



2023 世界山地旅游发展趋势报告

Report on Development Trend of World Mountain Tourism 2023



世界山地旅游发展趋势报告 (2023版)

Report on Development Trend of World Mountain Tourism 2023



国际山地旅游联盟



官方公众号



新浪微博



国际山地旅游联盟

International Mountain Tourism Alliance



中法山地旅游发展研究院

Trip.com Group
携程集团

Tripadvisor® 猫途鹰

联合发布
Joint release



前言

4

研究方法

6

第一章 山地旅游定义与世界山地旅游资源分析

1.1 山地旅游定义	9
1.2 世界山地旅游资源分析	11

第二章 世界山地旅游的发展历史

2.1 近现代全球山地旅游的历史	20
2.2 近二十年来的全球山地旅游发展	21
2.3 山地旅游的未来畅想	25

第三章 世界山地旅游产业发展现状

3.1 复苏中的全球经济	27
3.2 强劲恢复中的全球旅游	28
3.3 全球山地旅游产业发展现状	29
3.4 中国山地旅游市场分析	41
3.5 全球山地旅游面临气候变化的挑战	47

第四章 世界山地旅游产业五大发展趋势

4.1 价值认知迭代推动山地旅游消费升级	52
4.2 习惯感受身边的美好，山地微度假持续扩容出新	54
4.3 数字技术正在深刻改变世界山地旅游产业发展	57
4.4 小众秘境和专项体验成为新宠	59
4.5 探索更具综合效益的再生旅游新模式	63



第五章 世界山地旅游热门领域及典型目的地

5.1 冰雪旅游	67
5.2 山地运动	74
5.3 国家公园	81
5.4 山地休闲	87
5.5 康养旅游	89
5.6 山地文化	93

第六章 全球山地旅游产业发展预测

6.1 可持续发展成为全球山地旅游产业共识	99
6.2 山地运动旅游发展进入全新维度	104
6.3 山地康养旅游迎来转型升级关键机遇期	109
6.4 沉浸式文化体验得到更加广泛认可和实践	114
6.5 科技赋能山地旅游体验和管理全面升级	122

第七章 综述

7.1 山地旅游定义与世界山地旅游资源分析	127
7.2 世界山地旅游的发展历史	127
7.3 世界山地旅游产业发展现状	128
7.4 世界山地旅游产业五大发展趋势	128
7.5 世界山地旅游热门领域及典型目的地	130
7.6 全球山地旅游产业发展预测	132
结语	135
附录：参考信息来源	136



前言

寒暑三载，我们共同战胜了新冠疫情，迎来山地旅游的全球复苏。我们欣喜地看到，尽管遭受多重外部压力，但山地旅游业者主动变革，转危为机，在推动自身发展模式优化迭代的同时，成为维系山地居民生计，供给公共休闲和健康福利的关键工具。《世界山地旅游发展趋势报告（2023）》（以下简称《报告》）对三年来全球山地旅游发展进行全面梳理和研判，呈现出几个特点和趋势。

一是以人为本。

新冠疫情令公众重新审视生活乃至生命的意义，认识到山地旅游不仅是为了享受清新空气或欣赏山河美景，更重要的是为心灵带来滋养，为生活增添色彩。每一次的登山、徒步、露营，都是与大自然的亲密接触，都是追求生活真谛的实践，以求找到身体与心灵、工作与生活的平衡，从而更好地理解自然、理解自己。

这对山地旅游目的地及产品提出更加多元且具体的要求，推动全球业者不断更新对山地旅游资源的认知，优化细化山地旅游体验，提升山地旅游服务品质，为游客带来幸福感、获得感和安全感。与此同时，“以人为本”的山地旅游还高度重视游客、居民、业者等利益相关方的诉求协调和权益保障，旨在令山地旅游发展惠及全员。

二是科技赋能。

我们正处于以信息技术为代表的科技创新繁盛期，

5G、物联网、大数据、云计算、人工智能、全球卫星定位系统等“数字基础设施”为山地旅游去往更远方、更深处提供前所未有的通行辅助与安全保障，更通过“元宇宙”等全新数字媒体带来如临其境的沉浸式感受，显著提升山地旅游吸引力。

材料和设备的日新月异则深化山地旅游体验。滑雪、登山、露营等户外运动装备实现良好性能和可负担价格的平衡，令越来越多的人投身于丰富多彩的山地运动。装配式建筑、全地形电驱车、载人四轴飞行器等生态干扰更低、环境适配性更高的新型设施设备则令山地旅游开发运营更具可持续性。

三是产业融合。

山地旅游是“旅游+”的集大成者。山地独特而多元的自然和文化图景，为旅游业发展提供了丰富元素和广阔空间。“旅游+文化”“旅游+体育”“旅游+康养”“旅游+教育”等令山地旅游内涵扩大，潜力剧增。无论是农业、手工业等传统产业，还是山地运动、森林康养、自然研学等新兴业态，都在全球山地旅游领域得到高度重视和普遍发展。

无论是不同产业间的横向合作，还是产业链内部的纵向合作，产业融合不但为游客带来日益延展的山地旅游体验，为业者带来供给侧迭代创新的无穷可能，更为当地居民提供获取更好生计的绝佳可能，令山地社区的产业经济体系更具弹性。如很多原住民有机会成为

登山向导、滑雪教练、自然疗愈师等“旅游+”专业人员。

四是复兴文化。

山地文化蕴含着人与自然和谐相处的传统智慧，彰显着不同土著族群的多姿多彩，这在全球生态环境压力和多元化发展阻力日益增长的今天有着格外重要的现实意义。全球公众比以往任何时候都更加乐于造访山地社区，感受差异文化，从中领悟原真，回归初心，发现自我。

各国政府都将山地旅游作为复兴社区文化，维系社区人口，推动社区社会经济可持续高质量发展的重要工具。通过切实有效的山地文化遗产保护和社区发展能力建设，全球涌现出越来越多的山地文化旅游目的地，如中国贵州省、秘鲁圣谷地区、东非肯尼亚山地区等都是其中的突出代表。

五是环境责任。

气候变化正在对山地旅游发展造成潜移默化的影响，冰川萎缩、海平面上升、极端天气频发、植物带谱迁移、水土流失加剧等一系列气候变化导致的问题不但给山地旅游开发运营带来更高成本和不确定性，更给山地旅游提出全新命题，如何以负责任的方式推动可持续发展。

越来越多的国家和地区开始通过技术、政策、经济等手段在山地推广负责任的旅游，从全周期生态足迹计算，到自然灾害监测预警，再到再生能源、生物降解等技术手段的普遍采用，特别是基于社区合作和公共教育，令社区居民和外来游客认知环境价值，认同环境责任，自觉自愿从事环保工作和开展无痕旅游。

我们欣喜地看到，全球山地旅游正在进入新时代，游客、业者、居民、政府等全体利益相关方建立广泛共识，共同探索山地旅游的可持续高质量发展之道。《报告》中列举大量行业数据和代表性案例，希望能够为山地旅游各界提供有益参考，促进积极交流。《报告》编撰工作在秘书处全体人员的共同努力和国际山地旅游相关业界组织、专家学者和联盟会员的支持下完成。在此，谨向社会各界的支持表示衷心的感谢。

研究方法

本报告的研究资料来源于一系列一手和二手资料。

本报告采用以下主要研究方法来收集山地旅游相关洞察与见解。

一是大数据分析。

运用脱敏大数据挖掘和归类排名等技术手段，对全球和中国山地旅游市场进行大数据分析，并对大数据统计特征进行归因结论，大数据时效区间自 2019 年至 2023 年。

在全球山地旅游市场范畴，包括欧洲、亚洲、北美洲、南美洲、中美洲、非洲、大洋洲在内的山地旅游市场大数据来源为猫途鹰（Trip Advisor），主要数据类型为基于标签的点评量和点评内容，归类维度包括以大洲为单位的地理单元、山地旅游专项细分市场（滑雪、露营、国家公园等）等。

在中国山地旅游市场范畴，大数据来源为携程旅行网（Ctrip），主要数据类型包括人口统计数据、消费统计数据、行为特征数据等，取数逻辑为筛选 600 余个中国国内具有代表性的山地旅游相关 5A、4A 旅游景区，将其与半径 50 公里之内的所有酒店、康养、运动、文化等重要旅游业态视为旅游目的地单元，提取综合数据，汇总形成 POI（Point of Interest，兴趣点）数据包，归类包括冰雪旅游目的地、山地运动目的地、生态休闲目的地、康养旅游目的地、山地文化目的地、国家公园目的地等。

必须强调的是，本报告的大数据分析基于猫途鹰（Trip Advisor）和携程旅行网（Ctrip）经过数据脱敏

（Data Masking）后提供的数据，不涉及相关个人和组织的数据隐私，数据样本数量属于商业秘密，不予披露，数据真实性由猫途鹰（Trip Advisor）和携程旅行网（Ctrip）负责。

二是实地调查与实证研究。

在实地调查范畴，本报告项目团队成员自 2017 年至 2023 年先后在法国萨瓦省、挪威盖洛地区、德国巴登 - 符腾堡州、肯尼亚肯尼亚山国家公园、中国贵州省、日本轻井泽地区、印度尼西亚巴厘岛、秘鲁圣谷地区等全球山地旅游代表性地区开展实地调查，通过田野调查、利益相关方访谈等方式，获得第一手资料。

在实证研究范畴，本报告项目团队通过电子邮件、视讯会议等手段，对相关案例的当地政府和主管部门、旅游经营者（公司和个人 / 家庭）、社区居民（社区意见领袖）等利益相关方进行访谈，获得第一手资料。

必须强调的是，本报告的实地调查与实证研究是探索性的，所涉及的调查和研究样本并不能完全代表全球山地旅游发展的时空规律，对所收集资料的分析和描述旨在呈现全球山地旅游产业的真实多样性，帮助读者对全球山地旅游发展现状和图景建立更加全面且具象的认知。

三是文献研究。

对山地旅游相关论文、报告和其他出版物进行聚合搜索和信息挖掘，得到关键词、量化指标和非量化指标、典型案例等形式的信息成果，经分析转化用于本报

告的世界山地旅游产业发展现状、发展趋势、发展预测及相关案例分析等部分内容。

在信息分析和使用过程中，通过对比研究(contrast)和比较研究(compare)方法，对初次获取的文献研究信息成果进行纠偏处理，旨在解决关键词替代、量化指标偏差、案例信息缺失等问题，提高信息成果准确性。

编写本报告时使用了一系列二手资料，包括国际组织、非政府组织、市场调研公司、面向青年的企业和知名媒体的出版物。有关这些资料来源的更多详情，请参阅参考信息来源。



第一章

山地旅游定义

与世界山地旅游资源分析

1.1 山地旅游定义

1.1.1 山地旅游的定义

国际山地旅游联盟（IMTA）提出“山地旅游”定义如下。

山地旅游是以山地为载体，人类在山地的基础上进行以度假、观光、户外运动、康养、文化探寻等为目的的旅游活动与行为。¹

1.1.2 山地旅游目的地的定义

国际山地旅游联盟（IMTA）提出“山地旅游目的地”定义如下。

人们利用余暇，依托山地及其高梯度效应，在自然与人文综合地域生态系统内开展各种旅游休闲及户外体验活动的区域。这个区域有广义和狭义之分，从广义角度来看，山地旅游目的地包括了各种山地休闲体验活动开展的主要依托区域，也包括其配套活动区域。从狭义的角度来看，山地旅游目的地主要是指各种山地休闲旅游活动开展的核心区域。²⁻³⁻⁴

1.1.3 山地旅游者的定义及类型

1.1.3.1 山地旅游者的定义

国际山地旅游联盟（IMTA）认为，山地旅游者的概念可以概括为：以山地为旅游目的地，以追求深度的旅游体验、增强社会交往能力、寻求身心愉悦等为主要目的的游客群体。

在此概念框架下，可根据出游动机、行为特征等需求侧因素，将山地旅游者细分为一系列类型。

1.1.3.2 山地旅游者的类型

1.1.3.2.1 山地观光客（Mountain Sightseers）

山地观光客以欣赏山地的自然和人造景观作为主要出游动机，以观看和拍照为主要活动方式，通常去往开发程度和知名度较高的旅游景点。

1.1.3.2.2 家庭和休闲游客

（Family and Leisure Tourists）

家庭和休闲游客乐于到山区享受宁静的休闲时光。这些游客寻求更轻松的体验，享受缆车之旅、观光和适合所有年龄段的家庭活动。

1.1.3.2.3 山地运动爱好者

（Mountain Sports Amateurs）

山地运动爱好者渴望通过开展登山、攀岩、远足、徒步、山地自行车、滑雪和滑翔伞等山地运动，给身心带来愉悦和刺激。他们被山地所带来的挑战所吸引，寻求征服险峻的崖壁，达到更高的山峰。

1.1.3.2.4 山地自然研学者

（Nature Research Tourists）

山地自然研学者喜欢探索大自然的奥秘，通过开展观察生物多样性、观星、地质研学、标本采集、物理实验等体验活动，学习其中的科学原理，掌握田野调查的基本技能。

1.1.3.2.5 山地文化探索者（Cultural Explorers）

山地旅游者通常会成为文化探索者，与当地社区、传统和习俗深入交流，了解世代相传的历史和故事，从山地居民的淳朴人际、坚韧性情和生活智慧中寻找面对现代工作和生活的灵感。

1 联合国世界旅游组织（UNWTO）提出的山地旅游定义为“在限定和有限的地理空间内开展的旅游活动，如山丘或山脉，具有特定景观、地形、气候、生物多样性（动植物群）和当地社区固有的鲜明特点和属性。它包括广泛的户外休闲和体育活动”。

2 联合国世界旅游组织（UNWTO）的山地旅游目的地定义为“地势高耸、景观独特的地理区域，这些区域吸引着寻求自然体验、探险活动和文化熏陶的游客。这些目的地通常展示丰富的生物多样性、土著文化和传统习俗。”

3 联合国教科文组织（UNESCO）世界遗产委员会将在文化、自然或综合方面具有特殊意义的山地区域指定为世界遗产地。这些遗产地可能包括标志性的山地景观、历史遗产、圣地和独特的生态系统。

4 世界自然保护联盟（IUCN）的山地旅游目的地定义为“具有重要生态价值的地区，包括多样的栖息地和稀有物种。这些目的地在维护生态系统服务和生物多样性保护方面发挥着至关重要的作用。”

1.1.3.2.6 山地康养旅行者

(Mountain Wellness Traveler)

山地康养旅行者期待在生态优越的山地环境中，通过积极的户外活动、深度的文化体验、良好的生活方式、适当的医疗介入、科学的膳食搭配等手段，回复身心平衡，实现整体健康。

1.1.3.2.7 原真体验寻觅者

(Authentic Experience Seeker)

一部分山地旅游者追求更为极致真实的原生态山地自然和人文体验。他们选择家庭寄宿和社区旅游项目，走进山地社区并停留一段时间，以支持当地经济，并与山地居民建立有意义的联系。

1.1.3.2.8 环境保护倡导者

(Advocators for Conservation)

当山地旅游者沉浸在独特的环境中时，他们会对山区生态系统的脆弱性和易损性有了深刻的认识，其中相当部分的人成为环境保护和可持续旅游实践的倡导者和推动者，并将其作为之后开展山地旅游的主要动机。

1.2 世界山地旅游资源分析

1.2.1 山地旅游资源的概念和特质

山地约占全球陆地面积的约 1/4，世界上约 75% 的国家拥有山地，全球约 12% 的人口居住在山地之中，另有 14% 的人口居住在山地附近，并依靠山地资源生活。这些山地及山地人口构成山地旅游资源的基本载体和内容。在此基础上，“山地旅游资源”的概念有广义和狭义之分。

狭义的山地旅游资源是指以各类特殊地形地貌为主的山水景观资源，其分布与呈现受到经度、纬度、海拔、地质构造、气候等因素的综合且显著影响。

广义的山地旅游资源是以山体为载体的各种旅游资源的聚合体，不仅包括上述狭义的山地旅游资源，还包括与之相关的生物多样性、地域物质和非物质文化遗产、天文和气象景观、温泉等特殊矿产，以及作为吸引物或具备服务功能的建筑、设施和场所等。在山地旅游学术研究和产业开发层面，更多采用的是广义概念。在此框架下，山地旅游资源具备几点典型特质。

一是景观多样性。

有关各种特色地景（峰、洞、峡、石、瀑、潭、溪等）、冰川等地质和气候变迁遗迹、垂直植物带谱等都是平原、海洋所不具备的，天象变幻的丰富度与差异性也远胜于平原地区。对于山地景观而言，起伏高差往往比绝对海拔更为重要，中国的民谚和诗词对此多有描述，“一山有四季，十里不同天”、“人间四月芳菲尽，山寺桃花始盛开”等，都是垂直植物带谱的鲜明写照；“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”则是对地质构造运动的精准诠释。

二是文化差异性。

远古人类多以山间洞穴为庇佑开展原始社会生活；宗教信徒多在山间选址修建寺庙、修道院等隐居修行；历代名人遍访雄山大川，留下千古诗篇；中国长城、古罗马长城等古代文化分界线上的山地防御工事；以帝王



图 1-1 美国优胜美地国家公园的丰富山地景观

图源：thecollector.com



图 1-2 不丹的恩加罗普部族

图源：ideas.ted.com

封禅、山神朝拜为代表的山地信仰体系；记载神话传说与历史事件的洞穴壁画、摩崖石刻等。山地完整记录了人类与自然的相处和不同族群之间的互动，为全球各地的山地文化差异性提供持续且丰厚的实证支撑。

尤其是受地形限制，山地居民存在交通不便、通讯困难等问题，即使人们有着相同的起源，语言和文化传统也会因山谷而异，甚至在相同地区因村庄而异，这其中记录着久远且深邃的人类精神基因，更具象为世代传承的土著生活方式。这种基于山地自然地理单元的



图 1-3 世界遗产地之菲律宾科迪勒拉水稻梯田

图源：X.com@WorldHeritages

“文化岛”“方言岛”现象或“少数民族”多元聚居特性是开展深度人文旅游所得天独厚的资源支撑。

三是人为创造性。

一方面，在与自然相处的过程中，人类展现出无穷的创造力。跌宕地形虽然限制了开展大规模机械化生产的可能，但激发出山地居民的无穷创造力，他们灵活适应乃至运用不同海拔、坡度、土质和植被，种植品种丰富程度远胜平原地区，并形成如“中国南方山地稻作梯田系统”等具有标识性景观的世界农业

文化遗产。文化和物料的独特性也令山地社区传统手工业拥有无可替代的旅游吸引力，成为越来越多的游客到访山地的首要动机。

另一方面，旅游资源在相当程度上是一个主观概念。随着社会认知、科技水平等影响因素的与时俱进，山地旅游的“资源观”会被人为创新和拓展。如绝对海拔造就山地独特的气候和气象，被直接转化为避暑、越冬、滑雪、摄影等专项产品；再如药用植物、植物精气（芬多精）、洞穴、矿泉等山地特有资源的疗愈功能得到广泛认知和关注，推动山地康养产业的发展。

四是生态脆弱性。

山地的气候、水土、动植物乃至产业体系、生活方式等具有高度融合性和不可分割性，形成一个环环相扣的自然和文化生态闭环。相比其他地貌类型而言，这种山地生态系统要更加复杂多样，但由于其在物理层面与生俱来的过渡性质，山地生态系统尤其脆弱，从而令以山地为载体的山地旅游资源易遭破坏，且由于山地生态系统演变机理的高度不可逆性，其一旦遭到破坏，很难真正恢复，这便导致山地旅游资源具有极强的生态脆弱性。

如劈山造路、开山造田等导致的山体的改变和特

图 1-4 珠峰大本营的垃圾问题

图源：THE TIMES OF INDIA

有山石景观的破坏；乱砍乱伐导致的森林消失和生态系统的逆向演替；过度开发导致地域文化和传统产业衰落及人口流失等，都会使山地旅游资源出现不可逆演变，直至消失。

1.2.2 山地旅游资源的类别划分

1.2.2.1 山地观光资源

观光资源是山地旅游的核心吸引物，山地观光资源包括自然资源和人文资源两个大类，可根据资源的发生、发展及演化规律（即形成因素）划分小类用于资源识别，再综合其观赏价值、游憩价值和使用价值进行资源评价。

1.2.2.2 山地康养资源

康养是山地旅游的优势门类，特别在新冠疫情以

来得到明显的显现和高度的认可及重视。山地康养主要基于几项典型资源。

1.2.2.2.1 气候康养资源

舒适的气候条件和优越的生态品质是差异化优势显著、最具广谱吸引力的山地康养资源，主要体现为避暑越冬、丰沛阳光、清洁空气、森林精气等。

加拿大学者米克茨克斯基提出的旅游气候指数 (Tourism Climate Index, TCI) 主要由 7 个气象因子计算得到：即地区平均最高气温 (°C)、月平均气温 (°C)、月最低相对湿度 (%)、月平均相对湿度 (%)、降水量 (mm)、日照时数 (h)、平均风速 (m/s)。其计算公式为 : $TCI=2\cdot(4CID+CIA+2R+2S+W)$ 。其中，CID 为白天舒适度，由平均最高气温 (°C)、月最低相对湿度 (%) 构成；CIA 为日均舒适度，由月平均气温 (°C)、月平



图 1-5 法国三峡谷滑雪度假区

图源：VIPSKI 公司

山地观光资源的类型

大类	小类	主要景观
自然观光资源	地质地貌	山峰、悬崖峭壁、峡谷、奇峰、异洞、火山、岩溶、丹霞、砂等
	气候气象	雨景、云雾景、冰雪景、霞景、日出日落、鸣沙佛光、雾凇等
	水文风光	江、河、湖、溪、潭、瀑、泉、水库、冰川等
	生物景观	原始森林、草甸、古树名木、珍稀动植物种、特殊物候景观、野生动物栖居地等
文化观光资源	物质文化	历史建筑、宗教场所、名人古迹、博物馆、纪念馆(塔、亭)等
	非物质文化	民俗庆典、特色饮食、民族服饰、传统耕作和手工艺、歌舞戏剧等

均相对湿度(%)构成; R为降水(mm); S为日照时数(h); W为平均风速(m/s)。

综合计算得出旅游气候指数将旅游气候舒适度分为四种等级:当 $TCI < 40$ 时,旅游气候舒适度为“不适宜的”;当 TCI 在 $40 \sim 60$ 之间气候舒适度为“可接受的”; TCI 在 $60 \sim 80$ 之间,气候舒适度为“好的和非常好的”; $TCI > 80$,气候舒适度为“极好的”。一般来说,气候舒适度能达到 60 分以上的山地,同时符合空气清洁度指标要求(负氧离子含量 ≥ 10000 个/ cm^3 ,细菌含量 $\leq 200cfu/m^3$, $PM2.5$ 含量 $\leq 30\mu g/m^3$),才有条件开展康养活动。⁵



图 1-6 森林疗法是非医药干预型山地康养的重要门类

图源: Boothbay Region Land Trust (BRLT)

1.2.2.2.2 森林康养资源

森林康养已经成为日本、韩国、德国等国家和地区重要的公共健康福利供给。目前全球对森林康养资源的认定与评价的主流标准如下。

整体特征:最好是管理良好的森林(有助情绪提升效果),枯木比例低,但同时没有过多的伐木痕迹。此外,森林应明亮(有助导向性和安全性)、无废弃物和噪音;面积:面积更大、更连贯的森林可增加健康福祉,还能促进活动;树龄:拥有大树和成熟树木的老龄森林可增加健康福祉,并对娱乐偏好产生积极影响;树木蓄积:有落叶树和针叶树的混交林比单一树种的混交林更有吸引力,因此会增加人们的健康福祉;树木高度和结构:树木越高,健康福祉越强。此外,树高(树梢的高度)多层次组合被认为更具吸引力;林分密度:林分密度较低的光照林,光照度较高,会增加人们的健康福祉;树冠:树冠覆盖率约为 75%,再加上充足的光照,会增加健康福祉;其他植被:除树木外,植被(从绿色到彩色)应丰富多样,既不过于茂密,也不过于空旷;林间小道:平坦、易于行走的林间小道,以及自由的路边小道,易于定位(视野开阔),不仅能提高舒适度,还能增加游憩价值。

1.2.2.2.3 温泉等矿产康养资源

温泉广泛分布于全球山地,其对身心的疗愈功效自古罗马时代就得到认知和推广,其作用机理主要有三。

一是温热作用。温泉疗法直接参与体温调节,维

⁵ Mieczkowski, Z. (1985) The Tourism Climatic Index: A Method of Evaluating World Climates for Tourism. The Canadian Geographer, 29, 220-233.

系体温平衡，增强身体机能；促进血管扩张，增加局部血流；改善细胞代谢；减轻疼痛，降低肌肉张力，增加白血球等免疫细胞。日本的石原结实博士阐述了体温与免疫力的关系：人体理想温度是36.5-36.8℃。正常范围内体温升高1℃，免疫力将增强5-6倍。

二是皮肤净化。温泉可溶解皮肤上的老化物质，促进皮下血液流动和皮肤代谢，维持皮肤洁净，降低感染风险。中国西南大学药学院陆军教授团队对温泉水的体外抑菌作用开展实验，采用统景的硫酸钙镁泉和宁波的重碳酸钠泉，结果证明两种温泉水均可以抑制革兰氏阳性菌与阴性菌的生长。

三是生化作用。温泉富含几十种有益人体的矿物质。例如，钙能刺激心血管，影响神经细胞和内分泌腺兴奋性，提高对传染病的抵抗能力；硒对抗体内过氧化作用和重金属中毒参与噬菌防御作用。

中国、日本、土耳其、冰岛、印度尼西亚、意大利、法国、瑞士、美国、智利等都是全球著名的山地温泉资源富集国家和地区。

1.2.2.2.4 洞穴等地质康养资源

古人早已认知洞穴的康养功效。中国东晋的道士和医学家葛洪（约公元283年-363年）在所著《抱朴子》中说“上党赵瞿病癓历年，垂死，其家弃之。医置山穴中，配以松脂等药物治疗。瞿服百余日，其疮都愈，颜色都悦，肌肤玉泽”，这是对洞穴环境辅助医疗，促进疾病康复的早期认知。

目前国际上对于洞穴康养资源的利用集中于洞穴疗法（Speleotherapy）。其中，喀斯特洞穴是全球分布最为广泛、研究最为深入的洞穴康养门类。研究证明，喀斯特洞穴空气对人体皮肤、呼吸系统和心脑血管系统疾病具有显著疗效，而幽暗环境营造出“宁静而混沌”的感官世界，有助舒缓心理压力。喀斯特洞穴还常伴有盐矿和特殊地磁场，其对神经系统、呼吸系统、皮肤系统有益，并可减轻过敏症状，发挥抗病毒作用，以及提升体验者的能量水平。

国际洞穴学联合会（The Union Internationale de Spéléologie, UIS）专门设立了“洞穴养生委员会”，乌克兰的普莱德盐矿、匈牙利的思梅洛洞穴、中国广西



图 1-7 日式温泉是自然、文化和技术的良好结合
图源：imgix.com

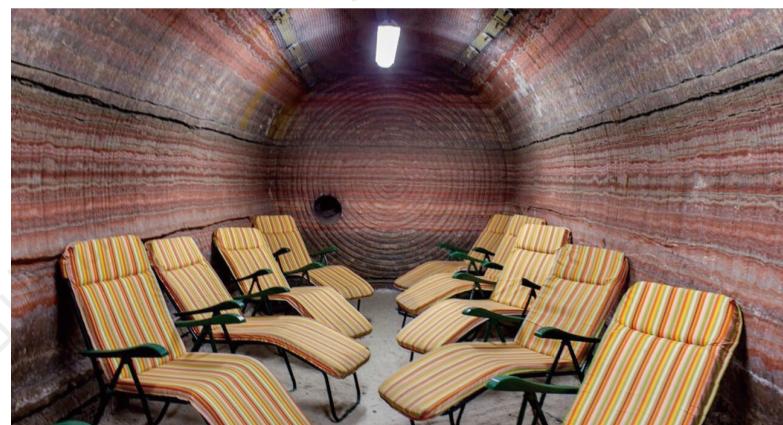


图 1-8 白俄罗斯
图源：Wikipedia 维基百科



图 1-9 斯洛文尼亚的洞穴疗法场所（右）
图源：Wikipedia 维基百科

的响水岩等都是发展较好的洞穴康养目的地。⁶

6 <http://www.uis-speleo.org/> 国际洞穴联合会官方网站

1.2.2.3 山地运动资源

山地的充足户外空间、丰富地形地貌以及特色气候条件令山地运动产业得以持续创新和扩展，从极高山攀登到翼装飞行，从速降滑雪到重装徒步，从山地自行车到高原越野跑，山地运动的门类层出不穷。原则上，几乎所有山地地区都具备以不同规模和程度开展某些适当门类山地运动的潜力。

由于山地运动参与者的技能水平和活动诉求差异显著，目前全球并无针对山地运动旅游的通用资源分类和评价标准，但一些世界性体育组织和各国体育主管部门针对不同的山地运动门类均有专门的场地标准，从中可见各类山地运动的资源需求，以下列举若干开展最为广泛的山地运动门类的相关标准。

1.2.2.3.1 滑雪运动资源

在滑雪运动最早兴起的欧洲，滑雪道的分级分类较细，体系较为完整，以法国标准为例，用不同颜色区分不同级别的雪道，并使用三原色（绿、蓝、红）代表最常见的三种中低难度级别雪道，使用黑色、橘黄色、黄色代表较高难度级别的三种雪道，所对应的量化指标要求分别为绿道：坡度 6%-25%，较宽，均为机压雪道；蓝道：坡度通常小于 25%，较宽，通常均为机压雪道；红道：坡度通常小于 40%，较蓝道窄，

通常为机压雪道；黑道：坡度陡，较红道窄，部分为机压雪道。另外还有专门标有“Park”的滑雪公园，以及没有标记的野雪区。

北美与日本的雪道分级较欧洲略为简单，北美常见雪道标为蓝道、绿道、黑道标示，对于难度较高的雪道分类比较细，如在黑道后用双黑道、混合标示等。日本则直接使用绿道、红道、黑道与公园区分。⁷ 北美地区的雪道量化指标要求分别为绿道：斜率为 6%-25%，即坡度大约在 14°以下。这种级别的雪道通常是给初学者的，宽度通常在 20 米以上，适合练习基础技巧；蓝道：斜率为 25%-40%，即坡度大约在 14°至 21.8°之间，适合有一定基础的滑雪者，宽度通常在 20 米以上；黑道：斜率超过 40%，即坡度在 21.8°以上，适合熟练的高阶滑雪者，宽度通常在 20 米以上。

1.2.2.3.2 山地徒步和越野跑运动资源

徒步和越野跑是最为普及的山地运动门类，通常可以在海拔不超过 3500 米的绝大多数山地区域开展，山地小径系统则作为基础设施体系，是山地徒步和越野跑运动资源中不可或缺的一部分。

在美国，山地徒步和越野跑的主要活动场所是林务局管辖下广泛分布于国家公园、国家森林公园、国家游憩区以及州立、县立公园中的小径体系。CASM 是美

美国小径等级划分指标集⁸

评估因素	1 级小径	2 级小径	3 级小径	4 级小径	5 级小径
测量间隔	主要地形变化	轻微地形变化或以 0.5 英里（约 800 米）为单位	典型纵坡出现 10% 的变化或以 0.5 英里（约 800 米）为单位	典型纵坡出现 10% 的变化或以 0.5 英里（约 800 米）为单位	交互可见的路面线形变化，典型纵坡出现 2% 的变化或以 25 英尺（约 75 米）为单位
典型纵坡	+/- 10%	+/- 10%	+/- 5%	+/- 5%	+/- 1%
典型宽度	不测量	可选是否测量	可选是否测量	可选是否测量	可选是否测量
障碍物	不测量	不测量	可选是否测量	较大的障碍物（如又窄又陡的路段）	所有被定义为障碍物的东西
典型横坡	不测量	不测量	+/- 1%	+/- 1%	+/- 0.1%

⁷ <https://en.wikipedia.org/wiki/Piste> 维基百科关于雪道的定义

⁸ Trail Fundamentals and Trail Management Objectives, https://www.fs.usda.gov/Internet/FSE_DOCUMENTS/stelprdb5341754.pdf

国林务局根据小径开发水平或小径等级、小径建设工程投资和游客期望等因素，针对小径进行高效且适当的量化清点、状况调查与等级划分的指标集。

法国则拥有庞大且高度发达的小径系统，其设有路标的小径总计超过 180000 公里，分为三种类型：国家级长途徒步小径 Grande Randonnée (GR®)、区域级徒步环线小径 Grande Randonnée de Pays (GRP®) 和地方级徒步小径 Promenade et Randonnée (PR®)。其中，GR® 小径穿越长距离，一次可走数天甚至数周，法国有超过 60000 公里的山路属于此类，设有白底红字路标；GRP® 是地区性小径（通常形成环路），可能需要数天才能走完，路标为黄底红字；PR® 小径路途较短，最长需要数小时至一天的时间，引导探索某一特定区域，非常适合短途跑步或家庭徒步旅行，路标为黄色⁹。

1.2.2.3.3 山地自行车运动资源

国际自行车联合会 (UIC) 发布的《自行车运动规范》(UIC CYCLING REGULATIONS) 的“第四部分：山地自行车”中对不同类型的山地自行车运动场地提出要求。

如越野赛 (CROSS-COUNTRY) 的赛道通常包括各种地形，如公路路段、林间小道、田野、自然小路或碎石路。路段、林间小道、田野、自然小路或砾石路，

并包括大量的爬坡和下坡。包括大量的爬坡和下坡。铺设路面或柏油 / 沥青路面不能超过总赛程的 15%。

如速降赛 (DOWNHILL) 的赛道必须遵循下坡路线。赛道由各种地形路段组成：狭窄和宽阔的小路、林间道路和小径、田间小径和岩石小路。通常既有快速路段，也有技术路段。赛道最大长度为 3500 米，最长骑行时间为 5 分钟。

1.2.3 世界山地旅游资源格局和主要集聚区

全球山地旅游资源分布十分广泛，并依自然和文化地理单元形成集聚，呈现鲜明的差异化特征。以下是世界各地最具代表性的山地旅游资源集聚区。

1.2.3.1 喜马拉雅山脉和亚洲山脉

喜马拉雅山脉横跨南亚多个国家，是世界上最具有标志性的山脉之一。喜马拉雅山脉景色迷人，包括世界最高峰珠穆朗玛峰，吸引着登山者、徒步旅行者和精神追求者。其他亚洲山脉，如喀喇昆仑山脉、兴都库什山脉、阿尔泰山脉、长白山脉和帕米尔山脉，也提供了绝佳的徒步旅行和登山机会。

1.2.3.2 欧洲阿尔卑斯山脉

阿尔卑斯山脉是欧洲著名的山脉，横跨瑞士、奥

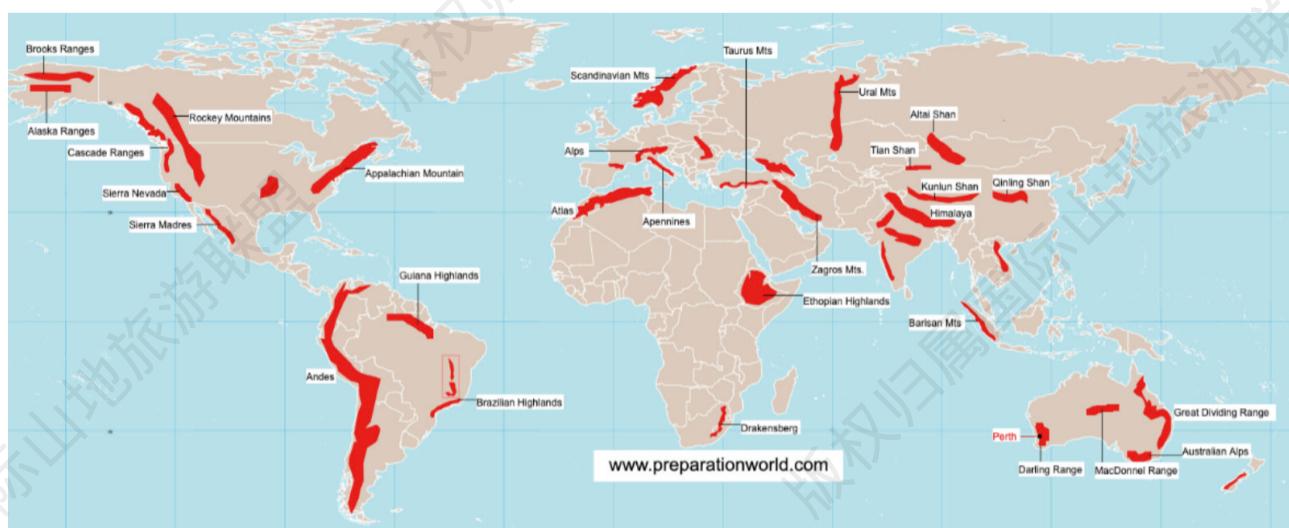


图 1-10 全球山脉分布图

图源：Wikipedia 维基百科

9 <https://www.mongr.fr/>

地利、法国、意大利和德国等多个国家。该地区拥有世界一流的滑雪度假区、迷人的高山村庄和如画的风景，且交通和服务能力优势显著，是全球产业规模最大、发展最为成熟的四季山地旅游度假目的地。

1.2.3.3 落基山脉（北美州）

落基山脉横跨北美西部，以其险峻的美景和多样的野生动物而闻名。该地区依托一系列国家公园及其他保护性国土空间，提供各种户外活动，如远足、滑雪和观赏野生动物，吸引着探险爱好者和自然爱好者。

1.2.3.4 安第斯山脉（南美洲）

安第斯山脉是世界上最长的山脉，沿着南美洲西部边缘延伸。该地区地貌多样，包括白雪皑皑的山峰、高海拔的沙漠和郁郁葱葱的山谷，吸引着徒步旅行者、登山爱好者和自然爱好者。

1.2.3.5 非洲山脉

非洲有几条重要的山脉，如北非的阿特拉斯山脉和包括乞力马扎罗山、肯尼亚山在内的东非大裂谷山脉。这些山脉为徒步旅行、野生动物探险和土著文化体验提供了机会。

1.2.3.6 新西兰南阿尔卑斯山

新西兰的南阿尔卑斯山为滑雪、远足和蹦极等各种探险活动提供了风景如画的生态环境和激动人心的起伏地形。该地区的自然美景和令人肾上腺素飙升的体验吸引着世界各地的运动和探险爱好者。

1.2.3.7 日本阿尔卑斯山

日本本州的中部山区被称为日本阿尔卑斯山，包括其木曾山脉（中央阿尔卑斯）和赤石山脉（南阿尔卑斯），是全球知名的滑雪、温泉和远足胜地，这里还拥有与自然风景充分交融的丰富文化遗产，从而成为日式风情观光目的地。

1.2.3.8 高加索山脉（欧亚大陆）

高加索山脉横跨欧亚边界，其拥有发人深省的历史文化遗迹和充满活力的多民族文化体验，既是久负盛名的人文旅行地，又是中亚地区的疗养胜地，并可提供多种多样的户外运动 / 活动机会。

1.2.3.9 澳大利亚和大洋洲山脉

大洋洲拥有多座山脉，包括澳大利亚阿尔卑斯山脉以及巴布亚新几内亚和新西兰的南阿尔卑斯山脉。这些地区提供了滑雪、远足和探索独特动植物的机会。这里的土著文明与其他大陆差异显著，也吸引全球文化爱好者来访。

1.2.3.10 北极和南极山脉

俄罗斯、美国、加拿大、丹麦（格陵兰）、冰岛、挪威、瑞典、芬兰等国家和地区均在北极圈内拥有山地国土，而南极高原实际上是全球最大的高原。由此，北极和南极地区为无畏的旅行者提供了令人难以置信的山地景观，尽管进入这些地区极具挑战性。前往北极的斯瓦尔巴群岛或南极的横贯南极山脉探险，可以体验无与伦比的极地探险。

全球山地旅游资源的分布证明了世界各地山岳的多样性和广谱吸引力。每个地区都有其独特的魅力、探险机会和丰富的文化，使山地旅游成为一种真正的全球现象。旅行者可以在各大洲寻找到自己理想的山岳旅游目的地，尽享迷人的美景、惊险刺激的体验和身临其境的文化邂逅。



第二章 世界山地旅游的发展历史

2.1 近现代全球山地旅游的历史

几个世纪以来，山岳的魅力一直吸引着人类，让那些想要探索这些雄伟景观的旅行者心生敬畏和惊叹。随着世界的发展和交通的便利，山岳旅游的概念开始形成。从早期无畏的冒险家的探索，到现代人对可持续和再生体验的追求，全球山岳旅游的历史就是一次引人入胜的探索和欣赏之旅。

现代山岳旅游的起源可以追溯到 18 到 19 世纪，当时浪漫主义运动席卷欧洲。浪漫主义者赞美大自然的壮丽，并在山中寻求庇护，将其作为灵感和慰藉的源泉。威廉 - 华兹华斯和 J.M.W. 特纳等知名诗人、作家和艺术家赞美阿尔卑斯山和苏格兰高地的美景，激发了他们同时代人的好奇心和流浪欲。

19 世纪中叶，欧洲阿尔卑斯旅游的黄金时代兴起。铁路等交通基础设施的改善使旅行者更容易到达山区。约翰 - 罗斯金 (John Ruskin) 和爱德华 - 怀恩佩尔 (Edward Whymper) 等先锋登山家和探险家勇攀高峰，他们的探险活动激发了公众的山地旅游想象力。人们对登山运动

的痴迷促使瑞士圣莫里茨和法国霞慕尼等登山度假胜地的建立，以满足寻求登山探险的富裕游客的需求。

到 20 世纪初，登山旅游已超越精英探险家的范畴。大众旅游的兴起为山区带来了更多的游客，他们寻求的是滑雪、徒步旅行和自然欣赏等休闲活动。滑雪度假区开始在阿尔卑斯山、落基山脉等地蓬勃发展，吸引了来自世界各地的冬季运动爱好者。随着休闲旅游越来越方便，山地旅游景点的游客也越来越多，人们希望在宁静的群山怀抱中从城市生活中解脱出来。

随着山地旅游的普及，人们开始关注其对环境的影响。20 世纪中后期，过度旅游、环境退化和文化破坏成为热门山地旅游目的地亟待解决的问题，人们意识到山区生态系统的脆弱性和保护工作的必要性。阿尔卑斯俱乐部和塞拉俱乐部等非官方组织在倡导保护山区环境和负责任的旅游行为方面发挥了关键作用。这些早期的保护工作为可持续旅游原则奠定了基础。

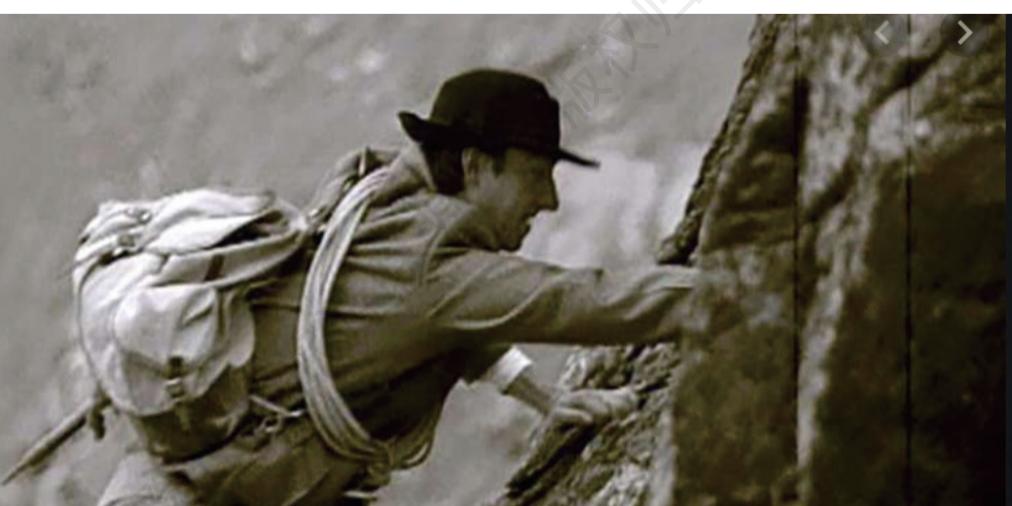


图 2-1 爱德华 - 怀恩佩尔
图源：Britannica 大英百科全书



图 2-2 约翰 - 罗斯金
图源：Wikipedia 维基百科

2.2 近二十年来的全球山地旅游发展

进入 21 世纪的过去 20 多年间，全球山地旅游经历了重大发展和变革。技术的进步、旅游趋势的变化以及可持续发展意识的增强都以不同的方式影响着山地旅游的发展。

2.2.1 从生态旅游到再生旅游：可持续和负责任的方法

来到 21 世纪，山地旅游发生向生态旅游¹⁰的重大转变。随着环境意识的提高，人们认识到保护山区原始美景的重要性，寻求更有意义、更真实的体验。生态旅游倡议开始兴起，提倡负责任的旅行方式、保护工作和社区参与。

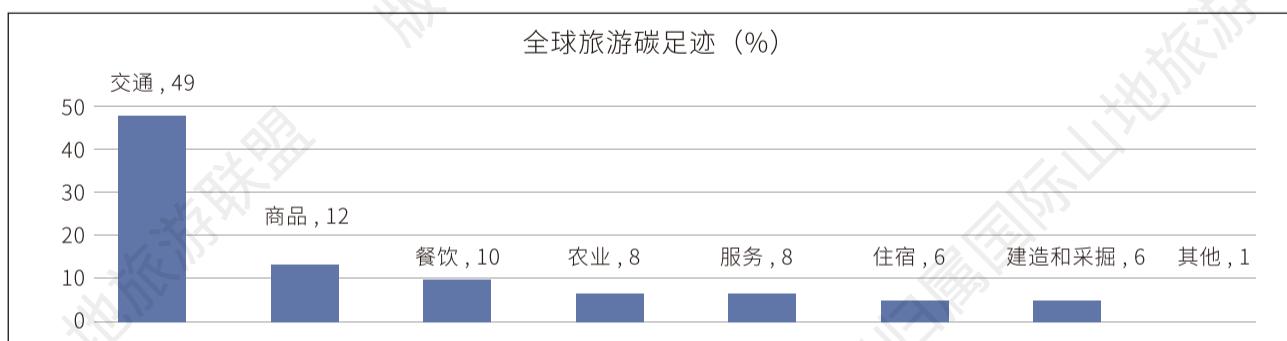
旅行经营者开始提供生态友好型探险活动，包括低影响徒步旅行、在尽量减少干扰的情况下观察野生动物，以及在山区住宿设施中使用可再生能源。山区社区积极参与可持续旅游业，在展示其文化遗产和传统的同时，努力保护维系其生存的脆弱生态系统。许多山地旅游目的地都采取了可持续发展措施，包括废物管理、生态旅馆和碳抵消计划，以最大限度地减少生态足迹。

近年来，“再生旅游”运动 (regenerative tourism)¹¹ 兴起，成为山地旅游的一种变革方式。这一新模式超越了可持续性，旨在恢复和再生自然与文化系统，同时造福当地社区。随着旅行者寻求对环境产生积极影响并支持当地的赋权倡议，再生旅游的发展势头日益强劲。

2.2.2 山地度假村：奢华与自然的完美结合

山地度假村在过去 20 年间经历了重大转变，从简单的山地旅馆发展成为与自然环境完美融合的豪华度假天堂，不仅提供一流设施，还提供身临其境的体验，将游客与原始的山林美景联系在一起。

