

# 以标准化助推旅游演艺发展的思考

□刘建明 余琳

旅游演艺标准作为行业规范管理与管理工具,将进一步发挥“软法”属性;作为行业经验成果,将进一步凸显“引领”属性,推动旅游演艺特色化、差异化、规范化、系统化发展

旅游演艺对旅游市场具有巨大的带动作用,能有效提升旅游产品与服务文化内涵。在文旅融合高质量发展的新时期,旅游演艺已然成为以文塑旅、以旅彰文的重要载体和融合范例。推动旅游演艺发展有利于挖掘、保护和弘扬中华优秀传统文化、提升民族认同感和国家文化软实力。

为加强对旅游演艺经营活动的监管,文化和旅游部出台了《关于促进旅游演艺发展的指导意见》等一系列政策文件,明确要求“加快推进旅游演艺安全、服务和管理等标准制修订工作”,进一步肯定了旅游演艺标准在管理旅游企业演艺经营活动方面的基础性作用,在实现行业规范化专业化发展方面的支撑性作用。从行业发展现状来看,进一步丰富旅游演艺的相关标准,有利于从专业角度引导、规范旅游演艺发展。

## 一、旅游演艺的形式与内核

旅游演艺是根植于旅游目的地、旅游景区,以各类游客为主要观众来源,以地域文化、民族风情、城市精神为故事源泉,运用舞蹈、歌曲、杂技等艺术表现手段呈现的一种演出业态。通过旅游演艺,游客可以感受旅游地的历史变迁与时代变化,体会当地特有的艺术与民俗魅力。

当前,随着旅游需求的扩展和大旅游概念的应用,旅游演艺的范畴不断扩大,既包括《印象·刘三姐》《封禅大典》《长恨歌》等山水实景演出、《宋城千古情》等主题公园演出、《云南映象》等独立剧场演出,也包括泼水节、篝火晚会等情境体验演出,京剧、相声等传统镜框式演出。传统旅游演艺节目也适应市场需求,进一步拓展其外延范围,增加演唱会、音乐节、歌舞剧等新的表演形式,吸引更多样的旅游消费人群。

纵观国内外旅游演艺的发展,主要有几个显著趋势。一是旅游景点化演出,即演艺成为景区的一个重要景点,具有旅游吸引物的功能,比如灵山胜境的演出《吉祥颂》等。二是产品化演出,即演艺通过独具特色的剧目和表演形式,其自身形成旅游地的一个核心吸引物,比如美国纽约百老汇的剧目等。三是生活化演出,即演艺元素融入旅游地的生产、生活中,通过当地居民向游客再现旅游地的生产、生活方式,从而使游客形成对旅游城市的真实体验与感知,比如西班牙街头随处可见的弗朗明戈舞。可以说,旅游演艺是旅游、演出与生活相融合的产物,是新时期旅游发展新动能、地域

发展新名片。

旅游演艺的发展情况、规模、数量取决于旅游目的地的经济发展水平、游客规模、旅游资源品质及演艺供给能力。无论哪种旅游演艺类型,其本质与核心都是文化元素和旅游元素的融合渗透,娱乐性强、富有文化内涵的产品具有高辨识度、自带流量、充满活力和吸引力,可以极大地促进旅游业与演艺界的良性互动,为游客带来独特而难忘的体验,实现文化传播,促进旅游地社会效益、经济效益的提升。

## 二、旅游演艺的标准化现状

2015年,我国首个旅游演艺行业标准《旅游演艺服务与管理规范》发布,为规范管理旅游演艺行业提供了新思路。此后,旅游演艺国家、行业、地方标准陆续发布。当前,现行有效的旅游演艺标准包括:全国休闲标准化技术委员会归口的《实景演出服务规范 第1部分:导则》《实景演出服务规范 第2部分:演出管理》《实景演出服务规范 第3部分:服务质量》3项国家标准,全国服务标准化技术委员会归口的《主题公园演艺服务规范》1项国家标准,全国旅游标准化技术委员会归口的《旅游演艺服务与管理规范》1项行业标准,以及陕西、四川、贵州等省份分别发布的《实景演出后台管理规范》《文化旅游演出质量评估规范》《红色旅游演出质量控制规范》地方标准。

