

【旅游理论研究】

国内外登山旅游研究综述^{*}

平措卓玛, 徐秀美, 林清清

(西藏大学 旅游与外语学院, 西藏 拉萨 850000)

[摘要] 登山旅游作为一项结合登山运动和旅游活动、旅游开发的产物, 得到了越来越多的关注和研究。以梳理国内外登山旅游相关文献及报道为主, 从内容层面对国内外的研究进行述评, 并结合研究方法和技术对比了国内外研究的差异和差距。通过把握国内外研究内容和研究方法的动态, 旨在为相关研究提供借鉴思路。

[关键词] 登山旅游; 研究述评; 国内外

[中图分类号] F590.7 [文献标识码] A [文章编号] 1674-3784(2017)06-0012-10

登山活动是人类对自然的挑战与征服, 一直以来, 登山都是一项令人神往而又敬畏的体育活动。以珠峰为例, 自上世纪 20 年代初, 人类便开始了探索珠峰及其周边山峰的登山活动。自二战结束以来, 旅游活动越来越形成大众化趋势, 登山旅游呈现出遍地开花的态势, 一些著名山峰得以开发, 登山旅游活动的内容也逐渐变得丰富多样, 国内外关于登山旅游领域的相关研究也应运而生, 通过文献检索, 笔者对近 30 年来有关登山旅游的文献进行了梳理, 归纳出相关研究热点。以“mountain & tourism”为关键词在 Wiley Online library、Springer 等数据库检索到的相关英文文献共有 30 篇; 以“登山+旅游”“登山 or 登山旅游”为关键词在 CNKI、万方、维普等数据库检索到中文文献 25 篇。从研究内容的角度, 分别整理国内外文献的不同研究焦点。在此基础上, 横向对比国内外研究方法与技术差异。

1 国外登山旅游问题研究内容综述

国外登山旅游的相关研究主要集中在登山旅游目的地的乡村社区问题研究、登山游客的行为研究、登山旅游规划研究、登山旅游景区经营管理相关问题研究等方面。从文献刊出的时

^{*}[基金项目] 2015 年度西藏自治区高校青年教师创新支持计划项目“世界旅游目的地建设背景下的西藏登山旅游发展研究”(QC2015-05); 2015 年度西藏大学“珠峰学者人才发展支持计划”青年骨干教师项目

[收稿日期] 2017-05-18

[作者简介] 平措卓玛(1972-), 女, 藏族, 云南迪庆人, 西藏大学旅游与外语学院副教授, 主要研究方向为西藏传统文化与旅游人类学; 徐秀美(1983-), 女, 西藏大学旅游与外语学院讲师, 主要研究方向为旅游经济; 林清清(1978-), 女, 华南师范大学旅游管理学院副教授, 主要研究方向为区域发展与旅游规划。

[引用格式] PHUNTSOK D, XU X M, LIN Q Q. Research review of mountaineering tourism from home and abroad[J]. Tourism forum, 2017, 10(6): 12-21. [平措卓玛, 徐秀美, 林清清. 国内外登山旅游研究综述[J]. 旅游论坛, 2017, 10(6): 12-21.]

间来看,2000年以后的文章逐年增多,并且近3年的研究也有了创新和积累。从研究案例地来看,欧洲、南亚是众多学者关注的主要区域,其中阿尔卑斯山、珠穆朗玛峰、喜马拉雅山脉等著名登山旅游目的地出现的频率较高。

1.1 登山旅游目的地的乡村社区问题

第一,登山旅游对于周边乡村社区造成的影响。Price M F回顾了登山旅游的开发模式,分析和比较了Allan等研究人员的结论,立足于登山旅游的可持续发展理念,对登山旅游的可进入性、时间维度、游客的类型、旅游社区社会文化结构的变化等角度,对登山旅游景区周边社区及居民进行了调查,认为社区是登山旅游赖以依存的基础,并且相关研究尚不能总结和归纳出社区多样化发展的具体模式^[1]。Sanjay K针对尼泊尔境内的珠穆朗玛峰登山旅游对当地社区(主要是指乡村)居住环境的影响,从空间和时间两个方面论述了珠穆朗玛峰地区旅游住宿接待点住宿业态的发展模式和演化流程,指出:这些旅游住宿接待点经历了多次转变,例如,一些以牧业为主的村子由季节性旅游中心演变为永久定居点;这篇文章还论述了登山旅游社区在不同生命周期阶段的变迁特点,得出结论:深入检查农村定居点的开发过程,并了解其动态特性对制定合理计划和发展战略尤为重要^[2]。Peter W指出:经济的全球化加速了众多山地社区的边缘化程度,原住民在经济层面变得更加不利,自然资源禀赋等级下降;在这种背景下,登山旅游成为这些社区的主要收入来源,但不可否认的是,依托登山旅游的经济发展模式会给社区管理带来挑战,同时,也会给旅游产业管理带来挑战^[3]。Olga G对登山以及滑雪运动对目的地自然生态环境造成的影响进行了研究,研究表明:滑雪中心的运营与建设对于周边山区的发展起着显著作用,作者经过一段时间的连续跟踪观察,发现滑雪中心对于提高周边社区居民收入水平和拉动就业具有积极作用^[4]。Pierre-Olaf Schut根据法国Pelvoux Massif地区的登山旅游兴起状况,调查了登山旅游活动对于社区旅游基础设施的影响,该研究也证实了登山活动对于促进地区经济增长起到关键作用^[5]。