其中，生态型度假村尤其受到欢迎，它们在保持高标准奢华的同时，还采用了绿色建筑、可再生能源和具有环保意识的运营实践等可持续发展做法。这些度假村以对环境负责为荣，为游客提供无负罪感的体验。



10 “生态旅游”一词由墨西哥环境学家 Hector Ceballos Lascurain 于 1983 年提出，他是世界自然保护联盟 (IUCN) 的专家。1992 年，在巴西里约热内卢举行的联合国环境与发展会议公布的《21 世纪议程》，提出以可持续发展应对全球气候变化，并建议在全球范围内开展生态旅游。1993 年国际生态旅游协会将其定义为：具有保护自然环境和维护当地人民生活双重责任的旅游活动。2002 年，联合国世界旅游组织在加拿大魁北克召开的生态旅游会议将生态旅游定义为“生态旅游包含旅游相关的经济、社会和环境影响的可持续旅游原则”。区别于广义的可持续旅游概念，生态旅游具体包括以下方面：积极促进自然和文化遗产的保护；本地社区参与规划、发展和运营过程，并得益于此；向游客解释目的地的自然和文化遗产；更适合独立旅行者以及小规模团体的旅游。

11 安娜·波洛克 (Anna Pollock) 于 1995 年首次提出“再生旅游”，并一直倡导旅游业向更加综合和整体的方法转型。EarthCheck 非营利性组织与格里菲斯旅游研究所 (Griffith Institute for Tourism) 提出再生旅游是“旅游部门的利益相关者在移居、游览、居住或在目的地经营时，(通过决策和实践) 共同对自然、人类和人为要素进行关怀和监护，以改善和提高这些要素的过程。在此过程中，这些利益攸关方允许这些要素超越其当前的生存条件。”

2.2.3 山地运动：在高海拔地区挑战极限

人们对山地运动体验的需求持续增长。无论是在垂直悬崖上攀岩、在天空中滑翔伞、在崎岖的山路上骑山地自行车，还是在湍急的河流中激流勇进，山地的各种活动都能满足各种水平客群的需求。

山地旅游目的地已成为渴望挑战极限运动爱好者的乐园，全球各地的山地旅游目的地都利用这一趋势，针对登山、攀岩、滑翔伞、山地自行车、白水漂流等规模较大的细分市场，发展基础设施和提供专业服务。运动旅游为当地经济开辟了新的途径，为山地社区创造了更多收入渠道和就业创业机会。

2.2.4 文化邂逅：融入当地山乡社区

山区不仅有自然景观，还是由以山为家的人们的文化和传统所塑造的活态景观。山地文化之旅可让游客了解山区居民的生产生活、他们的传统以及他们与土地之间的联系。从丰富多彩的节日和传统工艺，到古老的民间传说和故事，这些文化邂逅都会给游客和当地人留下深刻记忆，并促进主客的相互尊重。

如今，游客越来越重视与当地社区的文化交流和接触。以社区为基础的旅游活动增强了当地居民分享其传统、手工艺和生活方式的能力，为游客创造了更加丰

富的体验。对于寻求真实体验的旅行者来说，沉浸在山地社区的地域传统文化之中是一种有益而难忘的回忆。

2.2.5 滑雪和雪地越野：冬日的激情之旅

冬季的群山银装素裹，吸引着滑雪爱好者前来探险。阿尔卑斯山、落基山脉、北海道等降雪量丰富的山区已成为世界闻名的冬季目的地，滑雪场和滑雪度假村则成为热闹非凡的冬季主题乐园，为初来乍到的入门者提供滑雪学校，为经验丰富的爱好者提供具有挑战性的越野滑雪道，为游乐为主的亲子家庭提供雪鞋、雪地摩托等趣味体验。

过去二十年来，滑雪业日益重视可持续发展，采用生态友好型雪场设计和造雪技术，推广负责任的山地旅游发展实践。

2.2.6 野生动物旅游：探索山地动物群落

山区野生动物种类繁多，引人入胜，野生动物旅游对自然爱好者来说具有独特的吸引力。从喜马拉雅山难以捉摸的雪豹到北美山地体型庞大的黑熊，这些地区提供了近距离目睹动物王国自然之美的机会。

野生动物旅游提倡负责任地观察和尊重动物的自然栖息地。从中美洲山地雨林到中国横断山区，从北美



图 2-3 中国贵州省的山地民族村寨吸引全球游客来访

图源：chinadiscovery.com



图 2-4 UTMB 这样的高规格山地运动赛事已在全球普及发展
图源：Live for The Outdoors 户外运动在线社区

国家公园到欧洲阿尔卑斯地区，越来越多的国家和地区通过利益相关方协作，在山地开展野生动物主题旅游，这对于确保保护濒危物种和山地生态系统的微妙平衡至关重要。

2.2.7 先进科技：山地旅游服务创新

过去二十年来，技术迭代成为重塑山地旅游体验的驱动力。电子商务、社交媒体、移动应用程序、数据驱动型解决方案等的出现彻底改变了游客计划和体验山地旅游的方式，使游客更容易研究、预订并分享山地旅游体验。

虚拟现实技术使潜在游客可以在舒适的家中探索目的地。移动应用程序为游客提供全面及时的信息支持。数据驱动的解决方案有助于个性化旅游体验，迎合个人喜好和兴趣。先进的导航系统、救援设备和通讯设备提高了山地活动的安全性，为游客深入偏远山区提供了信心。

2.2.8 精神联系：神话和宗教主题探访

古往今来，山地都被认为具有灵性，并赋予其精神意义，被各种文化和宗教尊为神圣的空间。从希腊神话中的奥林匹斯山到印度教和佛教中的凯拉什山，山峰一直是神圣叙事和宗教仪式的核心。

朝圣者和追寻者前往这些受人敬仰的山峰，与他们的灵性相通，寻求启迪，或开始一场洗心革面的朝圣之旅。那些神山、灵山的精神属性与寻求内心平静和与



图 2-5 2022 年北京冬奥会使用的生态型造雪设备
图源：huffingtonpost.com



图 2-6 观鸟是山地野生动物旅游的主要门类之一
图源：twimg.com



图 2-7 加拿大不列颠哥伦比亚省的山地旅游虚拟现实体验
图源：Affinity VR 公司

神灵联系的旅行者产生深深的共鸣。

2.2.9 康养度假：基于环境和科技的山地疗养

山区宁静安详的环境长期以来一直与身心疗养和恢复活力联系在一起。随着与压力相关的健康问题的增多，康养旅游已成为山地旅游的重要趋势。

一方面，自然漫步、冥想课程和整体疗法等“康养”业态以非医药干扰为原则，利用山地生态环境、自然景观、人文意象乃至特色物产的疗愈功效，让游客远离日常生活中的喧嚣，沉浸在大自然的治愈力量中。

另一方面，术后康复、医学美容、抗衰治疗、孕产护理等“医养”业态出于环境和隐私诉求，偏好选址在生态优越、环境静谧、景致怡人、气候舒适的山林地区，将高度专业的医疗科技与高度原真的自然环境融为一体。



图 2-8 印度山城瑞诗凯诗是全球瑜伽圣地

图源：RISHIKESH YOGA PRAKASH 公司

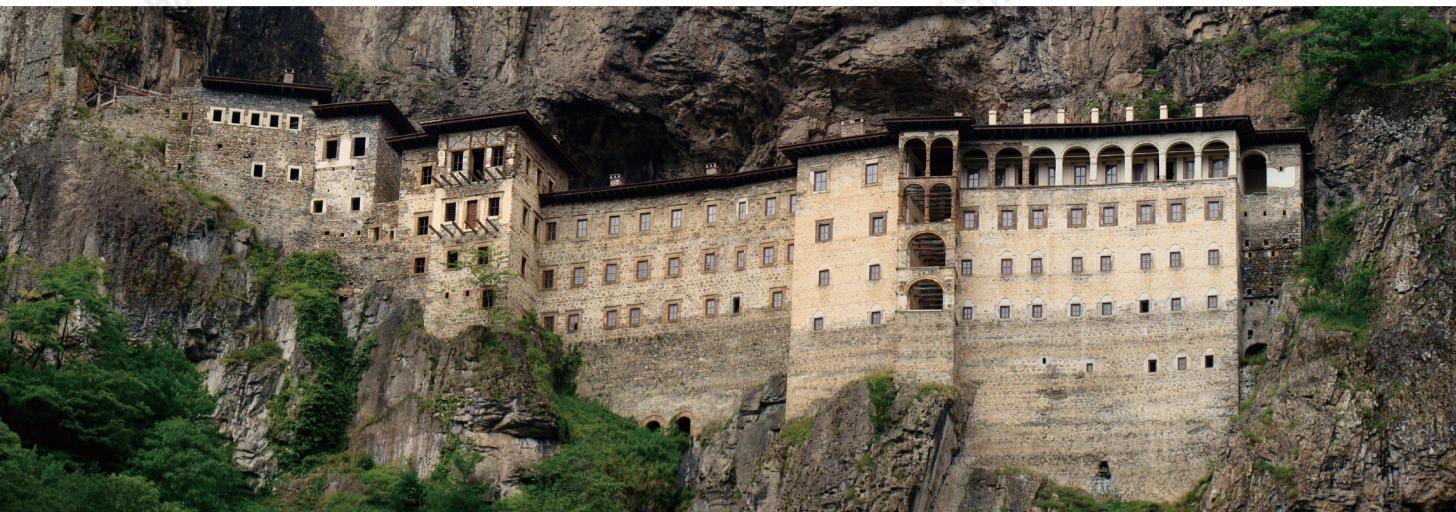


图 2-9 土耳其苏梅拉修道院是世界著名的东正教文化体验场所

图源：Wikipedia 维基百科

2.3 山地旅游的未来畅想

全球山地旅游的历史是一幅由探索、欣赏和保护三条主线织就的壮美画卷。从18世纪浪漫主义诗人对“乡愁”的抒情达意，到19世纪和20世纪山地探险者和山地运动爱好者对群山秘境前赴后继的探索，特别是在21世纪的过去20年间，全球山地旅游经历了显著演变，反映出旅游偏好、环保意识和技术进步的变化。人们对“再生旅游”的自觉追求和对山地游乐方式的持续创新，从环保主义探险到豪华山地度假村，从文化交流到极限登山，山地旅游对全世界游客的吸引力得到前所未有的普及与提升。

山地旅游的未来蕴含着无限可能，而可持续发展和负责任的旅游则是其中的重中之重。当我们开启山地旅游的未来发展时，必须吸取过去的教训，全面采取可持续和再生的开发运营模式，创造出更加生态友好、环境优良、更多沉浸体验和更宜社区参与的山地旅游业态和产品，为地球上的每个人乃至我们的子孙后代保护这些风姿各异的山地景观和与其相生相息的地域文化遗产。



图2-10 中国甘肃省诺尔丹营地被全球主流媒体公认为生态山地度假的范例 图源：media.licdn.com



第三章

世界山地旅游产业发展现状

3.1 复苏中的全球经济

自2022年上半年迄今，各个国家和地区陆续放开COVID-19疫情防控政策，推动全球经济从困境中逐步复苏，特别是国际贸易有序恢复。综合分析来自世界贸易组织（WTO）、联合国贸发会议（UNCTAD）、世界银行（WB）等国际机构和各国政府及专业研究机构发布的报告，全球经济复苏呈现以下数据图景。

3.1.1 全球宏观经济表现

2022年全球GDP名义增长率达到+3.5%，预计2023年将达到+3%。经济动能强劲，为全球经济复苏做出重要贡献的主要国家包括中国（2022年GDP名义增长率为+8.4%）、美国（2022年的GDP名义增长率为+5.9%）和印度（2022年GDP名义增长率为+6.7%）等。全球就业和劳动力市场也呈现积极变化，作为经济发展状况的另一关键性指标，2022年的全球失业率为5.2%，2023年将降至4.8%，这实际优于疫情前2019年的水平，即国际劳工组织公布的5.4%。

3.1.2 领导经济复苏的区域和行业

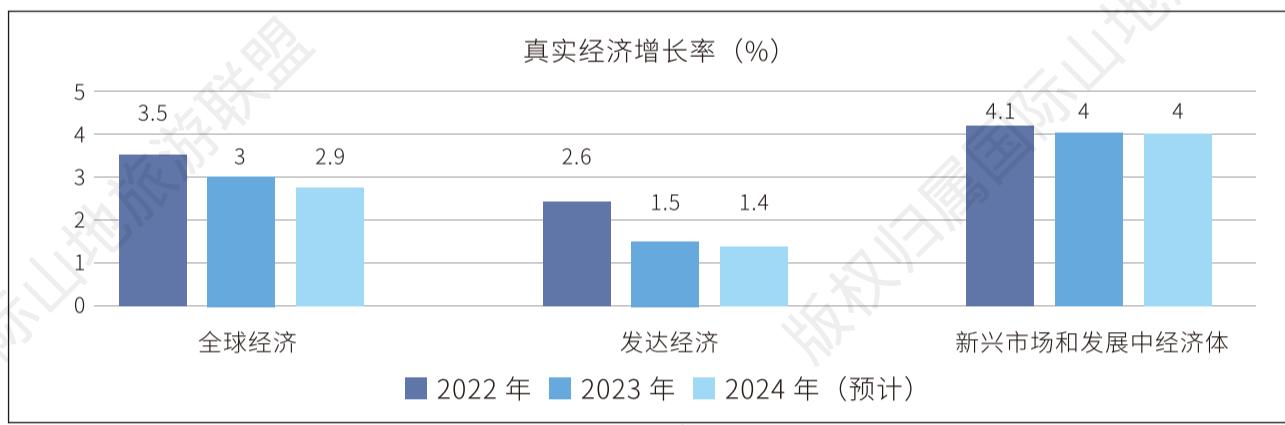
全球经济复苏的领导区域是亚洲和太平洋地区、

北美地区和欧盟地区。其中，亚洲和太平洋地区由中国的出口增长和区域一体化驱动；北美地区受到消费者需求和制造业活动增加的支持，欧盟地区受益于区域内贸易的复苏和全球需求。由此，2022年的全球商品贸易量增长率达到+7.3%，2023年全球商品贸易量增长率将达到+5.9%，国际贸易总量将有望恢复至疫情前的水平。

全球经济复苏的领导行业包括技术和数字服务、医疗保健和制药业、电子和半导体制造业、可再生能源/清洁技术和可持续发展部门、贸易和国际商务、旅游和旅行业。

亚洲和太平洋、北美和欧洲是领导全球旅游和旅行业复苏的地区，这与领导全球经济复苏的地区高度重合，充分说明旅游和旅行业在全球经济体系中的关键性指标和驱动作用。

综上，全球经济在2023年持续复苏，国内生产总值正增长，失业率下降，贸易和旅游活动增加。各国政府的刺激措施和具体部门的举措在维持和加强经济复苏方面发挥关键作用。然而，挑战依然存在，需要高度重视和有效管控系统性和结构性风险，动态制定并实施更具弹性和包容性的发展战略，以对冲风险并确保在疫情之后的全球可持续增长。



12 <https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/WEO/2023/October/English/text.ashx> 国际货币基金组织《世界经济展望》2023年10月

3.2 强劲恢复中的全球旅游

来自联合国世界旅游组织的《世界旅游晴雨表》等相关报告显示，2022 年全球国际游客为 2021 年的两倍，恢复至疫情前 2019 年的 66%，2023 年国际游客人次则将恢复至接近 2019 年水平的 90%（2023 年 1-9 月的该指标为 87%），这一恢复水平显著领先于绝

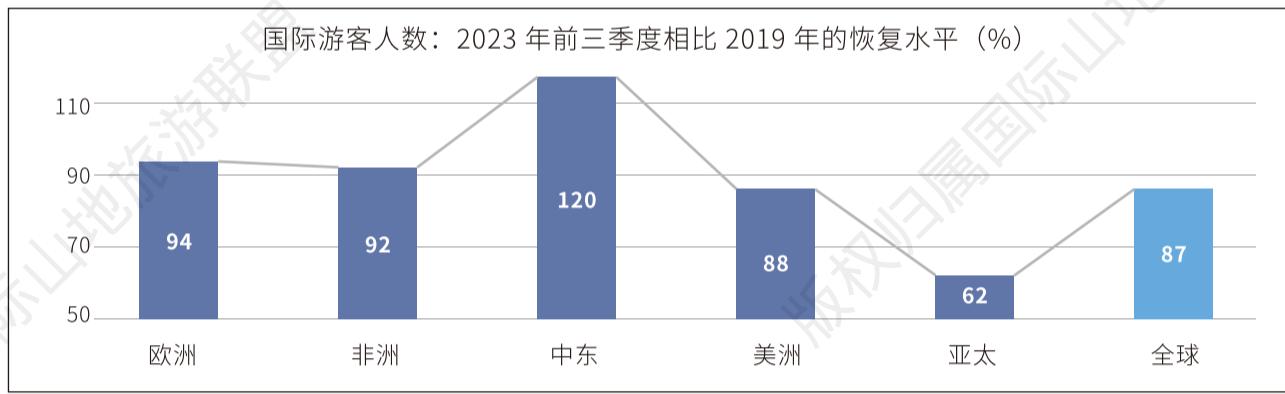
大多数其他产业部门。国际旅游收入也重回增长区间，在 2022 年达到 1 万亿美元大关，与 2021 年相比实际增长 50%，2023 年该指标将进一步恢复至 1.4 万亿美元，即达到疫情前 2019 年水平的 93%。



资料来源：联合国世界旅游组织，以美元计算¹³

按地区划分，欧洲地区恢复情况最好，旅游收入接近 5500 亿美元（5200 亿欧元），或疫情前水平的 87%，非洲、中东、美洲的旅游收入恢复水平分别达到疫情前的 75%、70% 和 68%。尽管由于更为严格的疫情防控政策，2022 年亚洲的旅游收入恢复水平约为

28%，但随着 2022 年末中国优化疫情防控措施，将对亚洲和太平洋地区乃至全球旅游业的进一步复苏产生显著推动作用。2023 年全球国际游客总人次将恢复至接近疫情前水平的 90%，全球各区域国际游客数量均将出现显著环比增长。



资料来源：联合国世界旅游组织¹⁴

13 <https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng> 世界旅游组织《世界旅游晴雨表》（英文版，第 21 卷，第 1-4 期）

14 <https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng> 世界旅游组织《世界旅游晴雨表》（英文版，第 21 卷，第 1-4 期）

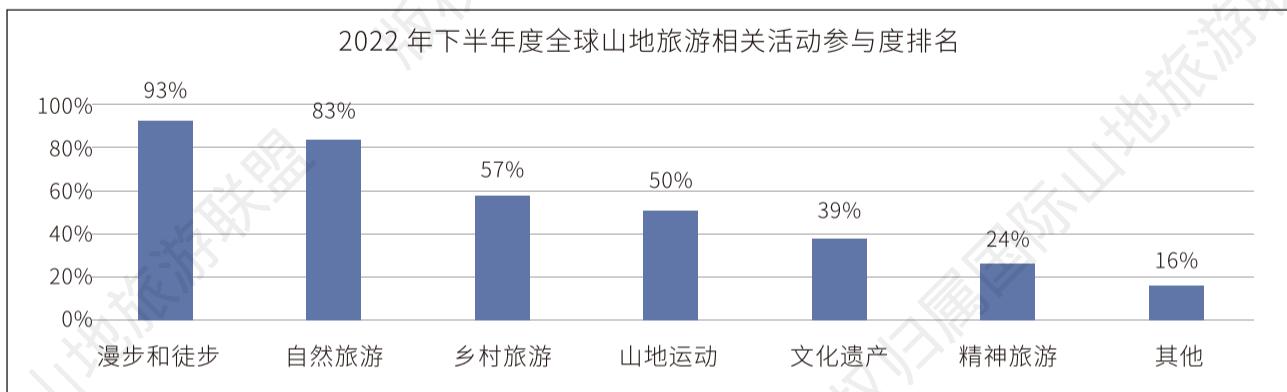
3.3 全球山地旅游产业发展现状

3.3.1 全球山地旅游宏观表现

全球山地旅游产业在过去三年中同样遭受新冠疫情的影响，但相比其他旅游门类，具备更加强大的抗风险能力和迭代能力，令其发展呈现出充满潜力的结构性特征。

根据联合国机构联合国粮食及农业组织 (FAO)、世界旅游组织 (UNWTO) 和山区伙伴关系组织 (MP) 联合发布的专题报告《理解和量化山地旅游业》(Understanding and Quantifying Mountain Tourism)¹⁵，仅在 2019 年山地旅游就产生了 1.95 亿至 3.75 亿国际游客，占全球国际游客人数的 9% 至 16%。2020 年至 2023 年，受新冠疫情等外部因素影响，全球游客的主要出游动机发生显著变化，运动、康养、露营等山地旅游主要门类成为疫中和疫后旅游的热门选择，呈现领先于旅游业平均水平的恢复和增长速度。如根据全球运动产业平台 ISPO 的统计，2022 年全球体育旅游市场估计为 5878.7 亿美元，预计到 2030 年将达到 17.5% 的增长率，自行车骑行、登山等山地

运动门类是增长最快的领域¹⁶。如根据全球康养研究院 (GWI) 发布的《2023 全球康养经济监测报告》(Global Wellness Economy Monitor 2023)¹⁷，在全球康养产业的所有 11 个康养细分市场中，运动康养在 2020-2022 年的年增长率为 +14.3%，2022 年市场规模达到 2019 年的 111%，预计 2022-2027 年的年增长率为 +6.7%，市场规模达到 1.4 万亿美元。康养旅游在 2020-2022 年的年增长率为 +36% 的，2022 年市场规模达到 2019 年的 90%，预计 2022-2027 年的年增长率为 +16.6%，市场规模达到 1.4 万亿美元。与之相比，根据联合国世界旅游组织发布的《世界旅游晴雨表》，2022 年全球国际游客人数恢复至疫情前 2019 年水平的 63%，该恢复率低于运动康养行业 48 个百分点，低于康养旅游行业 27 个百分点。如根据全球最大的露营企业美国 KOA 公司 (Kampgrounds of America) 发布的《2023 年北美露营和户外住宿行业报告》(North American Camping & Outdoor Hospitality Report 2023)¹⁸，仅在 2023 年 1 月份，活跃的露营家



数据来源：The Preference Analysis for Hikers' Choice of Hiking Trail

15 Understanding and Quantifying Mountain Tourism, FAO/UNW TO, Rome/Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284424023>

16 <https://www.ispo.com/en/sports-business/growth-market-sports-tourism-opportunities-organizers-and-brands#!>, Growth Market Sports Tourism: Opportunities for Tour Operators and Brands

17 <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/global-wellness-institute-2023-global-wellness-economy-monitor/>, 2023 Global Wellness Economy Monitor

18 <http://koa.uberflip.com/i/1497941-2023-north-american-camping-outdoor-hospitality-report/0?>, 2023 NORTH AMERICAN CAMPING & OUTDOOR HOSPITALITY REPORT

庭就同比增长了 200 多万，增幅达到 43%，86% 的露营者正在考虑或已经选择了 2023 年的目的地，在 2 月份的调查中，36% 的人表示希望到离家更远的地方探险，山地环境是主要选择。

综上，我们通过客观估算，有理由认为山地旅游在全球国际游客中的占比相比疫情前实现小幅提升，即山地旅游在全球国际游客人数中所占的比例达到 18-20%。

据此，根据联合国世界旅游组织发布的《世界旅游晴雨表》，2022 年国际游客达 9.17 亿人次，则估算当年国际山地游客约为 1.74 亿人次；2023 年全球国际游客总人次将恢复至接近疫情前 2019 年水平的 90%，则估算当年国际山地游客不少于 2.53 亿人次，即全球国际山地游客人次将可能达到甚至超过疫情前 2019 年的水平。

在全球主要国家和地区的国内游市场，山地旅游则表现出令人欣喜的韧性，特别是在露营、康养、文化等细分市场普遍实现强势复苏乃至逆势增长。

在 2022 年 7 月至 12 月举行的一项全球调查中，93% 的受访者回答说，徒步旅行和步行是该国主要的

山地旅游活动。相比之下，16% 的调查参与者表示，其他活动，包括观鸟、探险、徒步和登山，是该国主要的山地旅游活动。¹⁹

当然，全球山地旅游仍面临一系列不确定性挑战，涉及经济复苏进度、贸易保护主义、气候变化、国际地缘政治等领域。为此，世界各个国家和地区应高度重视山地旅游在恢复产业经济、促进就业创业、保护自然文化、加强国际交流等方面的综合优势，将山地旅游作为推动本地乃至全球高质量发展的重要工具。

3.3.2 全球山地旅游区域对照分析

根据猫途鹰 (TripAdvisor) 的数据汇总，以 2019 年 -2023 年全球山地旅游目的地点评数作为核心指标，全球和各大洲最受关注和欢迎的山地旅游目的地排名情况见如下列表。

从全球 Top10 榜单来看，欧洲凭借高度成熟的山地旅游产业体系和高忠诚度的大规模优质客群占据 4 席，领先地位稳固，南美洲凭借差异性强且生态品质优势显著的原生资源占据 3 席，实现后来居上，其余非洲 2 席和北美洲 1 席，亚洲、中美洲、大洋洲则没有

2019 年 -2023 年全球最受关注和欢迎的山地旅游目的地 Top10

排名	名称	所属大洲	所属国家	代表性山地旅游景区和项目
1	特纳里夫	欧洲	西班牙	泰德峰火山、Teide National Park、Los Gigantes
2	里约热内卢	南美洲	巴西	甜面包山、Pedra Bonita、Pedra da Gávea
3	圣地亚哥	南美洲	智利	圣克里斯托瓦尔山
4	开普敦	非洲	南非	桌山、狮头山、Signal Hill
5	波哥大	南美洲	哥伦比亚	蒙塞拉特山
6	卑尔根	欧洲	挪威	弗洛伊恩山、乌尔瑞肯山
7	霞慕尼	欧洲	法国	南针峰、勃朗峰
8	卡塔尼亚	欧洲	意大利	埃特纳火山
9	乞力马扎罗区	非洲	坦桑尼亚	乞力马扎罗山
10	黄石国家公园	北美洲	美国	黄石国家公园、沃什伯恩山

数据来源：猫途鹰平台

¹⁹ The Preference Analysis for Hikers' Choice of Hiking Trail, June 2022, Sustainability 14(11):6795

目的地入选。

在 5 个独立年度的总计 50 个目的地名次中，有 12 个名次的年度 Top10 入选目的地不在“2019 年 -2023 年全球最受关注和欢迎的山地旅游目的地”Top10 总名单内，比例达到 24%，说明全球山地旅游目的地偏好处于持续演变之中，后发目的地仍有较多市场占位提升机会。

欧洲的 Top10 最受关注和欢迎的山地旅游目的地主要分布于阿尔卑斯山脉、比利牛斯山脉、地中海沿岸火山等自然地理单元。欧洲的山地运动产业体系和地质公园管理系统发展均较为成熟，令这些山地旅游目的地的运动、研学等体验活动开展十分普遍和深入。

亚洲的 Top10 最受关注和欢迎的山地旅游目的地主要分布于东亚和东南亚地区，人口稠密、文化丰富、服务体系完善是原因所在。尽管全球海拔最高的山地区域——喜马拉雅山脉、喀喇昆仑山脉、青藏高原、帕米尔高原等都分布于亚洲，但由于交通进入性、人体舒适度等刚性问题，它们均未入选。

北美洲的最受关注和欢迎的山地旅游目的地分布相对均质化，符合美国、加拿大客群出游半径长、单次出游天数多的统计特征；这些目的地的核心旅游项目以国家公园作为主要门类，体现出该区域在公共游憩福利

供给体系方面的领先性，国家公园的充足服务容量往往能够带动其周边山地城镇的旅游服务业集聚。

南美洲最受关注和欢迎的山地旅游目的地 Top10 中有 5 个分布在阿根廷，这可能是由于该国是南美洲人口和经济总量第二大国和人均 GDP 最高的国家，国内消费能力相对旺盛，加之拥有安第斯山脉、巴塔哥尼亚高原等世界级山地旅游资源。巴西里约热内卢、智利圣地亚哥和哥伦比亚波哥大作为自然和文化特质突出的山地城市，拥有显著客流优势，均跻身全球山地旅游目的地 Top10。

中美洲的最受关注和欢迎的山地旅游目的地 Top10 集中分布于科迪勒拉山系的火山带，这里也是全球生物多样性热点地区，珍稀动植物种十分丰富。因此，该地区的山地旅游以生态旅游、自然研学、科普考察等作为主要活动形式，并注重在可持续开发运营、社区参与等方面模式创新和实践探索。

非洲的最受关注和欢迎的山地旅游目的地 Top10 分布较为广泛，这可能是因为非洲拥有多元化、差异化的山地自然地理单元，在自然景观、地域文化、生物多样性等方面各具特色吸引力。非洲的山地国家公园发展较为成熟，拥有动物大迁徙、土著部落探访等著名观光体验产品。

2019 年 -2023 年欧洲最受关注和欢迎的山地旅游目的地 Top10

排名	名称	所属国家	代表性山地旅游景区和项目
1	特纳里夫	西班牙	泰德峰火山、Teide 国家公园、Los Gigantes
2	卑尔根	挪威	弗洛伊恩山、乌尔瑞肯山
3	霞慕尼	法国	南针峰、勃朗峰
4	卡塔尼亚	意大利	埃特纳火山
5	策马特	瑞士	马特洪峰
6	奥塔维亚诺	意大利	
7	丰沙尔	葡萄牙	Pico do Arieiro
8	雅典	希腊	利卡贝托山
9	圣塞瓦斯蒂安	西班牙	伊古尔多山、乌尔古尔山
10	加米许 - 帕坦克辛	德国	楚格峰、Wank 山

注：亮色标识为入选 2019 年 -2023 年总榜 Top10 名单的目的地

数据来源：猫途鹰平台

大洋洲的最受关注和欢迎的山地旅游目的地 Top10 体现出该区域自然和文化资源的高度独特性，以及所开展山地旅游活动的高度创新性。然而，该区

域并无进入全球 Top10 榜单的目的地，其主要原因可能是区域内人口规模较小，距离主要国际客源地较远，在新冠疫情期间受到的影响相对更大。

2019 年 -2023 年亚洲最受关注和欢迎的山地旅游目的地 Top10

排名	名称	所属国家	代表性山地旅游景区和项目
1	岘港	越南	大理石山、岘港猴山
2	北海道	日本	函馆山、藻岩山、硫磺山
3	巴厘岛	印度尼西亚	巴特尔火山、金塔马尼高地、阿贡火山
4	龙目岛	印度尼西亚	林查尼火山
5	沙巴	越南	Fansipan 山、Ham Rong 山
6	琅勃拉邦	老挝	普西山
7	米底巴	约旦	Nebo 山
8	济州岛	韩国	汉拿山、城山日出峰
9	博卡拉	尼泊尔	萨朗科、普恩山
10	中部地区	日本	富士山

注：亮色标识为入选 2019 年 -2023 年总榜 Top10 名单的目的地

数据来源：猫途鹰平台

2019 年 -2023 年北美洲最受关注和欢迎的山地旅游目的地 Top10

排名	名称	所属国家	代表性山地旅游景区和项目
1	黄石国家公园	美国	黄石国家公园、沃什伯恩山
2	夏威夷大岛	美国	夏威夷火山国家公园
3	莫阿布	美国	峡谷地国家公园
4	毛伊岛	美国	哈雷阿卡拉火山
5	惠斯勒	美国	惠斯勒山
6	山漠岛	加拿大	凯迪拉克山
7	大雾山国家公园	美国	大雾山
8	查塔努加	美国	Lookout 山
9	大提顿国家公园	美国	大教堂群峰
10	凤凰城	美国	驼背山

注：亮色标识为入选 2019 年 -2023 年总榜 Top10 名单的目的地

数据来源：猫途鹰平台

2019年-2023年南美洲最受关注和欢迎的山地旅游目的地 Top10			
排名	名称	所属国家	代表性山地旅游景区和项目
1	里约热内卢	巴西	甜面包山
2	圣地亚哥	智利	圣克里斯托瓦尔山
3	波哥大	哥伦比亚	蒙塞拉特山
4	圣卡洛斯-德巴里洛切	阿根廷	Cerro Otto、Cerro Tronador
5	萨尔塔	阿根廷	Cerro San Bernardo
6	门多萨	阿根廷	Parque Provincial Aconcagua
7	乌斯怀亚	阿根廷	Glacier Martial
8	库斯科地区	秘鲁	Vinicunca Mountain
9	艾尔恰登	阿根廷	Cerro Fitz Roy
10	安格拉杜斯雷斯	巴西	Pico do Papagaio

注：亮色标识为入选 2019 年-2023 年总榜 Top10 名单的目的地

数据来源：猫途鹰平台

2019年-2023年中美洲最受关注和欢迎的山地旅游目的地 Top10			
排名	名称	所属国家	代表性山地旅游景区和项目
1	安提瓜岛	危地马拉	Acatenango 火山
2	博阿斯火山国家公园	哥斯达黎加	Poas 火山
3	阿雷纳火山国家公园	哥斯达黎加	阿雷纳火山
4	里昂	尼加拉瓜	Cerro Negro 火山
5	波魁特	巴拿马	Baru 火山国家公园
6	圣安娜	萨尔瓦多	Santa Ana 火山
7	奥梅特佩岛	尼加拉瓜	Concepcion 火山
8	圣胡安·拉古纳	危地马拉	Indian Nose
9	安东谷	巴拿马	安东谷
10	格拉纳达	尼加拉瓜	Mombacho 火山

数据来源：猫途鹰平台

注：亮色标识为入选 2019 年-2023 年总榜 Top10 名单的目的地

2019 年 -2023 年非洲最受关注和欢迎的山地旅游目的地 Top10

排名	名称	所属国家	代表性山地旅游景区和项目
1	开普敦	南非	桌山、狮头山、Signal 山
2	乞力马扎罗区	坦桑尼亚	乞力马扎罗山
3	毛里求斯	毛里求斯	莫纳山
4	姆兰杰	马拉维	Mulanje 山
5	肯尼亚山国家公园	肯尼亚	Kenya 山
6	亚的斯亚贝巴	埃塞俄比亚	Entoto 山
7	法兰舒克	南非	Robertsvlei
8	圣贝努瓦	留尼旺岛	富尔奈斯峰
9	圣卡特琳娜地区	埃及	Sinai 山
10	默克莱	埃塞俄比亚	Gheralta 岩

注：亮色标识为入选 2019 年 -2023 年总榜 Top10 名单的目的地

数据来源：猫途鹰平台

2019 年 -2023 年大洋洲最受关注和欢迎的山地旅游目的地 Top10

排名	名称	所属国家	代表性山地旅游景区和项目
1	霍巴特	澳大利亚	威灵顿山
2	奥克兰	新西兰	伊甸山
3	卡通巴	澳大利亚	大蓝山山脉
4	摇篮山圣克莱尔湖国家公园	澳大利亚	摇篮山
5	皇后镇	新西兰	皇冠峰、卓越山
6	罗托鲁瓦	新西兰	Waimangu 火山谷
7	昆士兰	澳大利亚	Archer 山、丹百林山
8	乌鲁鲁 - 卡塔丘塔国家公园	澳大利亚	乌鲁鲁 - 卡塔丘塔国家公园
9	黑斯廷斯	新西兰	Te Mata 峰
10	维多利亚	澳大利亚	陶尔希尔野生动物自然保护区

注：亮色标识为入选 2019 年 -2023 年总榜 Top10 名单的目的地

数据来源：猫途鹰平台

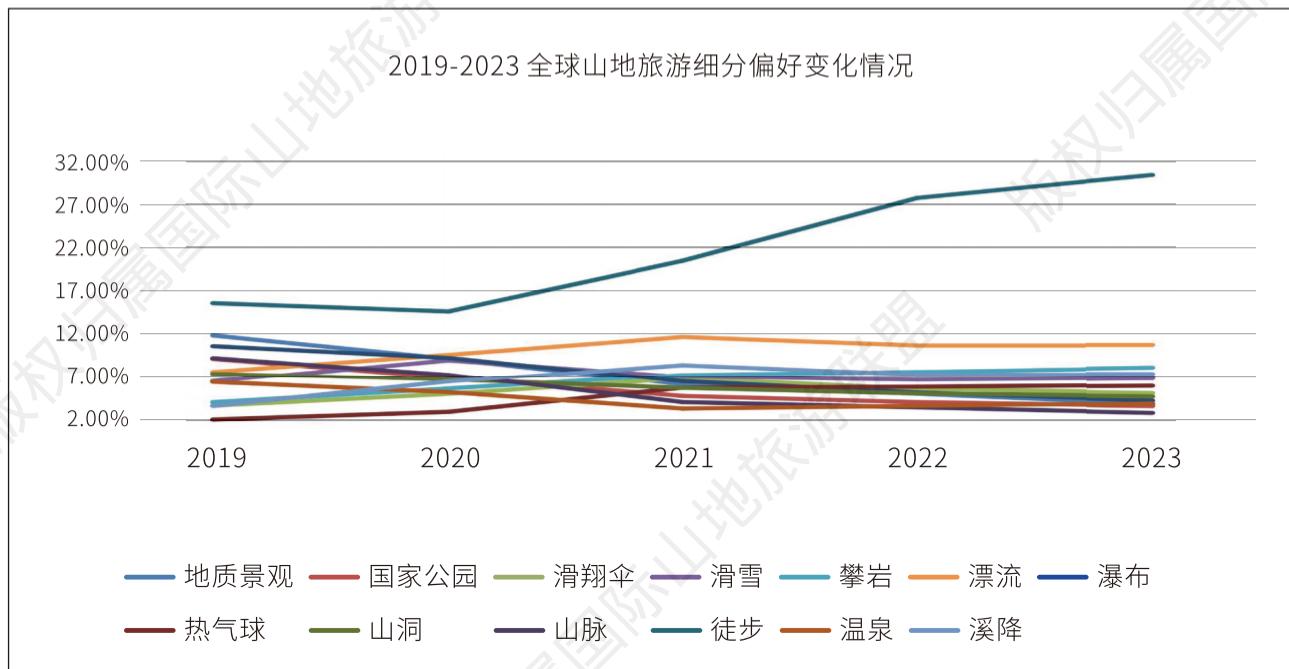
3.3.3 全球山地旅游专项细分市场分析

3.3.3.1 全球山地旅游细分偏好分析

山地旅游的体验内容包罗万象，体验方式层出不穷，从中选择最为普及的细分门类，根据猫途鹰平台2019年至2023年的数据，徒步始终是全球最受欢迎

的山地旅游细分偏好，且其领先幅度持续扩大。

这说明全球公众在疫情期间更加注重与大自然的接触和融入机会，徒步是最易实现的山地自然体验方式，成为越来越多的人开展山地旅游和休闲的首选活动方式，因此实现逆势增长。



数据来源：根据猫途鹰平台标签点评数计算

3.3.3.2 全球滑雪市场分析

在滑雪旅游市场，根据如瑞士专家 Laurent Vanat 所著《2022 年国际滑雪和山地旅游报告》²⁰ 等行业报告和官方数据，突如其来的新冠疫情给世界各地的 2019/20 和 2020/21 滑雪季带来了巨大挑战。

在 2019/20 滑雪季，新冠疫情相关限制措施导致全球滑雪人数减少了 37%（因疫情突发而缩短的 2019/20 滑雪季的全球滑雪人数则比 2018/19 滑雪季减少了 18%）。影响最大的当然是欧洲阿尔卑斯山国家，降幅达到 78%。在其他欧洲目的地和中亚地区，降幅则为 32% 左右。然而，新冠疫情相关限制措施的影响因国家和政府对滑雪度假区采取的态度不同而变化很大。在一些地方，尽管条件不利，但部分滑雪度假

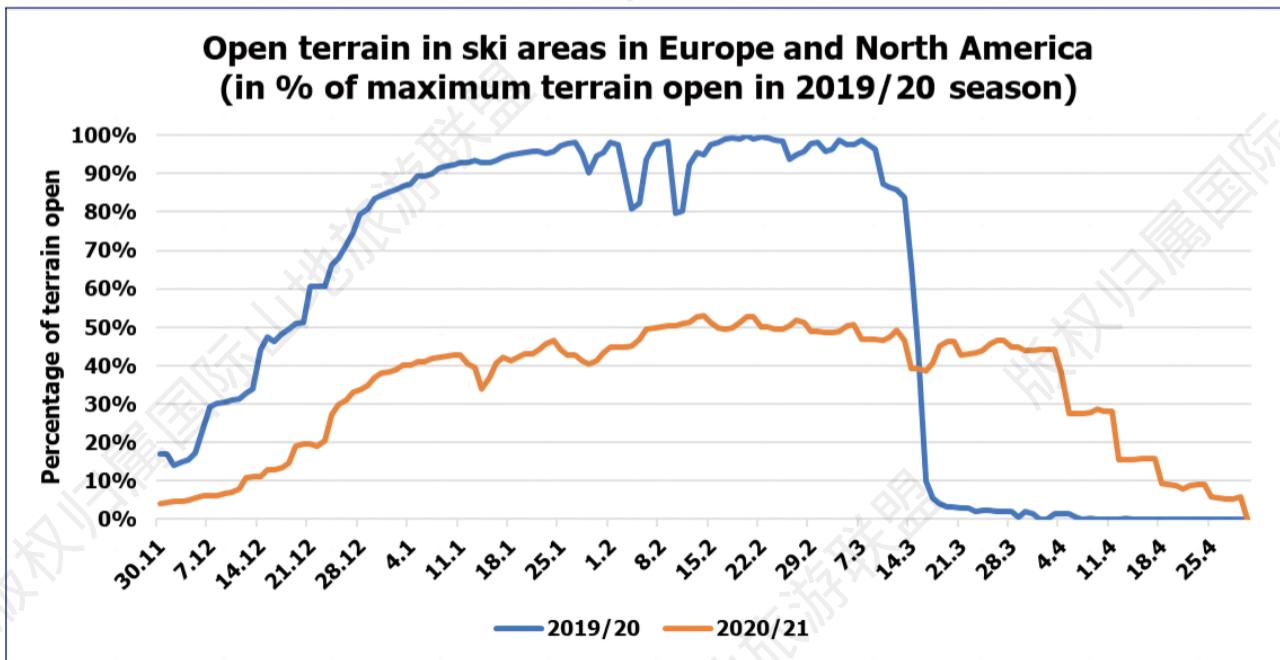
区在最为艰难的 2020/21 年仍创下了游客人数的新高。例如，随着中国经济的复苏，亚太地区滑雪市场增长了 17%。美国的旅游旺季也使美洲增长了 11%。就各国滑雪人数而言，中国跃升至第二，仅次于美国，日本和瑞士居于第三和第四（通常位居前列的奥地利、法国和意大利因限制措施更加严格而导致其 2019/20 滑雪季的接待量显著下降）。

下图是根据欧洲和北美 900 个滑雪场（包括大型度假村）的样本雪情报告中显示的开放滑雪道公里数分析得出的。它很好地反映了 2019 年新冠疫情暴发前和暴发后滑雪业的运营变化，以及 2020/21 年滑雪季大部分阿尔卑斯山滑雪度假区关闭所带来的影响。

²⁰ <https://www.vanat.ch/international-report-on-snow-mountain-tourism>, 2023 International Report on Snow & Mountain Tourism Overview of the key industry figures for ski resorts

2020/21 滑雪季欧洲和北美地区保持开放的滑雪项目情况

(相比 2019/20 滑雪季最大开放规模的比例 %)



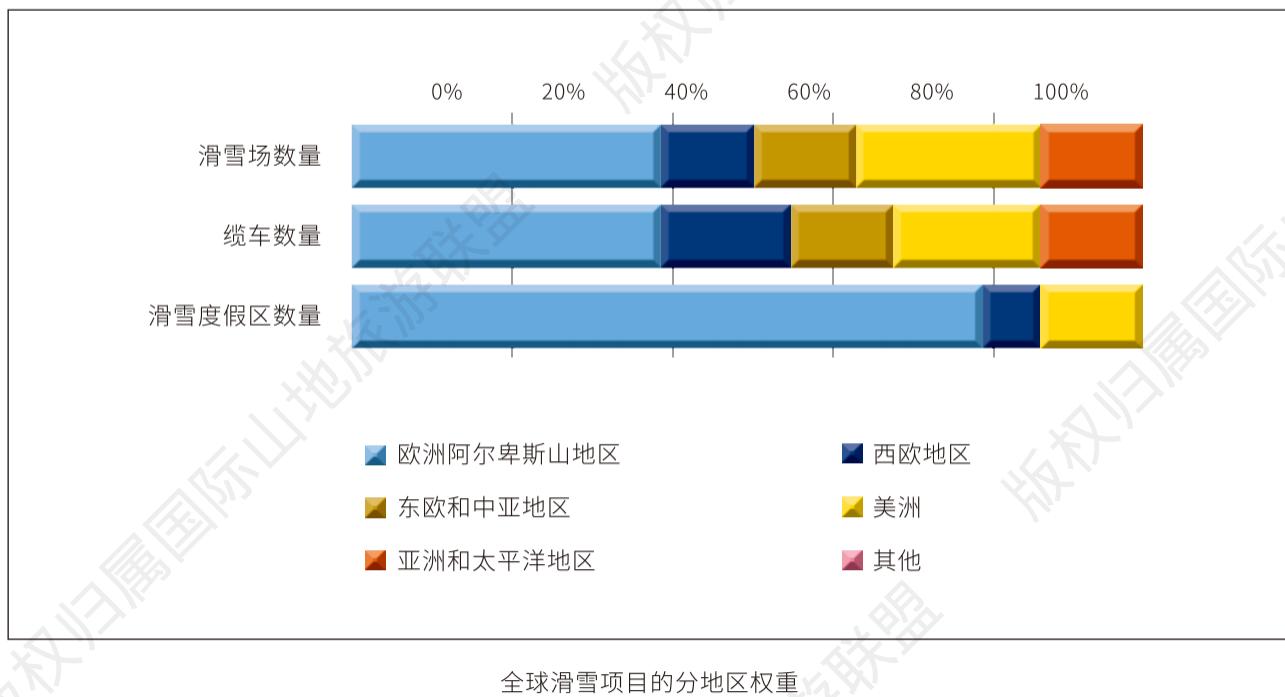
资料来源 克里斯托夫 - 施拉赫, 蒙特尼斯咨询公司²¹

在 2021/2022 年滑雪季，全球滑雪季业务恢复状况良好，滑雪场 / 滑雪度假区数量已与过去 20 年的平均水平基本一致。在区域层面，美国滑雪场 / 滑雪度假区的接待人天数超过 6000 万，达到历史新高，法国的滑雪场 / 滑雪度假村也取得良好成绩，接待人天数超过 5000 万，比疫情前五年平均水平高出 2% (2015-2019)。中国则在 2022 北京冬奥会的引领下成为增长最快的市场，中国国家统计局于 2023 年 2 月公布的“带动三亿人参与冰雪运动”统计调查报告数据显示，全国参与冰雪运动的人数达到 3.46 亿，“三亿人上冰雪”的目标已达成。

根据最新清单，全世界已有 5764 个正常营业的滑雪场（有雪覆盖的室外滑雪场），其中 1945 个拥有 4 条以上缆车的滑雪场被认定为滑雪度假区。据估计，该行业目前在山区提供约 600 万个商业床位。这些经营项目主要集中在产业化程度较高的滑雪市场，如 39% 的滑雪场、39% 的缆车和 79% 的滑雪度假区集中在欧

