

TOURISM PLANNING & DESIGN NO.9

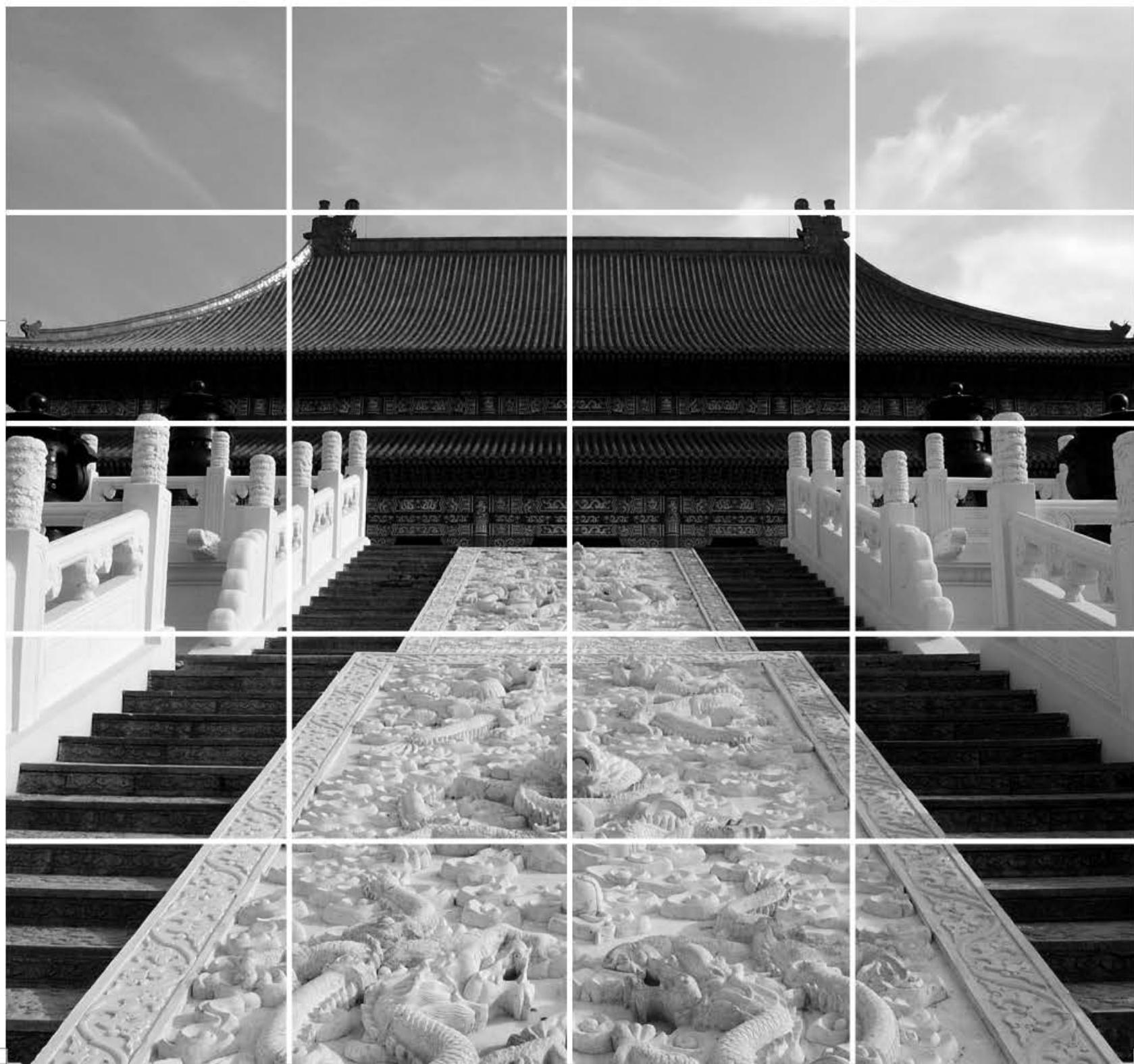
旅游规划与设计 9

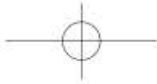
旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理