总体来看,现有的旅游演艺标准较为分散且归属于不同的标准化技术委员会,对标准的使用对象、内容要求、评价尺度方面均有所区别。同时,当下标准数量不足,除现有的管理规范标准以外,服务配套支撑标准缺口较大。在文旅融合的背景下,现有标准未能有效体现融合态势,与行业发展和业态创新的要求有一定差距。同时,标准分布零散,尚未形成体系化系统性。

旅游标准化是高度概括、总结规律的科学,浓缩了先进技术和管理经验,可以促进服务手段的科技化、服务过程的高效化、服务质量的优质化。2023年两会期间,多位代表提出以国标、行标、地标、企标四级标准解决旅游演艺良莠不齐、投入产出不均、内容主题杂乱、管理服务不到位等问题。具体来看,通过实施旅游演艺标准化,可将旅游演艺服务中的好经验和好做法进行提炼、总结、固化、转化,从而形成可复制、能传播、易实施、好操作的服务流程和服务指南。此外,旅游演

艺标准化的发展使得产业规模不断扩大和产品价格不断下降,越来越多的消费者可以消费更高质量的旅游演艺服务。

当前,运营《华清宫》《印象西湖》等旅游演艺项目的旅游企业通过对标已发布的标准,实现了成本节约和商业价值、社会效益的提升。面对如今愈加繁荣的旅游演艺市场,众多旅游演艺企业关注到旅游演艺标准的示范引领作用,积极参与和践行旅游演艺标准化,提升旅游演艺服务和管理水平。旅游行业管理部门意识到标准作为新型治理工具,对企业提质增效、行业管理规范具有明显的推动作用,将旅游演艺标准作为业态监管的依据和工具,通过宣传实施标准摸清旅游演艺市场现状,应用、推广旅游演艺新型治理理念,推动市场有序稳定发展,促进行业向规范化、专业化转型升级。

## 三、旅游演艺标准发展方向

旅游演艺作为丰富文化和旅游融合业态、增加游客停留时间、促进文旅消费的重要助力,为传统观光旅游模式提供了创新发展的路径,为旅游发展注入新的活力。在制定旅游演艺相关标准时,应深刻认识到文化是旅游的精神内核,旅游是文化的重要载体,制定促进文化元素与旅游元素深度融合、有机结合的旅游演艺标准,赋能旅游演艺行业升级优化。据此,下一阶段旅游演艺标准的发展重点有以下方面:

### (一)体系化布局

在市场环境愈发复杂、行业分工逐渐细化、专业程度不断提高的背景下,体系化的标准,能够引导行业布局、拓展行业发展空间、调整优化化结构。就旅游演艺标准体系而言,其结构框架可分为:1.原则、术语、分类、图形符号等基础类标准;2.演艺内容设置、演艺场景设置、演出效果要求等产品类标准;3.演艺设施要求、演出服务规范等旅游服务类标准;4.企业评价、项目评价、企业运营管理、大数据管理、游客满意度等管理类标准。

其中,产品类标准和服务类标准作为保障节目顺利演出的两个标准,前者包含故事情节、文化特色、地域特征、体验价值、场景布局、特效技术效果、演员着装、表演能力、演出场次和时间安排等细分内容,后者包括基础设施、服务设施、舞台设施、票务及销售服务、观演布局、环境卫生、其他配套服务等细分内容,两者相辅相成,适

宜旅游演艺企业对标使用。

基础类标准和管理类标准作为精准治理行业的重要抓手,前者界定一致的概念和统一的范围,实现行业使用“通用语言”,在企业和企业、政府和企业,以及游客和企业之间形成有效的沟通桥梁,便于达成共识,后者通过科学的衡量尺度,设置服务质量底线和高线,便于开展有效评判,区分优良中差,进行分类分级指导。

### (二)融合性创新

随着旅游演艺内涵丰富和外延扩展,旅游演艺标准的内容将进一步突出文化与旅游的融合属性,表现为:尊重不同地域文化特色和多样性,促进不同文化之间的交流与理解,引导如实反映真实历史,平衡好传统文化的传承与现代元素的创新,实现演出雅俗共赏、寓教于乐的效果。旅游演艺标准内容还将进一步加强传统故事和科技感的融合,表现为:推动演艺节目更多引进融合科学技术,探索创新形式,增强不同演艺场地和条件的适应性及流动性,保障旅游演艺节目的新鲜感和吸引力。此外,标准还将实现“演”与“观”的融合,表现为:重视演艺节目的内容和质量,增加演艺消费者的互动参与,吸收演艺消费者成为演出的一部分,在增强演艺消费者文化感悟的同时,为其打造难忘的体验。

