

# 旅游演艺对城市形象传播的影响

## ——以杭州《宋城千古情》为例

商 军, 陆卫群

上海财经大学浙江学院工商管理系, 浙江 金华

收稿日期: 2024年5月15日; 录用日期: 2024年6月17日; 发布日期: 2024年7月9日

### 摘 要

旅游演艺是一种结合文化和旅游元素的演艺形式, 旨在为游客提供独特的文化体验, 增强旅游目的地的吸引力的旅游休闲产品。随着人们生活水平的提高和对深度文化体验的追求, 旅游演艺作为文化和旅游结合的产物, 越来越受到旅游者和本地居民的推崇。本研究以杭州《宋城千古情》为例, 探讨了旅游演艺对城市形象传播的影响机制; 研究发现, 旅游演艺以文化符号、社交媒体口碑建立文化自信, 通过文化传承与创新展示、演出时间与空间强化体验、提升城市品牌影响力、促进经济多元化发展、增强社区参与和认同感、以及可持续发展的考量等六方面, 塑造杭州城市形象, 并向观众传播杭州本土文化遗产; 本研究最后认为旅游演艺在推动文化旅游深度融合、实现城市可持续发展中的具有重要作用, 并且能为城市形象构建提供理论依据和实践路径。

### 关键词

旅游演艺, 城市形象, 文化传承, 宋城千古情

# The Impact of Tourism Performance on City Image Communication

## —Taking Hangzhou’s “The Romance of the Song Dynasty” as an Example

Jun Shang, Weiqun Lu

Department of Business Administration, Zhejiang College, Shanghai University of Finance and Economics, Jinhua Zhejiang

Received: May 15<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jun. 17<sup>th</sup>, 2024; published: Jul. 9<sup>th</sup>, 2024

### Abstract

Tourism performance is a kind of performance form combining cultural and tourism elements,

文章引用: 商军, 陆卫群. 旅游演艺对城市形象传播的影响[J]. 可持续发展, 2024, 14(7): 1637-1646.

DOI: 10.12677/sd.2024.147187

aiming to provide tourists with unique cultural experience and enhance the attractiveness of tourist destinations as a kind of leisure product. With the improvement of people's living standards and the pursuit of in-depth cultural experience, tourism performance, as a product combining culture and tourism, is increasingly praised by tourists and local residents. This study takes Hangzhou's "The Romance of the Song Dynasty" as an example to explore the impact mechanism of tourism performance on the dissemination of urban image. The study found that tourism performance shapes the urban image of Hangzhou and disseminates the local cultural heritage of Hangzhou to the audience in six aspects: establishing cultural confidence through cultural symbols and social media reputation, displaying cultural inheritance and innovation, enhancing experience through performance time and space, promoting the economic diversification, strengthening community participation and identity, and considering sustainable development. Finally, this study believes that tourism performance plays an important role in promoting the deep integration of cultural tourism and achieving urban sustainable development, and can provide theoretical basis and practical path for urban image construction.

## Keywords

Tourism Performance, Urban Image, Cultural Heritage, The Romance of the Song Dynasty

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



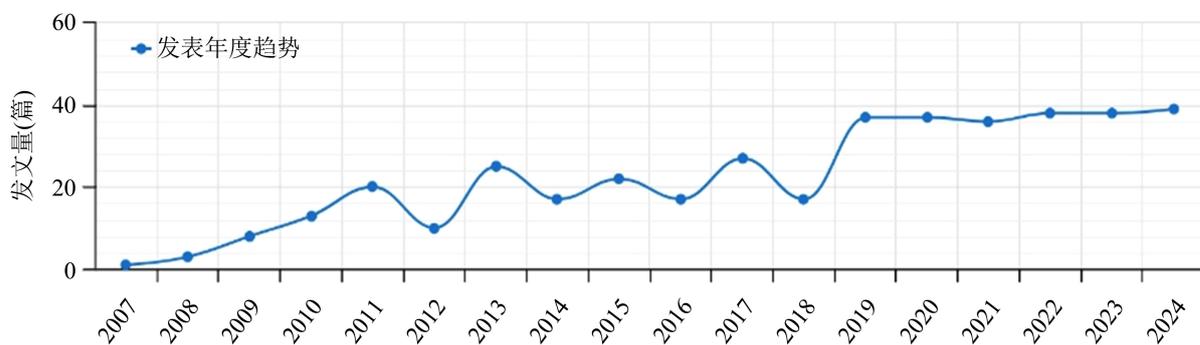
Open Access

## 1. 背景

随着社会生活水平的提高和消费者观念的变化,老百姓对旅游的需求不再局限于传统的观光游览,越来越注重旅游过程中的文化体验和娱乐享受,基于文化和旅游结合,旅游演艺正好可以满足游客对深度文化体验的需求,越来越受到旅游者的喜爱和市民的休闲赞赏。

