁路的建成通车为现代新西藏形象做了一次全方位的整体性宣传展示,必将对西藏旅游产生积极深远影响。

其次,青藏铁路将为西藏旅游形象的宣传促销提供持续动力。青藏铁路自建设之日起,就将铁路利益与西藏旅游整体发展联系起来,因为西藏地广人稀,经济社会流量有限,所以铁道部领导说“本着秉承公益原则,青藏铁路将长期亏本经营”,也就是说,西藏旅游发展对铁路的经济效益有重要影响。事实上,在世界铁路发展历史上,特别是在美国西部铁路建设的 19 世纪末和 20 世纪初,就曾经发生过类似的铁路由旅游拉动的事件,那时的黄石国家公园甚至是与多家铁路公司联营, Douglas V. Shaw (1989) 系统回顾了美国大北方 (The Great Northern) 铁路 (自 St. Paul 至 Seattle) 穿越美国大平原和落基山,与美国冰川公园捆绑开发与宣传促销的历史过程^[20],为了提高大北方铁路运输的经济效益,铁路公司不仅利用自己庞大的营销网络体系积极主动地到东部地区各级社区、学校进行旅游宣传促销,而且后来联合其他铁路公司贷款成立了冰川公园酒店公司,加速冰川公园的旅游开发,并采用各种优惠折扣措施促销旅游发展。现在的青藏铁路与当时的美国大北方铁路有一定可比性,可以说,青藏铁路在给西藏旅游发展巨大支持的同时,旅游发展也将给铁路运营带来长远的支持,这种互利共赢的战略伙伴关系必将促使青藏铁路公司积极主动宣传西藏旅游,促销西藏旅游,推动西藏旅游发展。

1.5 改善旅游发展宏观环境

1.5.1 扩大旅游产业规模

规模过小是西藏旅游,也是所有边远区旅游最严峻的挑战^[7,12-14]。西藏自治区 2005 年接待旅游总人数只有 180 万人次,总收入 19 亿元,即使不考虑统计口径的差异,旅游人数不及四川九寨沟一个景区 200 万人次的规模。产业规模总量过小是旅游投入不足、人才不足、市场秩序混乱、宣传促销乏力的总根源。青藏铁路的客运设计运力为每年 90 万人左右,相当于西藏 2005 年全年航空客运量 (94 万人),根据西藏旅游局的估算,航空客运量的 80% 以上为旅游者,占西藏旅游总人数的 90% 以上。青藏铁路建成通车,虽然由于体验高原铁路的旅游动机

可能会分流部分航运游客,但近期试营运的事实表明,这种影响是有限的,铁路对航空不但影响不大,反而促进航空发展。尽管现在不清楚铁路乘客中有多大比例是旅游者,但可以肯定的是铁路将增加赴藏旅游者数量规模,而且为游客大幅增长,甚至是成倍增长 (如果供给、服务、宣传促销到位) 提供条件和可能。

1.5.2 大幅缓解旅游季节性

旅游产业的季节性问题是普遍问题,对边远地区、山地地区、贫困地区旅游而言,季节性被认为是影响边远地区旅游发展的最大障碍之一^[21,22],西藏旅游的季节性问题更为突出,不仅有一个近半年长的冬季大淡季,而且有一个春夏之交的小淡季^[7],见图 3。

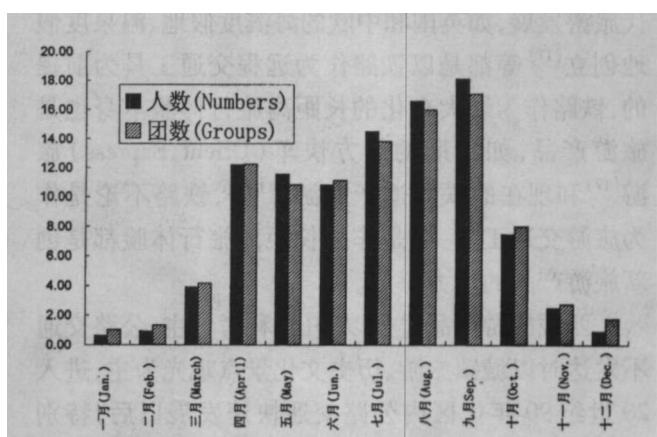


图3 西藏旅游季节性特征

Fig. 3 Tourism Seasonality of Tibet A. R.