### (三)连接式发展

一是规范从场地选取到节目编排、从设备制造到舞美设计、从宣传推广到现场服务、从文化挖掘到演艺衍生产品打造等方面的衔接,实现演艺产业链上下游的协调互动,以标准化推动产业“链”式发展。二是以人文生态保护和经济社会文化可持续为发展原则,推动演艺行业不同标准之间的生态化连接,各类标准以各自生态位连接形成演艺产业生态圈。三是通过标准的运用和国际化推广,打造旅游演艺国际样板,实现中国故事“走出去”,强化国际文旅交流合作,增强文化软实力,实现本土文化传承和走向世界。

综上,从更为宏观的方面来看,旅游演艺标准作为行业规范管理与管理工具,将进一步发挥“软法”属性,为旅游演艺政策、法律法规实施,检验与校正产业做好配套;同时,旅游演艺标准作为行业经验成果,将进一步凸显“引领”属性,引导旅游演艺实现高质量产品供给和服务供给,推动旅游演艺特色化、差异化、规范化、系统化发展。

(作者单位:文化和旅游部旅游质量监督管理所)

《“十四五”文化和旅游发展规划》《“十四五”旅游业发展规划》为文旅融合发展提供了良好的政策环境,其中明确提出“深化‘互联网+旅游’,推进智慧旅游发展”“推动‘旅游+’和‘+旅游’,形成多产业融合发展新局面”等系列新要求。同时,5G、大数据、人工智能等新一代信息技术为文旅产业智慧化发展提供了技术支撑。本文以产业融合为背景,立足文旅数据和用户需求,探讨如何借助云计算、大数据、人工智能等信息化技术,打造面向政府、企业和大众的综合性智慧文旅数字化平台,实现“一盘棋整合文旅资源,一张网监管产业态势,一个屏助力决策分析”的建设目标。

## 一、智慧文旅平台建设现状分析

近年来,全国各地文旅相关智慧化平台如雨后春笋般涌现。为了解我国目前智慧文旅平台建设应用的现状,本文选取了省级层面有政府官方认证的平台进行梳理分析,发现已有智慧平台主要存在以下问题:

### (一)文旅融合程度不够深入

一是省级层面的智慧文旅平台普遍更侧重于旅游方面,文化相关内容涉及较少。二是智慧文旅平台提供的服务参差不齐,部分平台仅提供文旅相关资讯,不能满足用户的多元化需求。

(二)数据信息壁垒高,数据挖掘有难度

文旅数据是搭建智慧文旅平台的基础,而研发该平台涉及文化、旅游两大产业的数据,且每一产业内有诸多细分行业,数据分散化、碎片化严重。目前,除政府部门掌握部分数据外,大部分数据为各行业分开收集使用,其中有些数据属于企业自身,不对外公布,整体上的数据获取存在一定难度。这也是目前各平台运行和提供智慧化服务面临的困难之一。

(三)智慧平台重复建设,利用率不高

从目前省级文旅相关智慧平台建设和呈现方式上来看,以网站和应用APP形式呈现的智慧平台相对较少,主要以微信公众号、小程序为主,且存在重复建设、利用率不高的问题。不同省份、市县(区)、景区等建设了多个智慧平台,但开发进度、服务功能、页面设计等参差不齐,用户不易分辨且便利性不高。

(四)资金供给不足,平台后续维护有待加强

在检查各省智慧文旅平台时,笔者发现,部分平台存在入口迁移、页面卡顿或无法打开、内容陈旧等现象,导致用户流失。其主要原因,一是人员维护不及时,包括平台内容、运行程序等更新检查不及时。二是缺乏后续维护资金,运营商无法继续提供运营服务,导致程序无法正常运行。

## 二、智慧文旅数字化平台建设路径

基于现有平台建设运营存在的问题,主要针对搭建省级层面的智慧文旅数字化平台,笔者认为,应结合各地实际按照两种情况进行建设:一是针对地级市已搭建平台的,省级可牵头搭建一个连接通道,将各地市的智慧旅游平台串联在一起,完善平台内容和呈现形式,既方便统一管理和宣传,又便于市民游客查找相关旅游资讯及制定旅游线路。二是对于地市没有搭建智慧平台的,可依托省级政务数据管理部门或大数据云平台资源,由省级文化和旅游局牵头,以文旅大数据中心建设为基础,借助信息化技术,打造一站式智慧文旅数字化平台,从而实现智慧监管、智慧运营、智慧服务等目标,更好地满足多方用户需求,推动文旅深度融合发展。具体路径如下:

