



中经管理文库
管理学精品系列（二）

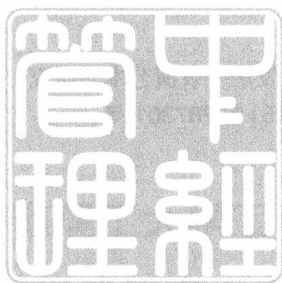
A Study on the Development of Tourism Performing
Arts in China Based on the Spatial Perspective

基于空间视角的 中国旅游演艺发展研究

毕 剑 / 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



基于空间视角的 中国旅游演艺发展研究

A Study on the Development of Tourism Performing
Arts in China Based on the Spatial Perspective

毕 剑 / 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目(CIP)数据

基于空间视角的中国旅游演艺发展研究 / 毕剑著.

北京:中国经济出版社,2017.7

ISBN 978-7-5136-4502-7

I. ①基… II. ①毕… III. ①旅游业发展—表演艺术—研究—中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 287301 号

责任编辑 宋庆万

责任印制 巢新强

封面设计 华子图文设计公司

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京九州迅驰传媒文化有限公司

经销者 各地新华书店

开本 710mm × 1000mm 1/16

印张 18.5

字数 290 千字

版次 2017 年 7 月第 1 版

印次 2017 年 7 月第 1 次

定价 48.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题,请与本社发行中心联系调换(联系电话:010-68330607)

版权所有 盗版必究(举报电话:010-68355416 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话:12390)

服务热线:010-88386794

本书受河南理工大学工商管理学院
能源经济研究中心资助
特致谢忱！

本书受河南理工大学博士基金
(SKB 2017 - 02) 资助
特致谢忱！

序 言

进入 21 世纪以来,随着旅游业持续、蓬勃发展,多种形式的旅游产品不断涌现。旅游演艺是众多旅游产品中愈来愈重要的一种。

2016 年 9 月 4 日,二十国集团领导人峰会在杭州举行。“空山新雨后,天气晚来秋。”当夜,出席峰会的领导人及嘉宾在杭州西湖景区观看了《最忆是杭州》实景演出交响音乐会。从借助高科技演绎的水上芭蕾《天鹅湖》到新编民歌《难忘茉莉花》,再到经典《欢乐颂》,多种形式的文艺作品,水乳交融,时空穿越,文化互通。这是国内首次在户外的水上舞台举办的大型交响音乐会,是一场体现西湖元素、杭州特色、江南韵味、中国气派和世界大同的“实景演出交响音乐会”,也是一次无论在影响、规模和档次上都表现空前的旅游演艺,它必将对我国旅游演艺的发展产生重要影响。

旅游演艺是基于旅游产业与演艺业的产业融合这一大背景,以旅游者为主要观众,以地域文化为主要表现内容,在旅游城市、旅游景区内或其附近选址推出的,能为当地旅游业发展带来积极影响的大型表演活动。旅游演艺经过 30 多年的发展,已经从早期的外事活动中的接待性表演、主题公园的点缀性表演发展成为能独当一面的旅游演艺产业,从新业态发展成为“新常态”。与旅游演艺的发展相比,对旅游演艺的研究还远远不够。相关文章的篇幅较短、刊物层次偏低、学术深度不够,特别是对旅游演艺的理论性研究还不够,系统的专著较鲜见。

该书是我国较系统研究旅游演艺的一本原创性学术专著。它以产业集群理论、文化扩散理论、点—轴理论、空间相互作用理论、空间错位理论、共生理论等为基础,采用理论探讨与区域研究相结合、定性与定量研究相结

