

旅游演艺业态创新 驱动因素的扎根研究

The Grounded Research of Industrial Format
Innovations' Motivating Factors
in Travel Performing Arts Industry



黄炜 ● 著



西南交通大学出版社

湖南省应用经济学重点学科学术成果

湖南省西部经济社科重点学科基地学术成果

吉首大学民族学研究文库

旅游演艺业态创新 驱动因素的扎根研究

Layou Yanyi Yetai Chuangxin
Qudong Yinsu De Zhagen Yanjiu



黄炜 ○ 著

西南交通大学出版社

· 成 都 ·

图书在版编目 (C I P) 数据

旅游演艺业态创新驱动因素的扎根研究 / 黄炜著.
—成都: 西南交通大学出版社, 2015.1
ISBN 978-7-5643-3608-0

I. ①旅… II. ①黄… III. ①旅游资源开发—研究—
中国 IV. ①F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 299355 号



旅游演艺业态创新驱动因素的
扎根研究

黄炜

著

责任编辑 孟秀芝

封面设计 何东琳设计工作室

印张 11.75 字数 294千

成品尺寸 146 mm × 208 mm

版本 2015年1月第1版

印次 2015年1月第1次

出版 西南交通大学出版社

地址 四川省成都市金牛区交大路146号

印刷 成都蓉军广告印务有限责任公司

邮政编码 610031

网址 <http://www.xnjdcbs.com>

发行部电话 028-87600564 028-87600533

书号: ISBN 978-7-5643-3608-0

定价: 35.00元

图书如有印装质量问题 本社负责退换

版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

前 言

近年来，旅游演艺业因其业态的持续创新和对市场需求的准确把握，已在全国各旅游区内迅速蔓延，对地方经济的发展、产业结构的调整、就业人数的增加等都起到了良好的促进作用。以山水实景演出为例，自2004年“印象·刘三姐”公演以来，目前国内旅游市场上已出现了两百多台旅游演艺产品，并且该数字仍在不断增加中。以山水实景演出为代表的、结合声光电等高新技术进行提质升级的旅游演艺产品，已成为旅游区发展的新兴增长点。

然而，在理论研究层面，国内外对旅游演艺业的研究主要集中在产品层面，且研究多集中于个别地区的典型案例研究，少有对产业业态发展层面的研究。首先，关于旅游演艺业的概念界定不清晰，使得该行业没有一个统一的标准，“演出”“演艺”“表演”等各种名词充斥了这个行业的研究体系，造成各研究所指对象存在一定的出入，进而影响到深入研究时相关内容的统一。其次，旅游演艺业归属的产业范围不清晰，本研究在梳理大量文献中发现，有学者将旅游演艺业归属于旅游业、文化产业或者文化创意产业等，这使得具有较强竞争实力的旅游演艺企业可不同程度地享受新兴产业的优势，却阻碍了同一竞争市场上小规模、零散经营企业的发展，进而影响到其创意经营。最后，旅游演艺业创新发展的驱动机制不清晰，技术、产品、创意、政策等都是旅游演艺业不断发展与创新的驱动力因素，但这些因素如何构筑成一个完整的驱动机制尚不明晰，更缺乏较为完整的理论指导，旅游演艺业仍然处在“摸着石头过河”的状态中。

