

试论“沉浸式”旅游演艺的深化发展策略

马慧贤

(澳门科技大学, 中国澳门 999078)

摘要: 作为文化和旅游融合下的最新产业姿态, 旅游演艺对地区旅游、经济等发面的发展具有积极影响, 特别是当前人们的生活水平进一步提升, 旅游演艺受到社会的广泛关注。不过在当前市场竞争日益激烈的情况下, 也体现出其在发展中存在的不足之处, 如目前一些地区的旅游演艺产品质量参差不齐、营收情况不佳等。同时, 因旅客对体验的结果以及期望要求逐渐增高, 他们不满足于形式、内容单一演艺节目欣赏, 开始追求自身的沉浸以及参与, 为在最大程度上满足旅客的需求, 则需要结合其需求, 落实有效措施。本文即沉浸式旅游演艺的现状以及发展进行深入探究, 希望对此领域研究提供更多参考。

关键词: “沉浸式”; 旅游演艺; 深化发展

沉浸式体验是为了满足旅客需求应运而生的, 其是全新经济时代的一种营销理念, 同时也是一种新的营销手段。其具体内涵是指, 在营销过程中借助感性信息的方式, 围绕消费者感官而介入其中的行为过程, 能够影响消费者的决策结果, 而消费者由最初的观看转向身临其境的体验。在这一个过程中, 消费者由特定的剧场特点的形式, 转为实景演出的形式, 并发展至现在的沉浸式体验, 且消费者参与互动, 使得旅游演艺从形式到内容进一步升级、转化。在当前我国旅游业持续发展的背景下, 对旅游演艺产品的需求也持续增长, 这一现状激发了旅游业和演艺业的良性结合, 进一步推动了旅游产业的发展。

一、“沉浸式”旅游演艺发展的现状

(一) 技术资源现状

立足自然景观以及人文资源这一角度, 因我国的疆土较为辽阔, 其地理性差异和文化的差异也较为明显, 这些资源为旅游演艺产品的制作提供有力保障, 可以帮助其在发展中深入挖掘自身的内涵从而整合为演艺文化品牌。而在人力资源角度, 目前演艺产品创意执行人员现状则表现出稀缺、流动性大的情况, 而“创新思维”是确保演艺产品能够长效发展的重要因素, 为此相关领域的人才以及策划人才培养显得尤为重要。在资金角度, 目前相关地区对旅游演艺的投资呈现多元化, 不过因旅游演艺的投资风险较大, 回报率高, 致使相关的资金支持集中于大成、成熟的旅游演艺项目, 不过对于小型、新型的演艺产品, 其形式较为严峻。从技术资源方面, 当前 AR、VR 等人工智能技术被广泛应用于旅游演艺, 这些新生代科技元素的融合为旅游演艺产品的发展、创新等提供全新思路, 通过生动场景的再现, 可以打造良好的氛围, 进一步提高产品的感染力。由此来看, 全新技术资源的引入进一

步丰富了旅游演艺的表现方式以及手段, 切实提升了旅游演艺对游客的吸引力。

(二) 市场需求现状

马斯洛需求理论对人的需求分成了生理需求、安全需求、尊重需求和社交需求等, 共五个层次。经过我国相关部门的努力, 我国的基本物质保障已经得到了丰富, 消费者的需求欲望更是逐渐开始向精神层次过渡, 不再仅仅局限于物质层面, 游客希望在消费过程中能够获得足够的尊重。正是随着物质生活的满足, 出外旅游的人数也在日渐增多, 游客的消费需求促使旅游单位开始深度挖掘产品的内涵和特点。尤其是在文旅融合的背景下, 旅游演艺更是有了更加广阔的发展前景, 游客的需求也会得到更高要求的满足。所以, 当前市场背景下的旅游演艺事业也就更加注重游客的体验和未来未来发展。

