

巴中市哲学社会科学规划项目

结项申请书

立 项 编 号 BZ25YB041

项 目 类 别 一般课题

项 目 名 称 文旅融合视域下巴中演艺产业创新发展路径研究

项 目 负 责 人 黄德平

所 在 单 位 四川山河智略文化旅游发展有限公司

填 表 日 期 2025 年 9 月 22 日

巴中市社会科学界联合会 制

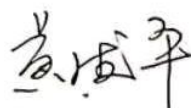
2025 年 3 月

声 明

本研究成果不存在知识产权争议；巴中市社会科学界联合会享有推广应用本成果的权利，但保留作者的署名权。特此声明。

成果是否涉及敏感问题或其他不宜公开出版的内容：是□ 否☒

成果是否涉密： 是☒ 否□

项目负责人（签字）
2025 年 10 月 17 日

填 表 说 明

一、本表适用于巴中市社科年度规划项目、专项项目等结项申请。

二、认真如实填写表内栏目，凡选择性栏目请在选项上打“√”。
课题申报信息无变更情况的可不填写《项目变更情况数据表》。

三、本《结项申请书》报送 2 份（A3 纸双面印制，中缝装订），并附最终成果打印稿（正文格式要求：主标题 2 号方正小标宋简体，其中一级标题 3 号方正黑体-GBK，二级标题 3 号方正楷体-GBK，三级标题 3 号方正仿宋-GBK 加粗，正文 3 号方正仿宋-GBK）。

四、所有结项材料须经所在单位审核并签署意见。县（区）申报者报送所在县（区）社科联审核后统一报送至市社科联，其他申报者可直接报送市社科联。

一、项目变更情况数据表

立项项目名称		文旅融合视域下巴中演艺产业创新发展路径研究									
结项成果名称		文旅融合视域下巴中演艺产业创新发展路径研究									
是否变更		A、是 B、否✓			变更的内容						
原计划成果形式		研究报告			现成果形式			研究报告			
原计划完成时间		2025 年 10 月 15 日			实际完成时间			2025 年 9 月 22 日			
项目负责人及参与人员变更情况											
原负责人	姓 名		性别		民族		出生日期	年 月			
	所在单位				行政职务		专业职务				
	通讯地址						联系电话				
现负责人	姓 名		性别		民族		出生日期	年 月			
	所在单位				行政职务		专业职务				
	通讯地址						联系电话				
原参与人员	姓 名	单 位			职 称		联系电话				
现参与人员	姓 名	单 位			职 称		联系电话				

二、申请人所在单位审核意见

（审核事项：1. 成果有无政治导向问题或其他不宜公开出版的内容；2. 最终结果的内容质量是否符合预期研究目标。）

成果无政治导向问题或其他不宜公开出版的内容
最终结果的内容质量符合预期研究目标



三、县（区）社科联意见

（审核事项：1. 成果有无意识形态问题；2. 是否同意结项。）

单位（公章）：

负责人签字：

年 月 日

四、专家鉴定意见

(请在对应意见栏划“√”)

1. 成果有无意识形态方面问题: 有 ☐ 否 ☐

2. 是否同意结项: 是 ☐ 否 ☐

3. 鉴定等级: 优秀 ☐ 良好 ☐ 合格 ☐

主审专家签字:

年 月 日

五、市社科联审核意见

单位(公章):

年 月 日

最 终 成 果

文旅融合视域下巴中演艺产业创新发展 路径研究

目 录

摘 要	8
第一章 序论	11
1.1 研究背景	11
1.2.研究意义	25
1.3 研究目的	32
1.4 文献综述	35
1.5 研究方法与思路	36
第二章 相关概念及理论	39
2.1 相关概念	39
2.2 相关理论基础	40
第三章 文旅融合视域下巴中演艺产业发展解析	43
3.1 文旅融合视域下巴中演艺产业发展现状	43
3.2 文旅融合视域下巴中演艺产业发展趋势	50
第四章 案例分析	55
4.1 《重庆·1949》：红色基因与科技的深度融合	55
4.2 《又见平遥》：晋商文化与沉浸式艺术的交融	59
4.3 《知音号》：长江文脉的移动剧场	64
第五章 文旅融合视域下巴中演艺产业创新发展路径探索	69
5.1 文化资源深度活化：构建“特色 IP+多元体验”的文化叙事体系	69

5.2 科技赋能场景创新：构建“数字技术+沉浸体验”的消费新生态	73
5.3 产业协同体系构建：完善“政策-资本-项目”全链条发展生态	76
5.4 市场主体培育：激活“院团-企业-人才”多元主体动能	79
5.5 品牌营销与市场拓展：构建“精准传播+跨界联动”的品牌矩阵	82
5.6 可持续发展保障机制：构建“规范+风控+生态”的长效支撑体系	85
第六章 结语与展望	90
第七章 参考文献	92

摘 要

在文旅融合与消费升级的双重背景下，演艺产业作为文化与旅游深度融合的核心载体，对激活区域文旅经济、提升文化传播效能具有重要意义。本文以四川省巴中市为研究对象，基于产业融合理论、体验经济理论及文化资本理论，综合运用文献研究、实地调研与案例分析法，系统探讨文旅融合视域下巴中演艺产业的创新发展路径。研究发现，巴中市依托红色文化、巴文化及生态资源，已初步形成以《梦境·光雾山》《恩阳船说》为代表的沉浸式演艺项目，但仍面临文化转化不足、产业体系薄弱、人才短缺等挑战。通过借鉴《重庆·1949》《又见平遥》等典型案例，本文提出“文化IP活化—科技赋能—产业协同—主体培育—品牌营销”五位一体的发展路径，强调通过数字化技术构建沉浸式体验、完善政策与资本支持体系、深化区域联动，推动巴中文旅演艺从资源展示向深度体验转型。研究为革命老区文旅融合提供理论参考与实践范式，对实现文化价值与经济价值的双重转化具有现实意义。

关键词：文旅融合；演艺产业；创新发展；巴中市；沉浸式体验

Abstract

Against the backdrop of the integration of culture and tourism and the upgrading of consumption, the performing arts industry, as a core carrier of the deep integration of culture and tourism, plays a significant role in activating regional cultural and tourism economies and enhancing the effectiveness of cultural dissemination. This paper takes Bazhong City, Sichuan Province as the research object and, based on the theories of industrial integration, experience economy, and cultural capital, comprehensively employs methods such as literature review, field research, and case analysis to systematically explore the innovative development path of Bazhong's performing arts industry from the perspective of cultural and tourism integration. The research finds that Bazhong City, relying on its red culture, Ba culture, and ecological resources, has initially formed immersive performing arts projects represented by "Dreams of Guangwu Mountain" and "The Story of Enyang River", but still faces challenges such as insufficient cultural transformation, weak industrial systems, and talent shortages. By drawing on typical cases like "Chongqing 1949" and "Again See Pingyao", this paper proposes a five-in-one development path of "activating cultural IPs - technological empowerment - industrial synergy - subject cultivation - brand marketing", emphasizing the construction of immersive experiences

through digital technology, the improvement of policy and capital support systems, and the deepening of regional collaboration to promote the transformation of Bazhong's cultural and tourism performing arts from resource display to in-depth experience. The research provides theoretical references and practical models for the integration of culture and tourism in revolutionary old areas and has practical significance for achieving the dual transformation of cultural and economic values.

Keywords: Cultural and tourism integration; Performing arts industry; Innovative development; Bazhong City; Immersive experience

第一章 序论

1.1 研究背景

在国家经济结构转型与文化消费升级的双重背景下，文旅融合已成为激活文化产业生命力、提升旅游产业附加值的核心战略。演艺产业作为文化与旅游深度融合的关键载体，其发展质量直接影响文旅消费的体验维度与价值内涵。近年来，从国家战略部署到地方细则落地，各级政策体系围绕演艺产业与文旅资源的协同发展形成了系统性支持框架，为演艺业态创新、市场主体培育及消费场景拓展提供了制度保障。

1.1.1 各级政策引导

（1）国家层面

2021年发布的《“十四五”文化和旅游发展规划》首次将演艺产业与文旅融合的深度结合纳入国家战略体系。文件明确提出“推动演艺、娱乐、工艺美术等产业与旅游深度融合，培育沉浸式、体验型文旅消费新业态”，这不仅突破了传统演艺行业的单一演出属性，更从消费场景重构的角度赋予其“文旅体验核心载体”的战略定位。

2023年发布的《关于进一步促进旅游消费的若干措施》聚焦演艺产业的地域文化表达功能，明确提出“鼓励各地打造特

色演艺项目，通过演艺形式展现地域文化特色，推动文旅消费升级”。这一政策突破了传统旅游演艺“舞台+观众”的单向输出模式，强调以地域文化符号为内核、以演艺为媒介的消费升级路径。例如，陕西西安的《长恨歌》实景演出、云南丽江的《印象·丽江》等项目通过深化文化叙事与场景体验的融合，实现了游客停留时间与消费金额的双重提升，印证了政策对市场的引导作用。