旅游演艺是一种结合文化和旅游元素的演艺形式,旨在为游客提供独特的文化体验,增强旅游目的地的吸引力的旅游休闲产品。随着旅游业的快速发展,旅游演艺逐渐从旅游目的地的附属产品发展成为重要的旅游吸引物[1]。旅游演艺是重新赋魅于地方的全球化代码,也是旅游演艺生产者地方性认知的文本再现。从其生产过程来看,剧创者通过对文本的地方性想象以及在地采风实践中完成对地方性的建构,而表演者则在对剧本的地方性想象、舞台上的空间表演以及日常的生活实践,实现对地方性的建构。文本、表演及地方在旅游演艺生产者的建构中交织在一起,形成了异彩纷呈的地方图景[2]。旅游演艺因在吸引游客、强化景区文化内涵、推介旅游品牌、拉动地方经济发展等方面,具有其他营销形式不可替代的显著作用,而日益受到各级政府的高度重视[3];旅游演艺与改革开放相伴而生,受到旅游产业、文化产业发展的较大影响,但又具有自身的发展规律[4]。

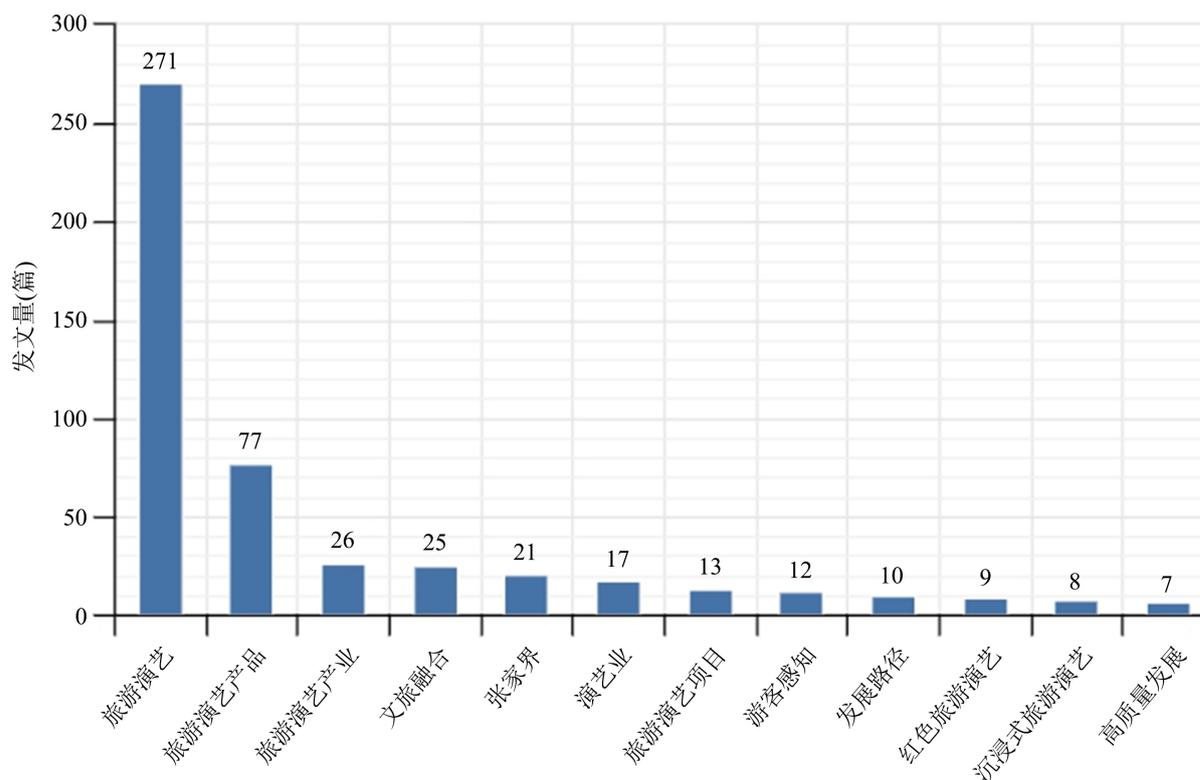
同时,随着科技的发展,数字技术、虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等的应用,为旅游演艺提供了新的表现形式和观看体验,使得演艺内容更加丰富多样,互动性更强;通过视觉、听觉等多种感官体验,为游客提供独特而深刻的旅游记忆,增强了旅游目的地的吸引力,同时提高游客满意度,良好的口碑传播进一步吸引更多游客,形成良性循环;一方面旅游演艺往往融合了当地的历史文化元素,通过艺术加工和现代演绎,既保护和传承了传统文化,又实现了文化的创新与发展,增强了文化的吸引力和生命力;另一方面旅游演艺项目能吸引大量游客,带动住宿、餐饮、交通等相关行业的发展,创造就业机会,增加地方财政收入,成为推动区域经济发展的新引擎。



