

昆仑文化旅游论坛

青海文化建设论丛

昆仑文化旅游论坛

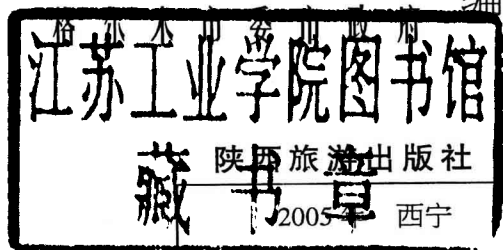
KUNLUNWENHUALVYOU LUNTAN

青海省艺术研究所
格尔木市委市政府 编

陕西旅游出版社

昆仑文化旅游论坛

青海省艺术研究所 编



主 编:曹 萍

副主编:张从宽

(陕)新登字 012 号

责任编辑:李晓娟

青海文化建设论丛

昆仑文化旅游论坛

青海省艺术研究所 编
格尔木市委市政府

陕西旅游出版社出版发行

(西安市长安北路 32 号 邮政编码 710001)

新华书店经销 青海省西宁市鑫宁印刷有限公司印刷

720 毫米×960 毫米 1/16 7.75 印张 124 页 95 千字

2004 年 6 月第 1 版 2004 年 6 月第 1 次印刷

印数:1—1000

ISBN 7—5418—1925—5/G·511

定价:38.00

目录

序 / 1

孙 平

昆仑旅游发展的分析与思考 / 3

谢 佐

开发格尔木文化旅游景点之我见 / 15

贾晞儒

柴达木旅游文化的灵魂 / 22

杨 睿

格尔木昆仑文化旅游的中心地位 / 29

程起骏

开发建设盐湖文化旅游品牌景点的意见 / 37

马建设

格尔木旅游纪念品的开发 / 47

先 巴

山岳崇拜——道教文化之源与格尔木市文化旅游 / 55

马 钧

66 / 对格尔木现有旅游景观的一瞥之见及其他

邸平伟

69 / 打造青藏铁路旅游精品线的构想

李增民

83 / 玉珠峰登山旅游业发展初探

柳春诚

94 / 关于格尔木市文化标志形象设计的意见

薛晓金

99 / 格尔木旅游亟需立项的几方面课题

曹娅丽

105 / 关于格尔木地域文化资源与旅游业结合的思考

马达学

113 / 构建以昆仑文化为特色的“文化格尔木”

序

由格尔木市委、市政府主办、省艺术研究所承办的、由国内外知名专家学者参加的昆仑文化的研讨,继续向深度和广度发展。今年又举办了“昆仑文化旅游论坛”。这次论坛的议题紧密围绕格尔木旅游规划、景区景点建设、旅游产品开发,以及文化旅游的特色等方面的内容,先后有十五位专家学者发表了各自的学术见解、建议和意见,取得了圆满成功。

格尔木市是位于青海和西藏之间的新兴城市,在城市建设中应体现民族文化、宗教文化,表现青藏公路、铁路建设成就等内容;开展文化旅游,格尔木有着广阔的发展前景。但也因看到,格尔木发展旅游业的制约因素也是比较多的。因此,今后格尔木市旅游业的发展方向应当保留其独特的自然风貌,以虚为主,虚实结合,避实就虚。专家学者们建议应有一个符合实际、促进发展的旅游规划。作为新兴的城市,规划起点要高,观念要新,将旅游文化作为提升城市形象的有效途径,应尽快推出几个在全省乃至全国独有的旅游景点,旅游路线也应具有科学性。

在这次研讨会上,与会专家学者就昆仑文化旅游发表了很多好的具体建议和意见,归纳起来主要有八个方面:

1、察尔汗盐湖旅游的定位应当是“走向梦幻之境,亲近盐湖文化”。建议修建盐湖文化公园,创建品牌,使之成为科幻影视基地;