2023年颁布的《国内旅游提升计划（2023—2025年）》进一步将“拓展旅游演艺发展空间”作为促进旅游新业态发展的核心任务，提出“推动旅游演艺提质升级”的具体要求。该政策的创新点在于将演艺产业纳入旅游基础设施建设的范畴，强调通过演艺项目的品质提升带动景区吸引力与复游率的提升。例如桂林阳朔的《印象·刘三姐》通过引入全息投影技术与交互式剧情设计，将传统山水实景演出升级为“文化+科技”的沉浸式体验项目，年接待游客量较政策实施前增长，成为演艺赋能文旅的典型案列。

2025年国务院办公厅印发的《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》作为当前文旅消费领域的纲领性文件，首次明确将演艺活动定位为“提升文旅吸引力、延长消费时段、打造消费热点”的核心载体。政策特别强调支持夜

间文化和旅游消费集聚区举办“民俗演艺、灯会庙会、光影秀等活动”，从时间维度与空间维度都拓展了演艺产业的应用场景。以上海豫园为例，其通过夜间民俗演艺与光影秀的结合，将日间旅游景区转化为“文化体验+消费购物”的夜间经济综合体，2024 年夜间消费收入占比大幅度提升，充分验证了政策对消费场景重构的推动作用。

（2）省级层面

在 2019 年印发的《四川省关于大力发展文旅经济加快建设文化强省旅游强省的意见》中将演艺产业纳入“文艺精品创作展演工程”，提出“打通文艺创作、生产、展演、消费及经纪代理环节，搭建优秀作品多元传播展示平台”的全链条支持路径。该政策在于突破了传统演艺行业的生产闭环，将市场消费与经纪代理等产业环节纳入政策支持体系，形成“创作—展演—消费”的产业生态闭环。

2019 年在《四川省关于进一步激发文化和旅游消费潜力的实施意见》中提出将演艺产业作为夜间文旅消费的核心吸引力，提出“丰富夜间文化演艺活动”“优化演出审批程序”“发放文旅消费券用于演艺消费”等具体措施。

在 2021 年印发的《四川省“十四五”文化和旅游发展规划》中创新性提出“强化科技在演艺业态中的应用”“推动非遗、演

艺进景区”“探索文旅融合 IP 工程”等政策方向。

《2025 年四川省人民政府工作报告》将演艺产业发展具体化为“加大艺术创作人才培养力度，推出更多文化精品和演艺项目”，标志着四川省将人才培育与精品创作作为文旅强省建设的核心抓手。

2025 年 6 月《中共四川省委关于推进文化和旅游深度融合发展做大做强文化旅游业的决定》提出坚持文化为魂、旅游为体、科技赋能、保护优先，着力做大做强文化旅游业，深化“文旅+百业”“百业+文旅”，建设一批文艺创作基地、网络视听和影视产业园区，鼓励开展网络文学、科幻文学、数字文娱、游戏动漫等领域创作，扶持和推出一批文学、影视、舞台艺术、视觉艺术优质作品。

（3）地方层面

2024 年巴中市为促进文化体育旅游产业发展，丰富文化体育旅游供给，持续释放消费潜力，印发的《巴中市促进文化体育旅游产业发展扶持奖励措施》从市场主体培育、产业集聚、业态创新等五个维度构建政策支持体系。

2025 年由巴中市人民政府办公室正式印发的《巴中市重大文艺项目扶持和精品奖励办法》明确是提出通过专项资金支持，重点培育“体现巴中特质、代表巴中形象”的文艺作品。例如，

政策扶持的话剧《川陕苏区》获得四川省“五个一工程”奖，不仅提升了巴中红色文化的影响力，更带动了红色旅游线路的开发，相关景区游客量增长 35%。

《2025 年巴中市政府工作报告》将国家与省级政策本地化，提出“培育‘非遗四川·百城百艺’项目”“免费开放公共文化场馆”“常态开展群众性文化活动”的具体举措。巴中市依托丰富的非遗资源（如翻山饺子、皮影戏），在光雾山景区打造“非遗演艺进景区”常态化项目，将传统民俗表演与旅游体验结合，既推动了非遗传承，又提升了景区文化体验附加值。同时，公共文化场馆的免费开放为本土演艺团队提供了展演平台，2024 年巴中市文化馆举办的“百姓大舞台”系列演出吸引观众超 10 万人次，形成“政府搭台、群众参与”的文化消费生态。

1.1.2 演艺产业专项扶持政策

（1）旅游演艺发展政策规范

《关于促进旅游演艺发展的指导意见》作为我国首个针对旅游演艺的专项政策，通过构建项目规划、创作生产、运营管理的三维规范体系，为行业发展提供系统性指引。在规划层面，政策着重强调旅游演艺项目需与景区资源禀赋、地域文化特质深度契合，通过严格的项目审批与评估机制，有效遏制同质化建设倾向，引导行业从粗放式扩张向差异化、精品化方向转型。

在创作生产环节，政策大力倡导“文化 IP+科技赋能”的创新模式，鼓励将非物质文化遗产、红色文化资源等核心文化要素融入演艺创作，并配套实施专项补贴与激励措施。这种政策导向推动演艺项目突破传统表现形式，借助数字技术实现文化叙事的场景重构与体验升级，催生出一批兼具文化深度与科技魅力的标杆性作品。

运营管理层面，建立了覆盖演出质量、市场秩序、消费者权益保护的全流程监管机制。通过设立动态评估指标体系，对低俗化、低质量的演艺项目实施退出机制，倒逼市场主体提升创作水准，推动行业从单纯追求数量增长向注重质量效益转变，逐步形成良性发展生态。

（2）资金支持与基础设施建设

国家依托文化产业发展专项资金、艺术基金等政策工具，构建起“中央—省—市”三级联动的资金支持体系。中央层面聚焦战略性、创新性项目，重点扶持沉浸式演出、非遗主题演艺等新业态；地方政府则结合区域特色，通过直接补贴、贷款贴息、税收优惠等组合政策，撬动社会资本参与，形成多层次、多渠道的资金投入格局，为演艺产业发展提供坚实的经济保障。

政策积极推动演艺场馆与文旅景区的空间融合，通过“景区+剧场”的复合业态设计，将演艺项目嵌入旅游产业链核心环

节，有效延长游客停留时间、提升文旅消费附加值。同时，政策鼓励对老旧工业建筑、历史文化遗址等存量空间进行改造利用，赋予其演艺功能，既盘活了闲置资源，又为文旅消费创造了新颖场景，成为城市文化更新与旅游经济增长的双重引擎。

（3）人才培养与行业规范的政策保障体系

国家通过政策引导高校优化专业设置，推动表演艺术、舞台美术、演出策划等文旅演艺相关学科建设，构建起从本科到研究生的完整学历教育体系。与此同时，职业技能培训体系不断完善，依托行业协会、职业院校及龙头企业，开展面向演出经纪人、舞台技术人员等细分领域的专项培训，并建立职业资格认证制度，实现人才培养与行业需求的精准对接。大力支持高校与文旅企业共建产教融合平台，通过设立产业学院、实践基地等模式，推动课程设置、教学内容与行业实践深度融合。这种“产学研用”一体化培养机制，既为学生提供了参与真实项目的实践机会，又帮助企业储备了专业人才，形成人才供给与市场需求的良性循环，有效缓解行业人才结构性短缺问题。

国家通过《营业性演出管理条例》等法律法规，构建起涵盖演出内容审核、票务管理、安全保障等环节的全流程监管框架。针对虚假宣传、哄抬票价、违规演出等市场乱象，定期开展专项整治行动，严厉打击违法违规行为，切实维护消费者合

法权益，营造公平有序的市场环境。建立了以“文化价值—经济效益—社会影响”为核心的三维评估体系，对旅游演艺项目实施动态化、常态化考核。通过定期评估，及时发现并纠正过度商业化、文化内涵缺失等问题，引导项目开发者强化文化叙事能力，提升艺术品质，推动文旅演艺项目从单纯的视觉娱乐向兼具文化传播、社会教育功能的复合型业态转型。

1.1.3 市场需求的变化与升级

（1）市场需求增大

从2023年至2024年的全国演艺行业宏观数据观察，我国文化演艺产业正经历由规模扩张向质量提升的关键转型期。经济规模的稳健增长背后，反映出产业结构正在发生深刻变革，一方面是传统票房收入保持高速增长，显著高于经济规模整体增速，表明核心演艺产品的市场价值持续释放；另一方面，文旅综合消费的涌现揭示了“演艺+”跨界融合模式已成为行业新增长点。值得注意的是，行业呈现明显的结构化发展特征。例如大型演出活动向集约化转型，音乐剧等细分市场快速崛起，演艺企业新增数量保持活跃。特别需要关注的是，跨城观演率持续维持高位，这不仅体现了优质演艺资源的区域集聚效应，更预示着演艺经济正在重塑城市消费空间格局。这些结构性变化表明，我国演艺产业已进入高质量发展新阶段，正从单一演