第二,登山旅游目的地周边乡村社区的利益相关者分析。Susanna Heldt Cassel选取瑞典Falun山区的登山旅游社区为案例,分析了Copper Mountain的遗产旅游开发进程中不同旅游利益相关者之间的关系^[6]。Juan Gabriel Brida运用聚类分析和Logit模型技术,对意大利北部一处登山旅游地的社区居民进行了分析,通过调查当地居民对于登山旅游开发过程中政策的感知情况,研究社区居民和旅游开发商之间的矛盾关系^[7]。

第三,社区参与决策。Laura Bonzanigo等学者在论证欧洲高山地区冬季旅游与气候变化相关性问题时,吸纳当地居民参与讨论,鼓励创造性和建设性的冲突,即应用参与式决策支持过程分析高山旅游目的地的地方发展,为实现旅游业的可持续发展制定策略规划^[8]。

1.2 登山旅游景区的经营管理相关问题

第一,相关述评。Michael Volgger对最近出版的《登山旅游》(Mountaineering Tourism)一书进行了评论,介绍了书中的一些创新观点,例如,登山旅游的定位,登山旅游者应当具备的道德,登山旅游的环境管理和垃圾处理技术,登山旅游者的安全与健康问题等,认为该书主题明确,细致地阐述了登山旅游的理论概念和处理实践中矛盾的方法^[9]。

第二,登山旅游目的地的人力资本。Linda Lundmark对瑞典登山旅游区域的人力资源进行了分析,认为全球化和经济重构是影响人力资本的主要因素。作者从1985—1999年的人口统计数据库中抽取了一组数据,运用GIS技术进行分析,结果表明该区域的人力资本市场已经发生了巨变,旅游行业及部门成为吸纳劳动力的一个重要部门,但仍受制于登山旅游在发展

过程中的一些不确定因素和不公平现象的影响。尽管人口总数呈下降趋势,但是登山旅游的季节性导致劳动力开始不断涌入该区域^[10]。

1.3 登山旅游者研究

第一,登山旅游者的需求、动机、态度和行为。J. Tesite 等学者以捷克共和国西南部的 Sumava 山脉为研究个案,从登山游客感知的角度出发,采用参与式调查法(也可译为:关键线人暗访)和问卷调查法相结合的手段,根据游客行为特征和行为模式、游客的期望和需求,以及当地企业家的登山旅游活动进行了调查和分析。调查结果显示:游客的需求、期望和消费行为受季节性影响较小;游客对于距离和交通的敏感度较高,大部分游客来自邻近地区和大城市,例如,布拉格;游客在 Sumava 山区更倾向于游览及欣赏森林风光,体验大自然的馈赠;多数登山游客的旅游需求是基于对惯常环境的逃避^[11]。Wanfei Wang 对中国的宗教朝觐者进行了分析,构建出了一套测评中国佛教名山——普陀山朝觐者的行为和动机的指标,研究结果表明:宗教信仰、文化体验、精神休闲是影响多数宗教朝觐者的旅游需求和动机的主要因素。在此基础上,作者也研究了以往的经验 and 信仰虔诚程度对于朝觐行为和动机的影响:以往的经验与朝觐动机之间是显著的正相关关系,信仰的虔诚程度对于朝觐行为起着决定性作用,且根据行为理论,宗教信仰和精神休闲可以被视为推力因素,而文化体验可以被视为拉力因素^[12]。Yang Mu 等于 2014 年 4 月至 5 月期间对尼泊尔境内珠峰大本营的登山探险游客进行了田野调查,结果表明:登山游客的风险意识存在差异,登山探险更多的是基于个人的实际经验,多数登山游客对于自身可能遇到的风险是存在担忧甚至恐惧的;一些自身经验不足的游客往往选择向夏尔巴人学习登山知识。该文主要从风险感知的角度研究登山探险游客的动态冒险状态^[13]。Martin Falk 运用面板误差修正模型,分析了汇率变化对于冬季登山滑雪游客出游意愿和规模的影响,当欧元兑换瑞士法郎的汇率降低时,瑞士冬季登山滑雪游客数量增加;无独有偶,在奥地利也存在同样的现象。该研究表明:登山旅游需求的汇率弹性为 21.5,这表明瑞士冬季登山游客对汇率和相对价格的变化具有高敏感度^[14]。