2、借鉴兄弟省(区)宣传西王母的经验,提升昆仑文化的内涵品位,使自然与人文相结合,神话与文化相融合。政府应建立昆仑文化网站,加大对

外宣传力度；

3、围绕旅游品牌,开发旅游纪念品。开发途径应该是“一拿、二结合、三改造、四创新、五合作”的过渡式开发。旅游纪念品要有地域特色,造型别致,便于携带；

4、城市建设中,可考虑建造蒙古包造型的村落,以吸引游客参与群众性民族文化活动；

5、格尔木市应当有一个文化标志形象——太阳鸟；

6、对青藏铁路精品旅游线路的开发,应建立“青藏铁路展览馆”,编写《昆仑文化手册》,并以青藏铁路通车为契机,抓紧对导游进行培训；

7、对道教文化在格尔木旅游中的作用和地位作了较为详细的论述；

8、专家学者还对玉珠峰登山旅游、格尔木古地新城的旅游应从细微处下功夫,创作《昆仑神韵》文艺作品,建设文化格尔木,以及引导消费者市场等等,提出了建设性意见和建议。

专家学者的意见和建议,对格尔木旅游业寄予厚望,发言内容也有很强的针对性和可操作性,应该说这是这次研讨会最大的收获。

谢 佐

2005年8月

昆仑旅游发展的分析与思考

孙 平

昆仑山是中国最重要的山系，昆仑文化则以昆仑神话为脉络综合表现中华远古文化和民族精神，成为华夏文明的主体源头，是青海省知名度很高和有开发潜力的旅游资源。

但是昆仑旅游至今还没有成为青海省重要的旅游产品，文化的旅游开发也面临一些困境，如：昆仑文化产品如何转化为旅游产品；专题旅游市场的研究；旅游景区的策划和打造；昆仑文化旅游的内涵挖掘等。

一、旅游资源分析

1、昆仑山旅游资源。昆仑山的旅游资源有昆仑山、昆仑神话、玉虚峰、玉珠峰、瑶池、野牛沟、昆仑山口、大地震遗迹等，而围绕昆仑山和昆仑文化的旅游产品有名山朝觐、登山、观光、生态旅游、文化研究等。

2、大昆仑山区域的旅游资源。笔者主张用大昆仑的概念，从而可以极大地丰富昆仑旅游的内涵，如果概念扩展，则包括盐湖、柴达木盆地、胡杨林、雅丹地貌、可可西里、长江源、青藏铁路（青藏公路）、野生动物等，昆仑山旅游何其强也。

除了充实观光、生态等旅游产品外，还将增加更丰富的区域性旅游产品，如：观赏野生动物、盐湖健康旅游、摄影旅游、探险、工业旅游、长江源头

旅游等。

3、从游客调查引出的两个问题。《格尔木市旅游发展规划》中进行过游客调查,其中有两项调查结果应该引起关注:

1) 最有吸引力的景区。游客调查中对最有吸引力的景区排序是:昆仑文化景区、长江源景区、盐湖景区、可可西里、唐古拉山。

昆仑文化具有很强的吸引力,但是其中可以看出大家选择的大多是知名度很高的景区。如胡杨林、雅丹地貌等,尚不为人所认识。

2) 对旅游项目的支持率:

可可西里野生动物园为 55% ;

青藏铁路为 39% ;

盐湖工业旅游为 39% ;

玉珠峰登山旅游为 38% ;

格尔木城市旅游为 35% ;

昆仑山神话旅游区为 32% ;

胡杨林休闲度假为 23% ;

长江源国家公园为 16% ;

可以看出,可可西里旅游项目的支持率最高,建立以观赏野生动物为主要目的的可可西里旅游区,可以进行一些前期研究。其次是盐湖、玉珠峰、格尔木、昆仑山等旅游项目,受到的支持程度差异不大,长江源旅游受到较少的支持,有些出人意料。而前面所调查的景区吸引力和项目的支持率有一些错位,难以得到合适的解释。

二、旅游基本条件的分析

1、优势分析。大昆仑山地区从旅游资源优势看,主要表现在:资源有很

高的知名度和很高的关注程度；从市场需求看，与目标市场的资源差异化是重要的市场开发优势条件。从地缘优势看，主要是作为西藏的门户景区。

旅游规划中提出的“后发优势”不能成立，后发展将面临竞争更为激烈的环境，将多方受到先行景区的打压。后发不等于有捷径可走，踏踏实实地努力是健康发展的重要保证。

2、旅游发展的制约因素分析。原规划对制约条件的分析：

1) 资金不足——不是主要的制约因素，如果有良好的开发思路，效益好的项目，资金的筹集是有渠道的。

2) 交通滞后，可进入性差。随着青藏铁路的通车，对外交通将得到进一步改善。

3) 市场规模小。这是青藏高原旅游的特征之一，以小的旅游容量，求得最大的经济效益，将是这一区域的特点。

4) 高原环境对旅游业的制约。旅游市场的开拓肯定是能够接受高原环境的群体，这种制约的存在对旅游业的发展没有太大的影响。

5) 缺乏高素质人才。更缺少的是脚踏实地，献身于地方旅游事业的领军人才。

6) 旅游行业的服务与管理体系仍需加强。但不是重要的因素。

本文认为格尔木发展旅游业的主要制约因素是：

1) 旅游业的发展思路不清晰。由于格尔木地区旅游资源丰富，而且都具有一定的开发条件，虽然也做过一些旅游方面的规划与研究，但仍然没有形成具有长期指导意义的发展思路。

