

# 川藏地区

## 节庆旅游资源与 产业开发研究

张哲乐 马晓路 孙 璐 / 著



西南交通大学出版社

---

图书在版编目 (C I P) 数据

川藏地区节庆旅游资源与产业开发研究 / 张哲乐,  
马晓路, 孙璐著. —成都: 西南交通大学出版社,  
2020.3  
ISBN 978-7-5643-7317-7

I. ①川… II. ①张… ②马… ③孙… III. ①节日 -  
旅游资源开发 - 研究 - 西南地区 IV. ①F592.77

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2020) 第 004492 号

---

Chuanzang Diqu Jieqing Luyou Ziyuan yu Chanye Kaifa Yanjiu  
川藏地区节庆旅游资源与产业开发研究  
张哲乐 马晓路 孙璐 著

责任编辑	孟秀芝
封面设计	墨创文化
出版发行	西南交通大学出版社 (四川省成都市金牛区二环路北一段 111 号 西南交通大学创新大厦 21 楼)
发行部电话	028-87600564 028-87600533
邮政编码	610031
网址	<a href="http://www.xnjdcbs.com">http://www.xnjdcbs.com</a>
印刷	成都蜀通印务有限责任公司
成品尺寸	170 mm × 230 mm
印张	11.5
字数	212 千
版次	2020 年 3 月第 1 版
印次	2020 年 3 月第 1 次
书号	ISBN 978-7-5643-7317-7
定价	68.00 元

图书如有印装质量问题 本社负责退换  
版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

## 前言

节庆旅游是区域旅游资源深度开发的产物，其发展水平体现了区域旅游产业发展的综合实力。节庆旅游能够有效促进区域旅游资源整合，促进传统文化的保护与传承，促进区域旅游产业结构的调整与优化，进而提升当地旅游产业的整体竞争力，塑造良好的旅游目的地品牌形象。

独特的自然环境和迷人的民族风情造就了川藏地区丰富多彩的节庆文化，只需要参加一次当地的传统节庆活动，就能够在短时间内集中地获得饮食、服装、建筑、体育、游乐、民俗等各种各样的文化体验，这对旅游者来说，具有非常强烈的吸引力；同时，就旅游产品而言，节庆旅游活动也有着很高的性价比。因此，以节庆旅游为抓手，激发文旅产业活力，已经成为四川和西藏建设“文旅强省”的重要发展路径。

川藏地区节庆旅游活动在文化禀赋、资金支持与市场需求方面均具有良好的优势。但作为一种重要的文化旅游产品，川藏地区节庆旅游活动类型多样，产品丰富，管理模式多元，活动项目差异较大，川藏地区节庆旅游产业的发展存在不小的难度。总的来说，目前对于川藏地区节庆旅游资源与产业开发的研究还不够全面和深入，制约了川藏地区节庆旅游产业的健康发展。

本书在前人研究的基础上，结合自身研究与实践的经验，立足川藏地区，从节庆旅游资源的整理和评价、节庆活动与旅游业的互动影响、节庆旅游产业发展的原则和战略、节庆旅游产业的发展规划、节庆旅游产业的运营管理体系和节庆旅游人才培养机制等六个方面开展了研究，

希望为川藏地区节庆旅游的理论丰富与产业进步贡献绵薄之力，也希望能够引领学术界不断拓展川藏地区节庆旅游产业的研究领域，包括以川藏地区重点节庆活动为对象的个案研究，川滇藏等共同打造节庆旅游产品的区域节庆旅游产业协同发展研究，中外节庆旅游产业发展的对比研究等。

作为四川省教育厅创新团队项目“四川藏区旅游业与民族节庆资源融合发展创新研究”（项目编号：17TD0027）以及川藏旅游产业竞争力提升协同创新中心项目“川藏地区节庆旅游资源开发研究”（项目编号：17CZZX11）的研究成果之一，本书得到了四川省教育厅和川藏旅游产业竞争力提升协同创新中心的资助。作者在撰写过程中，还得到了西藏自治区旅游发展厅、四川省文化和旅游厅、西藏大学、四川旅游学院等单位的指导和协助，在此向各单位表达衷心的感谢。最后，由于作者水平有限，相关基础资料比较缺乏，书稿中尚有许多不足或疏漏之处，恳请同行专家和广大读者不吝赐教。