第二,登山旅游者的生态效应。Bruce Prideaux 等学者基于游客感知的视角,研究了随着登山旅游的升温,登山旅游活动对景区脆弱性生态系统的影响和破坏,作者为此构建了一个含有 6 个步骤的综合模型来测评登山景区景观的视觉变化情况,该模型应用于澳大利亚昆士兰的热带雨林,预测了登山旅游目的地环境容量^[15]。Adarsh Batra 认为印度境内的喜马拉雅山脉日益增多的登山探险、冰川攀岩的游客破坏森林与植被、污染水源和乱扔垃圾的行为,以及由登山旅游引发的生态退化、土地贫瘠等现象,导致了一些原本风景如画的村庄相继消失。并且,人类的登山旅游活动还会引发诸如夏季淡水资源的缺乏、周边社区卫生质量下降等消极效应^[16]。Adarsh Batra 还对印度境内的喜马拉雅山脉宗教朝觐者、登山探险游客以及其他类型的游览者和观光客砍伐森林、践踏河岸植被、乱扔垃圾等不文明现象进行了批判^{[16]215}。Olgag 针对登山旅游和滑雪旅游游客对于环境保护的态度进行了分析,结果显示:多数游客尽管在职业和收入方面情况不同,但对于以现金捐款的形式来保护景区景观环境的认识方面持支持态度^[17]。

第三,登山旅游者的识别、登山导游的作用。Paul Beedie 针对登山游客和探险游客之间的联系,从登山以及探险的规定与相关管理条例的角度,探析了对登山旅游者的识别。作者运用量化分析方法对登山旅游导游和一般旅游活动导游的不同:由于登山旅游对于体能的消耗比较大,并且存在很大的危险性,因而登山旅游导游的作用至关重要。同时作者也强调了登山

旅游管理对于行业规范性的重要作用^[18]。

第四,登山客源市场研究。Joana Lima 等学者围绕葡萄牙登山旅游目的地游客的消费水平、消费范围进行分析,由此细分出不同类型的登山旅游者市场,并对不同类型细分市场的消费能力、旅游行为、人口统计学特征等进行了研究,旨在为实现当地旅游经济的快速发展,以及合理的旅游规划制定提供相应的对策^[19]。Susan Houge Mackenzie 采用逆转理论,根据登山探险旅游者的经验,对玻利维亚地区的旅游者进行细分^[20]。这是对传统市场细分方法的一种创新和超越,该研究涉及数据分析和心理学学科的诸多理论;同时也结合了民族志研究范式,忠实地反映现实存在的各种情况。

1.4 登山旅游规划研究

Sanjay K 等人对山地资源的特点进行了讨论,提出评价登山旅游及其游憩性的概念性框架,包括生物多样性、登山旅游目的地的边缘性、可进入性、生态环境的脆弱性、基础设施和美学价值等方面;证实由于旅游活动和山地旅游规划用地的影响,对登山旅游的管理工作带来了挑战。Sanjay K 等认为,拟议的框架不仅有助于登山旅游规划和管理,同时也为进一步研究山地地区资源特点、登山旅游休闲规划等提供研究依据。同时指出,登山旅游目的地要实现可持续发展,就要克服山地其他经济发展所需资源有限性的瓶颈^[21]。

1.5 其他研究点

第一,登山旅游概念的阐释。Glen Olivier Cousquer 和 Simon Beames 分析了登山旅游研究中的一些新的概念,例如“登山专家”“登山领袖”“登山专业化”“登山指南与标准化”等名词,围绕着这些概念论述了专业优越性的定义特征,并且认为登山旅游领域国际认证标准与关键实践、知识体系的垄断,共同造成了登山旅游这一领域的专业化。该文构建了一个详细的框架,该框架允许最大的国家培训机构对此进行评定和研究^[22]。

第二,山地新兴运动研究。Peter Mason 以一项比较流行的运动——“山地自行车骑行运动”对山区旅游规划的影响为出发点,选取新西兰 Manawatu 地区的山区为例,论述山地自行车骑行运动对于环境造成的影响,建议对山地自行车手进行游客管理和限制^[23]。Arild Rokenes 等人运用访谈法和参与式观察法调查了山地自行车和野外滑雪旅游游客的感知,并对如何防止游客中负面事件冲突的出现进行了分析^[24]。Jean Corneloup 指出在 20 世纪 80 年代末和 90 年代初,旅游和体育之间的界限逐渐模糊化,主要的原因在于一些新的活动的发展,例如,攀岩、山地自行车、峡谷漂流等较为“活跃的旅游项目”打破了传统意义上在文化和地理方面因循守旧的旅游活动方式。并且,作者认为此时间段内欧洲金融风暴对于法国冬季旅游产品开发产生了刺激作用。这是由于金融危机的影响,以法国为代表的一些国家开始思考旅游产品多元化开发的出路,也因此,休闲体育开始与旅游相结合,使得登山旅游项目遍地开花^[25]。

第三,登山旅游的负责任性特点。Sanette Lacea Ferreira 从旅游扶贫效应的角度出发,认为 Table 国家公园辖区的山区除了关注旅游的经济利益之外,还应当将生物多样性保护和社会责任作为开发重点^[26]。无独有偶,Sanette Lacea Ferreira 指出我们除了要关注登山旅游的扶贫效应以外,也要关注登山旅游活动带来的经济、社会以及政治现象,尤其要关注其自然环境效应^{[26][27]}。Natalie Ooi 等学者从社会资本的角度切入来衡量和检查山区旅游的可持续性,解释了社会资本网络的概念,这篇文章的结果表明:山区度假胜地旅游活动对于社会资本状况和社会文化可持续发展等指标产生的积极效应主要体现在促进社区的合作精神、加强

