

doi:10.13582/j.cnki.1674-5884.2016.06.055

建设旅游强省背景下的湖南旅游 演艺品牌发展对策

罗栋

(湘潭大学 旅游管理学院,湖南 湘潭 411105)

摘要:旅游演艺品牌建设是实现湖南省建设“旅游强省”目标的重要内容之一。湖南旅游演艺品牌具有良好的发展基础和发展前景,同时,也存在演艺产品内容趋同、品牌营销乏力、市场投资回报不理想等问题。在中国旅游演艺产业发展机会与挑战并存的新形势下,湖南旅游演艺品牌应着眼于四方面的建设:全力提高湖南旅游演艺产品的特色和质量,大力推动湖南演艺品牌的市场化运作机制,着力构建湖南旅游演艺品牌的整合营销模式,积极完善湖南旅游演艺行业的管理与引导。

关键词:旅游演艺品牌;旅游强省;湖南省

中图分类号:F590.3

文献标志码:A

文章编号:1674-5884(2016)06-0172-04

2012年5月,湖南省出台《中共湖南省委、湖南省人民政府关于建设旅游强省的决定》,全面迈入建设旅游强省新阶段。湖南旅游演艺品牌建设具有良好的资源基础,在早期发展过程中长期居于全国领先地位,具有做大做强的现实条件。如何建设好湖南省旅游演艺品牌,值得深入研究和探索。

1 建设旅游强省背景下推进湖南旅游演艺品牌建设的价值

推进湖南省旅游演艺品牌建设,既是湖南省旅游产业创新和产业升级的重要方面,也是湖南省文化产业和文化事业迈向新高度的推动力,是湖南省促进社会全面发展、提高人民生活水平的需要。

1.1 建设湖南省旅游演艺品牌具有很高的经济价值

一方面,旅游演艺品牌的建设,可加速湖南省旅游模式从单一观光游为主向多样化、复合型的多元化旅游模式转变,提高湖南省旅游的知名度和美誉度。另一方面,优秀的旅游演艺产品,延长了游客的逗留时间,拉长了旅游产业链条,显著增加了就业机会,带动了餐饮、宾馆、房地产和运输等相关产业的发展,实现旅游产业结构转换升级发展,实现对经济的辐射作用和拉动作用,实现经济增长和人民生活水平提高。

1.2 建设湖南省旅游演艺品牌具有很好的社会效益

建设旅游演艺品牌,带动了湖南省劳动人口的就业,使人民群众获得较为稳定的收入来源,提高人民群众收入水平,同时,也可吸引在外打工的青年回乡创业致富。参与旅游演艺品牌运作,成为旅游演艺产品演员,也提高了当地人民群众的艺术素质。物质收入提高了,生态环境改善了,文明素质和艺术素质提高了,日子过好了,老百姓自然也就满意了。

1.3 建设湖南省旅游演艺品牌具有很强的文化价值

旅游演艺本身就是旅游与文化融合的产物,加快旅游演艺产业发展,极大拓宽了旅游的文化空间,

收稿日期:20160122

基金项目:湖南省教育厅一般项目(13C918);湖南省省情与决策咨询课题评审委员会项目(2014BZZ248)

作者简介:罗栋(1980-),女,湖南湘潭人,讲师,博士,硕士生导师,主要从事旅游经济、酒店管理研究。

是推动社会主义文化大发展、大繁荣的具体手段之一。旅游演艺品牌的建设必将推动湖南省文化产业和文化事业的发展。提炼湖南省独特的文化特质和内涵,与旅游产业相融合,通过旅游演艺呈现和传播具有鲜明湖湘特色的优秀文化,本身就是对文化的一种极大促进和弘扬。

2 建设旅游强省背景下湖南旅游演艺品牌发展的 SWOT 分析

SWOT 分析法是 20 世纪 80 年代初由美国管理学教授海因茨·韦里克(Heinz Wehrich)提出来的,通过对被分析对象的 Strengths(优势)、Weaknesses(劣势)、Opportunities(机会)、Threats(威胁)等加以综合评估与分析得出结论。

