

余玲, 刘家明, 姚鲁烽, 等. 中国实景演艺旅游资源时空格局研究[J]. 地理科学, 2019, 39(3): 394-404. [Yu Ling, Liu Jiaming, Yao Lufeng et al. Spatial and Temporal Patterns Analysis of Real-scene Performing Art Tourism Resource in China. Scientia Geographica Sinica, 2019, 39(3): 394-404.] doi: 10.13249/j.cnki.sgs.2019.03.005

中国实景演艺旅游资源时空格局研究

余玲^{1,2,4}, 刘家明^{1,2}, 姚鲁烽³, 李涛^{1,2}

(1. 中国科学院地理科学与资源研究所区域可持续发展分析与模拟重点实验室, 北京 100101; 2. 中国科学院大学资源与环境学院, 北京 100049; 3. 中国科学院地理科学与资源研究所, 北京 100101; 4. 东京大学空间情报科学研究中心, 日本 东京 113-8656)

摘要:以2004~2017年间国家5A、4A级旅游景区的283个实景演艺旅游资源为样本,借助ArcGIS软件对其发展阶段、类型特征、多维空间格局、时空扩散过程等进行了分析。主要结论包括:① 量化测度了实景演艺旅游资源的投资规模与数量,从而将中国实景演艺发展分为3个阶段:探查参与期(2004~2007年)、快速发展期(2008~2014年)、成熟巩固期(2015~2017年)。② 依据实景演艺旅游资源在演出时间、演出形式等方面的特征,将其归纳为晚会式夜场、情景式日场和室内全天候3种类型,并刻画了不同类型实景演艺旅游资源的分布特征。③ 从时空演化视角,研究在认识中国实景演艺旅游资源多尺度(全国、三大地带、省域)空间格局的基础上,分析了实景演艺旅游资源在中国的时空扩散过程与特征。

关键词:旅游演艺;实景演艺;旅游资源;文化旅游;中国

中图分类号:F592.7 **文献标识码:**A **文章编号:**1000-0690(2019)03-0394-11

文化是旅游的灵魂。随着文化产业的发展,文化思维的灌注,文化旅游的兴起,以自然人文景观为舞台,以当地文化为内容,注重游客参与的实景演艺日益成为游客体验选择的重要内容,以及文化产业和旅游产业融合发展的最前沿。

中国地大物博,历史悠久与多元民族文化并存,孕育了丰富的自然与人文旅游资源。实景演艺作为跨界融合(旅游+演艺+科技)的旅游资源类型,在中国具有得天独厚的发展优势。2004年《印象·刘三姐》实景演艺推出后迅速在全国引起巨大反响,是中国实景演艺发展的重要标志,开创了一种全新的旅游资源形式,曾被《纽约时报》喻为“中国式山水狂想”。此后实景演艺的发展受到了政界、业界、学界的积极响应。2009年文化部、国家旅游局发布的《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》指出“高度重视文化与旅游的结合发展,打造高品质旅游演艺产品”,从国家层面强化了文化产业与旅游产业的融合。2018年文化和旅游部成立后,文化部门作为文化艺术创作主管部

门,必将进一步促进旅游演艺的发展。在文化产业和旅游产业同步升级的大背景下,以上一系列事件触发了中国实景演艺加速发展,形成了《又见》《印象》《千古情》等多元化演艺品牌,打造了实景演艺的产业链,实现了旅游产业链的升级与延伸。

近年来,中国旅游业处于从观光向休闲度假转型时期,旅游活动的开展越来越突出文化性和体验性。实景演艺成为重要的旅游资源,在全域旅游(夜间经济)、旅游小镇、文化旅游、旅游扶贫(大型实景演艺演员数量200~1 000人不等,其中很大一部分来自当地居民)发展背景下扮演着重要角色。

实景演艺旅游资源(Real-scene Performing Art Tourism Resource, RPATR)的概念尚未达成统一。《实景演出服务规范》(GB/T 32941.1-2016)中将RPATR定义为,“以自然景观或人文景观为场地和背景,有鲜明的情景主题、固定的场所和演出时间的露天或半露天的文艺演出”。结合前人研究经验^[1,2]和实践,RPATR具有以下基本特点:一是以自

收稿日期:2018-02-19;修订日期:2018-06-09

基金项目:国家自然科学基金项目(41731286)资助。[Foundation: National Natural Science Foundation of China (41731286).]

作者简介:余玲(1992-),女,四川自贡人,博士研究生,主要研究方向为城市旅游、旅游地理、游憩空间规划设计。E-mail: yul.15b@igsrr.ac.cn

通讯作者:刘家明,研究员。E-mail: liujm@igsrr.ac.cn

然景观或人文景观为演出舞台或背景;二是驻场常态化演出。需要说明的是,近年来,随着科技的发达,一些剧院通过高新技术、以全景环绕的演出方式,在剧院内再现当地自然、历史、人文景观,让观众身临其境地体验,诸如山西省《又见平遥》《又见五台山》等驻场常态化沉浸式情境演出也属于 RPATR 的范畴。

长期以来,学术界偏重于从人类学、经济学、社会学、文化学等学科视角开展旅游演艺方面的研究,研究主题集中于探讨旅游演艺的内涵、产生的影响、管理与发展等方面。20 世纪 70 年代中期国外学者开始关注旅游演艺^[3],研究主题涉及旅游演艺对地方经济、社会和文化所产生的影响^[4]、旅游演艺的真实性^[5]、旅游者消费偏好^[6]、社区居民和表演者的感知和态度^[7,8]等方面。国内学者在 20 世纪 90 年代末开始关注旅游演艺,研究主题涉及旅游演艺的运营管理与开发^[9-13]、游客感知与满意度评价^[14-19]、旅游者消费行为动机^[20,21]、演艺对旅游者活动空间的影响^[22,23]、地域文化要素的挖掘与再现^[24,25]、原真性^[26-28]等方面。研究以个案分析为主,其中以针对桂林《印象·刘三姐》^[18,25,27,29]、杭州《宋城千古情》^[11]、张家界地区旅游演艺^[21,24]的研究成果最为丰富和全面,较少从全国范围、不同尺度范围进行系统分析。

以上研究深化了对 RPATR 的开发管理的认识,但多停留在定性研究和经验描述^[30,31]层面,较少从文化地理学视角^[32-34],基于地理空间数据,对 RPATR 地理格局、空间分布等进行系统定量研究,从而未能深入探讨不同尺度、不同类型 RPATR 分布的共性规律和个性差异。为此,本研究以 2004~2017 年间国家 5A、4A 级旅游景区的 283 个 RPATR 为样本,从发展阶段、类型特征、多维空间格局、时空扩散过程等视角系统地探讨了中国 RPATR 的基本特征与时空格局。