游客与社区居民的文化交流等方面^[27]。

第四,登山旅游组织的功能。Eric Levet-Labry 等认为一些合作组织或者协会,例如,法国阿尔卑斯登山俱乐部(CAF)、独木舟俱乐部(CC)、法国旅游俱乐部(TCF)等,对于区域旅游经济发展发挥了重要作用^[28]。

2 国内登山旅游研究内容综述

从国内登山旅游研究文献的刊出时间来看,自2010年以后,相关的报道才有了增多的趋势;2010年以前的研究寥寥无几。从研究内容来看,已报道的文献主要集中在旅游营销、登山旅游资源优势与劣势分析、登山旅游节庆、登山旅游安全、登山旅游对于生态环境的影响等方面。

2.1 登山旅游营销

肖琴认为目前中国登山旅游营销的制约性因素主要来自尚未健全的市场机制、人才缺失的管理队伍以及尚不完善的登山旅游服务^[29];朱浩认为登山旅游品牌形象不是仅仅通过宣传的手段就能实现的,同样也需要在丰富服务内容、创新服务理念方面做文章^[30];吴长稳指出登山旅游营销除了要在品牌塑造方面下功夫,还需要借力于事件营销来拓宽宣传力度^[31];王洪祥、曹艳提出了登山旅游的有效性营销思路,指出借势营销、“随变”营销、个性传播等,均可以提升登山旅游的营销效果^[32];陈燕等提出将网络营销的手段应用于登山旅游的观点,建议采取营销联盟的方式,不同的登山旅游景区可以采取联合营销的方式,延伸和拓宽登山旅游产业链^[33];毕文军、迟燕平认为登山旅游的营销可以采用与房地产展示活动、登山俱乐部活动、环保专项活动、招商洽谈活动、名人登山活动、重大社会活动、其他名胜景区营销活动等事件、活动相组合的策略^[34];崔淑珍从基础设施建设、人才培养、营销理念创新、淡季营销、旅游项目的参与程度等角度提出了中国登山旅游营销战略的拓展思路^[35]。

2.2 登山旅游节庆

宋振春、陈方英对比研究居民对于泰山国际登山节和东岳庙会这两种不同类型节庆活动的感知情况,表明:与传统节庆相比,“泰山国际登山节”这样的现代节庆对于提升旅游目的地形象发挥着更为积极的作用,并且兼顾了社会文化利益^[36];陈方英从居民对旅游节庆感知的角度出发,利用李克特量表技术,以问卷形式调查了居民对泰山登山节的感知,研究结论表明:泰山登山节对于居民的影响较为广泛和深远,主要体现在登山节庆活动的举办可以增加当地就业机会、提升个人经济收益、改善交通环境等方面,这些都是积极效应。但同时,也会导致当地治安环境变差、经营业主道德水平下降、本土文化的商品化、交通拥堵、阻碍当地居民出行等负面问题的发生,针对这些影响,作者提出了“泰山登山旅游节”需要提升举办质量的建议^[37]。

2.3 登山旅游资源的优势与劣势分析

惠忠涛针对中国东北地区登山旅游的迅速发展态势,分析了现有旅游资源优势、旅游气候优势、旅游环境优势与旅游基础设施优势,指出东北地区登山旅游在营销力度、偏远地区的基础设施建设投入、旅游的交通成本、当地政府机构之间的协调性等方面存在的问题和瓶颈,并从营销策略的角度提出建议^[38];无独有偶,刘红梅等从历史文化、民族风情、饮食习惯、自然气候等角度分析了中国西南地区登山旅游资源优势^[39];王兵认为西北地区登山旅游开发相对较晚,因而众多景区保留了较为原始的风情,成就了目前西北地区的登山旅游优势,但也明显存在“可进入性不强”的劣势^[40]。

2.4 登山旅游活动的环境影响

王凤桐立足于生态环境维度,针对现代文明以及与登山运动相关的人类活动所导致的山区自然环境受到污染的现状,从行政法律、政府干预的角度提出了保护登山运动目的地的生态环境以及珍稀物种的措施。他认为人类在登山活动中对于自然环境的破坏,尤其是对野生生物的捕猎行为不仅是自然污染,同样也是“精神污染”^[41]。于良璞针对珠峰登山活动对自然环境造成的污染,提出:环境保护活动应该贯穿于登山者的整个攀登过程,包括在各个登山营地设立公共厕所和垃圾箱,将各个营地的物资和垃圾做到零遗留,通过教育和宣传工作提升每个登山者的生态环保意识等具体的做法^[42]。程岩、李明阳等针对游客在登山活动过程中在紫金山开辟了众多“野道”的不文明现象,依据 Cole 提出的值相变异度参数(Floristic Dissimilarity, FD)和覆盖率减少参数(Coverage Reduction, CR)的量化方法对“野道”导致的植被覆盖率低,以及植被种类减少等现象进行了量化分析,并且基于景观规划的视角,提出通过改造地形、补植树木等手段来阻隔“野道”的设计观点,同时也要配合着加强“官道”的管理,以限制车辆进入^[43]。雷欢欢分析了人类体育活动对于自然环境的依赖和影响,援引了国际上一些迫在眉睫的现象,例如,阿尔卑斯山面临消失的冰川、中国青藏高原山峰物种减少、积雪消融等环境问题,并且采用数理统计分析和实地调查法对西藏已开发以及尚未开发的山峰进行了调查,论证了登山运动可持续发展的方向^[44]。