本研究经过大量的文献梳理，认为旅游演艺具备以下四个特

点：① 旅游演艺的活动范围在旅游景区内；② 旅游演艺的意图在于吸引游客，尤其是外地旅游者；③ 旅游演艺有专门的演出人员以及特定的演出场所（如山水实景、剧院、酒店、大型广场等）；④ 旅游演艺的演出内容主要表现该地区的历史文化或民俗风情。在对国内外关于旅游演艺的研究现状进行整理时，本研究发现国外的研究主要体现在剧团演艺的起源、发展、创新、管理，以及对顾客的吸引等方面。由于国外旅游演艺这种新型业态并没有形成规模化发展态势，因此国外理论界也鲜有以旅游演艺为专业名词进行的研究。而在国内，随着以山水实景演出为代表的新型旅游演艺业态的兴起和发展，关于旅游演艺的研究，有基于成功案例的探析，也有对其开发程度、开发策略、品牌体系、资本运作、商业模式、文化开发的探讨。但现有研究多为对旅游演艺业的发展现状的总结与未来发展的局部策略建议，少有关于促使旅游演艺业这一新兴业态形成和发展的驱动力及其驱动机制的研究。本研究就旅游演艺业的业态创新驱动机制展开研究，试图完成新的理论探索与建构，从而丰富旅游演艺业的相关理论体系。

本研究的主要任务是构建旅游演艺业的业态创新驱动机制图，并探寻在旅游演艺业的不同发展阶段，各驱动力发挥作用大小的变化情况，从而为后继旅游演艺业的持续创新提供理论指导。为此，本书运用案例研究和扎根理论两大质化研究方法，精选了“印象·刘三姐”“魅力湘西”“天门狐仙·新刘海砍樵”三个国内最具代表性的旅游演艺项目进行扎根分析和比较研究，以求探寻出旅游演艺业的业态创新驱动机制。案例研究是验证理论、阐释概念、发现和描述未知现象的有效研究方法；扎根理论是基于原始资料进行理论构建的研究方法，与一般的基于假设进行检验的质化研究不同，可避免主观假设的研究偏颇。根据案例研究选取典型案例，以及根据扎根理论从原始资料中发展概念和形成理论，得出研究的核心观点。

本研究采用扎根理论的研究方法，通过访谈、实地观访、网络、期刊文献、报纸等渠道，按照一定的分配比例，收集了大量的关于“印象·刘三姐”“魅力湘西”“天门狐仙·新刘海砍樵”三个案例的原始资料，为形成概念和发展理论奠定多重证据基础。对三个案例分章进行开放译码和主轴译码之后，本研究继而通过跨案例比较，识别出 10 个关键点，并根据这 10 个关键点的相互关系及其作用，构建了旅游演艺业的业态创新驱动机制图。

本研究得出旅游演艺业业态创新驱动机制的十大驱动因子：需求市场、旅游地资源、主创团队创意、政府支持、产业融合、技术、资本、管理层、利益相关以及产品创作，并构建了旅游演艺业业态创新驱动机制图。同时，针对不同个案作用力的组合状况，分析在旅游演艺业的不同发展阶段中驱动其业态创新的因素作用力组合状况及其演化机理。需求市场是驱动旅游演艺业业态创新的第一动力；主创团队受需求市场的启发与旅游地资源的刺激形成创意；在管理层关于技术和资本的可行性分析下决定是否执行创意；创意的执行结果以产品创作的形式通过利益相关（如剧团、旅行社等）呈现给市场；根据市场反馈的信息，主创团队和管理者针对市场反响进行相应的改良。而在整个过程中，政府支持和供给市场的优胜劣汰竞争法则持续刺激着旅游演艺业的不断规范和业态创新。

著 者

2014 年 7 月

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 选题背景与研究问题	1
第二节 研究意义	8
第二章 旅游演艺业态的形成及其发展创新	10
第一节 旅游演艺业概述	10
第二节 旅游演艺业态的形成及其发展创新	18
第三章 理论研究回顾与整理	33
第一节 国内外研究现状	33
第二节 相关理论回顾	38
第四章 研究方法和研究设计	79
第一节 研究方法	79
第二节 研究设计	88
第五章 印象·刘三姐业态创新驱动机制的扎根分析	100
第一节 印象·刘三姐业态创新驱动机制的开放性译码	100
第二节 印象·刘三姐业态创新驱动机制的主轴译码	112
第六章 魅力湘西业态创新驱动机制的扎根分析	139
第一节 魅力湘西业态创新驱动机制的开放性译码	139
第二节 魅力湘西业态创新驱动机制的主轴译码	150