二、“沉浸式”旅游演艺发展的价值

(一) 有助于挖掘更广阔旅游演艺市场

旅游演艺是文旅融合的重要产物, 其让传统旅游模式更加丰富, 文旅部门在不断提升文旅质量的同时, 也在逐渐地延伸旅游产业链, 并提升旅游地的知名度, 提高文旅企业的竞争力, 这些都具有重要意义。上世纪 80 年代我国旅游演艺节目第一次出现, 从 90 年代开始, 数量逐渐增多, 2004 年以后更是进入了快速增长时期。按照我国演出行业协会的相关数据统计来看, 2013-2018 年的全国旅游演艺参与游客已经增至了 6821 万人次, 增长率为 145%, 这就证明旅游演艺现在已经得到了很多游客的认可, 在文旅产业中的地位也不断提升。现在旅游演艺已经称其为了我国文旅融合的重要突破口, 借助文旅产业的转型升级, 市场前景也变得更加广阔。

(二) 有助于实现顾客需求的转变

基于现在游客的体验感不断增强的背景下, 顾客和企业彼此已经不再是将自己放在利益最

大化的对立面, 而是开始寻求合作共赢, 希望可以通过合作实现价值的最大化, 进而满足双方需求。放眼现在的旅游产业发展, 旅游需求和供给方现在形成了推拉的作用。从游客的需求方面分析, 更是呈现出了多元化和高要求的趋势, 不再停留在传统标准化或是大众化的审美上, 而是更加注重游客可以沉浸其中, 从而获得更好的体验。另一方面, 很多游客也不仅仅满足于旅游产品的被动接受者, 而是渴望可以对产品创造拥有主动权, 并且逐渐实现自我价值。

三、“沉浸式”旅游演艺的深化发展策略

(一) 立足沉浸式发展视角, 深入分析目标群体需求

身处现在的体验经济背景, 游客是“沉浸式”旅游的主要参与者, 可以让旅游演艺事业有更高的价值, 使得可以实现价值共创的有效性。而且如果能够促使游客积极参与其中, 也可以让游客获得更具个性化的体验, 从而提升他们的个人价值。所以, 演艺方应该将游客放在重要位置, 给其提供更多的环境与空间, 让游客的参与渠道也能够更加丰富, 如可以采取奖励的形式调动游客积极性。另外, 通过多种途径了解游客需求并针对需求设计相关演艺产品也十分必要。以“河南宋城东京梦华”沉浸式演出项目为例, 这部室外实景演出剧是中国实景演出的又一经典力作, 已成为开封旅游、河南旅游的一张名片。宏大的演出场面, 比舞台更加细腻的表现, 达到在恢宏中见细腻, 在细腻中见恢宏的艺术效果。

(二) 加大打造文化灵魂, 全面提升演艺质量

在我国大力倡导文旅融合的背景下, 旅游演艺企业应该注重服务的内容, 在打造剧情的时候要讲好故事。具体来说, 可以从以下几点着手: 第一, 旅游演艺企业可以深入挖掘当地的历史文化, 丰富旅游的内容和特点, 让游客可以获得更佳的经验, 享受身心上的愉悦。与此同时, 此举措也可以让游客更了解当地文化特点, 从而获得更多的文化滋养。另外, 还可以从创意性与个性化方面入手, 转变传播方式, 体现出原始文化的艺术价值, 从而实现灵魂兼备, 让游客对文化内涵能够更具认同感。例如宋城演艺当中就采用了剧场式演艺与实景演艺相结合的形式, 让游客可以获得融入情境之中, 更好地体会宋城的人和事。旅游演艺不仅要注重自身的文化灵魂建设, 进一步去提升演艺质量也是文化传播的有力载体。“沉浸式”的体验可以让观众与演员的距离进一步拉近, 达到共情的目的。旅游企业则要在细节、仪式感方面下功夫, 让游客可以融入剧情之中。想要实现更好地观感, 就要做到两方面。一方面是要对演艺环境的密度进行进一步控制。如果演艺环境中的游客数量和游客密度过大, 必然会影响游客的沉浸效果, 会导致产生消极影响, 所以要对室内空间的应用进行合理设计, 并且要对演艺环境密度良好把控。另一方面要从有形和无形方面着手, 提升服务质量。这一点主要是可以对服务的设备和服务人员进行定期培训。除此之外, 相关部门也可以围绕企业的文化内涵, 提高和大众文化的匹配度。如果盲目选择热门文学影视内容, 不仅可能会限制演艺的发展, 也会给游客不好的观感。