2.5 登山旅游安全问题

刘天虎等以新疆境内的慕士塔格峰为例,从登山探险旅游政策法规体系、安全预警和天气预报机制、登山大本营基础设施、线路等级及风险评估体系、保险制度以及登山旅游的服务和管理人才队伍等方面,详细地分析了登山旅游安全预防措施以及应急处理机制方面存在的问题,探讨了慕士塔格峰登山旅游活动中存在的漏洞,通过引入实践过程中的危机事件,例如,2008年7月份发生的当地塔吉克族与柯尔克孜族之间为运送游客行李物资而引发的冲突;同年同月发生的登山队员意外死亡而保险公司拒赔等事件,来佐证其研究的观点。并在此基础上构建了包括政策法规、安全预警、安全控制、安全救援与安全保险五大指标在内的新疆登山探险旅游安全保障体系^[45]。

2.6 其他

第一,登山旅游的起源。靳建明梳理了登山运动和登山旅游起源的发展脉络,认为登山运动起源于18世纪后期的欧洲,最初是由瑞士青年科学家H·德索修尔为了研究高山植物而发起的,后来逐渐演变成为一项新的体育运动;还特别指出自20世纪50年代起,喜马拉雅山脉得到了众多登山运动者的青睐,出现了“喜马拉雅的黄金时代”;并认为登山旅游是随着登山运动的发展而逐渐形成和发展的,结合中国80年代的实际情况,提出借力于人文资源和自然资源进行登山旅游项目开发,以及完善登山旅游服务的思路^[46]。尽管文章中的观点是对中国80年代发展旅游接待事业的反映,但其中不乏至今仍可借鉴的思路。

第二,登山游憩与休闲之间的联系。冯晓运用实证研究范式分析了登山游憩专门化与休闲约束之间的联系,使用因子分析与回归分析的结果表明:自身约束是休闲约束中对于游憩专门化水平影响最为深刻的一个约束^[47]。该项研究结果与侯广斌的研究结论有着殊途同归之处。汤澍等以紫金山的登山游憩者为研究对象,采用问卷调查法和结构方程模型技术,对其深度休闲、地方依恋和游憩专门化之间的联系进行了实证分析,结果显示:登山游憩者的深度休闲特质程度与地方依恋和游憩专门化水平之间存在正向影响的关系,这是国内研究登山游客

游憩行为的少数报道之一^[48]。

第三,登山旅游者的需求与行为分析。侯广斌从社会学的研究视角出发,调查了郴州市、吉首市经常参与登山活动的群众,分析了两市不同类型的山岗登山活动参与情况,从年龄、职业、锻炼距离、锻炼时间等维度出发,对比不同类型山岗登山人群的特征,根据研究结论,作者建议两市的风景区、公园实行年卡制,以解决登山人群在运动辐射范围小、消费高等方面的问题^[49]。左斌从商业价值和精神消费需求两个层面探讨了登山旅游的前景,认为登山旅游的开发不仅要关注商业前景,更需要立足于登山游客的高品位精神文化需求^[50]。

第四,崇山文化与登山旅游开发的关联。陈磊、雷春利从藏族崇山文化的角度出发,分析了藏区民众的崇山文化与宗教渊源,进一步探讨如何发挥崇山文化的优势来实现和促进登山旅游项目的开发^[51]。

3 国内外登山旅游研究内容与方法技术的比较

相比较而言,国内关于登山旅游的研究起步较晚,并且多数研究集中在旅游营销层面,以定性研究为主,定量研究可以说还处于探索阶段;需要指出的是,国内研究人员开始将研究的视角投向登山游憩活动与地方依恋、休闲之间的内在联系层面,这在国外的文献中并不多见。同时,大部分研究侧重于如何将登山运动与旅游目的地、节庆等进行有机结合,从而更好地发展登山旅游这一产业,与此同时,在登山旅游发展过程中不断发现问题,提出问题,也是目前国内有关登山旅游研究的重要方面。

国外登山旅游的相关研究起步较早、数量较多,在研究方法和技术上,国外一些学者将有效的调查和分析方法运用到研究之中,而不仅仅是定性的描述分析。从研究内容的角度分析,国外的登山旅游研究范围较广,涉及旅游利益相关者、社区影响、登山旅游者市场、登山旅游者行为、态度、需求,甚至延伸到了与登山旅游相关的一些体育或旅游项目之中,例如,山地自行车、高山滑雪等。国外研究者的研究不单纯局限于登山这一具体的外在表现形式所引发的各种现象,而是深入研究登山旅游带来或造成的地质、环境变化,以及利益相关者的博弈,目的地社区因此而产生的改变等,探讨管理、发展模式时,更多强调的是责任。