1 研究对象

1.1 样本数据来源

在中国,正是基于旅游景区在旅游者中所形成的广泛吸引力和影响力,以及服务管理规范、旅游市场成熟、旅游形象突出、监管制度健全、利益分配合理等,而更容易成为实景演艺的落脚地^[35],目前最具代表性的 RPATR 大多依托国家 5A、4A 级旅游景区。为实现科学、合理、可行的数据收

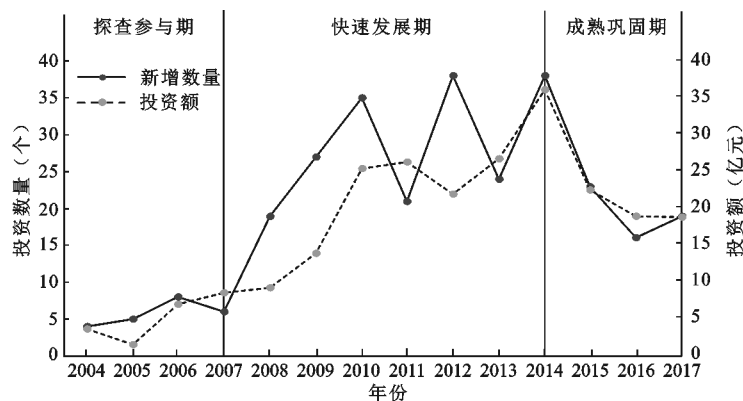
集,文章结合研究内容需要,在研究样本采集过程中进行遴选。首先,本研究以截至 2017 年国家旅游局公布的“5A、4A 级旅游景区”作为基本样本,搜集其 2004~2017 年间是否有 RPATR,建立数据库(由于港澳台地区尚未参与国家 A 级景区评选,基础数据收集不含港澳台地区数据);第二,网络检索增加部分经营较为成功、知名度较高的 RPATR 对数据库进行补充;第三,通过查询景区官方网站和相应互联网搜索词条,整理各样本的首演年份、投资额、演出时间、演出频率、演出时长、演出内容等数据;最终经过严格遴选,确定 283 个 RPATR 为本文的样本,并借助百度地图 API 坐标拾取工具获得各样本地理坐标(北京 1954 大地坐标系,统计格式为:经纬度 X, Y)。研究中涉及的各省市人口数据来源于《中国统计年鉴(2017)》^[36],2017 年各省市接待境内外游客人次数据来源于 2017 年中国内地 31 个省、直辖市、自治区国民经济和社会发展统计公报。

1.2 RPATR 发展阶段特征

通过对以上样本数据进行梳理,发现随着文化旅游的快速发展,RPATR 的投资规模与数量均呈现缓慢增长态势(图 1),论文依据投资规模与数量的斜率,将 RPATR 的发展分为 3 个阶段。

1) 探查参与期(2004~2007 年)。自 2004 年《印象·刘三姐》推出以后迅速在全国引起巨大反响,刺激了 RPATR 的消费需求和资本市场的投资,但由于 RPATR 创作周期较长,以及受到当时消费水平、市场范围、技术条件等因素制约,这期间 RPATR 的发展处于探查参与阶段,投资规模较小、总体增长缓慢。这期间 RPATR 的新增数量仅有 23 个,年均增长 5.750 个/a,年均投资规模为 5.215 亿元/a。

2) 快速发展期(2008~2014 年)。在《印象·刘三姐》《长恨歌》的成功效应影响下,中国 RPATR 呈现出强劲的发展态势。2008 年后随着游客消费市场需求结构转变,旅游体验模式层级升级,高科技发展,景区开发规范水平提高,尤其国家旅游局 A 级景区评定办法的出台和实施,大大规范提升了景区开发过程中对景区文化凸显的重视,绝大多数的 5A 级景区都有自己的演艺团队。在此期间,政府相关文旅融合发展政策的颁布和实施,为 RPATR 的发展营造了良好的外部环境,引导社会、企业、私人资本流入 RPATR 的开发,其投资数量、



由于投资时间难以统计,故研究中的投资年份以实景演艺的首演年份为准,实际投资年份在首演年份前1~2 a,甚至更长;大多数实景演艺开发过程中存在长期多次投资,由于累计投资额难以统计,图中投资额仅统计首次投资额数据;基础数据未包括港澳台数据

图1 中国实景演艺旅游资源发展的阶段特征

Fig.1 Stag characteristic of real-scene performing art tourism resources development in China

投资规模等水平较以前大幅提升,处于爆发式增长阶段。这期间 RPATR 新增数量为 202 个,年均增长 28.857 个/a,是探查参与期的 5 倍,年均投资规模为 22.834 亿元/a。并初步形成品牌系列,诸如《印象》《又见》《千古情》系列等为代表的大型 RPATR 的建设与扩张。

3) 成熟巩固期(2015~2017年)。由于快速发展期 RPATR 粗放发展,造成同质化现象严重、缺乏吸引、不可持续的发展实践以及前期投资巨大(大投入、大制作、大场面)且后期设备维护成本高的累积影响,导致了《海棠秀》《印象·海南岛》《泰山千古情》等一批 RPATR 难以为继,相继关停,实景演艺行业的投资者初尝市场的残酷。同时,受 2013 年《旅游法》出台的冲击,此前许多实景演艺项目采取和旅行社、旅游机构协同合作的方式,《旅游法》出台后,禁止将实景演艺与景点门票捆绑销售,这极大地减少了实景演艺的观众数量。这期间 RPATR 新增数量为 58 个,年均增长率为 19.333 个/a,年均投资规模为 20.130 亿元/a。与前期 RPATR 纷纷大规模粗放式投资相比,这一时期投资热度有所降低,投资逐步趋向理性。同时也是 RPATR 发展规范化、市场化,市场向好的阶段。

2 中国 RPATR 的类型特征

2.1 资源类型划分

基于中国 RPATR 利用现状和已有研究^[1],依据其在演出形式、演出时间等方面的特征,可以归纳为晚会式夜场、情景式日场和室内全天候 3 种类型(表 1)。这几种类型在命名上以“形式-时间”表

现,强调了不同 RPATR 在利用方式上的表现形式和功能取向。

1) 晚会式夜场 RPATR。该类型 RPATR 具有规模宏大、场面壮阔、震撼人心的特点。演出场地灯光布景是展示演出效果的重要平台,利用建筑的轮廓灯光和建筑物周边探照灯的放射将景区标志性建筑在夜色中突显出来,使景区场地的夜景照片和视频成为景区形象宣传的靓丽名片。由于其开展时间在晚上,具有延长游客停留时间、提升过夜游客量、培育夜间消费、拉动夜间经济等方面的作用。目前晚会式夜场 RPATR 的演出背景主要有:以山水为背景——桂林阳朔《印象·刘三姐》、以峡谷为背景——张家界《天门狐仙·新刘海砍樵》、以水幕为背景——杭州西湖《印象·西湖》、以雪山为背景——云南丽江《印象·丽江》、以烟火为背景——山西《千年铁魂》、以海景为背景——山东《蓝色畅想》。

