

评论 台湾 深度

## 攀登8000公尺高峰的掠影浮光：商业化浪潮下，探险精神何去何从？

近年攀登8,000公尺高峰蔚为国际风潮，背后的商业化议题，却使得舆论莫衷一是。究竟我们该如何看待“探险精神”呢？



2017年1月27日，尼泊尔，雪巴人在珠穆朗玛峰小径上背负著行装。摄：Godong/Universal Images Group via Getty Images

城市山人 | 2022-08-23

曾格尔 世界高峰 无氧攀登 深度 登山 台湾 评论

(城市山人，本名董威言，作家、登山者，著有《登一座人文的山》))

2021年，一个名字在台湾登山社群逐渐被注意到，旋即引起媒体的高度关注。这个名字之所以被形容为“横空出世”，在于无论是过往台湾人曾登顶、或未登顶的8,000公尺世界高峰，如今都一一印上了她脚上的冰爪足迹，甚至在其中几座高峰——安纳普纳峰（Annapurna）、乔戈里峰（Qokori，K2）、加舒布鲁一峰（Gasherbrum I，G1）、加舒布鲁二峰（Gasherbrum II，G2）等——还以艰难的无氧方式（不使用任何氧气补给装备）登顶，如秋风扫落叶般地速度独力推进台湾的海外攀登史。

她是29岁的台湾女性登山者曾格尔（Grace Tseng），目标是成为全球最年轻完成14座8,000公尺山峰的第一人。截至2022年8月，她只剩倒数两座。迄今史上最年轻完攀14座8,000公尺山峰的纪录保持人，是来自尼泊尔的明玛·大卫·雪巴（Mingma David Sherpa）在30岁6个月时达成的纪录。

不过随著媒体报导的推波助澜，不同的声音逐渐浮现，有人调查曾格尔的家世背景，也有人批评她名不属实，认为她达成这些创举并非真正的探险精神；批评者有之，捍卫者有之，台湾登山社群也为此有番辩论。

同样身为憧憬高山的登山者，我钦佩她向外闯荡的勇气与创下的登顶纪录，而她挑战无氧与快速攀登的运动表现也有目共睹。然而事实上，国际上志在完攀14座高峰的登山者大有人在，而且多数为商业模式下的“客户”身分，使得“成就”下的光芒不免黯淡。我们该如何统合两股针锋相对的意见，成为一道待解的思辨难题。

以下，我尝试透过本文，从登山史出发介绍8,000公尺攀登的陌生世界，以及再次探索我们对“探险精神”的想像。







加舒尔布鲁木II峰（Gasherbrum II）。摄：hubert ayasse/Sygma via Getty Images

## 高海拔登山运动的推移与转变

登山从不缺追求个人名声的动机，但在过去，攀登8,000公尺的山峰更大的意涵在于“国族荣耀”，一人登顶即代表全队与国家的胜利，因此具有注重团队合作与患难与共的文化。>

先民为生存迁徙四方，军队与商人则以最短路径穿越山隘为需求，登顶从来都非必要之务，直到西方历经文艺复兴后的数波思潮与社会变迁，不只索叙尔（Ferdinand de Saussure）、洪堡德（Alexander von Humboldt）等学者奉科学之名攀登高峰，浪漫主义者同时还在工业之火的烟硝中瞥见阿尔卑斯山脉的壮美（sublime），登山运动在19世纪中叶于焉问世，并成为席卷全球的现象，最后在20世纪初抵达了世界的屋脊——横跨亚洲大陆的喜马拉雅山脉与较北的喀喇昆仑山脉。

这段历史，除了昔时以“脱亚入欧”为主轴的明治维新日本外，对于现代化姗姗来迟、文化迥异的东亚来说显得遥远而陌生。当广大人民尚苦于战乱、饥馑、灾荒，亦或受到高压统治之时，登上遥远山巅毫无可能与意义可言。而随著时间的巨轮转动，受惠于现代化与经济成长的福泽，人们逐渐向山举目，踏上路程不一的登山健行行程；最引人瞩目者，莫过于14座超过8,000公尺以上的山峰，可谓“搜集山头”（peak bagging）的最高成就。