第七章 天门狐仙业态创新驱动机制的扎根分析	169
第一节 天门狐仙业态创新驱动机制的开放性译码	169
第二节 天门狐仙业态创新驱动机制的主轴译码	180
第八章 基于扎根分析的三案例比较与研究发展	200
第一节 三案例范畴比较	201
第二节 三案例的选择性译码比较	203
第三节 与已有理论的对比与结合	231
第九章 基础性案例实证研究	248
第一节 旅游演艺产品消费动机的实证研究	248
第二节 旅游地实景演艺产品观众满意度分析	262
第三节 旅游演艺品牌形象的结构化与非结构化研究	278
第四节 游客对旅游演艺产品的需求及其差异性分析	294
第五节 气质性情感对实景演出游客满意度的影响研究	310
第六节 民俗旅游产品创新中的顾客价值需求研究	326
第十章 研究回顾与展望	336
第一节 研究回顾与创新点	336
第二节 实践启示与研究展望	340
参考文献	345
后 记	366

第一章 绪 论

旅游演艺业在我国的发展历程并不久远,在我国旅游市场正向休闲度假的深度体验方式转变的格局下,旅游演艺业对整个旅游区夜间市场的开发、产业结构的调整以及地域文化的传承与开发等作用日渐突显。随着我国市场经济的不断完善,各地旅游区所拥有的丰富的文化资源亟待以一种合乎时代发展需求的形式得以保护并传承,旅游演艺业作为在旅游产业边缘上发展出的新兴业态,是目前将文化运用于旅游产业领域进行活性保护的有效形式,受到政府认可与支持。本研究从业态创新这一角度,剖析旅游演艺业发展进程中的驱动机制,探究旅游演艺业业态得以持续创新的驱动元素,并试图构建其业态创新的驱动机理图,为我国新兴的旅游演艺业的发展提供有益的理论指导。

第一节 选题背景与研究问题

一、选题背景

2007年,胡锦涛总书记在党的十七大报告中于“推动社会主义文化大发展大繁荣”一章中开宗明义地提出:当今时代,文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉,越来越成为综合国

力竞争的重要因素,丰富精神文化生活越来越成为我国人民的热切愿望。报告指出,在时代的高起点上应积极推动文化内容形式、体制机制、传播手段创新,解放和发展文化生产力,运用高新技术创新文化生产方式,培育新的文化业态,增强文化的发展活力。2008年世界性金融危机来袭,我国文化产业在萎靡的经济态势中逆势发展、一枝独秀。学者曹玉娟、石冉冉、刘玉珠等(2010)认为,文化产业高附加值、低能耗、无污染等特点符合全球注重低碳化、创意化、绿色化的经济增长要求,这使得我国文化产业在金融危机的背景下提供了其他产业所不具备的生存与发展优势,文化的开发已然成为我国文化繁荣乃至整个国民经济发展的一个重要引擎。2009年7月22日,国务院常务会议审议通过我国第一部文化产业专项规划——《文化产业振兴规划》,这成为我国继钢铁、汽车、纺织等十大产业振兴规划后出台的又一个重要的产业振兴规划,标志着我国文化产业已上升到国家战略性高度。该规划纲要特别强调,以技术驱动新兴文化业态发展,指导产业业态创新发展。国家宏观政策对文化产业创新发展的鼓励成为旅游演艺业业态创新的保障。

随着改革开放的浪潮,20世纪80年代我国文化事业的转企改制起步,文化从意识形态的控制工具逐步向产业领域的经济资源转变,在旅游产业的边缘也出现了文化资源的开发利用,除了博物式的陈列开放,还出现了舞台化形式的展演,以深圳华侨城内《创世纪》《龙凤舞中华》等演艺产品为代表,并且到2004年,桂林阳朔推出的大型实景山水演出《印象·刘三姐》将旅游区的演艺业推向了高潮。2005年年底我国文化部、财政部、人事部、税务总局四部门联合下发的《关于鼓励发展民营文艺表演团体的意见》,2009年文化部、国家旅游局联合发文的《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》,以及2009年国务院下发的《国务院关于加快旅游发展的若干意见》等文件的出台,为拓宽文化与旅游