北京大学旅游研究与规划中心 主编 中国建筑工业出版社 出版

旅游演艺·影视旅游

Tourism Performances & Film-Induced Tourism





卷首语

在各界同时大力推动发展文化产业和旅游产业的今天，文化产业与旅游产业的关系日益密切。从文化产业的角度来看（传统）旅游，有四个紧密交织的视角。其一，以会展、体育赛事、夏令营、影视主题公园、演出等“活动经济”作为主要特点的文化旅游是文化产业的组成部分。其二，文化旅游成为旅游的组成部分，特别是它拓展了传统旅游的深度和广度。其三，部分文化产业门类的产品如实景演出或者室内驻场演出等极大地延长了旅游产业链。其四，植入影视内容成为旅游目的地宣传的最好方式之一。

旅游演艺是结合旅游观光活动的文艺演出，其主要特点是它们往往是作为旅游中的娱乐产品或者是为了延长旅游产业链而创作的。其中，室内外的驻场演出是最主要的产品形态。过去十年中，如“印象刘三姐”等实景演出作为延长旅游产业链的主要演艺产品之一发挥了重要的作用。不过，对于北方而言，由于实景演出受制于半年左右的寒冷天气的制约，因此，业界正在探索具有室外实景演出效果的室内大型驻场演出，就是探索如何在其中借鉴实景演出的许多元素。此外，主题公园、主题公园内的演出和夜间驻场演出的结合也是旅游演出的重要形态之一。不过，和美国拉斯维加斯以演出作为核心旅游产品相比，中国的旅游演出产品多数并不具有作为核心旅游产品的地位，因此未来提升的空间还很大。

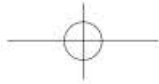
与旅游演艺相比，中国的影视旅游或者影视基地旅游并不发达。相形之下，由于电影产业的快速发展和电视剧的繁荣，通过影视内容中的旅游目的地形象植入带来的旅游推介

效果则更为突出和显著。可以说，除了横店影视基地和少数影视城之外，多数的影视城和影视基地都不太成功，甚至失败的例子远多于成功的案例；许多既没有作为影视基地发挥影视拍摄和时尚旅游目的地作用，也没有发挥文化体验旅游目的地作用。在这方面，中国的影视企业和旅游公司今后不仅需要借鉴好莱坞的经验，而且也需要借鉴环球影城主题公园和迪士尼主题公园的许多做法。通过动画电影来提升主题公园的旅游体验和吸引年轻人，也是我国业界需要向国外学习的。

总之，在我看来，文化旅游正在成为旅游产业的主要的和新的增长点；包括提升旅游演艺品牌和重视提升影视主题公园发展在内的文化产业的发展将极大地推动旅游业的发展。

（陈少峰 北京大学文化产业研究院院长）

2013年9月5日



TOURISM PLANNING & DESIGN NO.9

旅游规划与设计 9

旅游规划 + 景观建筑 + 景区管理
北京大学旅游研究与规划中心 主编 中国建筑工业出版社 出版

目 录



上篇 旅游演艺

旅游演艺发展历程

- 6 我国旅游演艺的发展历程与环境 刘 嫒 杨卫武
- 16 中国古代旅游演艺的类型与作用 朱立新
- 24 中国当代旅游演艺发展综述 袁功勇 林丽琴 陈 静

旅游演艺文化

- 36 感知地域文化的舞台符号
——基于《云南映象》、《印象丽江》与《四季周庄》的对比 张祖群
- 48 华侨城演艺 演绎国之风采——华侨城演艺发展模式探究 周京达
- 56 台湾的旅游表演——发展现况与展望 陈映臻

旅游演艺产业

- 66 “印象·刘三姐”旅游演艺产业发展研究 陆 军
- 74 中国民族文化创意产业可持续发展及旅游演艺品牌“赢”销战略解构 郭洪钧
- 88 北京市演艺旅游的产业化发展战略研究 岳燕祥

下篇 影视旅游

前沿探索

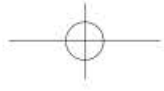
- 94 基于符号学的影视旅游规划探讨 刘 琴 刘滨谊
- 104 聚焦电影主题的旅游目的地：欧洲三大电影节掠影 郝小斐
- 114 韩国影视旅游的成功及其旅游效应分析 曾亚玲