出消费向复合型文化体验经济转变。（具体数据见表 1）

表 1 2023—2024 年全国演艺产业数据表

指标	2023 年	2024 年
总体经济规模(亿元)	739.94	796.29
票房收入(亿元)	502.32(全年)	579.54
营业性演出场次(万场)	44.06	48.84
观众人次(亿)	1.71(全年)	1.76
大型演唱会/音乐节场次	0.56（全年）	0.27(5000 人以上)
音乐剧票房(亿元)	—	13.96(1-10 月)
演艺相关企业数量(万家)	14.26(新增)	—
跨城观演率(大型演出)	6096+	6096+
带动综合消费(亿元)	—	2000+(文旅相关)

数据来源：中国演出行业协会、文化和旅游部

四川省演艺市场呈现出极具区域特色的爆发式增长轨迹。观众人次的惊人增长与票房收入的提升形成鲜明对比，反映了市场扩张是通过扩大观众基数而非单纯提高票价实现规模效益。跨城观演率突破 60%的临界值，标志着四川已成功构建区域性演艺消费中心，其辐射范围已超越本省行政区划。

从产业生态角度看，四川省的发展模式具有三个显著特征。一是演出场次的增幅与观众人次增长的非对称性，反映单场演

出效能的大幅提升；二是综合消费的产出效益验证了"演艺+文旅"协同发展的成功实践；三是从人次的量级跨越，说明四川已形成独特的"流量转化"机制，将旅游资源优势有效转化为文化消费动能。这种以规模效应为基础、以区域协同为特色、以流量转化为路径的发展模式，为其他地区演艺产业发展提供了重要参考。（具体数据见表2）

表2 2023—2024年四川省演艺产业数据表

指标	2023 年	2024 年
营业性演出场次 (场)	27,156	32,000
观众人次(万人次)	250	1,250
票房收入(亿元)	17	29
跨城观演率(%)	50%以上	60%以上
拉动综合消费(亿元)	—	130

数据来源：四川省人民政府、四川省文化和旅游厅

(2) 文旅消费品质化需求增长

随着居民收入水平提高和消费观念转变，游客对文旅产品的品质和体验感要求不断提升。传统的观光旅游已难以满足市场需求，游客更渴望深度体验目的地文化内涵。演艺作为文化

的动态呈现形式，通过精彩的剧情、精湛的表演和独特的艺术风格，能够生动展现地方文化特色，为游客带来沉浸式文化体验，成为满足游客高品质文旅消费需求的重要载体。

（3）夜间经济与沉浸式体验需求凸显

夜间文旅消费已成为文旅产业新增长点，而演艺项目凭借其独特的吸引力，成为夜间经济的核心驱动力。如《印象·刘三姐》《只有河南·戏剧幻城》等夜间演艺项目，通过灯光、音效、舞台设计与剧情的完美融合，打造出震撼的视听盛宴，有效延长游客停留时间，拉动夜间消费。同时，随着科技发展，游客对沉浸式体验需求日益强烈，沉浸式演艺项目通过虚拟现实、增强现实等技术，让游客深度参与剧情，增强体验感与互动性，契合当下市场需求，推动演艺与文旅的深度融合。

（4）文旅产业自身发展的需求与优势

在激烈的市场竞争下，文旅产业亟需创新发展模式，丰富产品业态。演艺产业具有强大的创意转化能力和文化表现力，能够为文旅产业注入新活力。通过将文化故事、历史传说、民俗风情等转化为精彩的演艺节目，可丰富文旅产品内容，提升景区吸引力与竞争力，实现文旅产业从单一观光向多元体验的转型升级。

演艺是文化传播的生动媒介，能够以直观、感性的方式展

现地方文化精髓，让游客在欣赏表演的过程中深入了解当地文化。同时，优质的演艺项目具有强大的品牌效应，如“印象系列”“千古情系列”等演艺品牌，已成为文旅目的地的重要标识，提升了景区知名度与美誉度，吸引更多游客前来，形成品牌带动效应，促进文旅产业可持续发展。

1.1.4 演艺与文旅融合发展的必然趋势

（1）产业融合的内在逻辑

从产业经济学的视角来看，演艺与文化旅游产业的融合具有显著的内在必然性。这种融合并非简单的产业叠加，而是基于资源禀赋互补性、市场需求协同性以及价值创造倍增效应的深度整合过程。从资源整合维度分析，演艺产业的核心资源包括艺术创作能力、表演人才储备及文化 IP 开发经验；而文化旅游产业则拥有地理空间资源、基础设施配套及客源市场渠道。二者的资源整合能够产生更大的效应，演艺项目通过植入自然景观与人文遗迹，构建沉浸式演出场景；文旅景区则依托演艺内容提升文化附加值，形成差异化的竞争优势。

在市场需求层面，现代消费者的文化旅游需求已从单一观光向深度体验转变。根据消费行为理论，游客对文化参与感和互动性的要求显著提升，这促使文旅产品必须向“可体验、可记忆、可传播”的方向转型。演艺产业凭借其叙事性、情感共

鸣和艺术感染力，恰好能够满足游客对文化深度体验的需求。特别是在后疫情时代，游客更加注重旅游过程中的情感价值和文化认同，这种需求变化进一步强化了二者融合的市场基础。

从产业链延伸的角度考察，演艺与文旅的融合创造了全新的价值增长点。传统演艺产业的盈利模式主要依赖门票收入，而文旅融合模式通过“演出+旅游+文创”的复合业态，拓展了衍生品销售、餐饮住宿、研学教育等多元化收入来源。这种价值链重构不仅提升了产业附加值，还增强了抗风险能力。实景演出项目可带动周边民宿、特色餐饮等配套产业发展，形成产业集群效应；文旅景区则可通过常态化演出活动延长游客停留时间，提高综合消费水平。

（2）融合发展的广阔前景

当前文化旅游消费市场正经历着结构性变革，这为演艺与文旅的深度融合提供了广阔的发展空间。从宏观环境来看，文化消费升级呈现出三个显著特征：一是消费频次增加，文化旅游已成为居民常态化生活方式；二是消费结构优化，体验型、参与型消费占比持续提升；三是消费能级提升，游客对高品质文化产品的支付意愿显著增强。这些变化直接推动了旅游演艺市场的扩容提质，促使行业向精品化、特色化方向发展。

技术创新正在重塑演艺与文旅融合的产品形态。数字技术

的应用不仅拓展了演出场景的边界，还创造了全新的体验维度。虚拟现实(VR)、增强现实(AR)技术使历史场景得以真实再现；全息投影技术打破了传统舞台的空间限制；人工智能技术则实现了表演内容的个性化定制。技术革新不仅提升了演出效果，还催生了诸如“数字文旅剧场”“元宇宙演艺空间”等新型业态。技术创新并非简单的技术叠加，而是通过深度整合改变产业形态，推动形成“科技+文化+旅游”的创新生态系统。

市场细分化趋势为融合产品开发提供了精准导向。不同年龄、教育背景、收入水平的游客群体表现出差异化的文化消费偏好。年轻群体更青睐互动性强、社交属性突出的沉浸式演出；中老年群体则偏好具有历史底蕴的传统戏曲表演；亲子家庭市场对教育娱乐相结合的研学演艺产品需求旺盛。这种市场分化要求融合产品必须走差异化发展道路，通过精准定位实现市场突破。实践中已涌现出多种成功模式，如针对年轻群体的街头艺术表演、面向家庭游客的互动童话剧、服务高端市场的定制化文化之旅等。

从产业发展的战略高度看，演艺与文旅融合正在成为区域文化软实力提升的重要抓手。成功的融合项目不仅能够带来直接经济效益，更能通过文化传播增强地区影响力。这种“文化+旅游”的发展模式有助于实现三个层次的价值：在微观层面提

升企业竞争力，在中观层面优化产业结构，在宏观层面促进文化传承与创新。特别是在乡村振兴战略背景下，文旅融合为乡村文化资源开发提供了新路径，通过挖掘乡土文化特色，打造具有地域标识性的演艺品牌，能够有效带动农村经济发展和文化振兴。

未来发展趋势表明，演艺与文旅的融合将呈现三大方向。一是内容创新持续深化，通过跨艺术门类融合创作新型演艺产品；二是技术应用不断拓展，数字技术将更深度地参与创作、传播和消费全流程；三是产业协同更加紧密，形成跨行业、跨区域的融合发展新格局。这种趋势不仅将推动文化产业和旅游产业的高质量发展，还将为满足人民群众日益增长的美好生活需要提供创新解决方案。

1.2.研究意义

演艺产业作为文化与旅游深度融合的关键载体，是推动文旅产业高质量发展的核心动能。通过创新演艺形式、深挖文化内涵、优化文旅体验，演艺产业能够实现文旅资源整合、文化价值传播、消费场景拓展等多维度赋能，为文旅产业注入新活力。

1.2.1 推动文旅经济增长

(1) 激活文旅消费市场

演艺产业作为体验经济的重要载体，其独特的文化叙事能力和场景营造功能使其成为现代文旅消费的核心驱动力。从消费行为学视角来看，沉浸式实景演出通过空间叙事重构和文化符号植入，创造了区别于传统观光的深度体验模式。这种体验经济模式具有显著的消费溢出效应：一方面，演出本身构成核心消费吸引物；另一方面，其形成的文化场景能够有效延长游客停留时间，刺激餐饮、住宿、交通等关联消费。例如，主题文化演艺秀通过构建特定的文化情境，往往促使游客产生“演出前餐饮消费—演出中文创购买—演出后纪念品消费”的完整消费链条。

