

看風景也看演出 來旅遊更來花錢

在陝西，《長恨歌》《駝鈴傳奇》等經典劇目長演不衰，大唐不夜城、長安十二時辰等以演藝為主要內容的景區受到全國遊客追捧；在湖南，張家界本土民俗大戲《魅力湘西》成為張家界旅遊的必看節目；在廣西，以山水實景演出的《印象·劉三姐》與桂林山水齊名……在內地，越來越的旅遊景區推出代表性的旅遊演藝節目，令眾多中外遊客在欣賞美景的同時，也為中國文化所深深吸引。文旅演藝，不僅為景點增添了新元素，吸引了更多遊客，同時也帶動了酒店、餐飲、民宿等周邊的產業，成為拉動消費的新引擎。

◆香港文匯報記者 張仕珍 西安報道

舞劇《長恨歌》將歷史故事與實景演出相結合，如今不僅是陝西旅遊的金牌名片，亦是中國旅遊文化創意產業的典範之作。在近期公布的2023全國演出市場「社會效益和經濟效益相統一」十大精品演出名單中，《長恨歌》名列其中。據了解，自2006年公演以來，《長恨歌》已累計演出5,000餘場，觀演人數超過1,000萬人次，累計收入逾22億元(人民幣，下同)。

《長恨歌》舞劇助景區營收轉向多元

談及舞劇《長恨歌》的發展，陝西華清宮文化旅遊有限公司黨委副書記、《長恨歌》藝術團團長王文彥告訴記者，2005年以前，華清宮雖是國家首批5A級旅遊景區，但經營模式單一，主要依賴門票經濟。「傳統景區的旅遊產業結構急需升級突破，於是我們將着重點和出發點放在了文化與旅遊融合發展的思路上來。」

2006年，內地首部大型實景歷史舞劇《長恨歌》面世。它的出現，讓華清宮這個傳統旅遊景區升級為歷史文化體驗式旅遊景區，直接促進了景區文化旅遊產品和旅遊消費的結構升級。據陝西華清宮文化旅遊有限公司副總經理聶慶林介紹，19年來，《長恨歌》累計實現收入逾22億元，並帶動周邊酒店、民宿、康養、文旅綜合收入超過70億元。

二十屆三中全會提出，要完善意識形態工作責任制，優化文化服務和文化產品供給機制，健全網絡綜合治理體系，構建更有效力的國際傳播體系。聶慶林表示，「這對於我們文旅單位來說，無疑指出了更加明確的發展方向。」

產業鏈持續發展 催生演藝公司

瞄準旅遊演藝市場的前景，2015年，陝西旅遊集團朗德演藝有限公司應運而生，主要從事國內外旅遊演出項目投資、策劃及運營管理等相關業務。公司執行董事、總經理張晶告訴記者，自成立以來，朗德演藝已成功推出《出師表》《紅色娘子軍》《絲路之聲》等一系列演藝作品，獲得了業界專業人士的稱讚與認可。而且通過深挖歷史文化內涵，助推了陝西文旅產業的發展。

2021年，由陝旅集團朗德演藝與美國百老匯合作的首部音樂劇《絲路之聲》進行全球首演，開創了「音樂劇+旅遊」的全新演藝模式。常態化駐場演出一年多來，《絲路之聲》已演出300餘場，累計接待遊客近14萬人次。「我們通過『引進來』的方式，讓遊客不出國門便能欣賞到百老匯音樂劇，大家也非常喜歡這樣一種全新的體驗。」張晶說。

《絲路之聲》採取「巡演+駐演」的方式運營，一方面吸引遊客前往絲路歡樂世界劇場觀看體驗，另一方面也通過「走出去」巡演，讓更多觀眾通過這部原創國風百老匯音樂劇，感受中華文化的獨特魅力。