回顾过去西方登山运动的样貌，我们也会发现一段执著于登顶的历史：1865年的马特洪峰首登，是同样来自大英帝国的温珀（Edward Whymper）与廷德尔（John Tyndall）间的同胞内战；1930年代的喜马拉雅山脉，成为帝国主义下英国、美国、纳粹德国间彼此彰显国威的登山擂台；1950年代迎来各国首登8,000公尺山峰的热潮，而后极简攀登风格“alpine style”崛起，纯粹派的登山者开始追求完全自给自足的境界。若观察众多登山创举的本质，即是自立自强挑战未知与极限的精神。

虽说登山从不缺追求个人名声的动机，但在过去，攀登8,000公尺的山峰更大的意涵在于“国族荣耀”，一人登顶即代表全队与国家的胜利，因此具有注重团队合作与患难与共的文化。欲参加远征队伍的成员，皆

需要经过缜密的审查，唯有一国之中的佼佼者才有资格入选，不然除降低队伍登顶的成功率外，在危险情况甚至会连累队友的性命。古早年代的远征行程难度极高，缺乏气象预报、无即时通讯工具、也欠缺可依赖的图资，且交通距离冗长、装备与食粮笨重而粗糙、成本高昂，诸多劣势一时不可胜数，一般大众几乎不可能成为远征队中的一员。

时序来到1990年代，西方商业登山向导公司在圣母峰拓展生意，协助那些慕名而来的客户登上世界第一高峰。从历史来看，西方登山者最初进入尼泊尔与巴基斯坦之时，普遍雇用地方居民背负大量辎重并协助登山行程，工作内容从基本的“搬运工”（porter）到直接辅助攀登的“雪巴人”（Sherpa）皆有。尔后，以尼泊尔雪巴人为首的族群逐渐从西方登山队伍习得技能，并自行开业承揽业务，成为现在我们所见的本地商业向导公司，不只直接受政府观光部门的管辖，更是国家眼中的金鸡母、摇钱树。

## 台湾登山者曾格尔攀登8000公尺高峰纪录

无氧攀登

- 2022.08.11 加舒布鲁一峰 (Gasherbrum I, G1)
- 2022.08.08 加舒布鲁二峰 (Gasherbrum II, G2)
- 2022.07.28 布罗德峰 (Broad Peak)
- 2022.07.22 乔戈里峰 (Qokori, K2) —— 8611m
- 2022.07.01 南迦帕巴峰 (Nanga parbat, G1) —— 8215m
- 2022.05.12 马卡鲁峰 (Makalu) —— 8463m
- 2022.04.28 安纳普纳峰 (Annapurna I) —— 8491m
- 2021.10.16 干城章嘉峰 (Kanchenjunga) —— 8586m
- 2021.10.01 道拉吉里峰 (Dhaulagiri) —— 8167m
- 2021.05.23 洛子峰 (Lhotse) —— 8516m
- 2021.05.12 圣母峰 (Mount Everest) —— 8848.86m
- 2019.09.28 马纳斯卢峰 (Manaslu) —— 8163m



近年来，国际登山社群兴起搜集攀登14座8,000公尺高山的风潮，或许可追溯至2019年，尼泊尔裔英国籍登山者普尔加（Nirmal Purja）以6个月6天创下的最快完攀纪录，其获得的巨大全球曝光效应，成为推动新一波登山观光的巨大动力。虽然登山者的出发点不尽与普尔加相关，但以下仍列出正在途中的的数几位人物：台湾除了曾格尔之外，还有吕忠翰（果果）和詹乔瑜（三条鱼），挪威的前越野滑雪女子运动员哈里拉（Kristin Harila）正尝试打破普尔加的最快纪录。