4 结语

国内外文献表明,国外关于体育旅游、休闲旅游的研究正处于方兴未艾的阶段,关于登山旅游也有较为深入细致的研究。国内相关研究则主要集中于营销等实用性方面,更深入的有关旅游者行为及目的地可持续发展方面的研究还较少。特别是西藏,这里云集了世界高海拔山峰,每年都吸引着广大登山爱好者前来探险,但相关研究却少之又少。西藏拥有得天独厚的山峰资源,有着广阔的登山旅游市场,将登山旅游作为产业来进行挖掘和开发,可谓前景可观。西藏丰富的登山旅游资源,不仅对特种旅游爱好者和探险家有着极大的吸引力,对普通的旅游者而言也同样提供了更多的选择。

为推动登山旅游理论研究和登山旅游实践的健康发展,研究者有必要结合目前登山旅游的国内外研究进展,吸取相关研究精髓,把握最新研究动态。

根据本文的述评,后续的研究可以对登山旅游者市场以及登山旅游利益相关者等问题进

行分析,在充分梳理登山旅游资源的基础上,从供给与需求的角度研究登山旅游的参与者、供给情况(山地资源)、环境保护与监控、游客对目的地的影响及社区参与等问题,结合登山旅游的生态影响,探讨登山旅游的可持续发展等问题,重点总结登山旅游者类型及行为偏好、登山旅游对目的地的文化和环境影响,以及如何对目的地利益相关者进行有效管理。

在研究技术及方法方面,可以尝试借鉴国外的量化技术进行分析和研究。

参考文献

- [1] PRICE M F. Patterns of the development of tourism in mountain environments[J]. *Geo journal*, 1992, 27(1):87-96.
- [2] NEPAL S K. Tourism and remote mountain settlements: spatial and temporal development of tourist infrastructure in the Mt Everest Region, Nepal[J]. *Tourism geographies*, 2005, 7(2):205-227.
- [3] WILLIAMS P W, FENNELL D A. Creating a sustainable equilibrium between mountain communities and tourism development[J]. *Tourism recreation research*, 2002, 27(3):5-8.
- [4] CHRISTOPOULOU O G, PAPADOPOULOS I J. Winter tourism, development of mountainous areas and visitors' attitudes towards landscape protection[J]. *Anatolia*, 2001, 12(2):153-164.
- [5] SCHUT P O. Sport as a major player in the development of tourism: the history of mountaineering in the Pelvoux Massif, France, from 1861 to 1914[J]. *International journal of the history of sport*, 2013, 30(12):1329-1350.
- [6] CASSEL S H, PASHKEVICH A. Heritage tourism and inherited institutional structures: the case of Falun Great Copper Mountain[J]. *Scandinavian journal of hospitality & tourism*, 2011, 11(1):54-75.
- [7] BRIDA J G, OSTI L, BARQUET A. Segmenting resident perceptions towards tourism: a cluster analysis with a multinomial logit model of a mountain community[J]. *International journal of tourism research*, 2010, 12(5):591-602.
- [8] BONZANIGO L, GIUPPONIA C, BALBI S. Sustainable tourism planning and climate change adaptation in the Alps: a case study of winter tourism in mountain communities in the Dolomites[J]. *Journal of sustainable tourism*, 2016, 24(4):637-652.
- [9] VOLGGER M. Mountaineering tourism, book review[J]. *Current issues in tourism*, 2015, 18(12):1218-1220.
- [10] LUNDMARK L. Economic restructuring into tourism in the Swedish mountain range[J]. *Scandinavian journal of hospitality & tourism*, 2005, 5(1):23-45.
- [11] TESITEL J, KUSOVA D, BARTOS M. Tourists' Reasons for visiting mountain areas: a case study of the Sumava Mountains[J]. *Landscape research*, 2003, 28, (3):317-322.
- [12] WANG W F, CHEN J S, HUANG K J. Religious tourist motivation in Buddhist Mountain: the case from China[J]. *Asia Pacific journal of tourism research*, 2016, 21(1):57-72.
- [13] YANG M, NEPAL S. High mountain adventure tourism: trekkers' perceptions of risk and death in Mt. Everest region, Nepal[J]. *Asia Pacific journal of tourism research*, 2016, 21(5):500-511.
- [14] FALK M. The sensitivity of tourism demand to exchange rate changes: an application to Swiss overnight stays in Austrian mountain villages during the winter season[J]. *Current issues in tourism*, 2015, 18(5):465-476.
- [15] PRIDEAUX B, COGHLAN A, MCNAMARA K. Assessing tourists' perceptions of climate change on mountain landscapes[J]. *Tourism recreation research*, 2010, 35(2):187-200.
- [16] BATRA A. A case study of major issues and sustainable solutions to mountain tourism in the capital of Himachal Pradesh, Eternallindia[J]. *Anatolia*, 2012, 13(2):213-220.
- [17] CHRISTOPOULOU O G, PAPADOPOULOS I J. Winter tourism, development of mountainous areas and visitors' attitudes towards landscape protection[J]. *Anatolia*, 2001, 12(2):153-164.
- [18] BEEDIE P. Mountain guiding and adventure tourism: reflections on the choreography of the experience[J]. *Leisure studies*, 2003, 22(2):147-167.
- [19] LIMA J, EUSÉBIO C, KASTENHOLZ E. Expenditure-based segmentation of a mountain destination tourist market[J]. *Journal of travel & tourism marketing*, 2012, 29(7):695-713.
- [20] MACKENZIE S H, KERR J H. A (mis)guided adventure tourism experience: An autoethnographic analysis of mountaineering in Bolivia[J]. *Journal of sport & tourism*, 2012, 17(2):125-144.
- [21] NEPAL S K, CHIPENIUK R. Mountain tourism: toward a conceptual framework[J]. *Tourism geographies*, 2005, 7(3):313-333.

