

青藏高原环境与发  
展丛书

# 青藏高原生态旅游 可持续发展模式研究

主编 〇洛桑·灵智多杰

杨维军  
编著

国家科学技术委员会  
中国藏学研究中心  
社会经济研究所

重点课题



青藏高原环境与发展系列丛书

# 青藏高原生态旅游可持续发展模式研究

杨维军 编著

主编 ○ 洛桑·灵智多杰

中国藏学出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

青藏高原生态旅游可持续发展模式研究/杨维军编著. —北京:  
中国藏学出版社, 2007. 11

ISBN 978—7—80057—953—0

I. 青… II. 杨… III. 青藏高原—生态型—旅游—可持续  
发展—研究 IV. F592.77

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 165782 号

**青藏高原生态旅游可持续发展模式研究**

杨维军 编著

中国藏学出版社出版

中国藏学出版社发行

北京牛山世兴印刷厂印刷

开本: 850×1168 1/32 印张: 11.375 字数: 276 千字

2007 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978—7—80057—953—0/F·22

---

定价: 22.00 元

## 摘 要

21 世纪是我国旅游业高速发展的时期, 青藏高原旅游业的大发展是实现我国旅游业迈向世界旅游强国的战略支点。青藏高原旅游业发展基础薄弱, 是人类仅存的几块“最后的净土”之一, 作为我国生态旅游资源集中与丰富的地区, 发展生态旅游条件得天独厚。本研究综合运用旅游可持续发展理论、技术创新与产品创新理论、景观生态学理论、经济学理论等学科知识, 在对青藏高原旅游业发展现状、发展趋势、制约因素及发展生态旅游的资源优势、可行性等问题进行深入分析的基础上, 深入研究了青藏高原生态旅游资源可持续利用的途径与方式。对生态旅游、生态旅游目的地、生态旅游景区、香巴拉旅游经济圈、“茶马古道”、青藏铁路旅游经济带等研究相关的概念、理论及内涵进行了界定。指出青藏高原发展生态旅游必须分清本区域的生态旅游资源内涵, 有重点地提升生态旅游资源的市场价值, 进行生态旅游产品结构的优化设计、培育生态旅游市场、进行生态旅游市场营销策划, 以及发展藏族文化生态旅游业等。并就如何解决这些

问题从经济学、民族学、社会学等学科的角度进行了深入研究，提出了有较强针对性、科学性和可操作性的具体对策和途径。同时也提出了青藏高原生态旅游可持续发展的物质载体即区域化发展的具体途径，以及保障生态旅游业可持续发展的一些主要对策和措施。

## Abstract

The 21st century is a period of high-speed development of China's tourism industry. Qinghai-Tibet Plateau tourism development is a strategic point of realization of China to move towards a major tourist country in the world. The foundation of Qinghai-Tibet Plateau tourism development is weak, which is one of only a few of the "last of Virtue". As the concentration of resources and eco-tourism-rich area, the development of eco-tourism conditions is unique. Through the integrated use of sustainable tourism development theory, technology innovation and product innovation theory, the theory of the ecological landscape, economic theory and other scientific knowledge, the study based on the in-depth analysis of development of the Tibetan Plateau tourism and its development trends, constraints and the advantages of development of eco-tourism resources and feasibility of conducting, the study point out the ways and means of sustain-

able utilization of resources in the Qinghai-Tibet Plateau eco-tourism. To make the definition of eco-tourism, eco-tourism destinations, eco-tourism area, "XiangBala" tourism economic sphere, "Tea-Horse historical Road", the tourism economic zone of Qinghai-Tibet railway and other research-related concepts, theories and contents, the study point out the development of Qinghai-Tibet Plateau eco-tourism must be distinguished the content of its ecological tourism resources in the region, focus on enhancing the market value of its eco-tourism resources, to optimal design for eco-tourism products, cultivate eco-tourism market, make eco-tourism marketing plan and develop Tibetan culture eco-tourism industry. And on how to address these issues from economics, ethnology, sociology and other academic perspective depth studies, the study made the strong purposeful, scientific and feasible countermeasures and the specific ways. Also put forward the regional carrier specific ways of the sustainable development of the Qinghai-Tibet Plateau eco-tourism and some of the key policies and measures which protect the Qinghai-Tibet eco-tourism for sustainable development.