**Figure 1.** Trends of tourism performance literature (source: CNKI quantitative visualization analysis)

**图 1.** 旅游演艺文献趋势(来源: 中国知网计量可视化分析)

旅游演艺是旅游业发展的创新点, 是旅游新业态, 旅游演艺研究能够在明确其内涵功能的基础上为旅游业发展服务[5]。开展旅游演艺研究对于理解其在当代社会中的地位、作用以及面临的挑战具有重要意义, 不仅能够指导旅游演艺产业的健康发展, 还能为促进文化传承、经济发展和社会交流提供理论依据和实践路径。



**Figure 2.** Theme quantity of tourism performance literature (source: CNKI metrological visualization analysis)

**图 2.** 旅游演艺文献主题数量(来源: 中国知网计量可视化分析)

从研究文献看, 对篇名中含“旅游演艺”的文献在中国知网进行检索发现, 对这一业态的研究数量呈上升趋势(图 1), 文献研究主题包括旅游产品、演艺产业、文旅融合、游客感知、高质量发展等等(图

2), 但对城市形象的相关研究则鲜有, 本研究以《杭州宋城千古情》为案例, 通过现场观察以及驿网络文本进行内容分析, 探讨旅游演艺对城市形象传播的影响机制。

## 2. 旅游演艺的产品类别

旅游演艺产品都有其独特的魅力和运作模式, 不仅丰富了旅游市场的产品种类, 也为游客提供了多样化的文化娱乐选择。根据旅游演艺产品的独特的特征、运作模式及场地属性, 主要可以分为三类:

自然实景演艺。这类演出产品是以自然山水或真实历史遗址为舞台背景, 融合当地民俗和文化遗产, 为旅游者提供独特的观赏体验。一般而言, 演出的规模比较宏大, 通常运用现代化声光电技术以增强视觉效果, 强调与环境的和谐共生, 追求表演与环境的天然契合, 侧重于大规模的视觉震撼和文化氛围的营造, 让观众在真实的自然环境中感受文化的魅力。

主题公园演艺。这类演出是在主题公园内进行, 与公园的主题紧密相连, 是主题公园整体体验的一部分。演出内容多为精心编排的故事剧目, 侧重于故事讲述和娱乐性, 通过精心设计的剧情和特效为游客带来身临其境的体验, 与公园整体主题相辅相成。如《金面王朝》和《宋城千古情》, 通过专业的演员、华丽的服装和特效, 为游客提供沉浸式的娱乐体验。这些演出往往作为主题公园吸引游客的亮点, 采用套票制度与门票捆绑销售, 增加了游客的停留时间和消费可能。

室内剧场演艺。这些演出通常由社会资本投资或专业演出团体运营, 集中高水平的演艺人才, 注重艺术性、观赏性和文化深度, 力求通过独特的创意和精湛的技艺展现地域文化特色, 打造高质量、富有特色的表演节目, 追求精致和专业的舞台表演, 为游客提供高雅的文化享受, 满足游客对高品质文化娱乐的需求。如某些地区的特色戏剧、音乐会或杂技表演。