洲阿尔卑斯山地区。与此同时，规模优势及相应服务优势的重要性十分显著，滑雪产业的大部分集中在每年滑雪人次超过 10 万的滑雪度假区周围，尽管其只占滑雪度假区总数的 13%，但却占全球滑雪者总人次的 74%。全球年度滑雪接待人天数超过 100 万的巨型滑雪度假村有 52 个（约占总数不足 1%），其获得全球年度滑雪接待人天数总量的 21%。全球现有滑雪场及其设备的主要数据见下表。

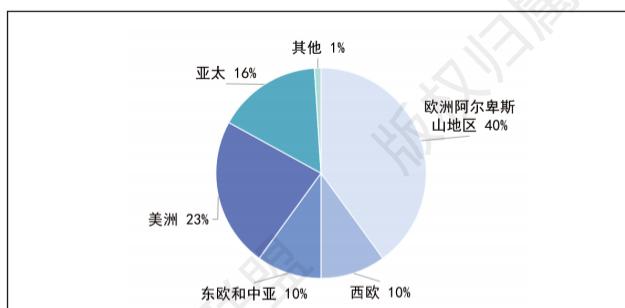
21 https://www.montenius.de/files/montenius/pdf/Top_100_ski_areas_worldwide_201920_web.pdf , Top 100 Ski Areas Worldwide 2019-2020



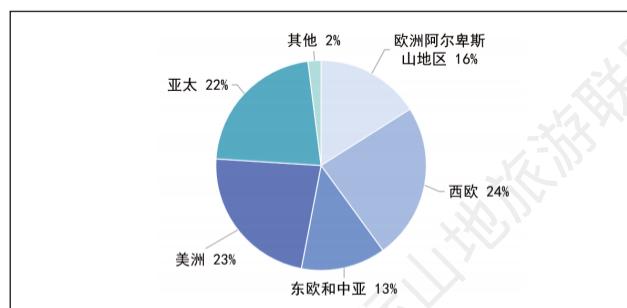
全球滑雪项目的分地区权重

下图显示了主要滑雪目的地的相对重要性。很明显，欧洲阿尔卑斯山地区是世界上最大的滑雪目的地，占据了 40% 的滑雪者访问量。第二大滑雪目的地是美

洲（主要是北美洲），占全球滑雪人数的 23%。亚太地区与美洲的市场份额基本相等，但其内部随着其中国市场的迅速崛起，形成日本和中国齐头并进的新格局。



全球滑雪者接待量的分地区权重



全球滑雪者客源地的分地区权重

将左图与右图进行比较，清晰显示出滑雪者输出者的地区和接收者的地区。欧洲阿尔卑斯山是国际游客最多的滑雪度假区，吸引了大部分入境滑雪者。尽管这里接待了 40% 的滑雪者，但只产出了 16% 的滑雪者。全球其他地区的外国游客比例均与欧洲阿尔卑斯地区差距显著。

猫途鹰 (TripAdvisor) 的“旅行者之选至尊奖”

是根据过去 12 个月内收集的点评和评分，评选出的全球旅行者最喜爱的目的地，从而生成的最具权威性的榜单。“2023 年旅行者之选至尊奖 - 热门滑雪目的地”是针对全球滑雪目的地的专项年度榜单。在全球 Top20 的热门滑雪目的地中，欧洲（阿尔卑斯山地区）占 10 席，北美洲占 8 席，亚洲占 2 席，展现出滑雪度假先进地区的显著优势。

排名	名称	所属国家	代表性山地旅游景区和项目
1	惠斯勒	加拿大	北美洲
2	杰克逊	美国	北美洲
3	策马特	瑞士	欧洲
4	霞慕尼	法国	欧洲
5	利维尼奥	意大利	欧洲
6	特伦托	意大利	欧洲
7	帕克城	美国	北美洲
8	安克雷奇	美国	北美洲
9	太浩湖	美国	北美洲
10	杜兰戈	美国	北美洲
11	布雷肯里奇	美国	北美洲
12	Les Belleville	法国	欧洲
13	札幌	日本	亚洲
14	莫尔济讷	法国	欧洲
15	茵斯布鲁克	奥地利	欧洲
16	贡马	印度	亚洲
17	韦尔	美国	北美洲
18	布尔格圣莫里斯	法国	欧洲
19	格林德瓦	瑞士	欧洲
20	科尔蒂纳丹佩佐	意大利	欧洲

数据来源：猫途鹰平台

“2023 年旅行者之选至尊奖 - 热门滑雪目的地”的欧洲和北美分榜则呈现出显著的自然地理单元集聚分布特征，其中欧洲 Top10 滑雪目的地全部位于阿尔卑斯山地区，北美 Top15 滑雪目的地全部位于落基山脉。

3.3.3.3 全球露营市场分析

在露营旅游市场，由于新冠疫情防控政策给远途旅行造成较大限制，在时间和地点安排上更为灵活的露营旅游成为全球客群的现实选择，在成熟市场和新兴市场都实现了显著增长，绝大部分露营地和露营活

动依托于山地。

一方面，在成熟市场，根据 KOA 等行业机构发布的统计数据²²，5800 万美国家庭在 2022 年至少露营一次，远远领先于疫情之前的数字，超过 640 万家庭在 2022 年首次露营，在年度露营家庭总量中占比超过 10%，露营者人日均消费同比增加 19 美元，在本地露营地的消费超过外地露营地，达到 520 亿美元。

另一方面，在新兴市场，以中国为例，露营相关注册企业数量从 2019 年的不足 3000 家增长至 2022 年的超过 20000 家，核心市场规模（露营地消费）从

22 <http://koa.uberflip.com/i/1497941-2023-north-american-camping-outdoor-hospitality-report/>, North American Camping & Outdoor Hospitality Report 2023

2019 年的不足 400 亿元人民币增长至 2022 年的超过 1100 亿元人民币，年均增长率接近 50%，预计 2023 年核心市场规模将超过 1300 亿元人民币，带动市场规模（露营装备消费）将接近 8000 亿元。

根据猫途鹰平台的数据，2019-2023 年全球山地

徒步 & 露营目的地 Top10 中有 4 个位于非洲，4 个位于亚洲，南美洲和北美洲各 1 个。由于山地徒步和露营活动与生态旅游高度相关，说明非洲和亚洲的生态旅游取得了长足发展。

2019-2023 年全球山地徒步 & 露营目的地 Top10			
排名	目的地名称	所属大洲	国家
1	库斯科	南美洲	秘鲁
2	加德满都	亚洲	尼泊尔
3	阿鲁沙	非洲	坦桑尼亚
4	乞力马扎罗区	非洲	坦桑尼亚
5	马拉喀什	非洲	摩洛哥
6	巴厘岛	亚洲	印度尼西亚
7	博卡拉	亚洲	尼泊尔
8	内罗毕	非洲	肯尼亚
9	佩吉	北美洲	美国
10	龙目岛	亚洲	印度尼西亚

数据来源：猫途鹰平台

3.3.3.4 全球山地国家公园市场分析

国家公园是全球通行的山地资源可持续保护和利用模式，除了狭义的“国家公园”之外，广义上的“国家公园”还涵盖一系列关联模式，如国家森林公园、国家地质公园、自然保护区/保护地等。根据来自猫途鹰

(TripAdvisor) 的数据，2019 年至 2023 年全球国家公园目的地 Top10 中有 4 个位于北美洲，非洲和亚洲各 2 个，中美洲、欧洲各 1 个。北美洲（美国和加拿大）依托国家公园提供公共山地游憩福利的模式发展成熟且行之有效。

2019-2023 年全球国家公园目的地 Top10

排名	名称	所属大洲	国家
1	黄石国家公园	北美洲	美国
2	班夫国家公园	北美洲	加拿大
3	阿雷纳火山国家公园	中美洲	哥斯达黎加
4	雪墩国家公园	欧洲	英国
5	Jim Corbett 国家公园	亚洲	印度
6	贾斯珀国家公园	北美洲	加拿大
7	瓦地伦国家公园	亚洲	约旦
8	马赛马拉国家野生动物保护区	非洲	肯尼亚
9	克鲁格国家公园	非洲	南非
10	大峡谷国家公园	北美洲	美国

数据来源：猫途鹰平台

非洲的国家公园则是其国际山地游客的主要接待场所，也是其开展环境保护和社区合作的主要工作平台。坦桑尼亚是国家公园整体发展水平最高的非洲国

家，在 2019 年至 2023 年非洲国家公园目的地 Top10 中独占四席。

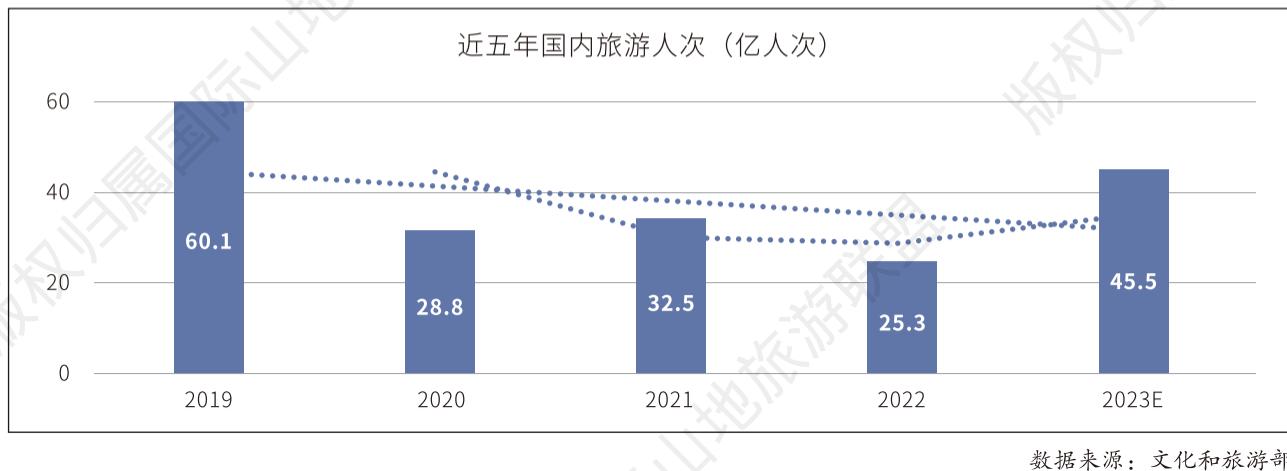
3.4 中国山地旅游市场分析

3.4.1 中国山地旅游宏观表现

3.4.1.1 近年中国旅游市场主要指标趋势

自新冠疫情暴发后，中国旅游市场与全球旅游市

场一样经历下降周期，但自 2023 年初起，中国旅游市场进入强劲恢复期，旅游人次等主要指标数据传递出显著回暖信号。



数据来源：文化和旅游部

中国文化和旅游部发布的《2023年上半年国内旅游数据情况》显示，2023年上半年，国内旅游总人次 23.84 亿，同比增长 63.9%。分季度看：国内旅游总人次第一季度同比增长 46.5%，第二季度同比增长 86.9%，呈现加速恢复态势。2023年上半年，国内旅游收入（旅游总花费）2.30 万亿元，同比增长 95.9%。在 12 月 14 日国新办举行的新闻发布会上，文化和旅游部副部长杜江介绍 2023 年前三季度，中国国内旅游

人次达到 36.7 亿，实现旅游收入 3.7 万亿元，同比分别增长 75% 和 114%。

文化和旅游部还发布官方预计，2023 年国内游客数将达到 45.5 亿人次，同比增长约 80%；将实现国内旅游收入超 4 万亿元，同比增长约 95%。

以中国旅游市场关键时段，即“黄金周”和“小长假”作为分析节点，可以看到其近两年的旅游人次、旅游收入等关键指标的恢复水平高于当年度平均值，甚至超过

近五年中国国内旅游市场人次均旅游消费			
年度	人次均旅游消费（元）	同比 %	恢复至疫情前 %
2023	540.4	133.66	89.6
2022	404.3	-17.9	67
2021	492.3	19	81.6
2020	413.6	-31.5	68.5
2019	603.4	—	—

数据来源：文化和旅游部

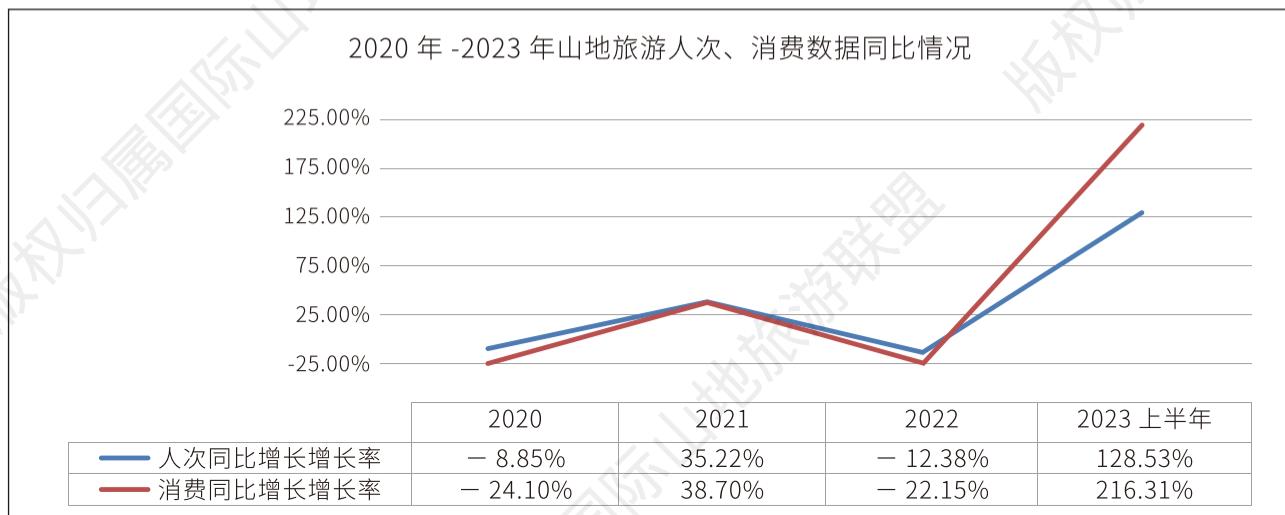
疫情前 2019 年的基准值，进一步说明中国旅游市场的需求潜力旺盛，恢复动能强劲。

特别是 2023 年中国中秋、国庆日期相近，形成连续 8 天的“双节黄金周”，国内旅游出游人数 8.26 亿人次，按可比口径较 2019 年增长 4.1%；国内旅游收入 7534.3 亿元，按可比口径较 2019 年增长 1.5%；客单价达到 886 元，相当于 2019 年水平 107%。出游人次、旅游收入、客单价三项核心指标均超过疫情前 2019 年

同期水平，自 2020 年来尚属首次，充分说明中国旅游市场恢复情况良好，后续潜力巨大。

3.4.1.2 山地旅游成为中国旅游业克服时艰的关键支撑

在中国市场，山地旅游的抗压和恢复能力显著领先于旅游业整体情况，山地旅游人次等关键指标不但在疫情期间基本保持在疫情前的水平，更在防控政策放宽后爆发增长至历史最高水平，引领全国旅游业的恢复。



数据来源：携程旅行网提供 600 余个山地旅游代表景区门票 + 周边玩乐及周边 50km 内酒店等业态综合数据

借势中国“登高赏秋”的传统文化习俗，山地旅游成为 2023 年中秋、国庆黄金周的最大热点，抖音“登高赏秋”相关内容环比增长 164%，带动全国各个地区的山地旅游目的地线上流量和线下打卡量激增。特别是内蒙古乌兰布统大草原、新疆喀什古城和帕米尔旅游

区、四川甘孜稻城亚丁景区、黑龙江大兴安岭等相对偏远，以跨省游为主要对象的山地旅游目的地均位居黄金周抖音打卡量前列，进一步说明中国旅游市场的消费能力依旧强劲，客群日益青睐有特色、高品质的山地目的地，愿意为其付出更高经济和时间消费。

抖音统计的热门赏秋胜地和登高胜地	
热门赏秋胜地 TOP5	热门登高胜地 TOP5
乌兰布统大草原	普陀山
喀什古城	武功山
帕米尔旅游区	天门山
甘孜稻城亚丁	泰山
九寨沟	老君山

数据来源：《抖音 2023 中秋国庆出游报告》

根据携程旅行网的数据，划分冰雪旅游目的地、山地运动目的地、生态休闲目的地、康养旅游目的地、山地文化目的地等5个主要细分类别，2023年中秋国庆黄金周（9月29日-10月6日）的接待人次和消费

金额同比上年2022年和疫情前2019年的同期数据均呈现大幅上涨，且增长水平显著高于全国旅游业同期整体水平，表明山地旅游成为黄金周这样的关键旅游时段的主流选择。

2023年中秋国庆黄金周山地旅游细分市场同比2019年、2022年增长水平			
细分类型	同比年份	接待人次同比	消费金额同比
冰雪旅游目的地	2022	231%	265%
	2019	170%	171%
山地运动目的地	2022	180%	222%
	2019	153%	155%
生态休闲目的地	2022	230%	262%
	2019	203%	217%
康养旅游目的地	2022	400%	385%
	2019	152%	144%
山地文化目的地	2022	301%	355%
	2019	218%	232%

数据来源：携程旅行网

山地旅游市场能够有如此优秀表现的关键原因之一在于，相比其他旅游产业门类，山地旅游目的地普遍距离客源地较远，资源和体验更为丰富，令游客更加倾向于选择人次均停留时间更长、消费更高的线路产品。

来自携程旅行网的数据可以支撑这一观点，即2023年中秋国庆黄金周期间山地旅游的线路产品的同比增幅显著高于山地旅游市场的整体水平。

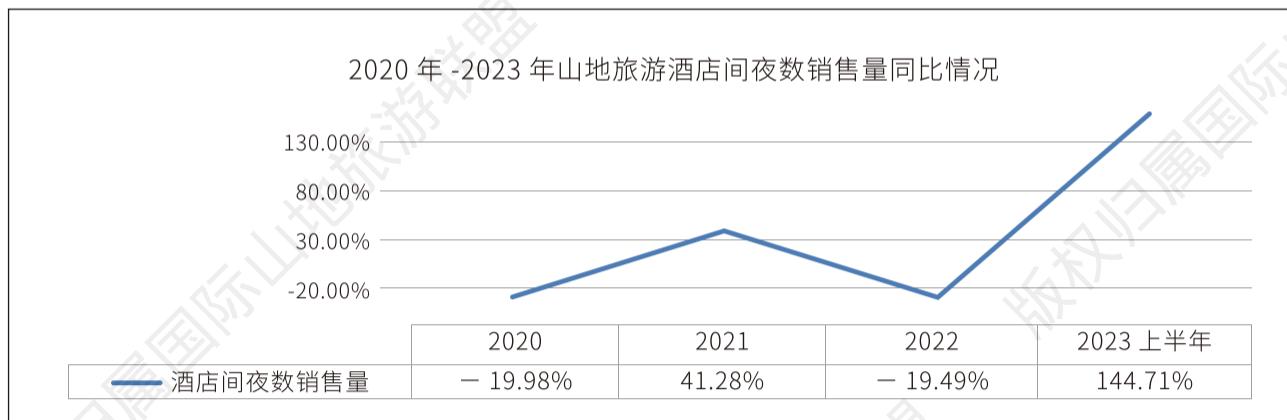
2023年中秋国庆黄金周山地旅游细分市场线路产品同比2022年增长水平			
细分类型	人次同比	金额同比	线路人均单价（元）
冰雪旅游目的地	681%	648%	793.79
山地运动目的地	581%	525%	869.75
生态休闲目的地	457%	400%	1049.25
康养旅游目的地	990%	954%	1053.76
山地文化目的地	649%	699%	1051.28

数据来源：携程旅行网

3.4.1.3 中国山地旅游呈现转型发展势

中国山地旅游的度假化趋势显著，2023年以来酒店间夜数销量增长迅猛，特别是民宿等非星级酒店类住

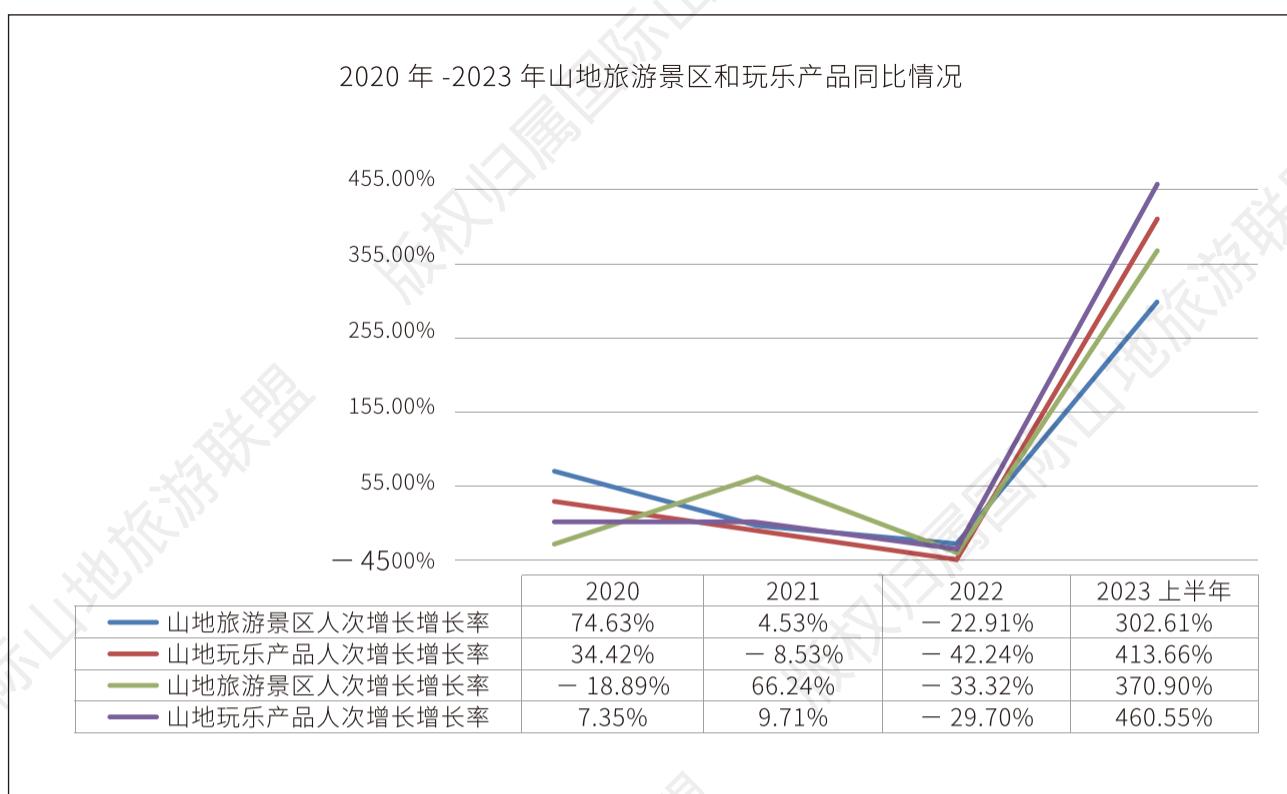
宿产品得到更多客群的认可和偏好，逐渐成为山地旅游客群的主流选择。



数据来源：携程旅行网

中国山地旅游的主流体验方式正在从观光转向玩乐，后者在 2023 年以来的恢复和增长速度显著更快，

在标志性的自然和人造景观之外，山地游客日益青睐更加丰富的体验内容。



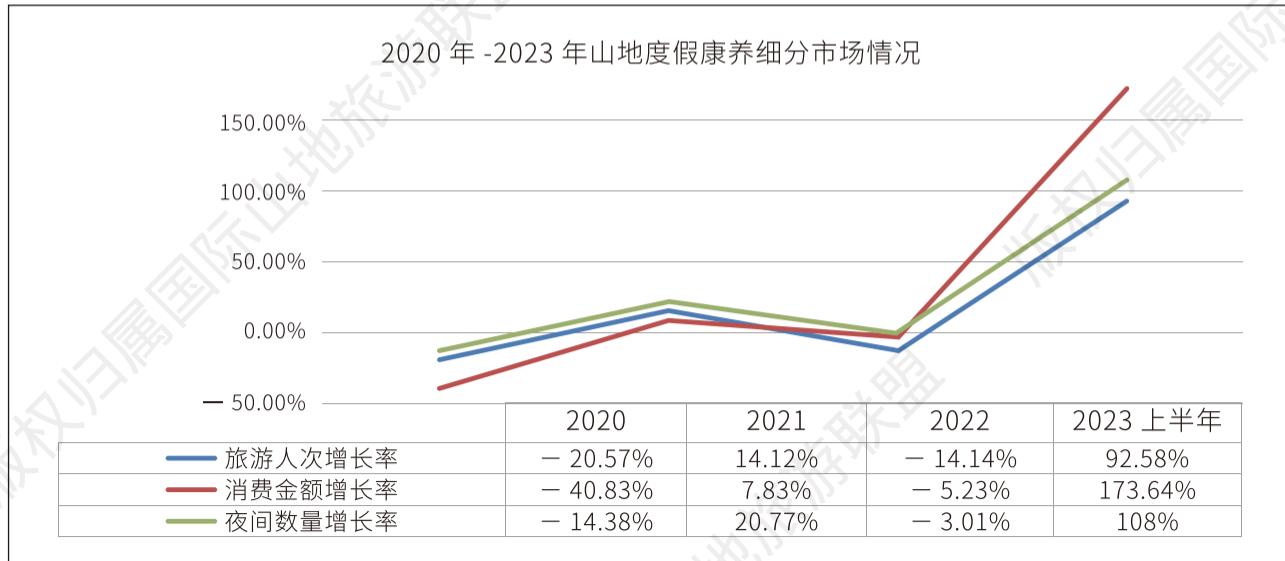
数据来源：携程旅行网

3.4.2 主题细分市场应机迭代增长

3.4.2.1 山地康养度假成为疫后全民刚需

新冠疫情令公众健康意识显著增强，康养度假成为因此受益最大的山地旅游细分门类之一。根据携程

旅行网的统计数据，2023年上半年，拥有宜人气候和温泉资源双重优势的云南省昆明市成为全国山地康养度假市场的最大赢家，在“全国度假康养主题热门酒店Top20”中占据19席。

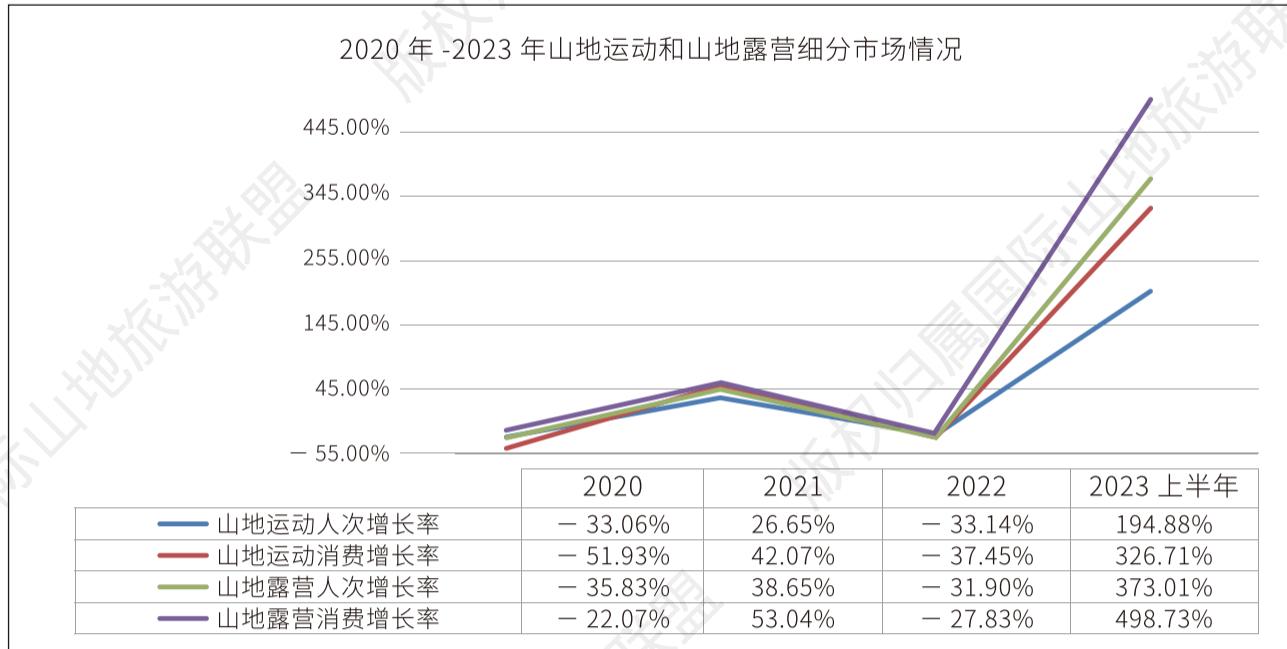


数据来源：携程旅行网

3.4.2.2 运动和露营为山地旅游提供新兴场景

中国游客期待在更为新鲜、丰富、灵活的体验场景中开展身心恢复活动，山地运动、山地露营等活动强

度更高、社交属性更强的细分门类能够满足这一诉求，从而成为增长最快的山地旅游市场领域。

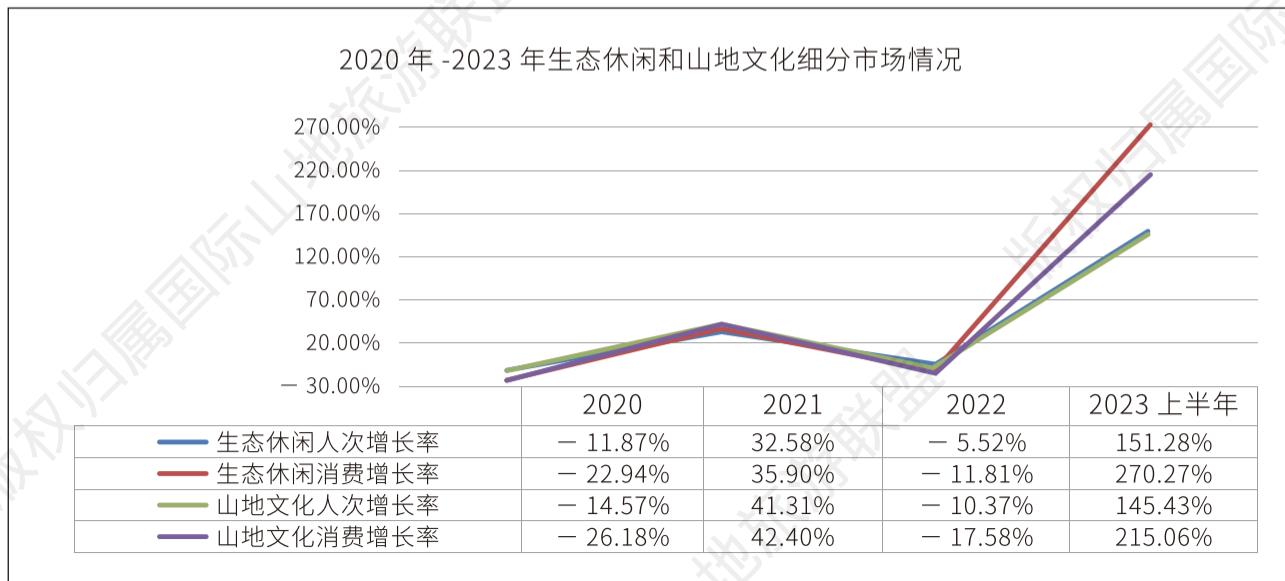


数据来源：携程旅行网

3.4.2.3 生态休闲和山地文化日趋常态化消费

疫情期间，中国游客日益习惯近程高频出游方式和文化沉浸体验方式，令生态休闲游和山地文化游成为主流市场门类。值得关注的是，它们均呈现出集聚规模

扩大的目的地发展趋势，如浙江省杭州市和山东省济南市分别在山地休闲主题热门酒店和山地文化主题热门酒店的全国 Top20 榜单中占据多数席位。



数据来源：携程旅行网

3.5 全球山地旅游面临气候变化的挑战

3.5.1 气候是维系山地旅游可持续性的纽带

山地旅游是气候敏感度最高的旅游形式之一。气候对于山地旅游活动既是促成因素，也是限制因素，因为特定的气候条件是其对应的专项活动和专题景观的必要基础，这些活动和景观包括滑雪及其他山地运动、观鸟等生物多样性探访、避暑、康养、冰川、雪峰等。

与此同时，温度、湿度、日照、降水等一个或多个气候变量可能会影响某些山地旅游活动期间的游客舒适度，从而可能影响游客人数。由此，气候变化可以影响山地旅游目的地的特定活动与景观的可用性，并影响游客行为乃至到访动机。

3.5.2 全球气候变化现状

山地生态系统提供了基本的生计、粮食安全、福祉和文化认同。气候变化被广泛认为对山地生态系统产生深远影响，特别是日益严重的气候灾害，给山地生产生活带来了重大的适应性挑战。

根据世界气象组织发布的《2022年全球气候状况报告》²³，由于温室气体达到了创纪录的水平，陆地、海洋和大气发生了全球范围的变化。2015至2022年全球平均温度是有记录以来的最高值，2022年的全球平均温度比1850至1900年的平均值高出了1.15°C。尽管连续三年出现了有降温效应的拉尼娜现象，但2022年仍是第五或第六个最热的年份。干旱、洪水和热浪影响了每一个大洲。《报告》还指出，南极海冰下降到了有记录以来的最低水平，欧洲一些冰川的融化也

达到了史无前例的水平。

这一系列令人堪忧的数据表明，地球气候的变暖趋势并未得到有效遏制，意味着地球正面临着前所未有的气候危机。其在山地区域导致洪水频发和生态系统失衡等严重后果，对山地生态环境造成长期破坏。这些极端气候事件对山地区域人类生活和经济发展造成了巨大压力，迫使我们必须正视气候变化问题。

3.5.3 气候变化对山地旅游的显著影响

3.5.3.1 对滑雪等冬季山地旅游的影响

冬季山地旅游的受到气候影响的趋势十分明显。研究结果表明，冬季山地旅游最主要的气候影响因素是雪的可用性。发现自然积雪深度与滑雪人天次和过夜人天次有统计学上显著正相关^{24、25、26}。

研究还发现积雪深度会影响滑雪场的盈利能力，其影响因目的地、原籍地、游客人口统计和降雪时间而异。一方面，降雪量减少导致美国新英格兰地区以小型滑雪场为主的滑雪场关闭²⁷。另一方面，在一个塞尔维亚的滑雪场案例中，自然积雪深度与缆车票价之间没有显著相关性²⁸。虽然滑雪场的雪坡可靠性与其市场份额高度相关（例如在法国 $r^2=0.74$ ）²⁹，高海拔滑雪场的利润率更高：在奥地利，最高海拔2300米以上的滑雪场的利润率高出4个百分点，1350至1700米之间的滑雪场的债务资本比率最高³⁰，其主要原因之一便是气温偏高导致自然降雪偏少且保雪水平偏低，即适应气候变化的能力偏弱。³¹

23 <https://library.wmo.int/records/item/66214-state-of-the-global-climate-2022>，世界气象组织（WMO）发布的《2022年全球气候状况报告》

24 Töglhofer, C., Eigner, F., & Prettenthaler, F. (2011). Impacts of snow conditions on tourism demand in Austrian ski areas. *Climate Research*, 46(1), 1–14.

25 Falk, M. (2013b). Impact of long-term weather on domestic and foreign winter tourism demand. *International Journal of Tourism Research*, 15(1), 1–17.

26 Falk, M., & Lin, X. (2021). Time-varying impact of snow depth on tourism in selected regions. *International Journal of Biometeorology*, 65(5), 645–657.

27 Beaudin, L., & Huang, J. C. (2014). Weather conditions and outdoor recreation: A study of New England ski areas. *Ecological Economics*, 106, 56–68.

28 Joksimovic, M., Gajic, M., Vujadinovic, S., Milenovic, J., & Malinic, V. (2021). Artificial snowmaking: Winter sports between state-owned company policy and tourist demand. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45(7), 1170–1187.

29 Francois, H., Morin, S., Lafayse, M., & George-Marcello, E. (2014). Crossing numerical simulations of snow conditions with a spatially-resolved socio-economic database of ski resorts: A proof of concept in the French Alps. *Cold Regions Science and Technology*, 108, 98–112.

30 Falk, M., & Steiger, R. (2018). An exploration of the debt ratio of ski lift operators. *Sustainability*, 10(9), 2985.

31 The Economic Sustainability of Snow Tourism: The Case of Ski Resorts in Austria, France, and Italy, *Sustainability* 2018, 10(9), 3012

然而，依据雪坡长度核算的滑雪场规模对盈利能力的影响最大³²。这表明，高海拔滑雪场不仅较少受到气候变化的影响，而且可能在财务范畴具有更高的适应气候变化的能力。值得注意的是，随着时间的推移，天然雪与旅游需求之间的正相关关系已经下降。在奥地利，早期采用造雪技术显著降低了滑雪场业务失败的风险³³。法国的证据表明，在中小型滑雪场，在雪量异常稀少的冬季之后，造雪投资明显增加，导致相当比例的停业情况，而这种影响在较大的滑雪场则不明显³⁴。研究发现，造雪对滑雪参观的正向影响因海拔而异：虽然高海拔滑雪区的滑雪者受益于造雪，但在低海拔滑雪区中，这种影响仅在雪量不足的冬季较为显著³⁵。在一项对瑞士滑雪场样本的研究中，对使用人造雪的好处进行了量化，其中人造雪坡占比不低于30%的滑雪场对自然雪深的敏感度低于没有人造雪的滑雪场³⁶。相反，来自西班牙的一项分析显示，配备造雪设施的滑雪场的市场份额对其净利润没有显著影响，这表明更可靠的雪坡和更长的经营期所带来的更多收入被更高的造雪设施投资和运营成本所抵消³⁷。

相比更加便于使用人造雪的高山滑雪项目，越野滑雪、狗拉雪橇、雪地摩托、冰上运动和驯鹿活动等也更加容易受到高温和缺雪的负面影响。这显然不利于冬季山地旅游的多元化趣味，长期而言将降低该市场的抗风险能力。

3.5.3.2 对非冬季山地旅游的影响

研究表明，非冬季山地旅游的理想温度范围为

20.5°C³⁸至25°C^{39、40}，温度达到25°C以上则可观测到旅游人数的明显下降。这个温度范围比海滩旅游低1至6°C。如在希腊的艾诺斯山上，夏季这些理想的生物气象条件主要发生在海拔1300米以下的山下和早晨和晚上⁴¹。气候变暖令城市热岛现象日益严重，这在一定程度上促进了对高海拔山地旅游活动的需求潜力。统计数据表明，全球低海拔地区的炎热温度与山地度假区的过夜人天次之间存在显著相关性。如在德国巴伐利亚州阿尔卑斯山地区，良好的天气条件和及时准确的气象预报会提升夏季和秋季的短途过夜旅行次数。

然而，这种表面上的短期积极影响与在安全可及性、景观吸引力、生物多样性等方面系统的长期消极影响不具可比性。在夏季，降雨被发现是对欧洲阿尔卑斯山、加拿大和新西兰的山地目的地影响最重要的气候因素，降水强度和频次的增加给户外运动造成不便，甚至因地灾频发而带来严重安全风险；其次是日照持续时间延长和强度提高所造成的影响，如瑞典的山地旅游目的地和美国的山地国家公园都受到气温因素的不利影响，候鸟栖息地迁移和自然水位上升等问题令瑞典游客需要去往纬度和海拔更高的山地开展远足和徒步旅行、登山、骑自行车、观赏鸟类和野生动物以及露营等夏季旅游活动，而异常干旱令供水不足且气候舒适度下降，严重影响落基山脉北部的夏季游客消费。研究发现，由于气候变化，一些美国国家公园的高峰出勤率发生了变化⁴²。在尼泊尔珠穆朗玛峰地区，72%的受访者认为，从长远来看，全球变暖导致的天气模式变化将损害旅游

32 Moreno-Gene, J., Sanchez-Pulido, L., Cristobal-Fransi, E., & Daries, N. (2018). The economic sustainability of snow tourism: The case of ski resorts in Austria, France, and Italy. *Sustainability*, 10(9), 3012.

33 Falk, M. (2013b). Impact of long-term weather on domestic and foreign winter tourism demand. *International Journal of Tourism Research*, 15(1), 1–17.00
 Moreno-Gene, J., Sanchez-Pulido, L., Cristobal-Fransi, E., & Daries, N. (2018). The economic sustainability of snow tourism: The case of ski resorts in Austria, France, and Italy. *Sustainability*, 10(9), 3012.

34 Berard-Chenu, L., Cognard, J., Francois, H., Morin, S., & George, E. (2021). Do changes in snow conditions have an impact on snowmaking investments in French Alps ski resorts? *International Journal of Biometeorology*, 65(5), 659–675.

35 Falk, M., & Vanat, L. (2016). Gains from investments in snowmaking facilities. *Ecological Economics*, 130, 339–349.

36 Gonseth, C. (2013). Impact of snow variability on the Swiss winter tourism sector: implications in an era of climate change. *Climatic Change*, 119(2), 307–320.

37 Moreno-Gene, J., Daries, N., Cristobal-Fransi, E., & Sanchez-Pulido, L. (2020). Snow tourism and economic sustainability: the financial situation of ski resorts in Spain. *Applied Economics*, 52(52), 5726–5744.

38 Scott, D., Gössling, S., & de Freitas, C. R. (2008b). Preferred climates for tourism: case studies from Canada, New Zealand and Sweden. *Climate Research*, 45(1), 61–73.

39 Steiger, R., Abegg, B., & Janicke, L. (2016). Rain, rain, go away, come again another day. *Weather preferences of summer tourists in mountain environments*. *Atmosphere*, 7(5), 63.

40 Smith, J. W., Wilkins, E., Gayle, R., & Lamborn, C. C. (2018). Climate and visitation to Utah's "Mighty 5" national parks. *Tourism Geographies*, 20(2), 250–272.

41 Maniatis, S., Nastos, P. T., Moustris, K., Polychroni, I. D., & Kamoutsis, A. (2020). Human thermal sensation over a mountainous area, revealed by the application of ANNs: the case of Ainos Mt., Kefalonia Island, Greece. *International Journal of Biometeorology*, 64(12), 2033–2045.

42 Buckley, L. B., & Foushee, M. S. (2012). Footprints of climate change in US national park visitation. *International Journal of Biometeorology*, 56(6), 1173–1177.

业⁴³。

实际上，夏季山地旅游接待量的增加也可能加速加重对脆弱的山区环境的危害。如果游客由于气温升高而开始用山地度假代替海滩假期，夏季山地旅游目的地的承载能力很快就会达到乃至突破上限。随着气候变化的临近，研究哪些传统上的夏季山地旅游地区（包括海拔高度和时间变化）可能会超出上述的理想温度范围，相反，哪些新的山地地区可能开始拥有这些生物气象条件，以及由此产生的旅游模式的变化，就成为十分重要的工作。

3.5.3.3 气候灾害对基础设施、可达性的影响

山地旅游目的地的主要夏季景点受到自然灾害风险增加和可达性改变的影响，两者都是全球变暖的后果。

在葡萄牙的马德拉岛，由于与更频繁的大雨事件相关的原因，在作为该岛主要景点的历史性水渠上开展的独具特色的远足之旅已经关闭，这会导致原本是旺季的夏季游客减少⁴⁴。

在高山地区，冰川退缩和永久冻土融化正在使冰坡和岩坡变陡，并破坏冰碛的稳定性。其结果是泥石流、落石、冰体崩塌和冰川湖溃决洪水等地灾风险增加。与此同时，更多的岩石碎片正在冰川表面积聚，这不但会加速冰川融化，还会增加参加登山和徒步等活动的游客的风险，并有可能损坏和摧毁重要的旅游基础设施，如山地小径和野生动物通道。

山体滑坡被认为是山地目的地气候变化最具威胁性的后果，一份对奥地利夏季游客风险认知的分析报告显示，冰川退缩和落石等相关自然灾害会增加游客的风险，特别是对于更愿意首先承担风险且消费能力更强的有经验的登山者。

根据对法国登山者和新西兰山地旅游业利益相关者的访谈信息，冰川可达性也受到影响，因为气候变化增加了在冰川之上和通往冰川的路线难度。法国超过三

分之二的高山度假小屋通道受到冰川萎缩的影响，约三分之一受到永久冻土退化或冰周过程的影响。冰川形成的变化和由此导致的可达性较差问题已被证明会减少游客数量，因为许多人不愿意为了参观冰川而增加徒步时间或必须使用商业性机动交通工具。⁴⁵

3.5.3.4 气候变化对生物多样性和景观吸引力的影响

气候变化导致的快速温度升高和积雪减少对高山生态系统中的动植物产生表征现象、存续时间和地理分布等方面的系统性影响。这些相互关联的变化强调了相互关联的气候和生物多样性危机，这些危机直接影响山地自然体验活动。

一是造成高山动植物品种、栖息地及其行为的变化。入侵物种正在导致山地旅游业所依托的生态环境越来越令人陌生，例如随着澳大利亚高海拔山区气温的升高和积雪的减少，越来越多的游客去往越来越广泛甚至偏远的山地，其带入的外侵性/竞争性植物物种可能会取得种群优势，因为它们生长能力更强且更加耐受踩踏。除了对生物多样性和自然资源利用的影响外，气候变化还给作为旅游资产的自然环境带来风险。如在北美州的阿巴拉契亚山脉，气候引起的松甲虫爆发导致原始森林损毁，对徒步旅行和其他基于自然的活动产生负面影响。由于气候引发的干旱和极端温度导致森林火灾风险增加，一些山地旅游基础设施将面临更大的直接火灾风险，而山地旅游体验可能会受到烟雾的间接影响，从而抑制游客健康或景观和远景，或因安全问题而关闭进入区域⁴⁶。

二是弱化山地特色景观的吸引力。积雪减少会降低雪峰、冰川等特色景观的吸引力，如瑞士阿尔卑斯山脉中最大的阿莱奇冰川正在迅速融化，到2100年可能完全消失。游客对水的需求通常高于居民，现有水源无法满足供应。季节性降水不均衡程度提高、冰川加速融化、高耗水度假床位增加等都令淡水资源日益稀缺，

43 Poudyal, N. C., Joshi, O., Hodges, D. G., Bhandari, H., & Bhattacharai, P. (2021). Climate change, risk perception, and protection motivation among high-altitude residents of the Mt. Everest region in Nepal. *AMBI*, 50(2), 505–518.

44 Fernandes, F. (2016). Built heritage and flash floods: hiking trails and tourism on Madeira Island. *Journal of Heritage Tourism*, 11(1), 88–95.

45 Access routes to high mountain huts facing climate-induced environmental changes and adaptive strategies in the Western Alps since the 1990s, *Norsk Geografisk Tidsskrift* 73(4):1-14

46 Sanders, D., & Laing, J. (2009). In the line of fire: The challenges of managing tourism operations in the Victorian Alps. *Tourism Review International*, 13(4), 223–236.