此外，加拿大的雅诺夫斯卡娅（Liliya Ianovskaia）以女性高龄攀登著称（62岁），西班牙的超高龄登山者卡洛斯（Carlos Soria Fontán，83岁）自1990年开始攀登，现在剩下两座；巴基斯坦的卡希夫（Shehroze Kashif，20岁）和英国的女性布朗里（Adriana Brownlee，21岁）同在争取最年轻完登纪录，尼泊尔的女性登山者巴桑拉姆（Pasang Lhamu Sherpa Akita）、达瓦杨祖（Dawa Yangzum Sherpa）等亦在挑战者之列；最后，中国大陆的何静据推测也在挑战以无氧方式完成。

以上所提及的几位登山者大部分为女性，原因为何？首先，是近来吹起扭转男性（尤其是白人）称霸高海拔攀登的风潮；其次，从争取品牌赞助的角度来看，基于过往女性登山者数量较少，在“纪录”上也比较有可操作的空间，所以因应宣传与募资的商业市场游戏规则，进而产制出依据国籍、性别、年龄、肤色、种族、季节、无氧、连登多峰时间纪录等多种排列组合的行销题材。山不会在乎上来的是谁，但人类社会始终在乎。





台湾女性登山者曾格尔（Grace Tseng）。图：曾格尔Facebook

## 商业化造就的文化断层与参与结构变化

随著高峰一一被登上，追求极限与未知的登山者们益发偏好轻快、低成本的“阿尔卑斯式”（alpine style）风格，他们志在创新，相信登山之乐在于过程、在于个人成长、在于学习技能，登顶则是最终奖励。

若追踪上述几位登山者的Instagram，或会见到他们和皮肤黝黑的伙伴同框合照的画面，他们是谁？其实这就是他们积极募资的原因：向商业登山向导公司购买服务，获得雪巴人的支援（部分情况下甚至是强制配给向导，如圣母峰）。过去他们被埋没于西方人的耀眼成就之下，如今他们是受世界肯定的登山好手，不断带领来自世界各地的客户完成他们的梦想。

就如与纽西兰人希拉里（Edmund Hillary）一同首登圣母峰的雪巴人丹增·诺盖（Tenzing Norgay）所言：“成就伟大，也让其他人伟大”。在商业模式下，绝大多数客户只需专注于身体劳动，诸如规划、开路、架绳、煮食、营务、运补、后勤、交通、风险控管等环节，皆由专业向导公司全程控管，再加上气象预报、通讯器材与轻量装备等辅助，行程难度与过去不可同日而语，让站上8,000公尺的世界群峰之巅，不再是一般大众难以企及的梦想。

在日益发展的商业模式之中，由于客户常态性缺乏攀登经验，过程中不免演变成雪巴人扮演“保姆”般的角色。对雪巴人而言，带越多客户成功登顶，就越能提高自己的经济获益，因此多少也愿意冒更高的风险以赚取更大的报酬。而在商业化环境中，由于客户组成歧异，以往注重团队精神的文化也消失殆尽，高海拔山峰逐渐转变成为实现个人抱负的场域。

有质疑认为，近代西方远征队伍亦常雇用雪巴人，是否同为商业模式？我们需要厘清的是，首先，“商业”指的是登山行程成为市场上可供消费的商品项目，过去在远征队伍稀疏时，并无法达到稳定的供需关系，所以不然。再者，雇用当地人为向导的传统，可以回溯到19世纪的法国霞慕尼，但彼时英国菁英登山者在技术上实则优于地方向导，且目标著重在越来越难攀登的未登峰，迫使向导向客户学习，并逐渐演进为一门正式行业。

高海拔攀登亦然。过去制定计划、统领大局的皆是西方领队，队员各各弓马娴熟，雪巴人仅需听令行事；然而在商业登山模式中，多由经验丰富的雪巴人担任领队一职（雇用西方人领队价格昂贵），变成能力参差不齐的客户需听令行事，所以商品化、领队职责操之谁手、队员的自理能力，均是判断指标。

时至现今，商业化效应根深蒂固，任一座山峰皆可化为网站上明码标价的套装行程，或价钱可议的客制化行程。根据登山部落客阿兰·艾内特（Alan Arnette）的估算，以商业方式攀登圣母峰的价格逐年上涨，以2022而言，随著服务内容不同，一般客户会付出4至5万美金不等代价，最高可达16万美金之谱，几乎等同于买车或买小套房的价格，以及约两个月的攀登时间。