**张哲乐**

2019年6月于成都

# 目录

1 绪 论	1
1.1 概念和研究范围界定	1
1.2 国内研究综述	10
1.3 研究的内容和意义	17
2 川藏地区节庆旅游资源调查	20
2.1 川藏地区节庆活动资源统计	20
2.2 川藏地区节庆旅游资源分析	20
2.3 川藏地区节庆旅游活动的主要内容	36
2.4 川藏地区主要节庆旅游项目概况	49
3 川藏地区节庆活动与旅游业的互动影响	55
3.1 川藏地区节庆活动对旅游业的影响	55
3.2 川藏地区旅游业对节庆活动的影响	60
3.3 川藏地区节庆旅游产业的影响	63
4 川藏地区节庆旅游产业发展原则及战略	72
4.1 川藏地区节庆旅游产业发展原则	73
4.2 川藏地区节庆旅游产业发展战略	78

5	川藏地区节庆旅游产业发展规划	93
5.1	川藏地区节庆旅游产业发展的定位	93
5.2	川藏地区节庆旅游产业的空间布局	98
5.3	川藏地区节庆旅游产品开发	104
5.4	川藏地区节庆旅游产业营销	116
6	川藏地区节庆旅游产业运营管理体系	128
6.1	组织和人员管理	128
6.2	现场管理	137
6.3	赞助与财务管理	142
6.4	风险管理	148
7	川藏地区节庆旅游人才培养机制	154
7.1	川藏地区节庆旅游人才培养机制探索	155
7.2	川藏地区节庆旅游人才培养机制构建	158
8	结 论	174
	参考文献	175

# 1 绪 论

伴随着现代旅游业进入“大产业、大融合、大发展”的新常态，以及人们对文化旅游产品需求的日益青睐，旅游目的地对传统节庆旅游活动开发的热潮不减，已成为传播目的地形象和传承地方文化、振兴旅游经济的重要旅游形式。川藏地区拥有众多极具特色的节庆活动资源，较知名的节庆活动有藏历新年、雪顿节、望果节、赛马会、转山节、香浪节、沐浴节、射箭节、燃灯节、驱鬼节等。从文化内涵和活动内容上看，川藏地区的节庆活动资源相比内地更具有原生态的民族特色和文化内涵，是非常有价值的旅游资源。

目前川藏地区节庆旅游产业的发展状况并不令人满意，没有明显起到提升川藏地区旅游产业竞争力、促进川藏地区社会经济文化发展的作用，因此，有必要针对川藏地区旅游业的特点以及民族节庆活动资源的状况，将二者的融合创新发展作为川藏地区旅游业与节庆文化产业协同创新发展的新思路，将川藏地区的传统节庆活动资源与旅游产业开发路径相整合，挖掘川藏地区文化旅游资源，打造基于节庆活动的旅游营销平台，丰富川藏地区目前以观光旅游为主的产品体系和内涵，为川藏地区的全域旅游提供可选择的发展道路，最终推动川藏地区的社会、经济和文化健康快速发展。

## 1.1 概念和研究范围界定

### 1.1.1 节庆旅游的概念

关于节庆旅游目前尚没有一个准确的定义，概念界定模糊不清，存在相互包容和混用的情况。从国内的相关研究来看，对节庆旅游内涵和

外延的理解有较大分歧，主要表现在对“事件旅游”“节事旅游”“节庆旅游”等概念的探讨上。国外相关研究中，常把节日（festival）和特殊事件（special event）合为一体进行研究，英文简写为FSE（festivals and special events），国内学者翻译为“节事”，就相应地出现了事件旅游、节事旅游、节庆旅游等旅游形式（戴光全，保继刚，2003）。