合、现状分析与对策研究相结合的方法,从地理学—空间的视角对我国旅游演艺的发展进行了较为系统、全面的研究。

学术研究贵在创新。该书在研究视角创新、理论和方法创新等方面做出了努力。

首先,对旅游演艺的定义、内涵进行了界定和探讨,并从“空间分布”——“空间布局适宜性评价”——“空间布局优化”三个空间层次这一全新的空间视角对旅游演艺进行了研究;其次,运用人文地理学的文化扩散理论,首次提出和分析了我国旅游演艺空间扩散模式及空间演化机制;最后,构建了旅游演艺空间布局适宜性评价指标体系,使旅游演艺空间布局适宜性选择、旅游演艺空间布局优化有了重要的参考和保障。当然,该书还有一些不足之处,如理论的提升、旅游演艺空间布局适宜性评价指标体系的完善及对旅游演艺空间的动态研究不足等方面。瑕不掩瑜,作为国内第一本从空间视角较系统研究旅游演艺的原创性专著,笔者认为是一值得一读的。值此书付梓之际,谨向作者表示衷心的祝贺,并希望作者有更多、更新的研究成果面世。

是为序。

李悦铮

2016.9.20 于大连

目 录

1 绪 论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究意义	6
1.3 研究方法	8
1.4 相关理论基础	9
1.5 技术路线	13
2 国内外研究进展	15
2.1 国外研究进展	15
2.2 国内研究进展	22
2.3 国内外研究评述	38
3 中国旅游演艺发展概述	41
3.1 相关概念界定	41
3.2 旅游演艺分类	46
3.3 旅游演艺与旅游的融合效应	54
3.4 中国旅游演艺发展历程	62
4 中国旅游演艺空间分布及存在的不足	71
4.1 中国旅游演艺不同地域空间基本表现	71
4.2 中国旅游演艺空间结构类型	76
4.3 中国旅游演艺空间分布特征	89
4.4 中国旅游演艺空间分布存在的不足	106

5	中国旅游演艺空间扩散模式及空间演化机制	117
5.1	中国旅游演艺空间扩散模式	117
5.2	中国旅游演艺空间演化机制	132
6	旅游演艺空间布局适宜性评价指标体系	146
6.1	旅游演艺空间布局适宜性评价指标体系构建	146
6.2	旅游演艺空间布局适宜性评价指标体系指标权重确定	158
6.3	旅游演艺空间布局适宜性评价指标体系评分标准	167
7	中国旅游演艺空间布局适宜性评价实证分析及空间布局优化	172
7.1	中国旅游演艺空间布局适宜性评价实证分析	172
7.2	中国旅游演艺空间布局优化	235
8	结论、创新点与不足	250
8.1	主要结论	250
8.2	研究创新点	253
8.3	研究不足	255
	参考文献	257
	附录	275
	索引	283
	后记	285

1 绪 论

1.1 研究背景

1.1.1 旅游演艺在旅游业的地位愈加重要

1.1.1.1 旅游演艺是文化旅游的重要形式与内容

进入 21 世纪,全球旅游业持续呈现出蓬勃发展之势,欧洲和北美作为两个老牌旅游客源地和接待地继续发挥着关键性作用。另外,加勒比海、东亚、东南亚、太平洋等地区也正以高度的热情深度参与到全球旅游大潮之中。全球旅游业的快速发展,为旅游者展现出一幅充满诱惑力的旅游蓝图,其中文化旅游就是这幅蓝图中最为重要的分支之一,并且呈现出积极的迅猛发展势头。^①

据专家调查,英、美、日、德、法等国的旅游者无一例外地把“与当地人交往、了解当地人的文化和生活方式”当作旅游的三大动机之一。目前,以艺术类资源为对象的文化旅游活动已成为欧洲文化旅游的主要方向。另外,每年有 27% 的美国人要把数十亿美元花在文化旅游上。^② 在国内,文化旅游也正以不可阻挡之势快速发展。民族文化、民俗文化、民间传说等众多涉及文化的旅游活动都能得到旅游者的极大关注,有些甚至成为当地旅游发展的重要支撑。我国国家旅游局从 1992 年起每年推出中国旅游宣传主题,其中多次涉及文化旅游内容。^③ 2011 年,国家旅游局下发了《关于进一步加快发展旅游业促进社会主义

① 张国洪. 中国文化旅游——理论·战略·实践[M]. 天津:南开大学出版社,2001:6(代绪论).