2) 情景式日场 RPATR。该类型演出内容以景区的历史故事、民俗风情、地方技艺为主,具有再现当地历史事件、反映景区民俗风情的作用。通过实景地的演出,将游客带到当地的历史事件、风俗环境中。虽然与晚会式夜场相比,情景式日场的规模较小、时间较短,但具有更加贴近游客、吸引大众参与的特点。往往要求游客参与其中,从而有效地激发旅游者的体验兴趣,这种方式比导游讲解和文字解说更能给人深刻印象。情景式日场 RPATR 按照演出地点,可进一步分为景区入口的迎宾演出和景区内的实景演出。

3) 室内全天候 RPATR。该类型 RPATR 的演

表1 不同类型实景演艺旅游资源的演出特征

Table 1 Characteristics of different types of real-scene performing art tourism resources

类型	晚会式夜场	情景式日场	室内全天候
对旅游的促进	补充夜间活动、延长游客住宿时间	丰富旅游体验、延长游览时间、展示景区优秀文化、丰富文化旅游体验	丰富旅游项目,减少天气对旅游的影响
演员的主要特征	数量多,业余演员为主(其中以当地居民占大多数)	数量少,专业演员为主、可邀请游客现场参与演出	数量多,社区居民、艺术家为主,或引进专业演员,游客即是观众也是演员
演出场地的特征	高大山水背景或大型景点建筑前的宽阔场地	旅游区景点前空地、宽敞场地或景点之间的过道空间	旅游地的剧院内或根据剧情需要搭建剧场,规模介于夜场与日常之间
游客的要求	有较多客源,以二日游为主	客流量较少,以一日游为主	游客量较大,主要依托景区游客量,也有部分游客专程前往
剧目创作	兼顾艺术性与商业性,创作阵容强大,创作周期较长	创作周期较短,多引进地方非物质文化遗产表演,剧目更新较快	兼顾艺术性与商业性,专业团队创作,创作阵容强大,创作周期较长
演出票价	高票价(平均150元以上)	中等票价或免费(含在景区门票中)	高票价(平均200元以上)
演出频率	每天一场	每天两场或以上	每天一场或两场以上
演出时长	60~90 min	60 min 以内	60~90 min
主要依托资源	自然山水景区	文化景区	旅游城市
典型案例	《印象》系列	《道解都江堰》	《又见》系列

出地点,既可基于剧情需要搭建剧场,也可利用旅游地已有的剧院。每天演出场次大多有2场以上,演出内容为旅游目的地城市或景区的特色文化。室内全天候 RPATR 按照演出的观赏形式,又可分为:体验式情景剧、移动式情景剧、剧院式情景剧3种类型:① 体验式情景剧的演出剧场不限于一般剧院的观众席和舞台面对面形式。在规模巨大的演出场内,表演者可深入人群之中,甚至与观众对话,使观众有机会成为情景剧的一部分;② 移动式情景剧的演出剧场由一系列演出场地排列而成,观众在步行移动中观赏不同的表演;③ 剧院式情景剧的剧院与一般剧院一样,采用观众席和舞台面对面形式,这种剧场可利用景区原有设施,新建剧场的费用也相对较低。

2.2 不同类型 RPATR 的分布特征

2004~2017年,全国283个 RPATR 中,晚会式夜场 RPATR 65个(23%),情境式日场 RPATR 175个(62%),室内全天候 RPATR 43个(15%)。为了剖析不同类型 RPATR 的空间分布格局,研究采用核密度估计法来探究区域内要素在空间上的形态分布特征,以此反映空间要素的分散或聚集分布状态。运用 ArcGIS10.2 软件 Spatial Analyst 工具中的“密度分析”功能模块进行核密度分析^[37],得到不同类型 RPATR 的核密度分布图(图2),结果表明不同类型 RPATR 的空间分布差异显著。

晚会式夜场 RPATR 核密度集聚在晋南-豫北、渝-鄂-湘西、苏-浙-皖南3个地区。情景式日场 RPATR 核密度以长三角为核心,由东部沿海向内

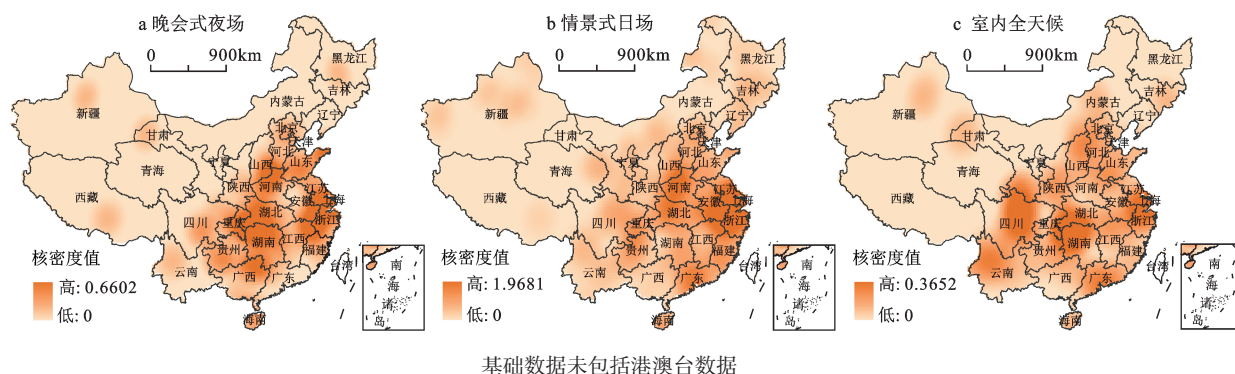


图2 中国不同类型实景演艺旅游资源的核密度分布

Fig.2 Density distribution of different types of real-scene performing art tourism resources in China

陆递减,并在豫中西-鄂北、粤中(广州-深圳)出现次级中心。室内全天候 RPATR 核密度呈现多中心分布特征,尤其在西南一带(四川-湘西)集聚。

3 中国 RPATR 的多维空间格局

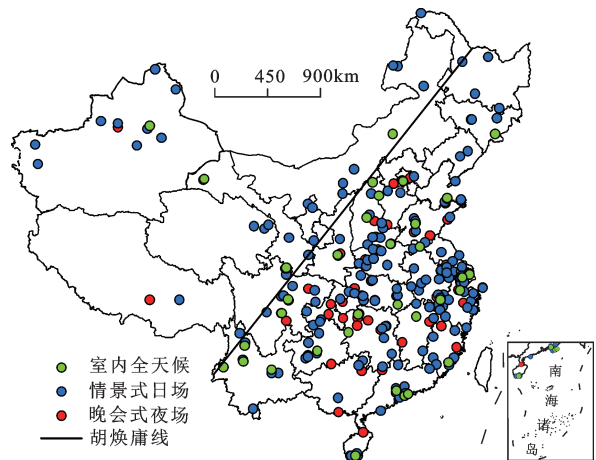
地理学研究强调对研究对象时空演变格局的分析,而在进一步研究中,又涉及到区域差异和尺度效应的问题^[38-40]。受地理环境条件、历史文化底蕴、地域文化特色、区域社会经济、旅游业发展水平、宏观政策等诸多因素的综合影响,RPATR 地理格局存在显著的差异性和不均衡性。