「今年5月，我們和美國百老匯倪德倫環球娛樂公司再次簽約，將就《絲路之聲》國際巡演和登上百老匯舞臺展開新一輪合作。」張晶說，未來，朗德演藝還將攜手意大利威尼斯推出「雙城雙演」的大型實景演出巨製《馬可·波羅》，用觀演互動的方式讓觀眾跟隨馬可·波羅的行走足跡，感受「一帶一路」沿線國家的文化藝術風貌，謳歌絲路開拓精神。

文旅演藝 助力內地消費



◆文旅演藝成為不少城市吸引旅客的王牌之一。圖為早前舉行的2024西安絲綢之路國際旅遊博覽會文旅表演。

香港文匯報陝西傳真



◆遊客著漢服打卡西安大明宮國家遺址公園。

香港文匯報陝西傳真



◆西安城牆景區的秦腔演出，吸引眾多遊客觀看。

香港文匯報陝西傳真

內地部分省市旅遊演藝精品

項目所在地	項目名稱
北京市朝陽區	北京世園公園草莓音樂節
河北省秦皇島	阿那亞演藝
山西省晉中市	《又見平遙》
上海市靜安區	《時空之旅》
江蘇省蘇州市	《遊園驚夢》
浙江省杭州市	《宋城千古情》
湖南省張家界市	《魅力湘西》
廣東省廣州市	《長隆國際大馬戲-魔幻傳奇II》
廣西壯族自治區桂林市	《印象·劉三姐》
陝西省西安市	《長恨歌》

資料來源：國家文化和旅游部2023年公布全國旅遊演藝精品名錄入選項目名單

旅遊演藝未來發展趨勢

- 1、沉浸式旅遊演藝將在未來快速普及並日益成為主流演出
- 2、旅遊演藝產品加速差異化，針對各自擁有的旅遊資源定制化
- 3、旅遊演藝將與人工智能融合，創造全新的自動化演出形式

資料來源：智研諮詢



◆張晶



◆《長恨歌》中「唐明皇」與「楊貴妃」相會於鵲橋場景。

優化供給機制 作品「常改常新」

聶慶林告訴記者，《長恨歌》秉持「常改常新」的理念，每年投資1,000萬元用於升級改造。

如今的《長恨歌》已形成「粉絲效應」。我們在旅遊攻略和網絡調研中發現，回頭客或通過朋友推薦的遊客已經佔到觀眾的三分之二以上，觀看《長恨歌》演出已成為許多遊客到陝西旅遊必須完成的打卡項目之一。」聶慶林說。

《絲路之聲》亦是如此。張晶告訴記者，他們會定期對劇本、舞美設計等方面進行打磨優化，確保演出質量。「為了吸引年輕觀眾，現在很多演出都加入了AR、VR技術，創造沉浸式

的演出體驗，這也是我們堅持在做的。」張晶說，要通過最前沿的文旅演藝科技，帶給觀眾不一樣的體驗。

「今年我們將拓展新賽道，發揮景區管理、旅遊演藝、華清御湯品牌的優勢，與周邊療養院酒店合作，強化「景區+酒店」的有效融合，共同發力中國旅遊市場。」聶慶林介紹，他們還將打造極具特色的唐文化主題樂園，打造「芙蓉天街」商業文旅消費聚集區，常態化開展「唐·上元節」夜遊等活動等，並深入參與臨潼區相關文旅項目的運營，延伸旅遊產業鏈，擴大華清旅遊生態圈。

「演藝+」成大趨勢 控質同時控成本

隨著演藝事業的發展，如今的華清宮已經形成了以華清旅遊為母品牌，華清宮、華清演藝、華清御湯、華清文創、華清管理為子品牌的「一母五子」品牌發展體系，在景區轉型、經營創新、管理提升等方面取得了重要突破。其品牌影響力也不斷增強。

「我們先後與河北省山海關老龍頭、甘肅省鳴沙山月牙泉、貴州省荔波小七孔、陝西省白鹿原影視城、陝西省少華山、河北省易水湖度假區、紹興柯岩《魯鎮故事》演藝項目、山東《泰安秀都》項目、揚州響頭項目等十餘家旅遊企業及旅遊管理部門合作，使華清宮、華清演藝、華清管理、華清旅遊等管理體系得以不斷輸出。」聶慶林告訴記者，華清宮的目標是打造內地文旅融合的先鋒企業。