2) 旅游形象不明。树立格尔木的鲜明的旅游形象是当务之急。

3) 主体景区尚未形成。从各景区的开发现状看，还没有一个景区能够成为主体景区并得到有效开发。

4) 游览体系尚未建立。旅游线路、旅游项目和旅游产品等尚未完善,没有形成一个完整体系。

5) 旅游服务的基础设施不够完善。随着旅游市场的扩大,旅游服务设施会逐步得到改善。

6) 面临成为通道的威胁。这是需要面对的一个严峻的问题,青藏铁路给格尔木带来了机遇,但也面临着严峻的挑战,西藏旅游的进一步发展和地位的加强,青海和格尔木愈将面临被边缘化的可能。

三、旅游发展的思考

1、旅游发展的指导思想

- 1) 建立大昆仑旅游区的概念,从而丰富昆仑旅游的内涵;
- 2) 顺应资源的特色,走生态旅游之路,把人工设施减少到最低的限度;
- 3) 顺应旅游市场的需求,推出具有特色的旅游产品;
- 4) 抓准主要发展方向,推动旅游业的加速发展。

2、主体景区的选择

第一层次:昆仑山 柴达木盆地 可可西里

第二层次:长江源 格尔木 盐湖 雅丹地貌景区 胡杨林

3、主体旅游产品的选择

观光旅游还是要列在首位,包括摄影专题旅游。由于典型的高原生态环境,休闲、舒适及运动型的旅游项目均不适合,因此观光旅游仍然是主体市场。

其次是专项旅游产品,在现状旅游市场的发展变化趋势中,专题的个性化旅游市场比重愈来愈大,成为愈来愈重要的角色。适应本地区的专题旅游产品主要有:生态旅游、健身旅游、体验旅游、修学旅游等。

4. 树立旅游形象

旅游形象的选择对格尔木的旅游发展至关重要，关系到重点景区开发、旅游市场引导和市场的营销等。然而旅游形象的选择无疑是一个难以决断和痛苦的过程，因为你不能不有所舍取，在众多的品牌里，只能选择其中之一。

1) 昆仑山

昆仑山无疑是格尔木地区最重要的品牌，在旅游规划里，昆仑山作为旅游形象提及的最多最重，如：万山之宗、母仪天下、壮美昆仑、巍巍昆仑、东方的奥林匹斯——昆仑神山等等。

从品牌和知名度来说，昆仑山足以成为重要的旅游形象，其昆仑文化有着足够的号召力，但要研究两个问题，一是昆仑山是一个包括广大地域的地理概念，其西出新疆，东至青海湖一带，因此，建立业界和市场认可的昆仑山旅游区，是迫切的要务；二是要将这昆仑山旅游区打造成内容丰富、名至实归的重点旅游区，具有很大的难度，受到自然条件、景观资源特征和开发条件等等制约。

2) 可可西里——藏羚羊(申奥吉祥物)

可可西里在国内和国际上的知名度和关注程度不亚于昆仑山，藏羚羊作为申奥吉祥物，更增加了其号召力，而且可可西里的旅游发展对海西的旅游具有微妙和深远的意义。但是可可西里作为环境高敏感区，面临着发展旅游的强大阻力，如果可可西里不能发展旅游，作为旅游主题形象和营销内容肯定是不妥的。

3) 柴达木盆地

柴达木盆地具有一定的知名度，是中国第三大内陆盆地，以盆地的概念，整合荒地及周边的旅游资源，是一个有创意的选择，可以将格尔木市、胡杨林、雅丹地貌、盐湖、贝壳梁等，形成一个资源的组合体。除此之外，柴

达木盆地还有海拔较低,生活环境相对较好等条件,适宜游客长期停留,作为旅游的重点是有条件的。但是也有两方面的问题,一是其中的旅游资源重要性和知名度不够;二是旅游资源的分散,很难形成旅游系统和环线。