3.1 中国 RPATR 总体地理格局

“胡焕庸线”本质上是一条人口密度突变分界线,在某种程度上也成为中国城镇化、经济发展、产业结构、旅游经济水平的分割线。中国科学院发布的《中国可持续发展遥感监测报告(2016)》^[41]显示,2016年线东南半壁居住着中国约 94.39%的人口,而线西北半壁居住着中国约 5.61%的人口。截至2017年,线东南半壁 RPATR 数量为 248 个,全国占比 87.6%,人均享有资源数量为 0.002 个/万人,每 526 万人共享 1 个 RPATR;线西北半壁 RPATR 数量为 35 个,人均享有资源数量为 0.005 个/万人,每 222 万人共享 1 个 RPATR;尽管中国东南半壁 RPATR 的数量是西南半壁的 7 倍,但人均享有数量仅是西北半壁的 2/5,表明 RPATR 具有人口流动的特征,游客是其主要服务群体。

RPATR 密集区主要分布在经济发达、文化繁荣、交通便利、人口稠密的“胡焕庸线”东南半壁,稀疏区则主要分布在社会经济发展水平较低、文化产业发展较慢、人口相对稀少的“胡焕庸线”西北侧,形成了“东南密西北疏”的分布格局。同时注意到,依托区位和资源优势,华北地区(北京、河北、山东等)、华东地区(上海、江苏、浙江等)、西南地区(四川、云南),成为 RPATR 分布密度最高的 3 个区域(图3)。

研究认为,一方面,受地区经济发展条件、交通区位、消费水平、居民收入、旅游开发等因素影响,其经营活动与投资行为在空间上表现出与 1978 年以来中国社会经济空间(整体经济发达、市场繁荣、人口密度、文化交流程度)差异格局的高度协调。RPATR 作为地区文化旅游的重要载体,是区域社会经济活动的重要组成部分。旅游经济发展不可避免会受到地方经济发展的影响。一个



基础数据未包括港澳台数据
图3 中国实景演艺旅游资源的空间分布

Fig.3 Spatial distribution of real-scene performing art tourism resources in China

地区地方经济发展迟缓,同样也难以形成良好的旅游发展局面,特别是在西北、北方、西南等交通不畅地区,其旅游业发展更是困难,没有充足游客量作依托的 RPATR 固然也难以发展。

另一方面,这可能由于 RPATR 具有投资巨大、受天气气候影响较大、投资回报期相对较长的特点。北方和西部地区受季节限制,1 a 之内真正能够进行展演的时间一般仅介于 5~10 月,演出时限缩短进一步拉长其投资回报周期,极大地限制了北方、西部地区 RPATR 的发展。这也是中国北方、西部等地 RPATR 明显少于南方、东部的主要原因之一。

以上 2 点现象透视着中国自然条件、社会经济、文化底蕴、生活消费等多方面的区域差异及 RPATR 的综合性、脆弱性、依赖性、波动性、季节性特征,并一定程度决定了区域 RPATR 发展的分布格局和发展地位。

3.2 中国 RPATR 三大地带分布特征

中国宏观区域经济“新三大地带”是地理环境“梯度化”分异与社会经济发展“阶段化”差异的综合表征^[42]。本文参照“新三大地带”划分方案,通过分析不同地带 RPATR 的数量、投资密度、年接待国内外游客人次的差异来反映中国 RPATR 的三大地带空间格局(表 2)。

东北及东部沿海 RPATR 数量为 113 个,占全国总数的 39.9%,其密度值为 0.66 个/万 km²;中西

表2 中国实景演艺旅游资源的“三大地带”尺度分布特征

三大地带	RPATR 数量	人均 RPATR 享有量	2017 年接待境内外游客人次(亿)	密度值 (个/万 km ²)	人均 RPATR 投资额(元/人)
	(个)	(个/万人)			
东北及东部沿海	113	0.0018	53.329	0.66	11.942
中西部	146	0.0021	75.996	0.47	21.758
远西部	24	0.0041	2.842	0.05	27.953

注:① 各省市人口数据来源于《中国统计年鉴(2017)》^[36];② 2017 年各省市接待境内外游客人次数据来源于中国内地 31 个省、直辖市、自治区国民经济和社会发展统计公报;③ 基础数据未包括港澳台数据。

部地区 RPATR 数量为 146 个,占比为 51.6%,其密度值为 0.47 个/万 km²;远西部地区 RPATR 数量为 24 个,占比为 8.5%,其密度值为 0.05 个/万 km²。这说明三大地带实景演艺的密度分布呈现出明显的“梯度化差异”特征,东北及东部沿海地区最为密集,中西部地区相对集中,远西部地区稀疏分散。反映了与中国宏观区域经济的发展条件、发展水平和对外开放程度由东向西逐步递减的基本态势相一致的特征。进一步分析三大地带人均 RPATR 享有量、地区游客量、人均 RPATR 投资额发现,尽管远西部地区游客量最低,但该地区人均 RPATR 享有量及人均 RPATR 投资额最高。研究结果表

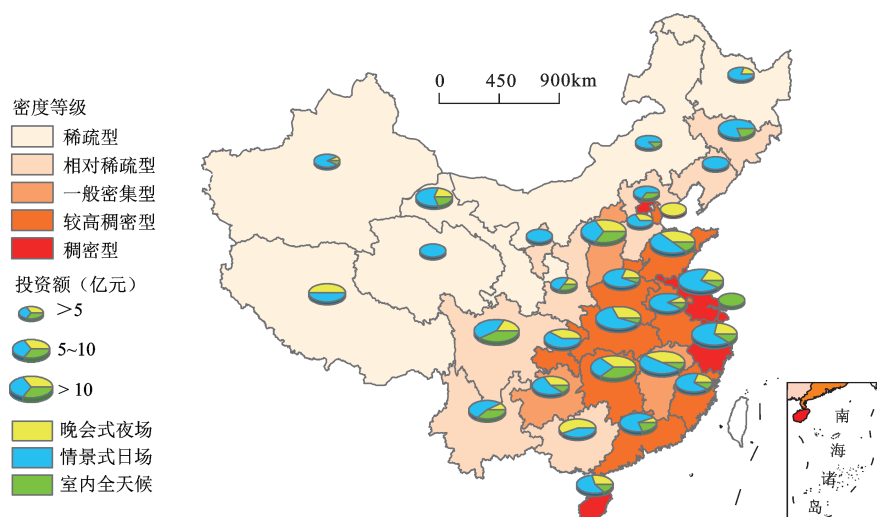
明:其一,中国 RPATR 的发展也受到诸如区域人口数量、旅游接待能力、扶持政策等因素的影响和制约;其二,RPATR 的投资具有资本流动性特征。