因场地特征不同, 这三种类型的旅游演艺产品各有侧重, 以不同的方式丰富旅游市场的文化供给, 满足游客多样化的文化娱乐需求, 同时也为旅游目的地带来新的经济增长点。

## 3. 《宋城千古情》与杭州城市形象建构

宋城演艺公司的起点是在杭州, 1997年, 在宋城景区推出了大型歌舞表演《宋城千古情》, 运营仿古建筑风格的主题公园作为演出的主场, 成为国内旅游演艺领域的先驱者, 开创了在主题公园内部建设大剧院并实行商业化运营的新模式, 创造了世界演艺市场的一些奇迹: 如剧院数第一、总座位数第一、全年演出场次第一、全年观众人次第一、全年演出利润第一。以“演艺”为核心竞争力, 成功创建“宋城”和“千古情”两个旅游品牌。

宋城景区的核心演艺节目, 对杭州城市形象的塑造和传播产生了深远的影响, 具体表现在以下几个方面:

### 3.1. 文化符号的建立

旅游演艺品牌形象感知以具体象征物为载体的文化形象为主[6]; 旅游演艺是文旅融合发展的重要载体, 沉浸体验是评价旅游演艺开发质量的重要因素[7]。研究发现, 沉浸体验主要通过诱发情感反应进而影响满意度, 意义体验则主要通过引致认知评价进而影响满意度, 且意义体验通过认知评价对游客满意度的间接效应强于沉浸体验通过情感反应对游客满意度的间接效应[8]。旅游演艺是基于地方文化的艺术性的生产结果, 可以从多方面再现地方性[9]。

《宋城千古情》通过高科技的舞台技术与精湛的艺术表演, 生动再现了杭州乃至江南地区丰富的历史文化, 如良渚古文明的智慧、宋代皇室的辉煌、民间爱情故事的凄美等, 使之成为剧情演绎中代表杭州文化的一个重要符号(见表1)。

**Table 1.** Cultural symbols and meaning analysis of “The Romance of the Song Dynasty”  
**表 1.** 《宋城千古情》文化符号及意义解析

节目名称	文化符号	内容描述	文化意义
良渚之光	良渚文化	通过舞蹈和音乐展现新石器时代晚期文化的智慧与成就，如玉琮、玉璧等象征物。	代表古代中国人民的高超工艺和精神追求。
宋宫宴舞	宋代皇室与市井生活	展示宋代皇室的辉煌和普通百姓的生活状态，通过宫殿场景、市集、茶馆、小巷等生活化场景。	体现宋代社会生活的丰富多彩。
西子传说	白蛇传的爱情传奇	演绎白娘子与许仙的爱情故事，代表忠贞不渝的爱情观，蕴含人与自然是谐共处的哲学思想。	对自由和爱情的向往。
西子传说	梁祝化蝶	通过梁山伯与祝英台的悲剧故事，传达对纯真爱情的颂扬和对封建礼教束缚的批判。	中国古典爱情观的典型体现。
金戈铁马	金戈铁马的战争场面	通过战鼓、兵器和武士舞蹈展现历史上的重要战争场景，反映中华民族的尚武精神和保卫家园的决心。	代表古代中国的军事文化。
魅力杭州	西湖美景	演出中西湖被描绘为充满诗意和浪漫的地方，象征江南水乡的柔美与和谐。	杭州的地标，中国文化中极具象征意义的自然景观。
魅力杭州	杭州丝绸	体现丝绸之路的意义，展现古代中国与世界其他地区的联系，通过贸易与文化交往场景。	强调开放包容、互利共赢的对外交流传统。

《宋城千古情》作为一部大型歌舞演艺作品，通过一系列精心设计的场景和表演，展现了多个富含文化意义的符号，这些文化符号共同构成了《宋城千古情》丰富多彩的文化画卷，不仅代表了杭州地区的深厚历史文化与民俗风情，也是中国历史文化的杭州剪影，让观众领略到中华文化的博大精深，也加深了对杭州乃至中国历史文化的理解和记忆。

### 3.2. 社交平台口碑传播

很多网友在社交媒体和旅游分享平台上，分享观看《宋城千古情》之后的感觉和感想，这些言论的正面口碑传播进一步扩大了演出的影响力，也吸引更多游客慕名而来。以下是作者从微博、微信、小红书、B 站等社交媒体采集的一些典型评论，并对言论进行情感分析。