目前广大学者对节庆旅游概念代表性的定义有以下几种。邹统钎（1999）认为，节庆旅游是指以各种节日的庆祝和举办为核心吸引力的一种特殊旅游形式。吴必虎（2001）认为，广义的节庆旅游等同于旅游节事，通常是指一些含有多种旅游项目的事件，包括节日、地方特色产品展览、体育比赛等具有旅游特色的活动或非日常发生的特殊事件；狭义的节庆旅游是指周期性举办的节日等活动，但不包括各种交易会、展览会、博览会、文化、体育等一次性结束的事件。戴光全（2005）也把广义的节庆等同于节事，认为狭义的节庆专指各种节日。黄翔（2004）指出，节庆旅游活动指规模不等、有特定主题、在特定的时间和同一区域内定期或不定期举办，能吸引区域内外大量的游客，不同于人们常规的生活路线、活动和节目的各种节日庆典、集会、交易会、博览会、运动会、文化生活等。徐舟（2005）从狭义节庆的角度来理解节庆旅游，认为节庆旅游只包括目的地根据其资源实际情况，人为策划举办的带有浓郁地方民族文化氛围的节庆旅游活动，不包括传统节庆和特殊事件。

本研究从狭义的角度理解节庆旅游，节庆旅游是由各种节日庆典和特殊事件引发的一种旅游形式，包括传统和人为策划的节日庆典和特殊事件，但不包括个人婚礼、毕业典礼、同学聚会等私人性质事件，即那些不能直接产生旅游行为、不具备较高旅游价值的节庆旅游活动类型。节庆旅游产生的初衷往往并不是把节庆旅游活动作为吸引物来满足旅游者日益增长的旅游需求（这是传统旅游的目的），而是为了满足节庆旅游活动举办地在政治、经济、文化与社会生活等诸方面的统筹发展需求、取得区域竞争优势等。然而这些节庆旅游活动通常的确能够激发人们的参与动机或旅游动机。因此，如果需要做区分，则传统的观光度假旅游主要是一种满足型旅游消费，而节庆旅游更加体现出一种“引导+满足”的旅游消费行为特征。此外，由于节庆旅游活动本身的特殊性，与传统旅

游者相比，节庆旅游的细分客源市场在旅游动机和旅游行为方面有着自身独特的特征。<sup>①</sup>

### 1.1.2 研究范围界定

本书的研究范围限于川藏地区的民族节庆，该研究范围的界定包含两个方面：一是地域范围，二是民族范围。在地域方面，川藏地区指整个西藏自治区和四川藏族羌族聚居区，其中四川藏族羌族聚居区包括四川省的甘孜藏族自治州，阿坝藏族羌族自治州，凉山彝族自治州的木里、盐源、冕宁、甘洛、越西县，雅安市的宝兴、石棉、汉源县以及绵阳市的平武、北川等县。在节庆所属的民族方面，仅限于藏族和羌族的节庆旅游活动，不包括在上述地区范围内的汉族以及其他少数民族的传统节庆旅游活动。

### 1.1.3 川藏地区节庆旅游发展现状

川藏地区有着丰富的自然和人文旅游资源，壮美的雪域风光、迷人的山水、众多的古刹古迹、独特的民族风情文化对众多国内外游客的吸引力与日俱增。川藏地区除了拥有丰富的旅游资源，同时还拥有除全国共度的重大节日之外具有浓郁地方特色和民族文化特色的节日，如藏历新年、西藏拉萨雪顿节、四川甘孜康定情歌国际音乐节等，这是其他地区无法比拟的优势。

2017年西藏自治区累计接待游客2 561.43万人次，比上年同期增长10.6%，实现旅游总收入379.37亿元，同比增长14.7%。<sup>②</sup>西藏自治区的旅游业已逐渐成为当地国民经济的支柱型产业，在带动农牧民增收、脱贫致富上发挥着重要作用，对完善当地经济发展结构、提高居民收入方面都具有非常重要的意义。西藏自治区政府把旅游产业作为西藏的主导

---

① 戴光全，张骁鸣. 节事旅游概论[M]. 北京：中国人民大学出版社，2011：28-29.

② 2017年西藏自治区国民经济和社会发展统计公报[EB/OL]. [2018-04-15]. [http://www.tibet.cn/cn/news/zx/201804/t20180415\\_5644100.html](http://www.tibet.cn/cn/news/zx/201804/t20180415_5644100.html).