2.1 湖南旅游演艺品牌发展优势分析

第一,湖南旅游资源丰富,丰厚的、独特的旅游文化资源是旅游演艺品牌做大做强的资源基础。得天独厚的自然风光,悠久独特的历史文化,庞大稳定的旅游客源,湖南省具有建设旅游演艺品牌的资源基础和条件。湖湘文化的长期浸润,大湘西独具特色的少数民族人文风物和历史文化、湖南韶山等地红色文化基因的融合,这些都是湖南旅游演艺发展的文化根基和湖南旅游演艺成长的沃土。

第二,湖南省旅游业发展迅速,旅游市场也逐渐成熟,具有旅游演艺品牌做大做强的市场基础。2009 年,湖南省旅游总收入首次超过千亿元,跻身全国十强,旅游产业素质明显提高,实现了由旅游资源大省向旅游产业大省的转变。2012 年湖南省旅游产业发展呈增长态势,全年接待国内游客 3 亿人次,旅游总收入达 2 180 亿元以上,同比增长 20% 以上,实现三年翻番,跨上两千亿元的新台阶。2013 年湖南省接待国内旅游者 3.6 亿人次,比上年增长 18.3%,实现旅游总收入 2 681.9 亿元,增长 20.0%;2014 年,全年接待国内外旅游者突破 4 亿人次,达到 4.12 亿人次,同比增长 14.39%;实现旅游总收入突破 3 000 亿元,达到 3 050.7 亿元,同比增长 13.8%。

第三,湖南发展旅游演艺起步早,发展快,品质好,影响力大,具有旅游演艺品牌做大做强的产品基础。张家界旅游演艺发展最早,也发展最好,正努力打造成为“中国旅游演艺之都”。张家界旅游演艺产业萌芽于 20 世纪 90 年代,2006 年开始兴起,2007 年就已经基本形成了较完备的旅游文化演艺产业体系。2010 年,首批旅游演出类《国家文化旅游重点项目名录》全国 35 台节目入选,其中湖南占据 3 项,湖南长沙的《梦幻之夜·又唱浏阳河》、张家界的《天门狐仙·新刘海砍樵》和《张家界·魅力湘西》名列其中,在全国旅游演艺市场形成了较大的影响力。《天门狐仙·新刘海砍樵》荣获该名录旅游演出类节目的唯一金奖。截止至 2015 年,《魅力湘西》共接待中外游客 1 200 多万人次,年产值达 2.8 亿元。目前,张家界旅游演艺业成为湖南文化产业发展的亮点和国内有影响、有市场的文化演艺品牌。建设“旅游强省”目标下的湖南旅游市场方兴未艾,旅游演艺一直是湖南省旅游发展的重点工作。新形势下,湖南旅游演艺产业逆势而动,发展势头强劲。2014 年,《烟雨张家界》全面改版完成,湘西州、湘潭、怀化相继推出《烟雨凤凰》《中国出了个毛泽东》《烟雨洪江·沅江号子》。2015 年 4 月,凤凰推出森林实景演出《边城》;2015 年 10 月,郴州推出《飞天苏仙》。至此,湖南旅游演艺整体上形成了长沙《芙蓉国里》、湘潭《中国出了个毛泽东》、郴州《飞天苏仙》、张家界《魅力湘西》《天门狐仙》及《烟雨张家界》、凤凰《烟雨凤凰》、怀化《烟雨洪江》等影响力较大的旅游演艺品牌的整体空间布局,呈现了有序的良好发展格局。

2.2 湖南旅游演艺品牌发展劣势分析

第一,内容编排和演出制作趋同化,旅游演艺产品质量有待提高。湖南省旅游演艺产品演出内容趋同,质量良莠不齐。张家界旅游演艺发展的鼎盛时期,8 台演艺节目中有 6 台演艺节目集中在核心景区武陵源。一方面,旅游演艺节目的主题趋同,存在单一、雷同的现象,均取材于湘西民族文化,展示湘西土家族和苗族民族的风物人文,总体构思、节目创意、编导手法、制作手段上大同小异。另一方面,为了生存和发展,各企业展开了激烈竞争,甚至采取了恶性削价竞争等手段来争夺客源,市场竞争无序。

第二,旅游演艺品牌营销乏力,品牌知名度和美誉度有待提高。多年来,绝大多数湖南旅游演艺企业的品牌营销也还停留在传统阶段,市场机制运作不完善,新兴营销方式匮乏,与当前互联网时代和智