从表 2 的典型网络评论看，这些评论展现了不同背景的观众对于《宋城千古情》演出多样化的反应，既有对娱乐性和视觉效果的称赞，也有对文化深度和情感共鸣的追求，说明该演出成功地满足了广泛观众群体的需求，主要体现以下三个特征：

正面情感评论。从观众言论看，对《宋城千古情》的评论是正面的情感，对表演也是高度认可，以及非常欢迎程度。这些评论除了赞赏演出的舞台效果，包括舞台设计、服装设计以及高科技手段的应用，而且还多次提到“文化洗礼”和“深入了解杭州的历史和文化”，表明《宋城千古情》更是一个文化传播的媒介，以生动的形式增强观众对杭州文化的理解和认同。

**Table 2.** Themes and emotional tendencies of typical online reviews  
**表 2.** 典型网络评论的主题及情感倾向

评论序号	评论内容	聚焦主题	情感倾向	文化认同	推荐意愿	城市形象
A1	昨晚去看了“宋城千古情”，简直震撼到我了！舞台效果太棒了，仿佛穿越回了古代。杭州真是有个有文化底蕴的城市！	舞台效果、历史文化	极正面	高	高	极正面
A2	在宋城看了“千古情”，感受到了杭州的历史和文化。这里的演出真的很用心，值得一看！	历史和文化	正面	高	中	正面
A2	“宋城千古情”不仅是一场演出，更是一次文化的洗礼。通过这场演出，我更加深入地了解了杭州的历史和文化。强烈推荐给大家！	文化洗礼、历史了解	极正面	高	高	极正面
A4	昨晚去看了“宋城千古情”，真的被震撼到了！舞台效果超赞，仿佛穿越回了宋朝。杭州，你真的好美！	舞台效果、城市美	极正面	中	高	极正面
A5	在宋城看了“千古情”，感受到了杭州的韵味和魅力。下次还要带家人一起来！	韵味和魅力	正面	中	高	正面
A6	“宋城千古情”不仅是一场演出，更是一次文化的洗礼。它让我更加深入地了解了杭州的历史和文化。	文化洗礼	极正面	高	中	极正面
A7	“宋城千古情”的舞台设计和服装设计都太美了！完全沉浸在宋朝的氛围中。	舞台设计、服装设计	极正面	中	高	极正面
A8	强烈推荐大家去看“宋城千古情”！它不仅让你感受到杭州的历史文化，还能让你领略到现代科技与传统艺术的完美结合。	历史文化、科技艺术结合	极正面	高	高	极正面
A9	看了“宋城千古情”，仿佛回到了那个繁华的宋朝。杭州，你值得我再次探访。	历史体验	正面	高	中	正面
A10	在宋城看了“千古情”，感受到了杭州的浪漫和温情。这里的夜晚真的很美！	浪漫和温情	正面	中	中	正面
A11	“宋城千古情”是我看过的最震撼的演出之一。它让我对杭州有了全新的认识。	震撼演出	极正面	中	中	极正面
A12	“宋城千古情”是杭州不可错过的演出之一。它让我感受到了杭州的历史底蕴和文化魅力。	历史底蕴、文化魅力	极正面	高	高	极正面
A13	“宋城千古情”让我感受到了杭州的文化自信和魅力。我为杭州感到骄傲！	文化自信、城市魅力	极正面	高	高	极正

城市文化传播。观众对演出给予极高赞誉, 字里行间流露出对杭州这座城市的浓厚的情感倾向, 对杭州丰富的历史文化、独特的韵味和迷人的魅力的也不吝笔墨地热爱与钦佩。

推荐意愿强烈。评论中提到的“仿佛穿越回了古代”和“完全沉浸在宋朝的氛围中”等表述, 既显示了演出在情感上与观众建立了联系, 也反映使观众在沉浸体验之后产生的共鸣。评论的措辞中也能看到他们较强烈地推荐《宋城千古情》, 甚至还有计划带家人再次观看, 这都从另一方面说明了演出的成功。

可以说, 不同社交媒体平台上的正面评论, 展示了社交媒体在旅游推荐和文化传播中的作用《宋城千古情》在提升观众的文化体验、增强城市形象、促进文化传播等方面发挥了积极作用, 并且具有很好的市场推广潜力和社会影响力。

