

国内外影视文化与旅游产业融合发展研究述评

左 伟

(贵州民族大学旅游与航空服务学院, 贵州 贵阳 550025)

摘要: 旅游产业与关联产业融合发展已经成为世界旅游市场发展的一大趋势。对该领域的研究也逐渐受到学术界的关注,通过对国内外相关书籍和期刊文献的分析,发现国内外研究的焦点主要集中在融合模式、互动发展机制与影响研究等三个方面。在研究方法上多以典型模式为例,运用定性与定量相结合的方法进行分析。对国内外三个研究方面以及研究方法进行分析,以期为中国影视文化与旅游产业融合发展提供借鉴。

关键词: 影视文化; 旅游产业; 融合发展

中图分类号: F590 文献标识码: A 文章编号: 1674-7798(2015)08-0049-03

DOI:10.13391/j.cnki.issn.1674-7798.2015.08.014

Review on the Study of the Development of the Integration of Film & TV Culture and Tourism Industry

ZUO Wei

(Tourism and Air Service College, Guizhou Minzu University, Guiyang, Guizhou, 550025)

Abstract: The integration of tourism industry and related industries has become a major trend of the development of the international tourism market, research on this field is, therefore, attracting the attention from academia. With an analysis of the journals and documents of relevant studies both at home and abroad, we discover the present research primarily focus on integration model, interactive development mechanism and influenced factors, etc. In terms of research methods, the typical models are mainly adopted in the present study, with qualitative and quantitative methods for relevant analysis. Three aspects of research and research methods both at home and abroad are analyzed so as to provide reference for the development of the integration of film & TV culture and tourism industry.

Key words: Film & TV culture; Tourism Industry; Integration Development

文化与旅游的融合发展是新常态下市场发展规律之客观需求,对于如何基于影视文化的民族性、时尚性来加强贵州旅游形象的塑造和提升,具有特殊意义。文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。一方面,影视文化作为一种具有较强吸引力的旅游资源为旅游产业注入了深厚的文化内涵;另一方面,旅游产业通过影视文化的推广与传播增强了旅游产业的竞争力和影响力。二者的融合发展衍生出类型多样的文化旅游模式,研究二者融合路径、融合机制有助于实现区域旅游的可持续发展,有助于旅游目的地的形象塑造与形象提升。

通过梳理国内外相关文献,可将相关研究划

分为三个方面即影视文化与旅游产业融合模式、影视文化与区域旅游互动发展的机制、影视文化对旅游目的地的影响。

一、国内外影视文化与旅游产业融合发展研究焦点

(一) 影视文化与旅游产业融合模式

理查特·莱昂(Richard Lyon)(1987)认为影视文化与旅游产业的融合模式主要分为空间形态和时间形态,其融合的产品类型主要有主题公园(Theme Park)、影视拍摄外景地(Screened Locations)和影视节庆(Film & TV Festival)^[1]。约翰·布朗(John Brown)、安丘奇(Ann Church)(1987)

收稿日期: 2015-07-05

基金项目: 贵阳市哲学社会科学 2015 年度规划课题《贵阳市影视文化与旅游产业融合发展研究》的阶段性成果。

作者简介: 左伟(1981-),男,黎族,贵州德江人,贵州民族大学旅游与航空服务学院旅游管理系系主任,副教授,研究方向: 旅游经济。

、石崎肇士(1988)、音哲丸(1988)分别以学术专著的形式对影视主题公园类型进行了实证研究,着重梳理了影视主题公园的存在溯源与历史沿革,探讨了此类融合模式在西方市场中的实践经验。布莱德雷 M·布朗(Bradley M·Brown)与马克 D·索斯金(Mark D·soskin)(2000)认为影视主题公园的研究重点为减少投入成本,增大收益的方向,这对影视主题公园的经营与管理具有借鉴意义^[2]。麦考姆·库珀(Malcolm cooper)(2001)介绍了澳洲滨海小镇如何利用影视主题公园吸引游客并通过升级现有旅游产品等相关改进措施为旅游产业发展另辟蹊径^[2]。吴金梅,宋子干(2011)归纳了影视文化与旅游产业融合发展的六种模式即影视外景地旅游、影视文化旅游、影视主题公园旅游、影视故事发生地旅游、影视拍摄制作基地旅游和影视节庆旅游^[3]。吴金梅,宋子干(2011)认为影视与旅游共有的基础是影视和旅游产业共同的文化产业本质,技术创新是信息化领域产业融合的主要动力,需求发展是市场融合的根本动力^[3]。丁雨莲,赵媛(2013)认为影视文化与旅游业纵向渗透融合与横向重组融合是旅游产业融合的主要演进方式,技术与资源是演进中的主要融合路径^[4]。