大淡季的原因似乎比较明朗,主要是生活方式 (春节、藏历新年)、气候干旱寒冷缺氧等,但春季小淡季形成的原因还没有见到科学的说法,我们认为,天气气候因素,高寒缺氧和被过度宣传的高山反应症是重要原因,但春夏之交的气候变化,特别是高原地面从冷源向热源变化,以及高原下垫面的海拔和覆盖性质不同导致的高原风,致使航班准点率低、延误率高可能是更直接的原因。青藏铁路通车后,既可以弥补航空由于天气原因导致航班经常延误的不足,而且与 2006 年通航的海拔不足 3 000 m 的林芝机场相互配合,可以从根本上缓解高山反应症,这样不但可以克服春季小淡季问题,而且更为重要的是,青藏铁路冬季时的定时运营将会逐步让乘客认识到西藏冬季的高山反应症并没有想象那样严重,还可以观赏西藏冬季独一无二的高原风光,他们的“口

碑”义务宣传将会逐步改变西藏旅游淡季过长的状况,大大缓解西藏旅游的季节性问题。

1.5.3 改善旅游经营宏观环境

西藏由于地理区位和高原环境的影响,赴藏旅游者过去主要依赖航空进入,因而一直受制于成都和加德满都两个市场。近几年尼泊尔国内局势的动荡成为西藏入境市场持续低迷的主要原因,成都市场的任何动荡在西藏即刻得到反映,青藏铁路将西藏与主要客源地或更稳定的客源中转地直接联系起来,从而将确保进藏旅游的多元性和稳定性,极大缓解被动依赖的局面。例如,西藏旅行社企业将不再完全依赖成都等旅行商的“二手”团队,既可以在西藏直接组团,也可以从北京、上海、广州等地旅行商手中组团等,发展余地与空间更加广阔。

1.5.4 拓展旅游发展机会

一方面,游客数量的增长、季节性的大幅缓解和宏观经营环境的改善将会放大旅游业的投入产出潜能,必然会吸引大量社会资金和人才投入旅游;另一方面,旅游可进入性的大幅改善,必然会导致食、住、行、游、娱、购等旅游生产要素的调整和提高,以及区域空间的再布局,这样就为旅游发展创造了广阔的空间和余地,增加了旅游业的吸纳能力,增强旅游对区域经济和社会发展的贡献潜力。

2 青藏铁路对西藏旅游发展提出的挑战

事物总是两方面的,青藏铁路在给西藏旅游提供机遇和条件的同时,也给目前弱小的西藏旅游业提出严峻的挑战,主要表现为:

2.1 对西藏“神秘”旅游形象的挑战

据有关研究,西藏在西方旅游者心中的形象还是“香格里拉”式的“神秘”形象^[14],西藏在国内旅游者心中的形象依然还是“宗教”式的“神秘”形象,先暂且不管这样的形象调查是否可靠,是否符合西藏实际,但无论如何它还是有一定的代表性和市场号召力。青藏铁路对西藏旅游的最大直接影响是提高可进入性,而可进入性实际上是不同文化接触的“门卫”^[15],虽然很难说青藏铁路通车后,西藏的这种“神秘”就会被打破,但神秘的程度将肯定会减少。前面业已说明青藏铁路正在试图构建“活力西藏”新形象,但这种形象要得到游客的感受认同,尽管研究表明,边远地区的实际形象与旅游者的感悟形象之间会有融合校验过程^[9],也就是说,不必为

“边远性”特征退化过分担忧,但青藏铁路通车毕竟为西藏旅游提出了一个比较困难的命题,即如何建造西藏旅游新形象,这是涉及西藏旅游能否可持续发展的挑战性问题。

2.2 对西藏旅游产业要素不平衡的挑战

首先,青藏铁路通车的最大影响是改善西藏旅游的可进入性,同时也给西藏可进入性层次不配套问题提出严峻的挑战,特别是通向景区点的可进入性和景区点内的可进入性或旅游设施容量。