产业和特色产业之首，给予了各种技术和经济政策保障，这将大大促进西藏节庆旅游今后的快速发展。中央第六次西藏工作座谈会提出把西藏自治区建设成为“中华民族特色文化保护地和重要的世界旅游目的地”，其中重要发展途径之一就是以节庆旅游为抓手，构建西藏全域旅游的新格局。目前，西藏自治区的节庆旅游已经成为当地旅游业重要的产品链条和宣传平台，对于平抑旅游淡旺季差距、推广西藏民族文化、带动民族地区脱贫致富有极强的促进作用。如冬季西藏一直处于旅游淡季，但2018年藏历新年期间，西藏自治区累计接待国内外游客45.85万人次，同比增长48.2%，取得了西藏旅游发展史上前所未有的深度突破。同时随着游客接待量的翻番增长，西藏的景区入园率和酒店入住率均实现历史性突破，主要酒店入住率大幅提升，平均入住率超过60%，其中国际、连锁酒店入住率高达90%以上，达到近年西藏星级酒店冬季经营史的最高水平。2016年，西藏林芝桃花节的主会场“桃花村”的门票收入达到86.7万元，每位村民年底分红4850元，西藏林芝本土文化也借助桃花节的平台对外广泛传播。<sup>①</sup>由于节庆活动对旅游业巨大的带动作用，西藏自治区已决定将独具特色的藏族民俗文化融入节庆旅游和主题多样的旅游推介会中，既增加了国内外游客对藏族传统文化的了解，又提高了西藏百姓对自身文化的自信心和自豪感，同时带来了可观的经济收益。

在四川藏族羌族聚居区中，2017年阿坝州全年接待国内外游客2909.6万人次，实现旅游收入235.72亿元，<sup>②</sup>甘孜州全年接待国内外游客1668万人次，旅游总收入为166亿元，较2016年分别增长28.1%和27.3%。<sup>③</sup>四川省50%以上的世界级、国家级旅游资源都分布在四川藏族羌族聚居区。四川藏族羌族聚居区是全省旅游发展潜力最大的地区之一，是四川建设世界旅游目的地的重要支撑。四川省“十三五”旅游业发展

- 
- ① 孙健.西藏节庆搭档旅游业，文化自信经济效益双丰收[EB/OL]. [2018-03-13]. [http://www.tibet.cn/cn/travel/201803/t20180313\\_5543999.html](http://www.tibet.cn/cn/travel/201803/t20180313_5543999.html).
  - ② 2017年阿坝州国民经济和社会发展统计公报[EB/OL]. [2018-04-10]. [http://www.abazhou.gov.cn/xxgk/zwgk/tjgb/201804/t20180410\\_1350102.html](http://www.abazhou.gov.cn/xxgk/zwgk/tjgb/201804/t20180410_1350102.html).
  - ③ 2017年甘孜州国民经济和社会发展统计公报[EB/OL]. [2018-02-28]. <http://www.gzfz.gov.cn/html/gzfg/40282f814a7cbfa4014a7cc8560c0005/xxfb/zbx/4028809260ddd3ed0161df73d8480100.html>.

规划中提出,在“十三五”期间,四川省以四川藏族羌族聚居区为全省旅游业的突破口,形成“大熊猫、大九寨、大草原、大香格里拉”四大国际旅游品牌,在四川藏族羌族聚居区推出10条旅游精品线路;同时四川省还将加快建设川藏旅游经济带、川滇藏区域旅游合作实验区等。作为四川藏族羌族聚居区旅游大开发中的重要突破口,传统民族节庆旅游活动已经成为四川藏族羌族聚居区旅游业的核心产品和主要推广平台。如甘孜州为了进一步提升自身对外形象,展示“圣洁甘孜”品牌和特色,促进地方经济发展和农牧民群众增收致富,2017年共举办“甘孜山地旅游节”等节会赛事和推介活动7场,成功举办“康定情歌国际音乐节”等文化节庆旅游活动13场,全年共接待游客1668万人次,比上年同期增长28.1%,实现旅游收入166亿元,同比增长27.3%。<sup>①</sup>四川阿坝州从2016年起,先后举办四川红叶生态旅游节、四川大熊猫国际生态旅游节,还有水果采摘节、高山兰花节、梨花节等多个节庆旅游活动,有效拉动了阿坝州的全域全时旅游。其中“2018四川红叶生态旅游节”共计接待游客5万余人次,实现旅游收入4145万元。<sup>②</sup>