从产业经济学角度分析，演艺产业形成的消费生态圈体现了产业链上下游的协同效应。以演艺活动为中心形成的产业集群，不仅包含直接的演出服务供给，还辐射至文化创意设计、数字技术支持、场地运营管理等多个领域。这种多业态融合的消费生态，既提升了文旅消费的附加值，又增强了区域文旅经济的抗风险能力。典型案例表明，成功的演艺项目能够使周边商业设施的坪效提升 30%-50%，充分证明其消费激活能力。

(2) 创造多元就业岗位

演艺产业的就业带动效应呈现显著的梯度分布特征。在直接就业层面，舞台表演、灯光音响控制、演出编排等专业技术岗位需要复合型人才，其技能要求推动了职业教育与产业需求的对接。间接就业方面，演出衍生出的票务代理、文创销售、游客导览等服务岗位具有门槛低、包容性强的特点，为不同教育背景的劳动者提供了就业机会。

从社会经济学视角看，演艺产业的就业创造具有"就业乘数"效应。据相关研究，文化产业每创造1个直接就业岗位，可带动相关产业2-3个间接就业机会。这种就业带动不仅体现在数量增长上，更表现为就业质量的提升：演艺产业特有的创意属性和文化价值，使从业者获得更强的职业认同感和技能提升空间。特别是在乡村振兴背景下，演艺产业为农村转移劳动力提供了“离土不离乡”的就业选择，对促进社会稳定具有积极意义。

（3）推动文旅产业升级的技术赋能路径

数字技术革命正在重塑演艺产业的形态边界。虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术在演出中的应用，实现了从“观看表演”到“参与叙事”的体验升级。技术赋能不仅提升了演出效果的真实感和互动性，更创造了“线下演出+线上直播”的混合消费模式，拓展了文旅消费的时空维度。

产业融合理论表明，演艺产业与旅游业的深度整合催生了“演艺+”的多元业态创新。在空间维度上，通过景区实景演出将文化叙事植入自然景观；在产品维度上，开发“白天观景+夜间看剧”的组合产品；在运营维度上，采用“演出 IP 授权+旅游衍生开发”的商业模式。融合创新有效解决了传统文旅产品同质化严重的问题，通过差异化竞争提升了产业附加值。

1.2.2 促进文旅融合深化

（1）强化文化价值传播

文化价值传播是文旅融合的核心目标之一。演艺产业通过艺术化叙事与情感共鸣，打破传统文化展示的时空限制，使抽象的文化符号具象化、可视化。例如，舞蹈诗剧《只此青绿》以宋代美学为基调，通过肢体语言与舞台设计解构《千里江山图》的意境，将绘画艺术转化为可感知的审美体验。此类演艺项目不仅拓展了文化表达的维度，更通过巡演、媒体传播等途径形成跨地域影响力，实现文化价值的“破圈”传播。

演艺产业能够整合地方非遗、民俗等资源，构建文化叙事体系。如云南《印象·丽江》以雪山实景为舞台，融合纳西族东巴文化、茶马古道历史等元素，通过场景化演绎增强游客的文化认同感。这种“以文塑旅”的模式，有效解决了传统旅游中文化体验浅表化的问题，推动文化从“被动展示”转向“主

动传播”。

（2）增强文旅品牌辨识度

在文旅市场竞争日趋激烈的背景下，差异化品牌定位成为目的地发展的关键。演艺产业通过主题化、IP 化的内容创作，能够提炼地域文化精髓，形成独特的品牌符号。西安大唐不夜城即是通过“唐文化演艺集群”构建品牌差异化优势的典型案例。其以盛唐气象为内核，开发《贞观之治》《不倒翁小姐姐》等系列演艺项目，通过服饰、音乐、舞蹈等元素的系统化设计，塑造出“一步一景，一景一戏”的沉浸式文化空间。这种整体性文化包装，使“大唐 IP”成为西安文旅的核心竞争力，显著提升目的地的市场辨识度。

成功的文旅演艺品牌往往兼具艺术性与商业性。例如上海《ERA 时空之旅》将杂技与海派文化结合，通过长期驻演形成稳定的品牌效应。此类项目通过高频次、标准化演出积累口碑，逐步转化为目的地的“文化地标”，进而带动周边餐饮、住宿等产业链发展。

（3）推动文化传承创新

传统文化的活态传承需要与现代审美需求相契合。演艺产业通过技术赋能与形式创新，为传统艺术注入当代生命力。在内容层面，许多剧目采用“传统故事现代表达”的策略，如新

编京剧《赤壁》引入多媒体投影与立体舞台，以科技手段强化战争场面的视觉冲击力，吸引年轻观众关注戏曲艺术。这种“老戏新演”的模式，既保留了戏曲的程式化精髓，又通过技术升级降低了观赏门槛。

在表现形式上，沉浸式演艺的兴起进一步打破了观演边界。例如《又见平遥》采用行走式观演设计，观众在移步换景中参与剧情，亲身体验晋商文化的精神内核。此类创新不仅拓展了文化传承的路径，更通过互动性设计增强游客的情感黏性，形成“旅游消费—文化认同—主动传播”的良性循环。

1.2.3 提升文旅体验品质

（1）丰富文旅体验形式

通过实景演出、行进式表演等形式，游客不再是被动的旁观者，而是成为演出空间的有机组成部分。如某些景区打造的“穿越式”演出，让游客在移步换景中自然融入剧情发展，这种空间叙事方式极大增强了体验的真实感。现代演艺项目普遍设计了多层次互动机制，从简单的角色对话、任务参与到完整的剧情分支选择，游客可以根据兴趣选择不同参与深度。某主题景区开发的沉浸式戏剧项目，允许游客通过选择不同角色服装，触发差异化的故事线，这种游戏化设计显著提升了体验趣味性。演艺活动成为活化传统文化的创新载体，通过将非遗技艺、民

俗节庆等元素转化为可体验的演艺内容，游客不仅能观看文化展示，更能通过角色扮演、技艺学习等方式获得深度文化认知。这种“可触摸”的文化体验，远比静态展示更具记忆点和传播力。

（2）优化文旅服务质量

演艺项目要求场地建设兼顾功能性与艺术性，专业的声光电系统、合理的观演动线设计、无障碍设施配置等，不仅满足演艺需求，也整体提升了景区设施标准。某山水实景演出项目通过改造观演区域，同步解决了景区夜间照明、休憩设施等长期存在的配套短板。

演艺活动推动服务链条的精细化重构，从线上票务预约、电子节目单推送，到现场引导服务、多语种解说支持，形成贯穿游前、游中、游后的完整服务体系。特别是采用动态人流监测技术，能根据实时客流调整演出场次和服务资源配置，显著提升服务响应效率。演艺项目培育复合型服务团队，除专业演职人员外，需要培养既懂旅游服务又具备艺术素养的导览员、既能维持秩序又善于互动的现场管理人员。这类人才的培养带动了整个服务团队专业水平的提升，为游客提供更有温度的服务体验。

（3）塑造文旅情感共鸣

演艺作品通过艺术化叙事重构游客的目的地认知，将历史传说、地方文脉转化为富有感染力的舞台语言，帮助游客建立对目的地文化特质的形象化理解。某古城景区通过歌舞剧形式演绎当地历史事件，使游客在情感共鸣中自然接受文化信息，这种认知方式远比文字解说更具穿透力。

精心设计的演艺内容能触发游客的深层情感共振，当演出内容与游客的生命经验产生呼应时，会产生强烈的情感认同。某红色旅游区的情景剧通过普通人的抗战故事，让不同年龄段的游客都能找到情感连接点，这种共鸣体验往往成为游客最深刻的旅行记忆。演艺活动创造了游客与目的地之间的情感纽带，共同的观演体验促进游客间的社交互动，而由演出引发的文化认同则建立起游客与目的地之间的精神联系。这种双重连接有效提升了重游意愿和口碑传播。

1.3 研究目的

1.3.1 现状诊断与问题剖析

本研究通过对巴中市演艺产业与文旅融合发展的系统性诊断，从产业结构、产品供给、消费市场三个维度展开分析，精准识别出文化资源转化效能不足（非遗活化困境、红色文化叙事单薄）、产品开发同质化严重（主题公园演艺复制化、实景演出创新乏力）、产业链条结构性断裂（环节断层、科技赋能滞后）

及市场主体培育与政策支持不足（民营机构活力受限、政策协同性待提升）等核心问题，为后续提出针对性提升策略奠定基础。

1.3.2 经验借鉴与模式提炼

选取重庆、山西等具有地域可比性的成功案例，重点研究沉浸式演艺等前沿形态；分析政府引导、企业主体、市场运作的多元协作模式。通过案例比较，提炼出可借鉴的发展模式，一是文化 IP 的深度开发模式，包括非物质文化遗产的现代表达技艺、历史传说的情境再现手法；二是业态融合的创新路径，如“演艺+科技”“演艺+研学”等复合型产品设计；三是运营管理的先进经验，涵盖市场化运作机制、票务营销体系及衍生品开发策略。