② 吴承忠. 西方国家历史文化旅游发展的现状与趋势[J]. 人文地理,2012(6):62-66.

③ 如 1994 年的“文物古迹游”、1995 年的“民族风情游”、2000 年的“神州世纪游”、2002 年的“民间艺术游”、2003 年的“烹饪王国游”、2004 年的“百姓生活游”、2005 年的“红色旅游年”、2006 年的“中国乡村游”、2011 年的“中华文化游”、2015 年的“美丽中国——丝绸之路旅游年”等。

文化大发展大繁荣的指导意见》，提出当前全国旅游行业要重点抓好的工作之一就是加强文化旅游精品建设，围绕非物质文化遗产保护传承推出一批旅游精品、提升一批具有地方特色的旅游演艺精品等。

文化旅游以其文化性、历史性、知识性受到全球旅游者的关注；同时，文化旅游的发展也使得文化旅游接待地更加重视其地域文化。文化旅游发展离不开歌舞表演等突出展现地域文化特色的艺术形式。文化不仅是旅游的灵魂，更应该是旅游演艺的灵魂和精髓，旅游演艺与文化旅游在文化领域找到了结合点。快速发展且仍将快速发展的文化旅游是旅游演艺突飞猛进的重要渠道，旅游演艺则是文化旅游得以持续发展的重要支撑。在全球对文化旅游发展共识背景下，地域文化正成为旅游者了解旅游地的重要窗口，而旅游演艺则为旅游者打开了这扇窗；旅游演艺正以众多成熟旅游地“标配”成为文化旅游的重要内容与形式。

1.1.1.2 旅游演艺是产业融合的重要形式与内容

旅游产业是一个涉及面相当广泛的经济领域，可以说旅游业从其正式产生起就在不断强化其产业融合功能；并且在其强化过程中，越来越多的旅游分支被旅游者所熟悉和认知，如养生旅游、温泉旅游、美容旅游、医疗旅游、戏曲旅游、艺术旅游、节庆旅游、红色旅游等。目前，旅游产业与其他产业的产业融合正以“1+1>2”的效应在全国范围内扩散。

2009年，文化部、国家旅游局正式下发《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》，从而开启了从国家层面强化文化产业与旅游产业融合的新篇章。该意见强调要高度重视文化与旅游的融合发展，并从打造文化旅游系列活动品牌、打造高品质旅游演艺产品、开发非物质文化遗产产品、深度开发文化旅游工艺品（纪念品）等十个方面提出了推进文化与旅游结合发展措施。

一系列文化产业与旅游产业融合举措不仅在管理层面得到了积极响应，同样也在实施层面有效落地。在旅游演艺领域，民俗文化 with 旅游结合产生了《印象·刘三姐》，民族文化与旅游结合产生了《印象·丽江》，杂技文化与旅游结合产生了《ERA——时空之旅》，宗教文化与旅游结合产生了《禅宗少林·音乐大典》，历史文化与旅游结合产生了《长恨歌》，戏曲文化与旅游结合产生了《蜀风雅韵》，民间传说与旅游结合产生了《白蛇传》，科技产业与旅游结合产生了《汉秀》等。可以说，旅游的发展以前离不开与文化产业的融合，以后也离不开；而