### (一)文旅大数据中心建设

数据库建设是搭建智慧文旅平台的关键。建议由省级文化和旅游局牵头,通过协调政府统计数据、采集互联网数据和抽样调查数据等方式获取数据,打破行业间的数据壁垒,打造共建、共享的文旅大数据中心。

### (二)智慧文旅数字化平台建设

总体架构。本研究基于政府、企业、大众三方用户的需求和数据,拟搭建“一平台、三入口、六大应用”的综合性智慧化服务平台,该平台由保障产品和服务;产业监测,掌握文旅产业规模,预测未来发展趋势;安全及舆情监测,通过对场馆、重大活动、节假日旅游等进行监测,发布预警信息;及时处理投诉事件。面向企业用户的应用主要是收集数据和提供服

# 智慧文旅数字化平台研究

□姚恬

务。面向大众用户的应用主要围绕其文旅消费的全过程进行设计,包括信息查询与预订、导航与导览、产品服务消费、评价与分享、反馈与投诉等。

这六大应用可通过接入大数据中心,实现信息资源的共享,通过个人中心的使用消费反馈数据,为企业和政府决策提供数据支撑。

## 三、推动智慧文旅数字化平台建设的政策建议

(一)制定相关政策,规范智慧平台构建标准

通过对省级层面智慧文旅平台的调查,笔者发现,由于缺乏统一标准,各省建设进度不一、服务功能有所差异,无法进行宏观分析比较。因此,建议上级部门制定智慧文旅平台建设的标准规范文件,从而不断推动省级智慧文旅数字化平台的落地实施。首先,依据当前产业发展现状、市场特征和用户需求,制定具有前瞻性和针对性的产业融合发展规划文件、平台建设标准文件。其次,依据法律法规和政策文件,制定智慧平台运行管理的行政法规,避免平台数据被恶意篡改或非法使用。同时,可通过网络监管对智慧文旅数字化平台进行监管,从政府治理转向全民共治治理。最后,以“省”为单位搭建统一的智慧文旅平台,为各市、县(区)的平台搭建提供统一的建设指标体系,避免盲目跟风和重复建设。

(二)政企民商等多主体参与,打破数据壁垒

文旅数据是智慧文旅数字化平台的核心,也是搭建该平台的难点之一。因此,打破“数据壁垒”是建设省级智慧文旅数字化平台的第一步。一方面,由省级文旅部门牵头,协调相关行政数据,收集各相关行业数据,抽样调查数据、在线旅游平台数据等,建立数据共享的数据中心库。另一方面,除政府监管的文旅场馆外,还可鼓励吸引本地大型商超、餐饮、景区、酒店等文旅相关市场主体加入平台,丰富平台内容,满足大众多元化需求。同时建立以大众需求为导向的“使用一反馈一改善一使用”的良性循环机制,不断优化改善平台功能,以期为多方使用者提供更加优质的智能化服务。

(三)创新人才引进方式与培养体系,保障后续运营

智慧文旅数字化平台建设是一项庞大且复杂的工程,专业技术人员是不可或缺的。因此,可由政府制定出台相关人才引进政策,引进信息技术专家、文旅及相关行业专家,建立高层次智慧文旅人才库。同时,通过政府、企业、高校合作,共建实习基地、研究实验室等,为文旅人才培养提供实训基地。

(四)创新资金引进渠道,保障平台建设与维护

充足的资金是保障智慧平台顺利开发建设和运营的关键。因此,一方面,运用文旅相关政府专项资金来支持智慧化平台的建设。可根据智慧文旅项目内容的创新性、可行性,申报国家和省级专项课题,获得相关项目经费支持。另一方面,与银行等金融机构合作,发挥“互联网+”“文旅相关项目贷款贴息”等金融政策的作用,确保平台建设资金充足。同时,通过引进社会力量,与各类投资企业、行业协会等加强联系,运用股票、期权等方式参与智慧平台建设,以提高风险应对能力,稳定项目资金链。

(作者单位:广东省文化和旅游发展保障中心)

