

# 地方特色音乐文化与山东旅游融合高质量发展研究

黄 鸽

(山东农业大学 山东 泰安 271000)

**摘 要:** 旅游业日渐成为中国经济发展的支柱性产业。当代旅游活动的各个环节都离不开文化元素,文化旅游是未来我国旅游业发展的主要方向之一。山东拥有得天独厚的自然旅游资源,在地方特色与人文历史方面具备很大的挖掘空间。地方旅游业想要发展壮大,除了开发自身的旅游资源外,可结合地方特色和人文历史元素的音乐,凸显音乐代入感强、受众广泛、印记鲜明的特点,同步山东旅游宣传。

**关键词:** 地方特色音乐;文旅融合;音乐旅游;旅游宣传与推广

## Research on High Quality Development of Local Characteristic Music Culture and Shandong Tourism Integration

Huang Ge

(Shandong Agricultural University, Tai'an, Shandong 271000)

**Abstract:** Tourism is becoming the pillar industry of China's economic development. Tourism activities are inseparable from cultural elements, making cultural tourism one of the main future directions of China's tourism. Shandong is blessed with distinctive natural tourist resources, and has a lot of space to explore local characteristics and cultural essence. If local tourism intends to grow, in addition to developing its own tourism resources, it can combine local characteristics and music with cultural and historical elements to highlight the strong sense of involvement, wide audience and distinctive advantages of music, thus increasing the publicity of tourism in Shandong.

**Key words:** Music with local features; Integration of tourism and culture; Music tourism; Tourist publicity and dissemination

近年来,中央在文旅融合发展方面高度重视。“十四五”规划中强调文旅结合、以文促旅、以旅彰文。党的二十大再次强调,要坚持推动高质量发展为主题。党中央精神为推动我国旅游业转型升级和高质量发展提供了总指引、总遵循。

为推动文旅进一步融合,2018年3月,原国家旅游局和原文化部合并,组建文化和旅游部。我国“十四五”规划中也突出文旅结合、以文促旅、以旅彰文的重要性。这说明文旅融合已经成为我国文化产业与旅游业的发展方向。2020年7月,山东省印发了《山东省文化旅游融合发展规划(2020—2025年)》(以下简称规划),坚持以文旅融合为主线,赋予旅游产业新动能,开创文化旅游强省建设新局面。其中极具代表的为五岳之首的泰山、儒家圣地“三孔”、胶东半岛滨海圈、儒家文化、黄河文化、海洋文化、沂蒙红色精神、泉水文化等。针对特色鲜明的山东旅游文化,需挖掘音乐的旅游功能,开发音乐事件、非遗体验、实景演出等,为山东旅游引流。

### 一、山东省文旅融合发展现状

2020年,经山东省政府批复并印发实施,《规划》旨在聚焦高质量发展,优化发展布局,推动产业融合,打造“好客山东”升级版。该《规划》为山东省文旅融合发展提供了强有力的政策指导,按照其要求,通过“文化+旅游”和“文旅+”,培育文旅新业态,激发产业发展新动能。

#### (一)“旅游+音乐节”

现阶段的山东文旅融合重视“音乐节+旅游”多元化模式。据不完全统计,2021年,在山东举办的音乐节有20余个,遍布13个城市,涵盖摇滚、嘻哈、电音、民谣等多个音乐类型。除了迷笛音乐节、草莓音乐节之外,还有大量的本土音乐节,比如济南耳立音乐节、火箭音乐节;青岛凤凰音乐节;淄博向阳花音乐节等。

据报道,5月举办的济南迷笛音乐节来自外省的乐迷占65%左右,6月举办的2021青岛麦田音乐节共吸引约五万名来自全国各地的观众。本土音乐节的突起,为各举办地市带来了大量人气及乐迷,为疫情以来低迷的旅游业注入了新的力量。

#### (二)“旅游+音乐艺术精品剧目”

近五年来,山东省着力抓好音乐精品创作生产,推出一批不

同形式的精品剧目,其中包括京剧《奇袭白虎团》、话剧《孔子》、大型原创杂技剧《铁道英雄》、民族歌剧《沂蒙山》、吕剧《苦菜花》、民族歌剧《马向阳下乡记》、山东梆子《承诺》、儿童剧《童年》等。

在旅游主体的音乐艺术精品方面,全省16部作品获得国家级扶持,15部作品入选国家展演展示平台,11部作品成功入选文化和旅游部“庆祝建党成立100周年舞台艺术精品创作工程”重点扶持作品名单,列全国前茅。该系列音乐艺术精品剧目,为山东文化旅游发展搭建了文化艺术高塔,确立了文化引领方向,培育了地方特色音乐文化,为地方特色音乐文化与旅游的融合发展开辟了新的土壤。

### 二、山东省文旅融合发展问题

旅游音乐节和音乐艺术精品剧目的联手开展,加强了山东省的文化艺术高度,扩大了各年龄层次的艺术文化服务受众,取得了瞩目的收效。在取得成绩的同时,也存在以下问题:

#### (一)忽视音乐主题活动

2020年《规划》中明确了旅游业发展需着力突破的三大难点,首当其冲的是突破夜间旅游、淡季旅游的问题。受制于北方气候以及省内各景点特点,山东省很难仅采取常规手段以达到扩大内需、增强宣传的目的。由此,省内需转换思路,引入各类音乐主题活动,有针对性地紧扣《规划》中划分的山东省四大文化旅游区,即:济南-泰山-曲阜优秀传统文化旅游示范区、齐文化旅游示范区、大运河(山东段)文化旅游示范区、黄河三角洲生态文化旅游示范区。尤其是以四大文化旅游示范区为主办地,承办国内外大型合唱赛事。合唱比赛有着受时间季节约束小,参与受众人数众多,赛程时间长等一众特点,能一定程度缓解夜间旅游、淡季旅游的问题。

#### (二)缺乏“名片”化的配套音乐作品

旅游地的打造不仅需要加强环境与设施等具体视觉形象,还需注重旅游音乐的听觉感知。音乐创作与旅游地高度贴合,借助视听网络平台的宣传发酵,会带动当地文化和风土旅游,为山东省旅游在全国同质范围类的竞争带来差异。例如,广西桂林与云南和贵州同属喀斯特地貌,但一曲《山歌好比春江水》,使得广西桂林风光更深入人心;又如脍炙人口的《西安人的歌》,为陕西吸引了大

批游客；北京奥运之年的《北京欢迎你》更是将举办地北京开放发展、和谐包容的面貌传递给了世人。

### (三) 重规划 轻实效

山东省各地音乐节遍地开花，集中爆发在每年的4至8月。音乐艺术精品剧目则重点上映在济南青岛等经济排前的城市。资源过度集中，无法起到对四大文化旅游区的提升带动作用，无法突破淡季旅游的现有，同时极易引起省内各地市的无谓竞争以及音乐节受邀艺人坐地起价等一系列问题。如此，省内很难将各地音乐节、音乐艺术精品剧目、音乐事件活动与四大文化旅游区紧密联合，形成联动效应。

### 三、山东省文旅融合发展建议

根据2022年10月，山东省委宣传部举办的“山东这十年”系列新闻发布会数据：2021年山东省实现文旅产业增加值6867.2亿元，占GDP比重为8.26%。由此可见，即便在疫情常态防控的行业萧条背景下，文化旅游依旧在国民经济中占有较高比重。因此，地方特色音乐文化与山东旅游融合高质量发展方面，可以参考的建议如下：

#### (一) “一盘棋”统筹发展 聚焦规模化效应

按照《规划》要求，山东将建设四大文化旅游示范区，突出打造仙境海岸文化旅游带等六大文化旅游带，推出16条综合型经典文化旅游线路、7个系列主题特色型文化旅游线路，实现“串珠成线、连片成面”的发展效果。山东省旅游主管部门需一方面汇总各地音乐节、音乐艺术精品剧目运营统计的数据资料，另一方面应实地了解以四大文化旅游示范区为主的旅游旺季时期音乐艺术服务需求，统筹供求双方，合理调配现有文化艺术资源，形成规模化效应。

例如：每年9月中旬，是泰安的泰山国际登山节，赛程为期5日左右。作为目前国内范围内举办时间最长、规模最大的登山比赛，每年的泰山国际登山节都将吸引大量国内外参赛选手、游客以及各类媒体。2000年以来，泰山国际登山节的经贸和旅游主题更为突出，强调发挥登山节的载体作用，以提高泰山、泰安的国际知名度，宣传发展旅游，扩大交流，招商引资。对此，山东省旅游主管部门也可同步开展各类音乐主题活动，将音乐节、音乐艺术精品剧目搬到泰山脚下，为旅客们奉上精神文化大餐。

#### (二) 合唱带动文旅融合

合唱具有参与覆盖面广，影响力度大，宣传效应好等特点。在文旅融合促旅游地知名度方面，各地可以举办国内或国际合唱比赛，以合唱活动带动省内文旅融合发展。2006年7月，第四届世界合唱比赛在我国厦门举办，此次合唱盛会吸引了476个合唱团，其中外国团队317个，中国团队（含港澳台）159个，参赛选手共计17800名。

据厦门市统计局统计，赛事接待采用了“合唱村+酒店”的模式，专程前来观看比赛的客人平均在厦门住宿5.49天，人均消费6015元；以选手身份参加赛事的人员平均在厦住宿7.29天，人均消费7384元；作为后勤人员、记者、评委等服务于比赛的其他人员，平均在厦住宿8.31天，人均消费7842元。合唱比赛历时12天，与同年3月份举办的厦门国际马拉松赛相比，时间更长，参与比赛的人员更多，因此合唱比赛（7月15~26日期间）给厦门的企业带来2.65亿元的经营收入。

作为合唱大国，合唱在我国有着广大的群众基础。近年来，国内外合唱比赛种类繁多，层出不穷。山东省可依托《规划》中明确的四大文化旅游示范区作为主办地，引入合唱比赛主办权。