(二) 影视文化与区域旅游互动发展的机制

雷利(Riley)和范道恩(VanDoren)(1992)以定性研究和定量研究相结合的研究方法,认为电影较之于广告,对旅游目的地的促销作用更为显而易见^[5]。图克(Tooke)和贝克尔(Baker)(1996)选取英国4部电视剧作为研究样本,经过一定时间调查认为,电视剧的播出对于拍摄地的客流量有明显影响,电视剧的播出对旅游目的地的旅客源流量具有促进作用^[6]。雷利(Riley)、范道恩(VanDoren)和贝克尔(Baker)(1998)采用定性和定量的方法,对电影与旅游业的关系进行了研究,认为电影作品的传播以及推广导致了新型的旅游方式——电影旅游,电影对旅游业具有较强的推动作用^[7]。彼特·戴贝达尔(Peter Dybedal)(1998)选取挪威的四个主题公园作为案例进行研究(其中三个位于农村地区),研究了主题公园对发展边远地区旅游业的作用,认为成功的主题公园对区域旅游有很大的贡献^[7]。吴倩(2012)探讨了文化产业和旅游产业的互动发展机制,提出了以特色民族文化产业空间布局为核心的产业融合发展的主要思路^[8]。张权生(2013)根据影视旅游运行变化的规律性,把影视与旅游的互动机制概括为发生机制、协同营销机制以及影响机制^[9]。李志勇(2014)运用地域经济成长空间构造模型,以四川省欠发达地区作为分析个案,认为资源、市场、技术是欠发达地区旅游产业融合的实现路径^[10]。

(三) 影视文化对旅游目的地的影响

布斯廷(Boorstin)(1961)通过构建事件的研究范式分析了影视文化与旅游目的地的内在逻辑关系,作者借鉴了“伪事件”(Pseudo-Event)的概念,探讨了影视文化作为事件存在对旅游目的地的形象影响(image impacts)。金和理查德森(Kim and Richardson)(2003)认为影视观众通过了解影视文化产生前往旅游目的地参观的动机,这有效地促进目的地旅游形象的形成与重构^[11]。比顿(Beeton)(2001),康奈尔(Connell)(2005)认为这个领域的研究是以旅游目的地影响为内核,遵循成本—收益的原则,同时应最大程度降低旅游对环境的破坏和减少对于旅游目的地文化的冲击,从而提高旅游目的地居民的福利^[2]。哈德森和罗切特(Hudson and Ritchie)(2006)发现透过影视作品的上映可以拉动游客到外景地出游,旅游目的地通过影视这种营销方式可以提升吸引力,从而产生巨大经济效益^[12]。卡尔和史密斯(Carl and Smith)(2007)以一个典型案例分析了新西兰政府大力推动与电影《魔界》相关的主题活动并以此来促进当地旅游的发展^[13]。陈(Chan)(2007),卡尔和史密斯(Carl and Smith)(2007)通过总结概括影视旅游者的内涵及特征,开拓了相关研究的新领域——影视旅游动机,认为影视旅游动机分析仍是相对未知的领域^[14]。蔡良梅、戴珊(2011)认为应以影视文化为切入点发展旅游业,将影视产业和旅游产业密切联系起来,打造一条影视—旅游产业链,以促进对旅游目的地的营销作用^[15]。

二、评价与启示

通过对国内外相关文献的梳理,以对比分析的方法发现,国外研究主要以个案为基础,突出定量为主,强调微观层面的实证分析;国内研究主要以产业边界为对象,突出定性定量结合,强调宏观层面的规范分析。尽管国内外学者对影视文化与旅游产业融合之模式认识不一,但基本认同影视文化与旅游产业融合发展有助于实现区域旅游的可持续发展,有助于旅游目的地的形象塑造与形象提升。国外的相关研究尤其是对影视文化与旅游产业融合发展的基础理论已经日臻完善,而国内的研究大多还停留在定性描述的层面,缺乏研究方法的创新,笔者认为国外相关研究在以下方面值得借鉴。

(一) 在影视文化与旅游产业融合模式方面

影视文化与旅游产业融合发展是市场主体理性选择的结果还是政府主导型发展模式的产物,一直是国内外学者长期争议的话题,其争论的核心围绕产业政策的必要性。由于受新自由

主义的主导性影响,国外学者在探讨产业融合发展时,更多是基于市场主导的实证研究。国内学者更多关于市场本身的研究,鲜有基于产业政策角度的相关研究。笔者认为产业政策是影视文化与旅游产业融合发展战略中最为核心的内容。战略实施的关键点在于如何施政,行之有效的施政方略才能让产业政策顺应市场,而不是扭曲市场。有效的市场和有为的政府是确保欠发达、欠开发地区实现后发赶超战略的必要条件。此外,笔者认为相关研究不仅应关注产业融合之市场规律,而且应着力于产业政策的制定与行之有效的实施。