### 3.3. 文化自信的彰显

《宋城千古情》展示杭州在文化传承与创新方面的积极探索, 一定程度上也增强市民对杭州本土文化的认同感和自豪感, 具体表现如下:

历史文化的传承与展示。演出通过精心编排的歌舞和戏剧等形式, 生动再现宋朝杭州的繁荣景象、历史文化和当时的社会风貌; 剧情中呈现的宋代诗词朗诵、宋代服饰的展示、宋代礼仪的再现等, 都是对中国传统文化的一种传承和弘扬, 让观众在欣赏演出的同时, 也能感受到中华民族悠久的历史 and 灿烂的文化。

创新性的文化表达。《宋城千古情》在保持传统文化精髓的基础上, 融入了现代科技和艺术手段, 以全新的视角和方式呈现宋朝文化, 例如, 演出采用了先进的舞美设计、灯光音响效果等现代科技手段, 营造出如梦如幻的视听盛宴; 同时, 在剧情设置、角色塑造等方面都进行了创新性的探索, 这些不仅可以增强演出的观赏性和吸引力的同时, 而且体现编剧对杭州传统文化的自信和创新。

文化价值的挖掘与提升。《宋城千古情》深入挖掘宋朝文化的深层价值, 剧情中多次呈现宋朝文化的开放包容、创新进取等精神特质, 以及宋代文人墨客的爱国情怀和人文关怀等思想内涵, 使观众在欣赏演出的同时能够深刻领悟到中华文化的博大精深和独特魅力, 另一个侧面体现了对中华文化的自信和自豪。

国际交流与传播。《宋城千古情》还让许多到杭州旅游的外国游客领略杭州文化的博大精深, 如《钱江晚报》新闻报到过一位生活在丹麦的辣妈, 带着家人观看了《宋城千古情》后, 对演出赞不绝口, 这表明该演出不仅受到国内观众的喜爱, 也得到了国际游客的认可, 显示了其文化魅力和国际影响力[10]。

本研究发现, 《宋城千古情》在彰显文化自信上主要表现在历史文化的传承与展示、创新性的文化表达、文化价值的挖掘和提升、以及国际交流与传播等方面, 这为观众带来了一场视觉和文化的盛宴, 也可以为中国传统文化的传承和发展做出了积极的贡献。

## 4. 旅游演艺对城市形象的影响机制

旅游演艺是基于地方文化的艺术性的生产结果, 可以从多方面再现地方性[9]。施思等的研究认为沉浸体验对满意度的影响主要源于它触发的情感反应, 而意义体验则是通过引发游客的深入认知评价来间接作用于满意度。值得注意的是, 意义体验通过这一认知评价途径对游客满意度的间接作用效果, 相较于沉浸体验通过情感反应产生的效果更为显著。此外, 在旅游演艺的游客体验中, 游客对于演出内容的理性思考与评价并非完全独立, 而是会受到其情感反应的一定程度影响[8]。

有研究发现, 旅游演艺的影响路径: 认为综合评价是结果变量, 文化内涵构成中心点, 演艺设计与舞台美术则是核心因素, 演艺管理为保障因素, 现场氛围则是支持因素, 这些要素具有直接或间接的影

响力[11]。本文在对《宋城千古情》的影响机制研究, 也从另一个侧面印证了这一观点。

当然, 成功的旅游演艺传播除了讲求本身的传播内容、传播形式和传播质量外, 还须匹配合适的传播时间和传播空间[12]。在《宋城千古情》的案例中, 演出通常在晚上进行, 这个时间点既符合了游客的作息习惯, 又能够营造出一种神秘、浪漫的氛围; 在旅游旺季和节假日期间, 主办方还会把演出场次进行调整, 并根据实际情况增加场次, 以满足更多游客的观赏需求, 由于景区内的宋朝建筑风格、景观布局等, 都与演出内容相呼应, 为观众营造了一个完整的千年之前的宋代世界。

旅游演艺以艺术表演的形式, 将城市的历史文化、民俗风情、自然景观等元素生动展现, 为城市形象构建提供了独特而有效的路径。本研究在对《宋城千古情》的特征及影响进行分析和归类后(见表 3), 认为旅游演艺对城市形象的机制主要是通过文化传承与创新展示、演出时间与空间强化体验、提升城市品牌影响力、促进经济多元化发展、增强社区参与和认同感、可持续发展的考量五个要素来提升举办地的城市形象。