很多地区不得不使用生态不友好的工程技术手段，兴建大型蓄水和输水设施来解决问题，这些手段非但不可持续，更会令瀑布、溪流、湖泊等自然水景萎缩乃至消失。特别是在一些滑雪地，自然降雪不足造成人造雪需求上升，造雪所需水量大幅增加，不得不进行的蓄水操作令冬季自然水体干涸，失去冰瀑等景观。根据来自法国的登山者和来自新西兰的山地旅游从业者的说法，冰川的可达性也受到影响，因为气候变化增加了冰川探访路线的难度^{47、48}。在法国，超过三分之二的高山小屋通道受到冰川收缩的影响，约三分之一受到永久冻土退化或冰周过程的影响⁴⁹。冰川形成的变化和由此导致的交通不便已被证明会导致游客量减少，因为许多人不愿意增加游程时间或需要额外付费使用商业交通工具⁵⁰。事实上，对游客安全和可达性的气候问题是多方面的和相互关联的，减少一些风险（例如冰川融化开辟非冰川旅行路线）可能会加剧其他风险（例如永久冻土融化、山体滑坡和泥石流），这表明需要根据具体情况研究。

3.5.3.5 气候变化对山地旅游的其他重要影响

气候变化加剧了山地生态系统退化，并增加了滑坡和干旱等自然灾害的发生，联合国粮农组织估计约有2.75亿面临粮食不安全风险的农村人口生活在遭受自然灾害影响的山区。人们只能被迫选择离开或改变生计，这会导致山地传统生产生活方式的衰落，如转场放牧以及传统农业正随着放牧区的缩小和梯田用水的稀缺而逐渐消失，其直接后果是山地社区及其文化体系的消失。这不但是山地文化旅游资源的减少，更是人类文化多样性的不可逆损失。

第二居所是对于山地旅游目的地特别重要的细分客群，他们对于目的地的感知价值和投资行为对当地房地产价格产生直接且显著影响。一项调查显示，如果滑雪场关闭，其周边度假物业业主将减少使用其房产的频率，甚至就此出售。地灾增加也会刺激业主搬迁乃至抛售其度假物业。这不但会拉低山地目的地的土地价格，还会令度假服务业态难以维系，导致当地居民失去稳定生计。

-
- 47 Moreau, M. (2010). Visual perception of changes in a high mountain landscape: the case of the retreat of the Evettes Glacier (Haute-Maurienne, northern French Alps). *Géomorphologie: Relief, Processus, Environnement*, 16(2), 165–174.
- 48 Purdie, H., Hutton, J. H., Stewart, E., & Espiner, S. (2020). Implications of a changing alpine environment for geotourism: A case study from Aoraki/Mount Cook, New Zealand. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism-Research Planning and Management*, 29, 100235.
- 49 Mourey, J., Ravanel, L., Lambiel, C., Strecker, J., & Piccardi, M. (2019). Access routes to high mountain huts facing climate-induced environmental changes and adaptive strategies in the Western Alps since the 1990s. *Norsk Geografisk Tidsskrift-Norwegian Journal of Geography*, 73(4), 215–228.
- 50 Welling, J., Arnason, T., & Olafsdottir, R. (2020). Implications of climate change on nature-based tourism demand: A segmentation analysis of glacier site visitors in Southeast Iceland. *Sustainability*, 12(13), 5338.



第四章

世界山地旅游产业

五大发展趋势

4.1 价值认知迭代推动山地旅游消费升级

4.1.1 公众旅游价值认知转变引领山地旅游消费升级

根据世界旅游城市联合会发布的《世界旅游经济趋势报告（2023）》⁵¹，2022年全球旅游总人次达95.7亿人次，全球旅游总收入达4.6万亿美元，分别恢复至2019年的66.1%和79.6%，全球旅游总收入恢复速度显著快于旅游总人次，这意味着游客人次均消费以及相应的人次均停留时间高于疫情前的水平，与此同时，国际旅游收入增速远高于全球贸易增速，发达经济体旅游恢复表现好于新兴经济体。《报告》预测2023年全球旅游总人次将达107.8亿人次，全球旅游总收入将达5.0万亿美元，分别恢复至2019年的74.4%和86.2%。

游客人次均停留时间得以延长的主要原因包括以下几点。

a) 对沉浸式体验的渴望。游客在旅行中越来越多地寻求沉浸式体验和更深入的文化互动。这种旅行偏好的转变导致了更长的停留时间，因为游客需要花时间更详细地探索目的地，与当地社区接触，并参与独特的活动和事件。

b) 工作与生活的平衡。工作与生活平衡的概念已经得到重视，越来越多的人重视延长假期来充电和放松。作为回应，许多游客选择了较长的停留时间，使他们能够脱离他们的日常生活，完全沉浸在他们选择的目的地。

c) 数字游牧主义。远程工作的兴起和数字技术的日益普及，使个人能够在世界的任何地方工作，催生出“数字游牧者”。这些人选择在不同的地方随遇而安，把工作和休闲相结合。数字游牧主义的增长促成了平均逗留时间的增加。

游客人次均消费得以增加的主要原因包括以下几点。

a) 更高的消费能力。随着全球经济状况的整体持续改善，公众可支配收入将不断增加，这意味着更高的旅游消费能力。人们会愿意投资于高端体验、豪华住宿、精致餐饮和其他高端服务，为自己带来因疫情而久违的身心愉悦。

b) 二次消费和个性化体验。与时尚消费领域的深度融合，以及日新月异的数字化技术应用，令旅游业更加善于开发二次消费产品和提供高度个性化体验，并通过定制化包价服务有效增加人次均消费。

c) 高绩效细分市场全面崛起。新一代游客拥有更加多元化的爱好和更加清晰的功能诉求，这令旅游市场从大众化向细分化的转变趋势日益显著，游客寻求符合他们兴趣和爱好的专项体验。这些细分市场由于资源使用的排他性、接待容量的有限性和同行伙伴的圈层化，往往采取较高水平的一价全包模式。这方面的例子包括探险旅游、生态旅游、康养旅游和文化沉浸等项目。

综上，新冠疫情令人们对生命的意义有了更加深入的理解，倾向于以更为平衡的方式开展日常生活，藉此其旅游价值认知也发生变化，从之前走马观花的观光游转向疗愈身心的度假游，乃至沉浸体验的探索游，希望去往与常住地更具差异性，往往也是更加遥远的目的地，更加深入的感受丰富多彩的自然和文化，从中完善自我、提升自我乃至发现自我。山地旅游与上述用户诉求高度匹配，在引导游客延长停留时间和增加消费方面具备比较优势。

4.1.2 “数字游牧生活” 显现发展潜力

在新冠疫情期间，数字游牧生活（digital nomad lifestyle）成为相当规模人群的选择。在网络会议、协同办公等新型工具的支撑下，人们发现很多工作无需集中到办公室里完成，完全可以采取时空高度自主化的在线分布式办公，这令个人、伴侣乃至家庭来到度假胜地

51 <http://media.wtcf.org.cn/M00/03/0C/rBFBuWRd8dGAGseaAFEwWgR4oQQ071.pdf>, 《世界旅游经济趋势报告（2023）》，世界旅游城市联合会

实现“数字游牧生活”成为可能，并且格外适合那些从事创意相关工作的自由职业者和小微创业公司人员。

在新冠疫情初期，工作度假（workcation）成为数字游牧生活（digital nomad lifestyle）的代名词。利用远程办公工具，人们可以身处任何地方，在朝九晚五地工作之外，利用业余时间旅行，并出于旅行兴趣而灵活更换工作地点。山地因其显著差异化的自然和文化体验，成为“工作度假”的主流选择，特别是阿尔卑斯地区这样拥有成熟服务能力的目的地。随着创意产业和服务产业在全球产业结构中占比日趋提升，预计“工作度假”将在未来成为更多人的选择。有报告显示，2022年全球已经有3500万数字游民，到2035年，这一群体可能超过10亿人，“工作度假”就是他们的日常生活方式。^{52、53}

与此同时，还出现了其他一些类型的“数字游牧生活”，如企业务虚会（corporate retreats），在远程工作驱动的世界中已经转变出全新含义。公司高管们飞到豪华的度假地点，在更加放松的状态下激发创意，讨论发展战略和进行开放式的头脑风暴，实践证明这有



图 4-1 技术进步和工作内容变化令数字游牧生活具备可行性
图源：MEDIUM.COM

利于提升交流充分性和团队凝聚力；更大范围的公司旅行也称为公司异地（company offsites），将团队、部门、实习班或整个公司聚集在一起，在目的地开展团队破冰和头脑风暴等活动，如科罗拉多大峡谷这样特色鲜明的山地目的地是热门选择。



图 4-2 山地环境为破冰团建和头脑风暴提供自由和启迪
图源：Kennedy Events 公司

52 In search of a digital nomad: defining the phenomenon, *Information Technology & Tourism* 22(2)

53 <https://www.projectuntethered.com/digital-nomad-statistics/>, 71+ Digital Nomad Statistics & Trends

4.2 习惯感受身边的美好，山地微度假持续扩容出新

在新冠疫情期间，出于防控政策严格、远程交通受限、自身健康安全等因素，公众不得不更多开展国内游和近程游。公众藉此发现近程短时出游具有日程灵活、单价更低、便于自驾且活动自主性更强、可实现更高出游频次而降低单次决策风险等优势，特别是从中发现曾以为平淡无奇的常住地周边自然和文化环境实则具有丰富内涵可供探究。由此，公众已然习惯并乐于继续感受身边的美好，令微度假（micro vacation）在全球蔚然成风。

这给致力于本地市场和周边市场的目的地和旅游业者带来绝佳发展机遇，也提出一系列新要求，主要包括以下几点。

4.2.1 住宿业态多元化和“微目的地化”

除了高星级酒店和豪华度假村，那些与当地自然和文化环境相融度更高的住宿业态备受微度假客户的青睐，如小型精品酒店、露营地和房车营地、生态型集成式度假屋、特色民宿等。多元化的住宿业态组合有助实现更广谱的吸引力和吸引更高频次的重游。单位成本较低且便于移动的露营地和房车营地、生态型集成式度假屋，以及利用本地居民已有房屋改造的特色民宿，则有助控制全周期成本和实现动态化床位供给，弱化投资风险。

在微度假客户看来，住宿业态本身应该成为组织和提供全过程体验的“微目的地”，一方面在运动、康养、非遗等专项业态具有专长，便于吸引具有共同爱好的“圈子”人群，另一方面具备本地关联资源和业态的整合能力，能够组织高性价比和高丰富度的配套体验。



图 4-3 越南 TOPAS ECOLODGE SAPA 度假村与周边山乡融合发展为微目的地

图源：Parfum d' Automne 旅行社



图 4-4 全球主要 OTA 服务商

图源: moremor.com

4.2.2 服务响应高效性和客户关系管理日常化

微度假的趋势影响着人们计划和预订旅行的方式。常常“临时起意”的微度假客户在很大程度上依赖在线资源和移动应用程序来研究、比较和预订住宿、活动和交通选择，以便通过更短决策过程实现他们的短期出游。

随着技术的不断进步，微度假客户还将期待更高效和无缝的旅行体验。这可能包括交通换乘方面的进步、全过程虚拟现实体验，以及具有更强旅行计划和导航能力的移动应用程序。

与此同时，借助社交媒体的蓬勃发展，目的地政府、项目经营方有机会提高与已有和潜在客户的互动频率，向其传播旅游产品信息，问询意见和建议，建立更加深厚的情感联系，形成控制力更强、转化率更高的私域流量池，从而显著降低山地旅游目的地和项目的经营风险，相应提升其经济绩效。

4.2.3 产品开发和运营的可持续创新与迭代

微度假产品的供给方需要开发更加个性化、细分化和定制化的体验，以满足通常更为具体的客户需求和

喜好，并且最好以“一价全包”形式进行推广和销售。例如针对山地运动爱好者的 2-3 日攀岩训练营之旅，针对亚健康人群的周末森林康养之旅等。

鉴于微度假目的地通常距离客户常住地较近，在原生资源吸引力不占优势的情况下，需要通过可持续的产品创新和迭代来保障用户黏性，实现更高重游频次和人次均消费。

一是大力加强内容产品开发。强调以创意驱动，将同质化资源转化为差异化产品，特别是培育具备高水平、长周期、可迭代内容体系的主题业态，如户外运动训练营、自然学校、森林康养基地等，节赛活动也是良好题材。

二是积极利用先进数字技术。鉴于微度假客户的高频重游潜力，对其开展日常社交互动是合理选择。全球日趋普及的社交媒体平台和元宇宙平台等为实现线上线下融合的全时空社交互动提供了不断改善的技术保障。

三是推广负责任的旅游实践。强调生态友好型活动、可持续住宿等负责任旅游举措。引导微度假者意识到其生态足迹对当地环境的影响可能与自身常住地息

息相关，从而更多开展自然研学、环境志愿者等高频重游活动。

4.2.4 社区合作关系的建立和运用

本地社区可以提供更具性价比的人力和场所资源，并具备更为细节和深入的地域自然和文化内涵认知，这对于微度假业务的可持续发展至关重要。

因此，微度假产品的供给方应与当地企业和个人建立合作关系，建立一个本地化的微度假服务网络，以便有能力鼓励游客在有限时间内探索更多备选体验，并为其提供特别优惠和折扣，以提升其微度假的体验，促进重游。

本地合作对象可包括住宿、餐饮服务提供者，更应重视特色内容产品提供者，如非遗传承人、社区长者、特色物产耕作者等，以突出当地的文化、传统和独特的生活方式体验，为微目的地树立与众不同的形象，并利用山乡集市、传统节庆、地域美食等作为载体，引导微度假客户参与到兼具真实性和沉浸感的体验之中，营造其自主发现地域特质，加强与目的地的情感联系。



图 4-5 中国贵州省石桥村古法造纸合作社是山地文化旅游社区参与的示范项目

图源：新浪

4.3 数字技术正在深刻改变世界山地旅游产业发展

4.3.1 元宇宙技术将有效提升山地旅游用户转化率和留存率

山地旅游的劣势之一是普遍较为偏远，自然和文化环境与客户常住地差异较大，在获客过程中容易造成客户理解不足和失真，导致无法做出消费决策，或者因现场体验与心理预期落差太大而产生负面评价。由此，山地旅游需要更加有效的意向游客转化工具。

元宇宙是当前最受关注的数字技术。根据 Sapient 调研机构的数据，美国、欧洲和澳大利亚有 21% 的消费者明确表示希望在旅行前使用元宇宙体验目的地，较早的调研中有超过一半的消费者表示有兴趣在出发前使用 AR/VR 体验目的地。AR、VR 和 NFT 等元宇宙技术营造出更加身临其境的虚拟旅程，有助于减轻对“货不对板”的担忧。⁵⁴ 根据 BYONDXR 元宇宙服务机构的数据，使用沉浸式营销可将参与度提高 50% 以上，而销售 NFT 并提供其在元宇宙中的持续体验，可以显著提升用户忠诚度，实现更高水平的重游率、关联消费以及主动社交传播。

当前制约元宇宙在山地旅游领域加速部署的主要问题有两个。一是硬件能力问题。现有设备的实际感官体验不够舒适，难以提供真正意义上的虚拟现实体验，但随着苹果公司 Vision Pro 等产品的推出，用户体验将得到代次提升；二是隐私保护问题。68% 的人担心个人数据会被收集，61% 的人担心潜在的虚拟骚扰。大多数消费者都认为元宇宙体验需要验证消费者身份。随着数字安全技术的进步和用户使用习惯的建立，该问题预计得到较快解决。

4.3.2 人工智能技术将全面提升山地旅游服务和管理能力

自 2022 年起，随着人工智能（AI）的算力和功能



图 4-6 旅游业成为重要的元宇宙商业化场景

图源：MEDIUM.COM

迎来爆发性提升，其在包括山地旅游在内的各个领域的实质性应用被寄予厚望并正在得到广泛推广。

首要领域是基于大数据的个性化服务。在过去，个性化 / 定制化 / 实时性服务需要由专业服务人员消耗大量人工才能实现，因此成本很高，仅能面向少数高端客群，特别是很多相对偏远和贫困的山区完全不具备上述能力，从而失去吸引高端客群的机会。由人工智能驱动的算法可以获取和分析包括用户偏好、山地旅行历史和在线决策行为特征等在内的大数据，并与其互动了解预算、行程等信息，从而洞察甚至创造需求，提供个性化旅游建议和优惠策略，协助用户规划行程，并在行程中根据综合信息动态调整，推荐最佳路线，显著简化行前规划和优化全过程体验，提高客户满意度和忠诚度。最为重要的是，人工智能完成上述工作的单位成本、实时效率和精准程度具有显著综合优势。

此外，人工智能还有望在一系列领域提升山地旅游服务和管理能力。一是聊天机器人和虚拟助理。提供即时和自动化的客户支持，实现 24/7 援助和低延迟响应；二是大数据分析和收入管理：通过分析海量数据，

⁵⁴ <https://guidetonext.publicissapient.com/outlook-2023/travel-dining/how-hospitality-brands-can-build-loyalty-through-metaverse-technology>, How Hospitality Brands Can Build Loyalty through Metaverse Technology

确定趋势、模式和客户行为，在定价、收入管理、营销策略和资源分配方面实现数据驱动决策，优化业务运营并使盈利能力最大化；三是智能目的地管理：人工智能驱动的交通管理、人群控制和资源分配系统可以监测客流，预测高峰期并实时优化资源配置；四是虚拟导游，可有效规避因语言不通和人力不足造成游客体验不佳甚至放弃体验；五是风险评估和安全措施。实时监测和评估风险并分析提供安全旅行建议，这在气象、地质、交通等条件复杂多变的山地尤为重要。

4.3.3 新一代卫星定位和通信技术将改善山地旅游拓展性和安全性

自由拓展和安全保障一直是山地旅游发展过程中面临的重要矛盾，原有相关技术体系无法提供可行且均衡的解决方案，令滑雪、登山、徒步、自然探索等山地旅游体验的空间范围乃至活动形式大为受限。

近年来，如中国自行研制的北斗卫星导航系统、美国太空探索技术公司推出的星链系统，以及更为普及的GPS全球定位系统均已实现更高精度、更加时效、更广覆盖、更多功能的新一代卫星定位技术能力。与此同时，智能手机等新一代移动通信设备的快速进步，令这些卫星定位系统得以在民用级别得到及时而有效的利用。其中，美国苹果公司推出的“卫星紧急求助”功能和中国北斗系统提供的“双向短报文”功能，目前最具山地旅游场景下的应用潜力。



图 4-7 中国运用北斗系统、5G、无人机和物联网构建的山地智慧旅游管理和服务系统

图源：CHINANEWS.COM

4.4 小众秘境和专项体验成为新宠

在自媒体时代，旅行和旅游的社交属性日益提升，公众期待去往相对“冷门”的目的地，在旅程中获取个性化、差异化体验，将其作为“社交货币”，强化和丰富自身的“人设”，吸引亲友乃至公众的关注。

与此同时，新一代客群在户外运动、自然研学、非遗探访等领域具备更为细分和深度的爱好，并愿意为此支付更多费用，需要更为极致的环境和更为专业的服务加以满足。

由此，小众秘境和专项体验成为全球山地旅游市场的新兴趋势，这让山地旅游产业迎来更加充分和深入挖掘客户消费潜力的良好机遇，这也对山地旅游的开发运营能力提出更高要求。以下是若干热门体验和成功实例。

4.4.1 生物多样性探访

人与自然的亲近感与生俱来，人对野生动植物的好奇心发乎天性。无论是去探访加州红衫、山地大猩猩这样体型巨大且知名度高的旗舰物种，还是去发现极地藓、光明女神闪蝶、叉扇尾蜂鸟、巴拿马树蛙这样相对

冷门但妙趣无穷的珍稀物种，生物多样性探访一直是全球专项旅游中的高端门类。

世界性环保组织“保护国际”（CI）在全球确定了34个物种最丰富且受到威胁最大的生物多样性热点地区，这些地区虽然只占地球陆地面积的3.4%，但是包含了超过60%的陆生物种，其中很多动植物都是当地独有的。⁵⁵

大部分生物多样性热点地区都位于相对偏远的山地，如赤道安第斯山、中国西南山地、东部赤道非洲山地、东喜马拉雅山地、西高止山脉和斯里兰卡等，它们也由此成为全球生物多样性专项体验的小众秘境。

特别是随着摄影、通讯、运动、露营、食品等相关装备的技术水平不断提升，人们的野外生存能力和体验质量得以显著增强，加之近年来具有更高生物多样性价值认知和更强专项旅游消费能力的全球中产人群规模迅速扩大，生物多样性探访之旅预计将迎来进一步的爆发增长。

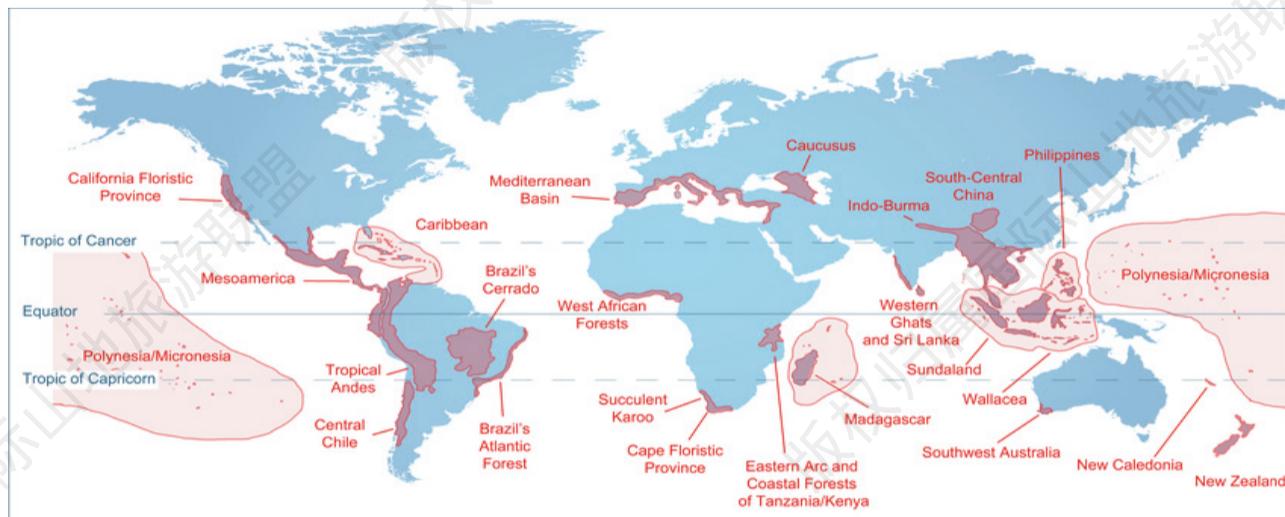


图 4-8 全球生物多样性热点地区分布图

图源：Researchgate.net

55 <https://www.conservation.org/priorities/biodiversity-hotspots>, BIODIVERSITY HOTSPOTS: Targeted investment in nature's most important places

4.4.2 天象奇观探访

天象奇观具有极强的感官冲击力，天文与气象之旅因而成为摄影、研学、户外运动等专项客群的热门之选。山地因其地形地貌带来的小气候特征和独特视角，成为天象奇观发生率更高且观览体验更好的体验场景。

从喜马拉雅山地区高海拔雪峰的日照金山，到中国横断山区层峦山谷的无边云海，从挪威峡湾山水相依之间的震撼极光，到新西兰奥拉基麦肯齐国际黑暗天空保护区的璀璨银河，这些偏远山区由于天象奇观的加持，成为开展天文与气象之旅的小众秘境，且正在吸引更多其他专项客群乃至大众客群来访。

其中，观星之旅是常态化开展条件最好，市场规模最大的天象奇观专项旅游细分门类。高海拔地区由于光污染少、云量少、湿度小等自然条件，在大气透明度、视宁度、暗黑度等方面具备显著优势。生态干扰较低，结合摄影、研学、户外运动等专项体验的观星营地成为山地观星之旅的主要产品形态。

在观星目的地认定和管理领域，国际暗夜协会（IDA）是一个非营利组织，通过推广生态友好型户外照明，教育政策制定者和公众夜空保护的重要性，促

进和授权全球志愿者网络推动全球暗夜运动。基于其制定的评价认证标准，国际暗夜协会已指定 17 个“暗夜庇护区”（International Dark Sanctuary）、21 个“暗夜保护区”（International Dark Reserve）、116 个“暗夜公园”（International Dark Park）、42 个“暗夜社区”（International Dark Community）和 6 个“城市暗夜场所”（Urban Night Sky Place），总计保护全球 6 个大洲 22 个国家超过 16 万平方公里的暗夜空间，其中绝大部分位于山地区域，很多成为区域性乃至全球性观星旅游目的地，如美国彩虹桥国家纪念地、南非 !Ae!Hai Kalahari 遗产公园、法国梅康图尔国家公园等。⁵⁶

4.4.3 心灵朝圣之旅

现代人日常生活压力很大，加之新冠疫情影晌，寻求通过宗教朝圣来舒缓情绪和重塑心灵成为普遍诉求。古老的宗教圣地往往位于山地，优越而多样的自然环境增添其神秘感和原真感，令人穿越时空，沉浸其中，灵性、建筑和壮丽景色的融合使宗教朝圣之旅成为无可替代的专项文化体验。

心灵朝圣之旅的另一热点门类是历史古道。这些



图 4-9 拥有 IDA 认证“国际黑暗天空地点”的国家和地区
图源：DarkSky International 国际暗夜协会

56 <https://darksky.org/places/>, All International Dark Sky Places

古道大多穿越峰峦起伏的山地，游客在参天古树中徒步，感受自然与文化的交融和积淀，可以回复心灵宁静，乃至从中发现自我。从法国南部通往圣地亚哥—德孔波斯特拉的朝圣之路、沿安第斯山脉修建的印加古道、几乎遍布欧洲的古罗马大道、位于新西兰南岛的夏洛特女王步道、位于尼泊尔和印度的菩提之路、位于日本本州纪伊半岛南部的熊野古道、位于中国的茶马古道和蜀道等都是热门之选。

4.4.4 极限运动体验

对于探险爱好者来说，偏远的山地目的地是令人兴奋的自我挑战乐园。在充满挑战的山路上跋涉，征服高耸入云的山峰，骑行穿越人迹罕至的山野。山地运动形式层出不穷，从滑翔伞到攀岩，令人尽享肾上腺素飙升的乐趣。

富于创意的经营者还将极限运动与特色业态相结合，实现更高吸引力和客单价。如中国贵州省黔南布依族苗族自治州荔波县甲良镇的一处山地森林景区就开设了“悬崖咖啡馆”主题运动体验项目，去这家咖啡馆喝咖啡，必须穿戴专业设备，在专业向导的带领下步行1.5个小时穿越原始丛林，再攀上200米(约70层楼)高的悬崖，然后再爬软梯下降20米才能到达，现场制作并品尝手冲咖啡，尽览周边环抱的世界自然遗产喀斯特地貌。



图 4-10 日本熊野古道

图源：fodors.com



图 4-11 中国贵州省荔波县甲良镇与山地运动相结合的悬崖咖啡

图源：多彩贵州网



图 4-12 美国纪念碑山谷的印第安纳瓦霍部族文化探访

图源: thetinytravelogue.com



图 4-13 秘鲁库斯科地区利用藜麦食谱的流行来创新提供藜麦探险之旅

图源: TRIPADVISOR.COM

4.4.5 土著生活探访

偏远小众山地旅游目的地最引人注目的方面之一就是有机会参与文化交流、目睹传统表演、参加世代相传的古老仪式，与当地社区及其神秘且独特的传统文化开展互动交流。通过沉浸在当地的传统生活方式中，游客可以对当地人、他们的习俗以及他们与大山的持久联系有更深入的了解。

土著生活探访的一个典型优势是高重游率。游客深入当地生活，易于建立更加深入和持久的文化认同和情感联系，从而愿意多次到访，乃至采取捐赠、志愿者等方式，为土著社区提供力所能及的帮助。在越来越多的土著地区，这已成为旅游业引领山地社区脱贫和复兴的典范模式。如美国印第安纳瓦霍部族聚居的纪念碑山谷、肯尼亚苏马雷人定居的东非大裂谷西侧内罗毕高原和山区地带、中国苗族聚居的武陵山区、中国台湾高山族聚居的五条山脉地区等。

4.4.6 美食猎人之旅

没有品尝过当地风味的探险之旅是不完整的。每个山地目的地都有自己的美食瑰宝，这些美食来自大自然的恩赐，并蕴含当地人与自然和谐相处之道。用山峦和溪谷中的新鲜食材烹制的丰盛的当地菜肴通常更具风味，特别是难得一见的野生食材和因地制宜的古老技法，带来出人意料的美味体验。

实际上，美食猎人之旅还被很多山区作为提高本地特色农林牧业产品知名度，扩大对外销售，实现产业规模化效益的关键手段。如南美洲安第斯山脉地区印第安人的传统主食藜麦，就经由印加帝国传统文化探访中的美食体验得到发达国家客群的高度认可，进入其日常消费的健康食谱；再如中国云南省怒江州的松露、火腿和核桃油，原本因信息和交通闭塞而待字闺中，经由旅行者的发现和传播，被认为具备世界级品质，现已进入众多高规格餐厅。

4.5 探索更具综合效益的再生旅游新模式

山地旅游需求侧的生态可持续意识提升及其相应的消费偏好变化必然推动供给侧的同步发展，这需要统筹考虑技术和财务等问题，创新生态可持续导向的山地旅游运营模式，再生旅游（regenerative tourism）应运而生。

4.5.1 什么是再生旅游

再生旅游已成为山地旅游的一种变革性发展模式。其超越可持续发展的范畴，旨在恢复和再生自然与文化系统，同时造福当地社区。再生旅游认识到山区生态、社会和经济因素之间的相互关联性并寻求通过旅游活动对其产生积极影响，在这个意义上，再生旅游不但是一种发展模式，还是一项社会运动。

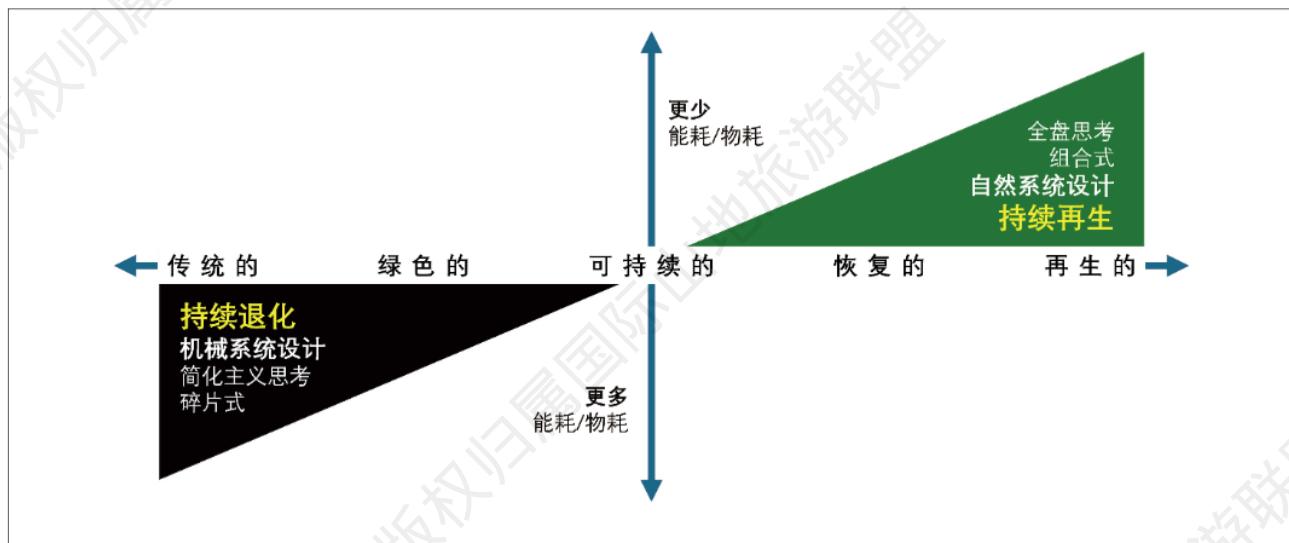


图 4-14 山地旅游发展模式的演化趋势

图源：MEDIUM.COM

4.5.2 再生旅游的开发和运营体系

地方政府和旅游经营者会将再生旅游理念和技术体系整合到规划、建设和运营之中，其主要内容包括以下若干方面。

A、保护生物多样性和生态系统

山地再生旅游优先考虑保护生物多样性和生态系统。这包括实施可持续的做法，最大限度地减少对环境的负面影响。保护区管理、植树造林和野生动物保护等措施有助于维持山区生态系统的微妙平衡，保护濒危物种的栖息地。

B、增强当地社区的能力

通过让社区成员参与决策过程，提供经济机会和促进文化保护，再生旅游可确保以山区为家的人们从旅游业中获益。这可以通过社区旅游等举措实现，当地居民成为旅游活动的积极参与者，与游客分享知识、传统和生活方式。

C、可持续基础设施发展

要支持山地的再生旅游，可持续的基础设施发展至关重要。这包括采用生态友好型施工方法、使用可再生能源、实施废物管理系统以尽量减少污染和资源损

耗。通过优先发展可持续基础设施，山地旅游目的地可以减少生态足迹。

D、开展负责任的户外活动

这包括推广低生态干扰的户外游乐活动，如徒步旅行、观鸟和自然摄影，同时教育游客尊重野生动物、植被和自然景观的重要性。再生旅游旨在通过鼓励负责任的行为，确保每个人乃至子孙后代都有机会享受山区的美妙，实现山地旅游的人际公平和代际公平。

E、促进文化交流和教育

鼓励游客融入当地文化、传统和山地社区遗产。这可以通过文化节、手工艺讲习班和由社区成员带领的导游等活动来实现。通过促进文化交流和教育，再生旅游可促进相互理解和欣赏，加强游客与当地社区之间的联系。

F、兼顾利用与保护

山区面临的挑战之一是如何在利用和保护之间找到适当的平衡。再生旅游试图通过限制游客数量、控制敏感区域的进入以及鼓励负责任的行为等措施来应对这一挑战。通过有效管理旅游活动，山地旅游目的地可

以保护其自然和文化遗产，同时还能为游客提供难忘的体验。

G、支持当地企业和经济

再生旅游通过支持小企业和企业来刺激当地经济。通过在当地采购商品和服务，游客为山区社区的生计做出贡献。这可能包括入住当地人所有的住宿设施、在家庭经营的餐馆就餐以及购买当地制造的产品。通过支持当地企业，再生旅游有助于创造可持续的经济机会，减少对外部市场的依赖。

H、提高游客意识和参与度

游客意识和参与是再生旅游的重要组成部分。通过提供有关山区环境和文化意义的信息，游客可以更深入地了解山区的价值。解说标牌、教育计划和互动体验可以提高游客的参与度，鼓励负责任的行为，培养游客的管理意识。

I、培养管理意识

再生旅游旨在培养游客和当地社区的管理意识。通过灌输对山区的责任感和关爱，人们会主动保护和维护脆弱的生态系统。通过教育、合作和积极的体验，再生旅游业培养一种集体主人翁意识，以确保山区的长期可持续性。

J、建立合作伙伴关系

山地再生旅游的成功有赖于合作伙伴关系。这需要各利益相关方的参与，包括政府机构、当地社区、环保组织和旅游运营商。这些合作伙伴制定战略、共享资源、实施措施，以促进再生旅游对自然和社区产生积极影响。

综上，相比强调生态环境和自然文化资源“原封不动”的可持续旅游常规模式，再生旅游更强调与当地生态和社区开展积极良性互动并藉此产生有益变化。通过优先考虑自然和社区福祉，再生旅游可确保为子孙后代保护山区的美景和文化遗产。通过生态可持续实践、负责任旅游行为和合作伙伴关系，再生旅游可成为推动山区社会经济高质量发展的产业工具，支持当地企业，让居民成为旅游活动的积极参与者。



图 4-15（上）和图 4-16（下）First Nature 组织的再生皮划艇体验项目

图源：traveloregon.com

4.5.3 再生旅游的典型案例

美国俄勒冈州的一家名为 First Nature 的非营利组织开发出一项再生皮划艇体验，其中包括清除入侵植物作为河流恢复工作的一部分。该体验由该州的旅行委员会和当地流域委员会赞助。游客在漂流过程中了解河流的土著文化历史、原生栖息地及非营利组织与当地土地所有者之间恢复和保护俄勒冈州白橡树栖息地的协议，并登岸帮助从河畔橡树稀树草原中去除作为入侵物种的英国常春藤和喜马拉雅黑莓。⁵⁷

一些山地生态度假村使用物联网传感器有效跟踪运营期的客房能耗效率乃至施工期的机器能耗效率，并设置基于云的度假村管理技术以自动限制预订或跟踪人流量大区域的访客流量。由此，可以为消费者提供有关其碳足迹的更多信息，并引导其做出关灯、关空调、选择非铺装步道等能够减少环境影响的决定，根据他们做出的决定奖励消费积分或实物。

57 <https://firstnaturetours.com/kayaking/>，First Nature 公司官方网站



第五章

世界山地旅游热门领域及 典型目的地

5.1 冰雪旅游

5.1.1 发展概况

冰雪旅游是最具差异化优势的山地旅游门类之一，也是资本集聚度、技术先进度和全产业链经济绩效最高的山地旅游门类之一。现代冰雪旅游经历一个多世纪的发展，陆续涌现出霞慕尼、采尔马特、惠斯勒、阿斯彭、札幌、皇后镇等一系列高水平滑雪目的地。即便是在新冠疫情期间，尽管冰雪旅游行业同样遭受负面影响，但整体收入水平的保持与恢复仍领先于其他主要山地旅游门类，特别是如中国等新兴冰雪旅游市场取得显著增长。

然而，传统滑雪目的地往往存在季节性过于明显，非雪季食宿购娱接待设施闲置率高；雪道建设工程量大，损毁林木植被；人工造雪和积雪维护的水耗能耗很高；游客体验内容相对单调，对本地自然和文化资源的利用不足；服务响应和安全管理能力受到软硬件技术水平的限制，无法满足高阶游客挑战更加广阔空间和更富创意活动的诉求等一系列亟待解决的问题。

根据瑞士专家 Laurent Vanat 所著《2022 国际滑雪和山地旅游报告》，因新冠疫情导致全球大部分地区的 2019/2020 雪季戛然而止，这给 2020/2021 雪季带来巨大的挑战。随着新一轮疫情乃至新变种的出现，各国政府不得不颁布许多限制措施，有时甚至采取封锁措施。然而，在一些国家，滑雪行业自身主动采取了预防措施，令滑雪人数仍达到了很高的水平，帮助滑雪度假区避免了面对不确定性的恐慌反应，度过了高质量的雪季。就整体影响最大的阿尔卑斯山国家来看，一些地区因气温偏低而存雪更持久，令雪季比往年更长。瑞士和斯洛文尼亚等国的一些滑雪度假区在通常关闭的 6 月份仍然开放。尽管法国的封锁一直持续到 5 月底，但该国的几个滑雪度假区还是在 5 月底到 6 月初向少数游客提供了周末特别开放服务，因为其雪道上仍有大量积雪。由于国际旅行限制，一些国家的国内雪客人数增长到前所未有的水平，俄罗斯和罗马尼亚在 2020/2021 年迎来了历史上最好的滑雪季。美国的

雪季也很兴旺，美国民众对滑雪的热情空前高涨，该雪季吸引了 100 多万新雪客或多年之后重新回来的雪客，达到了本世纪头十年的高峰水平，这使美洲市场整体增长了 11%。

事实上，一些国家和地区实现 2020/2021 雪季同比增长的重要原因之一在于当地居民享受新鲜空气和体育锻炼的愿望。滑雪是一项健康的活动，可以增强整体耐力。较高海拔会使身体制造更多的红血球来弥补氧气的不足，从而自然地恢复和增强心脏功能。滑雪有助于肌肉锻炼，提高灵活性和平衡性以及动作的协调性。滑雪能刺激多巴胺和内啡肽的分泌。令身心紧张得到释放。滑雪者可以从纯净的空气和阳光中获得维生素 D，从而增强免疫系统。在雪坡上滑行会给人一种自由的感觉，肾上腺素也会得到充分释放。滑雪后，压力会减轻，注意力会集中，全身心的愉悦感会延续到日常生活中。所有这些，都有助于公众在新冠疫情后回复良好状态。

新冠疫情对滑雪度假区的运营产生了一些影响，令其需要重新设计多年来一成不变的服务流程和方式，减少交易环节，采取预购、非现金支付和非接触式入场等，以改善游客和工作人员的体验。例如在美国，缆车检票机被取消，而该做法在欧洲阿尔卑斯山地区已经普及了 20 多年。相应的，新冠疫情也促使消费者接受一些原本不愿接受的改变，如临时购买滑雪票和动态定价（几十年来，航空公司和酒店顾客都接受了这些改变，但滑雪度假区却没有）。现场交易的减少令收银人员的劳动力得到释放，可以用来为顾客提供更多增值服务。租车信息也在预订时预先输入，因此租车店的流程更加顺畅，从而减轻了顾客的压力，改善了顾客体验。在一些地方，还引入了食品预购等创新方法，提高了餐饮店的业绩。

放眼未来，在西方国家市场，滑雪产业的竞争将日趋激烈，加之人口结构老龄化和中产阶级收入停滞不前等问题，使其发展前景不容乐观。实际上，自本世纪初以来，除了加拿大的几个滑雪度假区之外，这些

传统市场上没有新建项目。相对应的，东欧和中亚地区以及亚洲和太平洋地区的滑雪人数占全球滑雪人数的35%，但在现阶段仅占滑雪人次的26%，即单个雪季的客均消费频次仍显著低于西方国家市场，这显然代表着这些地区未来市场的增长潜力。与此同时，东欧和亚洲国家新建索道的速度也要高于传统滑雪地区。

然而，在东欧和中亚地区，滑雪产业的实际增长性仍有待观察。其并没有像2010年代初所预测的前景那样迅速实现。更新和引进索道等基础设施似乎尚未带来显著影响。即使波兰、斯洛伐克和捷克等国的滑雪度假区已经实现了相当程度的现代化，但访客人数似乎仍然停滞不前。其他东欧国家的滑雪产业也尚不发达，并没有按计划建成所有的滑雪场。一些大型滑雪度假区开发项目被搁置，或者没有达到原计划的规模。这在某种程度上降低了对该地区未来增长的预期。遗憾的是，一些项目对国际访客的期望值不切实际，而对争取国内

客户的重要性却被低估了。在中国，滑雪运动的消费模式仍需改进，以便令滑雪者对滑雪运动表现出更大的身心投入，从而比现在更经常地光顾滑雪场。尽管中国滑雪人数的增长前景依然存在，但其访问频次将在很大程度上取决于对滑雪运动的实际投入程度。

室内滑雪中心也是值得关注的细分市场。1998-2022年，约有30个国家建造了100多座室内雪场，其中约90座仍在运营，除接近70个提供雪坡的项目之外，还有一些项目是专门用于越野滑雪的滑雪隧道或只是雪上体验区。目前，中国、荷兰、英国、德国、日本、印度是室内滑雪中心较多的国家，雪坡最大的是中国的哈尔滨万达雪场，雪坡最长的是法国的阿姆内维尔雪场。根据伍斌所著《中国滑雪产业白皮书（2022-2023）》，近年来，中国室内滑雪中心的数量大幅增长。2013/2014年雪季，国内仅有5家室内雪场，2015年至2018年，中国开设了19家室内滑雪中心，总数达



图 5-1 太子城高铁站使崇礼进入北京 1.5 小时交通圈

图源：huanqiucdn.cn



图 5-2 崇礼的 2022 年北京冬奥会比赛场地

图源：新华网

到 36 家，令中国成为世界上室内滑雪中心数量最多的国家，而到了 2022-2023 雪季，这一数值达到 50 家，其中有 8 家是新投入运营的，当年新开业的户外滑雪场仅有 5 家。从地理分布来看，中国的室内雪场多位于经济相对发达的南方省市。2022-2023 雪季，中国的室内滑雪中心累计产生 365 万滑雪人次，占该国全部滑雪人次的 18.41%。实证表明，室内滑雪中心的发展，对于引导雪客保持运动技能和消费习惯，特别是在中国这样的新兴国家教育和开拓市场具有积极有效的直接作用。

以下，以 2022 年北京冬奥会雪上项目举办地中国河北省张家口市崇礼区滑雪度假产业集群为例，分析这里通过发展模式创新和先进技术运用，统筹解决上述问题，实现新兴滑雪度假目的地的高质量和高效率发展。

5.1.2 典型案例之中国张家口市崇礼区滑雪度假产业集群

5.1.2.1 具备比较优势的资源，需要重大外部因素激发潜能

中国河北省张家口市崇礼县位于内蒙古高原和华北平原的过渡地带，境内有众多坡度适中的山脉；这里地处中纬度，冬季降雪早、雪量大，存雪期超过 150 天，尽管这些指标相比中国东北地区和新疆地区不占优势，但崇礼距北京 240 多公里，距天津 350 多公里，京津冀城市群总人口超过 1 亿，近程市场条件优势显著。

2003 年在崇礼建成开业的万龙滑雪场是中国第一家全开放式雪场，很快成为区域级热门项目，随后，长城岭、多乐美地、云顶等多家大型雪场陆续建成。然而，直到 2010 年左右，由于无法提供优质充足的商业性接待服务，滑雪产业仍未给崇礼地方社会经济发展带来实质性推动。

变化始于北京与张家口联合申办冬奥会。2015 年，



图 5-3 图源: xiaohongshu.com



图 5-4 秧歌

图源: 新华网

冬奥申办成功的首个雪季,崇礼累计接待 205 万游客,直接收入超过 14 亿元。截至 2017 年 7 月,有 35 个旅游和基础设施项目启动建设,总投资额达 883.61 亿元。这种强劲的发展势头一直延续到 2022 年北京冬奥会的举办,凸显重大外部因素对于新兴滑雪目的地快速发展的决定性作用。⁵⁸

5.1.2.2 通过提升可进入性, 将潜在客群转化为实际消费者

尽管距离北京仅有 240 多公里,但由于路况欠佳,20 年前北京的雪客要凌晨出发才能保证有效滑雪时间,从而令更多的潜在大众客群望而却步。

为此,当地政府以发展冬季运动旅游能够实现比传统工矿产业更好的可持续综合收益为理由,向上级主管部门申请将规划中原本不经过崇礼的张承高速公路改道并获得成功。2010 年该高速公路通车后,北京至崇礼的车程大幅缩短至 3 小时,令崇礼滑雪的基础客群范围扩大,核心客群重游增加。

北京取得冬奥会主办权之后,崇礼作为奥运赛场所在地,争取到京张高速铁路建设项目。在 2019 年通车后,高峰日北京 - 崇礼对开 14 趟,周末高峰期的客流量能达到日均 3000 余人,相比公路通勤,不但将车程缩短至 1.5 小时,更方便了无车人群,进一步扩大了

客群范围和提升了重游率。

5.1.2.3 利用奥运窗口期, 构建世界级滑雪场集群和雪上运动体系

作为北京冬奥会的三个赛区之一,崇礼共设有 8 个冬奥场馆,其中包括 5 个竞赛场馆,即冬季两项中心、北欧中心跳台滑雪场、北欧中心越野滑雪场、云顶滑雪公园场地 A 和云顶滑雪公园场地 B,承办北京冬奥会自由式滑雪及单板滑雪两个分项共 20 个小项,以及冬残奥会单板滑雪 8 个小项的比赛。

相比那些成熟市场,在中国这样没有传统消费习惯束缚,更加乐于尝试新潮体验的冰雪运动新兴市场,跳台滑雪、越野滑雪、自由式滑雪和单板滑雪既是普及率较低的细分门类,又具有更具规模和效率的发展潜力。