3.3 中国省域 RPATR 空间分布结构

中国省域 RPATR 投资规模格局、密度分布特征和类型分布格局如下(图 4)。

3.3.1 省域 RPATR 投资规模格局

浙江、江苏、江西、山东、山西、四川、湖南、湖北地区,RPATR 投资规模均在 10 亿元以上,投资规模占主导地位,表现出高度的 RPATR 资本参与程度,以及区域文化旅游发展呈现强烈的内生动力型特征。作为以地域文化为主要表现内容的实景演艺,其空间分布不可避免地受到地域文化差异性的影响。江苏、浙江、四川地区地域文化富集度较高,底蕴深厚、影响力较大,吸引众多国内外游客前往。正是基于其自身属性特点、资源环境条件,江苏、浙江、四川 RPATR 数量排名前三,分别为 23、18、17 个,3 省合计占全国 RPATR 数量的 20.5%。宁夏、上海、辽宁、青海、天津、黑龙江、陕西、北京、内蒙古、河北、新疆地区,RPATR 投资规模在 5 亿元以下,投资规模最低,区域文化旅游发展呈现明显的外部依赖型特征。总之,旅游投资作为旅游经济活动的重要内容与地区整体经济状况和差异存在密切联系,省域经济社会发展和差异是影响中国 RPATR 投资空间差异及其演化的最直接和关键因素。



基础数据未包括港澳台数据

图4 中国省域实景演艺旅游资源分布格局与投资规模

Fig.4 Spatial distribution and investment scale of real-scene performing art tourism resources in China

3.3.2 省域RPATR密度分布特征

通过计算RPATR的省域分布密度值,利用自然间断点分级法(Jenks),依据密度值范围将其划分为5个密度等级:0~0.110个/万km²的“稀疏型”区域,包括西藏、青海、内蒙古、新疆、黑龙江、甘肃6个省份;0.111~0.350个/万km²的“相对稀疏型”区域,包括辽宁、吉林、云南、陕西、宁夏、广西、河北、四川;0.351~0.720个/万km²的“一般密集型”区域,只包括贵州、山西、江西3个省份;0.721~1.210个/万km²的“较高稠密型”区域,包括湖南、安徽、福建、广东、天津、湖北、河南、山东、重庆;1.211~2.150个/万km²的“稠密型”区域,包括上海、浙江、北京、海南、江苏。

3.3.3 省域RPATR类型分布格局

从省域不同类型RPATR所占比重量看,大多数省份(如江苏、湖南、云南、山西、山东、四川、浙江等)3种类型的RPATR均有,其中,情景式日场占比最大,超过各省RPATR总数的50%;晚会式夜场,占比20%~30%;室内全天候占比最少,低于20%。少数省份(如天津、上海、青海、辽宁、宁夏)仅含有1种RPATR类型。通过分析2017年中国接待境内外游客量排名前十省市(山东、江苏、贵州、四川、湖南、河南、浙江、湖北、安徽、云南)RPATR的类型占比大多为2:7:1或者3:6:1,需充分发挥省域晚会式夜场RPATR在文化旅游资源打造、产品创新、

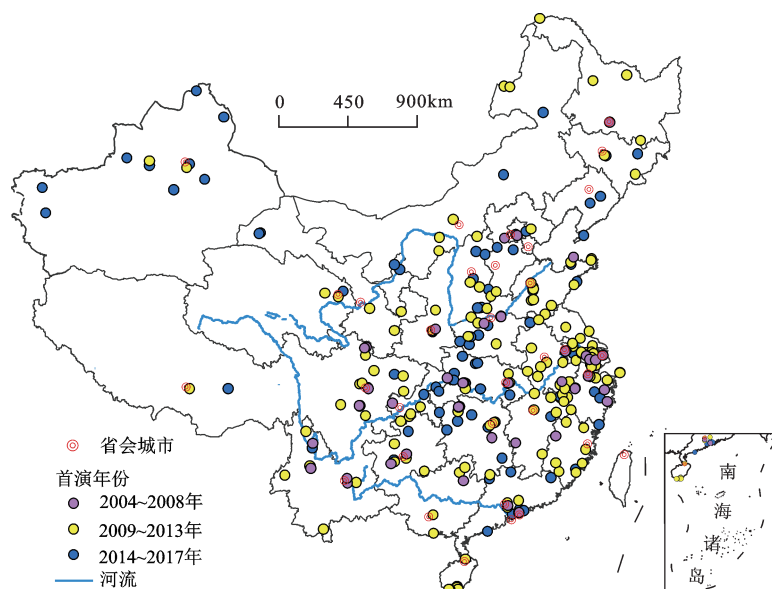
营销推广中的主导作用,促进区域文化旅游开发水平、市场知名度、社会影响力和城市旅游竞争力全面提升。同时情景式日场和室内全天候RPATR优势在于丰富游客体验、增强景区文化内涵。

研究发现,受省域文化旅游需求、气候条件、人口密度、经济发展条件、交通区位、消费水平、居民收入、投资习惯、旅游发展环境等因素影响,中国省域RPATR经营活动与投资行为差异明显,表现出与社会经济发展水平、旅游业发展程度具有高度的空间趋同性。

4 RPATR在中国的时空扩散

作为人文地理学五大经典研究主题之一的文化扩散是既包含着时间内涵又容纳着空间内涵的综合性主题,即文化扩散是文化在时间扩散过程中投射到空间上的现实表现^[43,44]。实景演艺作为文化现象的一种,在其发展过程中同样存在着一定的时空扩散现象。明确中国RPATR的时空扩散特征是准确把握其空间配置动态差异的前提,有助于系统分析差异的原因、过程和机制,反映RPATR投资的选址要求。

研究对2004~2017年中国RPATR开发的时空扩散过程(图5)进行分析。宏观上,中国东部沿海地区(经济发达)和西南地区(旅游资源丰富)为中国最早和最具规模的RPATR的分布区域。在



基础数据未包括港澳台数据

图5 中国实景演艺旅游资源时空扩散格局

Fig.5 The spatial and temporal diffusion pattern of real-scene performing art tourism resources in China

RPATR时空扩散过程中,形成以东部沿海地区为支点,沿长江向中西部扩散的特征。一般来说,RPATR对气候、自然景观具有一定的要求,而长江流域沿线山水景观丰富,气候宜人,最易成为RPATR投资的落脚点。微观上,中国RPATR的空间扩散呈现出由省会、重点旅游城市向三四线城市扩散的特征。这种层次性体现出RPATR在选址时会甄别目的地的经济发展水平和旅游业发展等级,逐步从旅游发展较早且规模较大的成熟旅游城市向后续发展起来的新兴旅游地推进。依托区域经济和旅游资源优势,借势市场基础和成熟景区带来的稳定游客量,是大多数RPATR生存发展的基础条件。这表明,RPATR具有对旅游经济和市场的强依附性特征。