1.3.3 路径构建与策略设计

基于巴中市“红色文化”“巴人文化”“生态文化”等资源，本研究将创新构建文化价值转化体系。重点研究地域文化符号的提取与现代表达体系构建，包括红色基因的时代诠释、巴人精神的创意转化。设计“主题演艺集群-特色文化体验-衍生消费产品”的产品开发路径；探索文旅融合对城市更新、乡村振兴的带动机制。针对不同发展阶段，提出差异化实施策略。强

调科技创新驱动，提出数字技术在文化展示、游客互动、运营管理等方面的融合应用方案，形成传统与现代交融的发展路径。

1.3.4 价值转化与品牌塑造

本研究将深入探索巴中特色文化资源的市场化转化机制，研究如何通过空间叙事手法，将米仓古道、川陕苏区等文化元素转化为可体验的沉浸式场景，重点解决文化符号的具象呈现问题；设计产品组合，开发包含主题演艺、文化工坊、夜间旅游等在内的体验产品包；建立“巴中演艺”品牌识别系统，包括视觉符号体系、质量标准和传播策略。在 IP 打造方面，提出城市文化 IP 开发思路，通过故事线串联形成 IP 集群效应。研究品牌增值机制，包括文化内涵增值、服务质量提升和粉丝社群运营等多元路径。

1.3.5 产业联动与效益提升

本研究将创新提出“演艺产业生态圈”发展理念，系统研究演艺核心层、配套层和衍生层的产业联动机制。在横向融合方面，重点分析“演艺+农业”“演艺+康养”等跨界融合模式，探索文旅演艺带动特色农产品销售、健康养生服务的具体路径；在纵向延伸方面，构建“创意研发-制作生产-营销推广-衍生开发”的全产业链条。通过投入产出分析，量化评估演艺产业

对相关行业的带动系数，建立综合效益评价指标体系。在实施层面，提出“政府引导、企业联动、社区参与”的三方协同机制，设计包括利益分配、风险共担等在内的合作制度。最终形成社会效益与经济效益的良性互动模型，包括文化传承度、就业带动率、经济增长贡献度等多元目标的平衡发展方案。

1.4 文献综述

近年来，随着文旅融合的深入推进，旅游演艺作为文化产业与旅游产业深度融合的重要载体，逐渐成为学术界和业界关注的焦点。多位学者从不同角度对旅游演艺的发展现状、特点、价值及创新路径进行了深入研究。

在旅游演艺的概念界定方面，李幼常（2007）较早提出旅游演艺是在旅游景区或旅游地其他场所进行的、以游客为主要观众主体的表演活动。徐世丕（2008）进一步从演出内容角度将其划分为实景山水类、民族风情类和文化遗产类三种类型。高锦水（2016）则根据演出场所和表演主体进行了更为细致的分类归纳。

关于旅游演艺的特点与价值，张永安（2003）和杨卫武等（2013）指出旅游演艺具有文化性、娱乐性和艺术性相统一的特点。郑晓云（2018）从文化认同理论出发，强调旅游演艺在传承地方文化、增强文化认同方面的重要作用。赵黎明（2011）

和杨颖（2008）则从产业融合角度分析了旅游演艺的经济价值和社会价值。

针对旅游演艺的创新发展趋势，多位学者提出了前瞻性观点。钟晟、代晴（2021）从主客体关系角度阐述了沉浸式体验在旅游演艺中的重要性。邹驾云（2020）认为技术创新与旅游消费需求的融合是未来发展方向。张灿、张婷（2022）则强调文旅产业深度融合对旅游演艺升级的推动作用。

随着研究的深入，学者们开始关注旅游演艺的可持续发展问题。李广宏等（2016）通过对比《印象刘三姐》和《印象丽江》，强调了地域文化深入挖掘的重要性。郭晓希、田洁（2014）则指出要避免盲目复制成功案例，应因地制宜开发特色演艺产品。

1.5 研究方法思路

1.5.1 研究方法

（1）文献研究法

通过系统搜集、整理和分析国内外关于文旅融合、演艺产业发展、巴中市文旅政策等方面的学术文献、政策文件及行业报告，构建本研究的理论基础，把握相关领域的研究动态与发展趋势。

（2）实地调研法

采用深度访谈、参与式观察等方式，对巴中市主要演艺项目（如《望红台》《梦境光雾山》等）及关联文旅场景进行实地考察，收集一手资料，深入了解演艺产业与文旅融合的实践现状、运营模式及存在问题。

（3）案例分析法

选取国内演艺产业与文旅融合发展的典型成功案例（如《重庆·1949》《又见平遥》），通过横向比较分析，提炼可借鉴的发展模式、创新策略及运营经验。

（4）跨学科研究法

综合运用艺术学、旅游管理学、经济学等多学科理论视角，从文化价值、游客体验、产业经济等多维度分析演艺产业创新发展的内在机理与外部条件。

1.5.2 研究思路

（1）基础研究阶段

通过文献梳理与政策分析，建立文旅融合与演艺产业发展的理论分析框架，明确研究的关键问题与核心概念。

（2）现状诊断阶段

运用实地调研与数据分析方法，全面把握巴中市演艺产业的发展现状、资源条件、市场需求及存在问题，形成客观准确的现状评估。

（3）比较研究阶段

通过对标国内先进案例，分析其成功要素与可借鉴经验，结合巴中实际，筛选适配性强的融合发展模式。

（4）路径构建阶段

基于前述研究，提出巴中市演艺产业创新发展的总体思路、实施路径及具体策略，构建“文化挖掘-产品创新-产业联动-品牌塑造”的完整发展链条。

（5）成果转化阶段

将研究成果转化为可操作的实施建议，包括 IP 打造策略、消费场景设计、产业链延伸方案等，并通过政策建议、项目规划等形式推动成果应用。

第二章 相关概念及理论

2.1 相关概念

2.1.1 文旅融合

文旅融合是指文化和旅游产业相互渗透、协同发展，形成包含地域文化、历史文化、非物质文化等要素的特色旅游产品与服务。核心是通过“以文塑旅、以旅彰文”实现文化价值与经济价值的双向转化。具体表现为：文化资源（如历史、民俗、艺术）成为旅游吸引物的核心内容，旅游场景（如景区、城市空间）成为文化传播的重要载体，最终形成“文化为内核、旅游为媒介”的产业生态。

2.1.2 演艺产业

演艺产业是以演艺产品的创作、生产、表演、销售、消费及经纪代理、艺术表演场所等配套服务机构共同构成的产业体系。其本质是“文化内容+现场体验”的服务型产业，具有强文化属性、高附加值与强辐射效应。

2.1.3. 文旅演艺（旅游演艺）

文旅演艺是文旅融合的核心载体，指以旅游景区、文化街区、城市公共空间等为场景，以本地文化资源为内容，面向游客与本地居民的表演艺术形式。其区别于传统剧场演艺的关键

在于：场景的在地性（依托旅游目的地空间）、内容的文化性（聚焦本土文化符号）、体验的互动性（强调游客参与而非单向观演）。

2.2 相关理论基础

2.2.1 产业融合理论

产业融合理论认为，技术创新、政策驱动与市场需求会推动不同产业边界模糊，形成新的产业形态。文旅融合本质是文化产业与旅游产业的横向融合：一方面，文化产业通过旅游场景拓展消费市场（如红色文化通过演艺进入景区）；另一方面，旅游产业通过文化内容提升产品附加值（如演艺赋予景区文化叙事）。

2.2.2 体验经济理论

体验经济理论（派恩与吉尔摩提出）指出，经济价值的核心已从“产品”“服务”转向“体验”，消费者更愿为“独特、难忘、参与式”的体验付费。文旅演艺的本质是“文化体验的生产与销售”：通过场景营造（如光雾山行浸式剧场的红叶光影）、互动设计（如红色剧本杀的任务参与）、情感共鸣（如《小军号》儿童剧的红色记忆唤醒），为游客创造“沉浸式、故事化、个性化”的体验。

2.2.3 文化资本理论

布迪厄的文化资本理论认为，文化资源（如历史、艺术、民俗）可通过“具体化”（个体技能）、“客观化”（文化产品）、“制度化”（政策认可）转化为经济资本。巴中的红色文化、巴文化等资源本质是“潜在文化资本”，需通过演艺等形式“客观化”为具体产品（如《红漫巴山》剧目）、“制度化”为政策支持（如文旅融合专项基金），最终实现从“文化资源”到“经济价值”的转化。

2.2.4 区域协同发展理论

区域协同发展理论强调，相邻地区通过资源共享、优势互补可提升整体竞争力。巴中的文旅演艺发展需依托“米仓古道文化演艺联盟”“成渝双城经济圈”等区域协同机制：通过与广元、汉中共享米仓古道文化资源（如联合开发《米仓商队》剧目），与成都、重庆共享演艺技术与市场（如引入川剧团队提升剧目水准），突破地域限制，扩大演艺IP的辐射半径。这一实践符合区域协同发展理论中“资源流动—优势互补—共同增值”的核心逻辑。