## 导 言

青藏高原雄踞亚洲大陆中部，总面积 250 万平方公里，有“世界屋脊”和“地球第三极”之称。这里地域辽阔，山川瑰丽，物产丰富，自然资源富饶，是有着广阔发展前景的宝地，是我国未来发展的后续力量，也是我国的西南门户和天然屏障。

青藏高原是我国和南亚、东南亚地区主要河流的发源地和上游流经地区。在人类发展的历史进程中，高原以它广阔无私的胸怀哺育了古代黄河流域文明和印度河流域文明。直至当代，它仍然对中华民族乃至南亚、东南亚人民的生存和发展有着决定性的影响。

青藏高原是北半球气候变化的启动区和调节区。这里的气候变化不仅直接驱动我国东部和西南部气候的变化，而且对北半球具有巨大的影响，甚至对于全球的气候变化，也具有明显的敏感性、超前性和调节性。

青藏高原的环境效益不仅超越了青藏高原本身，直接关系到中华民族的未来发展及千秋万代的根本利益，而且超越了中华民族本身，关系到南亚和东南亚人民的未来和发展。就环境价值来说，青藏高原不仅是中华民族的生命之“源”，而且是南亚和东南亚人民的生命之“源”。



青藏高原独特的自然地域单元、地理位置、地势结构、气候特征及独特的资源，使它在人类生存环境和中华民族未来发展中具有十分特殊的地位。

千百年来，以藏族为主体的高原各民族人民在开发高原、发展中华民族文化和共同缔造祖国历史的过程中，谱写了光辉的篇章，创立了不朽的业绩。新中国成立后，在党中央、国务院的亲切关怀和全国人民的支援下，青藏高原的开发建设充满勃勃生机，取得了前所未有的巨大成就。

但是，由于地理和历史的原因，青藏高原经济发展比较落后，产业规模小，生产力水平低，人民群众普遍贫困，仍然是我国经济实力最薄弱的地区。加之人们对青藏高原的环境价值又缺乏深远的认识，在发展社会经济、扩大生产规模的过程中，因人类行为在一定程度上导致了对高原自然资源盲目的、不合理的开发利用，致使本来就十分脆弱且极不稳定的高原环境承受着越来越大的压力，呈现出了逐步恶化的趋势。诸如，雪线上升、冰川退缩、水源枯竭、湖泊干涸、植被锐减、草地沙化、水土流失及泥石流加剧，后果令人忧虑。据有关资料载，由于过度放牧和牲畜超载，西藏自治区已有三分之一的草地退化，其中重度退化占 50% 左右，还有约 10% 的草地明显沙化。其中主要牧区那曲地区高寒草甸与高寒草原的平均产草量从 60 年代的每公顷 2760 公斤和每公顷 1175 公斤，分别减少到 90 年代的每公顷 1107 公斤和每公顷 511 公斤，减少了 50—60%。青海省草地退化和沙化面积达到 733 公顷，占草地总面积的 19%，其中约 20% 左右为重度退化草地。90 年代天然草地产草量比 50 年代减少了 30—60%。草地的沙漠化加剧了高原气候的干旱和风沙侵蚀；森林的乱砍滥伐，使江河源头水量减少，泥沙量剧增，加之黄河中上游水土流失严重，中华民族的母亲河——黄河已成为季节性河流。由于长江中上游林

地资源破坏严重，中华民族的生命大动脉——长江正面临着沦为第二条“黄河”的危险。到80年代，长江流域水土流失面积已达到56万平方公里。长江上游金沙江每立方米水中的输沙量在1949—1976年的27年间只增加了0.2公斤，而在1982—1985年的3年中竟增加了0.4公斤。目前长江带入东海的泥沙量每年达到5亿吨，已是黄河输沙量的三分之一，相当于世界三大河流——尼罗河、亚马逊河、密西西比河的输沙总量。青藏高原生态环境逐步恶化，不仅制约了当地经济的发展，而且对我国未来发展构成了较为严重的威胁。严峻的现实迫使我们不得不把高原的环境问题置于与发展问题同等重要的位置进行研究。