**Table 3.** Impact mechanism of tourism performance on city image

**表 3.** 旅游演艺对城市形象的影响机制

要素	内涵	形式
文化传承与创新展示	根植于当地文化土壤, 通过对传统文化的挖掘、整理和创新演绎, 使得游客在欣赏演出的同时, 能够深刻感受到城市的文脉和历史底蕴。	静态文化展示与旅游演艺的对比
演出时间与空间强化体验	演出时间(场次)巧妙安排、演出场地与主题相得益彰。	晚上演出、节假日加场; 宋代文化为主题的杭州宋城景区
提升城市品牌影响力	成功旅游演艺项目, 不仅吸引了大量游客, 还成为城市的名片, 显著提升了城市品牌的知名度和美誉度。	《印象·刘三姐》、 《宋城千古情》
促进经济多元化发展	带动旅游服务、餐饮住宿、交通物流、文化创意等多个领域, 促进了城市经济结构的优化升级。	旅游服务、餐饮住宿、 文化创意等
增强社区参与和认同感	融入当地社区的文化元素, 鼓励居民参与表演或提供配套服务, 这不仅为社区居民提供了就业机会, 也增强了他们对本土文化的自豪感和归属感。	社区文化元素融入旅游演艺
可持续发展的考量	注重可持续发展原则, 确保演艺活动与环境保护、文化遗产保护相协调。	避免过度商业化, 保持文化的 真实性和多样性

作为一种文化与经济双重属性的活动, 旅游演艺在城市形象构建中扮演着不可或缺的角色, 在挖掘、展示和创新地方文化方面, 可以使游客能够深刻感受到城市的独特魅力, 同时也极大地提升了城市的品牌形象和知名度; 当然, 旅游演艺的发展还带动了相关产业链的繁荣, 促进了城市经济的多元化发展; 更重要的是, 旅游演艺活动还激发了社区居民的参与和认同, 增强了城市文化的自豪感和凝聚力; 未来, 相关城市应继续加大对旅游演艺产业的投入和支持, 以进一步发挥其在塑造城市形象、推动城市文化经济发展中的重要作用。

《宋城千古情》作为旅游演艺项目, 展现了文化资本化的过程。剧本创作上通过对传统文化的挖掘、整理和展示, 成功将无形的文化资源转化为有形的文化产品, 从而实现了文化资本的经济价值, 也促进杭州城市经济结构的优化升级, 还带动了杭州市内的旅游服务、餐饮住宿、交通物流等多个领域的联动发展, 形成了良好的经济效应。

《宋城千古情》在运营上加强文化认同与社区参与的重要性。把杭州当地社区的文化元素的巧妙融入, 加上鼓励居民参与表演或提供配套服务, 在增强了杭州居民对本土文化的自豪感和归属感的同时, 也促进了不同文化群体之间的交流与融合, 有助于形成独特的城市文化氛围, 提升城市的文化魅力和影响力。

另外, 《宋城千古情》在演艺活动的组织和实施中, 该项目注重与环境保护、文化遗产保护相协调, 确保了文化的真实性和多样性得以传承, 保护了杭州的城市文化遗产和生态环境, 也为杭州的可持续发展作出应有的贡献。

## 5. 结论

旅游演艺对游客体验方式上主要表现为沉浸体验, 而沉浸体验包括感官沉浸、情感沉浸和思维沉浸三个维度[7]。杭州《宋城千古情》融合高科技舞台技术和精湛的艺术表演, 将杭州的历史文化、民俗风情和自然景观生动展现, 为广大旅游者提供沉浸式文化体验, 提升对演出节目的兴趣及参与度, 引导旅游者深入地了解 and 感受杭州的历史和文化, 也可能产生思维启发并提升个人认知水平, 构建良好情感倾向, 加深广大游客对杭州乃至中国传统文化的理解和认同。