结合发展的领域、完善其合作机制、强化大旅游和综合型产业观念,以及为促进旅游业与文化产业的融合,提供了宏观政策的指导与支持。当前,旅游产业在产品开发上以演艺业与旅游业的融合成效显著,催生了许多繁荣旅游市场的演艺型企业,丽江、昆明、桂林、贵州、河南等地相继打造出具有浓郁地域特色的文化演艺品牌。其中,有以旅游区山水实景为依托的实景演艺产品,如以《印象·刘三姐》开篇的印象系列、张家界《天门狐仙·新刘海砍樵》等;以旅游中心区为依托且声电光设施配套齐全的室内剧院演艺产品,如《宋城千古情》《张家界·魅力湘西》等。这些丰富多彩的旅游演艺产品是如何诞生并持续进行业态创新的,成为本书试图深入研究的主要内容。

二、研究动机

(一) 业态创新将推动旅游演艺产业持续发展

M. Johnson、C. M. Christensen、H. Kagermann 等(2008)指出:突破性的新产品,通常需要新的商业模式。经济学人智库(Economist Intelligence Unit)在2005年的一份研究报告指出,50%以上的企业高管们均认为在企业的管理经营中,商业模式创新比产品或服务创新更重要。作为商业模式重要内容的商业业态,即业务经营的形式与状态,主要是指针对特定消费者的特定需要,按照产业发展的目标,有选择地运用产业经营结构、产业分布、产业规模、产业形态、价格政策、销售方式、销售服务等经营手段,提供销售和服务的类型化经营形态(卫欣,王全权,2009)。关于旅游演艺业态创新,李雪丽、陶婷芳、张振国(2011)指出,在传统的旅游业发展模式下,旅游开发与保护难以兼得,而基于产品开发、营销策略、技术创新、资源优化、产业集聚、产业融合等方面实

现创新交错融合而发展起来的旅游新业态，可深化拓展旅游产品的内涵和外延，扩大市场范围，大规模拓展和提升经济效益，保证了资源要素的有效组合和高效利用，是旅游业集约化发展的良好体现，也是旅游业可持续发展的战略选择。贺颖洁、钱莉莉（2010）基于消费者行为转变、需求提升的角度，指出旅游业态需要创新，并指出旅游业的业态创新是多元复合型的，是旅游与其他产业融合产生的组织形式、经营方式、经营特色和经济效益的综合转变。

旅游演艺属于区域旅游产业中的一个重要组成部分，它弥补了自然风光旅游的单调性，也丰富了文化旅游项目的外延。其业态创新能有效地促进旅游演艺的可持续发展。随着游客对新兴旅游项目和体验方式的需求，在国家政策鼓励、项目创作团队的成熟以及舞台表现技术发展等方面的作用下，旅游与演艺的结合形式越发新颖。在场地上，从安棚扎营发展到室内，再发展到大型露天山水地；在表现形式上，从歌舞表演发展到系统演艺地域民俗，再发展到以完整故事情节表现民俗文化；在经营上，从自建科班演艺，在旅游区现有游客中吸纳顾客从而盈利，发展到与表演剧团合作方式，经营与演艺分离运作，作为旅游精品项目与旅游区互赢互利。

（二）旅游演艺业界需要系统地分析和探索业态创新的驱动因素

在关于我国旅游演艺发展的研究体系中，聚焦的领域主要有基于个案的项目发展状况及其贡献价值；对民俗文化资源保护与开发的意义；营销策略等。关于旅游演艺业态是如何产生并得以持续创新的，仍是个“没有打开的黑箱”（魏小安，2009）。目前，国内仅王伟年（2009）提出了“地域文化原动力、民营资本的介入、国有院团转企改制、地方政府强力支持和旅游产业转型升级”