同时，山东省文化旅游示范区主办大型合唱活动有着较大的优势。首先，各旅游区酒店餐饮均具备大批游客的接待能力；其次，四大文化旅游示范区所在的地市均配备剧院及多个礼堂，符合比赛开展的条件；最后，旅游示范区有大量旅游从业人员，可承接前来参赛团队及个人的地接导游服务。合唱比赛的引入，可以带动本省的旅游服务行业，提升山东省文化旅游示范区的国内外影响，促进当地群众合唱文化发展，突破《规划》明确的淡季旅游难点，是以音乐事件带动文旅融合的一次较好尝试。

#### (三) “名片”化的音乐作品助力文旅宣传

旅游与音乐有诸多融合点。首先，与旅游目的地相关的音乐从灵感与内容上都以旅游景点为创作源泉，旨在将视觉感官延展到听觉体验。另外，旅游作为一项审美活动，与音乐的感染与陶冶功能相近。加之，入耳的音乐会使潜在游客产生联想，进而转化为期待感；而对于已游览过的游客，再次听到主旋律音乐，会加深印记，再次带入旅游情景。再者，音乐对于旅游地文化特色的挖掘，其动人的旋律与高度配适的歌词，相较于文字词语概念的束缚更少，带人感更强；且音乐内涵具有只可意会的模糊性，可以使想象力更大程度地发挥。由于音乐本身词曲创作、配乐编曲等极具灵活与多样性。因此，与景观情调一致的音乐在交融的情感体验中，可以很好地融入旅游环节中，实现旅游感受的呼唤与渲染，达到游客审美通感体验的补充与立体化呈现，实现旅游者情感与精神层面的升华。优秀的旅游地特色音乐经过现代声像艺术手段加工，以及流媒体平台的传播，达到旅游宣传的目的。

通过协调本省优秀音乐产业资源，可为山东省文化旅游创作出一批适配不同功能需求的音乐作品。其中包括：“名片”化的省级旅游宣传歌曲，适配各地市各文化旅游示范区推介的地方特色音乐作品，包含地方历史文化、红色事迹、地方美食等特征的歌曲，配合当地特产宣发销售的推广歌曲等。后期可将该系列音乐作品对接不同推广方式，如：各地市音乐节展演、山东旅游音乐作品巡演、音乐改编的课间操和广场舞、音乐作品发行、大型音乐作品音乐会、合唱表演等，保持宣传力度与热度。

#### (四) 创新视听体验 孵化本土人才

追求感官上的视听创新体验，扶植本土后备人才，始终是山东文旅部门及项目运营方在可持续发展问题上亟待解决的问题。在视听方面，全省可以利用“互联网+”的开创思想，积极探索音乐和旅游产业与互联网的结合碰撞，以求视听体验创新，俘获更多受众。如，各旅游地可利用短视频平台，在景区开展线上音乐会，运用沉浸式的视听方式与观众互动的同时，加入旅游目的地云直播与云展览。或开辟“流淌在地图上的旋律”的流媒体纪录片，使文旅有机穿插，将景点的音乐特色生动地与文化历史内涵融合，打造品牌经典音乐节目。在人员储备上，从运营方到演出方，积极尝试具有“本土化”特点的方式。同时，加大与地方文化系统、驻地高校和相关音乐协会的沟通合作，打开言路、多方探访、提供机会。让音乐节及音乐艺术精品剧目的运作在可持续发展的路上，丢掉拐杖，走出特色。

### 四、结语

在文旅融合的背景下，各旅游目的地应更积极地运用音乐产业，提炼旅游地更多的风土特色，使音乐资源与当地旅游业接轨，服务地方经济社会发展，进而推进旅游目的地的吸引力，促进旅游业向纵深方向发展。旅游地在建设当地音乐产业时，需要注意体系化综合发展，涵盖创作、排演、媒体宣传推广、专业人才培养、场地建设等多个环节，使支持政策能真正落地，形成完善的音乐产业链。山东省各旅游地要大胆实践，与旅游企业、传统媒体与新媒体、社会组织协同配合，吸纳社会各界的更多关注，打好音乐与旅游产业联动发展的组合拳，为旅游业发展提供更强劲的新生力量。

#### 参考文献：

- [1] 崔忠芳. 丽江雪山音乐节篝火重燃，探索文旅助推城市发展新路径[J]. 中国广播影视, 2022(14).
- [2] 贾建喜. 旅游产业与音乐文化融合发展路径研究[J]. 旅游纵览, 2022(5):3.
- [3] 厦门市统计局调查组. “唱”来2.65亿元的收入——厦门第四届世界合唱比赛调查报告[J]. 中国统计, 2006(10):2.
- [4] 朱江江. 文旅融合视域下广西壮族音乐融入旅游演艺产业发展研究[J]. 才智.

#### 基金项目：

本文系山东省人文社会科学课题（项目编号2021-YYYS-05）研究成果。

#### 作者简介：

黄鸽（1989-），男，湖南郴州人，山东农业大学艺术学院讲师，研究方向为合唱指挥、作曲。