2.2.5 小结

相关概念的清晰界定为研究提供了逻辑起点，而理论基础

则为巴中文旅演艺的创新路径提供了学理支撑。通过产业融合理论解释“为何融合”，体验经济理论指导“如何设计体验”，文化资本理论说明“如何转化价值”，区域协同理论解决“如何扩大辐射”，可为巴中文旅演艺的可持续发展提供系统性的理论框架。

第三章 文旅融合视域下巴中演艺产业发展解析

3.1 文旅融合视域下巴中演艺产业发展现状

3.1.1 巴中市文旅演艺产业发展概况

巴中市文旅演艺产业近年来依托红色文化、巴文化和生态资源三重优势，在演艺项目上，通过科技赋能与业态创新实现差异化发展。核心项目如全国首部巴文化科幻舞台剧《幻享·米仓道》融合裸眼 3D 与智能声光电技术，填补秦岭南麓巴文化演艺空白；还推出《恩阳船说》《银耳传奇》等沉浸式情景剧，其中《梦境·光雾山》入选全国首批“沉浸式文旅新业态示范案例”，《银耳传奇》获评 2023 中国西部夜游新场景。在演艺主体培育上，以全国深化文艺院团改革为契机，建设了巴州区川剧艺术保护传承中心、恩阳区非物质文化遗产保护中心（区川剧艺术团）等多个文艺院团，并于 2023 年挂牌成立巴中市红色文化传承研究中心，进一步推动文旅演艺产业发展。

巴中市演艺项目汇总表

序号	项目名称	所在地	首演时间	类型
1	《梦境·光雾山》	巴中市光雾山	2019 年	室外沉浸实景

2	《巴山夜雨》	巴中市南江县 光雾山文艺中心	2019 年	室内剧场
3	《恩阳船说》	巴中市恩阳古镇	2021 年	室外沉浸实景
4	《银耳传奇》	巴中通江县高明湖湿地公园	2023 年	《银耳传奇》
5	《光雾森林奇遇记》	巴州剧院	2024 年	室内剧场
6	《新·梦境光雾山》	巴中市光雾山	2025 年	室外沉浸实景
7	《幻享·米仓道》	南江县断渠公园演艺中心	2025 年	室内剧场
8	《晏阳初》	巴州剧院	2025 年	室内剧场

3.1.2 巴中市文旅演艺产业发展成效

（1）文旅资源富集，演艺主体众多

巴中市坐拥 1 个国家 5A 级旅游景区（光雾山）、21 个国家

4A 级旅游景区，以及世界地质公园、亚洲最长天然红地毯等自然景观，文旅资源富集。同时，巴中是巴文化重要发源地、原川陕苏区首府和南方石窟分布区，巴文化、红色文化、石窟文化交相辉映，为文旅演艺提供了深厚的文化底蕴。在演艺主体方面，巴中市已成立恩阳区演艺中心等专业机构，承担重大文旅活动演出、惠民展演等职能，并通过“演艺+”模式拓展文艺创作、演出策划、艺术推广等多元化业务。此外，巴中市还培育了市艺术剧院、南江县光雾山文化艺术中心等文艺院团，形成覆盖全市的演艺体系。

（2）客源基础良好，演艺发展初具规模

巴中市通过举办光雾山国际红叶节、巴人文化艺术节、中华龙舟大赛等重大节会赛事活动，吸引大量游客参与。2024 年全年接待游客 6565.25 万人次，实现旅游总收入 577.21 亿元，文旅市场活力显著。文旅演艺项目方面，巴中市已推出《恩阳“船说”》《新·梦境光雾山》等沉浸式情景剧，并通过引进香港明星足球队、升级《幻享·米仓道》等演出，丰富产品供给。此外，巴中市还通过“安逸四川·南江之夏”等主题活动，联合景区、酒店推出优惠套餐，进一步激活客源市场。



《幻享·米仓道》演出实景图

（3）资源亮点鲜明，消费升级催生演艺新模式

巴中市的文旅资源亮点突出，依托巴中作为川陕革命根据地核心区的历史底蕴，系统挖掘红色文化资源，推出儿童剧《小军号》、川剧《红漫巴山》等精品剧目。以“小切口、大主题”形式，将革命故事转化为沉浸式舞台艺术，既填补了本地红色演艺市场空白，又以“可触可感”的文化体验吸引大量游客，实现社会效益与经济效益双赢。针对光雾山、诺水河等自然景区的生态优势，突破传统观光模式，通过“科技+艺术”赋能打造新型演艺产品。例如，《梦境·光雾山》以山水为舞台，运用全息投影、水幕电影等技术构建沉浸式夜游场景；恩阳古镇《恩阳船说》则以古镇水系为载体，融合川北民俗与光影艺术，将静态景观转化为动态叙事，显著延长游客停留时间并带动二次消费。不仅对资源禀赋进行转化利用，更对市场需求进行精准

回应，通过高科技手段（如 VR 互动、AR 导览）和沉浸式场景设计，将传统演艺升级为“可参与、可交互”的体验经济，推动巴中文旅从“观光打卡”向“深度沉浸”转型，形成“资源优势-产品创新-市场认可”的良性循环。



《梦境·光雾山》演出实景图

（4）聚焦数字变革，数字文旅引领演艺新方向

数字经济时代的红利赋能巴中文旅产业高质量发展。国家“十四五”规划明确提出“加快数字化发展”，推动文旅产业数字化转型。在数字化变革时代，文旅产业的数字化升级也在加快推进，依托大数据、云计算、人工智能、虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、区块链等前沿科技手段，对文化旅游资源进行深度开发、整合、传播与服务创新，推动文旅产业价值链供应链重构，加大提升了文旅产业链的韧性与抗压能力，满足了

人民群众日益增长的文化和旅游需求，对于繁荣巴中文旅产业、提升文化软实力具有深远影响。当前，巴中文旅演艺产业的创新正借助数字化技术迎来突破性的进展。随着数字文旅战略的稳步推进，交互体验、智能演艺和数字艺术在旅游演艺领域中崭露头角，它们不仅能拓展旅游产品的内涵和外延，而且能极大地提升游客的参与度、体验感和沉浸感。在数字化演艺方面，巴中市打造科普大视界等数字光影场馆矩阵，推出 VR、AR 等高科技光影技术融合的沉浸式夜游体验项目，如《梦境光雾山》《思阳船说》。

3.1.3 巴中市文旅演艺产业发展存在的问题

（1）文旅演艺创新不足，本土文化融合待深化

当前巴中市文旅演艺项目形式较为单一，多以传统歌舞、表演，缺乏新颖独特的表现形式与内容构思。在内容创作上，对巴中市丰富的本土文化挖掘不够深入，仅仅停留在简单展示巴中巴人文化、红军文化等特色文化的外在符号，未深入探究其背后的历史渊源、精神内涵与文化价值，难以引起观众情感共鸣。例如，部分演出只是将巴人祭祀仪式等文化元素进行机械拼凑，缺乏艺术加工与创新呈现，导致观众对演出印象不深刻，难以形成品牌效应与市场竞争力。

（2）文旅演艺产业体系基础薄弱，行业标准规范缺失

巴中市文旅演艺产业尚未形成完善的产业体系，从项目策划、投资建设、运营管理到市场营销等环节缺乏有效衔接与协同发展。在行业标准与规范方面，目前尚无针对文旅演艺产业的统一标准，在演出质量评估、安全管理、演员资质认定等方面缺乏明确规定，行业标准缺失，导致产品质量参差不齐，不仅影响游客体验，也制约了整个行业的健康发展。

（3）产品定位偏差，市场要素配置不足

巴中市部分文旅演艺产品在定位时未能充分考虑市场需求与目标客户群体，缺乏精准的市场调研与分析，目标客群定位模糊。现有演艺项目多面向大众游客，缺乏针对细分市场（如亲子、研学、高端定制）的差异化产品设计。例如，《恩阳·船说》以本地文化为主，但未针对外地游客需求开发多语言版本或文化导览服务。市场推广乏力，营销手段传统，依赖节庆活动（如光雾山红叶节）短期引流，缺乏常态化品牌运营。本地市民参与度低，未形成“口碑传播”效应，导致客源过度依赖外地团队。同时，文旅演艺产业市场要素缺乏，如资金投入不足，难以打造高质量的演艺项目；宣传推广力度不够，缺乏有效的营销渠道与策略，导致许多优质演艺项目“养在深闺人未识”，市场知名度与影响力较低。此外，票务销售、场地租赁等配套服务不完善，进一步加剧了演艺产品的生存困境。

（4）人才短缺，团队体系化建设滞后

巴中市旅游演艺行业人才储备严重不足，尤其是具有创新思维的创编人才、熟悉市场运作的运营人才以及具备专业管理能力的管理人才极为匮乏。现有的创编团队缺乏对前沿演艺技术与理念的了解，难以创作出具有创新性与吸引力的作品；运营团队市场意识淡薄，不擅长运用新媒体、大数据等手段进行精准营销与市场推广；管理团队缺乏现代化管理经验，无法有效整合产业资源，提高运营效率。而且，目前尚未形成完善的人才培养、引进与激励机制，难以吸引和留住优秀人才，制约了文旅演艺产业的长远发展。