新视角

- 122 论影视基地与地产的关系 陈少峰 黄锦宗 李兴旺

北京大学旅游研究与规划中心 主编
中国建筑工业出版社 出版

旅游演艺·影视旅游



北京市演艺旅游的产业化发展战略研究

A Strategy Study of Beijing Tourism Performance Industry Development

文 / 岳燕祥

【摘要】

演艺旅游的发展使得演艺业获得了新的发展机遇,旅游业的内容得以丰富。对演艺旅游进行产业化的研究,有利于其进一步发展,同时能够有效地发挥演艺旅游对产业的强效带动作用。本文对演艺旅游从定义和特征两个方面进行了界定。通过SWOT-P方法,对北京市演艺旅游产业的发展优、劣势,机遇与挑战以及存在的主要问题进行了分析,明确了北京市发展演艺旅游产业的必要性和可行性。在此基础上,提出了北京市旅游演艺产业的定位及发展战略,创新性地提出了构建北京市演艺旅游产业链的思想及其实现途径。对北京市演艺旅游产业的发展具有一定的参考意义。

【关键词】

演艺; 旅游; 产业; 战略

【作者简介】

岳燕祥 北京交通大学经济管理学院 旅游管理系博士研究生

演艺旅游作为“文化”与“旅游”相融合的产物,以其深厚的文化内涵、生动的表达形式和震撼性的效果日益受到旅游消费者的青睐,同时,由于其强劲的产业带动作用,演艺旅游也成为促进社会经济发展的活力元素。北京市不仅仅是我国的政治、经济中心,也是重要的文化中心和旅游目的地,本文对北京市演艺旅游产业的发展进行了探讨。

1. 概念界定

目前对于演艺旅游的专门研究总体数量较少,研究者多为艺术类院校的从教者或者是从事文化研究的学者,因此,对于演艺旅游的研究也多从艺术创作、文化影响等相关角度切入。演艺旅游尚且没有规范统一的定义,在名称上亦有“旅游演艺”、“旅游展演”、“旅游表演”等多种叫法。经过对相关文献资料的阅读和整理,笔者将演艺旅游重新定义为:

从供给的角度讲,演艺旅游是在旅游目的地范围内开展的,演艺旅游运营商为满足旅游者观赏和游乐需求而组织安排的小型的或大规模的表演、节目、仪式以及其他表演活动;

从需求的角度来讲,演艺旅游是指旅游者通过对目的地某种或多种形式的演出进行观赏,而满足自身对于旅游目的地文化、艺术、民俗等的好奇心理的旅游经历。

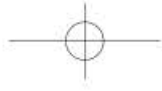
演艺旅游与一般的演艺活动具有一定的共性,也有自身的特点,现将其特征归纳如表1:



图1 厅堂版昆曲《牡丹亭》——杭州富春山居演出剧照 图片来源:北京普罗之声文化传播有限公司提供

表1 演艺旅游的特征

服务对象	旅游者
地域范围	旅游目的地(既指旅游目的地范围内的景区、景点、主题公园,也指此外旅游目的地的范围内的其他空间场所)
展示内容	旅游目的地文化、民俗等
展示形式	歌、舞、杂技、戏曲、舞台剧等多种形式
演出周期	多为长期驻演
艺术表现	多采用歌诗类、章节型的大型歌舞综合表演形式
艺术特征	体现出编演阵容庞大、艺术叙事宏观、音乐舞蹈原创、舞美声光时尚、服装道具华美、演出场地自由、观众层次广泛、市场需求稳定八大特征



2. 北京市发展演艺旅游产业的SWOT-P分析

2.1 S:北京市演艺旅游产业发展的优势

(一) 专业人才荟萃

演艺旅游的发展离不开专业化与复合型的人才。北京以其自身的魅力汇聚了国内外众多的精英,为演艺旅游的发展提供了人才保障。同时,北京也是我国高校数量最为集中的城市,艺术类院校学生是演艺旅游产业发展的力量储备。

(二) 演艺基础奠定

北京市的演艺旅游市场已经取得了一定的发展,从目标市场的角度来看,北京市已经形成了三大类演艺旅游产品,为北京市演艺旅游产

业发展奠定了一定的基础。三类演艺旅游产品分别是:

①以境外市场为主体的剧场依托型品牌旅游演出,例如功夫旅游演艺产品——《功夫传奇》;杂技旅游演艺产品——天桥杂技、朝阳杂技、天地剧场形成“三足鼎立”;京剧旅游演艺产品——梨园剧场、长安大戏院等。