等驱动旅游演艺业态进行创新的因素。对旅游演艺业态驱动因素进行系统的分析和提取,是旅游演艺业界进行产业实践和业态持续创新所急需的指导理论,将推动旅游业态不断创新,并满足游客不断提升的观赏和体验需求,从而提升整个行业的呈现力和各家企业的竞争力。

(三) 探索驱动因素间的相互关系、逻辑架构和演化机理使企业实践更具针对性

通过对案例的扎根研究,在得出旅游演艺业态创新驱动因素的基础上研究驱动因素之间的相互关系和作用机制,构建出驱动因素之间相互作用的逻辑架构图,探索在我国旅游演艺业态发展不同时期、不同阶段,这些驱动因素的作用力的大小及其变化特征,并分析总结这些变化背后的深层次原因,探索整个驱动因素群沿着时间线条发生变化的演化机理。使旅游演艺企业的实践更具针对性,且更容易找出企业现实中存在的问题,为企业持续改进创新以及竞争力的构筑和提升,提供了一个有效的理论参考框架。

(四) 补充和丰富旅游演艺业态创新的理论体系

在党的十七大报告尤其是2011年十七届六中全会“关于推动社会主义文化大发展大繁荣”的精神引导下,运用高新技术,培育新的文化业态,成为地区文化产业发展的前进方向。2004年,《印象·刘三姐》的演出轰动全国,名利双收,为国内旅游演艺的发展提供了有效的可参考性版本。由于区域文化资源间存在差异,因此各地的实景演出不存在彼此竞争的局面,发展态势良好。以张艺谋的“铁三角”团队以及梅帅元的创作团队为主,《ERA-时空之旅》《时空魅影》《印象·丽江》《印象·西湖》《禅宗少林·音乐大典》《大宋·东京梦华》《天门狐仙·新刘海砍樵》等大投入、大规模、大制作的旅游演艺品牌相继出现,成效显著地为旅游景

区扩充了客源，提升了名气。2009年，大型山水实景音乐剧《天门狐仙·新刘海砍樵》面世，其拥有完整故事情节的演艺再次掀起了旅游演艺业发展的一个高潮。此外，以《魅力湘西》《宋城千古情》等为代表的室内演艺品牌，也在LED视频技术与现代化声光电舞台表现手段的作用下，经创作团队不断创新演艺剧本，成为旅游区的精品项目。以山水实景演出为代表的项目，是我国旅游演艺中的特色发展项目，其在国际同行业中也具有创造性的意义。这一项目在产品形态、经营方式、剧本创意、技术手段等方面实现创新，其呈现出的新业态在民俗文化开发与保护中有着较强的经济价值和社会价值，为市场与政府所肯定与支持。新型旅游演艺业态开辟了旅游演艺业新的生命周期曲线的起点，随着国内文化旅游需求的提升，以及国家对文化产业发展积极鼓励的宏观态势，现有旅游演艺业态及其后期持续创新业态将发挥较大的市场发展空间。

那么，在传统旅游演艺业态的基础上，它是如何实现创新的，受哪些因素驱动；各驱动因素如何作用以实现其创新；同时，在创新实践的过程中，随着业态本身的成熟和外界环境的变化，原有各驱动因素在作用力的发挥过程中又发生了怎样的变化；在旅游演艺新型业态发展过程中，各驱动因素的动态平衡机制是怎样的等等，这些问题的研究有助于指导类似的旅游区方向明确地开展旅游演艺项目创作与运营，减少追求大制作、大场面的复制行为，同时本研究也将有效地补充和丰富旅游演艺的理论研究体系。