崇礼把握冬奥契机建设滑雪场集群。全区现有雪道 169 条,总长 161.7 公里,其中 15 条雪道通过国际雪联认证,各类缆车索道 67 条,总长 44.5 公里,云顶、太舞、万龙、富龙四家雪场连续两年入围“中国滑雪场十强”。⁵⁹

58 http://about.china.com.cn/2022-02/21/content_78062131.htm, 《冰雪小城的华丽蜕变》

59 <http://www.chonglihuaxue.cn/info.asp?id=49>, 《云顶滑雪场价格体系及雪道参数介绍和雪道总览》

5.1.2.4 以市场为导向，因地制宜且因势利导的创新冰雪体验

崇礼没有一味追求专业化发展，而是针对专业客群占比低、亲子和入门客群占比高、公众闲暇时间碎片化等一系列实际问题，强调产品体验的游乐性、业态功能的综合性，并灵活调整经营时间和组合消费场景。

以富龙·四季小镇滑雪度假区为例。按照雪场设计标准，该项目所处的山地地形条件并不适合建雪场，这里没有成片的山坡，坡面又被三条山谷的沟壑切割成碎片，但业主方经过综合论证，认为可以通过设计和商业上的创新，打造出一个“好看、好玩、有文化内涵”的滑雪场。

这里的雪场设计讲究趣味性和娱乐性，并力图呈现出时尚、活力感十足的视觉效果。“破碎的坡面”被打造成一个占地7万平米的雪地运动公园，通过设置难度不同的道具，为想要玩花样、练技巧的滑雪爱好者们提供更多的玩法；此外，还有专门针对亲子家庭的戏雪乐园、儿童滑雪服务中心等。

富龙还打造滑雪夜场，这延长了雪客的体验时间，甚至改变其日程安排。过去，北京的雪客要在周末清晨赶往崇礼，体力精力消耗较大。有了夜场后，其可以中午出发，晚上在夜场的灯光秀中驰骋雪道。

为了满足客群的时尚消费和“打卡”社交诉求，该度假区在雪场里设置山顶咖啡屋和DJ广场，举办雪地音乐文化节等文娱活动。这里还组织创意市集，雪客可以在这里购买交流颇具原创价值和文化风情的配饰、手工艺术品等。

5.1.2.5 拥抱地域文化，营造内容更加丰富的度假体验

崇礼处于中国史前文化、民族文化、宗教文化、边贸文化的重要交汇地区，地域文化相比北京等主要客源地具有鲜明的差异化吸引力，而北京本身就是中国乃至世界重要的文化旅游市场，本地客群的文化体验需求强烈。为此，崇礼开发了丰富的文化体验，为滑雪游客的旅程锦上添花。

鉴于雪季恰好包括中国农历春节这一重要的“旅游黄金周”，而崇礼的传统“年文化”原真且完整，当地便以此构建主题文化消费体系。在崇礼的年文化体验中，传统歌舞等活动让人了解到该地区的民俗和礼仪，

感受游牧民族的豪爽与热情；如崇礼传统特色美食“白酒鱼”（一种用烈酒烹制的鱼）、“面窝”（一种手工面食）等都是春节盛宴上必不可少的主角，反映出本地独特且富有感染力的烹饪文化遗产；如木雕和剪纸等传统工艺品则展示了该地区的非遗匠艺底蕴，游客可以参加讲习班，并把学习成果带回家。

5.1.2.6 立足后发优势，全面实践可持续发展策略

崇礼的滑雪场基本上采用全周期生态友好建设运营体系，包括节能节水设施设备、废物管理系统和可再生能源使用，冬奥赛场均采用可实现零水零电零排的生态卫生间。与此同时，当地食宿接待场所也大多采用了绿色建筑标准。

为了提高游客的环保意识，崇礼在其冬季运动旅游产品中加入了教育项目。游客有机会了解当地的生态系统、生物多样性和可持续发展的重要性。通过提高意识和培养责任感，崇礼旨在培养具有环境意识的冬季运动爱好者。

崇礼还积极开展保护自然资源的工作。通过与环保组织和当地社区合作，实施了重新造林项目和野生动物保护计划等举措。通过保护该地区的自然栖息地和促进生物多样性，崇礼确保了其冬季运动旅游产业对后代的可持续性。

5.1.2.7 拥抱技术进步，率先构建数字化滑雪度假目的地

一是智能度假村基础设施。崇礼的滑雪场整合智能技术以提高效率和便利性。自动售票系统、数字标牌和实时信息板确保无缝导航并提高全过程体验。游客可以通过用户友好的移动应用程序轻松获得综合实时信息。

二是数字化预订和预约。为了满足当代游客的需求，崇礼已经实施了数字预订平台，使游客能够方便地在线预订住宿、设备租赁和课程。这种简化的流程节省了时间，并允许游客开展更多的个性化和定制的体验。

三是增强现实（AR）体验。AR技术被用来加强初学者的学习过程，提供虚拟教程和互动沉浸式体验，使他们熟悉滑雪或滑雪板的基本知识。这种创新方法不仅加速了学习曲线，而且还为培训过程增加了乐趣和兴奋的元素。



图 5-5 零水零电零排生态厕所
图源：网易



图 5-6 滑雪道旁成为渠道
图源：ifeng.com

5.1.2.8 培育全维度业态体系，降低季节性运营风险

针对滑雪目的地大多存在的季节性问题，崇礼力图通过高质量、全门类的度假业态体系，以及高规格节事赛事活动来保持全年吸引力，令酒店、餐厅、纪念品店等服务设施在非雪季仍能实现合理使用率。

崇礼的春季观花、夏季避暑、秋季彩林等是区域共享的自然资源，但这里的富龙四季小镇、太舞四季小镇等度假区都集休闲度假、教育培训、会议会展、医疗康养等丰富业态为一体，在北京山地旅游市场具有服务容量和质量的比较优势。

为将户外运动体系从雪季拓展至四季，崇礼大力投入专项设施建设。预计总投资 6.7 亿元，修建 2 个自行车体育公园、7 条自行车赛道、8 条骑游道、若干驿站和补给站，全程累计 1553.2 公里，打造山地自行车服务和赛事系统。⁶⁰

为形成引流爆点和提升品牌价值，崇礼高度重视培育高规格节赛 IP，形成崇礼 168 国际超级越野赛、越山向海人车接力赛、斯巴达勇士赛等三大户外赛事。据统计，每届崇礼 168 国际超级越野赛就能拉动 1 亿多元人民币的赛期消费。这里还与迷笛音乐节等著名节事 IP 合作，实现文化和体育旅游客群叠加。

5.1.2.9 积极扶持社区参与，让冰雪产业成果惠及当地

从滑雪教练和度假村服务人员，到客运和物流交通工作人员，崇礼冰雪旅游产业的发展为当地居民创造了相比工农业更具优势的服务业就业机会，为当地社区脱贫致富做出了巨大贡献。

当地居民还抓住机遇自主创业，主要涉及餐馆、咖啡馆、设备租赁店、手工艺品店、百货零售店和文娱演艺等门类。这些小微经营单位非常适合居民们的技术和资金能力，不仅使当地经济受益，也丰富了游客的整体体验。

目前，崇礼区常住人口约 10 万人，其中近 3 万人直接或间接为滑雪度假区服务，另有大批旅游相关经营单位的创业和就业人员。

5.1.2.10 通过构建冰雪全产业链，实现最优综合效益

崇礼认为只有发展冰雪运动装备制造业等产业高端，构建冰雪全产业链，才能将冬奥会带来的高起点转化为可持续的高收益。为此，崇礼不断优化本地营商环境，在较短时间内形成产业集群的规模效益，构建并持续完善供应链体系优势，吸引冰雪运动关联企业不断落户，并辐射带动其所属的张家口市。

⁶⁰ <http://info.hebei.gov.cn/hbszfxgk/6806024/6807473/6918743/6921361/7028681/index.html>，《抓落实，见行动——河北：发展后奥运经济，崇礼滑雪场开启“夏热”》

据《北京 2022 年冬奥会和冬残奥会遗产案例报告集（2022）》显示，截至 2021 年底，张家口市累计签约冰雪产业项目 97 项，落地项目 79 项，总投资 373.28 亿元。冬奥会后更进一步，2022 年张家口依托两个冰雪装备研发制造集聚区开展招商，全年签约冰雪产业项目 11 项，全市累计签约冰雪产业项目 120 项，总投资 688.61 亿元，2022 年产值达 17.78 亿元。⁶¹

综上，中国的崇礼是冬季运动旅游创新和进步的一个全球性典范。凭借其令人惊叹的自然资源、世界一流的设施和服务体系、对可持续发展的承诺以及冬奥会带来的全球影响力，崇礼的世界性影响力和吸引力仍将不断提升。

61 <http://www.hebei.gov.cn/hebei/14462058/14471802/14471750/15438583/>, 《张家口加快打造新经济增长极》

5.2 山地运动

5.2.1 发展概况

山地运动是山地旅游当仁不让的热点门类，特别是在新冠疫情期间，到常住地附近的山地开展各类运动成为舒缓压力，保持健康的重要手段，而在疫情防控趋缓后，去往更具挑战性的山地运动目的地释放身心成为公众热门选择。

山地运动的普及化需要两个前提条件。一是高品质、趣味性的入门学习和体验。相比健身房和标准场馆，在山地中运动需要专项技巧和安全常识，这需要专门设计的场所、设施和内容，供入门者循序渐进的学习；二是功能完善、容量充足、覆盖全域的公共设施和服务体系。山地运动不是荒野冒险，良好的设施和服务才是

吸引更广泛客群和实现更可观消费的关键所在。

越来越多的山地运动目的地开始重视对入门体验和公服体系的设计和营造，以期招引和扩充客流，实现更高重游率和人次均消费。以下介绍美国西雅图地区的山地运动产业发展。

5.2.2 典型案例之美国西雅图地区的山地运动产业发展^{62、63、64}

西雅图是美国太平洋西北区最大的城市，都市区人口接近350万，经济高度发达，拥有全球领先的高科技产业集群，如航空航天、信息技术、生命科学及生



图 5-7 群山与海湾环抱的西雅图

图源：rare-gallery.com

62 <https://www.seattle.gov/cityarchives/seattle-facts>，西雅图政府网站的统计数据频道

63 <https://visitseattle.org/>，西雅图官方旅游网站

64 <https://www.seattlenorthcountry.com/things-to-do/outdoor-activities/>，西雅图北部地区户外活动专题网站，该地区是西雅图都市区的户外运动集聚区



图 5-8 Magnolia 公园小径

图源: westcoastwayfayers.com



图 5-9 Burke-Gilman 小径

图源: AFAR.COM

物科技工程、洁净技术及环境工业、后勤和国际贸易，是微软、波音、亚马逊、星巴克、Costco 等全球企业的总部所在地，还是几乎所有 IT 产业领军企业的重要研发中心和云计算基地。根据美国人口普查局（Census Bureau）的最新数据显示，西雅图是全美第三富裕的都市区，家庭年收入中位数超过 10 万美元，仅次于旧金山和华盛顿特区。

西雅图的官方别名为“翡翠之城”，其屡次被知名媒体选为“全美最佳居住地”“最佳生活工作城市”等，除了发达的经济，更有赖于该地区十分优越的山地运动资源条件。西雅图位于华盛顿州的西北角，普吉特海湾和华盛顿湖之间，主城区就筑于丘陵地形上，都市区西边在海湾边上是奥林匹克山脉，东边是华盛顿湖，再往东是杉曼密斯湖、依萨跨高地和老虎山，东南面有著名的雷尼尔雪山和卡斯卡达山脉。主城区半径 4 小时车程内就有奥林匹克公园（Olympic National Park）、雷尼尔山国家公园（Mount Rainier National Park）和北瀑布国家公园（North Cascades National Park）等三个举世闻名的国家公园以及一系列国家游憩区、国家森林、州立和县立公园等。

由此，西雅图将山地运动资源优势与高科技产业优势和高素质客群优势相结合，开展山地运动产业的创新探索，令山地运动全方位融入居民生活方式，成为本地宜居品质的重要组成部分，并推动相关交叉产业的蓬勃发展。

5.2.2.1 包容性原则下的户外运动公共服务体系

为了让户外运动真正成为本地生活方式的一部分，西雅图以包容性为原则，首先聚焦两项事务，一是打造以户外小径为主体的公共设施体系，用以提高户外运动的公共服务容量和普及度；二是推动基于社区参与的志愿活动和文化传播，用以降低居民开展户外运动的学习门槛并激发相关社交活动。

a) 户外运动用途的公共设施和服务体系

西雅图是包容性户外运动空间的典范，这里长期致力于创建无障碍小径、水上通道、户外游憩区等户外运动功能空间和设施，确保每个人都能享受户外活动的乐趣，旨在培养兼具包容性和多样性的城市精神。

如 Magnolia 公园位于西雅图主城区，占地 534 英亩，包括雄伟的悬崖、海滩、丘陵草地和数英里长的林间小径，旨在营造“最接近荒野的城区”。如 Burke-Gilman 小径蜿蜒 27 英里，穿过巴拉德、弗里蒙特和大学区等一众西雅图的著名北部社区，是骑自行车者的乐趣，可以不间断地游览壮观的风景。

b) 通过社区参与实现户外运动普及

社区意识是西雅图户外运动的一大特点，在这里，各种活动和倡议将志同道合的人们聚集在一起，分享他们对探险的热情，旨在打破障碍，确保每个人，无论背景或能力如何，都能体验到户外运动的乐趣。当地社区积极组织宣传和体验户外运动的主题活动，从越野跑比赛到集体远足，在户外运动爱好者中培养了强烈的友爱



图 5-10 山地运动是西雅图社区联谊活动的重要形式

图源: TRIPADVISOR.COM



图 5-11 Seattle Met 被认为是徒步和露营领域的最佳应用程序

图源: SETTLEMENT.COM

意识和社区归属感。

西雅图户外运动文化中的社区意识不仅体现在共同的活动上，还体现在营造面向每个人的包容性环境上，由此提出社区驱动的包容性倡议。西雅图的户外运动社区会优先考虑为各种背景和能力的人创造空间和举办活动，涉及徒步、皮划艇、滑雪等户外运动项目，这里还格外重视为残疾人提供参与适应性徒步旅行、皮划艇和滑雪等活动的机会。由此，西雅图形成充满活力的户外运动文化，鼓励社会人群之间的包容，为不同年

龄、不同背景的人们创造通过共享户外运动体验建立社交联系的愉悦环境。

在西雅图，社区主导的教育计划旨在让人们掌握安全享受户外活动所需的技能和知识。经验丰富的高阶玩家会作为户外运动导师指导新手，从野外生存讲习班到导航课程，这些活动让新手们能够充满信心地进行探索，并培育出拥抱每个人的户外运动支持性社区。

5.2.2.2 运用高科技产业优势创新户外运动体验

西雅图不但拥有世界级 IT 产业集群，更建立了“精通技术”（tech-savvy）文化，本地企业和居民都乐于投身技术创新和体验，这也延伸到户外运动领域。由此，西雅图的户外运动不仅依靠风景如画的景观，还利用创新技术将户外体验提升到新的高度，创新了运动与自然的跨界联系。

如智能穿戴设备和增强现实技术是近年热门的 IT 技术领域，西雅图的一些创业公司将其运用于户外运动领域，重新定义了人们探索户外空间的方式。智能装备（包括 GPS 跟踪器和可穿戴设备等）的集成不仅增强了安全性，还为户外运动爱好者探索西雅图的各种地形地貌和生态系统提供了宝贵的数据，令户外运动更具互动性教育意义。当用户徒步穿越西雅图周边郁郁葱葱的山地风景时，可使用 AR 眼镜来实时了解植物物种或历史地标的信息，将每一次徒步之旅都变成一次“教育冒险”。

西雅图的“精通技术”文化还催生了大量户外运动探险应用程序。这些应用程序提供实时路径信息、安全警报，甚至是虚拟导游，整体提升了户外运动体验。虚拟向导为西雅图最具代表性的户外运动小径和观景点提供身临其境的体验。通过虚拟现实技术，人们可以探索小径、水道和山峰，让全球游客都能享受到户外探险的乐趣。通过虚拟现实户外运动应用程序实现沉浸式体验正在成为常态，世界各地的人们可以在虚拟场景中挑战山地小径或激流皮划艇，从而培育出一个因共同热爱西雅图的户外冒险而联系在一起的全球线上社区。实证表明，这非但不会减少实地到访量，更激发了到西雅图挑战自然的公众热情，极大提升了西雅图户外运动的品牌影响力。

无人机技术也被普遍用于捕捉西雅图周边户外活动的美景。从空中俯瞰山峰的壮丽景色，到皮划艇运动

员在水道中航行的动态镜头，无人机摄影为户外运动的记录增添了电影大片般的感染力，从而令西雅图的户外运动媒体资料更具传播力，这在如今的社交媒体时代尤其重要。

专为户外运动爱好者设计的可穿戴健康技术也在得到广泛应用。从调节体温的智能织物到监测水合水平的可穿戴设备，这些从当地航空航天、医疗设备等高新产业下放的技术可以有效提高户外活动的安全性和舒适性。

5.2.2.3 为户外运动产业注入可持续发展理念

作为“翡翠之城”，生态环境是西雅图引以为傲的公共资产。高素质的本地企业和居民在日常生产生活中都积极践行环境保护和绿色发展，在户外运动产业的发展中也是如此。

西雅图将对环境可持续发展的承诺深深植根于其户外运动文化中，培养户外运动爱好者的责任感。这里的户外运动通常将可持续发展放在首位，结合生态友好型实践，最大限度地减少对环境的影响，促进负责任的户外休闲和探险活动。如西雅图的户外运动社区都积极组织和参与环境保护项目，从户外小径维护到环境垃圾清理，确保为子孙后代保护自然美景和户外运动机会。户外运动行业和环境保护组织之间的合作也越来越多，立足于保护自然空间的共同目标推动创新项目，确保户外运动与西雅图对环境管理的承诺紧密相连。

西雅图对可持续发展的承诺不仅体现在户外活动和计划中，还根植于户外运动社区的集体意识中，为负责任的户外活动和环境管理设定更高的标准。

西雅图当地企业在生产户外装备时优先考虑可持续发展的做法，向循环经济转变，如通过强调采用回收利用、可修复性和可持续材料，减少户外装备生产对环境的影响。一些企业创造性的推出户外运动装备订阅模式，户外运动爱好者可以按年/季度/月付费订阅环保型户外运动装备，定期更换新品，促进回收和减少浪费，使户外活动更加环保。

西雅图的户外运动爱好者遵守“无痕”原则，并付诸于创新实践。如开展碳中和户外运动，通过科学的指标计算和活动组织，令户外运动成为当地企业和

居民抵消碳足迹的手段。西雅图还率先推出生态探险旅游认证，确保企业遵守严格的可持续发展标准。这一认证不仅会吸引富有责任感的旅行者，还会激励其他户外运动目的地效仿。

实际上，对可持续发展的承诺已然成为西雅图户外运动文化不可或缺的一部分，企业和个人都将上述环保行为作为理所当然的标准做法。

5.2.2.4 覆盖全域全季的户外运动体验

a) 尽享壮美景致的山地徒步

距西雅图仅咫尺之遥的喀斯喀特山脉拥有庞大的徒步旅行路线网络。从具有挑战性的锡山（Mount Si）到宁静美丽的响尾蛇礁（Rattlesnake Ledge），徒步旅行者可以找到适合各种技能水平的路径。

如锡山距西雅图仅一小段车程，是当地的标志。这里的小径以其具有挑战性的攀登而闻名，徒步旅行者可以欣赏到普吉特海湾和周围群山的全景。

如西雅图周边有众多通往原生态高山湖泊的高海拔小径。白雪皑皑的山峰和生机勃勃的野花为在大自然中寻求隐逸感的徒步旅行者创造了风景如画的静谧环境。

如雷尼尔山是一座标志性的成层火山，拥有着雷尼尔山国家公园的标志性景观。徒步旅行者可以探索蜿蜒穿过古老森林、高山草甸和崎岖地形的小径，欣赏雄伟山峰的壮丽景色。

b) 以极致美景为卖点的冰雪运动

到了冬季，卡斯卡特山脉就会变成白雪皑皑的仙



图 5-12 户外运动装备主题社区跳蚤市场兼顾实现环保和社交功能
图源：COMMUNITY GEARBOX 户外装备社交平台



图 5-13 雷尼尔山徒步之旅是很多户外运动爱好者的最佳记忆

图源：REI 公司

境。史蒂文斯山口（Stevens Pass）和水晶山（Crystal Mountain）等滑雪胜地以纯净的雪坡和壮丽的高山美景吸引着冬季运动爱好者。

史蒂文斯山口坐落在喀斯喀特山脉，以其丰富的降雪和多样的地形而闻名。从整洁的雪道到具有挑战性的越野小径，它适合初学者和经验丰富的冬季运动爱好者。

水晶山度假村距西雅图的车程很短，拥有高品质的雪坡和多样化的地形，适合各个级别的滑雪和单板滑雪者。这里坐拥雷尼尔山的壮丽景色，为寻求速降刺激

的游客提供了冬季仙境。

c) 面向全龄段客群的攀岩体验

对于那些寻求垂直挑战的人来说，西雅图地区的丰富地形地貌是与生俱来的攀岩天堂。

因克斯镇巨墙 (Index Town Wall) 以其雄伟的花岗岩悬崖而闻名，被誉为“花岗岩巨人”，提供一系列适合各种技能水平的攀岩路线。周围环绕着茂密的森林，登山者可以在大自然的宁静中体验攀登岩壁的快感。

莱文沃思则是一座迷人的巴伐利亚风格小镇，周围环绕着花岗岩峭壁。登山者可以攀登从适合初学者到专

家级别的路线，同时欣赏这个山地攀岩乐园的如画风景。

d) 体系完善的山地自行车运动

西雅图周边的山地条件非常适合开展自行车运动，当地致力于通过专用场所、设施、线路体系的建设运营，吸引更广泛的公众前来体验。

Duthie Hill 是一个专门的山地自行车公园，拥有专为各种水平的骑手设计的小径网络。从流畅的下坡到技术挑战，在生态美景中提供了多样化的山地自行车运动体验。

虎山位于伊瑟阔山脉 (Issaquah)，以其四通八达的单线 (singltrack) 自行车小径而闻名。山地自行车爱好者可以穿越茂密的森林，欣赏令人惊叹的景色，使其成为寻求冒险与宁静的人们最喜欢的目的地。

5.2.2.5 蓬勃发展的户外运动全产业链

西雅图的企业家们强调社区参与、技术创新和环境尊重的重要性，达成户外运动文化和企业家精神的独特融合，涌现出一系列具有世界级创新性和影响力的本土户外运动企业。

在户外运动装备领域，专业鞋履制造商布鲁克斯

公司 (Brooks) 、代表西海岸户外文化的菲尔逊公司 (Filson) 和艾迪鲍尔公司 (Eddie Bauer) 、聚焦环保和创新的 Outdoor Research 公司、由一群热爱户外运动的波音公司工程师创办的 CASCADE DESIGNS 公司、彰显户外运动乐趣的 KAVU 公司、基于社区合作项目的运动饮具制造商 MiiR 公司、专业运动护具制造商 LP Support 公司等都发源于西雅图地区。实际上，在风靡全球的山系鞋服中，很多美式山系代表品牌就来自西雅图。

西雅图更孕育出全美最大的户外运动装备销售商和租赁商 REI 公司。该公司于 1938 年由 20 余位户外运动探险家联合创立，充分体现了西雅图户外运动文化的“包容性原则”，其独有经营模式为顾客即“股东”，产品种类齐全、顾客享受“分红”及定制化体验，以此实现高水平的用户黏性，其本质上是一个“大型消费者合作社”。

与此同时，西雅图的户外装备零售和租赁服务得到全球户外运动爱好者群体的高度认可。本地拥有各种户外装备商店，从当地精品店到知名零售商。这些商店



图 5-14 山地骑行将运动锻炼和亲近自然完美融合

图源：SEATTLE SPORTS 公司



图 5-15 REI 已成为传播西雅图包容性户外运动文化的全球性社区

图源：REI 公司

提供一系列山地运动装备、服装和配件，确保帮助山地运动爱好者做好充分准备。西雅图更具领先性的是户外运动装备租赁服务。这里可以提供包括徒步装备、滑雪板、滑雪板、登山装备和山地自行车等在内的各类优质装备。无论是计划一日游还是为期一周的冒险，租赁装备都可以让每个人无需大量投资即可参与山地运动，从而极大降低本地居民的入门成本，更令外来游客可以免除纠结，身随心动。

出于对户外运动产业发展前景的认可和本地企业家精神的激励，西雅图还设立了“户外运动创业孵化器”，旨在培养户外运动产业领域的下一代创新者，他们把商业敏锐性与可持续发展承诺相结合，积极塑造户外运动的未来。

在此基础上，西雅图还积极开展跨文化户外运动主题交流活动，让来自世界各地的户外运动爱好者汇聚西雅图，开展合作探险和户外艺术节等活动，交流超越文化界限的想法和经验，并以西雅图为基地的组织将与国际同行建立合作关系，推动以户外运动为手段，

共同应对全球环境挑战，将保护环境的承诺推广到更广领域。

综上，西雅图拥有得天独厚的山地运动资源。然而，其之所以成为世界级户外运动目的地，不仅有赖于优越生态和风景条件，更来自于“包容性原则”之下结合地方社会经济和产业技术优势的一系列创新实践，这是随着运动、技术、社会和环保意识的变化而不断发展的动态历程。户外运动产业不仅提高了当地生活品质，为当地经济做出了贡献，还得到了全球认可，影响着户外运动领域的潮流趋势，吸引着来自世界各地的户外运动爱好者，令西雅图成为户外运动的生活化、社区化、产业化的全球典范。随着这座城市不断拥抱创新、可持续发展和社区参与，未来将为户外运动爱好者带来更多令人兴奋的机会。

5.3 国家公园

5.3.1 发展概况

国家公园是山地旅游业的重要资产。然而，国家公园往往具有更加显著的生态敏感性和环境脆弱性，这使其容易受到各种外部社会经济因素的影响。因此，国家公园的山地旅游发展必须采取对山区环境、社会经济和文化环境高度敏感和负责任的替代性模式、路径和产品。

相对传统的观光和度假产品，这种替代性旅游产品的多样化不仅能够减轻游客对山区的环境压力，而且使东道社区有更多机会从旅游业中受益，从而为养护国家公园提供更可持续的保障。值得注意的是，很多国家公园仅关注于自然资源，而对地域文化遗产和生活方式的资源价值缺乏敏感性。实际上，山地的自然和文化是

高度融合的共生生态系统，应得到平等且关联地保护和开发。

以下，以世界自然遗产地——肯尼亚山国家公园为例，分析通过旅游业发展山地国家公园的挑战和采用替代性旅游产品实现可持续发展的机遇。

5.3.2 典型案例之肯尼亚山国家公园

5.3.2.1 自然和文化遗产：肯尼亚山旅游业发展的基础

肯尼亚山是一个自然和文化资源丰富的高原地区。高原、冰川和山脉的原野特质构成该地区旅游业的基础。然而，这种单维度依赖自然资源的做法意味着游客和东道社区都有许多潜在机会未被开发。经过多年来的消



图 5-16 肯尼亚山国家公园

图源：SkyWaterEarth 咨询公司



图 5-17 KWS 认证并提供规范服务的肯尼亚山国家公园通行卡

图源: KENYANEST.COM

耗自然资源的“过度旅游”，肯尼亚山陆续面临社会经济、环境和治理策略的挑战。

幸运的是，在过去二十年中，这里认识到这里丰富的生物和文化多样性完全有可能为当地社区提供更加多样化的旅游生计选择，从而令旅游业仍被视为满足山区保护和发展义务的最佳方法。^{65, 66, 67}

肯尼亚山国家公园 / 国家保护区被列入世界自然遗产名录和联合国教科文组织人与生物圈计划。这种国际认可意味着对国际游客的吸引力，他们实际上是该地区的主要客群。近年来，这里对当地人吸引力不断提升，其具有的美学、游乐、文化和教育意义为当地人，特别是当地学生团体和旅游业者团体参与山岳的管理和保护提供了强有力的理由。

5.3.2.2 各种挑战及其对肯尼亚山地区旅游业发展的影响

肯尼亚山的旅游业发展面临许多挑战。这些挑战包括影响生态脆弱地区的环境问题、政府采取不科学的森林管理政策，以及与山区社会经济动态压力有关的问题，它们直接或间接导致了产业发展波动。

在 1990 年代中期，每年到访量低至平均 17000 人，其后这一数字不断波动，1998 年降至 10000 人，而在

1999 年再次上升到 25000 人，随后不断下降到 2000 年的 11000 人，而 2001 年又激增至 26000 人。这种剧烈波动令旅游生计成为一种“赌博”，无法形成规模化、高质量、可持续的旅游产业集聚。

5.3.2.3 发展、保护和治理权力安排从集中向下过渡

1990 年代，肯尼亚森林部（现为肯尼亚林业局，KFS）的政策造成森林过度砍伐和管理不善问题，大大降低山区吸引游客的吸引力。肯尼亚山的许多旅游业参与者都对事态感到担忧并提出倡议，以解决森林砍伐过快的问题。当时还有许多其他不良做法，如在森林中不当引种大麻苜蓿（bang）和滥用 Shamba 系统（将森林幼苗与粮食作物混杂种植），这对整个山区生态系统影响很大。

自 2003 年以来，自然资源管理和旅游部门取得了重大变革，其根本在于使旅游业利益相关方参与政策制定和实施，并加强了对这些公共机构的问责制。这显著推动可持续利用山区资源的方法多样化，更多利益相关者（包括当地居民）参与治理改革还有助保证目的地社会稳定。

各种政策和法律也改革了干预措施。例如，2005

65 <https://www.kws.go.ke/>, MOUNT KENYA NATIONAL PARK & RESERVE

66 <https://whc.unesco.org/en/list/800/>, Mount Kenya National Park/Natural Forest

67 <https://www.kenyasafari.com/mount-kenya-national-park-guide.html>, Kenya Destination Guide: Mount Kenya National Park

年《森林修正案》使生态旅游等新的旅游实践得以发展。该法律使社区森林用户协会（CFA）和私营部门行为者在与肯尼亚林务局（KFS）达成协议后，能够在林区开发生态旅游项目。2010年新宪法通过后，县级政府得以引入下放治理系统作为行政、经济和资源管理单位，这对开发旅游业产生重大影响。肯尼亚山地区几乎所有县都以发展旅游业作为创造替代性收入来源的重要工具。由于各县要寻找更好利用资源和开发新产品的办法，从而令待开发和开发不充分资源的潜力得到有效释放。

当地人民参与涉及利用山区资源的生态旅游等活动来实现权力下放，地方利益相关者之间的伙伴关系和合作则改善了行业管理效率。例如，通过交互协议，搬运工和导游必须持有警方颁发的KWS认证卡，为其专业能力背书，令其获取更加合理的报酬，并有助创造和改善山地旅游体验的正面形象。

5.3.2.4 环境挑战和对肯尼亚山地区旅游发展的影响

肯尼亚山的许多环境挑战都是由于人类活动造成的，然而，气候多变性和变化也对旅游业产生了重大影响。

山区最大的环境挑战之一是废物管理做法。垃圾管理不善表现在两个方面：第一个是城镇垃圾处理和管理不善，特别是在梅鲁镇周围的山地旅游区，会导致当地失去生态品质吸引力，这对于开发生态旅游等替代性旅游产品至关重要。

第二个废物管理挑战涉及游客在山内产生的废物，特别是在小径沿线和住宿设施周围。游客及其导游携带的塑料袋和垃圾是主要的景观污染物，更是山区空气和水污染的最大来源。据估计，在一次清理活动中，山上的三条主要登山路线中的每一条都会产生约1300公斤的废物。

为此，当地采取了一系列治理举措。首先是建立针对向导的监管机制。他们必须向肯尼亚警方申请良好行为证书，再凭其获得KWS的批准，注册为山地向导。也就是说，要获得向导认证，前提是良好遵守行为法规，例如公园内废物和动物喂养的规定。

其次是制裁机制。要求游客每人支付500肯尼亚先令（6美元）购买一个袋子，将游程废物放入其中，并承诺如果游程结束时在公园入口处归还一袋垃圾，将全额退款，未能归还将导致没收款项。

另一项举措是加强环保意识教育。向导游、搬运工和游客灌输山区保护价值观和态度。在一年一度的肯尼亚山清洁日期间，当地酒店、联合国环境规划署（UNEP）、肯尼亚野生动物管理局（KWS）等组织以及肯尼亚山生物多样性保护小组、肯尼亚山旅行运营商协会等各种利益相关方都通力合作。

气候变化也是肯尼亚山旅游业发展面临的环境挑战。气候变化的影响已经在山上清晰可见。多年来，山顶的冰川帽一直是主要的旅游景点，但其正在加速消退。除了观光体验，更大的影响在于生态范畴。冰川

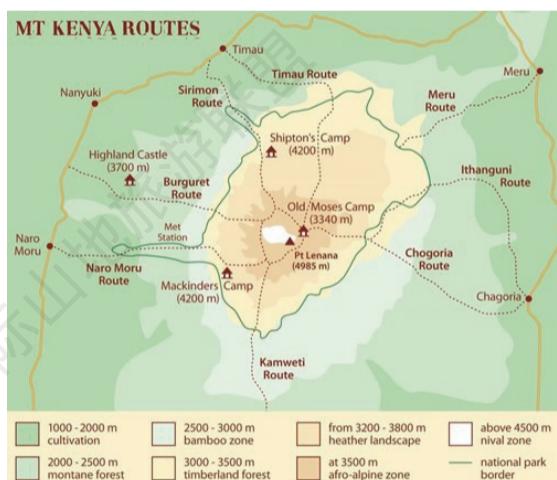


图 5-18 肯尼亚山国家公园徒步路线图

图源：ADVENTURE ALTERNATIVE 公司



图 5-19 Kamweti 线路

图源：Tranquil Kilimanjaro 公司



图 5-20 (左) 和图 5-21 (右) 肯尼亚国家户外向导学校 (NOLS) 为当地社区提供现场培训
图源: NOLS 国家户外向导学校

是该地区淡水的主要来源和对旅游业至关重要的生物多样性场所。事实上，冰川的持续消失影响了鳟鱼垂钓等新兴特种体验活动，尤其是在鲁通杜湖等火山口湖周围。火山口湖在不同时间的水量波动会破坏火山口湖中鱼类适应不断变化的环境的能力。

冰川衰退对水的影响威胁到山区生物多样性和生态系统完整性。食物减少令人类与野生动物的冲突增加。野生动物的食物状况因频发山火而更加复杂。大火威胁到难以再生的高山植被，这导致野生动物向下迁移至人类定居地区。

对 Naru Moru, Sirimon 和 Chogoria 这三条传统登山和徒步线路的过度依赖给脆弱的山区生态系统带来了相当大的压力。因此，有人提议开辟新的路线，包括在纳纽基镇附近的 Burguret 地区的 Kirinyaga 镇的 Kamweti 路线，以及 Meru 镇一侧的其他新路线，以缓解现有路线的生态压力。

5.3.2.5 所面临的社会经济挑战

由于山地旅游活动的季节性，旅游业作为一种可持续生计选择的不可靠性更加突出。这迫使向导和搬运工通过与农业有关的活动和农产品贸易来补充旅游收入，从而令旅游业人力资源处于不稳定状态。

另一个挑战是当地居民缺乏必要的山地旅游就业和创业能力。鉴于大多数向导和搬运工都是由高中毕业生，缺乏包括语言、旅游产品知识以及管理和营销在内的自主经营技能，只能依赖外来运营商提供以搬运和向导为主的外包业务，这意味着其在旅游业总收入中占比

较少。

当地为此采取系列对策。例如，邀请肯尼亚国家户外向导学校 (NOLS) 提供登山向导和搬运培训；与 Base Camp Explorer 等生态旅游专业公司合作开展培训，并在旅游营销活动中与当地社区建立联系。地方性储蓄和信贷合作社也参与到培训中来，指导当地人将其收入用于创业投资。

5.3.2.6 替代性旅游为肯尼亚山旅游业带来发展机遇

自 2000 年代初以来，肯尼亚山周围的旅游业一直在寻求适应自身条件和全球旅游业趋势变化的新兴发展动力，其主要对策是谋求替代性旅游，如生态旅游、文化旅游和社区旅游，试图利用其解决地方一级面临的挑战。

政府承认替代性旅游对于特别是针对农村人口的旅游活动和经济机会的多样化非常重要。所有这些活动都被认为是在肯尼亚山地区可行的，作为登山旅游活动的补充，也是可持续开发现有自然和文化资源的基础，通过其释放肯尼亚山旅游资源禀赋的比较优势。

a) 肯尼亚山东部地区的文化旅游

长期以来肯尼亚山地区的旅游业主要集中在西侧发展，东侧城乡旅游业普遍不发达。因此，梅鲁、塔拉卡尼西和恩布地区的发展计划中强调了发展文化旅游业的重要性。那里有丰富的文化遗产（如传统歌曲和舞蹈）以及传统机构（如 Njuri Ncheke, Meru 长老理事会），它们与当地人民的生活仍息息相关。

梅鲁博物馆是最受欢迎的山地文化旅游项目。肯

尼亚山东侧最重要的旅游产品一直是乔戈里亚山徒步路线。如今，梅鲁博物馆与其吸引截然不同的游客，博物馆主要吸引具有旅游教育动机的当地游客，而乔戈里亚山徒步旅行路线主要服务于具有高山兴趣的海外游客。

肯尼亚山东部地区最近的规划目标强调优化该地区丰富的文化传统，特别是迄今为止未充分利用从而更具差异化特色的文化资源，例如 Njuri Nchekie 机构管理的历史建筑等文化资产已被纳入可用的旅游景点。这些场所被改造为展现地域精神的文化中心和博物馆，以及生物多样性社区的保护区。

肯尼亚山东部地区还制定并实施基于社区文化复兴的替代旅游方案，例如著名的梅鲁传统歌曲和舞蹈，其体验中心之一是 Imenti South 的 Gaatia，旨在通过戏剧和舞蹈讲习班来传承、展示和宣传 Kimeru 文化遗产。

另一项举措是开发具有生态旅游潜力的文化旅游产品。如在 Imenti 森林中保护穆鲁树或梅鲁橡树（牡荆）等本地树种，特别是一些被本地社区认定具有宗教价值的神圣树林。保护梅鲁橡树尤为重要，因为其木材价值高，砍伐压力大，文化和生态旅游可以成为保护森林的重要激励因素。

肯尼亚山东部地区最具创新性的替代性产品是农

业旅游。通过在梅鲁南部的伊门蒂和尼西地区的高海拔山地茶园开展教育旅行，使本地农业社区能够参与开发文化或乡村旅游，实现多途径的高附加值收入。

b) 肯尼亚山西部地区的高端生态旅游

生态旅游具有可观的客单价和积极的主题形象，被作为肯尼亚山西部地区改善旅游业发展质量的替代性产品选择。

由于鸟类种类繁多，肯尼亚山被列为重要鸟类区（IBA），观鸟成为一项可行的高端生态旅游活动。肯尼亚自然组织通过 Naru Moro 的肯尼亚山生态资源中心与旅游经营者和社区团体及该地区的其他发展机构合作开展植树等活动，树立生态负责的品牌形象，从而有效跻身国际观鸟市场。

在莱基皮亚县地区的一些私人牧场经营的主要针对欧洲游客的个性化旅游套餐；在 Nyeri 地区出现提供一价全包的高端旅游服务产品，主要开展特种户外运动和体验，如在源自肯尼亚山的河流以及火山口湖中钓鱼。

c) 基于社区探访的旅游

如依托当地村庄的“寄宿家庭”旅游产品。其最初是外国学生交流计划，来到肯尼亚山地区进行实地研究的外国学生被纳入他们所访问地区的生态和文化



图 5-22 肯尼亚山国家公园内及其周边的文化体验社区（上）

图源：AfricanMecca Safaris 公司





图 5-23 在肯尼亚山的火山口湖钓鳟鱼是备受欢迎的特色体验

图源：African Spice Safaris 公司



图 5-24 到访当地寄宿家庭的外国学生参与传统山地农业体验

图源：realadventures.com

保护工作，包括在公共场所植树，收集本地树木种子，乃至搭建树木苗圃等，并参加当地的文化活动，如互助家务和举办婚礼等社交活动。

再如，在 Nyeri 地区，肯尼亚独立战争期间自由战士使用的许多洞穴和场地已被政府作为文化和历史遗产地点，成为学习当地历史和文化的重要场所，面向本地和海外游客，并引导主客互动。

综上，社会经济和环境变化影响着山地旅游业的可持续发展，这关乎肯尼亚山地区的环境、游客和当地人民的未来。要充分发挥肯尼亚山的旅游产业潜力，并令更多的当地人受益，使旅游业真正成为区域发展的长效驱动力，将取决于有关当局如何通过替代性方法管理影响山地旅游的变化因素和挑战，以及如何开展切实有效的利益相关方合作伙伴。

5.4 山地休闲

5.4.1 发展概况

在新冠疫情期间，在常住城市周边的山地休闲项目得到前所未有的发展，其原因主要有几点。一是由于全球普遍采取的人员流动管控政策造成公众出行受限且成本上升，本地或近程旅游休闲项目成为更具可行性的选择；二是疫情期间公众身心压力增大，需要随时和及时释放，就近可达的山地自然环境可以实现高频次、日常化的“隐逸”（escape）；三是较短的旅行距离通常也会减少交通费用，一日游更节约了住宿费用，从而使更多的人能够负担得起，这在宏观经济下行，预期收入减少的情况下对于游客而言尤为重要。

露营是产业化程度最高，在疫情期间发展最快和最受关注的山地休闲细分门类，其增长态势仍在持续，且在不同国家和地区呈现各具特色的产品结构。欧美国家的主流仍是以背包旅行（Backpacking）为主要形式并纳入各种户外运动和研学活动的经典露营（也被称为“严肃露营”）；日本则基于其强调细节的制造业特色和注重“小确幸”的消费习惯而创新形成精致露营（Glamping）这种活动强度更低、休闲属性更鲜明的露营门类；随着毕业旅行和间隔年（gap year）的日渐风行，工作露营（Workamping）开始成为年轻人的更酷选择，通过参加露营地所需的农业、林业、公用事业等相关劳动，换取营位和装备使用权。以下通过近年来美国露营产业情况，介绍露营产业的发展特征和趋势。

5.4.2 典型案例之美国露营产业

美国是全球露营产业规模最大的国家，拥有超过 11.3 万个联邦政府管理的露营地，州立公园内超过 16.6 万个露营地，以及无数的私人露营地。⁶⁸ 根据近三年（2021-2023）全球最大的露营地连锁运营机构



图 5-25 图源：《CHICAGO》杂志



图 5-26 野奢露营成为高端度假客群的新宠
图源：《Adventure Sports》期刊

KOA 的美国市场年度统计报告，该国露营产业呈现出几点发展特征和趋势。⁶⁹

5.4.2.1 参与人群广泛程度显著提升

疫情同样令露营成为美国民众最“靠谱”的出游形式。2021 年，近 30% 的美国人（约 9380 万人）参

68 <https://reports.thedyrt.com/2023-camping-report/> 2023 Camping Report: Camping demand is at an all-time high

69 <https://koacompany.com/north-american-camping-report/>，North American Camping & Outdoor Hospitality Report 2021-2023



图 5-27 典型的房车营地公区

图源: TRIPADVISOR.COM



图 5-28 (左) 布局图

图源: KOA 公司

与过露营活动，年度露营超过 3 次的占比超过 40%。露营客中 56% 是千禧一代，910 万人是首次体验，超过总量的 10%。54% 的新客是 BIPOC（黑人、土著和其他有色人种），比上年增加 68%。近 5700 万个家庭组织过露营活动，而该数据在疫情前的 2019 年仅为 4200 万，同比增长 35.7%。

实际上，露营贡献了 2021 年美国出游总人次的 40%，超过一半的旅游者会部分或完全将露营作为住宿选择。其中的主要原因或许是美国露营地分布广泛，就近到访较为便利，并且营位和人员密度相对不高，能够满足安全卫生间距要求。另一大原因当然是性价比，37% 的客人表示他们是用露营替代了酒店。

5.4.2.2 体验诉求多级分化日趋显著

疫情持续和经济下行令公众身心俱疲，对露营的功能诉求更多转向身心放松、慰藉和释放。由此，“小确幸”的精致露营 (Glamping) 和“纯折腾”的撒野露营 (Overlanding) 成为新晋热点，在 2021 年美国市场占比分别达到 36% 和 27%，一举胜过长期霸榜的背包旅行 (Backpacking) 等传统门类。

富人们也下场露营，接近 40% 的露营客的家庭收入超过 10 万美元，达到上中产水平，该指标相比疫情前提高两倍以上，令野奢露营 (Rustic Luxury Camping) 得到迅猛发展，极致环境 + 豪华配置 + 顶级

服务，令人趋之若鹜。

5.4.2.3 距离和主题决定营地吸引力

只有 28% 的新营客是出于“喜爱户外活动”的目的，这意味着露营日益成为换个场景的休闲 / 游憩而非探索 / 挑战，“围坐在篝火旁惬意社交”比“背包穿越丛林去往下一个营地”更具吸引力。

由此，距离城市相对更近的露营地得到更多青睐，尽管它们所处环境的生态品质和地景水平远不如相对更偏远的国家公园。对大自然的壮美取而代之的，是所谓的“自然美学” (Natural Aesthetic) 等人造场景，如何利用篝火、原木、砌石、土著文化符号等元素营造“精致的旷野感”，成为核心技术。

5.4.2.4 服务设施体系亟待提档扩容

24% 的新营客表示可能不会再露营，他们以 35 岁及以下的年轻人为主，所给出的首要理由是露营地普遍缺乏 WiFi 信号、汽车充电桩、独立卫浴隔间等公用设施和服务，以及高级 / 主题陈设、宠物友好型设施设备等增值服务。同时，规模越来越大的露营团队客群还产生对大型帐篷、房车等升级设施的需求。事实上，在美国市场，48% 的露营活动带有儿童，49% 的消费者需要居家尺寸的大型帐篷，78% 的消费者期待有房车来“更舒适的解决问题”。

5.5 康养旅游

5.5.1 发展概况

全球康养研究院（GWI）给出的康养旅游“广义概念”为“为达到全面健康状态而积极追求的活动、采取的选择或生活方式”，包括“医疗旅游”和“康养旅游”这两个细分门类。据GWI测算，康养产业的规模大于体育、制药和旅游等“明星行业”，在全球GDP中的占比超过5%，过去十年的年均增长率是全球GDP年均增长率的5倍以上。⁷⁰

《中国康养产业发展报告（2017）》指出，与一般意义的“健康”、“养老”、“养生”和“疗养”等概念相比，“康养”是一个更具包容性的概念，涵盖范围广阔，与之对应的康养行为也十分宽泛：康养既可以是一种持续性、系统性的行为活动，又可以是诸如休息、疗养、康复等具有短暂性、针对性、单一性的健康和医疗行为。延伸到更大范围，从生命的角度出发，康养要兼顾生命的三个维度：一是生命长度，即寿命；二是生命丰度，即精神层面的丰富度；三是生命自由度，即国际上用以描述生命质量高低的指标体系。

相比医疗旅游，无论对于供给侧还是需求侧，康养旅游的全周期成本优势显著，本地资源利用率和社区参与度高，产业收入的经济漏损少，对于山地旅游供需两侧都是更为广泛可行的发展模式。

一方面，康养旅游通常依托优越的气候和生态资源，以避暑、越冬、抗衰老、抗亚健康等作为主题功能，由政府主导落实保护和利用规则，形成公共性吸引物和活动空间，如森林步道体系和森林浴场、户外运动基地、银发保健中心、温泉疗养中心等，通过非医药干扰方式，帮助用户获得身心复健体验。

另一方面，康养旅游的发展还刺激了传统养生方式的现代化复兴。从传统中医（TCM）、阿育吠陀医学和藏医，到瑜伽、冥想、太极拳、气功、日本森林浴等，正在世界各国成为易于获取的主流康养服务。这些传统

养生方式便于得到社会公众的文化认同，且综合投入产出比极具优势。

在全球人口老龄化程度和公众健康意识及消费能力持续提升的宏观背景下，加之新冠疫情对社会心理的深刻影响，以山地为主要环境的康养旅游实现了显著的提速增效发展。以下是关于山地康养旅游的若干实例。

5.5.2 新冠疫情期间的山地康养旅游发展及其后续趋势

A、自然康复环境

山区提供的自然康复环境对新冠患者的康复特别有益。山区空气清新，富含氧气，没有污染物，对呼吸系统有益，使肺部恢复活力。呼吸洁净的空气有助于清理呼吸系统，改善肺功能，支持康复过程。

B、提高免疫力

在与像新冠这样的疾病作斗争之后，重建和增强免疫系统是必不可少的。山区绿树成荫，植物种类繁多，环境宁静，为免疫系统的恢复提供了有利的环境。在大自然中休养和参加户外活动可以提高免疫力，因为暴露在阳光下有助于身体产生维生素D，而维生素D在免疫功能中起着至关重要的作用。

C、身体康复

新冠可使患者身体虚弱，耐力和肌肉力量下降。山区是身体康复的理想环境。多样的地形为远足、散步等低强度运动提供了机会，可以逐渐重建体力和耐力。在大自然中参与这些活动有助激发振奋的精神，培养积极的心态。

D、心理健康

新冠康复还需解决精神和情绪问题。雄伟的山峰、舒缓的自然之音和宁静的独处氛围，有助人们慰藉心灵，踏上精神恢复之旅。正念练习、冥想和呼吸练习，可以减轻压力、焦虑和抑郁，有助于整体精神健康。

70 <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts/>, GLOBAL WELLNESS ECONOMY STATISTICS & FACTS



图 5-29 森林疗养院的入口标识

图源: saatyphotography.com



图 5-30 经认证的森林疗法步道解说牌

图源: spectrumlocalnews.com

E、整体疗法

山区为整体疗法提供理想环境。专门从事整体疗法的健康疗养院和水疗中心提供一系列专门针对康复和恢复活力的治疗。按摩、水疗、芳香疗法和瑜伽等疗法有助于放松、减压和身体康复。

5.5.3 全球森林康养旅游的发展模式与成果

5.5.3.1 德国黑森林地区的康养旅游发展模式与成果

德国是世界上发展森林康养产业最早的国家，早

在 19 世纪 40 年代，有关专家就在德国的巴特·威利斯赫恩镇创建了世界上第一个森林浴基地，该镇 60% 到 70% 的人口从事着与森林康养有密切关联的工作。截至目前，在德国全境，共有约 350 处获得批准的森林疗养基地。德国政府明确规定，该国公民到森林疗养基地花费的各项开支，都可被列入国家公费医疗的范围。

黑森林位于德国西南部的巴登 - 符腾堡州，面积约 11400 平方公里，是德国最大的山脉。黑森林有着得天独厚的森林康养资源，森林覆盖率高达 98%，大部分都是松树和杉树，在景观和疗养方面有着先天的优势。在景观方面，众多笔直的杉树构成了一道独特的风景，蜿蜒的山脉又给黑森林增添了一丝神秘气息。在疗养方面，松树和杉树本身所散发出的芬多精，具有杀菌、抗霉、驱虫的作用，在这样的环境下生活对身体的循环系统、内分泌系统都有一定的疗愈作用。

如今，森林康养是德国最重要的旅游细分市场，年游客量近 10 亿人天次，在旅游总收入中占比达 2/3 以上，黑森林地区作为绝对重心，其成功经验主要为以下几点。

一是采用低生态干扰开发运营实现原生态可持续保护和利用。这里对林木的采伐非常慎重，严格保证生长周期的更替率，特别是将生态和康养价值最高的林区划定为国家公园等保护性国土空间；二是通过弹性规划设计保障对细分客群和市场变化的应对能力。这里充分利用传统小镇和村庄，实现更具性价比、时效性和灵活性的业态迭代和容量调节；三是积极拓展产业联动以丰富用户体验和获客渠道，如运动、农事、美食、温泉等。如位于黑森林地区的著名温泉小镇巴登·巴登，其服务不仅有常规的洗浴程序，还有兼具文化和科技的理疗和精神疗愈体验，这里的山地运动和地域美食也闻名遐迩；四是大力引导社区参与，充分释放本地接待能力，有利于压缩成本，丰富供给和抵御风险。这里有着功能齐全的乡村民宿酒店、别具一格的公寓，还有林间小屋和极具地方特色的私家农舍。游客们可以选择自己喜欢的住宿方式。

71 Waldbaden und Waldtherapie als innovative Ansätze mit gesundheitsförderndem Potenzial, Schweizerische Zeitschrift für Forstwesen (2022) 173 (1): 4–9.