且从更广泛的意义上讲,旅游产业与文化产业的融合将一直是旅游发展的重要方向。因此,作为产业融合的重要联结,旅游演艺正成为旅游产业与其他产业融合的重要内容与形式。

1.1.1.3 旅游演艺是旅游创意的重要形式与内容

旅游业是创意型产业,创意是旅游经济的“引信”^①,任何一项旅游活动都不可能缺少创意。未来学家托夫勒曾预言,创意将是21世纪商业发展的核心决定力量。^②“旅游创意是由情感、想象、文化、理念等非物质要素构成的一种生产力,它具有无限的创造空间。”^③随着中国旅游产业的快速发展及旅游选择的个性化呈现,越来越多的旅游项目更加突出旅游创意,创意或者说旅游创意正成为当前及未来旅游发展的重要选择和重要支撑。迪士尼乐园、方特世界、欢乐谷、《宋城千古情》《鼎盛王朝·康熙大典》《天门狐仙·新刘海砍樵》《中华泰山·封禅大典》《大宋·东京梦华》都体现出强烈的创意性,也正是因其创意性丰富和明显,从而受到了旅游者的极大欢迎。

“旅游创意是创意在旅游领域的传承和延伸”^④,旅游领域是创意的重要实践基地,创意则是旅游发展的有效推动;旅游创意以其特有的创新性、创造性及激发性,正成为旅游发展的重要努力方向,缺乏创意或创意不足的旅游项目难以得到旅游者认可。旅游演艺作为以旅游者为主要观众的艺术表演形式,同样强调创意与创新,甚至旅游演艺本身就是艺术与旅游结合后形成的创意产物。在不断的创意与创新实践中,旅游演艺正逐渐成为旅游创意的重要形式与内容。从《印象·刘三姐》《长恨歌》的实景演出到《蜀风雅韵》《刘老根大舞台》的戏曲曲艺表演,再到《功夫传奇》《铁塔传奇》的功夫及灯光表演,无不打上了深深的创意烙印。没有创意思维的彰显,就不可能有旅游演艺的扩张式发展,也不可能使旅游演艺成为吸引旅游者的重要资源;缺少创新、缺少创意的“克隆化”“模式化”“雷同化”行为是旅游演艺发展的极大障碍和枷锁。

① 李庆雷,吕文艺,王峰. 旅游创意的价值表现与生成机制[J]. 吉首大学学报(社会科学版), 2012(6):141-147.

② 张瑞. 中国创意经济火与冰的背后[J]. 创新科技,2007(1):8-13.

③ 王峰,明庆忠. 旅游创意及其实现机理——基于云南省旅游品牌景区的案例聚焦[J]. 资源开发与市场,2014(3):342-345,349.

④ 冯学钢,于秋阳. 论旅游创意产业的发展前景与对策[J]. 旅游学刊,2006(12):13-16.

1.1.1.4 旅游演艺是文化消费的重要形式与内容

20世纪90年代,韩国推出了“文化立国”战略,很快,韩国影视剧、韩国服饰席卷东北亚及东南亚,成为推动韩国文化输出的重要基础;韩国旅游也因此快速发展,使韩国成为文化与旅游合作发展的典范国家。文化是历史积淀的结果,具有灵魂属性和品格价值。^①但由于特殊的国情和体制,中国文化产业早期发展并不理想,甚至在很长一段时间内,文化产业更多是文化事业单位领导下文化展示的一种点缀,没有得到应有的重视。1998年,文化部设置“文化产业司”才正式开启了文化产业发展时代;其后,国家出台了一系列相关政策,进一步推动和刺激了文化产业发展。2009年,国务院推出《文化产业振兴规划》,标志着文化产业已经上升至国家战略层面,文化产业迎来了新的发展机遇。可以说,尽管中国文化产业起步晚,但发展较快,目前文化产业已经成为国民经济的重要支撑。

也正是由于文化产业的快速发展,文化消费能量得到充分释放,从而使文化(文艺表演)、影视作品、文学作品、民俗文化与旅游的结合也成为文化消费的一部分。同时,文化也跨越边界通过旅游演艺等形式成为文化旅游的重要组成部分,旅游演艺以其文化性、艺术性、创意性强化其文化价值和消费价值,甚至被誉为“精神桑拿”“城市文化符号”。中国人民大学和文化部文化产业司联合发布的《中国文化消费指数(2013)》指出,“我国文化消费潜在规模约4.7万亿”,在已有文化消费中,“喜欢国内演艺产品的人数比喜欢国外同类产品的人数超出近20%”^②;《中国文化消费指数(2014)》指出,国内的文化旅游是最受欢迎的五大行业之一,在消费支出最大的五大行业中旅游位于榜首,市场成长空间最大的五大行业同样包含文化旅游。^③