其次,对目前的旅游车辆不足、导游人员缺乏、住宿、饮食、购物等分布不合理,服务质量低等生产要素不平衡、不配套提出挑战。

此外,对目前企业、行业管理机制体制不顺,活力不够,创新乏力也提出严峻挑战。

2.3 对西藏生态环境和历史文化保护的挑战

可进入性的解放,产业规模的放大,势必造成自然旅游资源和历史文化旅游资源的快速开发建设,而西藏自然生态系统的脆弱性和历史文化的单一性都给资源保护和边远性特征的维持提出难题。更重要的是,西藏薄弱的经济基础和广阔的地域空间难以为此变化提供充足的物质和精神准备,尽管政府为此做出巨大努力,近年连续编制不少规划,建立近1/3土地面积的各类保护区,青藏高原生态铁路的建成足以让人相信西藏政府有能力面对这样的挑战,但是,这毕竟是项复杂的系统工程,也是青藏铁路对西藏旅游提出的又一挑战。

3 基于青藏铁路运营的西藏旅游战略选择

基于上述影响和挑战的概略分析,作者以为近期未来西藏旅游发展应遵循以下战略原则。

3.1 集聚发展原则

所谓集聚发展,首先是空间集聚发展,就是说,旅游发展要围绕现有的各级城镇、村落集聚;其次是设施集聚,即尽可能地将旅游基础设施和服务设施与社会基础设施和社会服务设施集聚起来,分享使用。这样,一方面提高各类设施的使用效益,另一方面尽可能从宏观上控制旅游的生态足迹,体现节约发展、生态发展、循环发展的科学发展观。

3.2 适度规模原则

适度规模既指整个旅游产业的适度规模发展,也指旅游产品的适度规模经营,更指旅游活动的适度规模集中,体现规模经济的效益,减少人均生态投

资,因此,西藏旅游应该大力发展观光体验旅游、城镇旅游、节庆旅游、会展旅游、乡镇旅游,有控制地发展生态旅游、徒步旅游、登山旅游,将旅游活动总体控制在环境承载力较高地区,尽力维持边远性的背景特征。

3.3 政府主导原则

青藏铁路开通不仅为旅游发展提供高质量的可进入性,而且为思想文化、观念意识打开方便之门。青藏铁路作为现代文明的产物,不仅带来现代文明的物质成果,也带来现代文明的观念意识,这里会产生新与旧、传统与现代、开放与保守的对话与碰撞。旅游本身也是现代的代表,涉及到生态环境和社会文化的要素众多,是这种变革的前沿阵地,也是最容易受到冲击,也是最经不起冲击的行业,所以,西藏旅游的可持续发展,一定要发挥政府的统领作用和协调作用,保障好旅游者、居民、旅行商的利益关系,协调好旅游与相关部门之间、旅游企业之间、旅游地区之间的协调关系。

3.4 强化科学保护的原则

对自然生态环境和人文历史文化的保护要两手都要硬,不可偏废;要充分发挥各类规划的科学保护作用,加强规划管理;强化各类保护设施建设和监测、检测设施设备建设,提高保护的科学水平;加强各类管理人员业务修养,提高管理服务水平。

4 结论与讨论

从上述的分析来看,青藏铁路对西藏旅游发展的影响是巨大的,它不是一个简单的可进入性问题,而是西藏旅游的发展动力问题。因此,它涉及到区域结构的调整、旅游产品的创新、旅游新形象的创建、产业宏观环境的改善等多个方面、多个层次、多个链条,它对西藏旅游的影响是跨阶段的,对西藏旅游发展的挑战也是全行业的,甚至是超越行业的,是现在急切的,也是未来不可忽视的,总体上将推动西藏实现跨越历史阶段的快速发展,是积极向上的。但是,我们必须清楚地认识到,发展的过程将不会一帆风顺,将会面临重重挑战。所以本文提出四条战略原则。

需要说明的是,本文关于青藏铁路的西藏旅游影响分析主要侧重近期的直接影响,而且是直接的有形影响。事实上,青藏铁路对西藏旅游的影响,甚至是对整个西藏发展的影响更是长期的,有形的与