72 <https://www.blackforest-highlights.com/experience/wellness>，德国黑森林州旅游官方网站

5.5.3.2 日本森林疗法基地的发展模式与成果⁷³

前日本林野厅长官的秋山智英最先提出基于现代科学的“森林浴”概念。分析显示，森林大气存在杀菌、消炎及其他预计对人体具有治疗保健功效的物质。根据针对大批城市志愿者的森林疗法专题科研项目测定，可以通过森林疗法显著改善一系列生理指标，包括皮质醇水平降低 12.4%、交感神经活动减弱 7.0%、血压收缩压降低 1.4%、心率降低 5.8%、副交感神经活动增强 55.0%……换言之，人们置身森林环境能显著缓解压力，立竿见影的放松与恢复身心。

据此，日本林野厅作为早期森林疗法的主要推动者于 2004 年出台《森林疗法基地构想》，将森林疗法基地作为全国普及的公共康养项目，并规划 2006 至 2016 年十年建设目标。2006 年，日本设立“森林疗法协会”，制定了一套科学、全面、统一的森林疗法基地评选标准，并在全国范围内面向县、市、镇及自治机构推行，以此来有序有效地促进森林保健旅游开发。该评价标准包括两个方面，即自然社会条件和管理服务，从中又细化出 8 个因素，共有 28 项评价指标。该协会依据上述标准，截至目前已在全国认证 62 处森林疗法基地。

森林疗法基地的设施构成通常包括一处森林疗法基地可以包含多条森林疗法线路。森林疗法线路是经认证的散步线路，需要通过生理实验进行科学验证，一般以步行 20 分钟为 1 个单位。林木平均直径、最宜密度、步道坡度和宽度等都有明确指标。两侧灌木和藤本植物需清理，一般为生态型路面。有研究表明，在森林中静坐（坐观）的心理治疗效果更好，因此在林相较好的空间通常设有很多符合设计标准的坐观场所。在经过森林疗法线路认证后，坐观场所附近设置展示牌，说明其心理和生理治疗效果、负氧离子和芬多精浓度数值。

森林疗法基地的产品和服务体系形成丰富的森林疗法菜单（森林旅游产品），较为常见的如森林漫步、森林向导陪游、越野式森林漫步、森林健身项目、森林瑜伽气功以及自立训练法、森林芳香疗法、森林体验项目、植树体验项目、健康乡土药膳料理、温泉疗养、健康讲座、医疗检查以及专家建议等。其中，森林漫步、

森林向导陪游及医疗检查最受游客欢迎。

森林疗法基地作为高水平公共自然康养设施，往往可以推动其周边集聚度假物业、养老物业、医疗机构以及其他康养相关服务业态，形成区域性康养旅游产业集群，实现更加可持续的综合效益。

距离东京仅 180 公里的轻井泽就依托当地的森林疗法基地，提高人次均消费和重游率。如星野集团在新



图 5-31 图源：信州饭山观光局



图 5-32 日本森林疗法基地中由专业导师组织的专项体验
图源：《HARVARD DESIGN》杂志

73 “森林浴”、“森林疗法”与社会教育：包括历史依据和实例在内的国际比较，北星学园大学社会福祉学部北星论书第 55 号（2018 年 3 月）



图 5-33 图源：星野度假村株式会社

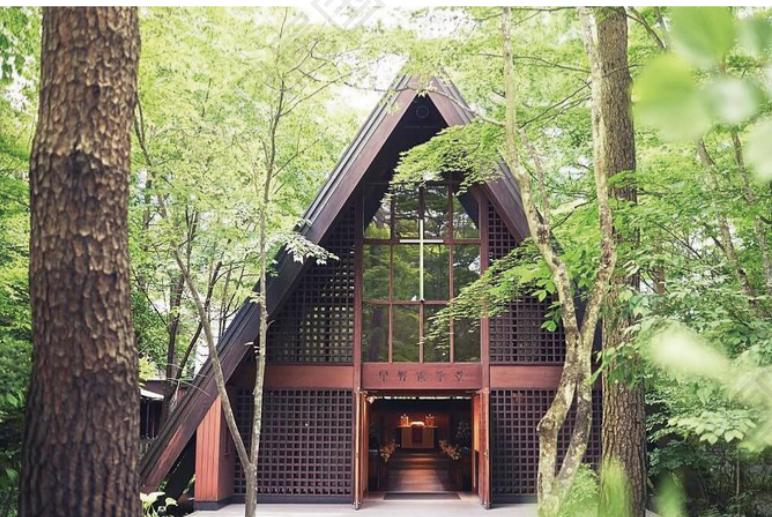


图 5-34 株式会社轻井泽的森林养生产品提供优质且丰富的身心体验

图源：Mynavi

冠疫情期间推出三天两夜的“轻井泽森林养生”专题课程⁷⁴，服务费高达 18.15 万日元（约 1300 美元），且不含住宿费。如此高端产品的销售情况良好，展现出公众在疫情影响下对于健康消费的逆势提升。

该课程的目标被描述为“消除日常紧张、不安和压力”。第一天，主要课程为受理面谈；身体健康检查；有关深呼吸和走路方式的健康教育；深呼吸入浴法学习；指压按摩；山地食材怀石料理；温泉中深呼吸入浴；“停留在山谷的村落”主题度假村的独立庭院中深眠。第二天，主要课程为山中早餐；森林能量步行；学习用树枝自制木勺；温暖的石头热疗护理；温泉中深呼吸入浴。第三天，主要课程为森林瑜伽；森林能量步行；终了面谈，评估此轮森林康养课程的实际效果。第二天和第三天的早午餐都在山林环境中进行，食材也都是本地林产为主。

74 <https://hoshinoya.com/karuizawa/en/>, LUXURIATING IN THE NATURAL COMFORTS OF KARUIZAWA

5.6 山地文化

5.6.1 发展概况

相比地形多样性和生物多样性，山地的文化多样性不遑多让。实际上，山地文化之所以丰富多彩且差异显著，正是由于其所处自然环境形成的“文化岛”现象。山地从来都是自然和文化生态系统高度融合的地理单元。

面对世界多极化发展趋势、生态可持续性压力日益增长、高度城市化人居环境脱离自然等现实问题，公众出游动机从原先单纯欣赏自然美景更多转向探寻地域文化密码，希望通过山地旅游加强文化理解、交流和互信，从传统上人与自然、人与人之间的和谐相处之道中汲取这些现实问题的答案。

另一方面，山地社区则往往更多面对人口空心化、地域文化和传统产业衰落、经济发展水平停滞甚至倒退等问题，从而具备更强的旅游业发展意愿，期待通过旅游业实现经济、文化、社会、生态的全面复兴。

由此，山地文化旅游日益流行，体验内容和方式以原真性和沉浸感为原则，让游客有机会融入蕴含传统与特质的地域生活方式，从中获得活态文化感受。与此同时，山地文化旅游为当地社区带来更多生计，更为居民提供难能可贵的文化表达和沟通机会。

5.6.2 民间艺术是山地文化之旅的关键构成

长期以来，民间艺术一直是我们这个世界丰富多彩、生机勃勃的多元文化的反映。近年来，公众对民间艺术的兴趣和鉴赏能力明显提高，民间艺术旅游这一独特的文化旅游形式应运而生。

民间艺术植根于不同社区的传统和习俗，包含一系列广泛的创意表现形式。从美洲原住民社区精巧的陶器到非洲部落活泼的舞蹈，民间艺术体现了地域文化的精髓。民间艺术旅游就是让游客沉浸在这些原汁原味的文化体验中，寻求与所到之地更深层次的联系，并强调文化交流和欣赏的重要性。在旅游者渴望真实和独特体

验的今天，民间艺术旅游已成为一种日益增长的文化旅游主流趋势。

民间艺术的魅力之一在于其地区差异。每个社区都为传统艺术形式增添自己的特色表达，从而形成了丰富的文化表现形式。参与民间艺术旅游的游客有机会目睹和参与这些变化，从而加深对文化多样性的理解。

民间艺术旅游不仅是观赏和体验艺术，更是对保持这些传统的工匠和社区的支持。购买手工艺品、观看当地表演以及与艺术家接触，都会直接促进所到社区的经济发展。

除了个人交易，民间艺术旅游的经济效益还延伸到更广泛的社区。随着对传统工艺和表演的需求增长，当地企业蓬勃发展，就业机会增加。这种经济推动力证明了民间艺术旅游作为一种可持续旅游形式的潜力。

全球各地都有因丰富的民间艺术传统而闻名的山地旅游目的地，每个目的地都能提供独特的、身临其境的民间艺术体验。

如斯堪的纳维亚的木雕奇观之旅。在欧洲北部，斯堪的纳维亚地区的木制品设计精巧、实用美观，是地域传统手工艺的标志。前往瑞典和挪威等国旅游的游客可以探索那些精心保存木制传统的迷人村庄。从雕刻用具到装饰品，斯堪的纳维亚的民间艺术邀请游客进入一



图 5-35 斯堪的纳维亚传统艺术风格的众神木雕

图源：Medievalgodsends 公司



图 5-36 印度拉贾斯坦邦传统节庆上的民间艺术表演
图源: rajasthan-holiday-tour.com



图 5-37 维达国际非洲舞蹈节汇聚非洲民间舞蹈艺术
图源: exploring-africa.com

个每个细节都在讲述故事的世界。

如在墨西哥的集市拥抱传统艺术。墨西哥是民间艺术爱好者的灯塔，拥有丰富的本土传统手工艺。如墨西哥城的 Mercado de la Ciudadela 等熙熙攘攘的集市为游客提供了身临其境的墨西哥民间艺术世界。游客可以亲眼目睹技艺精湛的工匠制作鲜艳的纺织品、复杂的陶瓷和传统木雕。每件作品都蕴含着鲜艳的色彩和文化象征意义，使墨西哥成为全球民间艺术旅游的热点。

如印度的多元文化穿梭之旅。印度拥有无数的文化和传统，为民间艺术爱好者提供了一个万花筒般的旅程。从南印度生机勃勃的科拉姆 (Kolam) 绘画到北印度色彩斑斓的普尔卡里 (Phulkari) 刺绣，每个地区都有自己独特的艺术形式。拉贾斯坦邦的普什卡博览会 (Pushkar Fair) 和德里附近的苏拉昆德手工艺品博览会 (Surajkund Crafts Mela) 只是全国各地大量民间艺

术庆祝活动的一个缩影。印度的民间艺术旅游是一场感官盛宴，让游客身临其境地体验传统与现代共存的国度。

如日本的传统生活艺术之旅。在“旭日之国”，民间艺术以一种宁静和沉思的形式出现。插花和浮世绘 (木版画) 等日本传统艺术展现了对细节的一丝不苟和与大自然的深厚联系。探访乡村和参加当地节日 (如青森的馁饰哒祭典) 可以见证日本民间艺术的永恒之美。对于那些寻求传统与创新和谐共存的游客来说，日本是一个充满魅力的民间艺术旅游目的地。

如探索丰富多彩的非洲传统艺术。从鼓乐阵阵的节奏到马赛人充满活力的串珠工艺，非洲大陆的民间艺术就像其地貌一样丰富多彩。贝宁的维达国际非洲舞蹈节 (Ouidah International Festival of African Dance) 和埃斯瓦蒂尼的丛林篝火节 (Bushfire Festival) 为旅行者提供了一个平台，让他们沉浸在充满活力和表现力的非洲民间艺术世界中。

如希腊艺术遗产的寻根之旅。希腊以其悠久的历史而闻名，同时也拥有丰富的民间艺术遗产。从卡拉吉奥齐斯皮影戏的复杂图案到传统舞蹈的鲜艳服饰，希腊的民间艺术编织着文化的连续性。雅典民俗博物馆 (Athens Folklore Museum) 和纳乌萨 (Naousa) 的阿



图 5-38 雄伟的阿特拉斯山脉孕育了柏柏尔人文化

图源: bookat trekking.com

波克里亚斯 (Apokreas) 等当地节日展示了希腊民间艺术经久不衰的魅力, 吸引着渴望探索希腊创造力根源的游客。

总之, 在一个急速现代化的世界里, 民间艺术旅游传承着传统的永恒之美, 其不仅仅是一种趋势, 还是一种变革性的旅行方式, 将人们与不同文化的精神内核联系在一起。通过拥抱民间艺术, 游客可以成为文化保护的使者, 促进全世界的相互理解和欣赏, 并从中汲取和传承最为宝贵的人类创造力。

5.6.3 典型案例之摩洛哥柏柏尔文化之旅

雄伟的阿特拉斯山脉 (Atlas Mountains) 是摩洛哥的一处迷人的山脉。这里的游牧民族柏柏尔人 (Berber) 基于社区参与推动山地旅游发展, 以原真文化体验为核心, 盘活地域文化资产, 提升社会经济发展水平, 并使阿特拉斯山脉成为一个卓越且独特的山地文化旅游目的地。^{75、76}

5.6.3.1 柏柏尔人的传统和好客

阿特拉斯山脉是柏柏尔人的家园, 他们是以



图 5-39 游客在柏柏尔人的带领下体验传统音乐和舞蹈

图源: Tranquil Kilimanjaro 公司

丰富的文化遗产和热情好客而闻名的土著居民。游客有机会进入柏柏尔人社区, 从住在传统的山村到参加柏柏尔烹饪课程, 深入了解柏柏尔文化和生活方式, 包括音乐、舞蹈、手工艺和烹饪传统。柏柏尔人的真诚热情和好客, 令游客建立与当地文化的难忘联系。

5.6.3.2 徒步旅行和游牧生活

在阿特拉斯山脉的偏远小径上徒步旅行时, 游客

75 <http://berberadventures.com/>, Berber Travel Adventure 官方网站

76 <https://atlasmountainsguide.com>, Atlas Mountains Guide 官方网站

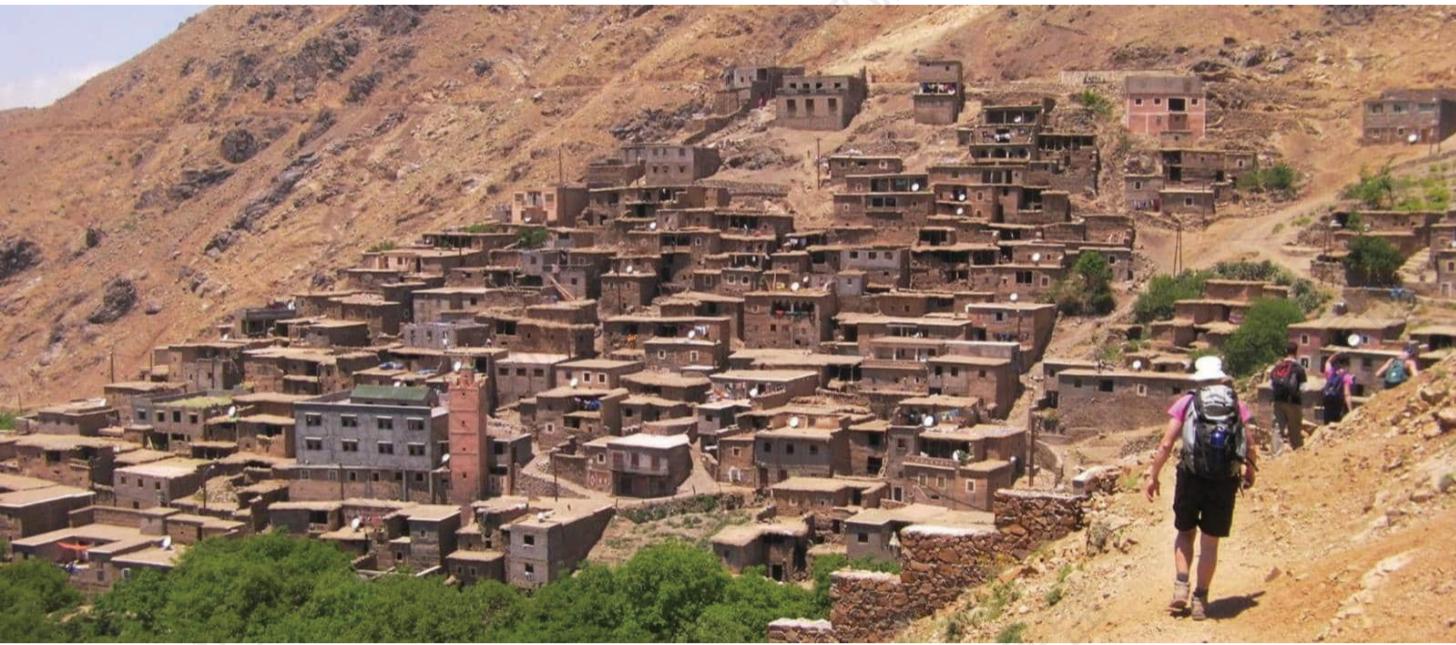


图 5-40 徒步探访柏柏尔人村落是热门的文化体验产品

图源：FACEBOOK.COM



图 5-41 面朝雪山编制色彩的非遗毛毡匠人

图源：NOSADE 公司

可能会遇到仍然保持传统生活方式的柏柏尔人游牧部落。这些邂逅提供了深入了解游牧生活方式的独特视角，可以亲身感受柏柏尔人的习俗、传统，以及他们在适应山区地形时所面临的挑战。对于游客而言，这是十分重要且难得的机会，可以见证传统游牧部落“人与自然和谐相处”的生存智慧，感受其生产生活方式与自然的深度联系，以及基于信仰和血缘的社区关系在日常生活中无可替代的影响力。

5.6.3.3 传统手工艺和艺术性

阿特拉斯山脉地区以其丰富的工艺和艺术传统而闻名。当地工匠实践着世代相传的古老技术，创造出复杂的纺织品、陶器、地毯和银饰。游客可以探索传统匠艺工场，目睹技艺高超的工匠创作，乃至亲身学习体验。在这些工艺品中发现的鲜艳色彩和复杂图案反映了阿

特拉斯山脉的文化遗产和艺术创造力。

5.6.3.4 音乐和节庆

音乐在阿特拉斯山的文化结构中起着重要作用。传统柏柏尔音乐的特点是有节奏的节拍、令人着迷的旋律和深情的歌词，是当地庆祝活动和聚会的一个组成部分。旅行者可以参加在该地区举行的音乐节，来自不同社区的音乐家们聚集在一起，展示他们的才华。这些音乐节创造了身临其境的人文体验，游客可以见证音乐将人们聚集在一起并彰显文化多样性的力量。

5.6.3.5 烹饪的乐趣

传统的柏柏尔菜肴，如塔吉娜 (tagines)、库斯库斯 (couscous) 和薄荷茶，都是使用当地的原料和传统的烹饪方法制作。旅行者可以通过参观当地市场、参加烹饪课程和品尝传统阿特拉斯山风味。芬芳香料、新鲜农产和古老食谱相结合，营造出愉悦感官的美食之旅。

5.6.3.6 精神疗养和健康

阿特拉斯山脉的宁静和令人敬畏的景观使其成为精神疗养和健康体验的理想目的地。游客可以参加瑜伽和冥想静修，被大自然的静谧所包围。山区为自我反思、恢复活力以及与自己更深的联系提供了一个氛围平和

的庇护所。从传统的汗蒸浴室到天然温泉，阿特拉斯山提供了放松、治疗和健康实践的机会，这与该地区的文化传统相一致。

综上，摩洛哥的阿特拉斯山脉为游客提供了原真文化体验，使他们沉浸在该地区的遗产、传统和自然美景中。从接触热情好客的柏柏尔人，到探索游牧民族的生活方式、传统工艺、充满活力的音乐、精致的美食和恢复活力的健康实践。无论是寻求冒险、文化熏陶，还是精神静养，阿特拉斯山脉能为每一位旅行者提供独特而难忘的山地文化体验。



图 5-42 场景感十足的露台餐厅

图源：Booking.com



图 5-43 用特色炊具烹制的传统佳肴

图源：Kam Kam Dunes 公司



第六章 全球山地旅游产业发展预测

6.1 可持续发展成为全球山地旅游产业共识

业界日益认识到，可持续发展对于确保山地旅游目的地的长期生存能力至关重要。地方政府、原住社区、项目业主等利益相关方将更加积极参与可持续发展工作并愿意为之付出合理成本；新一代客群则将更加具有环境负责意识，自觉自愿接受低生态干扰旅游活动方式乃至开展生态公益活动，并愿意支付“生态干扰恢复”等名义的额外费用。与此同时，供需两侧均认识到自然和文化是不可分割的生态共同体，从而更加关注地域文化价值，将传统生活方式等非物质文化遗产作为可持续发展的另一重要保护和利用对象。

6.1.1 可持续山地旅游的最佳实践

- 可持续山地旅游的最佳实践主要涉及几个领域：
- 环境保护和管理：实施诸如保护区管理、减少废物和回收计划、可持续交通选择、负责任的水和能源消耗等措施。
 - 社区参与和赋权：让当地社区参与旅游规划，促进文化遗产和传统，支持以社区为基础的旅游倡议，并确保利益的公平分配。
 - 负责任的游客管理：实施游客教育计划，执行可持续的做法，规范游客的能力，尽量减少旅游活动的生态和社会影响。
 - 协作和伙伴关系：鼓励利益相关者之间的合作，包括政府、当地社区、非政府组织和旅游经营者，以促进可持续发展，共享资源，应对共同挑战。
 - 监测和评估：实施监测系统，以评估旅游业对环境、经济和社会的影响，并利用这些结果来改善可持续发展的做法，做出明智的决定。

通过环境保护、社区参与、负责任的游客管理、协作和监测的结合，可持续的山地旅游是可以实现的。

通过实施这些战略，旅游目的地可以平衡经济增长和环境保护，提高社区福利，并保护山区独特的自然和文化遗产。以下介绍若干具有全球代表性的山地旅游可持续发展案例。

6.1.2 挪威盖洛的可持续冬季旅游^{77、78、79}

位于挪威中部的盖洛（Geilo）是一个受欢迎的冬季旅游目的地，提供一系列的冬季运动项目和令人惊叹的自然景观。本案例分析探讨了在盖洛实施的可持续旅游实践，重点是环境管理、社区参与、采用可再生能源和游客教育。

A、环境管理

a) 可持续的雪道管理：盖洛滑雪场遵循可持续的雪道管理方法，包括优化造雪系统以减少水和能源消耗，控制水土流失，以及重新造林项目。这些努力最大限度地减少了对周围山区生态系统的生态影响。

b) 废物管理：该地区通过回收计划和减少废物行动将废物管理放在首位。具体措施如有策略的选址放置回收站和垃圾分类设施，以鼓励游客和当地人负责任地处理垃圾，将游客产生的需外运废物量降到最低。

c) 生物多样性保护：盖洛通过野生动物保护措施和栖息地恢复项目支持生物多样性保护，采取重新造林措施，种植本地树种，并规划限定使用的小径，确保对野生动物及其栖息地的干扰最小。

d) 商户认证机制：包括大型酒店在内的所有在当地开展会议 / 团建业务的公司都需要通过认证，以确保能够提供经环保认证的负责任体验，并令相应游客团队的生态足迹全程可追溯。

B、社区参与

a) 当地企业合作：盖洛鼓励通过伙伴关系和联合可持续发展倡议，积极促进当地企业、旅游经营者和居

77 <https://www.geilo.com/en/sustainable-destination>, Geilo as a Sustainable Travel Destination

78 <https://www.visitnorway.com/places-to-go/eastern-norway/geilo/>, WINTER IN GEILO: A true winter wonderland

79 Strategic Success in Winter Sports Destinations: A Sustainable Value Creation Perspective, Tourism Management 22(5):445-461



图 6-1 (左) 盖洛获得“生态灯塔认证”
图源: Eco-Lighthouse 基金会

民之间的合作,以落实可持续发展的日常操作,并确保旅游业的利益在社区内得到分享。

b) **文化保护:** 盖洛积极保护其文化遗产,通过萨米文化展览、民俗音乐表演、一年一度的萨米周等活动为游客提供参与当地传统活动和体验挪威非遗习俗、手工艺、表演艺术的机会。

c) **当地产品和服务:** 目的地政府支持在旅游部门使用并推广当地产品和服务,鼓励游客支持当地企业和工匠,在当地采购食品和传统工艺品。这种做法加强了当地经济活力,并鼓励保护传统工艺。

C、采用可再生能源

a) **高能效基础设施:** 盖洛的住宿供应商和设施已经实施了节能措施,如节能照明和加热系统、高效能隔

热建筑材料、空调余热再利用系统等。这减少了能源消耗,最大限度地减少了对环境的影响。

b) **可再生能源:** 挪威大量投资并广泛使用风力和水力发电,盖洛鼓励使用这些可再生能源,以减少旅游业碳足迹,有助于实现碳中和目标。

D、游客教育

a) **可持续发展信息:** 盖洛通过小册子、标牌和数字在线平台向游客提供可持续发展信息,强调目的地的可持续发展做法,提高游客对可持续发展做法的认识,促进负责任的旅游行为。

b) **户外道德和安全:** 盖洛提倡户外道德,包括无痕原则、负责任的滑雪和安全准则。对游客进行适当的行为教育,以尽量减少对环境的影响,并确保他们自己的安全。

c) **自然解说:** 导游和讲解中心提供有关该地区独特的自然环境、野生动物和保护工作的教育项目。这些举措促进人们对盖洛的自然遗产更加欣赏和更加愿意为其保护做出实际行动。

综上,盖洛通过可持续发展冬季旅游取得显著成效,工作举措涉及环境管理、社区参与、可再生能源的采用和游客教育等方面。盖洛努力保护其自然环境,让当地社区参与进来,减少碳足迹,并确保游客的负责任行为。这些努力有助盖洛冬季旅游的长期可持续发展,为子孙后代保留自然美景和原真文化。



图 6-2 萨米文化为游客带来无穷乐趣
图源: Fjord Travel Norway 公司



图 6-3 图源: Facebook.com



图 6-4 盖洛的非雪季活动更加丰富且充分利用雪场空间

图源: reintzmap.com

6.1.3 秘鲁圣谷世界文化遗产地的可持续山地旅游发展^{80、81、82}

圣谷位于秘鲁安第斯地区。本案例分析研究圣谷实施的可持续发展举措，重点是社区赋权、文化保护、生态友好实践和负责任的旅游管理。

A、社区赋权

a) 基于社区的旅游：圣谷成功实施了基于社区的旅游模式，使当地社区能够全面深入参与旅游经济活动，增强了社区经济实力，为当地居民提供了保护传统生计的可能性，从而鼓励其自觉自愿保护文化遗产。

b) 能力建设：为当地居民提供培训项目和研讨会，提高其接待、语言能力和导游服务等技能。这种能力建设使社区成员能够积极有效的参与到旅游业中。联合国世界旅游组织（UNWTO）进行的一项研究发现，圣谷的社区旅游为减少贫困、改善基础设施和提高社区福利做出贡献。

B、文化保护

a) 遗产保护：圣谷是马丘比丘、皮萨克和奥兰泰坦布等几个联合国教科文组织世界文化遗产所在地。该地区积极保护考古遗址、历史建筑和传统农耕的完整性和真实性，并通过控制进入和公益解说促进其可持续利用。由此，在保护文化遗产的同时，更多吸引负责任的游客。

b) 原住民参与：圣谷与原住民社区（如克丘亚人）合作，彰显他们的祖传知识并促进文化交流。游客有机会了解传统习俗、仪式和手工艺，培养对土著文化的尊重和欣赏。为振兴原住民使用的克丘亚语，当地组织提供语言课程和文化项目，以促进对克丘亚文化的保护与体验。

C、生态友好的做法

a) 可持续农业：圣谷以其历史悠久的农业实践而闻名，包括藜麦和玉米等传统作物的种植。该地区提倡有机耕作法、传统农业技术和保护本地作物品种，使用传统的灌溉系统则有助于可持续农业和保护本地植物品种。这种方法确保了对农业生物多样性的保护，并支

80 <https://whc.unesco.org/en/list/274/>, Historic Sanctuary of Machu Picchu

81 Tourism and Culture Partnership in Peru: Models for Collaboration between Tourism, Culture and Community, Copyright © 2016, World Tourism Organization (UNWTO)

82 A possibility of sustainable tourism development in Llaquepata community, Cusco, Peru, Jiří Schneider, Tereza Macháčková, Conference: Public recreation and landscape protection – with nature hand in handAt: Křtiny



图 6-5 圣谷呈现出自然和文化的深刻交融
图源：SHUTTERSTOCK.COM

持当地的食品生产。

b) 自然资源管理：通过高效的灌溉系统、水循环和宣传活动，努力保护水资源。可持续的废物管理做法，包括回收和堆肥，也受到鼓励。这里还广泛采用节能举措，如在偏远社区使用太阳能电池板发电。这些举措减少了对化石燃料的依赖，最大限度地减少了该地区的碳足迹。

D、负责任的旅游管理

圣谷实施负责任的旅游管理战略以降低干扰并提升体验。主要举措包括：

a) 游客教育：解说中心、导游和指示牌为游客提供关于圣谷的文化和环境意义的信息。教育项目提倡负责任的行为，尊重当地习俗，以及保护该地区自然资源的重要性。

b) 承载能力管理：限定使用的小径、定时进出许可证和游客配额，以及引入电动巴士和火车等生态友好



图 6-6 极简风格的 Storestølen 酒店提供环境保护和雪崩救援相关培训
图源：GEILO 官方网站



图 6-7 村中的摊位都是良好的生计

图源: Andean Great Treks 公司



图 6-8 造访原住民社区学习传统烹饪

图源: SATO 公司



图 6-9 独特的环状梯田灌溉系统

图源: SALKANTAY TREKKING 公司



图 6-10 图源: travelabout.com

型交通方式。这些措施有助于减少碳排放和碳足迹，保护脆弱的生态系统和考古遗址。圣谷还是印加圣谷历史保护区和萨尔坎塔伊山脉等几个自然保护区的所在地，其为本地动植物提供重要栖息地，可持续维系孕育本地灿烂文化的生态家园。

c) 合作与利益相关者的参与：圣谷通过业者、政府和社区之间的对话平台和参与式决策过程确保旅游业发展与当地社区愿景相一致。

综上，圣谷是发展中国家的世界文化遗产地开展可持续山地旅游探索的一个值得关注的成功实例，它强调社区赋权、文化保护、生态友好实践和负责任的旅游管理。通过实施这些举措，圣谷得以保护其独特的文化遗产和自然环境，并确保当地社区公平地分享旅游收益。

6.2 山地运动旅游发展进入全新维度

新一代客群普遍受教育程度和可支配收入水平更高，这有利于培养专项爱好并为其深度体验支付更多费用。山地凭借丰富的地形地貌及其孕育的生物和文化多样性，非常适合开展专项深度体验，山地运动则是其主要活动方式。运动和自然爱好者总在寻求更加新鲜和刺激的山地运动体验，希望将体验拓展至时空、感官的全新维度；与此同时，山地运动旅游供给侧也希望通过产品迭代和体验创新，扩大客群吸引范围和提升重游率及人次均停留时间与消费水平。

6.2.1 山地运动旅游的发展趋势

6.2.1.1 科技赋能山地运动体验和管理升级

A、智能可穿戴设备和追踪设备

智能可穿戴设备和追踪设备的整合为冒险者提供了关于其表现、心率、海拔等方面的数据。随着智能手表、GPS 设备和健身追踪器越来越先进，游客可以监测他们的进展，设定目标，并以新的方式挑战自己。

B、虚拟现实和增强现实的体验

虚拟现实 (VR) 和增强现实 (AR) 正在改变山地运动体验方式。通过 VR 头盔，用户可以沉浸在模拟的山地环境中，体验到刺激和兴奋。另一方面，AR 技术将数字元素叠加在现实世界中，加强对山区地形的探

索，并提供互动信息。

C、用于山地探索计划的移动应用程序

移动应用程序可以提供关于路径、天气状况、安全指南和导航工具的信息，还具备轨迹跟踪、社交媒体分享以及线上 - 线下圈子互动等功能。探险旅游技术增强了整体体验，将更好地保障探索山区的游客的安全性、便利性和可及性。

D、无人机摄影和摄像

无人机技术为捕捉令人惊叹的山地景观提供了全新可能性。旅游企业正在利用无人机进行摄影和摄像，创造令人惊叹的山地美景视觉效果。这些视觉效果不仅吸引了游客，还促进了环境意识和对这些脆弱的生态系统的欣赏。

6.2.1.2 更具挑战性和沉浸感的体验场景和方式

A、非传统路线探险

非主流的探险活动越来越受到经验丰富的登山者和户外爱好者的追捧。这些隐藏的宝藏提供了未被开发的自然景观，独特的文化体验和发现的感觉。偏远山区正在投资基础设施，宣传他们独特的产品，以吸引寻求真实体验的冒险游客。



图 6-11 结合无人机、混合现实头盔和卫星定位系统的智能追踪系统

图源：securitycamsblog.com



图 6-12 翼装飞行
图源：NYTimes 纽约时报



图 6-13 攀冰能够提供更强烈的感官刺激
图源：Decathlon 迪卡侬公司



图 6-14 瑞士洛伊科巴德的山地疗养集群兼具历史与科技
图源：Waldhaus 酒店

B、活动的多样化

传统的山地运动，如徒步旅行、攀岩和滑雪，正在被多样化的活动所补充。山地自行车、滑翔伞、峡谷漂流和滑索等活动越来越受欢迎，为游客提供了刺激的选择，扩大了山区的体验范围。

6.2.1.3 更多与身心回复活动相互关联和融合

A、养生疗养院和水疗中心

依偎在山区的健康疗养院和水疗中心正在吸引着寻求放松和恢复活力的人。这些疗养院提供了户外活动、瑜伽课程、冥想练习和健康治疗的融合，为身体和精神的健康提供了一个全面的方法。

B、正念和自然疗法

宁静和美丽的山地景观是正念（Mindfulness）和自然疗法的完美背景。游客可以参加有指导的冥想、森林浴和正念徒步旅行，让他们从繁忙的生活中脱离出来，与大自然重新联系。

综上，山地运动旅游正处迭代期，其动力来自于技术进步、对可持续性的关注、新目的地的出现以及健康体验的整合，其未来在于提供生态友好和富于创意的体验。以下，介绍若干山地运动旅游发展的代表性案例。

6.2.2 中国四川省阿坝州四姑娘山户外运动产业集群 83、84、85

四姑娘山是位于中国四川省的一座雄伟山脉。该地区以其令人惊叹的美景和多样化的生态系统而闻名。近年来，四姑娘山的山地运动产业发展势头强劲，成为中国最具话题度和国际化发展潜力的户外运动目的地之一。

6.2.2.1 四姑娘山的核心吸引力

a) 自然风光和风景名胜

四姑娘山拥有白雪皑皑的山峰、郁郁葱葱的高山草甸、清澈的湖泊和层层叠叠的瀑布构成的完美背景，这里的崎岖地形、生物多样性和原始荒野的独特组合吸引了来自世界各地的自然爱好者和运动探险爱好者。

b) 文化遗产和民族社区

四姑娘山拥有丰富的文化遗产，是羌族和藏族等几个少数民族的家园。民族社区与这片土地有着深厚的联系，保留独特的传统和习俗。来到该地区的游客有机会沉浸在当地文化中，深入了解原住民社区的传统、建筑和生活方式。

6.2.2.2 政府支持是推动当地户外运动产业发展的关键因素

在地方政府的主导和引领下，四姑娘山设立了中国第一个山地户外官方管理机构，制定了中国第一个山

地户外管理体系，编制了中国第一个山地户外系统开发规划，成立了中国首支高山应急救援队和第一个山地户外运动学校，这些成为支撑户外运动产业高质量发展的坚实基础。

a) 高度重视标准化建设工作

四姑娘山户外运动协会负责户外运动产业的行业规范、服务标准、风险管理、产品开发等，组织从业人员开展高海拔攀登、山地救援技能及职业素养等培训，促进户外产业健康、规范发展、抱团共赢。目前已制定《四姑娘山山地户外运动旅游服务管理标准化体系》《四姑娘山高山向导管理规定》等5类制度机制。

b) 大力培育专业化人才队伍

成立四姑娘山户外运动学校，专注于户外专项培训、教育和研究；与西藏登山学校开展合作，四姑娘山被确定为国内唯一珠峰模拟攀登训练基地；该校还成为中国大学生户外运动教育培训基地。

建立四姑娘山户外旅游培训体系，定期对景区高山协作进行专业化培训，严格实施考核认证和持证准入制，联合四川省登山协会对技能考核合格者颁发高山协作上岗证310人次，目前已有持证高山向导210名。

c) 持续提升公共服务和管理能力

在地方政府和景区管理委员会的共同努力下，出版发行《四姑娘山户外百科手册》等户外活动指导书籍；

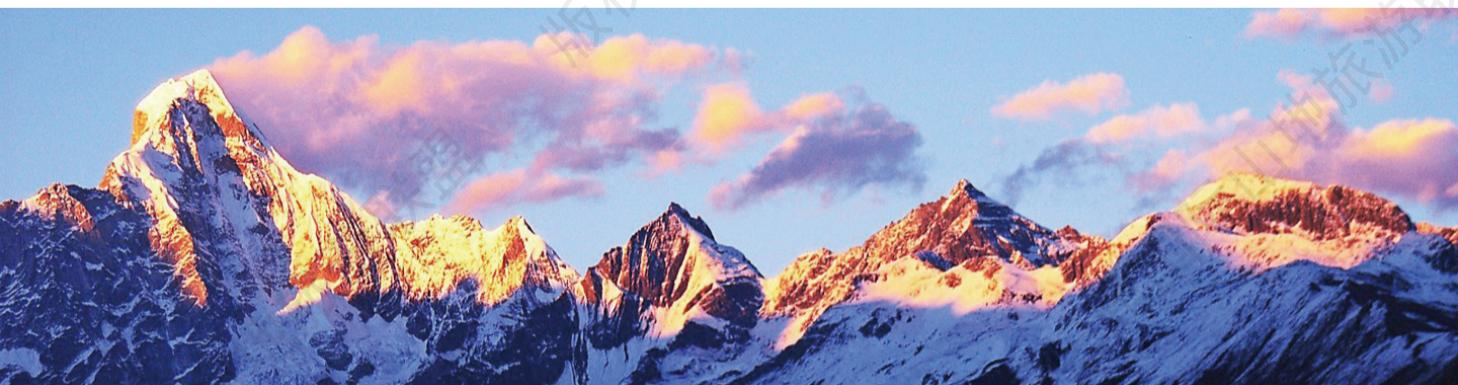


图 6-15 四姑娘山拥有世界级的雪山景观

图源：runchinamarathon.com

83 体育旅游视角下国家公园与户外运动项目的发展研究——以四姑娘山双桥沟为例，王青友、翟亮、沈宏宇、周游、李春燕，《当代体育科技》2020年（第10卷）第27期

84 http://www.ctnews.com.cn/paper/content/202109/23/content_59706.html，《四姑娘山打造国内首个企业态山地户外型世界旅游目的地，探索高原地区创新驱动生态示范高质量发展》

85 <https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20067608/n20067635/c24922410/content.html>，《自然资源赋能，户外运动喜迎春风》



图 6-16 “环四姑娘山超级越野跑”提供 4 个参赛等级
图源：《ULTRA RUNNING》杂志

建设完成四姑娘山户外博物馆，填补了中国户外运动博物馆的空白，启用线上四姑娘山户外管理系统，以特种旅游大数据全覆盖模式，实现“闭环式”无缝管理和精准营销。

6.2.2.3 四姑娘山开展的全季候户外运动活动

a) 远足和徒步旅行

四姑娘山提供了适合各种经验水平的大量徒步旅行路线。从穿过高山草甸的温和自然漫步到通往偏远山峰的具有挑战性的多日徒步旅行。受欢迎的徒步旅行路线包括昌平谷、海子谷和巴朗山，每条路线都有独特的风景和自然奇观。

b) 攀岩和登山

该地区以其花岗岩墙壁、高耸的悬崖和具有挑战性的岩层而闻名，使其成为攀岩和登山爱好者的天堂。无论是攀登瑶池峰（幺妹峰）的标志性山峰，还是攻克谷壁上的技术路线，攀岩者都可以在迷人的高山环境中测试自己的技能，挑战自己的极限。在冬季，这里的攀冰活动则吸引全球挑战者们来访。

c) 滑翔伞和悬挂式滑翔机

四姑娘山广阔的空域和热气流为滑翔伞和悬挂式滑翔提供了良好条件。探险者可以在山峰之上翱翔，享受周围风景的全景。初学者可以选择伴飞，在经验丰富的飞行员的指导下体验飞行的快感，并获得欣赏自然美景的独特视角。

d) 滑雪和单板滑雪

在冬季，四姑娘山提供多样化的滑雪场，拥有标准雪道、优质粉雪和现代化设施。无论入门学习的初学者，还是寻求挑战的高级滑雪者，都能各得其所。

e) 与全球户外运动组织和机构开展广泛合作

截至目前，与四姑娘山有紧密合作的国内外户外组织和机构超过 1000 家，年接待专业户外运动人员超



图 6-17 图源：8264.com



图 6-18 四姑娘山户外运动学校开展现场教学培训
图源：网易

过 20000 人次，服务对象覆盖 67 个国家和地区的专业户外人员。这里连续举办 6 届国际登山节、12 届国际攀冰节、6 届超级越野跑，其中“环四姑娘山超级越野跑”已纳入 UTWT 超级越野跑世界巡回赛，被评为中国最具影响力越野赛事和全球最酷十大马拉松赛事。

6.2.2.4 通过社区参与实现最优综合效益

a) 将户外运动旅游作为脱贫致富的重要途径

四姑娘山景区所在的四姑娘山镇辖区共有三个村，村民总数约 4000 人，目前几乎所有具备劳动能力的村民均以不同方式在参与户外运动接待服务，创业就业总规模 1500 人以上。户外运动产业每年可为当地带来 5000 余万元的经济效益，有力助推当地群众脱贫致富。

如一家当地的户外运动服务公司，16 名员工都是



图 6-19 赏雪莲专项体验

图源：马蜂窝



图 6-20 担任向导

图源：马蜂窝



图 6-21 藏族原住民可以经营民宿

图源：360tres.com

考取户外向导协作证的当地村民，其中 6 人曾是贫困户。在新冠疫情最严重的 2020 年，该公司仍接待户外运动游客 5000 多人，年产值 500 多万元人民币，利润 50 多万元人民币，为员工提供生计保障。