②以国内游客为主体的主题公园和一般景区中的主题表演,例如北京欢乐谷、北京游乐园与石景山游乐园中的演艺;历史文化遗存类景区的主题演艺——皇家粮仓版昆曲《牡丹亭》、北京湖广会馆。

③具有中国特色的餐饮企业的演艺延伸,例如北京之夜、老舍茶馆等。^[1]

(三) 文化底蕴深厚

北京是有着三千年历史的国家历史文化名城。北京在历史上曾为五代都城;并且多民族、多地域的文化经过长期交互,形成了老北京文化或京味儿文化;深厚的历史文化积淀没有禁锢住北京的脚步,新北京向世人展示着新的魅力。

2.2 W:北京市演艺旅游产业发展的劣势

(一) 整合难度大

首先,旅游演艺产品的开发涉及多个环节,如艺术创作、生产、演出、人才培养、综合市场开发等,只有通过强效的产业整合,才能使演艺旅游产业有序、动态、有效地运转起来。而众多环节的存在,给产业整



图2 北京欢乐谷

欧阳勇/摄

合增加了难度。

其次,北京市的表演类节目数量繁多,种类丰富,对于相关演艺节目、演艺团体的整合也是一项高耗费的工作。

(二)投资风险高

精品演艺旅游产品的打造意味着高额的投入,但在回报方面却存在着高度的风险。一方面,旅游产业本身具有强烈的敏感性,外界因素变化对于旅游需求的影响较大;另一方面,北京市文化旅游产品众多,

产品创新速度较快,与演艺旅游产业形成了竞争,加大了演艺旅游产业的风险。

2.3 O: 北京市演艺旅游产业发展的机遇

(一)政府推动政策保障

近年来,我国政府加大了对文化产业及文化创意产业的支持力度。2009年9月26日,国务院常务会议,讨论并原则通过《文化产业振兴规划》^[2]。《规划》中明确提出要重点

发展演艺娱乐等文化产业,要积极促进旅游文化消费。这为演艺旅游的发展提供了良好的政治环境保障。

(二)旅游客源市场稳定

北京市旅游业30年的发展,取得了一定的成就,已经成为重要的旅游目的地并形成了相对稳定的客源市场。2008年全年接待入境旅游者379万人次,其中,外国人335.7万人次,港、澳、台同胞43.3万人次,旅游外汇收入44.6亿美元;全年接待国内旅游者1.4亿人次,国内旅游收入1907亿元,增长8.7%。^[3]

(三)市场需求不断提升

随着人们物质生活水平的不断提高,以及我国接受高等教育的人群不断增多,文化旅游消费需求呈现不断上升趋势。另外,三家消费金融公司的破茧而出,对推动我国扩大内需、刺激消费将产生重要的影响。演艺旅游产业也将因此受益。

表2 演艺旅游产业链的运行模式

生产过程	演艺旅游产品的产生	产业链元素	产业辐射
投入 ↑ 上游 ↓ 生产 ↓ 下游 ↓ 产出 ↓ 下游 ↓ 再产出	原始&融资 (以地域文化、民俗、风情等为创作题材;建立资金保障)	创作团队 咨询机构 投资商	文化创意产业、交通运输业、金融业
	排练&宣传 (演职人员的确定、场地的选定灯光音效道具服装的设计和采购)	培训机构 演出团队 管理公司 广告媒体	建筑行业、灯具、服装、音响生产行业,物流业,印刷业、广电业、化妆品生产业
	销售&公演 (向旅游者展示演艺旅游产品)	营销机构 场地管理	印刷业、餐饮业、交通运输业
	衍生产品 (纪念品、玩具、出版物、音像制品等)	开发团队 工厂 销售代理	文化创意产业、相关制造业

资料来源:在李蕾蕾等《文化产业生产模式——深圳华侨城主题公园个案研究》^[4]基础上,结合相关资料自行创建

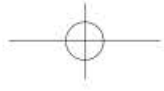
2.4 T: 北京市演艺旅游产业发展的威胁

(一)旅游产品丰富而易造成游客分流

北京市的旅游资源众多,旅游产品丰富,与演艺旅游形成了一定的竞争。旅游演艺产品若不能提供优质的演艺产品并做好市场营销工作,将很难吸引旅游者,或者由于演艺产品的低劣或创新力度不够,将造成已有观众的流失。