(三) 创新旅游演艺模式, 构建参与互动平台

“沉浸式”注重对演艺模式的创新, 体现在对参与过程中互动平台的构建, 这就需要结合此形式的特点与游客参与程度构建出“线上”与“线下”双模式的参与互动平台, 以多种形式提升游客参与的质量, 以多个渠道激发游客的参与热情, 促使演艺事业的不断发展。双模式主要体现在两个方面的建设中: 一是线下

模式, 此途径注重对游客的交互行为, 首先要提升游客服务中心的整体水平, 以信息技术与游客体验感为主要提升导向, 充分发挥其高质量价值。其次要丰富参与形式, 随着人们经济水平的提升与获取外界资源的便利性, 人们越来越追求形式多样与内容丰富的演艺形式, 尤其是区别于单纯观赏类的演艺项目, 更能提起人们的兴趣, 提升人们的参与频率。二是线下模式, 除了远距离与表面互动行为外, 较为亲密的互动形式可以带了更为积极的效果, 因此可以说线下同样是丰富人们参与的有效途径, 此途径可以成为连接旅游行业与游客之间的重要一环, 是促使两者之间增加互动的重要方式。例如引导人们共同完成某项任务等, 这样既可以实现与游客之间的互动, 又能提升游客的参与感受。在互联网技术不断发展的环境下, 线上模式的优势逐渐凸显出来, 为人们提供一定的动态信息, 展示演艺相关内容与文化, 提供相应的购票、预约等便利功能, 以节约游客攻略时间、寻找信息时间等方式提升游客参与热情。除此之外, 线上模式还可以加强与其他平台的合作, 为游客提供信息交流机会, 以自身经验感受影响他人, 或借鉴他人感受调整自身行为等, 进而促进演艺事业不断发展。

四、结语

综上所述, “沉浸式”旅游演艺因具有独特的互动体验、艺术氛围等特点备受游客的喜爱, 其以丰富剧情、口碑塑造等为影响手段, 实现了零距离、沉浸式的旅游体验, 这些特点成为了旅游演艺企业在旅游演艺竞争中的重要优势, 为旅游行业的发展带来了一定的推动价值。从本质上分析, 其旅游演艺的效果往往取决于游客在参与期间产生的快乐感受, 这就表明其发展过程中要充分注重游客的体验感, 对每个环节进行调整与统一标准, 建立起健全、良好的整体形象, 促使游客的参与期待情绪与体验情绪的高度一致, 实现旅游行业与游客的双赢。

参考文献:

- [1] 何森, 谭志云. 文旅融合视域下的江苏旅游演艺: 发展研判与逻辑重构——基于文化旅游业的考量 [J]. 文化产业研究, 2020 (03): 127-137.
- [2] 王秀伟. 文本演绎与空间再现: 神话传说题材旅游演艺内容的再生产——以旅游演艺《青秀》为例 [J]. 文化产业研究, 2020 (03): 316-329.
- [3] 徐堃. 文旅融合视角下民族地区非物质文化遗产资源开发与利用的问题分析——以拉萨市慈觉林地区为例 [J]. 艺术品鉴, 2020 (36): 97-99.
- [4] 王尚坤, 马爱萍. 基于国内旅游演艺研究现状的北京市文化演出及其旅游演出市场的初步分析与建议 [A]. 中国旅游研究院. 2015 中国旅游科学年会论文集 [C]. 中国旅游研究院: 中国旅游研究院, 2015: 12.