据四姑娘山户外运动核心区所在的长坪村社区负责人介绍，长坪村共有 317 户 976 人，现在从事户外运动技术工种的有 450 多人，整个村参与户外旅游的有 107 户，去年全村总收入达 2200 多万元，户均收入 7 万多元。

b) 引导社区居民主动投身环境保护和可持续发展

相比于传统上的观光游，山地户外运动旅游促进当地群众收入增加了 8 到 10 倍。这种生态损耗小、增收效应大的旅游产业新模式，从根本上激发当地农村社区居民的生态保护“主动意识”。

长期存在的过度放牧问题得到有效缓解，森林、草原、湿地逐渐回归原始状态；无论是村民还是游客，都自觉自愿的不带一次性用品上山，乱扔垃圾和随意采摘现象日益好转；在主管部门设置的野外监控探头里，国家一级保护动物大熊猫、雪豹等旗舰物种的身影不断增多。

一位村民表示，在过去，上山采药是一项重要收入，村民集体上山采摘，卖给游客；现在，把“赏雪莲”开发成一个户外运动 + 自然研学项目，持证上岗的村民组织游客翻山越岭去寻找和观赏雪莲，并进行动植物知识讲解，村民所获得的收益远高于采摘销售。由此，村民再不采雪莲来卖了，而是主动制止盗采。

综上，四姑娘山户外运动产业的发展，为游客打开了一个世界级山地探索乐园。凭借其迷人的自然风光、丰富的文化遗产和广泛的运动形式，该地区为户外运动爱好者提供了独特而令人振奋的体验。政府的全方位、实质性支持为该行业在当地的发展铺平了道路，并推动当地农村社区实现综合提升。

6.3 山地康养旅游迎来转型升级关键机遇期

近年来，特别是在新冠疫情的影响和推动下，越来越多的人在自然环境中寻求独特和恢复活力的体验。山区以其原始的风景和宁静的环境，成为寻求改善身心健康的人们所追求的目的地。山地康养旅游面对这一转型升级的关键机遇期，探索未来趋势至关重要，这将塑造这个行业并确保其可持续发展。

6.3.1 山地康养旅游的发展趋势

6.3.1.1 可持续做法和生态友好举措

随着游客日益意识到旅游业对环境的影响，对该行业可持续做法的要求越来越高。在未来，山地康养旅游将非常强调生态友好举措。这包括使用可再生能源，负责任的废物管理，以及保护自然资源。游客将积极寻找并优先考虑可持续发展的疗养院和度假村，在开展健康体验的同时，最大限度减少碳足迹。

6.3.1.2 高科技和定制化相整合

技术的进步正在重塑康养体验。可穿戴设备和健康监测工具将更加普遍，使游客能够实时跟踪自身生理数据，高效获得定制化建议，并互动参与健康计划的制

定。这种技术整合将使游客获得“因人施策”的康养体验。

6.3.1.3 整体疗法和身心与精神联系

康养旅游正在超越传统上对生理健康的侧重。在未来，山地旅游目的地将采用认可并注重心灵、身体和精神之间相互联系的整体疗法。疗养院 / 疗养中心将提供包括瑜伽、冥想、正念练习和替代疗法在内的广泛活动。这些身临其境的体验将促进自我反省，减少压力，并促进人与自然环境建立更深的联系。

6.3.1.4 开展融入自然的动养体验

在未来，运动和健康将深度融合。除了徒步旅行、山地自行车、攀岩和其他高强度户外运动，还可以在大自然中进行瑜伽课程，在山峰上进行有指导的冥想，或在环幕般的群山美景中进行水疗。这种融合体验将吸引并塑造越来越多的山地动养爱好者。

6.3.1.5 引入文化沉浸体验和地域传统疗法

山区通常有丰富多彩的地域文化遗产和活态传承的传统康养疗法。在未来，康养游客将寻求真实的文化沉浸式体验，其中包括当地的乡土疗法和生活智慧。



图 6-22 与自然相融的传统康养文化场景

图源：World Luxury SPA AWARDS



图 6-23 图源：《Living》杂志

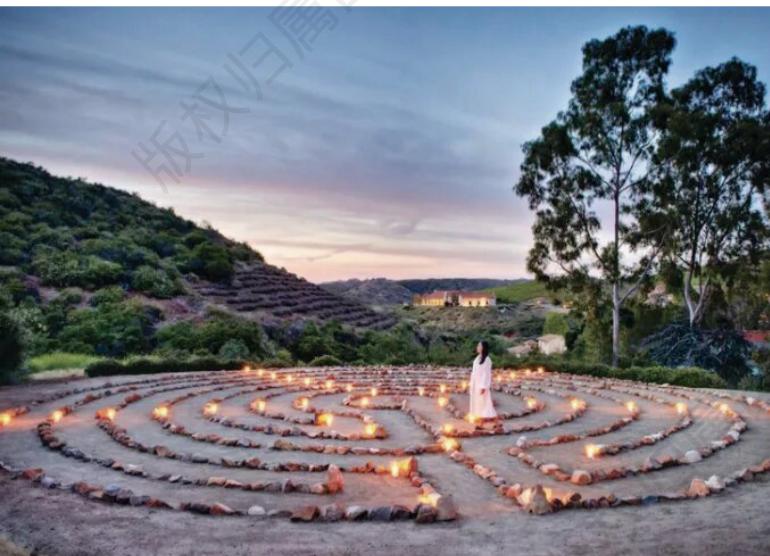


图 6-24 山地环境非常适合开展数字排毒和不插电疗养
图源：Destination Deluxe 国际康养与旅行平台

从传统理疗到草药疗法，再到慰藉和引导精神的古老仪式，游客将有机会向当地的治疗师学习，并获得对千百年来传统文化的深入了解。这些接触不仅会促进个人健康，也会支持文化遗产的保护和当地社区的收益。

6.3.1.6 针对特定健康状况的专项康养产品

山区提供有益于特殊健康状况人群的独特环境，清洁空气、高海拔和天然温泉具有治疗作用，可以帮助治疗呼吸系统问题、与压力有关的疾病和某些慢性疾病。在未来，可以通过提供专门的项目和设施来满

足这些康养旅游利基市场的需求。医务人员和专家将在游客的山地康养旅程中提供指导和支持。

6.3.1.7 应运而生的数字排毒和非医药干预式疗养 (不插电疗养)

随着人们对数字成瘾及其对心理健康影响的认识不断提高，越来越多的山地疗养院鼓励客人与数字技术断开联系，接受数字排毒和不插电疗养。依托与常住地差异显著的原生态山地场景，这些疗养院提供正念活动、艺术研讨会和自我沉思等体验机会，帮助客人暂别屏幕的干扰，重获内心宁静和情绪松弛。

可见，随着对可持续发展、科技化、个性化、整体方法、运动融合、文化沉浸和专门健康计划的关注，山地将吸引和激励寻求变革体验的康养游客，成为蓬勃发展的康养旅游领先目的地。以下是全球山地康养旅游的代表性案例。

6.3.2 瑞士格林德沃的高科技山地康养度假体系⁸⁶

格林德沃 (Grindelwald) 是一个瑞士阿尔卑斯山村庄，可尽览艾格山 (Eiger) 的壮丽景色。该目的地以其户外活动而闻名，包括徒步旅行、滑雪和登山。格林德沃的特色是养生酒店、温泉度假村和以康体为重点的户外活动。

格林德沃致力于康养产业和产品发展模式的持续创新，包括由阿尔卑斯山植物制成的天然化妆品，结合户外游览和放松疗法的健康套餐，以及当地采购的有机美食等，特别是这里对先进科技的全方位运用，在全球康养目的地发展模式探索中具有代表性。

6.3.2.1 以先进科技赋能康养产品迭代与提效

a) 高科技的健身中心

格林德沃拥有全球最先进的健身中心，全套配备了前沿运动设备和虚拟训练项目。这些高科技设施可提供个性化锻炼计划，实时性能跟踪和互动虚拟课程，确保游客以有效而互动的方式实现其健身目标。

86 <https://grindelwald.swiss/de/winter/sehen-und-erleben/wellness-baden/wellness/>, Wellness im Berner Oberland



图 6-25 格林德沃拥有标志性的瑞士山地小镇图景

图源：Civitatis 旅行平台

b) 可穿戴健康监测设备

格林德沃提倡使用智能手表、健身追踪器等可穿戴健康监测设备，使个人能够实时无缝监测其活动水平、心率、睡眠模式和整体健康指标，并在智慧技术支持下做出恰当活动选择，以改善生活习惯，实现最佳健康状态。

c) 虚拟现实冥想和正念

格林德沃是将虚拟现实（VR）技术整合到心理健康实践的先驱者。游客可以沉浸在虚拟环境中，诱发放松、减少压力和促进正念。虚拟现实冥想将人带入宁静的风景、静谧的花园或舒缓的自然环境中，实现内心平静和精神清晰。

d) 治疗性 VR 体验

除了冥想之外，格林德沃还为各种心理健康状况提供治疗性的虚拟现实体验。VR 疗法在治疗焦虑症、恐惧症、创伤后应激障碍（PTSD）和恢复身体机能方面已显示出良好的效果。通过精心设计的虚拟环境和指导下的会议，个人可以在一个受控和支持的环境中面对和克服他们的恐惧，促进愈合和个人成长。

e) 远程健康咨询

无论是寻求一般健康、营养或特定健康需求的建议，游客都可以在舒适的度假住宿环境中与具备资质的医疗专家进行远程健康咨询，确保健康之旅的连续性。这显然有助于格林德沃康养旅游行业实现更高的用户黏性和重游率。



图 6-26 治疗性 VR 体验

图源：SwissDTx 公司



图 6-27 高科技健身房

图源：Eiger Mountain & Soul Resort

f) 虚拟健康研讨会和课程

为了满足远程健康体验需求，格林德沃提供虚拟研讨会和课程。从瑜伽和健身课程到营养和正念讲习班，游客可以参加由经验丰富的导师带领的互动式在线课程。这些虚拟课程具备灵活性和便利性，令人在任何地方随时参与。

g) 与健康科技初创企业开展前瞻合作

格林德沃积极促进与健康科技初创公司的合作，为其提供创投融资、销售渠道等实质性支持，以推动健康旅游领域的创新，从而一直处于该领域进步的最前沿，为游客带来健康科技的创新体验。

h) 鼓励智能住宿设施和基础设施

格林德沃高度关注其住宿和基础设施的智能化水平，以创造个性化的无缝用户体验。从配备综合健康功能的智能房间到带有自动化系统的节能建筑，游客可以在可持续生态住宿场所尽享智能技术带来的高水平健康福祉。

6.3.2.2 优质完善的康养度假业态集群

为了吸引充足的全球客流，充分释放高科技康养产品体系的价值潜力，格林德沃有序构建规模化效益突出的康养度假业态集群。

a) 阿尔卑斯山徒步旅行和跋涉

格林德沃提供大量的远足和徒步旅行路线，从高山草甸漫步到富有挑战性的登山，满足各种水平客群的健身需求。提神醒脑的山区空气，加上瑞士阿尔卑斯山的壮美全景，为身体活动和精神恢复创造了理想的环境。

b) 阿尔卑斯山木屋的健康疗养

格林德沃集聚了众多豪华疗养院，这些疗养院以标志性的瑞士风格阿尔卑斯山木屋为主要经营场所，提供水疗、理疗、瑜伽课程和冥想课程等系列服务，为身心放松和恢复提供整体方案。

c) 阿尔卑斯山温泉和健康中心

格林德沃拥有世界级的水疗和保健中心，提供整体疗法。客人可以通过温泉浴、桑拿和蒸汽室促进放松和排毒，再通过芳香疗法、草药疗法和专门的按摩技术等实现健康福祉的整体提升。

d) 阿尔卑斯山瑜伽和冥想疗养

对于寻求内心平静和精神成长的客户，格林德沃提供阿尔卑斯主题瑜伽和冥想静修。参与者可以参加由经验丰富的教练带领的瑜伽和正念课程，在宁静的环境中冥想，并在瑞士阿尔卑斯山雄伟景观的怀抱中重塑内



图 6-28 度假物业的高度集聚实现充足的服务容量

图源: skigebiete-test.de



图 6-29 高科技 Spa 疗法中心

图源：HotelsCombined 旅行平台



图 6-30 传统蒸汽浴室

图源：瑞士少女峰地区官方旅游网站

在自我联系。

e) 阿尔卑斯山草药产品

当地的草药专家和工匠利用阿尔卑斯山草药的治疗特性制作草药茶、天然护肤品和芳香油，让游客有机会亲身体验大自然的疗效。从平静心绪的茶到愉悦人心的香膏，这些创造性现代草药产品提供独特的和恢复活力的健康体验。

f) 阿尔卑斯山的美食

该地区的许多餐馆和咖啡馆都提供原产有机菜肴。从丰盛的阿尔卑斯山特色菜到以植物为基础的素食选择，游客可以在滋养身体的同时品尝到该地区的风味。新鲜的季节性食材确保每一餐不仅美味，而且有助于整体健康。

6.3.2.3 贯彻生态、文化、社区可持续发展模式

a) 可持续发展倡议

格林德沃非常重视可持续性和负责任的旅游，已经实施各种举措以尽量减少对环境的影响，保护该地区的自然美景。从减少废物和回收计划到节能的基础设施，格林德沃努力创造可持续的旅游模式，使游客和当地社区都受益。

b) 与当地工匠的合作

格林德沃积极与当地工匠和企业家合作，推广创



图 6-31 阿尔卑斯主题瑜伽

图源：SHUTTERSTOCK.COM

意产品，支持当地经济。目的地鼓励与健康相关的创新业务发展，为创造性努力营造支持性环境。这种合作确保游客能够获得独特且高质量的产品，同时为当地社区发展作出贡献。

综上，瑞士格林德沃基于先进科技和可持续发展理念，提供了丰富且富有创造性的康养旅游产品和发展模式。从沉浸式的自然体验到豪华的健康疗养，游客可以在瑞士阿尔卑斯山的壮丽景色中恢复身心活力。随着对整体健康和可持续发展的关注，格林德沃将成为寻求变革的山地健康之旅的领先目的地。

6.4 沉浸式文化体验得到更加广泛认可和实践

山地旅游提供了参与传统性和创造性文化体验的独特机会，这些文化体验让游客获取与艺术、传统和文化创意表达的丰富接触，其对游客的精神震撼与素质提升效果，是单纯观览自然美景所不可替代的。

新一代客群对于山地文化体验的理解和诉求早已突破对物质和非物质文化遗产的实物观览和成果感触。一方面，游客期待更加活态化、细节化、趣味化，令人乐于沉浸其中的地域文化体验，取代更加严肃、侧重宏观叙事的文物展示和事件解说，另一方面，游客期待运用先进科技，对文化素材进行创造性演绎和解

构，形成超现实、超感官的全新体验，给人身临其境的惊喜感受。

6.4.1 山地旅游中沉浸式文化体验的发展趋势

6.4.1.1 重新界定沉浸式文化体验范畴

a) 互动式数字体验

利用增强现实（AR）、虚拟现实（VR）等互动数字技术来增强文化沉浸感，使过去成为“现实”。游客可以走进虚拟重建的古村落，与虚拟历史人物互动，并参加虚拟导游，从而对当地文化遗产建立更加鲜活的认知。

b) 文化探索的游戏化

为了更具实效性的吸引和教育游客，移动应用程序和互动游戏被开发出来，让游客通过展开寻宝之旅，解决难题，完成挑战的方式开展文化探索。这些游戏化体验不仅是娱乐，而且通过沉浸式互动方式促进与当地文化更深层次的联系。

6.4.1.2 可持续的文化实践

a) 生态友好主题文化活动

山地旅游目的地日益注重组织彰显地域传统环保思想的生态友好主题文化活动。这些活动推广环保意识，如减少废物、回收倡议，以及使用可再生能源，鼓励通过拥抱可持续发展的文化实践，促进环境保护，减少生态足迹。

b) 以社区为基础的旅游

游客直接与当地居民接触，学习烹饪、手工等传统技艺，参与农耕活动，以获取真实的文化体验。这种旅游形式不仅丰富了游客体验，更为当地社区带来经济效益，促进文化遗产保护和可持续发展。



图 6-32 智能识别山峰的 AR 应用程序

图源：PeakFinder 公司



图 6-33 中国投放 5G 基站作为山地旅游基础设施

图源：人民网

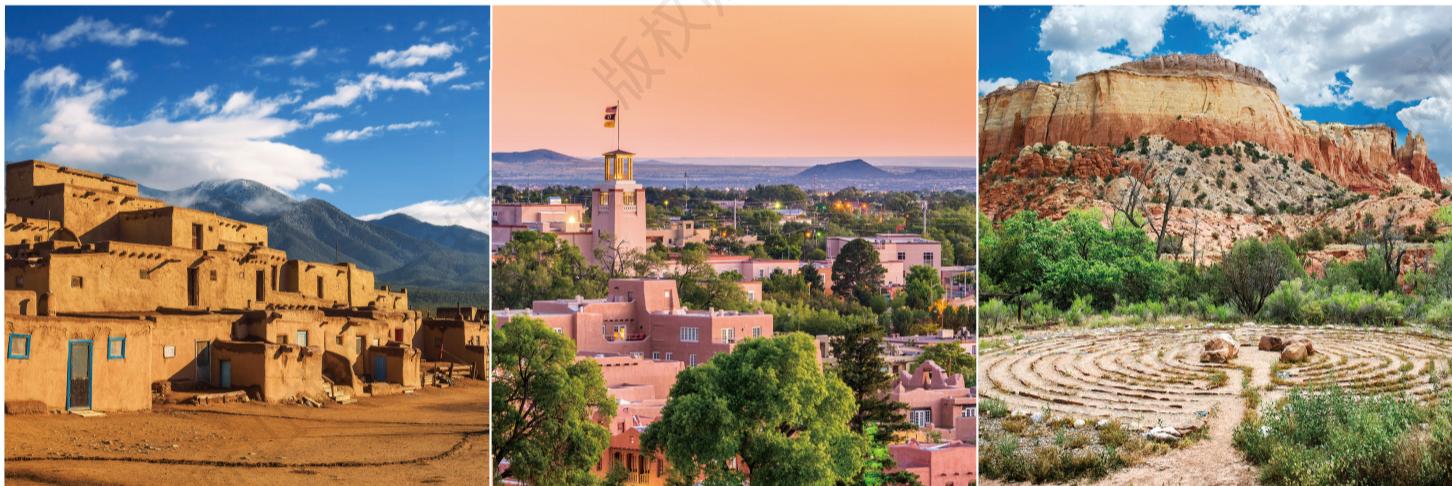


图 6-34 圣达菲非常重视在建筑和景观中表达地域文化元素
图源：Eventbrite.com

6.4.1.3 传统与现代艺术的融合

a) 自然环境中的艺术装置

山地目的地正在成为传统和当代艺术融合的平台。在自然环境中放置艺术装置和营造大地艺术，模糊自然和艺术之间的界限，使游客感受艺术表达和山地自然的和谐融合，以激发好奇心，引导沉思，获取独特的文化体验。

b) 合作艺术项目

涉及当地社区、艺术家和游客的合作艺术项目正在兴起，成为在山地旅游中创造有意义的文化体验的一种方式。这些项目鼓励创造性的交流，游客成为地域艺术的共同创造者，为文化的活力做出贡献，促进跨文化的理解。

总之，沉浸式山地文化体验正在拥抱文化创意和科技创新。从互动的数字体验和文化探索的游戏化，到可持续的文化实践和传统与当代艺术的融合，运营者可以对文化资源进行更加多元化、更具创造性的产品转化、增值和迭代，游客可以沉浸在“不只是真实”的文化场景中，并共同为保护和发展山地文化遗产做出贡献。以下是若干山地旅游中开展沉浸式文化体验的代表性案例。



图 6-35 美国内华达州乌戈·隆迪诺内 (Ugo Rondinone) 的《七魔山》大地艺术作品
图源：《Galerie》杂志

6.4.2 美国新墨西哥州圣达菲基于地域传统文化的山地文创产业集群^{87、88、89}

美国新墨西哥州的圣达菲 (Santa Fe) 坐落在落基山脉南部，是一个充满文化内涵和活力的山地旅游目的地。凭借其独特的美洲原住民文化遗产、西班牙裔和盎格鲁人的文化影响，圣达菲已成为艺术家、手工艺者和寻求灵感的创意人士高度集聚的文创产业集群，也是全美热门的山地文化体验目的地。

6.4.2.1 圣达菲印第安人艺术集市

著名的圣达菲印第安人集市是世界上最大和最负盛名的原住民艺术集市。每年八月，历史悠久的圣达菲市中心广场会变成充满活力的市场，展示各种各样的传统和当代美国原住民艺术，包括珠宝、陶器、纺

87 Early Tourism in New Mexico: A Primitivist Pastime or a Tool of Integration?, The Cultures and Politics of Leisure, 05/2017

88 Perception of Authenticity of Tourist Art among Native American Artists in Santa Fe, New Mexico, International Journal of Tourism Research 10(5):453 - 466

89 <https://www.santafe.org/>，美国圣达菲市旅游官方网站



图 6-36 峡谷之路沿线的艺术画廊

图源: ontheluce.com



图 6-37 国际民间艺术市集

图源: 《New Mexico》杂志



图 6-38 圣达菲歌剧院的地域文化主题大厅与永不落幕的“宽银幕山景”

图源: Santa Fe Opera 圣达菲歌剧院

织品、绘画和雕塑。游客可以与艺术家们接触，了解他们的文化传统，并亲眼目睹他们的创作过程。这是对美国本土艺术的彰显，也是对本土文化创新力和复原力的证明。

6.4.2.2 峡谷之路艺术画廊

峡谷之路是一条风景如画的公路，两旁有 100 多个艺术画廊、工作室和精品店。其展示和销售的作品包括绘画、雕塑、摄影和混合媒体等，创作灵感和素材大多来自圣达菲的自然美景和地域文化。游客可以领略不同风格和理念的艺术家的作品，并与艺术家本人进行有意义的对话。峡谷之路不仅是成熟艺术家的中心，也是新兴人才的孕育地，更是体验全球前沿艺术的令人兴奋的目的地。

6.4.2.3 国际民间艺术市集

这个一年一度的活动汇集来自世界各地的工匠大师，他们展示各自的传统工艺品、纺织品、珠宝和其他手工制品。游客与来自秘鲁、印度、墨西哥和乌兹别克斯坦等国的工匠交流，了解他们的文化遗产和艺术技巧。国际民间艺术市集促进全球文化交流，彰显文化多样性和创造力，并支持匠人生计，这令其成为寻求创新和真实文化体验的人们必去的目的地。

6.4.2.4 “喵狼”艺术团

“喵狼”是一个立足于圣达菲的艺术团体，其打造的“永恒回归之家”沉浸式在美洲土著、西班牙裔、盎格鲁人等构成的地域文化体系的基础上，引入当代互动戏剧理念和数字媒体技术，创造一系列独一无二的互动艺术装置，例如游客可以走进一座神秘的维多利亚时代风格房间，探索各具奇幻感官体验的多维空间。“喵狼”突破传统艺术形式的界限，邀请游客成为创造艺术叙述的积极参与者。这种身临其境的艺术体验展示了圣达菲促进艺术创新的成果。

6.4.2.5 圣达菲歌剧院

圣达菲歌剧院将现场表演的魔力与落基山脉的迷人背景相结合，因其世界级的制作和对经典和当代歌剧的创新诠释而获得国际赞誉。其凭借创造性的舞台设计和对歌剧艺术形式演变的展示吸引观众。在这个独特场所观看歌剧，可以感受到圣达菲致力于促进艺术的卓越性，并将艺术的边界推向更广领域。

综上，山地旅游目的地应致力于提供创造性和创新性文化体验的参与机会。圣达菲的山地文化体验突破传统形式束缚，凭借创造力的蓬勃发展，实现充满活力的艺术场景，丰富多彩的文化遗产体验，并极大拓展了

地域艺术边界。

6.4.3 风靡全球的美食和烹饪旅行

山地不仅拥有令人叹为观止的风景，还具备依海拔垂直分布，其他地形区域无可匹敌的生物多样性资源，这意味着更加丰富多元且地域特色突出的食材构成，从而孕育出全球风格各异的山地烹饪文化遗产。

由此，食物成为发现这些迷人的山地目的地的独特风味、地域典故和传统民俗的重要“门户”，美食和烹饪旅行成为探索山地文化、自然和美食的集大成之体验方式，为游客带来深度沉浸且令人愉悦的文化体验。当前全球美食和烹饪旅行的主流形式包括以下几种。

6.4.3.1 从农场到餐桌的体验

“从农场到餐桌”是山地烹饪旅行中最令人向往的体验。游客可以参观当地农场，参与收获活动，并学习可持续的农业实践。从在山脚下采摘成熟的浆果到从高山草甸上采集草药，种植者和生产者与自然和谐共处，这些亲身体验让人深入了解当地的食物生态系统和保护环境的重要性。

在印度尼西亚巴厘岛的乌布，游客可以住在位于有机农场的生态友好型住宿场所，并参与种植、照料和收获农作物等活动。这些农场强调可持续的耕作方法，使用天然肥料和传统耕作方法。游客可以参加农场参

观，探索生态文化花园，并学习巴厘岛的传统草药和香料使用方法。收获的农产品当场被转化为美味的食物，让游客在支持可持续农业的同时品尝到该地区的风味，并激发游客对巴厘岛高品质农产的价值认可，在返回常住地后进行持续性消费。

6.4.3.2 传统山区美食

山区的气候、地理和文化遗产通常会孕育出独特的烹饪传统。传统菜肴反映了山地社区充分利用原产食材的智慧。从丰盛的炖菜到手工制作的奶酪和腌制的肉类，这些菜肴表达出风味和与大地的联系。喜爱烹饪的游客可以通过参观当地餐馆，品尝特色菜肴，乃至参加烹饪课程，了解地域食谱背后的秘密。

A、奶酪主题旅游

瑞士的奶酪主题旅游已经成为这个多山国家的标志性文化旅游品牌。世界各地的奶酪爱好者都前来感受其丰富的乳制品文化遗产。

如格鲁耶尔（Gruyère）以其同名奶酪——格鲁耶尔 AOP 而闻名。该地区连绵起伏的绿色山丘，点缀着放牧的奶牛，为奶酪主题的探险提供了完美的背景。游客在此可以一路访问迷人的村庄、郁郁葱葱的牧场和传统的奶酪乳品店。格鲁耶尔庄园奶酪厂和格鲁耶尔 AOP 游客中心是重要体验场所，游客可以通过互动展品和导游了解格鲁耶尔奶酪的历史并现场品尝不同年份的奶酪。



图 6-39 图源：Artisanvii 公司



图 6-40 乌布的山地农耕和饮食体系具有典型地域特征

图源：Honeycombers 公司



图 6-41 采集野生折耳根

图源: laitimes.com



图 6-42 菌子是中国西南山地的特色旅游体验

图源: MICHELIN GUIDE 米其林指南官方网站

再如阿彭策勒地区 (Appenzellerland) 则开发出阿彭策勒奶酪主题小径。这条标示清晰的小径蜿蜒穿过起伏山丘和葱郁草地, 沿途可以参观传统的阿彭策尔农场, 亲近放养的奶牛, 了解奶酪的制作过程, 甚至参与农场主们的奶酪制作研讨会。在位于斯坦恩的历史性奶酪厂, 奶酪爱好者们可以观摩延续几个世纪的传统奶酪制作技

术, 特别是了解陈酿过程甚至赋予其独特风味的草药和香料混合秘方。游客可以在沿线山村品尝到用阿彭策尔奶酪制作的当地美食。

B、觅食野生食物

从蘑菇和松露到野生草药和浆果, 山区多样化的生态系统提供了丰富的天然食材。烹饪冒险家们可以和觅食专家一起, 在森林、草地和崖壁上了解野生可食用动植物的神奇之处, 识别可食用的物种, 学习可持续的觅食方法, 并将这些野生珍品纳入烹饪创作中, 将烹饪旅行体验提升到一个令人兴奋的全新层面。

中国西南山地是野生食物谱系极为丰富的全球标志性地区, 其中贵州省和云南省都发展出极具地域特色的山地美食和烹饪旅行体验。

在贵州, “不时不食”的传统习惯得到完好继承, 各种野菜、竹笋、折耳根、木姜子等野生植物依照中国二十四节气在每年特定时段“如约而至”, 加之本地烹饪为了应对潮湿气候而形成的特色酸辣味型, 令到贵州山地民族村寨中觅食城市中难得一见的野生食材, 学习酸汤、水酸菜等传统食材加工和烹饪方式, 体验“一山一味”的地域美食, 成为近年来贵州文化旅游产品的新亮点。

在云南, 最为著名美食和烹饪旅行时段是每年 4-10 月的野生菌类成熟期, 作为全球品种最多、品质最高的野生菌产区, 云南的野生食用菌种类约 900 种, 鸡枞菌、牛肝菌、干巴菌、松茸、松露等名贵品种的生长地多位于雪山林区和少数民族地区, 具备优越的自然和文化观光体验价值, 由此, 到云南觅食野生菌, 学习体验传统野菌烹饪方法, 顺便感受地域自然和文化风情, 成为备受欢迎的山地文化旅游产品。

6.4.4 山区酒厂和酒文化

山区独特的风土条件有利于生产卓越的烈性酒、葡萄酒和啤酒。山坡上的葡萄园、麦田和酒厂、酒庄呈现出自然与人文交织图景, 并提供品尝当地出产美酒的机会。此外, 山区的烈性酒厂 (威士忌、中国白酒等) 和啤酒厂往往将当地的特产原料和传统养生理论融入酒品中, 形成反映地域文化精髓的独特风味。参观这些

酒厂可以让美食家们在享受风景的同时，沉浸在美酒酿造的艺术之中。

享誉世界的茅台酒出产地中国贵州省仁怀市茅台镇地处赤水河中游，境内山峦起伏，群峰叠嶂，沟壑纵横，坡陡谷深，地貌多样。当地以茅台酒为核心，打造酒文化主题之旅。游客可以进入茅台酒厂，全过程观摩世界名酒的非物质文化遗产制作技艺，到茅台酒的关键原料糯高粱种植坡地参观，到中国酒文化城、茅台天酿景区等酒文化主题景区深入了解美酒历史，到红军四渡赤水纪念园、茅台渡口等中国革命文化纪念地感受茅台酒和中国历史的密切联系，再沿着赤水河谷旅游公路探访美酒河摩崖石刻等古代人文遗迹。与此同时，山地环境还孕育出地域特色突出的丰富美食，如学孔黄花、合马羊肉、仁怀红茶、二合枇杷、坪营盐菜、喜头擂茶、长岗刺梨、仁怀野生河鱼等，与茅台酒相得益彰，可将游客足迹引领至市域全境。实际上，由贵州省仁怀市和四川省古蔺县构成的赤水河美酒文化带有条件发展成为世界级美酒佳肴主题文化旅游目的地。

综上，山地美食和烹饪旅行开启了感受山地的别样途径。从农场到餐桌的体验到传统的山地美食，从觅食探险到美食节，从葡萄酒厂到美食小径，游客可以沉浸于山区独特的饮食文化，并从中感受地域文化的鲜活与微妙。

6.4.5 与时俱进的民间艺术之旅

民间艺术的活态传承有赖于在坚守其文化内核的前提下寻求其当代社会经济功能，这本质上是一种文化层进过程。文化旅游不仅是民间艺术之于当代的主要产业经济功能，更是孕育、汇聚和拓展其当代功能的关键平台。

高原山地居多的中国贵州省是多民族聚居的省份，有 17 个世居少数民族，“一山不同族，十里不同风，百里不同俗”是对贵州民间艺术的真实写照，其中有若干极具代表性的民间艺术门类。该省通过文旅产业推动民间艺术与时俱进，实现良好综合效益的典范。

6.4.5.1 国际组织助力传统手工艺技能的当代演绎

种类繁多的传统手工艺构成山地旅游产业的多样性文化特色，也是地方旅游收入的重要支柱。传统手工



图 6-43 图源：搜狐



图 6-44 中国贵州省茅台酒主题之旅可以深入了解当地山水风物
图源：网易

艺承载了不同时期文明的内涵，记录着地方的风俗人情、民族文化、生活方式、宗教信仰等，在大量传统手工艺中，蕴含着工匠文化和工匠精神。

贵州多山多民族地区广泛保留着多姿多彩的传统手工艺，丙安古镇油纸伞、苗族银饰、石桥古法造纸等都仍是当地社区生产生活的重要组成部分。仅在纺织印染这一个手工艺门类，就有松桃苗绣、施秉苗绣、侗族刺绣及服饰、水族马尾绣、苗族蜡染、侗族蓝靛印染等一系列高规格非遗项目。

联合国教科文民间艺术国际组织（IOV），是一个致力于世界传统文化、民间传统艺术以及民间非物质文化遗产的保护与发展的国际性非政府组织，也是联合国教科文组织（UNESCO）唯一以保护和挖掘国际民间艺术和民间文化遗产为主要工作中心的国际机构。

该组织于2015年与贵州大学联合成立了国际民间艺术研究院，致力于贵州民间艺术的发掘、保护和传播，特别是培育一批民间手工艺者，使其与现代产业相结合，扩大民间艺术在文化产业中的影响力。该组织作为国际山地旅游联盟的合作单位，还推动设立“山地手工艺保护与创新专业委员会”，作为联盟的民间艺术



图 6-45 自主创业的乌蒙绣娘
图源：毕节市七星关区政府官网



图 6-46 推陈出新的苗族银饰
图源：网易

推广与相关业务接洽平台，致力于建立网络交流平台，分享管理经验与政策；组织互联网培训计划，研发培训课程体系；举办线上线下手工艺博览会，搭建交流、展示、销售平台；发挥互联网新媒体优势进行传播与推广，增强手工艺的传播力度；定期召开行业研讨会、学术分享会等方式，提升手工艺品的市场和经济效益，从而改善手工艺人收入水平和生存状态等。

在地方政府的高度重视和民间艺术国际组织这样的专业机构大力协助下，贵州的传统手工艺主题文化旅游实现高质量发展，丰富了贵州文化旅游品牌内涵，提升了传统手工艺品的附加值和影响力，更复兴了相关历史城镇、民族村寨的地域文化图景，令游客更加认可其价值，令居民更加重视其保护，走出一条以非物质文化遗产迭代传承反哺物质文化遗产整体保护与利用的可行之道。

6.4.5.2 民间艺术与时尚媒体的跨界赋能

贵州拥有世界级的传统表演艺术。流行于侗语南部方言第二土语区的贵州黎平、从江、榕江等地的侗族大歌，起源于春秋战国时期，至今已有2500多年的历史，是在中国侗族地区一种多声部、无指挥、无伴奏、自然合声的民间合唱形式，于2009年被列入世界人类非物质文化遗产代表作名录（编号II-28）。除了黔东南州有名的侗族大歌，在贵州的黔西南州，布依族“八音坐唱”也是贵州传统特色民歌中的一颗明珠。

贵州的民俗活动和礼仪与节庆是展示多元文化魅力的窗口，传统表演艺术则是当仁不让的主角。这里有苗族的姊妹节、四月八、花山节、鼓藏节；侗族的萨玛节、赶社、播种节、斗牛节；水族的端节、卯节；仡佬族的吃新节、敬雀节、祭山节；土家族的牛王节、五月节、赶年节；彝族的火把节等1400余个传统节日。每年，这些传统节日从正月一直过到腊月，热闹非凡。

近年来，贵州充分认识到短视频等新一代社交媒体与民俗节庆和民间艺术的高度关联性，前者提供传播渠道，后者提供传播内容，二者相互赋能，实现传播流量的高效集聚。为此，贵州大力扶持旅游业基础良好，民间艺术特色突出的地区全面拥抱新媒体，实现文化旅游品牌价值显著提升和高效变现。

如黔东南苗族侗族自治州在过去20年中坚持以旅游业作为主导产业，目前拥有1处世界遗产地、1处世

界生态文化保护圈、1家5A级旅游景区、18家4A级旅游景区，总计81家A级旅游景区，其中不乏镇远古城、千户苗寨、肇兴侗寨等著名项目，全域409个中国传统村落、126个中国少数民族特色村寨不但富集世界级民族文化资源，更已具备相对成熟且富有弹性的旅游接待能力。换言之，黔东南州已完成旅游业的“一次创业”，为“流量变现”做好准备。

榕江、台江等该州苗族区县的“吃新节”历史悠久、普及度高，特别是其演变出的“村BA”已有几十年的发展，这项完全由村民组织和参与的赛事极具群众基础且极富乡村气息，不但比赛场面激情四射，更以贯穿赛前赛中赛后的民间艺术表演而令球员、居民和来客欢聚一堂。

如“苗迪”将多个非遗民间艺术相融合，其中最独特且最具有代表性的舞蹈动作演变，就是国家级非遗项目“银饰制作”和被誉为东方迪斯科的“反排木鼓舞”，节奏快速、激烈、欢快，简单易学，音乐则是将苗族芦笙和反排木鼓的传统元素融进时尚动感的现代前沿电声组合，节奏动感时尚。这种民族与世界的“混搭”产生极强的感染力，为民间艺术打开拥抱公众的大门。

“村BA”在新冠疫情期间通过短视频平台传播，一举引爆因居家管控而期待身心释放的公众情绪，随后因其积极意义被作为乡村振兴样板项目，升级为贵州省“美丽乡村”篮球联赛乃至全国和美乡村篮球大赛，借势国省级别融媒体平台，实现传播能级跃升。

在产业和品牌皆已具备的情况下，从篮球“村BA”升级而来的足球“村超”成为“计划之中”的营销抓手。经过2023年1月底即中国农历大年初三的“原



图 6-47 “村超”和“村 BA”的万人“苗迪”盛况

图源：todayguizhou.com

型测试”，5月13日“村超”正式启幕，一头是草根球员的奋力拼搏，一头是民族非遗的全民参与，每场四五万人的现场观众规模和高达数百亿次的全网浏览量，将政府的有限投入化作无限传播，准备充分的景区、村寨、民宿令八方来客满意而归，文化旅游产业收入迎来令人瞩目的逆势跃升，更令公众对榕江乃至黔东南州的独特人文加深认知，推动当地社会经济的整体向好发展。

6.5 科技赋能山地旅游体验和管理全面升级

6.5.1 科技赋能山地旅游的主要领域

6.5.1.1 市场拓展

虚拟现实技术为山地旅游带来沉浸式营销工具。公众可以在安全可靠的环境中利用环景视频和 VR 体感游戏等手段体验山地活动，如徒步观光、滑雪 / 滑雪板和山地自行车。这为山地旅游提供了令人兴奋的超感官诠释，作为更加充分且富有感染力的行前体验，有望显著提升潜在消费者的出游转化率。

在山地旅游中，数据收集和分析技术驱动的智慧推荐功能在提供个性化体验方面发挥重要作用。通过使用机器学习算法和人工智能，可以分析游客的喜好、兴趣和以前的行为，从而提供量身定做的建议。这种个性化的方法确保游客获得符合个人喜好的定制行程，从而最大限度地享受山地目的地。

旱雪场、攀岩墙、泵道、仿真洞穴等人造设施设备正在成为潜在消费者接触山地运动旅游的“门户”。更完善的安全保障、更高效的入门体验、更普适的难度设置，令对山地运动抱有兴趣但相对陌生的公众可以加强认知，学习技能，激发兴趣，乃至实现出游。同时，

人造项目也有助运动爱好者们在日常保持技能和兴趣，实现更高频次和等级的重游，如旱雪场之于滑雪爱好者。

6.5.1.2 体验创新

智能步道系统提供互动式寻路功能 (interactive wayfinding)，增强游客体验。沿着山路放置的数字路标、增强现实 (AR) 标记和二维码提供了关于周围环境、历史地标、植物群和动物群的即时信息。这项技术不仅能教育游客，还能为他们的旅程增加互动元素，使其更有吸引力和令人难忘。

增强现实技术通过提供交互式指南和信息覆盖，已经在山地旅游中找到了自己的方式。配备智能手机或 AR 眼镜的游客可以将他们的设备对准特定的地标或自然特征，触发有关该地点的详细信息的叠加。AR 指南提供了历史、地质和生态方面的见解，丰富了游客对山区的了解，并促进了与环境的更深联系。

无人机令游客们可以从空中拍摄山脉、山谷和湖泊的迷人画面，并以高清晰度的影像保存他们的记忆。用无人机进行航拍不仅在游客中流行，而且也为山地旅游提供了新一代营销工具。



图 6-48 旱雪场

图源：Wikipedia 维基百科



图 6-49 泵道

图源：SwitzerlandMobility 公司是风靡全球的山地运动体验场所



图 6-50 RECCO 系统显著提升山地救援效率

图源 Stumpf + Kossendey 公司



图 6-51 图源：RECCO 公司

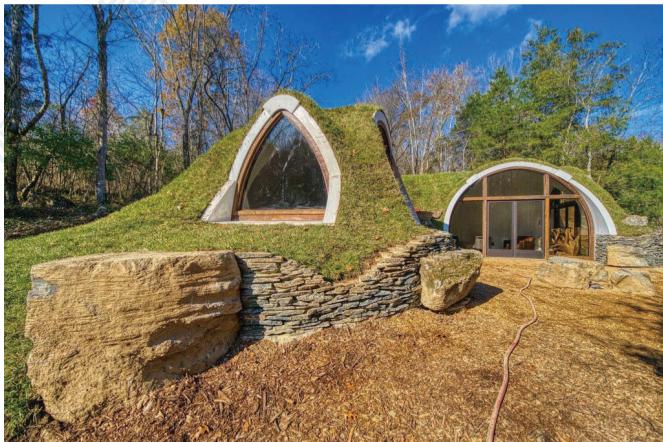


图 6-52 低能耗的覆土建筑

图源：TREE TOP BUILDERS 公司



图 6-53 低生态干扰的装配式建筑

图源：Tinyhouse.com

山地旅游行程受到天气、交通等综合因素影响，实时更改需求更多。专门的应用程序可提供门票和住宿预订、活动推荐以及天气和路况的实时更新等功能，这使游客能够轻松和方便地驾驭其山地探险之旅，实现无缝旅行体验。

6.5.1.3 安全保障

山地旅游的固有安全风险常见且复杂，技术进步大大改善了面对挑战性山地环境时的安全措施。无人机在山区安全监控方面将发挥重要作用，配备先进相机和传感器的无人机可以监测天气状况，探测潜在危险，收集实时数据，并协助搜索和救援行动。配备有 GPS 跟踪和遇险信号的应急系统则在发生事故或紧急情况时能迅速做出反应和提供援助。这些系统和设备使主管部

门能够并做出明智决策，迅速找到遇险者，开展高效的救援行动，提高山地目的地的整体安全。

可靠的通信基础设施对于山地旅游安全至关重要。随着以星链、北斗技术为代表的卫星通信网络发展，缺乏移动通讯网络覆盖的偏远山区有了更好的连接手段。游客可与亲友和应急机构保持联系，提升其山地探险之旅的安全感。

创新的个人装备，如轻质耐用的材料、先进的安全装备，使攀岩、登山和滑翔伞等活动更容易开展。此外，带有生物识别传感器的可穿戴设备提供关于生命体征和机能指标的实时数据，使个人能够监测和优化机能，同时确保安全。

6.5.1.4 可持续旅游实践

生态友好型住宿、可再生能源和废物管理系统等高能效基础设施减少山地旅游活动对生态环境的影响。基于传感器的照明和自动气候控制系统等智能技术优化能源使用模式，最大限度减少无效能耗，有助提高山地旅游业的可持续性。

越来越多的山地旅游目的地鼓励生态友好型住宿，这包括使用可再生能源、节能照明系统和节水措施等。此外，生态旅馆和度假村优先考虑废物管理和回收计划，以减少碳足迹。与此同时，对住宿设施的全周期生态干扰管理将成为共识，以 LEED 等为代表的绿色建筑技术体系、能够实现零水零电零排的高科技集成装配式度假屋和生态帐篷等正在得到普及，这些新型住宿设施可以显著减少现场施工及由其造成的地面硬化、水土流失和地质结构破坏等一系列问题。

环境监测和保护工作也将科技迭代。远程传感器和物联网（IoT）设备收集空气、水、生物多样性和气候模式等数据，使主管部门能够为山区生态系统的可持续管理做出明智且及时的决策。这种数据驱动方法有助于保护山地目的地的自然美景和生态平衡，确保山地旅游资源利用的人际公平和代际公平。

6.5.2 美国佛罗里达州雪猫岭四季冰雪公园⁹⁰

在经济增长和出行条件存在不确定性的形势下，投资者为了控制风险，日益倾向于为城市周边的山地休闲项目高强度投放资金和技术，并更多考虑与城市休闲消费业态相结合，创造新型山地休闲项目。美国佛罗里达州的雪猫岭公园（Snowcat Ridge Park）就是这样一个富于创造力的项目，为阳光明媚的佛罗里达州带来“冰天雪地”的欢乐。

作为佛罗里达州第一个也是目前唯一以冰雪活动为主题的公园，雪猫岭公园选址于坦帕市的一片缓坡山林，通过高度集约化和主题化的开发和运营，提供从滑雪场到“北极冰屋”和“阿尔卑斯山村”的一系列冰雪活动和景点，让游客在温暖的气候中体验冬季的刺激和神奇。

6.5.2.1 区域最大雪道上的雪胎滑行

雪猫岭公园（Snowcat Ridge Park）的主要景点之一是惊险刺激的雪地滑道。这座广阔的“雪山”提供了全州最大的仿真雪地滑道体验。游客可以拿着专门设计的雪胎，从“白雪覆盖”的坡道滑下，感受风驰电掣。无论是经验丰富的雪地爱好者还是初次体验，都能尽享别样乐趣。



图 6-54（左）和图 6-55（右）雪猫岭公园具备日夜皆宜的全天候体验条件

图源：Snowcat Ridge 官方网站

90 <https://snowcatridge.com/>，雪猫岭四季冰雪公园项目官方网站



图 6-56 (左) 室外旱雪滑道和图 6-57 (右) 室内真雪乐园提供组合体验

图源: Snowcat Ridge 官方网站

6.5.2.2 沉浸在冰雪仙境中北极冰屋

走进雪猫岭的北极冰屋，进入一个迷人的冰雪世界。由技艺精湛的艺术家们精心制作的冰雕作品令人目不暇接。游客会惊叹于冰雕的璀璨之美，探索各色冰雕和艺术装置。喜欢刺激的游客可以体验冰滑梯。此外，游客还能在模拟极地环境中观赏到企鹅。

6.5.2.3 阿尔卑斯雪村的冬日乐园

雪猫岭公园内设有阿尔卑斯山风格的“雪村”服务区，这里是享受美食和社交的理想场所。游客漫步在冬日主题街道上，浏览特色商铺，品尝环球佳肴，特别是可以在噼啪作响的壁炉旁休息，缓解冰雪体验带来的寒冷。

6.5.2.4 丰富多彩的雪地游乐活动

雪猫岭公园提供的不仅仅是雪地滑道和极地主题探险。雪坡区域提供了大量参与经典冬季游乐活动的机会。和爱人家一起堆雪人，打雪仗，或者躺在晶莹的雪地上留影。即使是在以气候温暖而闻名的佛罗里达地区，该公园也能确保游客沉浸在完整的冬季体验中。