4) 长江源

长江源的形象特征绝对是一流的,其宣传效果和号召力都很强,但是由于源头的海拔高,环境条件不适宜开展大众型的游览,且远离格尔木这样的中心城市,开发难度大。

从青海省整体开发条件看,三江源中黄河源和澜沧江源的开发条件最好,长江源则作为远期发展的重点项目,其开发与市场还有待时日。

5) 西藏门户

青海旅游受西藏的屏蔽是不争的事实,随着青藏铁路的通车在即,青藏公路的自驾车旅游热度也日益增高,西藏的旅游潜力得到业界的充分肯定。格尔木作为进入西藏的第一城,其实格尔木从发展之初到现在,与西藏的关系就极为紧密,因此打西藏牌,成为进藏的门户,也是一个良好的选择。西宁市旅游规划曾经提出,要借青藏铁路之机,成为西藏旅游的门户。从地缘和历史关系来看,格尔木更具有门户的特征。

如果真成其为西藏旅游的门户,其实也会面临尴尬的局面,一是面临丧失自我的可能,成为西藏旅游系统的一个棋子;二是在当今的交通条件下,门户的概念正在淡化,便捷直达和多样化的交通方式,增强了旅游市场和旅游目的地两点之间的直接联系,就如北京的旅游并没有给河北带来太大的效应,云南旅游业没有给贵州带来太多机遇,格尔木能从西藏旅游的蛋糕中分得多大的份额,还不得而知。

其实,以上五项中的任何一项作为旅游形象都具有很重的份量,只是要根据旅游市场的需求、旅游景区的开发等条件做出判断与选择,也可根据旅游规划和发展工作的安排,分阶段制定不同的营销口号,如明年青藏

铁路通车,主打西藏门户就是一个不错的选择,通过3年左右的时间,确立门户的地位,在西藏旅游发展的大潮中获得发展的机会,并做好自己重点景区的建设开发;第二步是柴达木景区还是昆仑山景区,就需要作详尽的研究,拿出自己的拳头产品,树立旅游目的地的形象,才能使自身的旅游立于不败之地。

5、建立独特的旅游方式

1) 遵从自然:大昆仑山的旅游资源具有原生态的特点,因此,遵从和顺应其自然的特性,尽量减少人工的设施,引导游人去体验自然,比提供任何的人工景观都重要的多。面对昆仑文化的博大和深厚,任何人工实体的表达都是肤浅的,都是对昆仑文化一种简化表达,人工景观设施只能是一种引导和说明,是一些片断即可,重要的是做好旅游组织和接待设施。从目前的发展现状看,一些人工景点的建设要认真对待。

2) 生态:要把生态的观点贯穿在整个开发的过程中,对自然的保护是一个原则的问题。生态旅游实质上是要体现人们对自然遵从和保护的态度,通过与自然界的互动,实现人们回归自然的愿望。

3) 简易:实际上,来到高原的游客都会有一定的思想准备,深知不是来享受,而是来体验高原的艰苦,因此,景区内的旅游设施应该是简易、卫生,服务周到更为重要些。然而景区建设所体现的“简易”是一种拙朴的升华,昆仑山这样的高原环境,要拒绝精致和粗糙,因此,景点的规划设计更需要智慧的投入,达到与环境有同样的血缘,犹如从此地生长出来一样。

4) 低投入:由于环境的脆弱性,加之区域经济环境的制约,景区内的开发不能是高投入、大建设,要树立适应环境的、低耗能、低投入的建设思路。本区域的大资本运作具有很大的难度,笔者反对动辄几亿或几十亿元的大型项目,如果项目策划科学,小投入可以做到好回报。

5) 便捷:从道路建设来看,景区内要避免建设高等级的公路,而只要通

达便捷即可。

6) 低容量高效益: 主要景区根据自身特点, 要控制游人规模, 低容量将保证景区环境质量, 而通过提供特定的交通、导游、购物等服务, 提高游人的消费水平, 以获得较高的经济效益。

四、重点研究的几个问题

1、昆仑山旅游开发

昆仑文化——昆仑文化以昆仑山为背景, 昆仑神话为文化的核心, 从文化的角度来看, 具有民族史诗文化的厚重, 但从史迹和遗存来看, 显得较为单薄, 用考古寻踪的科学方式来组织昆仑文化旅游是一件很难的事, 因此, 从开发的思路就要围绕昆仑神话, 神化昆仑, 打造神秘昆仑, 利用传说、故事、说明、片断和昆仑山的自然景观, 以避实就虚的思路, 形成神话昆仑系列, 营造神秘气氛。因此, 昆仑山旅游区的策划规划尤其显得重要。