三、研究问题

本研究通过对国内外文献的梳理，抽取国内当前三台典型旅游演艺个案，进行深入扎根研究，主要探究和回答以下三个核心问题。

（一）旅游演艺业态创新的驱动因素构成

从《印象·刘三姐》开始，国内掀起了旅游演艺业发展的高潮。本书以国内最具代表性的三家旅游演艺企业（即《印象·刘三姐》《魅力湘西》《天门狐仙·新刘海砍樵》）为例，研究推动旅游演艺业态产生并持续创新的驱动因素的构成。因旅游演艺在我国出现的时间不久，若从 2004 年世界第一台山水实景演出《印象·刘三姐》算起，尚不足十年时间，学界目前对旅游演艺的研究也主要聚焦在对现象的描述和阐释上，而对个案的研究也主要是概念界定、成功经验、产品特点、营销策略等层面的研究，对整个行业业态的研究不多，尤其是对业态创新进行系统的深入分析的研究成果缺乏。因此，本书将重点研究其业态创新问题，并清晰地回答推动其业态创新的驱动因素究竟是怎么构成的。

（二）旅游演艺业态创新驱动因素的相互关系和作用机制

通过对个案的扎根研究，本研究在得出旅游演艺业态创新驱动因素的基础上，将进一步探寻和研究驱动因素之间的相互关系和作用机制，构建出驱动因素之间相互作用的逻辑架构图，并清晰地回答这些驱动因素是在怎样的一种系统协同作用力下，通过产生交织变化的驱动力来推动旅游演艺业态的持续创新的。

（三）旅游演艺业态创新驱动因素的演化机理

在以上两个研究成果的基础上，进一步探索在我国旅游演艺业态产业发展的不同时期、不同阶段，这些驱动因素所产生的作用力的大小及其变化的特征，并分析总结这些变化背后的深层次原因，探索整个驱动因素群沿着时间线条发生变化的演化机理。从而为我国旅游演艺业态未来的持续创新和发展提供理论指导。

第二节 研究意义

一、理论意义

当前,我国关于旅游演艺业的理论研究滞后于旅游演艺业的现实发展速度。在旅游演艺业领域中,理论研究的涉入角度虽然多样,但是,就目前的研究而言,缺少系统性的科学研究,总体而言仍还停留在现象解释和现象描述阶段。本研究组近一年来通过对国内外相关文献的全面梳理,发现我国旅游演艺业的理论体系尚不够成熟。

本研究以当前国内三个代表性的旅游演艺企业作为切入对象探讨旅游演艺业的业态创新驱动机制,引入产业融合、产业驱动、业态创新等理论成果以及案例研究与扎根理论的研究方法,试图为国内的文化产业理论研究提供新的思路和范式。从微观产业的角度看,本研究有助于我们认识旅游演艺业的运作机理和创新规律;从文化产业理论研究的宏观认识上看,本研究将增加文化产业研究的理论深度,从而丰富文化产业的理论成果体系。

二、实践意义

创新是新兴的文化旅游产业中最重要的无形因素。在文化旅游市场中,新兴的业态,如各式的旅游演艺,就是依靠创新来赢取市场从而创造巨大的价值。但是,随着旅游演艺业的日趋成熟,旅游演艺业内部的竞争格局不断发生转变,单一的服务模式和同质化的产品供给以及越来越多的演艺产品供应商,挤占了市场空间,并加剧了恶性竞争。因此,了解如何实现业态创新是目前旅游演艺业健康发展的现实需要。

旅游演艺产品具有较长的产品周期，这包括产品的研发周期和产品的生命周期。旅游演艺产品向市场供应的前期需要投入大量的人力和财力来保证其创作、培训和舞台改造，而其中的一些投入会随着时间累积形成一种惯性，这需要较长的生命周期来支撑经营者获取盈利，但市场瞬息万变，因此企业在应对市场的变化时需要进行业态创新。

本书通过剖析旅游演艺业中成功的典型案例，研究旅游演艺业内部业态创新的驱动机制，能够为政府部门或企业提供有效的理论依据。