在商业化模式下，对登山者来说，涉及到每人的经济资本与消费门槛，只要你能付更高的价钱就能获得更好的支援——只要有能力加码，登山者即可快速在基地营之间转移、使用更多的氧气瓶、雇用更多的雪巴人，创下更多以往无法想像的纪录，某方面来说就像豪华团。这般“金钱游戏”的形象，即是商业化最常为人诟病的一点。

可想而知，商业化也在登山文化上切出一道巨大断层，大量生产出一批批不同以往的参与者。西方登山运动长年以来的圣杯，即是挑战未知——包含未曾被登上的海拔高度、未曾被登上的山峰、未曾被爬过的路线、未曾被尝试过的攀登方式等——“未知”亦即没有规则可言，不可掌握的变数极多，登山队伍或登山者只能依靠自身能力尝试登顶，甚至要有赌上性命的觉悟。

随著高峰于上世纪中叶——被登上，追求极限与未知的登山者们益发偏好轻快、低成本的“阿尔卑斯式”（alpine style）风格，不使用辅助氧气，以小队伍或独攀的方式向高耸的绝壁、崭新的登顶路线、更快的速度、更冰冷的时节、更新颖的方式发起进击，又或是将目光放至8,000公尺以下的未登峰与路线。他们志在创新，相信登山之乐在于过程、在于个人成长、在于学习技能，登顶则是最终奖励。

相较之下，商业化攀登的受众则是一般民众，两者对探险的想像截然不同，几乎毫无交集；即便偶有龃龉，也是来自如乌鲁布科（Denis Urubko）这类个人风格鲜明的传统登山家，呼吁借助商业模式的登山者“不要将自己吹得太伟大”而已。同样对绝顶高峰怀抱向往，多数人只是想尽可能安全、快速地登上世界最高的山峰之一，然后重返家人的身边或是工作岗位，不必也不需将登山视为一门需不断琢磨的技艺——主观上，随商业队伍登顶高峰，亦是一场跳脱日常且精采绝伦的探险。

就我观之，正因为上述受众差异的缘故，议论冒险精神的是非对错极易徒劳无功。平心而论，人人皆有权选择自己的登山方式，商业何罪之有？真正的核心命题，在于社会对探险的品味与想像。品味需要时间淬炼养成，而身为后来者，我们自不免需要平实地从历史审视并了解这一项异文化的运动，进而思考未来该何去何从。





秘鲁的女性登山者昆卡（Flor Cuenca）更上传了营地有如垃圾场一般的照片，直指大型商业向导公司未负起携出垃圾的责任。图：网上图片

## 从环境与人文反思当代登山运动

来到理应纯净无瑕的世界屋脊，等待我们的却是宛如小镇般的帐篷城、满目疮痍的营地与堆积如山的垃圾。身处人类世，即使投入富含出世与逃避主义色彩的登山活动，却经常体察到文明的影响无远弗届，多么讽刺。

1995年诺贝尔奖得主，荷兰大气化学家保罗·克鲁岑（Paul Crutzen）于2000年提出“人类世”（Anthropocene）概念，随后也被应用到登山运动的研究上。对于与自然环境紧密互动的登山者而言，人类活动对地球的影响可说越演越烈；就在我们照常生活的同时，欧陆热浪使得阿尔卑斯山脉的冰雪快速消融、各地野火频传，过去夏季可攀登的路线落石风险大增，形同封闭。由于气候暖化造成昆布冰河越来越不稳定以及累积的人为污染，尼泊尔政府也正计划迁移圣母峰基地营的位置。气候变迁对于冰雪为主的登山运动，冲击只会越来越明显，更不用提还有越来越多观光客涌入高山环境。