在文化大发展、大繁荣的新时代,文化消费实力是反映国民整体文化水平的重要指标。针对旅游行业,旅游演艺消费既是旅游消费也是文化消费;旅游者因文化而走出家门,因文化而产生旅游消费。旅游演艺作为旅游产业和演出产业的结合,离不开文化因素,快速发展的旅游演艺正成为文化消费的重要形

① 博赫,肖红叶.文化产业研究30年:现状与特点[J].江西财经大学学报,2011(3):18-25.

② 2013年,中国人民大学和文化部文化产业司联合发布的《中国文化消费指数(2013)》。

③ 2014年,中国人民大学和文化部文化产业司联合发布的《中国文化消费指数(2014)》。

式与内容。

1.1.2 旅游演艺发展迅速、形式多样

自从1982年西安推出《仿唐乐舞》，旅游演艺在中国经历了外事接待时期的“官办演出”、市场摸索时期的“自发演出”、项目刺激时期的“疯狂演出”到产业深度发展时期的“理性演出”，特别是后两个时期，旅游演艺在文化产业与旅游产业融合政策的支持下，得到快速发展，并衍生出旅游演艺产业，从而为旅游演艺真正走向国内外市场奠定了基础。

目前，中国旅游演艺可谓是异彩纷呈，从主题公园演出、剧场演出到街头表演、实景演出，从歌舞表演、民俗表演、戏曲表演、技艺表演到杂技表演、魔术表演、马戏表演、相声表演，从专业演员表演到社区居民表演、从独立剧场表演到宴饮表演、从封闭式剧场表演到开放式剧场表演、从传统文化表演到现代娱乐表演、从历史故事再现表演到异域风情秀表演、从欣赏类表演到参与类表演、从定期表演到不定期表演、从官方色彩表演到纯商业表演，可以说，在短短30多年内，中国旅游演艺形成了丰富多彩的演艺品种和演艺形式，并且使旅游演艺成为旅游消费不可或缺的重要内容。

1.1.3 旅游演艺时空发展不平衡

旅游演艺发展从早期的官方背景到目前的市场主导，逐步回归到其发展的本来轨道，但由于区域经济发展不平衡、旅游发展不平衡，再加上作为地方政绩的显性表达，部分旅游演艺依然没能完全脱离政府干预，致使旅游演艺呈现出一定的时空错位。

根据笔者所统计的旅游演艺资料，其时空发展不平衡主要体现在2005年前后的巨大反差。2005年以前，全国各地旅游演艺呈缓慢发展态势；2003年，《印象·刘三姐》正式商演产生了巨大的刺激效果，随之大量实景演出纷纷上马，从而开启了中国实景演出的扩张之势。空间上，旅游演艺多向重点旅游城市或重点旅游景区集中，从而使旅游演艺因空间上过剩而形成创意不足、内容相似、恶性竞争等不良现象。例如，张家界市及武陵源区曾经历过8台旅游演艺同时上演的壮观景象。虽然部分旅游城市和旅游景区旅游演艺项目过多，但也有些热点旅游城市或景区却因为各种原因没能推出旅游演艺项目，从而流