当前旅游业已成为川藏地区社会发展的重要动力和新的经济增长点,川藏地区旅游业的发展大大带动了商业、制造业、餐饮、酒店等行业的发展。作为民俗文化精华的节庆活动,一旦与旅游业结合,不仅可以借助旅游消费有效宣传民俗文化,而且可以不断丰富和更新旅游业的内容,为旅游业注入新的血液和活力,从而使民俗文化和旅游业取长补短,相得益彰<sup>③</sup>。西藏和四川两个省区都将发展特色节庆旅游活动助力全域旅游作为今后各自区域旅游业的发展方针。西藏自治区拟将拉萨雪顿节、日喀则珠峰文化旅游节等多个节庆旅游活动作为重点节庆品牌进行包装和打造;四川省拟将阿坝州的国际熊猫节、甘孜州的康定情歌节打造成省级重大节庆旅游活动,并努力培育成国际性节庆旅游品牌。未

① 尤紫璇,唐莉.四川甘孜力争今年游客2200万人,旅游收入210亿[EB/OL]. [2018-01-19]. [http://m.china.com.cn/test/doc\\_1\\_9\\_629660.html](http://m.china.com.cn/test/doc_1_9_629660.html).

② 阿坝州林业局.阿坝州以彩林为介,举办各类节庆旅游活动[EB/OL]. [2018-10-25]. [http://www.abazhou.gov.cn/jrab/zwyw/201810/t20181025\\_1373920.html](http://www.abazhou.gov.cn/jrab/zwyw/201810/t20181025_1373920.html).

③ 赵东玉.中华传统节庆习俗研究[M].北京:人民出版社,2002:236.

来川藏地区的旅游业还将进一步加强节庆的带动作用，构建多层次的节庆体系，以节庆旅游激活地域文化的灵魂，以节庆旅游为抓手，创建全季节、全天候的全域旅游新格局。

### 1.1.4 川藏地区节庆旅游存在的问题

川藏地区的节庆旅游发展到今天，取得了显著的成就，不仅挖掘了丰富多样的节庆活动类型，在内容的开发上也逐步走向深入，且形成了许多知名度较高的节庆旅游品牌，它们成为川藏地区旅游业有较强活力和发展前景的专项旅游产品。但是川藏地区在节庆旅游的发展过程中也出现了许多问题，这些问题在不同程度上制约着当地节庆旅游的发展。

#### 1.1.4.1 缺乏系统性规划，不同区域的节庆资源没有做到协同发展

川藏地区的常住居民除汉族外，主要以藏族为主，该地区藏族人口相当于西藏自治区总人口的 90.48%<sup>①</sup>，占四川甘孜州总人口的 78.46%<sup>②</sup>，占四川阿坝州总人口的 58.7%<sup>③</sup>。藏族人民的传统文化和民俗风情成为西藏全区和四川藏区两个区域节庆旅游的重要资源，但川藏地区节庆旅游缺乏系统性的长远规划，节庆旅游资源缺乏有效整合，西藏全区与四川藏区有着相似的文化和民族背景，却没有做到协同发展，川藏地区的节庆活动资源没有得到科学合理的利用，给当地旅游业的发展带来一定的影响。例如在西藏全区和四川藏区各地同时举办的送魔节、桑吉曼拉节、米拉日巴劝法会、跳神节、燃灯节等节庆旅游活动，由于没有能够在西藏全区和四川藏区两个区域做到跨区域协同发展，资源没有得到有效的配置，所以这些节庆活动的知名度、旅游开发水平都无法令人满意，影

- 
- ① 史云峰.从第六次人口普查数据看西藏人口发展变迁与特征[J].西藏民族学院学报(哲学社会科学版),2013(1):51.
  - ② 杨红忠,何小平.甘孜州2015年全国1%人口抽样调查主要数据公报[EB/OL].[2016-07-02].<http://gz.newssc.org/system/20160702/001961293.html>.
  - ③ 2017年阿坝州国民经济和社会发展统计公报[EB/OL].[2018-04-10].[http://www.abazhou.gov.cn/xxgk/zwgk/tjgb/201804/t20180410\\_1350102.html](http://www.abazhou.gov.cn/xxgk/zwgk/tjgb/201804/t20180410_1350102.html).