5 结论与讨论

5.1 结论

RPATR作为文化旅游融合发展背景下的重要内容,映射了旅游与文化融合的特征及规律。不仅为科学认识RPATR的角色定位和社会功能,科学引导和综合调控RPATR的合理配置,同时在推进文化与旅游产业融合发展等方面具有重要启示。本文从地理学视角,基于2004~2017年国家级5A、4A旅游景区的283个RPATR为样本,首先回顾了中国RPATR的发展阶段特征,对中国RPATR的发展历程有一个宏观的、较完整的认识。基于此,客观探讨了不同类型、不同尺度(全国、三大地带、省域)RPATR的空间分布差异,并且对RPATR在中国的时空扩散过程和特征进行了梳理。主要结论为:

1) 在中国,以RPATR为代表的文化旅游日益成为旅游消费体验的重要领域,其投资规模和数量均呈现整体增长态势。依据投资规模与数量,中国RPATR的发展特征分为3个阶段:探查参与期(2004~2007年)、快速发展期(2008~2014年)、成熟巩固期(2015~2017年)。

2) 研究根据演出的时间和形式,将RPATR分为晚会式夜场、情景式日场、室内全天候3种类型,不同类型RPATR呈现出不同的演出特征和空间分布格局。

3) 中国RPATR的数量和质量的时空不均衡性突出:① 在全国尺度下,RPATR沿“胡焕庸线”两侧非均衡分布表现出“东南密、西北疏”的分布

格局,同时华北地区、华东地区、西南地区为RPATR分布密度最高的3个区域;② 在地带尺度下,三大地带RPATR的空间配置呈现明显梯度差异,数量分布呈现出东部多于中部、中部多于西部的“梯度化”特征;③ 在省域尺度下,中国省域RPATR投资规模差异明显,中国省域RPATR投资规模格局、密度分布特征和类型分布格局与社会经济发展水平、旅游业发展程度具有高度的空间趋同性,表明区域社会经济发展、旅游业发展环境与RPATR投资关系密切。

4) 宏观上,RPATR呈现以东部沿海地区(经济发达)和西南地区(旅游资源丰富)为发展起源地,然后以沿海地区为支点,沿长江由东部向中西部扩散的特征。微观上,呈现由省会、重点旅游城市向三四线城市扩散的层次性特征。

5.2 讨论

通过对上述研究结论的透视,基于RPATR的可持续发展视角,发现中国RPATR存在着一些值得讨论的问题。

首先,由于RPATR投资、运营、维护成本高、同质化现象严重、局部地区出现过度竞争现象等,导致一批实景演艺相继关停,即便是备受推崇的《印象·刘三姐》《印象·海南岛》《印象·西湖》等大型知名实景演艺也难以继。依据RPATR发展的实践经验来看,RPATR的可持续发展,需要在展演前、展演中、展演后同时着力。展演前,应当注重对地域文化要素的挖掘和植入,充分理解文化内涵,站在目标受众的角度进行内容创作,才能创造一批有品质的RPATR。展演中,RPATR作为体验式消费,尤其需要注重服务细节。譬如,室外实景演艺容易受到刮风、下雨、气温骤降等天气变化的影响,要积极为观众提供保暖措施。展演后,注重RPATR的优化升级,不同场次RPATR的演出内容要有所变化,可以依据时代的进步和观众需求不断优化调整演出内容,同时增加与观众的互动环节,丰富RPATR的体验性,从而使得RPATR具有持久的吸引力。

其次,中国旅游市场需求和空间巨大,但旅游景区数量有限,因此RPATR需积极开拓新战线,培育新的市场。同时,应积极开拓国际市场,让中国的RPATR走出去。一方面,从经济上考虑,可以解决中国RPATR投资成本高,新增乏力的问题;另一方面,从民族文化交流互通的角度考量,阐明中国

文化的意义不仅仅是中国的、经济的,还应该是世界的、人文的、精神的。

参考文献(References):

- [1] 马素萍. 实景剧对旅游目的地影响的利弊分析[J]. 太原城市职业技术学院学报, 2013(1): 179-180. [Ma Suping. Analysis on the advantages and disadvantages of live-action dramas on tourist destinations. Journal of Taiyuan Urban Vocational College, 2013(1): 179-180.]
- [2] 李幼常. 国内旅游演艺研究[D]. 四川: 四川师范大学, 2007. [Li Youchang. A study on domestic tourism performing art. Sichuan: Sichuan Normal University, 2007.]
- [3] MacCannell D. The tourist: A new theory of the leisure class [M]. Oakland: University of California Press, 1976.
- [4] Vassallo V. The impact of culture through the performing arts events on tourism: The case for Malta and Gozo[D]. Valletta: University of Malta, 2015.
- [5] Foster M D. Inviting the uninvited guest: Ritual, festival, tourism, and the Namahage of Japan[J]. The Journal of American Folklore, 2013, 126(501): 302-334.
- [6] Kim S, Chung J Y, King B. Intra-Asian performing arts tourism—The motivations, intentions, and performance preferences of Japanese visitors[J]. Tourism Recreation Research, 2018, 43(3): 372-388.
- [7] Hunter W C. Performing culture at the Formosan Aboriginal Culture Village in Taiwan: Exploring performers' subjectivities using Q method[J]. International Journal of Tourism Research, 2013, 15(4): 403-416.
- [8] Hunter W C. Performing culture at indigenous culture parks in Taiwan: Using Q method to identify the performers' subjectivities[J]. Tourism Management, 2014, 42: 294-304.
- [9] 黄炜, 孟霏, 朱志敏, 等. 旅游演艺产业内生发展动力的实证研究——以张家界为例[J]. 旅游学刊, 2018, 33(6): 87-98. [Huang Wei, Meng Fei, Zhu Zhimin et al. An empirical study on the endogenous driving force of tourism performing industry: Taking Zhangjiajie as an example. Tourism Tribune, 2018, 33(6): 87-98.]
- [10] 唐黎. 闽南文化与旅游产业融合动力机制及对策研究——以《闽南神韵》剧院类文化旅游演艺产品为例[J]. 中南林业科技大学学报(社会科学版), 2017, 11(5): 96-100. [Tang Li. Research on the industrial convergence dynamic mechanism and countermeasures of Minnan cultural industry and tourism industry: A case study in Minnan Verve, the theater class cultural tourism performing arts products. Journal of Central South University of Forestry & Technology (Social Sciences), 2017, 11(5): 96-100.]
- [11] 黄筱焯. 旅游演艺项目开发模式研究——以“印象·丽江”和“宋城千古情”为例[J]. 湖南工程学院学报, 2013, 23(4): 22-26. [Huang Xiaozhuo. Research into the business patterns of tourism performing project: Take “The Impression of Lijiang” and “The legend of Romance” as an example. Journal of Hunan Institute of Engineering, 2013, 23(4): 22-26.]
- [12] 王伟年. 中国旅游演艺发展的驱动因素分析[J]. 井冈山学院学报, 2009, 30(4): 87-91. [Wang Weinian. On the motivational factors for China's tourism performing art. Journal of Jinggangshan University (Philosophy and Social Sciences), 2009, 30(4): 87-91.]
- [13] 关旭, 陶婷芳, 陈丽英. 中国大型城市旅游业与演艺业融合路径及选择机制——企业层面的扎根研究[J]. 经济管理, 2018, 40(1): 22-37. [Guan Xu, Tao Tingfang, Chen Liying. The paths and selection mechanism of industrial convergence between tourism and performing art in China's Large Cities: A research on related enterprises based on grounded theory. Economic Management, 2018, 40(1): 22-37.]
- [14] 阿依提拉·库尔班, 孙浩捷. 剧场类旅游演艺产品游客满意度研究——以新疆《丝路秀》为例[J]. 安徽农业科学, 2017, 45(35): 182-185+208. [A Yitila · Ku Erban, Sun Haojie. Analysis of tourist satisfaction of theatre tourism performing: A survey of the Silk Road Show as an example. Journal of Anhui Agricultural Sciences, 2017, 45(35): 182-185+208.]
- [15] 单延芳. 贵州民族文化旅游演艺产品游客满意度实证研究[J]. 贵州民族研究, 2015, 36(10): 155-158. [Shan Yanfang. An empirical study on the satisfaction of tourists in Guizhou national culture tourism performing arts. Guizhou Ethnic Studies, 2015, 36(10): 155-158.]
- [16] 刘好强. 旅游演艺产品质量测量量表开发的实证研究[J]. 旅游科学, 2014, 28(1): 22-30. [Liu Haoqiang. An empirical study on the development of measuring scales of tourism performing arts quality. Tourism Science, 2014, 28(1): 22-30.]
- [17] 周运瑜, 尹华光, 阳芳. 旅游演艺业核心利益主体满意度测评模型构建与实证研究[J]. 资源开发与市场, 2013, 29(10): 1090-1093. [Zhou Yunyu, Yin Huaguang, Yang Fang. Core subjects of interests' satisfaction evaluation model in tourism and entertainment industry and empirical research. Resource Development & Market, 2013, 29(10): 1090-1093.]
- [18] 焦世泰. 基于因子分析的民族文化旅游演艺产品游客感知评价体系研究——以“印象·刘三姐”实景演出为例[J]. 人文地理, 2013, 28(1): 150-154. [Jiao Shitai. Research on the evaluation system of the tourist perception of ethnic cultural travel performing arts products based on factor analysis. Human Geography, 2013, 28(1): 150-154.]
- [19] 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, 5(3): 17-21. [Fang Shimin, Yang Jing. Research on the factors of the tourism performing perceived value and the measures to improve the perceived value. Tourism Forum, 2012, 5(3): 17-21.]
- [20] 李广宏, 王连明. 旅游演艺场中旅游者行为发生机制研究[J]. 齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版), 2015(3): 44-46. [Li Guanghong, Wang Lianming. A study on the behavior occurrence mechanism of tourists in tourism performance field. Journal of Qiqihar University (Philosophy and Social Sciences Edition), 2015(3): 44-46.]