综上，佛罗里达州雪猫岭公园运用先进技术和创新理念，让游客在常年炎热地区拥抱“冰天雪地”的奇妙。无论是激动人心的雪上活动，还是纯净浪漫的冰雪氛围，这里都能满足游客的需求。该项目充分体现了创造力，成功实践了一种以高度差异化为核心价值的都市山地休闲项目模式。



第七章 综述

本《报告》全面梳理过去三年全球山地旅游的发展，深入剖析新冠疫情、科技进步等重要因素对山地旅游全体利益相关方的影响，并展望山地旅游的未来发展之路，内容分为六个主要篇章。

7.1 山地旅游定义与世界山地旅游资源分析

在 2020 版《报告》的良好基础上，本《报告》对山地旅游的定义和资源分析进行适当补充和更新。

在定义方面，本《报告》介绍了多个全球性组织和机构的山地旅游和山地目的地定义。这些组织和机构分别来自自然保护、文化遗产、山地探险等领域，其提出的定义均具有较强的专业性和建设性，为我们从更多维度理解和发展山地旅游提供有益参考。本《报告》还根据近年来山地旅游细分市场发展趋势，对“山地旅游者”的分类定义体系加以补充，并增加“生态旅游”、“过度旅游”、“山地运动”等当前山地旅游业界关键

词的国际通用标准描述。

在资源分析方面，本《报告》在对山地旅游资源概念、特质、分类和观光资源描述进行部分更新之外，主要增加了对三年来全球关注度迅速提升、市场规模显著增长的山地康养和山地运动这两个专项领域的资源体系概念界定与分布描述。其中，山地康养部分包括避暑越冬等气候康养资源、森林等生态康养资源、温泉等矿产康养资源、洞穴等地质康养资源；山地运动资源部分提供对全球主要山地运动适宜性山脉区域的分别介绍。

7.2 世界山地旅游的发展历史

在对本世纪之前的全球山地旅游历史进行简要回顾之后，本《报告》重点梳理了近二十年来全球山地旅游发展的历程和成果。

一是“可持续旅游”的提出和发展，从生态旅游到再生旅游，山地旅游产业利益相关方就负责任的山地旅游理念和方法不断探索共识并付诸实践；二是山地度假村的“生态化”与“野奢化”转型升级，令其体验品质和环保水平都取得长足进步；三是山地运动迅速普及并持续创新，不但为游客提供更为丰富的体验，更为当地社区带来更多更好的就业创业机会；四是山地文化价值得到广泛认可，公众日益乐于邂逅山地文化遗产，

沉浸原真生活，开展主客交流；五是滑雪产业迎来中国等新兴海量市场，更具游乐性的活动方式和更加生态友好的开发运营手段日益普及；六是野生动物旅游成为国家公园等生态重要地区在保护与发展之间谋求平衡，并发挥综合公共效益的共识模式；七是先进科技赋能，显著提升山地旅游安全性与体验性，为产业创新发展带来前所未有的广阔可能；八是公众希望通过山地旅游获取精神价值，在山地开展神话之旅和宗教探访提供了回望历史和回归内心的机会；九是康养成为山地度假的主流动机，山地生态和人文环境有益身心恢复，医疗科技则保障专项医养疗效。

7.3 世界山地旅游产业发展现状

对新冠疫情趋缓后的全球经济复苏和全球旅游业恢复情况进行梳理，数据表明旅游业是全球经济复苏的领导行业之一，凸显旅游和旅行业在全球经济体系中的关键性指标和驱动作用。

区域对照分析表明，欧洲仍是全球最受欢迎的山地旅游目的地，南美洲数十年来的不懈努力正在进入集中收获期，非洲、北美洲、亚洲、中美洲、大洋洲等也都展现出各自的发展特征和成果，如北美洲以国家公园体系保障公共游憩福利供给，亚洲重视自然和文化生态系统的统筹保护与开发，中美洲和非洲对生物和地理多样性资源的深度发掘以及对社区合作模式的持续创新等。

专项细分市场分析表明，基于徒步等大众户外运动方式开展自然和文化观光仍是全球山地旅游主流体验。关于全球滑雪市场，尽管欧洲国家因疫情管控政策严格而导致雪季营收欠佳，但中国市场借势北京冬奥会在 2020/21 雪季跃升至全球第二，为全球滑雪市场企稳复苏贡献关键动能。关于全球露营市场，露营成为疫情期间最为可行的山地休闲旅游方式，如中国这样的新兴市场呈现 3 年间规模扩大 3 倍以上的爆发性增长，美国这样的成熟市场则出现首次露营家庭占比超过 10% 的显著扩容，露营还与生态旅游高度相关，助力亚洲、非洲一批生态旅游目的地的发展。关于全球山地国家公园市场，非洲在全球国家公园目的地 Top10 中

独占四席，展现出长年积累的专项领域品牌优势。

接下来对中国山地旅游市场进行分析。自 2023 年初起，中国旅游市场进入强劲恢复期，旅游人次等主要指标数据传递出显著回暖信号。特别是进入 2023 年后，“黄金周”和“小长假”等中国重要公共假日的旅游人次、旅游收入等关键指标的恢复水平高于年度平均值，甚至超过疫情前 2019 年的基准值，其中山地旅游是恢复情况最好，转型发展趋势领先的关键门类。

最后但是最重要的，对全球山地旅游面临气候变化的挑战进行分析。研究认为，山地旅游是气候敏感度最高的旅游形式之一。气候对于山地旅游活动既是促成因素，也是限制因素，我们必须正视气候变化问题。

无论因降雪量减少导致滑雪场关闭，还是因气温升高令野生动物迁移和供水不足导致原有项目无法继续运营，都给相关投资带来更高风险。冰川融化、山体滑坡等气候灾害对山地旅游目的地的基础设施和可达性也造成不可逆的影响。与此同时，气候变化导致的快速温度升高和积雪减少对高山生态系统中的动植物产生了表征现象、存续时间和地理分布等方面的系统性影响，直接危及山地观光和自然体验。这造成进一步的深远影响，如山地居民因生态系统退化和自然灾害频发而被迫离开或改变生计，令山地社区及其文化体系加速消失，这不但不利于山地文化旅游的发展，更是人类文化多样性的不可逆损失。

7.4 世界山地旅游产业五大发展趋势

一是公众旅游价值认知转变引领山地旅游消费升级。

新冠疫情令人们对健康、生命的意义有了更加深

入的理解，倾向于以更为平衡的方式开展日常生活，对旅游活动的价值体验诉求从之前走马观花的观光游转向疗愈身心的度假游，乃至沉浸体验的探索游，这为生

态旅游、康养度假、文化研学等一价全包式高端山地旅游细分门类带来更好的市场基础。

与此同时，“数字游牧生活”显现发展潜力。新冠疫情期间公众认识到采取时空高度自主化的在线分布式办公的可行性，其格外适合那些从事创意相关工作的自由职业者和小微创业公司人员，而该人群的规模在后工业时代持续扩大。山地因其显著差异化的自然和文化体验可为该人群启发灵感，拥有成熟服务能力的山地目的地支撑工作与生活方式融为一体。

二是山地微度假持续扩容出新。

新冠疫情防控政策令公众不得不更多开展国内游和近程游，藉此发现其在综合成本方面的显著优势，更感受到常住地周边自然和文化环境的丰富内涵与可达美好。小型精品酒店、露营地和房车营地、特色民宿等规模灵活、环境相融度高的山地住宿项目日趋“微目的地化”，成为整合本地适旅资源的轻量化一价全包度假平台，为不同“圈子”客群提供高频主题度假社交场所。

鉴于距离客群常住地较近，原生资源容易审美疲劳，山地微度假必须通过个性化、细分化和定制化来保障用户黏性，实现更高重游频次和人次均消费。这需要通过产业融合、社区合作和科技运用来实现。无论是攀岩训练营，还是森林康养之旅，都是与运动、医疗等关联产业的协作成果；能够与游客建立情感黏性的原真文化沉浸体验，必然来自当地社区的深度参与；想要激发重游动机并与游客日常互动，则需要社交媒体、元宇宙等先进数字技术加持。

三是数字技术正在深刻改变世界山地旅游产业发展。

元宇宙技术有望解决长期困扰山地旅游营销的信息不对等导致游客误解与体验错配问题，通过更加身临其境的行前“虚拟旅程”，显著提升用户转化率和留存率，乃至实现可持续的山地旅游主题线上-线下社交。当前元宇宙技术存在的硬件能力和隐私保护问题，正在得到提速优化。

人工智能技术在基于大数据的个性化服务领域优势突出，其在单位成本、实时效率和精准程度等方面

巨大进步，恰好解决山地旅游服务质量提升的关键痛点。同时，在管理端，目的地管理与资源配置、风险评估和安全措施、财务分析与定价和营销策略等工作均因人工智能技术的引入而得到显著改善，特别是通过大数据挖掘可以更好发现相关目的地和项目的根本问题和认知盲区。

新一代卫星定位和通信技术迭代提升山地旅游拓展性和安全性。北斗系统、星链系统、GPS系统以智能手机等为终端，实现高精度定位、卫星紧急求助、双向短报文等功能，为去往偏远山地的游客提供前所未有的安全性和体验性。

四是小众秘境和专项体验成为新宠。

在自媒体时代，旅行和旅游的社交属性日益提升，公众期待去往相对“冷门”的目的地，在旅程中获取个性化、差异化体验，并将其作为“社交货币”，彰显自我，吸引关注。新一代客群具备更为细分和深度的爱好，并愿意为此支付更多费用，这需要更为极致的环境和更为专业的服务加以满足。

生物多样性和天象奇观探访一直是全球专项旅游中的高端门类，“保护国际”(CI)和国际暗夜协会(IDA)等非营利组织提供“全球生物多样性热点地区”“暗夜庇护区”“暗夜保护区”等非常具有品牌公信力和产业发展指导意义的认证体系，这些经认证的地区绝大部分位于相对偏远的山地。偏远和未知还更容易激发肾上腺素，吸引高阶客群开展各种极限运动体验。

心灵朝圣之旅有助舒缓情绪和重塑心灵，这在新冠疫情期间弥足珍贵，远山幽林之中的宗教圣地因其神秘与原真而令人向往，历史悠久的古道体系提供在更大时空维度与自然相处，与人文对话、回复心灵宁静的难得机会。

土著生活探访日益得到认可，新一代客群乐于深入传统山地生活方式，建立文化认同和情感联系，获取情绪价值和自我发现，并自觉自愿为当地社区提供力所能及的帮助。美食猎人之旅是极具特色的主题体验，可以有效提升当地品牌知名度，在发展旅游业的同时，为传统农业等地方产业带来增值机遇。

五是探索更具综合效益的再生旅游新模式。

再生旅游已成为山地旅游的一种变革性发展模式。其超越可持续发展的范畴，旨在恢复和再生自然与文化系统，同时造福当地社区。再生旅游认识到山区生态、社会和经济因素之间的相互关联性并寻求通过旅游活动对其产生积极影响，在这个意义上，再生旅游不但是一种发展模式，还是一项社会运动。

地方政府和旅游经营者正在将再生旅游理念和技术体系整合到规划、建设和运营之中，包括保护生物

多样性和生态系统、增强当地社区的能力、可持续基础设施发展、开展负责任的户外活动、促进文化交流和教育、支持当地企业和经济、提高游客意识和参与度、培养管理意识、建立合作伙伴关系等。

总之，再生旅游旨在引导政府、业者、居民、游客等全体利益相关方都成为积极参与者，通过共谋共建共享，令山地旅游成为推动山区实现人际公平和代际公平的社会经济高质量发展的产业工具。

7.5 世界山地旅游热门领域及典型目的地

一是冰雪旅游。

作为资本集聚度、技术先进度和全产业链经济绩效最高的山地旅游门类之一，冰雪旅游也存在季节性过于明显，非雪季食宿购娱接待设施闲置率高；雪道建设工程量大，损毁林木植被；人工造雪和积雪维护的水耗能耗很高；体验内容相对单调，自然和文化资源利用不足；服务响应和安全管理能力难以满足高阶游客挑战更加广阔空间和更富创意活动的诉求等一系列亟待解决的问题。

中国这样的新兴滑雪旅游市场有望借助后发优势，通过发展模式创新和先进技术运用，探索解决上述问题的综合性、可持续方案，实现新兴滑雪度假目的地的高质量和高效率发展。报告以 2022 年北京冬奥会雪上运动赛场所在地中国河北省张家口市崇礼县为例，介绍其 20 年来打造冰雪产业集群的经验。

首先是科学判定崇礼冰雪旅游资源具备显著的区域性比较优势，需要重大外部因素激发潜能；由此针对性提升交通可进入性，将潜在客群转化为实际消费者；利用奥运窗口期，构建世界级滑雪场集群和雪上运动体系，特别是全面引进跳台滑雪、越野滑雪、自由式滑雪和单板滑雪等专业性和时尚性更强的门类；高度重视以市场为导向创新冰雪体验，一方面针对入门客群和家庭

客群占比高，加强雪场场地、景观和内容的趣味性与娱乐性，另一方面适配北京雪客的日程特征，打造滑雪夜场，有效提升到访率和人次均消费；拥抱地域文化，丰富体验内容，特别将与滑雪季同期的中国农历春节做成“年文化”主题民俗体验品牌；立足后发优势，全面实践可持续发展策略，采用全周期生态友好的建设运营体系，增加游客环境意识教育体验项目，拥抱技术进步，率先构建数字化滑雪度假目的地，并积极培育可供全年经营的丰富业态体系和高潮迭起的节赛 IP 体系，降低季节性运营风险；全面践行中国乡村振兴战略，大力扶持社区参与，让冰雪产业成果惠及当地全业全员；贯彻全产业链发展理念，优化营商环境，在较短时间内形成冰雪运动装备制造业等产业高端集聚，构建并持续完善供应链体系，推动当地乃至所属张家口市的新一轮产业转型升级。

二是山地运动。

山地运动旅游在全球普遍开展，并在新冠疫情期间成为舒缓压力，保持健康的重要手段，进一步拓展客群范围，吸引大量入门者参与其中，并激发公众在疫情过后更多通过山地运动释放身心。这给供给侧提出了两个关键诉求，即首先提供高品质、趣味性的入门学习和

体验机会，引导入门者真正将兴趣转化为习惯；同时建立功能完善、容量充足、覆盖全域的公共设施和服务体系，满足多元化、大规模客流的体验需求，实现更高重游率和人次均消费。

典型目的地介绍了美国西雅图地区的户外运动产业体系。这里之所以成为世界级户外运动目的地，得天独厚的生态环境和地形地貌资源，更有赖于“包容性原则”之下结合地方社会经济和产业技术优势的一系列创新实践。

当地高度重视户外运动的人际公平，通过建设运营无障碍户外小径体系，开展户外运动主题社区活动，招募高阶玩家作为户外运动社区导师等方式，为各种背景和能力的人创造户外运动空间和机会，从而形成充满活力的户外运动文化，形成通过共享户外运动体验而建立社交联系的愉悦环境。

得益于西雅图的“精通技术”(tech-savvy)文化和企业家精神，当地的世界级高新技术产业资源积极投入户外运动领域，形成以高新技术和前沿理念为特色的世界级户外运动装备产业集群。西雅图还将对环境可持续发展的承诺深深植根于其户外运动文化中，在全球率先推出户外运动装备订阅模式、定时定项户外运动装备包租赁模式等创新做法。

由此，西雅图作为一个大都市区，真正实现了将户外运动融入本地生活方式，成为户外运动生活化、社区化、产业化发展的全球典范。

三是国家公园。

国家公园是山地旅游业的重要资产，而其生态敏感性和环境脆弱性问题也格外突出。为此，全球都在探索对山区环境、社会经济和文化环境高度敏感和负责任的国家公园旅游替代性模式、路径和产品。其中，将国家公园视为高度融合的自然和文化生态系统，加强对地域文化遗产和生活方式的保护传承与沉浸体验，并全面保障东道社区有更多机会从旅游业中受益，成为在国家公园实现山地旅游可持续高质量发展的基本共识。

典型目的地介绍了非洲肯尼亚的世界自然遗产地——肯尼亚山国家公园。这里认识到丰富的生物和文化多样性可为当地社区提供更加多样化的旅游生计选

择，从而将旅游业视为满足山区保护和发展义务的最佳方法。

当地将发展、保护和治理权力有序下放，引导居民、企业更加积极有效的参与产业管理，发挥能动作用，如规范发放山地旅游相关专业工作认证等。当地面对不可避免的环境挑战，采取针对游客的经济性环保行为引导、针对业者的专业性环保操守管理、针对活动场所和线路的动态性限流与错峰引流。当地重点加强博物馆、文化社区等公共文化项目投入，令自然和文化体验更为均衡，旨在降低生态环境压力，发挥文化资源效益。为了将政策落到实处，当地积极与外部机构和企业合作，为原住民提供能力培训、融资渠道和就业岗位。

通过上述综合手段，当地从生态层面的过度旅游中解脱出来，在东部地区发展出山地文化旅游集群，与西部地区传统上的山地运动旅游集群实现互补联动，显著拓展产业发展空间，这不但有助刺激重游，扩大潜在客群和提升停留时间与人次均消费，更为原住民提供更多山地旅游创业就业机会，从而建立文化自豪感和自信心，自觉自愿保护传承地域文化。与此同时，在高水平设施体系和服务能力的支撑下，高端生态旅游和社区探访之旅也得到长足发展。

四是山地休闲。

新冠疫情令山地休闲成为最可行的山地旅游方式，露营作为产业化程度最高的山地休闲细分门类，在疫情期间实现逆势发展。不同国家和地区由于产业成熟度、公众心理等因素的差异，呈现出背包旅行(Backpacking)、精致露营(Glamping)、撒野露营(Overlanding)、工作露营(Workkamping)、野奢露营(Rustic Luxury Camping)等露营细分领域各自精彩的多元化发展态势。

报告对全球露营产业规模最大的国家——美国进行专题分析。根据其近三年的全国露营市场年度统计报告，美国国民露营参与率显著提升，超过1/10的露营游客是首次体验，开展露营活动的家庭数量同比增长35.7%，露营客群对美国出游总人次的贡献率达到40%。

美国露营市场还呈现出多元化趋势。能够更好满

足身心放松、慰藉和释放诉求的精致露营和撒野露营取代传统上的背包旅行，“逆袭”成为过去几年的主流露营门类；家庭收入超过10万美元的中产及以上家庭开展露营活动的比例翻倍，他们乐于以露营取代酒店作为住宿场所，以实现更充分的自然体验，从而令野奢露营得到迅猛发展；新一代露营游客更加在乎场景营造和服务体系，推动产品供给向着主题化、社交化、休闲化的方向发展。

五是康养旅游。

康养旅游的全周期成本优势显著，本地资源利用率和社区参与度高，产业收入的经济漏损少，对于山地旅游供需两侧都是更为广泛可行的发展模式。在全球人口老龄化程度和公众健康意识及消费能力持续提升的宏观背景下，加之新冠疫情对社会心理的深刻影响，以山地为主要环境的康养旅游实现了显著的提速增效发展，其主要研究和实践方向包括自然康复环境、提高免疫力、身体康复、心理健康和整体疗法等。

报告介绍了德国和日本森林康养旅游的发展模式与成果，包括管理方式、建造和运营技术体系等内容，并对德国黑森林地区和日本轻井泽地区的森林疗养院和森林疗法基地项目实例进行具体分析。

六是山地文化。

山地文化旅游是经济、文化、社会、生态等综合效益优势突出的山地旅游门类，其体验内容和方式以原真性和沉浸感为原则，让游客有机会融入蕴含传统与特质的地域生活方式，从中获得活态文化感受。

民间艺术是全球多元文化的反映。近年来，公众对民间艺术的兴趣和鉴赏能力明显提高，民间艺术旅游这一独特的文化旅游形式应运而生。民间艺术旅游令游客沉浸在这些原汁原味的文化体验中，寻求与所到之地更深层次的联系，并强调文化交流和欣赏的重要性。民间艺术旅游会直接促进所到社区的经济发展，其经济效益还延伸到更广泛的社区。这种经济推动力证明了民间艺术旅游作为一种可持续旅游形式的潜力。

报告介绍了具有典型意义的摩洛哥阿特拉斯山脉区域的山地文化旅游实践。当地土著族群——游牧民族柏柏尔人（Berber）基于社区参与推动山地旅游发展，以原真文化体验为核心，盘活地域文化资产，将游牧生活方式、非遗手工艺、传统表演艺术和节庆仪式、地域风情美食、地域精神疗法等转化为丰富且深刻的沉浸式山地文化体验，焕发传统文化和产业活力，提升社会经济发展水平，并使阿特拉斯山脉成为一个卓越且独特的山地文化旅游目的地。

7.6 全球山地旅游产业发展预测

来自本《报告》前述数据、研究和案例的积极信息让我们有理由相信，全球山地旅游产业规模正在迎来新一轮长效增长周期，且实现增长的区域范围和细分门类将达到前所未有的水平。

根据联合国世界旅游组织的《世界旅游晴雨表》等相关报告，2023年国际游客人次将恢复至接近2019年水平的90%，且疫情前山地旅游的增长速度便超过旅游业整体水平，疫情后山地旅游更成为引领全球旅游业复苏的关键驱动力和增长点，合理预计在全球国际游客总数量中的占比将达到18-20%，则估算2023年

国际山地游客不少于2.53亿人次，即全球国际山地游客人次将达到甚至超过疫情前2019年的水平。虽然在疫情期间各国大多没有公布国内游客数量数据，但从来自中国、美国、欧洲等主要旅游市场的报道可见，国内旅游的实际恢复水平领先于国际旅游，2023年全球山地旅游的游客和收入指标将至少与2019年持平，即全球山地游客（过夜游客，包括国内和国际游客）达到12.2亿人次，全球山地旅游收入达到1.36万亿美元。

根据来自联合国世界旅游组织（UNWTO）、联合国粮农组织（FAO）等国际组织的数据，疫情前全球山

地旅游行业的年游客和收入增长率基本保持在 6.5% 和 10% 左右。考虑到社会经济全面恢复、交通条件日益提升等有利因素，以及运动、康养、自然研学、文化探访等山地旅游主要门类的基础客群不断扩容等实际情况，有理由预测，2024 年至 2026 年全球山地旅游的年游客和收入增长率将达到疫情前的稳定水平，即 6.5% 和 10% 左右，则 2024 年有望达到总游客量 12.99 亿人次和总收入 1.5 万亿美元，2025 年有望达到总游客量 13.85 亿人次和总收入 1.65 万亿美元，2026 年有望达到总游客量 14.74 亿人次和总收入 1.82 万亿美元。

在产业经济规模显著增长的基础上，游客、企业、政府、社区、NGO 等利益相关方的可持续发展和协作共享意识将不断增强，推动全球山地旅游产业发展实现从量变到质变的全面提升，主要表现在几个方面。

一是可持续发展成为全球山地旅游产业共识。

全体利益相关方将更加具有环境负责意识，并认识到自然和文化是不可分割的生态共同体，将文化遗产保护提升到与自然生态保护的同等地位。可持续山地的最佳实践主要涉及几个领域，即环境保护和管理、社区参与和赋权、负责任的游客管理、协作和伙伴关系、监测和评估等。

报告介绍了挪威盖洛的可持续冬季旅游发展体系，重点是环境管理、社区参与、采用可再生能源和游客教育。盖洛努力保护其自然环境，让当地社区参与进来，减少碳足迹，并确保游客的负责任行为。这些努力有助于盖洛冬季旅游的长期可持续发展，为子孙后代保留自然美景和原真文化。

报告还介绍了秘鲁圣谷世界文化遗产地的可持续山地旅游发展，重点是社区赋权、文化保护、生态友好实践和负责任的旅游管理。通过实施这些举措，圣谷得以保护其独特的文化遗产和自然环境，孵化出如 Sky Lodge 悬崖酒店这样的创新性生态旅游产品，并确保当地社区公平地分享旅游收益。

二是山地运动旅游发展进入全新维度。

运动和自然爱好者总在寻求更加新鲜和刺激的山地运动体验，希望将体验拓展至时空、感官的全新维度；山地运动旅游供给侧也希望通过产品迭代和体验创新，

扩大客群吸引范围和提升重游率及人次均停留时间与消费水平。

当前关键趋势包括科技赋能山地运动体验和管理升级，推广应用智能可穿戴设备和追踪设备、虚拟现实和增强现实体验、用于山地探索计划的移动应用程序、无人机摄影和摄像等；更具挑战性和沉浸感的体验场景和方式，如非传统路线探险，以及对山地空间更具创意的活动应用；更多与身心回复活动相互关联和融合，如风靡全球的养生疗养院和水疗中心、正念和自然疗法等。

报告介绍了中国四川省阿坝州四姑娘山户外运动产业集群。当地政府通过统筹标准化制度建设、专业化人才培训、持续化公共服务和管理能力提升等工作，为山地运动旅游产业的发展打下坚实基础，并积极引导与全球户外运动组织和机构开展广泛合作，打造高规格国际赛事体系，实现高效品牌传播和品牌价值跃升。当地格外重视通过社区参与实现最优综合效益，不但引导原住居民直接从事户外向导等山地运动专业岗位，还激发其生态保护“主动意识”，积极投身自然研学、生态监测、环卫保障等工种，全面实现社区发展转型升级。

三是山地康养旅游迎来转型升级关键机遇期。

山地康养旅游由于新冠疫情提升公众健康意识等若干因素迎来关键机遇期，但现有供给难以满足新一代客群诉求，探索未来趋势至关重要，这将塑造这个行业并确保其可持续发展。

全球共识的山地康养旅游下阶段发展趋势包括采取可持续做法和生态友好举措；以高科技和定制化提升用户价值；研究并实践整体疗法，加强身心与精神联系；开展融入自然的动养体验，倡导更“积极”的康养；引入文化沉浸体验和地域传统疗法；针对特定健康状况提供实效显著的专项康养产品；推广数字排毒和非医药干预式疗养（不插电疗养）等。

报告介绍了瑞士格林德沃的高科技山地康养度假体系。当地致力于康养产业和产品发展模式的持续创新，包括由原产植物制成的医美用品，结合户外游览和放松疗法的健康套餐，以及当地采购的有机美食等，特别是这里积极促进与健康科技初创公司的合作，实现对先进科技的领先运用，保障对康养客群诉求满足的时效

性与实效性。当地还高度重视包括度假物业、山地运动等在内的康养度假业态集群建设，旨在充分挖掘高端康养客群的消费潜力。

四是沉浸式文化体验得到更加广泛认可和实践。

新一代客群对于山地文化体验的理解和诉求早已突破静态观览，而是更加强调活态化、细节化、趣味化体验，并乐于借助先进科技营造超现实、超感官体验，创新山地文化体验维度和方式。与此同时，公众也更加愿意通过生态友好主题文化活动、社区文化探访等方式，践行社会责任，实现自我价值。

报告介绍了美国新墨西哥州圣达菲基于地域传统文化的山地文创产业集群。这里依托独特的人文内涵、宽松的社区环境、壮美的景观环境，吸引全球创意人士高度集聚，形成圣达菲印第安人艺术集市、峡谷之路艺术画廊、国际民间艺术市集等一系列各具特色的创意产业集群，并孵化出“喵狼”艺术团和圣达菲歌剧院这样的地标性文化体验内容和场所。由此，圣达菲的山地文化体验突破传统形式束缚，凭借创造力的蓬勃发展，实现充满活力的艺术场景，丰富多彩的文化遗产体验，并极大拓展了地域艺术边界。

报告还介绍了风靡全球的美食和烹饪旅行。山地的生物多样性优势意味着更加丰富多元且地域特色突出的食材构成，从而孕育出全球风格各异的山地烹饪文化遗产，食物成为发现这些迷人的山地目的地的独特风

味、地域典故和传统民俗的重要“门户”。“从农场到餐桌”是较为成熟的山地烹饪旅行方式，让人深入了解当地的食物生态系统和保护环境的重要性。瑞士的奶酪主题旅游，中国西南山地的野生食谱之旅，以中国贵州省仁怀市茅台镇、苏格兰高地威士忌酒产区等为代表的山区酒厂和酒文化之旅都是山地美食旅行的突出代表。

五是科技赋能山地旅游体验和管理全面升级。

新一轮科技进步正在推动山地旅游的深刻变革，在市场沉浸式营销、大数据服务、高安全性入门体验、安全保障与应急救援等方面达成前所未有的水平和效率。

科技进步还为可持续旅游实践提供必要保障。可再生能源、绿色建筑技术、生态足迹/碳足迹监测、废物处理与回收等可以有效降低山地旅游造成的生态干扰，将山地旅游项目和活动以更加生态可持续的方式带到更为广泛的山地空间与场景之中。

报告介绍了美国佛罗里达州雪猫岭四季冰雪公园。这个地处亚热带的冰雪主题公园，运用先进技术和创新理念，让游客在常年炎热地区拥抱“冰天雪地”的奇妙。无论是激动人心的雪上活动，还是纯净浪漫的冰雪氛围，这里都能满足游客的需求。该项目充分体现了创造力与高科技对山地旅游的赋能，成功实践了一种以高度差异化为核心价值的都市山地休闲项目模式。

结语

过去三年，山地旅游韧性十足，为全球旅游业乃至全球经济贡献宝贵动能，更彰显出自身的巨大潜力。全球山地旅游同仁携手应对新冠疫情，谋求转危为机之道，并取得令人自豪的丰硕成绩。

展望未来，山地旅游前景广阔，正在迎来重大战

略发展期。让我们从市场迭代和科技进步中把握发展契机，深刻思考气候变化等外部因素的解决方案，为全球公众带来更具价值和意义的山地旅游体验，为地球家园贡献更可持续的生命共同体发展方案，为世界营造人际公平和代际公平的美好生活。

附录：参考信息来源

主要信息来源单位

1. 联合国世界旅游组织 (UNWTO) :

联合国系统的政府间国际组织，旅游领域的领导性国际组织之一，2003年11月成为联合国的专门机构，总部位于马德里，其宗旨是促进和发展旅游事业，使之有利于经济发展、国际间了解、和平与繁荣。

为本《报告》提供《世界旅游晴雨表》 (World Tourism Barometer) 等重要行业报告，包含全球和各区域市场的游客人次、旅游收入等数据及其成因和趋势信息。

为本《报告》提供“山地旅游”“山地旅游目的地”“山地旅游资源”等定义和概念参考。

2. 携程旅行网 (Ctrip) :

携程旅行网是携程集团旗下品牌，成立于1999年。其总部位于上海，拥有超过30,000名员工，在总部设有95个办事处，并在全球设有22个分支机构。携程旅行网为用户提供广泛的数字应用、酒店和机票预订、景点、旅游产品、商旅管理等相关内容。携程集团作为全球领先的旅游服务提供商，拥有并运营 Trip.com、Skyscanner、去哪儿、Travix 和 MakeMyTrip 等旅行票价聚合器和元搜索引擎，以大约40种语言在200个国家/地区开展业务。

为本《报告》提供中国山地旅游市场统计数据，基于600余个山地旅游代表景区门票+周边玩乐及周边50km内酒店等业态综合数据，给出2020-2023年山地旅游市场人次、消费、酒店销售间夜数等核心指标，并对冰雪旅游目的地、山地运动目的地、生态休闲目的地、康养旅游目的地、山地文化目的地等5个主要细分市场和2023年“中秋国庆黄金周”高峰时段提供专项指标。

3. 猫途鹰 (TripAdvisor) :

全球最大的旅游垂直领域比较购物和用户生成内容服务商之一，总部位于美国马萨诸塞州尼德姆，在40个国家/地区以20种语言开展业务，在超过1万家机构中拥有超过8亿条旅游旅行评论和意见。

为本《报告》提供世界山地旅游市场统计数据，以2019年-2023年标签点评和评分作为核心指标进行“旅行者之选至尊奖”量化排名，细分项目包括全球和各大洲最受关注和欢迎的山地旅游目的地、山地旅游活动偏好、全球Top10滑雪目的地、全球Top10山地徒步&露营目的地、全球Top10山地国家公园等。

参考文献和网址

1. 联合国世界旅游组织 (UNWTO) 提出的山地旅游定义为“在限定和有限的地理空间内开展的旅游活动，如山丘或山脉，具有特定景观、地形、气候、生物多样性（动植物群）和当地社区固有的鲜明特点和属性。它包括广泛的户外休闲和体育活动”。

2. 联合国世界旅游组织 (UNWTO) 的山地旅游目的地定义为“地势高耸、景观独特的地理区域，这些区域吸引着寻求自然体验、探险活动和文化熏陶的游客。这些目的地通常展示丰富的生物多样性、土著文化和传统习俗。”

3. 世界自然保护联盟 (IUCN) 的山地旅游目的地定义为“具有重要生态价值的地区，包括多样的栖息地和稀有物种。这些目的地在维护生态系统服务和生物多样性保护方面发挥着至关重要的作用。”

4. 联合国教科文组织 (UNESCO) 世界遗产委员会将在文化、自然或综合方面具有特殊意义的山地区域指定为世界遗产地。这些遗产地可能包括标志性的山地景观、历史遗产、圣地和独特的生态系统。

5. Mieczkowski, Z. (1985) The Tourism Climatic

Index: A Method of Evaluating World Climates for Tourism. The Canadian Geographer, 29, 220-233.

6.<http://www.uis-speleo.org/>, 国际洞穴联合会(UIS)官方网站

7.<https://en.wikipedia.org/wiki/Piste>, 维基百科关于雪道的定义

8.Trail Fundamentals and Trail Management Objectives, https://www.fs.usda.gov/Internet/FSE_DOCUMENTS/stelprdb5341754.pdf

9.<https://www.mongr.fr/>

10. “生态旅游”一词由墨西哥环境学家 Hector Ceballos Lascurain 于 1983 年提出，他是世界自然保护联盟 (IUCN) 的专家。1992 年，在巴西里约热内卢举行的联合国环境与发展会议公布的《21 世纪议程》，提出以可持续发展应对全球气候变化，并建议在全球范围内开展生态旅游。1993 年国际生态旅游协会把其定义为：具有保护自然环境和维护当地人民生活双重责任的旅游活动。2002 年，联合国世界旅游组织在加拿大魁北克召开的生态旅游会议将生态旅游定义为“生态旅游包含旅游相关的经济、社会和环境影响的可持续旅游原则”。区别于广义的可持续旅游概念，生态旅游具体包括以下方面：积极促进自然和文化遗产的保护；本地社区参与规划、发展和运营过程，并得益于此；向游客解释目的地的自然和文化遗产；更适合独立旅行者以及小规模团体的旅游。

11. 安娜·波洛克 (Anna Pollock) 于 1995 年首次提出“再生旅游”，并一直倡导旅游业向更加综合和整体的方法转型。EarthCheck 非营利性组织与格里菲斯旅游研究所 (Griffith Institute for Tourism) 提出再生旅游是“旅游部门的利益相关者在移居、游览、居住或在目的地经营时，（通过决策和实践）共同对自然、人类和人为要素进行关怀和监护，以改善和提高这些要素的过程。在此过程中，这些利益攸关方允许这些要素超越其当前的生存条件。”

12.<https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/WEO/2023/October/English/text.ashx>, 国际货币基金组织《世界经济展望》2023 年 10 月

13.<https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng>

世界旅游组织《世界旅游晴雨表》（英文版，第 21 卷，第 1-4 期）

14.<https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng>, 世界旅游组织《世界旅游晴雨表》（英文版，第 21 卷，第 1-4 期）

15.Understanding and Quantifying Mountain Tourism, FAO/UNWTO, Rome/Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284424023>

16.<https://www.ispo.com/en/sports-business/growth-market-sports-tourism-opportunities-organizers-and-brands#!>, Growth Market Sports Tourism: Opportunities for Tour Operators and Brands

17.<https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/global-wellness-institute-2023-global-wellness-economy-monitor/>, 2023 Global Wellness Economy Monitor

18.<http://ko.auberflip.com/i/1497941-2023-north-american-camping-outdoor-hospitality-report/0?>, 2023 NORTH AMERICAN CAMPING & OUTDOOR HOSPITALITY REPORT

19.The Preference Analysis for Hikers' Choice of Hiking Trail, June 2022, Sustainability 14(11):6795

20.<https://www.vanat.ch/international-report-on-snow-mountain-tourism>, 2023 International Report on Snow & Mountain Tourism Overview of the key industry figures for ski resorts

21.https://www.montenius.de/files/montenius/pdf/Top_100_ski_areas_worldwide_201920_web.pdf, Top 100 Ski Areas Worldwide 2019-2020

22.<http://ko.auberflip.com/i/1497941-2023-north-american-camping-outdoor-hospitality-report/>, North American Camping & Outdoor Hospitality Report 2023

23.<https://library.wmo.int/records/item/66214-state-of-the-global-climate-2022>, 世界气象组织 (WMO) 发布的《2022 年全球气候状况报告》

24.Töglhofer, C., Eigner, F., & Pretenthaler, F. (2011). Impacts of snow conditions on tourism demand in Austrian ski areas. Climate Research, 46(1), 1-14.

25. Falk, M. (2013b). Impact of long-term weather on domestic and foreign winter tourism demand. *International Journal of Tourism Research*, 15(1), 1–17.
26. Falk, M., & Lin, X. (2021). Time-varying impact of snow depth on tourism in selected regions. *International Journal of Biometeorology*, 65(5), 645–657.
27. Beaudin, L., & Huang, J. C. (2014). Weather conditions and outdoor recreation: A study of New England ski areas. *Ecological Economics*, 106, 56–68.
28. Joksimovic, M., Gajic, M., Vujadinovic, S., Milenovic, J., & Malinic, V. (2021). Artificial snowmaking: Winter sports between state-owned company policy and tourist demand. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45(7), 1170–1187.
29. Francois, H., Morin, S., Lafaysse, M., & George-Marcelpoil, E. (2014). Crossing numerical simulations of snow conditions with a spatially-resolved socio-economic database of ski resorts: A proof of concept in the French Alps. *Cold Regions Science and Technology*, 108, 98–112.
30. Falk, M., & Steiger, R. (2018). An exploration of the debt ratio of ski lift operators. *Sustainability*, 10(9), 2985.
31. The Economic Sustainability of Snow Tourism: The Case of Ski Resorts in Austria, France, and Italy, *Sustainability* 2018, 10(9), 3012
32. Moreno-Gene, J., Sanchez-Pulido, L., Cristobal-Fransi, E., & Daries, N. (2018). The economic sustainability of snow tourism: The case of ski resorts in Austria, France, and Italy. *Sustainability*, 10(9), 3012.
33. Falk, M. (2013b). Impact of long-term weather on domestic and foreign winter tourism demand. *International Journal of Tourism Research*, 15(1), 1–17.
34. Berard-Chenu, L., Cognard, J., Francois, H., Morin, S., & George, E. (2021). Do changes in snow conditions have an impact on snowmaking investments in French Alps ski resorts? *International Journal of Biometeorology*, 65(5), 659–675.
35. Falk, M., & Vanat, L. (2016). Gains from investments in snowmaking facilities. *Ecological Economics*, 130, 339–349.
36. Gonseth, C. (2013). Impact of snow variability on the Swiss winter tourism sector: implications in an era of climate change. *Climatic Change*, 119(2), 307–320.
37. Moreno-Gene, J., Daries, N., Cristobal-Fransi, E., & Sanchez-Pulido, L. (2020). Snow tourism and economic sustainability: the financial situation of ski resorts in Spain. *Applied Economics*, 52(52), 5726–5744.
38. Scott, D., Gössling, S., & de Freitas, C. R. (2008b). Preferred climates for tourism: case studies from Canada, New Zealand and Sweden. *Climate Research*, 45(1), 61–73.
39. Steiger, R., Abegg, B., & Janicke, L. (2016). Rain, rain, go away, come again another day. Weather preferences of summer tourists in mountain environments. *Atmosphere*, 7(5), 63.
40. Smith, J. W., Wilkins, E., Gayle, R., & Lamborn, C. C. (2018). Climate and visitation to Utah's "Mighty 5" national parks. *Tourism Geographies*, 20(2), 250–272.
41. Maniatis, S., Nastos, P. T., Moustris, K., Polychroni, I. D., & Kamoutsis, A. (2020). Human thermal sensation over a mountainous area, revealed by the application of ANNs: the case of Ainos Mt., Kefalonia Island, Greece. *International Journal of Biometeorology*, 64(12), 2033–2045.
42. Buckley, L. B., & Foushee, M. S. (2012). Footprints of climate change in US national park visitation. *International Journal of Biometeorology*, 56(6), 1173–1177.
43. Poudyal, N. C., Joshi, O., Hodges, D. G., Bhandari, H., & Bhattarai, P. (2021). Climate change, risk perception, and protection motivation among high-risk individuals: A case study of the Nepalese population. *Journal of Environmental Psychology*, 73, 102280.

- altitude residents of the Mt. Everest region in Nepal. *AMBIO*, 50(2), 505–518.
44. Fernandes, F. (2016). Built heritage and flash floods: hiking trails and tourism on Madeira Island. *Journal of Heritage Tourism*, 11(1), 88–95.
45. Access routes to high mountain huts facing climate-induced environmental changes and adaptive strategies in the Western Alps since the 1990s, *Norsk Geografisk Tidsskrift* 73(4):1-14
46. Sanders, D., & Laing, J. (2009). In the line of fire: The challenges of managing tourism operations in the Victorian Alps. *Tourism Review International*, 13(4), 223–236.
47. Moreau, M. (2010). Visual perception of changes in a high mountain landscape: the case of the retreat of the Evettes Glacier (Haute-Maurienne, northern French Alps). *Géomorphologie: Relief, Processus, Environnement*, 16(2), 165–174.
48. Purdie, H., Hutton, J. H., Stewart, E., & Espiner, S. (2020). Implications of a changing alpine environment for geotourism: A case study from Aoraki/Mount Cook, New Zealand. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism-Research Planning and Management*, 29, 100235.
49. Mourey, J., Ravanel, L., Lambiel, C., Strecker, J., & Piccardi, M. (2019). Access routes to high mountain huts facing climate-induced environmental changes and adaptive strategies in the Western Alps since the 1990s. *Norsk Geografisk Tidsskrift-Norwegian Journal of Geography*, 73(4), 215–228.
50. Welling, J., Arnason, T., & Olafsdottir, R. (2020). Implications of climate change on nature-based tourism demand: A segmentation analysis of glacier site visitors in Southeast Iceland. *Sustainability*, 12(13), 5338.
51. <http://media.wtcf.org.cn/M00/03/0C/rBFuWRd8dGAGseaAFeWgR4oQQ071.pdf>, 世界旅游经济趋势报告 (2023) , 世界旅游城市联合会
52. In search of a digital nomad: defining the phenomenon, *Information Technology & Tourism* 22(2)
53. <https://www.projectuntethered.com/digital-nomad-statistics/>, 71+ Digital Nomad Statistics & Trends
54. <https://guidetonext.publicissapient.com/outlook-2023/travel-dining/how-hospitality-brands-can-build-loyalty-through-metaverse-technology>, How Hospitality Brands Can Build Loyalty through Metaverse Technology
55. <https://www.conservation.org/priorities/biodiversity-hotspots>, BIODIVERSITY HOTSPOTS: Targeted investment in nature's most important places
56. <https://darksky.org/places/>, All International Dark Sky Places
57. <https://firstnaturetours.com/kayaking/>, First Nature 公司官方网站
58. http://about.china.com.cn/2022-02/21/content_78062131.htm, 冰雪小城的华丽蜕变
59. <http://www.chonglihuaxue.cn/info.asp?id=49>, 云顶滑雪场价格体系及雪道参数介绍和雪道总览图
60. <http://info.hebei.gov.cn//hbszfx/gk/6806024/6807473/6918743/6921361/7028681/index.html>, 抓落实, 见行动——河北: 发展后奥运经济, 崇礼滑雪场开启“夏热”
61. <http://www.hebei.gov.cn/hebei/14462058/14471802/14471750/15438583/>, 张家口加快打造新经济增长极
62. <https://www.seattle.gov/cityarchives/seattle-facts>, 西雅图政府网站的统计数据频道
63. <https://visitseattle.org/>, 西雅图官方旅游网站
64. <https://www.seattlenorthcountry.com/things-to-do/outdoor-activities/>, 西雅图北部地区户外活动专题网站, 该地区是西雅图都市区的户外运动集聚区
65. <https://www.kws.go.ke/>, MOUNT KENYA NATIONAL PARK & RESERVE
66. <https://whc.unesco.org/en/list/800/>, Mount Kenya National Park/Natural Forest

67. <https://www.kenyasafari.com/mount-kenya-national-park-guide.html>, Kenya Destination Guide: Mount Kenya National Park

68. <https://reports.thedyrt.com/2023-camping-report/>, 2023 Camping Report: Camping demand is at an all-time high.

69. <https://koa.com/north-american-camping-report/>, North American Camping & Outdoor Hospitality Report 2021-2023

70. <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts/>, GLOBAL WELLNESS ECONOMY STATISTICS & FACTS

71. Waldbaden und Waldtherapie als innovative Ansätze mit gesundheitsförderndem Potenzial, Schweizerische Zeitschrift für Forstwesen (2022) 173 (1): 4–9.

72. <https://www.blackforest-highlights.com/experience/wellness>, the official website of SCHWERZWALD BLACK FOREST

73. “森林浴”、“森林疗法”与社会教育：包括历史依据和实例在内的国际比较，北星学园大学社会福祉学部北星论书第 55 号（2018 年 3 月）

74. <https://hoshinoya.com/karuizawa/en/>, LUXURIATING IN THE NATURAL COMFORTS OF KARUIZAWA

75. <http://berberadventures.com/>, the official website of Berber Travel Adventure

76. <https://atlasmountainsguide.com>, the official website of atlas mountains guide

77. <https://www.geilo.com/en/sustainable-destination>, Geilo as a Sustainable Travel Destination

78. <https://www.visitnorway.com/places-to-go/eastern-norway/geilo/>, WINTER IN GEILO: A true winter wonderland

79. Strategic Success in Winter Sports Destinations: A Sustainable Value Creation Perspective, Tourism Management 22(5):445-461

80. <https://whc.unesco.org/en/list/274/>, Historic

Sanctuary of Machu Picchu

81. Tourism and Culture Partnership in Peru: Models for Collaboration between Tourism, Culture and Community, Copyright © 2016, World Tourism Organization (UNWTO)

82. A possibility of sustainable tourism development in Llaquepata community, Cusco, Peru, Jiří Schneider, Tereza Macháčková, Conference: Public recreation and landscape protection – with nature hand in hand At: Křtiny

83. 体育旅游视角下国家公园与户外运动项目的发展研究——以四姑娘山双桥沟为例, 王青友、翟亮、沈宏宇、周游、李春燕, 《当代体育科技》2020 年 (第 10 卷) 第 27 期

84. http://www.ctnews.com.cn/paper/content/202109/23/content_59706.html, 四姑娘山打造国内首个全业态山地户外型世界旅游目的地, 探索高原地区创新驱动生态示范高质量发展

85. <https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20067608/n20067635/c24922410/content.html>, 自然资源赋能, 户外运动喜迎春风

86. <https://grindelwald.swiss/de/winter/sehen-und-erleben/wellness-baden/wellness/>, Wellness im Berner Oberland

87. Early Tourism in New Mexico: A Primitivist Pastime or a Tool of Integration?, The Cultures and Politics of Leisure, 05/2017

88. Perception of Authenticity of Tourist Art among Native American Artists in Santa Fe, New Mexico, International Journal of Tourism Research 10(5):453 - 466

89. <https://www.santafe.org/>, the official website of Santafe City

90. <https://snowcatridge.com/>, the official website of Snowcatridge project