响了川藏地区节庆旅游的可持续发展。

#### 1.1.4.2 对政府依赖程度大，市场化运作程度不高

一个成功的节庆旅游活动需要多个部门的配合协调，其中政府的宏观调控是不可缺少的。但目前川藏地区节庆旅游活动存在对政府依赖程度大的现象，其中绝大多数节庆旅游活动都由政府负责举办，节庆组委会成员几乎全部来自当地政府的各个相关部门。人们普遍认为由政府主办节庆旅游活动具有强大的号召力和权威性，可以比较容易地调动各方面的资源为节庆旅游活动服务，却因此忽视了节庆旅游市场自发的调节和运行机制。政府主导下的节庆旅游，不可避免会有较多的行政干预，会限制企业的积极性，阻碍节庆旅游活动走向市场化。加上政府举办节庆的目的不够明确，活动内容不够新颖，缺乏必要的节庆营销手段，节庆旅游活动的投入和产出不成正比。

在川藏地区节庆旅游的发展初期，节庆旅游市场化运作程度不高，需要依靠政府的主导和扶持来实现。而随着川藏地区节庆旅游产业的发展，应当逐渐推进节庆旅游的市场化进程，否则市场化不足势必会影响川藏地区节庆旅游产业的可持续发展。市场化运作要求按市场经济规律，以市场企业化运营模式来实现资源的有效配置。任何地方举办节庆旅游活动，都应基于一定的经济、社会、文化条件予以开展。除了必要的基础设施条件、相当的经济水平之外，还要有完善的市场化运作体系。同时应本着节俭务实的精神，严格控制节庆旅游活动的数量和规模，坚决制止那种不讲成本、不讲效益、劳民伤财的节庆旅游活动。

#### 1.1.4.3 品牌意识薄弱，节庆知名度不高

成功的节庆旅游活动首先要树立自己的品牌，川藏地区节庆旅游活动的许多组织者现在还没有建立品牌意识，只是依靠自己对传统节庆旅游活动的理解去举办，没有深入挖掘节庆活动的特色，更没有思考如何在此基础上创立一个品牌节庆活动，这就造成川藏地区节庆旅游活动与国内外知名品牌节庆旅游活动有着较大的差距，无法与之同台竞技。近年来川藏地区举办了很多节庆旅游活动，但大部分都是规模小、时间短、

影响不大的节庆旅游活动，没有在消费者群体中留下深刻的印象。而且大多数节庆旅游活动都是近年来新开展的，即使有一定的历史渊源，但由于主办方品牌意识薄弱，也往往流于表面。加上对节庆旅游活动的内涵认识不够，川藏地区的节庆旅游活动总体质量往往不高。国内外著名的传统节庆是当地旅游的一张名片，例如巴西狂欢节、西班牙传统奔牛节、德国慕尼黑啤酒节、蒙古达斡尔族阿涅节、中国洛阳牡丹文化节等知名节庆，能够全方位地带动当地旅游发展。川藏地区的节庆旅游活动跟这些知名节庆相比，知名度仍相对较低，无论在国外还是在国内的影响力和竞争力都相对较弱，因此需要研究如何将节庆旅游资源优势转化为旅游效益，形成川藏地区特有的节庆旅游品牌，推动川藏地区节庆旅游发展。

#### 1.1.4.4 没有充分挖掘传统文化内涵，地方特色不鲜明

川藏地区悠久的历史 and 深厚的文化底蕴，使其拥有丰富的人文旅游资源。但在节庆旅游的开发和保护过程中，一方面没有充分地挖掘川藏地区旅游文化资源方面的优势，包括特色饮食、民间游乐项目、特色手工艺品、音乐歌舞等；另一方面已开发的节庆旅游活动也没能完全体现川藏地区传统节日的内涵和特色。一些应该有的特色活动细节没有凸显出来，对旅游者的吸引力不强。缺乏特色，是很多地方节庆旅游活动寿命短或效益差的首要原因。对于节庆旅游活动的参加者来说，活动的主题特色内容是产生旅游吸引力的根本。节庆旅游要扩大市场，靠的就是独特的活动主题。而川藏地区的节庆旅游活动大多没有鲜明的主题，很多节庆旅游活动都追求大而全。此外，节庆旅游活动的开展必须以一个地区的文化底蕴为依托，只有注入了文化内涵，节庆旅游活动才有它的生命力。而川藏地区现在开展的很多节庆旅游活动，在追求经济效益的同时往往忽略了文化内涵的挖掘，一旦缺乏深厚的文化内涵，就只能在短期内增加亮点，长远来看不利于川藏地区节庆旅游的健康持续发展。