(二) 在影视文化与区域旅游互动发展方面

国内相关研究认为影视文化与旅游产业的横向联动、纵向联动是产业融合发展的演进路径。政府引导、企业主导、市场运作是实现产业融合与产业联动的根本保证。通过制定适宜的产业政策并发挥政府在促进产业发展中的引导和协调作用才能真正满足影视文化与旅游产业融合发展之需求。

国外相关研究则从产业融合的视角对影视文化与旅游产业之内在逻辑关系开展,丰富关联产业与旅游产业的基础理论。笔者认为应围绕具体案例开展实证与规范研究,深入探讨不同融合模式下的动力机制、实施路径,才能为决策部门制定影视文化与旅游产业融合发展的产业政策提供决策依据。未来此方面的研究应在关注影视文化与旅游产业融合发展理论的基础上,建构影视文化与旅游产业融合发展的策略框架,这对于指导关联产业与旅游产业融合发展具有重要意义。

(三) 在影视文化对旅游目的地影响方面

影视文化与旅游产业融合发展将对旅游目的地带来较为复杂的影响,这些影响涉及经济、人文、社会、政治以及环境等方面。国外的学者普遍关注融合发展对目的地居民的正面与负面影响,尤其关注负面影响。他们通过大量的实地调查,归纳了产生各种影响的因素。国外学者对旅游地居民深切的人文关怀以及对旅游地负责任的研究态度值得国内学者深思与学习。

(四) 在研究方法方面

国外学者对影视文化与旅游产业融合发展的探讨往往运用多角度、多学科的研究方法。其中包括了经济学、管理学、地理学、社会学、心理学等学科。具体的研究方法是以问卷调查法、访谈法、统计分析法以及数据比较分析法为主。国内的相关研究则仍以定性分析为主,研究方法较为单一。笔者认为在今后的研究中应注重以现实融合模式与潜在融合模式为研究对象,综合运用经济学、社会学等相关学科,对融合的路径、融合的策略进行深入分析。

(五) 研究趋势

影视文化与旅游产业融合发展的研究趋势包括影视文化转化为旅游资源的基础理论、旅游产业助推影视文化发展基础理论、影视文化与旅游产业融合发展基础理论、影视文化与旅游产业融合发展的动力机制、影视文化与旅游产业融合发展的实施路径、影视文化与旅游产业融合发展策略。

参考文献:

- [1] Beeton, S. Smiling for the Camera: The Influence of Film Audiences on a Budget Tourism Destination [J]. *Tourism, Culture and Communication* 2001(3): 15-25.
- [2] Connell, J. Toddlers, Tourism and Tobermory: Destination Marketing Issues and TV-Induced Tourism [J]. *Tourism Management* 2005(26): 763-776.
- [3] 吴金梅, 宋子千. 产业融合视角下的影视旅游发展研究[J]. *旅游学刊* 2011(6).
- [4] 丁雨莲, 赵媛. 旅游产业融合的动因、路径与主题探析——以深圳华强集团融合发展旅游主题公园为例[J]. *人文地理* 2013(4).
- [5] Riley, R and C. Van Doren Movies as Tourism Promotion: A Push Factor in a Pull Location [J]. *Tourism Management* 1992, 13: 267-274.
- [6] Tooke, N. and M. Baker Seeing is Believing: The Effect of Film on Visitor Numbers in Screened Locations [J]. *Tourism Management* 1996, 17: 87-94.
- [7] Riley, R, C. Van Doren and D. Baker Movie Induced Tourism [J]. *Annals of Tourism Research* 1998, 25: 191-935.
- [8] 吴倩. 民族地区文化产业与旅游产业的融合发展研究[J]. *贵州民族研究* 2012(6).
- [9] 张权生. 贵州影视旅游产业发展研究[J]. *贵州民族大学学报(哲学社会科学版)* 2013(3).
- [10] 李志勇. 旅游产业融合视角下欠发达地区经济发展路径探索[J]. *四川大学学报(哲学社会科学版)* 2014(4).
- [11] Kim, H. and Richardson, S. Motion Picture Impacts on Destination Images [J]. *Annals of Tourism Research* 2003(30): 216-237.
- [12] Hudson, S. and Ritchie, J. R. B. Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives [J]. *Journal of Travel Research* 2006(44): 387-396.
- [13] Carl, D, Kindon, S. and Smith, K. Tourists' Experiences of Film Locations: New Zealand as 'Middle earth' [J]. *Tourism Geographies* 2007 9(1): 49-63.
- [14] Chan, B. Film-induced Tourism in Asia: A Case Study of Korean TV Drama and Female Viewers' Motivation to Visit Korea [J]. *Tourism, Culture and Communication* 2007(3): 207-224.
- [15] 蔡良梅, 戴珊. 影视产业与旅游产业深度契合研究[J]. *湘潭大学学报(哲学社会科学版)* 2011(3).

[责任编辑: 黄 梅]