拟议中的昆仑文化博物馆项目一定要慎重对待, 因为博物馆作为旅游项目影响力比较小, 加之昆仑文化的遗物和展品不甚丰富, 很难想象, 博物馆中的展品是什么, 对旅游市场有什么吸引力, 博物馆本身的项目要做到市场运作也是不可能的。从规划的内容看, 主要以“现代高科技声、光、电技术, 表现昆仑文化(神话)的内容”, 那么, 与其叫博物馆, 不如是以娱乐、演绎、参与为主的主体文化型项目, 当然, 又要研究主题公园的问题。

规划中曾有在昆仑山建设玉虚宫项目, 创意是好的, 只是具体实施还有很多问题要研究, 如选址与规模, 在昆仑山这样不适宜人居住的地方, 很难想象一个大规模的宗教建筑, 并且能管理维持得富有人气和活力。也许可以做一个“遗址”, 片段和残缺可以更激发人们的想象力。

昆仑山的重点旅游线应该还是野牛沟, 重点景区和观光项目有瑶池、

野牛沟岩画、玉虚宫遗址、大地震裂谷等。

野牛沟可以看到野生动物,不知道野生动物种群、数量、观看时间等怎么样,如果有肯定的答案,在可可西里旅游没有开展之前,可以将这条游线开辟成一条生态旅游和观野生动物旅游区,从某种程度上替代可可西里旅游的空白,可能会成为一个热点和卖点。

野牛沟的道路建设通达即可,切忌不能建设成为柏油或水泥的等级道路,沙石路面,能安全地跑越野车就行了。

2、可可西里旅游开发

可可西里可以开展旅游吗?如何开展旅游?这个问题难以回答,多数环保人士会说“不”。

世界上保护级别最高的“世界遗产”,没有一个不对公众开放,在联合国的《世界遗产公约》中在强调保护的同时,也提及展出和教育的功能,如要求各国政府制定“为保证、保护、保存和展出本国领土内的文化和自然遗产采取积极有效的措施”。据联合国教科文组织提供的数字,每年约有5—6亿人游览了近550个世界遗产地。世界遗产地作为一种旅游类型,“成为游人提高文化、增长知识、陶冶性情、磨练意志、增强人的心理机能的必不可少的重要环节”(《世界遗产概论》)。

作为自然遗产性质的可可西里能不能开展旅游其实是毋庸置疑的,关键是如何开展旅游,如何管理,如何将旅游带来的负面效应减小到最小。因此,研究可可西里旅游,回答以上问题,科学地讨论未来,才是一个理性的道路。从可可西里旅游可能带来的负面影响看,主要控制以下方面:

- 1) 旅游规模控制,如果3—5千人有不可逆的破坏产生,控制在100—500人怎么样?
- 2) 控制建设项目,不能修建道路,不能修建任何人工建筑。
- 3) 确定的旅游线路,把旅游限制在不会对野生动物带来影响的区域,

如靠近昆仑山的边缘,或一个局部地段。

4)采用专用的车辆,专业的导游,保证旅游处在可控的条件下。

5)采用较高的收费,利用经济的杠杆,保证对可能带来的损害进行修复和处理,如旅游线路上的保洁等。

笔者建议尽快启动可可西里申报世界遗产的项目,其理由是:

1)我国自然遗产少——我国的31处世界遗产中,只有4处是自然遗产,所占比重较低。

2)自然遗产具有优先原则——苏州举行的世界遗产大会对《凯恩斯决议》进行了修改,提出容许一国每年可提名两项世界遗产,但其中有一项必须是自然遗产项目。在UNESCO的工作议程中,自然遗产优先于文化遗产,在我国申请的遗产预备名单中,合格的自然遗产也不多,可可西里申遗的提出,有可能列为近几年的优先计划。

3)联合国世界遗产专家对中国申报遗产的期待——自然景观世界联盟(UICN)作为世界自然遗产的技术审查组织,其资深专家Iim, Tharsel和Les, Moloy等曾就中国申报世界遗产多次指出:中国西部,特别是青藏高原,包括山岳、沙漠、戈壁、草原等将是中国未来潜在的自然遗产地。

3、可可西里申报世界自然遗产的优势

1)可可西里是青藏高原腹地的典型代表地区。

2)具有山岳、冰川、火山、湖泊群、湿地、草原、荒漠、珍稀动物等多项突出普遍价值的内容。

3)具有很高的知名度,特别是受到国际上普遍的关注。

4)广大的无人区,有利于实施严格的保护。

5)在遗产保护的框架下,在可可西里开展可控的专项旅游和研究,对海西旅游业将是一个有力的带动。

可可西里,魂牵梦萦的地方,希望你能尽情展示美丽,一路走好。