- [22] COUSQUER G O, BEAMES S. Professionalism in mountain tourism and the claims to professional status of the International Mountain Leader[J]. Journal of sport & tourism, 2013, 18(3):185-215.
- [23] MASON P, LEBERMAN S. Local planning for recreation and tourism: a case study of mountain biking from New Zealand's Manawatu Region[J]. Journal of sustainable tourism, 2000, 8(2):97-115.
- [24] ROKENES A, SCHUMANN S, ROSE J. The art of guiding in nature-based adventure tourism; how guides can create client value and positive experiences on mountain bike and backcountry ski tours[J]. Scandinavian journal of hospitality and tourism, 2015, 15(sup1):62-82.
- [25] BOURDEAU P, CORNELOUP J, MAO P. Adventure sports and tourism in the French mountains: dynamics of change and challenges for sustainable development[J]. Current issues in tourism, 2002, 5(1):22-32.
- [26] FERREIRA S L. Balancing people and park: towards a symbiotic relationship between Cape Town and Table Mountain National Park[J]. Current issues in tourism, 2011, 14(3):275-293.
- [27] OOI N, LAING J, MAIR J. Social capital as a heuristic device to explore sociocultural sustainability: a case study of mountain resort tourism in the community of Steamboat Springs, Colorado, USA[J]. Journal of sustainable tourism, 2015, 23(3):417-436.
- [28] LEVET-LABRY E, SCHUT P O. Sport and tourism—an effective cooperation: canoeing and mountaineering in France before the First World War[J]. Sport in history, 2014, 34(2):276-294.
- [29] XIAO Q. Bottleneck and prospective of tourism marketing on Chinese mountaineering[J]. China business & trade, 2011(5):150-151. [肖琴. 当前我国登山旅游营销的瓶颈与前瞻[J]. 中国商贸, 2011(5):150-151.]
- [30] ZHU H. Innovation on the key level of mountaineering tourism brand[J]. China business & trade, 2010(20):153-154. [朱浩. 论登山旅游品牌重点层面的创新[J]. 中国商贸, 2010(20):153-154.]
- [31] WU C W. The tourism resources advantage and tourism marketing promotion strategy of Chinese mountaineering[J]. China business & trade, 2010(19):149-150. [吴长稳. 我国登山旅游资源优势及旅游营销促进策略[J]. 中国商贸, 2010(19):149-150.]
- [32] WANG H X, CAO Y. Research on enhancing the effectiveness of tourism marketing[J]. China business & trade, 2010(20):164-165. [王洪祥, 曹艳. 增强登山旅游营销有效性的研究[J]. 中国商贸, 2010(20):164-165.]
- [33] CHEN Y, QIN A M, GAO X X, et al. The analysis on the network marketing of current mountaineering tourism[J]. China business & trade, 2011(2):168-169. [陈燕, 秦爱民, 高绪秀, 等. 当前登山旅游的网络营销论析[J]. 中国商贸, 2011(2):168-169.]
- [34] BI W J, CHI Y P. The multiple combination strategy on event marketing of mountaineering tourism[J]. China business & trade, 2010(20):150-151. [毕文军, 迟燕平. 论登山旅游事件营销多重组合策略[J]. 中国商贸, 2010(20):150-151.]
- [35] CUI S Z. Strategy on broadening China's mountaineering tourism marketing[J]. China business & trade, 2010(19):155-156. [崔淑珍. 拓宽我国登山旅游营销战略的思考[J]. 中国商贸, 2010(19):155-156.]
- [36] SONG Z C, CHEN F Y. A comparative study on residents perception of two types of tourism festival activities: questionnaire of Taishan International Mounting Festival in Taian City and Dongyue Temple Fair[J]. Tourism tribune, 2008, 23(12):63-69. [宋振春, 陈方英. 两种类型旅游节事居民感知的比较研究: 对泰安泰山国际登山节和东岳庙会的问卷调查[J]. 旅游学刊, 2008, 23(12):63-69.]
- [37] CHEN F Y. Residents' perception and attitudes on tourism festival of world heritage destinations: a case study of the International Mountain Tai Climbing Festival[J]. Journal of Taishan University, 2008, 30(5):23-27. [陈方英. 世界遗产地居民对旅游节庆的感知与态度研究: 以泰安市泰山国际登山节为例[J]. 泰山学院学报, 2008, 30(5):23-27.]
- [38] HUI Z T. Analysis and research on diversified development of mountaineering tourism in Northeast China[J]. China business & trade, 2011(2):184-185. [惠忠涛. 登山旅游在东北地区多元化发展及分析研究[J]. 中国商贸, 2011(2):184-185.]
- [39] LIU H M, MA L F. Analysis on the resources advantage and marketing strategy of mountaineering tourism in Southwest China[J]. China business & trade, 2010(2):192-193. [刘红梅, 马丽芬. 西南地区登山旅游资源优势及营销策略分析[J]. 中国商贸, 2010(2):192-193.]
- [40] WANG B. Analysis on development path and diversification of mountainneering tourism market in the Northwest China[J]. China business & trade, 2010(2):189-190. [王兵. 西北地区登山旅游市场多元化开发路径及分析[J]. 中国商贸, 2010(2):189-190.]
- [41] WANG F T. Research on environmental protection of mountaineering[J]. Journal of Tianjin Institute of Physical Educa-