#### 1.1.4.5 旅游基础设施和公共服务有待完善

节庆旅游活动的顺利开展，离不开节庆旅游活动举办地的交通、通

信等旅游公共基础设施,以及餐饮、住宿等基本旅游服务设施,还需要当地政府的公共服务体系作为后勤保障。川藏地区由于经济发展水平相对比较落后,加上高海拔地区的自然条件限制,区域内的航空、铁路、公路等公共交通网络发展缓慢,交通基础设施不够完善。部分市县区位条件恶劣,地处偏远,当地的交通服务、接待能力、食宿条件和卫生状况及地方政府的旅游公共服务管理水平都有待进一步提高。例如,作为西藏自治区首府的拉萨市是川藏地区交通基础条件最好的城市,拥有贡嘎机场、青藏铁路和多条高速公路等交通基础设施,但每逢旅游旺季,尤其是雪顿节、跳神节等大型节庆旅游活动举办期间,大量游客和朝圣者涌入拉萨,时常会引起季节性的交通拥堵。随着拉萨城市环境的不断改善,西藏自治区其他地区的民众开始转移到拉萨定居,使得拉萨流动人口和常住人口逐年增多。2012—2017年,拉萨市汽车保有量以每年2万~2.5万辆的速度递增,这大大增加了拉萨的城市交通负担。百度地图发布的《2017年第三季度中国城市研究报告》城市拥堵数据显示,拉萨已经成为国内交通拥堵情况加剧城市中增幅最大的城市。<sup>①</sup>节庆活动所依托的交通等旅游接待基础设施和公共服务管理水平的滞后,会对川藏地区节庆旅游的可持续发展产生较大的障碍。

#### 1.1.4.6 缺乏节庆旅游方面的专业人才

由于川藏地区发展节庆旅游的时间不长,加上川藏地区的社会经济发展水平相对较为落后,同时工作生活条件较为艰苦,对节庆旅游人才的吸引力不够,川藏地区从事节庆旅游方面的专业人才比较缺乏,目前在岗的从业人员素质较低,不具备必要的专业知识,难以胜任综合性较强的节庆旅游工作,这使得川藏地区节庆旅游产业面临严重的人才短缺的问题。由于川藏地区的教育发展水平不足,这些问题是无法依靠川藏地区自身的人才培养来解决的,在今后相当长一段时期内,必须依靠引进外来人才的方式才能解决。川藏地区每次组织大型节庆旅游活动的人员,基本上都是当地民众或者是相关的政府工作人员,从业人员很少毕

---

<sup>①</sup> 张雪芳.盘点拉萨市内各拥堵路段,请提前择路绕行[EB/OL]. [2017-11-30].  
<http://xz.people.com.cn/n2/2017/1130/c138901-30980902.html>.

业于专门的旅游院校，其教育背景也不是旅游管理专业或会展管理专业，甚至有些人员对节庆旅游完全不了解，对节庆旅游的策划、组织安排、运营，节庆旅游活动的内容、流程等缺乏专业性的认知。节庆旅游专业人才的缺乏，导致川藏地区在节庆旅游业的发展方面不能推陈出新，缺乏好的设计理念和创新思想，在很大程度上制约了川藏地区节庆旅游业的发展。