环境与发展相互依存，相互促进，环境是人类赖以生存和发展的基础，发展是促进环境保护的前提条件。江泽民同志在党的十四届五中全会的讲话中指出：“在现代化建设中，必须把实现可持续发展作为一个重大战略。要把控制人口、节约资源、保护环境放到重要位置，使人口增长与社会生产力的发展相适应，使经济建设与资源、环境相协调，实现良性循环。”研究青藏高原的发展，必须遵循这一战略原则。

研究青藏高原的环境和发展对于加强民族团结、维护祖国统一、推动社会进步、保障边疆稳定也具有十分重要的现实意义和深远的历史意义。

“青藏高原的环境与发展”研究课题就是在这一背景下提出和确立的。其目的是在充分尊重高原各族人民发展要求和发展权利的前提下，从高原的环境特点、环境价值及其对当地、对中华民族未来发展的特殊意义出发，处理好环境与发展的辩证关系；打破就高原论高原、就发展谈发展以及地区分割、部门分割等思维模式，坚持社会科学和自然科学相结合，探索一条既有利于当地经济充分发展，又有利于中华民族未来发展并符合青藏高原实际

的经济、社会、环境和资源相互协调的发展道路；矫正重经济开发、轻环境保护，重经济效益、轻环境效益，重当前利益、轻长远利益，重局部利益、轻全局利益以及由此而导致的急功近利、盲目开发、过度消耗资源等传统观念和行为，实现经济社会和生态环境的综合发展。用一句通俗的话概括就是：让青山常在、江河长流、大地常绿，既要造福当代，还要给子孙后代留下一块永续利用和可持续发展的宝地。

青藏高原的环境与发展研究旨在探索出一条科学而有效地摆脱贫困之路，以实现在经济和科技水平相对落后的条件下的加速发展，尽快地缩小这一地区与国内发达地区之间的差距。这也是我国宏观经济发展战略研究和藏学研究的一项重要任务。

“青藏高原的环境与发展”课题已被列入国家科委重点科研项目，也是今后数年中国藏学研究中心的重点研究项目。其内容涉及高原可持续发展的目标及对策、传统产业的改革和发展、优势资源的保护与开发、高原经济结构的构建、交通能源建设、科技教育发展、高原环境变迁和气候变化及其影响、生态保护和环境修复、沙漠化治理、野生动植物保护、人口与环境、高原文化、宗教与生态环境等方面，是跨地区、跨领域、多学科、全方位的系统工程。课题提出之后，得到了中国青藏高原研究会的大力支持和帮助，并组织专家撰写了自然科学部分。国家计委、国家科委、国家民委、农业部、林业部、地矿部、能源部、水电部、国家环保局以及中国科学院、中国社会科学院、农业科学院等部门和单位，也给予了我们关注、支持。上述这些部门和单位的领导及专家、学者就课题的意义、总体框架结构、子课题设计、研究思路和方法以及实施步骤等问题进行了广泛的研究讨论，提出了很多建设性意见，并取得了共识。为了加强研究力量，我们还邀请了部分在青藏高原研究方面有成就的专家、学者共同研讨，力求提

高这一课题的理论性、实践性、权威性、指导性和可操作性。

我们衷心地希望这一课题研究及这一套丛书能为国家开发青藏高原、完善宏观经济及环境政策提供参考，并成为人们了解、认识青藏高原的必读书，进而激发人们的历史责任感和使命感，为青藏高原的开发建设和环境保护做出积极的贡献。