3.2 文旅融合视域下巴中演艺产业发展趋势

在文旅融合的大背景下，巴中演艺产业正沿技术沉浸化、IP产业化、消费深度化、区域协同化方向发展，从追求“流量经济”转向培育“质量经济”。未来，巴中演艺产业需要持续推进本土文化叙事创新，着力解决专业人才短缺等问题，充分发挥“演艺+文旅”的消费带动作用，推动产业高质量发展，构建具有巴中特色的文旅消费新生态。

3.2.1 技术推动沉浸式体验升级

（1）前沿科技应用

随着科技的发展，巴中积极应用 VR/AR、全息投影、智能声光电等技术，推动传统演艺向沉浸式场景转变。全国首部巴文化科幻舞台剧《幻享·米仓道》便是典型案例，该剧运用裸眼 3D 技术，展现巴人的精神内涵，填补了区域文化演艺的空白。该剧自上演后，吸引众多年轻游客，根据反馈调查，观众满意度达 95%。这种技术应用契合年轻群体对沉浸式体验的消费需求，提升了游客参与感，促进了文旅产业升级。

（2）全域沉浸场景构建

巴中突破传统剧场限制，将演艺内容拓展到景区、城市公共空间，构建全域沉浸场景。以恩阳区打造的“千年米仓道，早晚恩阳河”文旅演艺品牌为例，其利用广场、街区等空间开展各类演艺活动。在恩阳古镇，演员通过情景短剧、民俗表演再现古代米仓道商贸场景和民俗风情；在广场上，光影秀与音乐喷泉结合，融合现代科技与传统文化。这些举措增强了当地文化的传播力，让游客在游览过程中更深入感受巴中文化，一定程度上延长了游客停留时间。

3.2.2 消费模式革新与市场扩容

（1）“演艺+深度游”消费图景重塑

随着旅游市场变化和消费者需求升级，巴中游客的消费模式从“观演半小时+停留两小时”向“提前 3 天+延后 2 天”的

深度游模式转变。观演对消费的带动作用显著，中国演出行业协会数据显示，大型演出的门票消费对当地消费的拉动比例达到 1:4.8。巴中结合光雾山红叶节、冰雪节等 IP 活动打造特色演艺项目，如红叶节期间的《红叶之韵》演艺活动，将红叶文化与歌舞、杂技结合，吸引大量游客。据统计，红叶节期间游客数量同比增长 51.56%，游客平均停留时间从 1 天延长至 2~3 天，有效带动了周边餐饮、住宿、购物等消费，完善了旅游产业链。

（2）差异化票价策略激活市场

为扩大受众范围，提升文化服务普惠性和产业可持续性，巴中借鉴全国经验，巴中推行惠民票、套票等分层定价模式。例如，大型红色历史舞台剧《重庆·1949》通过学生票优惠、场次扩容等举措，日均演出场次提升至 5 场，上座率显著提升。此类策略既破解高票价壁垒，又通过“亲民价格+高频演出”扩大受众覆盖面。巴中针对学生、老年人等群体推出优惠票价，吸引不同年龄段和消费层次的观众；推出包含多个演艺项目的套票，鼓励多元化消费。

3.2.3 文化 IP 产业化与区域协同深化

（1）在地 IP 生态链打造

巴中依托丰富的巴文化、红色文化、石窟文化资源，挖掘“四龕福城”（南龕、北龕、水宁寺、西龕石窟）等文化符号价

值，将其转化为演艺 IP。通过实景演艺呈现川陕苏区历史，传承红色文化。同时，巴中推动演艺 IP 产业化，向文创商品、数字体验等领域拓展，计划在 2027 年通过“四龕”文化 IP 开发实现“四龕”区域年接待游客 40 万人次、旅游综合收入 2 亿元，。目前已推出石窟主题的文具、饰品等文创产品，受到游客欢迎。

（2）跨区域联动发展

巴中积极融入巴蜀文化旅游走廊建设，加强与周边地区合作，推动光雾山与恩阳古镇等景区演艺集群发展。通过整合资源、优势互补，打造区域演艺品牌，联合成渝经济圈推出“蜀道一米仓道文物主题游径”，串联川陕渝 20 余处文化遗迹，形成跨省域文化廊道。此外，巴中借助成渝经济圈资源，在演艺人才培养、项目策划、市场推广等方面与成都、重庆等城市合作，引入先进管理经验和技術，提升产业竞争力。巴中与成都、重庆旅游企业联合推出含巴中演艺项目的旅游线路，吸引众多外地游客，拓宽市场。

3.2.4 政策赋能与业态创新

（1）政策与资本支持

巴中重视文旅康养产业，将其列为首位产业，在政策和资金上给予支持。市级政策优先保障演艺项目土地供应，简化审批流程；设立专项扶持资金，补贴和奖励优质演艺项目。恩阳

演艺中心探索“演艺+商业运营”模式，通过广告招商、艺术培训等增加收入，反哺演艺主业，缓解资金压力，探索市场化发展路径。

（2）“演艺+”跨界融合发展

巴中顺应市场趋势，推动演艺与节庆、赛事、餐饮等业态融合。借鉴江苏“金陵梦华·御宴”沉浸式演艺空间经验，探索“演出+餐饮”模式，巴中同步探索“川剧小镇”场景，将川剧表演与火锅、茶馆结合，打造“烟火气+文化味”的消费空间，实现多元化旅游体验，增强了业态协同效应，为文旅产业发展增添动力。

第四章 案例分析

4.1 《重庆·1949》：红色基因与科技的深度融合

4.1.1 案例背景与项目定位

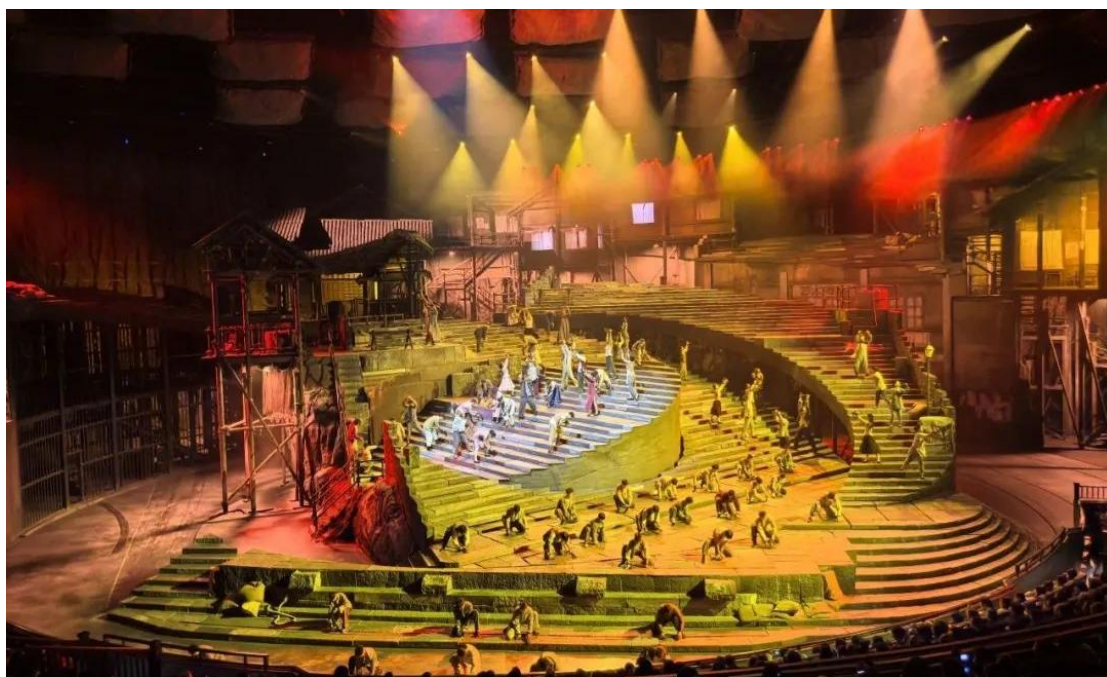
在文旅产业深度融合的时代背景下，重庆市积极推进文化旅游高质量发展，着力将丰富的红色文化资源转化为具有市场竞争力的文旅产品。重庆作为红岩精神的发源地，拥有渣滓洞、白公馆等众多红色文化遗址，这些资源既是宝贵的精神财富，也是发展红色旅游的重要依托。然而，传统红色旅游多以静态参观、讲解为主，形式较为单一，难以满足当代游客尤其是年轻群体多样化、沉浸式的旅游需求。

在此背景下，《重庆·1949》项目应运而生，其核心定位是打造一部将红色基因与现代科技深度融合的沉浸式大型红色舞台剧。项目选址于磁器口古镇，这里既是巴渝文化的重要展示窗口，又毗邻红岩革命历史纪念地，独特的地理位置为项目提供了深厚的文化底蕴与庞大的潜在客流。项目以重庆解放前夕为历史背景，通过艺术化的叙事手法，展现革命志士为新中国成立前赴后继、英勇牺牲的壮丽史诗，旨在让观众在沉浸式体验中深刻感受红岩精神，同时推动重庆红色文化传播与文旅产业发展。