- tion,1988(2):61-62.[王凤桐.登山运动环境保护问题之研究[J].天津体育学院学报,1988(2):61-62.]
- [42] YU L P. Everest mountaineering and ecological environment protection[J].Man and the biosphere,2013(6):90-96.[于良璞.珠峰登山运动与生态环境保护[J].人与生物圈,2013(6):90-96.]
- [43] CHENG Y, LI M Y, LIU M, et al. Influence of artificial trail on forest landscape[J].Forest inventory and planning, 2011,36(4):105-108.[程岩,李明阳,刘敏,等.城市森林公园登山“野道”对森林景观的影响分析[J].林业调查规划, 2011,36(4):105-108.]
- [44] LEI H H. Research on the relationship between Tibet mountaineering and environmental protection[D].Xi'an:Shaanxi Normal University,2011.[雷欢欢.西藏登山运动与环境保护关系的研究[D].西安:陕西师范大学,2011.]
- [45] LIU T H, JIN H L, WU P Q, et al. Research on the safety guarantee system of mountaineering expedition;a case study of Muztagh Ata in Sinkiang[J].Productivity research,2010(2):100-102.[刘天虎,金海龙,吴佩钦,等.登山探险旅游安全保障体系研究:以新疆慕士塔格峰为例[J].生产力研究,2010(2):100-102.]
- [46] JIN J M. The development and reception of mountaineering tourism[J].Tourism tribune,1986(2):22-28.[靳建明.登山旅游的发展与接待[J].旅游论坛,1986(2):22-28.]
- [47] FENG X. Research on the relationship between leisure constraints and recreation specialization:take Qingdao Laoshan Mountaineering leisure activity as an example[D].Qingdao:Qingdao University,2013.[冯晓.登山休闲约束与游憩专门化关系研究:以青岛崂山登山休闲活动为例[D].青岛:青岛大学,2013.]
- [48] TANG S, TANG H, CHEN L L. Interrelationships among serious leisure, recreation specialization and place attachment: a case study of climbing visitors in Purple Mountain[J].Ecological economy,2014,30(12):96-103.[汤澍,汤湫,陈玲玲.深度休闲、游憩专门化与地方依恋的关系研究:以紫金山登山游憩者为例[J].生态经济,2014,30(12):96-103.]
- [49] HOU G B. Sociological analysis on mass mountaineering in city[J].Bulletin of sport science & technology,2007,15(10):9-10.[侯广斌.城市群众性登山运动升温的社会学分析[J].体育科技文献通报,2007,15(10):9-10.]
- [50] ZUO B. A brief analysis on the development prospect of mountaineering tourism[J].China business & trade, 2010(19): 162-163.[左斌.浅析登山旅游的发展前景[J].中国商贸,2010(19):162-163.]
- [51] CHEN L, LEI C L. Research on the relationship between the strength in mountaineering of Tibet and the culture of mountain worship[J].Contemporary sports technology,2015,5(11):171-172.[陈磊,雷春利.西藏登山运动强势与崇山文化的关系研究[J].当代体育科技,2015,5(11):171-172.]

Research Review of Mountaineering Tourism from Home and Abroad

PHUNTSOK Droma,XU Xiumei,LIN Qingqing

(School of Tourism and Foreign Language,Tibet University,Lhasa 850000,China)

Abstract: As a combination of mountaineering,the product of tourism activities and tourism development, mountaineering tourism has attracted more and more attention and research. This paper combed the literature reports both at home and abroad, from the content level carried on the review of domestic and foreign research, with the research methods and techniques compared the differences and the gap of research at home and abroad. By grasping the tendency of the research content and research methods at home and abroad, the paper aimed at providing reference for this topic research thought.

Key words: mountaineering tourism;research review;at home and abroad

[责任编辑:连云凯]

[责任校对:潘岳风]