失了大量过夜游客。例如,河南省焦作市作为在旅游领域创造了“焦作现象”的知名旅游城市和模板城市,旅游接待却多是“云台山一日游”,使焦作旅游经济没能得到更好发挥。

旅游演艺时空上的不平衡,不仅不利于旅游演艺在全国的整体布局,更不利于地方旅游经济的可持续发展,对愿意进行深度旅游的旅游者而言也是一种遗憾。

1.1.4 旅游演艺学术关注深度不足

旅游演艺的快速发展,不仅需要政策支持、资金支持、群众支持,同样需要学术支持,学术研究是指导旅游演艺可持续发展和规范化发展的重要保障之一。目前,有关旅游演艺的学术研究普遍存在着偏重个案研究、偏重区域研究、偏重主观性研究等现象,而对于旅游演艺的理论性、总体性、客观性研究相对缺乏。特别是对旅游演艺理论还存在一些共性争议,一些旅游演艺领域的专属概念没有得到普遍认可,甚至旅游演艺称谓本身也存在较多说法。正是学术研究、理论研究、总体研究及客观性研究的相对滞后,使得目前蓬勃发展的旅游演艺产业也存在着诸多隐忧,不利于旅游演艺产业的健康、可持续发展。

从所搜集到的各类学术文献来看,确有一些学术水平和创新性较高的研究成果,但也可以明显看出,还存在着一些应景性论文,表现在文章篇幅较短、学术深度较浅等方面。另外,学术文献基本以论文为主,只有少数几项旅游演艺专著,学术研究的整体性亟待加强。

1.2 研究意义

1.2.1 理论意义

通过对前人研究成果的分析发现,现有涉及旅游演艺的学术研究尚缺乏从全国这一空间视角对其进行把握。鉴于此,本书通过对全国各地主要旅游演艺项目进行收集和整理,从全国这一宏观空间层面探讨旅游演艺空间分布、旅游演艺空间布局适宜性,试图从理论层面确定旅游演艺的基本概念、融合效应、空间结构类型、空间分布特征、空间扩散模式、空间演化机制等,从理论上弥补现

有旅游演艺空间研究上的不足。

国外学者从 20 世纪 70 年代中期开始关注旅游演艺,并逐渐将视角从旅游演艺与社区经济、文化等的互动和影响领域延伸至对旅游节事、旅游演艺管理等方面。与此相比,国内学者从 1998 年才开始对旅游演艺表现出关注。尽管国内学者对旅游演艺研究起步较晚,但研究视角和研究领域正呈现出多样化态势,涉及旅游演艺发展、实景演出发展、旅游演艺项目发展及旅游演艺产业融合、旅游演艺管理、旅游演艺影响等多个方面。

本书从空间视角对旅游演艺在全国的空间分布及其相关规律进行探讨,分析了旅游演艺的空间扩散模式、空间演化机制及空间布局适宜性评价,形成了旅游演艺特殊的空间内涵,为旅游演艺空间研究框架建构、旅游演艺空间布局提供了理论上的依据和支撑;同时,为旅游演艺提供了新的研究视角和研究范畴。

1.2.2 实践意义

旅游演艺从最初主题公园里的点缀性演出到目前能够独当一面的重要旅游资源,正越来越吸引各地不断推出旅游演艺项目,旅游演艺项目也成为刺激地方旅游经济创新性发展的重要指标。基于此,为突出眼球效应和地方政绩,各地旅游演艺项目往往投资巨大,动辄上亿元,甚至不考虑各项目间的空间相互作用性。由于全国旅游演艺策划团队的有限性,大量旅游演艺项目的推出,不仅多存在形式上、设计上,甚至内容上的雷同,更可能导致大量的资源浪费,这种同质化的无序竞争不但不能给地方旅游经济带来好的发展,还有可能成为地方旅游发展的负资产。

因此,本书试图从空间层面上对全国旅游演艺分布进行整体分析,基于我国旅游演艺空间分布现状及分布规律,深度挖掘其空间扩散模式及演化机制,构建其空间布局适宜性评价指标体系,既能对现有旅游演艺的空间分布进行及时合理调配,也能对未来旅游演艺空间布局适宜性、合理性进行技术性指导,使旅游演艺对旅游目的地、旅游产业、文化产业、创意产业既相互影响又相互促进,在此基础上推动旅游演艺产业规范、有效、适度、健康、协调发展,为旅游者的多样化需求和选择提供可能,为城市(景区)的旅游品牌建设、区域旅游经济发展、区域旅游形象提升提供支撑。