虽然商业登山只是一种攀登方式，但由于今年K2迎来了史上最忙碌的攀登季，世界首次见证了一座先前被



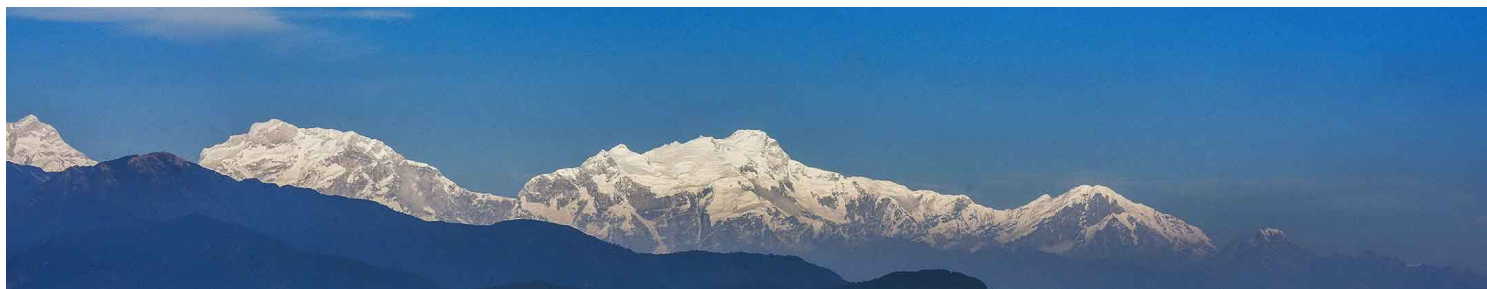
视为极度困难的“狂暴之山”，成为疫情缓和后新一波报复性旅游的目标。不只如同圣母峰一般的排队人龙，出现在8,200公尺处的瓶颈路段（bottleneck），秘鲁的女性登山者昆卡（Flor Cuenca）更上传了营地有如垃圾场一般的照片，直指大型商业向导公司未负起携出垃圾的责任，而台湾登山者詹乔愉亦有观察到此类现象。在可预期的未来中，同样商业模式复制到其他山峰，只是时间早晚的问题而已。

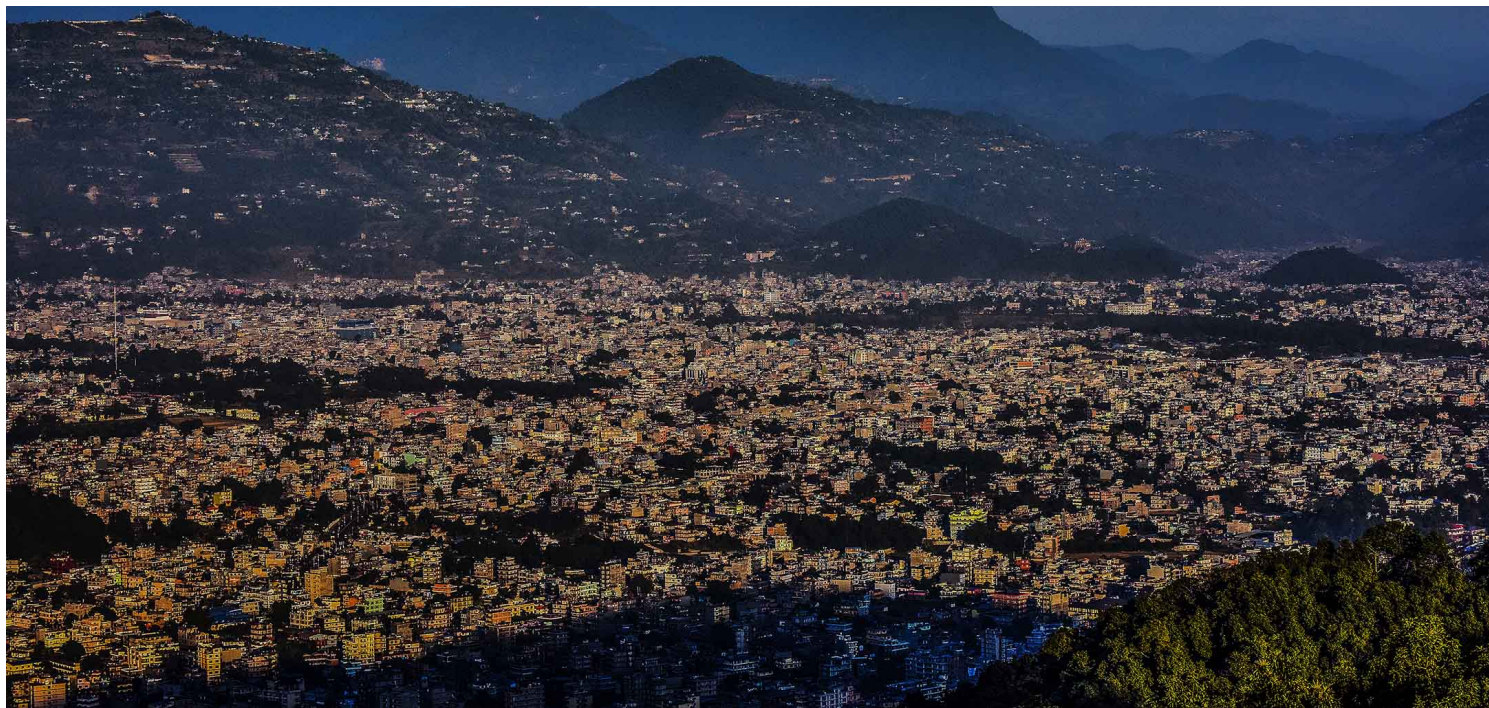
约莫在距今80年前，法国登山家雅克·拉加德（Jacques Lagarde）即反思：“奇怪的是，人类出于对原始自然、身心考验、孤寂与未知的热爱被群山吸引，也在那最终的避难所找到了全部，却会用尽方法消灭所有他曾苦苦追寻的一切。”至今，同样的矛盾依然存在。我们对山的憧憬与向往，竟然化为毁灭的力量；来到理应纯净无瑕的世界屋脊，等待我们的却是宛如小镇般的帐篷城、发出恶臭的沟渠、满目疮痍的营地、堆积如山的垃圾、长长的登顶队伍、怵目惊心的登山者遗体。身处人类世，即使投入富含出世与逃避主义色彩的登山活动，却经常体察到文明的影响无远弗届，多么讽刺。