# 中小城市提升旅游吸引力的五个着力点

□高新宇 杨芷菁

## 二、树立鲜明形象,吸引年轻群体

年轻人是城市中最具活力和创造力的群体。他们追求创新与个性,敢于尝试新鲜事物,对新兴潮流的探索有着极度的渴望;善于利用各种新媒体平台,如微博、小红书、抖音等,表达自己的观点和分享体验,向上推广,向下兼容,拥有出色的传播能力。因此,年轻人的关注和热捧往往影响着流量的走向,是网络宣传的重要推动力量。如何塑造时尚、充满活力的城市形象,如何紧密联系年轻人这一关键群体,是当前城市旅游业发展的重要课题。相较于以往旅游者对著名旅游景点的追捧,当下的年轻人偏向于探索一些小众、“宝藏”和“网红”城市。要洞察年轻人的兴趣和需求,提供与他们喜好相符的旅行体验、旅游项目,如文化探索活动、户外运动、艺术和音乐节等。满足年轻人对独特体验和社交交流的需求,才能俘获他们的心,进而推动旅游业蓬勃发展。

## 三、积极拥抱网络,实现高效传播

互联网具有便捷、迅速、互动、多元、低成本等特点,能够实现指数级的传播效应。吸引网络注意力成为新时代城市营销与旅游发展的重要手段。以“淄博烧烤”为例,截至10月1日,抖音话题“淄博”和“淄博烧烤”的视频总播放量分别为208.4亿次和285.5亿次,小红书“淄博”笔记已达到149万+,微博话题阅读次数为10.1亿

次。纵观淄博出圈全过程,前期社交平台对淄博烧烤爆火起到明显推动作用。出圈之后,网络流量与政府作为耦合联动,主流媒体、大V博主形成宣传攻势。后期刊日均信息量“爆炸式”增长,成功带火淄博。仅以“烧烤”和“服务”为主要卖点,淄博上半年就实现了社会消费品零售总额639.4亿元,同比增长9.7%;住宿餐饮业、营利性服务业增加值分别增长9.9%、12.9%,全市现代服务业增加值增长7%,高于全部服务业增速2个百分点,对经济增长贡献率达到了35.1%。网络传播成功放大了“网红效应”,淄博依托互联网实现定向营销,将网络流量变现客流量,把潜在购买力转为现实购买力。

## 四、做好应急管理,确保旅游安全

安全是城市旅游业可持续发展的基石。相较于经验丰富、应对能力强的“老牌”旅游城市,“新秀”城市面临极大的挑战——远超日常负荷的流量、游客聚集的风险,“无景点”游客分散、随意,难以管理,甚至对生态环境和文化遗产造成破坏。“网红”城市应有充分预案、必要投入、充足准备,在拥抱“打卡热”的同时保持治理“冷思维”。一是积极解决资源、系统、经验和专业知识不足等问题,健全应急管理体系,科学规划周边交通、消防设施、通信设施,合理配置人力、物资,掌握处理游客安全问题的专业技能并积累相关经验。二是加强治安管理,提高警力部署,充分使用数字技

术协助治理。三是强化宣传教育,多渠道向游客普及安全知识,进行旅游安全提示,引导其文明、理性、自律地参与活动。

## 五、立足诚实守信,锤炼城市口碑

“网红城市”旅游发展的核心是口碑和诚信。塑造诚实守信的城市形象,才能让游客敢来、甘来,敢于消费、愿意消费。物有所值的商品、畅快淋漓的体验、童叟无欺的市场环境、热情好客的市民,由政府部门、市场主体和市民共同营造出的和谐环境,为城市旅游发展提供了源源不断的动力。以诚信和服务闻名的河南许昌胖东来超市也可谓“无景点”旅游的典型范例,其凭借独特的风格和良好的品质被广大网友誉为“网红超市”“新5A级景区”,成为一处热门的“非景点旅游地”,吸引大量游客不远千里前往打卡、参观和购物。反观一些地方的经营乱象,例如“鬼秤”频出、价格歧视、强制消费等,则与城市旅游业健康发展背道而驰。对此,一方面,应加强对广大游客的道德教育,倡导诚信经营,打击消费欺诈行为;另一方面,可引入第三方评估机构,对各类服务场所进行评级、认证和监督,促其保证服务质量,树立守信形象。消费令人放心、让人舒心、服务使人开心、让人安心,这样的城市才能获得游客的信任和口碑,实现旅游业的良性发展。

(作者单位:安徽财经大学财政与公共管理学院)