- tion), 2015(3):44-46.]
- [21] 黄炜, 何思, 周玲. 旅游演艺产品消费动机的实证研究——以张家界旅游演艺业为例[J]. 中央民族大学学报(哲学社会科学版), 2014, 41(1): 64-71. [Huang Wei, He Si, Zhou Ling. An empirical study on consumer motivation of tourism performing products: Taking Zhangjiajie as an example. Journal of Minzu University of China (Philosophy and Social Sciences Edition), 2014, 41(1): 64-71.]
- [22] 赵莹, 汪丽, 黄潇婷, 等. 主题公园演艺项目对旅游者活动空间的影响——基于时空可达性的分析[J]. 旅游学刊, 2017, 32(12): 49-57. [Zhang Ying, Wang Li, Huang Xiaoting et al. The impact of audience participation at a theme park show on tourists' activity space: A space-time accessibility perspective. Tourism Tribune, 2017, 32(12): 49-57.]
- [23] 张琰飞, 朱海英. 西南地区文化演艺与旅游流耦合协调度实证研究[J]. 经济地理, 2014, 34(7): 182-187. [Zhang Yanfei, Zhu Haiying. Empirical research on coupling coordination of cultural performance and tourist flow in Southwest China. Economic Geography, 2014, 34(7): 182-187.]
- [24] 姚小云. 旅游演艺场域中非物质文化遗产的文化再生产——以《张家界·魅力湘西》为例[J]. 怀化学院学报, 2013, 32(12): 27-29. [Yao Xiaoyun. Cultural reproduction of nonphysical cultural heritage in tourism performing art field: A case study of Zhangjiajie Charming Western Hunan. Journal of Huaihua University, 2013, 32(12): 27-29.]
- [25] 侯建娜, 杨海红, 李仙德. 旅游演艺产品中地域文化元素开发的思考——以《印象·刘三姐》为例[J]. 旅游论坛, 2010, 3(3): 284-287. [Hou Jianna, Yang Haihong, Li Xiande. Thoughts on the exploration of regional culture elements in the tourism performing arts: A case study of Impression the Liu Sanjie. Tourism Forum, 2010, 3(3): 284-287.]
- [26] Zhu Yujie. Performing heritage: Rethinking authenticity in tourism[J]. Annals of Tourism Research, 2012, 39(3): 1495-1513.
- [27] 李广宏, 王连明, 杨洁. 山水实景演出之旅游原真性研究——以《印象·刘三姐》为例[J]. 北京第二外国语学院学报, 2015, 37(3): 71-77. [Li Guanghong, Wang Lianming, Yang Jie. Research on the authenticity of the real landscape performance: A case study on "Impression of Sanjie Liu" Performance. Journal of Beijing International Studies University, 2015, 37(3): 71-77.]
- [28] 陈麦池, 黄成林, 张静静. 论旅游演艺的文化体验性与原真性[J]. 旅游研究, 2011, 3(4): 37-41. [Chen Maichi, Huang Chenglin, Zhang Jingjing. On cultural experience and authenticity in tourism performing arts. Tourism Research, 2011, 3(4): 37-41.]
- [29] Hao Xiaofei, Wu Bihu, Morrison A M et al. Worth thousands of words? Visual content analysis and photo interpretation of an outdoor tourism spectacular performance in Yangshuo-Guilin, China[J]. Anatolia, 2016, 27(2): 201-213.
- [30] 刘玲, 林宪生. 中国沿海与内陆旅游演艺差异性分析[J]. 云南地理环境研究, 2011, 23(3): 74-79. [Liu Ling, Lin Xiansheng. The difference analysis of coastal travel performing arts industry and inland travel performing arts industry in China. Yunnan Geographic Environment Research, 2011, 23(3): 74-79.]
- [31] 方世敏, 杨静. 国内旅游演艺研究综述[J]. 旅游论坛, 2011, 4(4): 152-157. [Fang Shimin, Yang Jing. The progress of study on tourism performing in China. Tourism Forum, 2011, 4(4): 152-157.]
- [32] 朱竑, 司徒尚纪. 近年我国文化地理学研究的新进展[J]. 地理科学, 1999, 19(4): 338-343. [Zhu Hong, Situ Shangji. New progress in China's cultural geography. Scientia Geographica Sinica, 1999, 19(4): 338-343.]
- [33] 陈晓亮, 朱竑. 中国大陆社会与文化地理学研究领域综观[J]. 地理研究, 2018, 37(10): 2024-2038. [Chen Xiaoliang, Zhu Hong. The overview of research areas of Chinese Mainland's social and cultural geography. Geography Research, 2018, 37(10): 2024-2038.]
- [34] 白凯, 周尚意, 吕洋洋. 社会文化地理学在中国近10年的进展[J]. 地理学报, 2014, 69(8): 1190-1206. [Bai Kai, Zhou Shangyi, Lv Yangyang. The progress of social cultural geography in China in recent 10 years. Acta Geographica Sinica, 2014, 69(8): 1190-1206.]
- [35] 毕剑. 基于空间视角的中国旅游演艺发展研究[D]. 大连: 辽宁师范大学, 2016. [Bi Jian. Study on the development of Chinese tourism and performing arts from the perspective of space. Dalian: Liaoning Normal University, 2016.]
- [36] 国家统计局. 中国统计年鉴(2017)[M]. 北京: 中国统计出版社, 2017. [National Bureau of Statistics. China statistical yearbook (2017). Beijing: China Statistics Press, 2017.]
- [37] Chang Kang-tsung. 地理信息系统导论[M]. 北京: 科学出版社, 2010: 337. [Chang Kang-tsung. Introduction to geographic information systems. Beijing: Science Press, 2010: 337.]
- [38] 李双成, 蔡运龙. 地理尺度转换若干问题的初步探讨[J]. 地理研究, 2005, 24(1): 11-18. [Li Shuangcheng, Cai Yunlong. Some scaling issues of geography. Geographical Research, 2005, 24(1): 11-18.]
- [39] 蔡运龙. 认识环境变化谋划持续发展: 地理学的发展方向[J]. 中国科学院院刊, 2011, 26(4): 390-398. [Cai Yunlong. Understanding environmental change planning sustainable development: Development directions for geography in China. Bulletin of the Chinese Academy of Sciences, 2011, 26(4): 390-398.]
- [40] 傅伯杰. 地理学综合研究的途径与方法: 格局与过程耦合[J]. 地理学报, 2014, 69(8): 1052-1059. [Fu Bojie. The integrated studies of geography: Coupling of patterns and processes. Acta Geographica Sinica, 2014, 69(8): 1052-1059.]
- [41] 《中国可持续发展遥感监测报告》总编委会. 中国可持续发展遥感监测报告(2016)[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2017. [General Editorial Board of Report on Remote Sensing Monitoring of China Sustainable Development. Report on remote sensing monitoring of China sustainable development (2016). Beijing: Social Sciences Academic Press, 2017.]
- [42] 刘勇. 中国新三大地带宏观区域格局的划分[J]. 地理学报, 2005, 60(3): 361-370. [Liu Yong. A Study on zoning "New Three Macro-Regional Development Zones" of regional econo-