慧旅游的发展及旅游消费者的期望还存在较大差距。同时,旅游演艺企业大多还停留在传统的销售渠道组织上,大多采取与旅行社分票房、给导游返点的方式争取游客。而新兴的网络销售渠道和新媒体渠道的应用还远远不够充分。以微信为例,仅《魅力湘西》《天门狐仙》《中国出了个毛泽东》开通了微信公众号或官方微信并辟有微信购票渠道;《烟雨凤凰》官方微信2015年4月开通,推送内容甚少,且没开辟微信购票通道;而其他湖南旅游演艺品牌的微信公众号甚至都没有建立。

第三,门票收入来源单一,投资效益有待进一步增强。绝大多数旅游演艺产品投入大,投资动辄上亿,且建设和投资回收周期长,加上目前旅游演艺产品收回投资的唯一渠道是门票收入,投资风险大。张家界鼎盛时期的8台大戏,投资额达6亿元,到目前仅剩3台大戏仍在演出。以《中国出了个毛泽东》为核心工程的韶山润泽东方文化产业基地,一期总投资达7.8个亿,预计投资达65亿元。据统计,《中国出了个毛泽东》2015年度共上演221场,共接待游客人数25万多人次,总收入达到3000万元,总上座率达到55.67%。从长远来说,《中国出了个毛泽东》为代表的湖南旅游演艺品牌是否能实现投资经济效益和社会效益的双丰收,还有待时间和市场的考验。

2.3 湖南旅游演艺产业发展面临的机遇

第一,中国旅游演艺产业发展迅速。当前,中国旅游演艺已经从“一台戏”逐渐融合发展成为一个“新兴产业”,市场规模不断扩大,旅游演艺产业进入高速发展期。旅游演艺已经成为旅游市场热点,旅游演艺的地点也逐渐从早期的一线旅游景点进一步延伸到全国各地的各个景区,发展布局逐渐成燎原之势。据不完全统计,目前全国各地投资200万元以上的旅游演艺项目达到300个以上^[1]。

第二,中国旅游演艺市场空间广阔。中国旅游业正进入高速发展时期,旅游需求逐渐显现个性化、多样化的特点。旅游演艺从单一的景区内文娱表演走向实景演出、驻场演出、主题公园等多元化、多类型、多层次发展,引导旅游产业与文化产业、演出产业、舞台装备制造产业等相关产业的深度融合发展。同时,旅游演艺行业的渗透率仍有较大的提升空间。据有关学者乐观情景估计2020年中国旅游演艺市场规模有望达到232亿元^[2]。

第三,相关政策强力助推湖南旅游演艺产业发展。2012年,湖南省《关于建设旅游强省的决定》及《湖南省“十二五”旅游发展规划》,提出要把旅游业“建设成规模大、实力强、效益好、可持续发展的战略性新兴产业和人民群众满意的现代服务业”的战略定位,全面迈入建设旅游强省新阶段。《决定》指出,建设旅游强省的十大工作重点之一就是“打造旅游品牌”,要求“积极发展具有湖湘特色的旅游演艺业”。湖南省旅游局将旅游演艺列为2014年重点工作之一。2015年6月,《湖南省人民政府关于促进旅游业改革发展的实施意见》出台,全力推进旅游强省建设,提出“鼓励专业艺术团体与旅游目的地合作,打造艺术水准高、市场效果好的文化旅游演艺节目”。

2.4 湖南旅游演艺产业发展面临的挑战

一方面,近两年来,中国旅游演艺产业发展速度开始放缓,收入下降趋势明显。随着中国旅游宏观环境的变化和旅游演艺市场本身的发展,旅游演艺产业2013年迎来了发展中的拐点,发展形势发展有所变化,挑战日趋严峻。据中国演出行业协会报告显示,2013年在旅游演艺剧目增加的情况下观众人次和收入都整体下滑,2014年中国旅游演艺市场继续呈较大幅度下降趋势,场次与票房收入均比2013年下降35%以上^[3]。

另一方面,旅游演艺市场受政策规范影响的下降在较长时间持续,客源迅速减少,旅游演艺产业的营销模式和盈利模式亟待转变。《旅游法》对旅游演艺市场带来巨大影响,与旅行社分票房、给导游返点的传统方式面临巨大变革,《旅游法》明确禁止导游在行程之外安排游客自费观看演出。同时,政府接待和会议接待均呈显著减少趋势,公款购买旅游演艺门票的支出显著下降。