1.3 研究方法

1.3.1 文献研究法

对国内外旅游演艺研究进行全面梳理,客观分析前人研究成果,使其成为本书重要理论支撑。“百度学术”是本书获取国外学术的主要搜索平台;同时借助文献扩展等方式,从 Elsevier、Emerald、Springer Link 等数据库共收集到 70 多篇外文学术文献,并从中筛选出相关性较为紧密的 47 篇。基于“中国知网”获取中文文献,以“旅游演艺”“旅游演出”“旅游表演”“演艺旅游”“实景演出”“旅游+演出”“旅游+表演”及知名旅游演艺项目名称进行检索,共获得 200 余篇相关文献,从中筛选出被引频次较高、具有一定影响力和知名度的文献共计 165 篇,另有两部涉及旅游演艺的学术专著。

1.3.2 专家征询法

针对旅游演艺空间布局适宜性评价指标体系的构建,本书在全国范围内邀请熟悉选题并具有一定影响力的高校旅游专家、旅游规划师、旅行社一线工作人员、旅游演艺管理人员、旅游行政管理人员、旅游景区管理人员等,对旅游演艺空间布局适宜性评价指标进行评定和打分,并就该研究提纲发表意见,为本书的框架合理性、结构完整性、逻辑严密性提供了诸多建议。

1.3.3 定量研究法

Excel 软件是微软公司提供的数据处理工具,SPSS 软件则是进行数理统计的较有效工具。本书利用 Excel 软件、SPSS 软件对全国旅游演艺数量及旅游演艺空间布局适宜性评价指标数据进行处理,并采用主成分分析法测算旅游演艺空间布局适宜性评价指标体系的指标权重。

1.3.4 定性研究法

对收集到的 390^① 台旅游演艺项目从多种角度进行合理分类,并从不同分

① 本书所收集的旅游演艺主要来自全国 31 个省、直辖市、自治区,不含港、澳、台地区。

类中寻找出相应规律性,为本书的实例求证提供了基础性资料。

1.3.5 实地调查法

鉴于旅游演艺的特殊性和资料收集的困难性,笔者在研究期间对部分旅游演艺项目进行了实地调研,所调研资料对本书的框架思路、研究观点提供了基础性支持。同时,针对本书的案例样本选取,笔者也通过大量实地调研,获取了样本城市旅游发展及旅游演艺发展等方面的相关资料,为案例样本选取、案例样本分析提供了积极准备。

1.3.6 问卷调查法

问卷调查法是本书第7.1.2节案例样本城市旅游演艺空间布局适宜性评价获得部分主观性评价指标数据的主要途径。由于部分评价指标主观性较强,难以通过地方统计年鉴、行业统计年鉴及其他官方渠道获得,只能通过问卷调查的形式获得相应数据。本书问卷调查法也可称为“专家问卷调查法”,与普通问卷调查法有所区别:普通问卷调查法是以一定数量问卷随机向被调查者发放;本书问卷调查法则是针对全部实证案例样本,邀请在旅游、文化、旅游演艺等领域具有一定知名度且对案例样本城市有较多了解的专家以“百分制”进行打分,以各专家给出的指标数据平均值为该指标相应数据。

1.4 相关理论基础

1.4.1 产业集聚理论

产业集聚问题研究始于17世纪末期,1980年马歇尔(Alfred Marshall)首次提出了产业集聚现象,随后,产业集聚问题逐渐成为经济学、经济地理学、区域经济学、社会学、管理学等众多学科^①关注的热点,形成了诸多流派,较有影响的如韦伯(Alfred Weber)的区位集聚论、熊彼特的(Joseph Alois Schumpeter)创新产业集聚论、E. M. 胡佛(Edgar Malone Hoover)的产业集聚最佳规模论等。与

^① 田东娜. 基于空间视角的大连市乡村旅游研究[D]. 大连:辽宁师范大学,2014:28.