此外, 旅游者在观看演出之后, 把个人感受通过社交媒体传播, 增强了其它旅游者或网络受众对杭州文化的兴趣和探索欲望, 提升了城市品牌的知名度和吸引力; 成功的演出, 不仅带动了相关产业链的延伸, 也促进了城市经济的多元化发展, 为城市带来了长远的经济效益和社会效益。据了解, 《宋城千古情》从推出之日起到 2024 年 5 月, 总计已演出 36,844 场, 其中单日最高演出达 21 场, 每年拉动所在地杭州吃、住、行、游、购、娱全产业链消费上百亿元人民币, 延长游客在杭州平均逗留时间 0.36 天[13]。

杭州《宋城千古情》作为一部融合历史、文化、艺术和情感于一体的旅游演艺作品, 已然成了杭州文化旅游的一张亮丽名片, 对城市形象的塑造和传播起到了显著的积极作用。本研究认为《宋城千古情》的成功, 展示了杭州对自身文化传统的自信以及进行的创新性传承, 为国内旅游演艺产品在提升城市国际影响力, 促进地方经济发展, 强化文化旅游深度融合、实现城市可持续发展上提供了文化产业取得成功的重要实践案例, 证明了文化演艺项目对城市经济与文化软实力提升的巨大潜力, 为文化产业的发展提供了可借鉴的模式, 推动了更多类似项目的涌现, 促进了整个文化产业的繁荣。

研究认为, 《宋城千古情》是一部精彩的旅游演艺作品, 更是构建杭州城市形象和传播江南山水文化的重要载体, 对提升杭州的城市地位、文化影响力及经济社会发展都具有重要作用。

## 基金项目

文化与旅游部“万名旅游英才”双师型培养项目资助(WMYC20181-005); 上海财经大学浙江学院发展基金项目(2019GR007)。

## 参考文献

- [1] 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.  
<https://doi.org/10.16323/j.cnki.lykx.2014.01.007>
- [2] 陈志钢. 文本再现、空间表演与旅游演艺生产者的地方性建构[J]. 思想战线, 2018, 44(5): 57-64.
- [3] 宋云, 余屿. 旅游演艺: 一种旅游营销的新范式[J]. 江西社会科学, 2011, 31(12): 221-224.

- 
- [4] 毕剑. 旅游演艺: 认知、脉络及机理[J]. 四川师范大学学报(社科版), 2020, 47(4): 72-77. <https://doi.org/10.13734/j.cnki.1000-5315.2020.04.010>
- [5] 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. <https://doi.org/10.15962/j.cnki.tourismforum.2011.04.034>
- [6] 黄炜, 何思, 黄楠. 旅游演艺品牌形象的结构化与非结构化研究——以张家界“魅力湘西”为例[J]. 资源开发与市场, 2015, 31(2): 227-230, 238.
- [7] 李万莲, 陈晓钱, 王良举. 旅游演艺沉浸体验的影响因素与形成机制——基于《只有河南·戏剧幻城》的扎根分析[J]. 四川师范大学学报(社会科学版), 2023, 50(4): 99-106. <https://doi.org/10.13734/j.cnki.1000-5315.2023.04.11>
- [8] 施思, 黄晓波, 张梦. 沉浸其中就可以了么?——沉浸体验和意义体验对旅游演艺游客满意度影响研究[J]. 旅游学刊, 2021, 36(9): 46-59. <https://doi.org/10.19765/j.cnki.1002-5006.2021.09.009>
- [9] 刘小同, 刘人怀, 文彤, 等. 认同与支持: 居民对旅游演艺地方性感知的后效应[J]. 旅游学刊, 2021, 36(5): 42-54. <https://doi.org/10.19765/j.cnki.1002-5006.2021.0>
- [10] 钱江晚报. 因为一台演出爱上一座城丹麦网红博主直呼太“炸裂”! [EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1796033474994725538&wfr=spider&for=pc>, 2024-04-11.
- [11] 陈喆芝, 杨梦圆. 基于游客感知的红色旅游演艺体验模型建构[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2024, 48(1): 95-101. <https://doi.org/10.13715/j.cnki.jxupss.2024.01.011>
- [12] 黄丹. 旅游演艺传播时空的协同优化研究[J]. 艺术传播研究, 2023(5): 28-36.
- [13] 杭州网. 用中国文化讲述中国故事宋城演艺再获“全国文化企业 30 强” [EB/OL]. [https://travel.hangzhou.com.cn/lyzx/content/2024-05/25/content\\_8734450.html](https://travel.hangzhou.com.cn/lyzx/content/2024-05/25/content_8734450.html), 2024-05-25.