3 建设旅游强省背景下的湖南旅游演艺产业品牌发展对策

3.1 全力提高湖南旅游演艺产品的特色和质量

提升湖南旅游演艺产品的特色和质量是湖南旅游演艺品牌发展的最核心内容。第一,旅游演艺资

源特色是旅游演艺发展的核心^[4]。找准整合湖南独具特色的地域性、民族性文化旅游资源特色,有针对性地开发具有差异性的旅游演出产品,提高节目的创意性和观赏性。第二,突出湖南旅游演艺品牌的经营特色,完善旅游演艺产品质量提升机制。在旅游演艺品牌经营上大力创新,打造新型旅游演艺商业模式。第三,培育完善的旅游演艺人才队伍体系,提升艺术水准和节目质量。

3.2 大力推动湖南演艺品牌的市场化运作机制

第一,推动湖南旅游演艺市场的融资改革。增强湖南旅游演艺融资渠道的多样性,大量引入社会资金,按照市场规律进行市场化运作。积极推动湖南旅游演艺企业上市融资,做大企业资产规模,提升盈利能力,提升旅游项目的投资回报率,实现产业链并购扩张。第二,推动湖南旅游演艺品牌形成规模化效应。从湖南旅游演艺的区域空间布局来看,还有较大拓展空间,同时,湘西地区具有良好的发展基础和集中发展优势,可考虑进行重组合并,积极整合优质资源,建立大型旅游控股集团,实现规模化经营,最大化实现品牌资源共享。第三,健全湖南旅游演出产品定价评估、市场监察、市场退出等相关机制。第四,适当采取湖南旅游演艺品牌的延伸战略,丰富相关旅游产品内容,通过授权经销等方式生产销售各类相关旅游商品,形成完整的旅游产业链。第五,推进旅游演艺产业与其他产业的融合发展。

3.3 着力构建湖南旅游演艺品牌的整合营销模式

随着互联网时代和智慧旅游的发展,湖南旅游演艺品牌应着力构建整合传播营销模式,搭建全媒体整合营销平台。第一,利用价格手段调控市场。应适时根据旅游淡旺季、产品推广、节假日促销等合理利用好价格手段。第二,新媒体多渠道宣传。利用微博、微信、手机APP、电商渠道等,通过软文推送、视频直播、微博互动、实时参与等形式最大限度传播旅游演艺品牌相关资讯。加强与湖南广电等的合作,积极利用发挥湖南传媒的巨大影响力,提高湖南旅游演艺品牌的影响力。第三,多渠道票务销售。扩展票务营销思路,继续做好与旅行社、旅游电商渠道的合作,引入利益分享机制,适应散客化时代的到来。同时,随着移动支付应用的推广发展,大力推进移动端票务销售,实现购票的智能化、便捷化。

3.4 积极完善湖南旅游演艺行业的管理与引导

第一,及时出台相关政策,引导湖南旅游演艺产业健康发展。在用地、投资、人才引进、基础设施配套等方面出台相关政策与措施,协调统筹,支持促进湖南旅游演艺产业的发展。第二,建立健全相关法律法规及相关政策,加强旅游演出产品版权保护、强化旅游演出经营主体及中介机构行为规范,保护旅游演艺产业知识产权和合法权益。第三,各相关主管部门完善市场监察机制,严厉打击恶性竞争,开展规范管理。第四,建立湖南旅游演艺行业等相关协会,充分发挥行业组织的自我管理功能,建立相关行业标准体系。第五,相关主管部门和行业协会利用权威机构积极推介旅游演艺品牌,开展前期市场推广和交流活动。

参考文献:

- [1] 中国演出行业协会. 2013年中国演出市场年度报告[R/OL]. (2014-04-04)[2015-09-30]. <http://www.capa.com.cn/news/showDetail?id=65993>.
- [2] 张媛. 中国旅游演艺市场空间广阔 2020年市场规模有望达232亿元[EB/OL]. (2014-07-24)[2015-10-30]. <http://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/140724-7c604ea6.html>.
- [3] 中国演出行业协会. 2014年中国演出市场年度报告[R/OL]. (2015-07-30)[2015-09-30]. <http://www.capa.com.cn/uploads/File/2014中国演出市场年度报告.pdf>.
- [4] 方世敏, 杨静. 旅游演艺游客感知影响因素及价值提升对策研究[J]. 旅游论坛, 2012(3):17-21.

(责任校对 王小飞)