除了演出本身，華清宮還計劃通過舉辦文化藝術節、論壇、研討會等活動，進一步豐富《長恨歌》的文化生態，吸引更多參與者和合作夥伴，實現業務的多元化發展。同時，圍繞《長恨歌》IP，開發與之相關的文創產品、旅遊紀念品等，通過線上線下多渠道銷售，實現產業鏈的有效延伸。

積極拓展門票以外收入

面對激烈的市場競爭，張晶坦言，當前旅遊演藝最直接的、主要的收入來源還是門票。不過越來越多的旅遊演藝都在做「演藝+」，比如開發衍生品、做廣告植入、套票、爭取政府資金支持等，以此來增加收入。在張晶看來，如今大型旅遊演藝的運營越發艱難，在高質量高成本演出的同時，如何因地制宜做一台能夠有效控制成本的演出，是演藝行業面對的問題。「在網絡化快速發展的當下，我們也積極擁抱互聯網開展品牌營銷，將網絡熱點結合劇目，策劃製作創意視頻，並在網絡上吸引了大批觀眾。」

她同時表示，演藝行業專業人才緊缺，如何吸引和培養人才，也是行業面臨的挑戰。為此，朗德演藝曾專門舉辦舞臺總監培訓課程，為有志於從事此行業的學員提供全方位、系統的培訓與指導。「只有培養專業演藝管理年輕團隊，維持並不斷提升現有演藝項目藝術水準，才能促進行業的可持續發展。」張晶強調說。

整合獨特文化資源 不斷創新

專家之言

「二十屆三中全會對文化建設作出了專題部署，為推進文化強國建設提供了全面指引。」陝西省社會科學院

文化旅遊研究中心主任張燕(見圖)對記者表示，文化旅遊產業作為文化強國建設重要的一環，應該充分整合獨特的文化資源，不斷增加文化旅遊產品的創新與供給。

她以自己所處的陝西省為例，陝西作為中華民族和華夏文明的重要發祥地之一，應該整合獨特的文化資源，構建以關中歷史文化為主體、陝北民俗文化和陝南生態文化為兩翼的文化生態格局。「要立足區域文化特色，深入挖掘文化資源的核心價值，不斷推出具有思想性、藝術性和觀賞性的文化藝術精品，做大做強西部影視、陝西戲劇、文學陝軍、陝西旅遊演藝、長安畫派等特色文化品牌。」

張燕表示，在增加文化旅遊產品的創新與供給方面，則可以從大力發展農文旅融合產品、活化文化

遺產、創新博物館文創產品、優化文化體制改革、加快中華文化「走出去」步伐、培養高質量的文化複合型人才等方面着手。

對於當前火熱的文旅演藝，張燕稱，這也是文化強國建設的一個成果。「對於拉動城市消費動能具有積極意義。」

旅遊演藝互相促進

在張燕看來，旅遊與演藝是相互促進的雙方，但旅遊是火車頭，演藝只有附着在旅遊之上，依託強大的人流量，才能更好地發展。她舉例說，從仿唐樂舞到不倒翁小姐姐，再到《山河詩長安》，西安市的大唐不夜城近年來推陳出新了一系列演藝，吸引了大量海內外遊客。「這些演藝老百姓隨走隨看，不僅豐富了人們晚上的夜生活，對於旅遊經濟的拉動更是非常明顯。」

藉着旅遊超高的人流量，許多演藝節目都已嘗到了甜頭。「不少演藝的價格甚至超過旅遊門票，收益非常可觀。」張燕說，如今的西安在旅遊演藝方面可謂走在了全國前列，一些演藝模式已經走出陝西，甚至走出了國門，但未來仍要持續開拓創新，才能擁有更開闊的市場。

◆香港文匯報記者 張仕珍