**洛桑·灵智多杰**

一九九五年七月

# 目 录

|                                     |      |
|-------------------------------------|------|
| 绪 论 .....                           | (1)  |
| 第一节 当前研究综述及问题的提出 .....              | (3)  |
| 一、生态旅游相关问题的研究 .....                 | (4)  |
| 二、青藏高原旅游业发展的专题研究 .....              | (9)  |
| 三、国内外研究亟须解决的问题 .....                | (20) |
| 第二节 本研究的理论背景 .....                  | (23) |
| 一、研究所应用的基本理论 .....                  | (23) |
| 二、研究涉及的相关概念 .....                   | (30) |
| 第三节 本研究的基本设想及研究框架 .....             | (39) |
| 一、研究目的 .....                        | (39) |
| 二、研究思路 .....                        | (40) |
| 三、体系结构 .....                        | (41) |
| 第一章 青藏高原发展旅游业的宏观基础及<br>可行性分析 .....  | (43) |
| 第一节 发展生态旅游是青藏高原可持续发展的<br>必然选择 ..... | (44) |

|                                      |             |
|--------------------------------------|-------------|
| 一、建国后青藏高原的经济开发模式<br>及其评价：以西藏为例 ..... | (44)        |
| 二、新形势下青藏高原经济发展模式<br>的争论及分析 .....     | (52)        |
| 三、旅游业是当前青藏高原全面建设小康社会<br>的最合理选择 ..... | (58)        |
| 第二节 青藏高原发展旅游业的宏观基础 .....             | (66)        |
| 一、青藏高原发展生态旅游的经济基础分析 .....            | (66)        |
| 二、青藏高原发展生态旅游的社会基础分析 .....            | (75)        |
| 第二节 青藏高原发展生态旅游的区域背景 .....            | (79)        |
| 一、旅游业发展的自然环境脆弱 .....                 | (79)        |
| 二、发展生态旅游的 SWOT 分析 .....              | (82)        |
| <b>第二章 青藏高原旅游业发展现状及发展趋势分析 .....</b>  | <b>(92)</b> |
| 第一节 旅游业发展现状及存在问题 .....               | (92)        |
| 一、旅游业正逐步成为新的经济增长点和<br>区域优势产业 .....   | (93)        |
| 二、旅游业发展仍处于初级阶段 .....                 | (100)       |
| 第二节 青藏高原旅游业发展制约因素及<br>发展趋势分析 .....   | (106)       |
| 一、生态旅游发展制约因素分析 .....                 | (107)       |
| 二、青藏高原旅游业发展趋势分析 .....                | (111)       |
| 第三节 青藏高原旅游者行为分析：<br>以甘南藏区为例 .....    | (121)       |
| 一、时空行为分析 .....                       | (121)       |
| 二、性别与年龄分析 .....                      | (123)       |

|                                        |              |
|----------------------------------------|--------------|
| 三、职业与产品消费分析 .....                      | (123)        |
| <b>第三章 生态旅游资源内涵及市场价值提升对策研究 .....</b>   | <b>(125)</b> |
| 第一节 青藏高原发展生态旅游的资源优势分析 .....            | (125)        |
| 一、青藏高原生态旅游资源的种类及其特征 .....              | (127)        |
| 二、青藏高原生态旅游资源的空间分布结构 .....              | (139)        |
| 三、青藏高原生态旅游资源价值分析 .....                 | (140)        |
| 第二节 青藏高原生态旅游资源现状及<br>旅游资源转化的机制分析 ..... | (143)        |
| 一、生态旅游资源破坏退化严重 .....                   | (143)        |
| 二、生态旅游资源向旅游产品转化<br>和机制分析 .....         | (150)        |
| 第三节 青藏高原旅游资源整合及市场价值提升的<br>对策研究 .....   | (157)        |
| 一、青藏高原旅游资源市场价值提升的<br>预期效应 .....        | (157)        |
| 二、旅游资源市场价值提升的战略建议 .....                | (161)        |
| <b>第四章 青藏高原生态旅游产品结构优化设计 .....</b>      | <b>(167)</b> |
| 第一节 青藏高原生态旅游产品的内涵<br>及产品结构分析 .....     | (168)        |
| 一、青藏高原生态旅游产品的内涵与<br>发展层次分析 .....       | (168)        |
| 二、青藏高原旅游产品的现状分析 .....                  | (171)        |
| 第二节 青藏高原生态旅游产品结构的<br>影响因素分析 .....      | (180)        |
| 一、旅游资源禀赋因素的先决性影响 .....                 | (180)        |