(二)外围相似产品具有一定先入优势

《印象·刘三姐》是一个以桂林山水和民间传说刘三姐故事为背景而编排成的国内首个山水民俗实景演艺产品,深圳华侨城主题公园经



日常年上演各种表演节目,至2004年6月,民俗村和世界之窗的大型晚会歌舞节目已经分别创作了10个和11个。以上两个是演艺旅游产品发展较早且成功的典范。经过多年的积淀,已经形成了各自的优势和广泛的市场认可。北京演艺旅游的发展需要具有一定的突破。

2.5 P: 北京市演艺旅游产业发展的问题

基于上述分析可知,北京市演艺旅游产业的发展优势与劣势并存,机遇与挑战同在。北京市演艺旅游产业的发展要实现扬长避短、趋利避害,从而使整个产业有序高效地运转起来关键就是要解决演艺旅游产业链的构建问题。就北京市演艺旅游产业的发展现状来看,可以发现产业要素已经具备,但是产业链条还没得到有效的构建。产业链薄弱大大降低了其强大的产业带动作用,限制了其效益和效率的最大化。

3. 北京市演艺旅游产业的定位及发展战略

3.1 产业定位

北京市演艺旅游产业发展潜力巨大,应当逐步发展成为文化产业与旅游产业融合下最具带动力的产业,成为扭转文化贸易逆差的先锋产业,成为展现北京文化、宣传北京形象的“动态名片”。

3.2 发展战略

(一) 以构建产业链为首要任务

演艺旅游产业具有很强的产业

关联性,产业链的构建意味着将这种关联性转换为产业带动性,从而实现“以一带众”的效果,即通过推进演艺旅游产业的发展而提升整个相关产业群的效益。另外,从演艺旅游产业自身来讲,产业链的构建和有序运转,将有益于演艺旅游产业自身成本的控制、效率的提高以及竞争力的增强。

在综合分析相关研究的基础上,对于演艺旅游产业链的构建提出如下运行模式:

对于北京市演艺旅游产业链的构建,具体建议如表2与下文所述:

① 政府主导

推动相关组织的联合。演艺旅游产业的发展需要众多企业、机构、团体的参与,单个的企业很难进行完善地产业整合,这就需要政府站在总揽全局的高度引导相关的组织,并促成其联合。

给予一定的政策和资金支持。演艺旅游产业的发展既是商业性行为,也有一定的公益性,有益于北京文化和形象的对外传播和塑造,以及丰富人们的精神文化生活。由此,政府应当对演艺旅游产业给予一定的政策和资金支持,尤其是在演艺旅游产品发展的初期阶段,市场还没有形成,对于政府的补贴极为需要。

重视其宏观效益。在多数旅游目的地,演艺旅游被视为能够产生强大经济效益的产业。就这一点,政府部门对于演艺旅游产业所创造的经济效益不能直接关注于票务收入上,而应宏观地看待其强大的产业带动性所引发的整个北京经济的提升。

② 市场运作

北京市演艺旅游产业的发展要

在政府主导下,充分发挥市场的调节机制,由市场来引导资源的配置。市场调节能灵活地反映和调节市场供求关系,引导生产和消费,促使企业按市场需求进行生产和经营;可以促进企业开展竞争,实现优胜劣汰;可以激励企业积极性,使经济具有生机和活力。

③ 集团化经营

演艺旅游产业涉及众多企业,适合集团化经营,这里特别强调大型旅行社参与组建北京市演艺旅游产业集团的组建,形成休戚与共的关系,从而为北京市的演艺旅游提供良好的营销渠道和充足的客源保障。集团化经营有如下优势:资源共享,节省成本和费用;优势互补,提升企业的运作和管理效率;提高企业创新能力和综合竞争能力。

2009年5月27日,北京演艺集团成立揭牌仪式在歌华大厦举行,标志着融艺术创作、生产、演出、人才培养、综合市场开发为一体的北京文化企业旗舰正式诞生。该集团提出了与旅游业融合的战略。但是就目前的集团构成来看,仍是围绕演艺产品的企业。