#### 1.1.4.7 过于注重游客需求，忽视当地居民

现代节庆旅游活动不同于过去的传统节日狂欢，它以传播地区旅游形象、吸引旅游者消费、促进旅游产业发展为主要目的，已成为一种商业化开发后的旅游产品。所以，现在川藏地区的部分节庆旅游活动为了招徕游客，不惜改变传统民族传统节日的原有面貌去迎合游客的需要，而忽视了当地居民继承和保护本民族传统文化的权利。传统节庆是以当地居民为主、游客为辅举办的节庆旅游活动，而现代节庆则理念不同，往往是以游客为主，更有甚者将当地居民完全排除在外。事实上，节庆旅游的主要吸引物除了当地的自然风景和人文建筑以外，衣食住行、婚丧嫁娶等当地民俗文化的展示必须依赖于当地民众的积极参与和配合。倘若将当地居民这么重要的节庆背景要素排除在外，川藏地区的节庆旅游活动就根本没有长远发展的根基。一旦失去了节庆旅游活动的原动力，节庆旅游将很难得到持续发展。

## 1.2 国内研究综述

近年来，对川藏地区节庆旅游的研究越来越受到国内学术界的广泛关注，已取得了一系列成果。截至 2017 年 12 月，在中国期刊全文数据库、中国博士学位论文全文数据库和中国优秀硕士论文全文数据库三个数据库中检索到研究川藏地区节庆旅游的相关文献共 240 篇。目前关于川藏地区节庆旅游的研究成果主要体现为川藏地区节庆旅游活动的内涵、节庆旅游活动与外部环境的互动、节庆旅游资源的保护与开发等几个方面。

### 1.2.1 川藏地区节庆旅游活动的内涵研究

宁世群（1990）按照节日的内容，将藏族传统节日划分为宗教性节日、生产性节日、藏历年节和文娱性节日等四类。<sup>①</sup>林继富（1991）认为包括苯教和佛教在内，宗教文化对藏族民间群体意识和精神的影响深远，藏族的节日源头可能表现为宗教活动。<sup>②</sup>旺宗（2008）以拉萨地区的节日民俗作为研究对象，从节日的分类和特点，节日的起源、发展和演变，民俗文化内涵，对民俗生活的作用，节日文化未来发展的探索等方面进行了详细的概述和分析。<sup>③</sup>王德和（2010）研究了四川凉山州甘洛县尔苏藏族传统的“渣卓”节日文化，发现“渣卓”“布渣卓”和“拉巴”是三个相互联系的民俗节日，其所形成的节日文化具有浓厚的祖先崇拜、祭拜天神等本地民间信仰文化特质，并提出对这些传统节日文化进行研究与保护，有利于民族地区和谐社会的构建。<sup>④</sup>李玉琴（2012）通过对四川甘孜州的新龙县“十三”节和丹巴县“香古”年这两个传统年节的对比研究，发现两个地方性年节因节庆地域的不同、历史和民族文化发展背景的不同而自成体系，同时又具有不少相似或相同的文化现象，反映了两地藏族有着共同的民族文化心理特征。<sup>⑤</sup>黄林（2013）以四川甘孜康定“转山会”、甘南“香浪节”以及西藏的“雪顿节”和“望果节”为例，对藏族地区节庆中的休闲习俗进行了介绍。<sup>⑥</sup>扎西尼玛（2013）对藏历新年的演变及传统习俗进行了详细的介绍，包括从藏历十二月初直到新年初五的整个活动流程和活动内容。<sup>⑦</sup>杜莉梅、马汉钦（2001）指出在所有

- 
- ① 宁世群. 藏族传统节日[J]. 青海社会科学, 1990(2): 96-101.  
 ② 林继富. 藏族宗教节日文化试论[J]. 民俗研究, 1991(4): 50-55.  
 ③ 旺宗. 拉萨地区节日的发展演变及其民俗文化内涵分析[D]. 拉萨: 西藏大学, 2008.  
 ④ 王德和. 尔苏藏族“渣卓”节日文化研究[J]. 广西民族大学学报, 2010(5): 97-100.  
 ⑤ 李玉琴. 四川藏区两个特殊年节的比较研究——对新龙“十三”节和丹巴“香古”年的调查分析[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2012(7): 10-14.  
 ⑥ 黄林. 藏地休闲节俗的特点与渊源[J]. 寻根, 2013(4): 73-78.  
 ⑦ 扎西尼玛. 藏历新年的演变及传统习俗[J]. 文学界, 2013(1): 305-306.