反思近年海外攀登的风潮，令人想起台湾亦有一段受埋没的登山史，自1980年代起，以同好团体或大学山社的型态挑战海外技术攀登，往后则由户外品牌欧都纳赞助“七顶峰”与“八千米计划”，但后者已经停摆多年。海外攀登的重心，约莫于2002年起逐渐转移到个人、小团体与“国际队伍”上，所谓的国际队伍大多是指商业队伍，多少也反映了海外高峰商业化的趋势，以及传统登山社团的无以为继。这就是为何近年欲登上8,000公尺山峰，或计划摘下“喜马拉雅的王冠”的登山者，大多是以个人为主，而非队伍或代表某个组织。有了便捷的商业服务，最大难关仅有预算与体能两项，甚至可以说攀登热门山峰，已鲜有大费周章自组队伍前往的必要性。

最后，我主张与其攀登高峰可让“让世界看到台湾”，不如说“让台湾看到世界”；与其“将台湾推向世界”，不如说“将世界推向台湾”更具价值。当赞助商与本地媒体使用夸张词汇渲染登顶与纪录，如“征服高峰”、“世界纪录”、“台湾之光”，忙于争取点阅率之余，却易于使人疏忽了如今的商业规模与服务模式，乃是建立于先人开拓未知的胆识与血肉之上，而这才是西方登山运动中的典范，也持续在少数现役登山者与极限运动员的身上发扬光大。我们无权决定他人如何自我实现，但“我们”产生的集体想法，却会决定后世将走上什么样的自我实现道路，以及最终又将通往何方。

无所承先，何以启后？我尊重登山者们挑战自我的方式，但也希望商业化的8,000公尺群峰不是终点，而是建构未来世代对探险想像的起点。究竟社会最终所认同的典范为何，相信历史自会给出答案。





2019年12月8日，尼泊尔博卡拉，安纳普尔纳峰。图：Costfoto/Future Publishing via Getty Images