④ 专业化管理

我国演艺旅游在探索发展中,逐渐形成了一些具有一定经营和管理经验的企业。北京市演艺旅游产业的发展,应当在集团化经营的基础上,引进专业化的管理公司。

华侨城集团和天创国际演艺制作交流有限公司在旅游演艺方面经过多年的探索与实践,积累了丰富的经验,形成了专业化的管理团队。目前,华侨城已经在旅游演艺的总体策划和生产环节上的各种服务、培

训和管理等方面逐步形成向外输出的优势。“天创公司”是经中华人民共和国文化部批准成立的国家A级演出实体机构,专门从事大型演艺项目策划制作与国际演艺项目经纪,有实力雄厚的香港中旅投资有限公司与深圳锦绣中华发展有限公司联合投资组建。这两家都是可以考虑的专业化管理公司。

⑤ 版权自主

演艺旅游产品的开发,知识产权的保护至关重要。版权自主下,对于品牌建设以及衍生产品的进一步开发具有积极的意义。

⑥ 专家顾问制

演艺旅游涉及的产业和环节众多,集团可实行专家顾问制,在实现人力资源成本控制的同时,为企业的重要战略决策保驾护航。

(二)以“彰显帝都气魄,传达京味儿民风,展现新北京魅力”为主题

北京有着深厚的文化底蕴和多元化的文化特色,从旅游者对北京文化的好奇和向往的方面来讲,北京的文化主要体现在三个方面,即帝都文化、老北京市井文化和新北京文化。故在此提出北京市演艺旅游产业应当以“彰显帝都气魄,传达京味儿民风,展现新北京魅力”为主题,深刻挖掘北京的文化,开发创作演艺旅游产品。

(三)以“动态名片”为指导思想

演艺旅游产品整体构成北京市

的一张“动态名片”,将北京的文化、形象展示在世人面前。“动态名片”的指导思想主要体现在如下方面:

①以整个北京为背景,以旅游演艺为字迹

“动态名片”的指导思想要求将整个北京城作为名片的背景,演艺旅游产品为跃然“纸”上的字迹,背景与文字巧妙相结合,可以强化旅游者的感知,完美地传递着北京的信息。

②主次分明,信息全面

北京市演艺旅游的发展需要打造核心产品,核心产品应当为综合性大型旅游演艺产品,构筑或者改建专门的演艺场馆,实行常年驻演。以核心产品作为“动态名片”上的主要信息,需强化突出。

同时,应当在部分代表性的旅游景区或景点以及对外的其他旅游场域进行小规模演艺活动,对核心演艺产品起到辅助作用,使得“动态名片”的信息更加丰富。另外,这种小型的演出可以起到活化旅游场域的作用,从而增强该场域的旅游吸引力。

(四)以艺术性与商业性相融合为表达方式

演艺旅游产品的开发需要注意受众的问题。演艺旅游产品的受众即旅游者,然而旅游者具有混杂性,文化层次、艺术偏好及欣赏水平参差,所以演艺旅游产品的创作需要

注意艺术性与商业性相结合,争取“雅俗共赏”、“叫好又叫座”。

综上所述,北京市演艺旅游产业的进一步发展,首先,要通过政府主导、市场运作、集团化经营、专业管理、注重版权和采纳专家顾问制等来实现北京市演艺旅游产业链的构建;同时,在战略选择上,以“彰显帝都气魄,传达京味儿民风,展现新北京魅力”为主题,以“动态名片”为指导思想,以艺术性与商业性相融合为表达方式,从而使北京市演艺旅游产业逐步发展成为文化产业与旅游产业融合下最具带动力的产业,成为扭转文化贸易逆差的先锋产业,成为展现北京文化、宣传北京形象的新形式。

参考文献

- [1] 陈颖颖. 北京旅游演艺产品开发研究. <http://www.chinaly.ch.cn>
- [2] 新浪新闻中心.《文化产业振兴规划》发布(全文). <http://news.sina.com.cn/c/2009-09-26/173018733147.shtml>.
- [3] 国家统计局.北京市2008年度统计公报. http://www.stats.gov.cn/tjgb/ndtjgb/dfndtjgb/t20090211_402548981.htm
- [4] 李蕾蕾等.文化产业生产模式——深圳华侨城主题公园个案研究.《旅游科学》,2005(12).