|                                                  |       |
|--------------------------------------------------|-------|
| 二、旅游产品结构单一的影响 .....                              | (181) |
| 三、产品的生命周期和旅游业<br>发展环境的制约 .....                   | (182) |
| 第三节 青藏高原生态旅游产品结构优化设计 .....                       | (184) |
| 一、多元化开发旅游产品 .....                                | (185) |
| 二、提高旅游产品的参与性, 实现旅游产品的<br>动态化 .....               | (187) |
| 三、促使初级旅游产品向高级旅游产品过渡 .....                        | (190) |
| 第五章 青藏高原生态旅游市场的发展与培育 .....                       | (192) |
| 第一节 青藏高原生态旅游市场发展现状分析 .....                       | (193) |
| 一、生态旅游市场培育的主体生态旅游目的地的<br>核心功能区——生态旅游景区结构分析 ..... | (193) |
| 二、青藏高原生态旅游市场发展现状分析 .....                         | (196) |
| 第二节 青藏高原生态旅游市场的发展趋势及<br>制约因素分析 .....             | (201) |
| 一、青藏高原旅游市场发展的新趋势 .....                           | (202) |
| 二、青藏高原旅游市场运行的特点 .....                            | (205) |
| 三、青藏高原生态旅游市场培育的制约因素 .....                        | (207) |
| 第三节 青藏高原生态旅游市场培育的主要措施 .....                      | (211) |
| 一、充分运用市场有效调节 .....                               | (211) |
| 二、开发生态旅游商品 .....                                 | (213) |
| 三、完善生态旅游市场体系 .....                               | (218) |
| 第六章 青藏高原生态旅游市场营销策略研究 .....                       | (220) |
| 第一节 青藏高原生态旅游市场营销的环境分析 .....                      | (221) |
| 一、旅游业发展的宏观环境分析 .....                             | (222) |



|                                             |              |
|---------------------------------------------|--------------|
| 二、市场需求与竞争态势的判断 .....                        | (225)        |
| 三、旅游市场营销的内部条件分析 .....                       | (226)        |
| 第二节 青藏高原生态旅游市场营销存在的问题、<br>制约因素与推动力量分析 ..... | (228)        |
| 一、青藏高原生态旅游市场营销存在的<br>主要问题 .....             | (228)        |
| 二、青藏高原生态旅游市场营销的发展趋势 .....                   | (230)        |
| 三、影响生态旅游市场消费需求流行的因素 .....                   | (234)        |
| 第三节 青藏高原生态旅游市场营销的路径设计 .....                 | (237)        |
| 一、生态旅游市场营销策略及目标市场<br>策略分析 .....             | (238)        |
| 二、坚持品牌营销战略 .....                            | (242)        |
| 三、生态旅游市场营销的“绿色促销” .....                     | (245)        |
| 四、转变营销观念，发展创新营销 .....                       | (248)        |
| <b>第七章 青藏高原藏族文化生态旅游的发展 .....</b>            | <b>(252)</b> |
| 第一节 藏族文化旅游资源开发的重点及<br>文化旅游产品的构成 .....       | (252)        |
| 一、藏族文化资源的开发内容 .....                         | (254)        |
| 二、藏族文化旅游资源的开发重点 .....                       | (258)        |
| 三、青藏高原文化旅游的产品体系 .....                       | (261)        |
| 第二节 青藏高原文化旅游产品的设计及<br>文化旅游产品的开发 .....       | (261)        |
| 一、青藏高原文化旅游产品的设计：<br>以甘南州为例 .....            | (262)        |
| 二、开发民族文化旅游产品 .....                          | (267)        |