思想意识的影响至少是同样重要的。本文虽然是关于影响分析,但文章开头已经说明,是想从青藏铁路对西藏旅游发展的影响分析折,射出西藏旅游发展的动力机制和模式。从上文的分析可以看出,边远性既是西藏旅游发展的劣势,也是西藏旅游发展的卖点^[15,21],可进入性的改善既是西藏旅游发展的动力,也是西藏旅游新形象形成的起点,然而发展总是绝对的,挑战总是可以克服的,文章提出的四条战略原则只是初步的,有待以后深入研讨。

参考文献 (References)

- [1] Consulting Group of Academician Ministry of Chinese Academy of Sciences on "Issues of Qinghai-Tibet Railway construction and Tibetan social economic development". Recommendations to Issues of Qinghai-Tibet Railway construction and Tibetan social economic development [J]. *Journal of Chinese Academy of Sciences*, 2004, 19(4): 247 ~ 249 [中国科学院院部“青藏铁路建设与西藏社会经济发展若干问题”咨询组. 关于青藏铁路建设与西藏社会经济发展若干问题的建议[J]. 中国科学院院刊, 2004, 19(4): 247 ~ 249]
- [2] Wang Limao, Fang Yebing. Influence of the Qinghai-Tibet's Railway development on economic structure and economic layout along the line [J]. *Economic Geography*, 2005, 25(1): 49 ~ 55 [王礼茂, 方叶兵. 青藏铁路建设对沿线经济结构与经济布局的影响[J]. 经济地理, 2005, 25(1): 49 ~ 55]
- [3] Fan Guangming. Qinghai-Tibet Railway construction and Tibet economic development [J]. *Railway Economic Research*, 2001, 5: 40 ~ 47 [范光明. 青藏铁路建设与西藏经济发展[J]. 铁路经济研究, 2001, 5: 40 ~ 47]
- [4] Wang Taifu, Qinghai-Tibet railroad plays new melody for Tibetan social and economic development [J]. *Western Forum*, 2004, 7: 25 ~ 28 [王太福. 青藏铁路奏响西藏经济社会发展新乐章[J]. 西部论坛, 2004, 7: 25 ~ 28]
- [5] Li Yongjiang. On consideration of tourism development of Qinghai-Tibet Railway [J]. *Railway Transport and Economic*, 2003, 25(12): 24 ~ 25 [李咏江. 关于青藏铁路旅游开发的思考[J]. 铁路运输与经济, 2003, 25(12): 24 ~ 25]
- [6] Cai Ming. Qinghai-Tibet Railway and Qinghai social modernization [J]. *Ascent*, 2003, 22(6): 65 ~ 70 [蔡敏. 青藏铁路与青海社会现代化[J]. 攀登, 2003, 22(6): 65 ~ 70]
- [7] Li Lihua, He Jingming. Sustainable rural tourism and its implications for poverty alleviation in Tibet Autonomous Region, P. R. China [A]. In: Narpat S. Jodha, et al (eds). *Poverty Alleviation in Mountain Areas of China* [C]. Quality Printers Pvt. Ltd., Nepal, 2002. 209 ~ 220
- [8] Andreas E. Hohl, Clem A. Tisdell, Peripheral tourism: development and management [J]. *Annals of Tourism Research*, 1995, 22(3): 517 ~ 534
- [9] K. B. Blomgren, A. Sorensen. Peripherality-factor or feature? Reflections on peripherality in tourism research [J]. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 1998, 4: 319 ~ 336