- my of China. *Acta Geographica Sinica*, 2005, 60(3): 361-370.]
- [43] 王恩涌, 赵荣, 张小林, 等. 人文地理学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2000. [Wang Enyong, Zhao Rong, Zhang Xiaolin et al. *Human geography*. Beijing: Higher Education Press, 2000.]
- [44] 吴康. 戏曲文化的空间扩散及其文化区演变——以国家非物质文化遗产淮剧为例[J]. 地理研究, 2009, 28(5): 1427-1438. [Wu Kang. The spatial diffusion of opera culture and the evolution of cultural region: Taking Huai Opera, the intangible cultural heritage as a case study. *Geographical Research*, 2009, 28(5): 1427-1438.]

Spatial and Temporal Patterns Analysis of Real-scene Performing Art Tourism Resource in China

Yu Ling^{1,2,4}, Liu Jiaming^{1,2}, Yao Lufeng³, Li Tao^{1,2}

(1. *Key Laboratory of Regional Sustainable Development Modeling, Institute of Geographic Sciences and Natural Resources Research, Chinese Academy of Sciences, Beijing 100101, China*; 2. *College of Resources and Environment, University of Chinese Academy of Sciences, Beijing 100049, China*; 3. *Institute of Geographic Sciences and Natural Resources Research, Chinese Academy of Sciences, Beijing 100101, China*; 4. *Center for Spatial Information Science, The University of Tokyo, Tokyo 113-8656, Japan*)

Abstract: Cultures are the soul of the tourism industry in the context of promoting integrated development of tourism and culture. The real-scene performing art tourism resource (RPATR), as a new type of tourism resource, has increasingly attracted the interest of scholars across various disciplines, such as anthropology, economics, sociology, etc. However, there are few studies from the geography perspective. Due to the differences of culture, economy, climate environment and tourism development level in different region, RPATR inevitably presents different distribution patterns. To satisfy current demands for the development of cultural tourism and to meet the challenges of the construction and management of RPATR, a scientific and systematic investigation and exploration of the distribution rules of the RPATR is important. Based on 283 the RPATRs of national 4A, 5A tourist attractions in China, supported by GIS software, this study mainly examined four research topics about the RPATR in China: the development stage characteristics, type features, multi-scale (the nation, the three regions, the province) spatial pattern and spatio-temporal diffusion process. The main results are as follows. 1) Through a quantitative analysis based on the investment data, we divided the development of the RPATR in China into 3 stages: the exploration participation period (2004-2007), the development period (2008-2014) and the maturity period (2015-2017). 2) According to the characteristics of the RPATR in terms of performance time and form, we identified 3 kinds of RPATR, respectively the evening show, the daily show and the indoor show, as well as addressing the distribution characteristics of the different types RPATR. 3) We discussed the spatial distribution of RPATR at nation, the 3 main regions, province scales. At the level of the nation, the distribution of RPATR along with the 2 sides of “Hu Line” shows the features of “dense in the southeast and sparse in the northwest”. At the level of the three regions, the distribution of RPATR shows a “gradient” feature that the number of RPATR in the east is more than in the middle, and in the middle more than in the west. At the level of the province, the investment scale, density distribution and type pattern of RPATR are highly correlated with the level of social and economic development and the standard of tourism development in each province. 4) Macroscopically, RPATR showed that the eastern coastal area (the economic prosperous region) and the southwest area (the rich tourism resources region) were the first development regions of RPATR, next spreading from the east to the central and western regions along the Yangtze River. On the micro level, the distribution of RPATR spreaded from provincial capitals and key tourist cities to third-tier and fourth-tier cities.

Key words: tourism performing art; real-scene performing art; tourism resource; cultur tourism; China