- [10] Robert Nash and Andrew Martin. Tourism in peripheral areas: the challenges for Northeast Scotland [J]. *International Journal of Tourism Research*, 2003, 5: 161 ~ 181
- [11] Romano Pagliari. The impact of airline franchising on air service provision in the Highlands and Islands of Scotland [J]. *Journal of Transport Geography*, 2003, 11: 117 ~ 129
- [12] Sanjay K. Nepal, Mountain ecotourism and sustainable development: ecology, economics and ethics [J]. *Mountain Research and Developments*, 2002, 22(2): 104 ~ 109
- [13] Sanjay K. Nepal, Raymond Chipeniuk, Mountain tourism: toward a conceptual framework [J]. *Tourism Geographies*, 2005, 7(3): 313 ~ 333
- [14] Stephen Nutley. Indicators of transport and accessibility problems in rural Australia [J]. *Journal of Transport Geography*, 2003, 11: 55 ~ 71
- [15] Derek R. Hall. Conceptualizing tourism transport: inequality and externality issues [J]. *Journal of Transport Geography*, 1999, 7: 181 ~ 188
- [16] Editor Commission of Chorography Highway Transport. The Highway Transport History of Tibet Autonomous Regions, China [M]. Beijing: People Transport Press, 1999. 97 ~ 580 [西藏自治区公路交通史志编写委员会. 西藏公路交通史 [M]. 北京: 人民交通出版社, 1999. 97 ~ 580]
- [17] David Turnock. Railways and economic development in Romania before 1918 [J]. *Journal of Transport Geography*, 2001, 9: 137 ~ 150
- [18] David A. Halsall. Railway heritage and the tourist gaze: Stoomtram Hoorn-Medemblik [J]. *Journal of Transport Geography*, 2001, 9: 151 ~ 160
- [19] Julien Mercille. Media effects on image: the case of Tibet [J]. *Annals of Tourism Research*, 2005, 32(4): 1039 ~ 1055
- [20] Douglas V. Shaw. The great northern railroad and the promotion of tourism [J]. *Journal of Cultural Economics*, 1989, 13: 65 ~ 76
- [21] Donald Getz, Per Ake Nilsson. Responses to family businesses to extreme seasonality in demand: the case of Bornholm, Denmark [J]. *Tourism Management*, 2004, 25: 17 ~ 30
- [22] Tam Baum and Laura Hagen. Responses to seasonality: the experiences of peripheral destinations [J]. *International Journal of Tourism Research*, 1999, 1: 299 ~ 312

On Influences of Qinghai-Tibet Railway on Tourism Industry of Tibet Autonomous Region, China

LI Lihua, HE Yucheng

(Institute of Mountain Hazards and Environment, Chinese Academy of Sciences & Ministry of Water Conservancy, Chengdu 610041, China)

Abstract: The 1st July, 2006 was the historical date for Tibet A. R. because the Train from Beijing would be firstly passed through the Qinghai-Tibet Railway-constructed since 2001. That implies that a newly epoch of Tibetan tourism development is coming. In perspective of exploring the dynamic modes of tourism development in the sparse and peripheral Tibet, positive influences of Qinghai-Tibet Railway on Tibetan tourism has simply been summarized in 5 aspects: 1) Great improving and upgrading of accessibility with the railway-oriented linkage of Tibet A. R. as host destination directly to tourist sources and efficiently combination of railway, motorway and air transport; 2) Readjusting of spatial distribution of tourism activities to the polarized population centers in all levels of cities, towns, villages and settlements and the areas alongside railway and highways; 3) The rapid innovation of tourist products induced by appearing of railway-oriented sightseeing tourism on Qinghai-Tibet Plateau with more than 4 000 m. a. s. l. with the combination of the modern amusing equipments and pristine circumstances; 4) Establishing of new image of Tibet tourism with the convergence of the Hollywood-popularized Shangri-la image and railway-induced modernity image; 5) Enlarging business space of Tibet tourism through increasing of the doubled scales potentials and mitigating of seasonality to provide more cooperating possibilities and more investment opportunities. Meanwhile three major challenges of Tibetan tourism oriented by Qinghai-Tibet Railway have been pointed out as: 1) How to keep in stronger rallying point of new image of Tibetan tourism as that before railway appearance. 2) How to upgrade the matching and trade-off of tourism produce processes with high efficiency and good benefits. 3) How to prevent and conserve the natural ecology and social culture in facing to the rapidly increasing tourist numbers. Then in the end of this paper four strategic principles for sustainable tourism development have been proposed such as relative clustering development principle, suitable scaling development principle, government-dominated development principle and scientific protective and conserving development principle.

Key words: Qinghai-Tibet Railway; tourism; influence; peripheral areas; Tibet A. R.