4.1.2 创新亮点

(1) 舞台技术创新

《重庆·1949》采用全球首创的多维立体沉浸式旋转舞台系统，由5个可独立运转的圆环组成，每个圆环可进行360度旋转，并能实现每10度变换场景，理论上可组合出6000多万种不同的舞台场景效果。配合裸眼3D、全息投影、动态灯光等技术，将磁器口码头、监狱铁牢等场景逼真还原，观众席也作为舞台的一部分随之旋转，打破了传统舞台“台上演、台下看”的观演模式，真正实现“人在戏中游”的沉浸式体验。



《重庆·1949》演出实景图

(2) 内容呈现创新

在剧情编排上，突破传统红色剧目单一的叙事结构，采用多线叙事方式，以林子杰三兄弟等虚构人物的命运纠葛为主线，串联起众多真实历史事件与革命人物，将宏大的历史叙事与个体情感紧密结合，使故事更具感染力与代入感。同时，在表演形式上融合了舞蹈、杂技、戏剧等多种艺术形式，配合震撼的音效，全方位调动观众的视听感官。

（3）运营模式创新

项目采用“社会资本主导、政策资源赋能”的市场化运营模式，由重庆兴亚控股集团全额投资建设与运营，政府则在土地使用、宣传推广等方面给予支持。在营销方面，通过与各大在线旅游平台合作，推出多样化的票务套餐，并针对学生、市民等不同群体制定差异化票价策略；同时，开发《重庆·1949》专属 APP，提供在线购票、剧情介绍、导览服务等功能，提升观众的观演便利性与体验感。此外，还积极开展文创产品开发，推出涵盖文具、饰品、食品等多个品类的 70 余款红岩主题文创产品，实现产业链延伸。

4.1.3 发展成效

（1）社会效益显著

《重庆·1949》自公演以来，累计演出超 2500 场，吸引观众达 160 万人次，其中 70% 为 35 岁以下年轻群体，“00 后”“90

后”占比超 50%，有效推动了红色文化在年轻一代中的传播。同时，项目被纳入红岩干部学院培训课程，成为党员干部开展党性教育的重要载体，还开展了研学课程，在传承红色基因、弘扬红岩精神方面发挥了重要作用。此外，项目还荣获“全国沉浸式业态示范案例”“重庆市演艺新空间”等多项荣誉，提升了重庆红色文化的影响力与知名度。

（2）经济效益突出

项目直接票房收入超 2 亿元，带动 2024 年全区游客接待量、旅游消费较 2019 年分别增长 62.3%、99.1%，周边餐饮、住宿、购物等相关产业也实现快速发展。同时，文创产品年销售额超千万元，创造就业岗位超 800 个，为当地经济发展注入强劲动力。

（3）国际影响力提升

项目吸引了来自全国各地甚至世界各国的观众，并被国际奖项协会授予缪斯设计奖金奖，成为重庆对外文化交流的重要名片，在“一带一路”文化交流中发挥积极作用，进一步提升了中国红色文化的国际传播力。

4.1.4 经验启示

（1）科技赋能是关键

充分利用现代科技手段，如数字化舞台技术、多媒体呈现

方式等，将静态的红色文化资源转化为动态、沉浸式的旅游体验产品，打破传统红色旅游的形式局限，增强产品的吸引力与竞争力。

（2）内容创新是核心

在红色文化表达上，要注重叙事角度的创新，以小见大，通过个体故事展现宏大历史，引发观众情感共鸣；同时，融合多种艺术形式，丰富内容呈现方式，满足不同观众的审美需求。

（3）市场化运营是保障

引入社会资本参与项目投资与运营，充分发挥市场机制作用，通过多元化的营销手段、差异化的票价策略以及产业链延伸，实现项目的可持续发展，在传播红色文化的同时创造经济效益。

（4）区域协同是支撑

加强与周边红色景区、文化机构、商业体的合作，实现资源共享、优势互补，形成“红色旅游+”的产业集群效应，提升区域文旅产业的整体竞争力。

4.2 《又见平遥》：晋商文化与沉浸式艺术的交融

4.2.1 案例背景与项目定位

在山西省大力推进文旅融合、弘扬传统文化的时代语境下，《又见平遥》应运而生。山西平遥作为明清时期的金融中心，

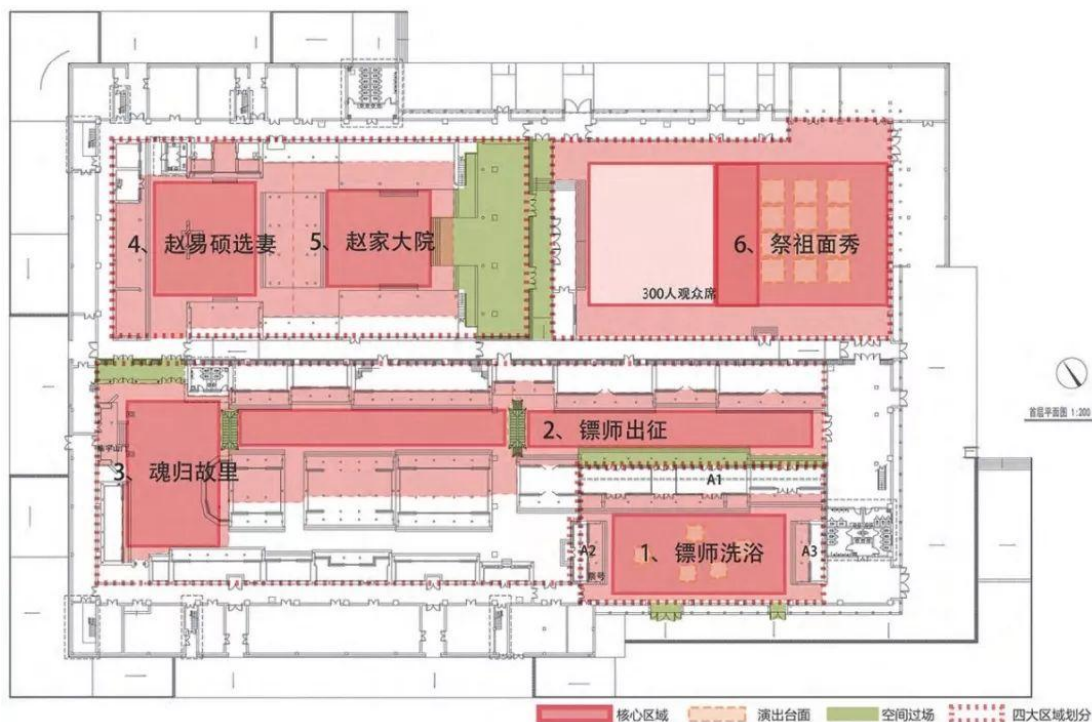
拥有保存完整的古城建筑与深厚的晋商文化底蕴，平遥古城更是被列入世界文化遗产名录。然而，传统的古城观光模式较为单一，难以充分展现晋商文化的丰富内涵与精神价值，无法满足游客日益增长的深度文化体验需求。

在此情境下，《又见平遥》项目于2013年正式推出，其核心定位是以沉浸式实景演出为载体，深度挖掘晋商文化精髓，打造集文化体验、旅游消费于一体的文旅融合标杆项目。演出以清末民初为时代背景，围绕镖师赵易硕千里走单骑为同兴公镖局东家找回血脉的故事，展现晋商重义守信、家国担当的精神品格，旨在通过独特的观演形式，让游客身临其境地感受晋商文化魅力，推动平遥文旅产业升级。

4.2.2 创新亮点

（1）观演模式创新

《又见平遥》打破传统镜框式舞台观演形式，采用“行走式”沉浸式观演模式。观众需跟随剧情发展，在不同的室内场景中穿梭，场景面积达3万平方米，分为四大主题分区，再细分为六大情境。演员在观众身边近距离表演，观众既是旁观者，又仿佛置身于历史场景之中，增强了互动性与代入感。这种创新的观演模式模糊了舞台与观众的界限，开创了中国实景演出的新形态。



《又见平遥》六大情境空间划分

(2) 文化表达创新

在内容创作上，以“义”为核心，通过赵易硕散尽家财、镖师们舍生取义等情节，将晋商文化中的诚信、仁义、担当等价值观进行具象化呈现。同时，融入山西地方特色文化元素，如平遥古城建筑风貌、山西面食制作、民间社火表演等，将晋商文化与民俗风情紧密结合，丰富了文化表达层次。此外，演出运用方言对白、山西民歌小调等元素，进一步增强了地域文化的独特性与感染力。

(3) 运营模式创新

项目由“又见系列”总导演王潮歌团队与山西文旅集团合

作打造，采用“文化 IP+地方资源”的运营模式。在营销方面，与旅行社、在线旅游平台深度合作，推出“平遥古城+《又见平遥》演出”的旅游套餐，借助平遥古城的旅游流量带动演出人气。同时，开发平遥牛肉、推光漆器等晋商文化主题文创产品，在剧场周边及古城内设立销售点，实现文旅产业链延伸。此外，通过举办“又见平遥文化节”等活动，提升品牌影响力与游客复游率。

4.2.3 发展成效

（1）社会效益显著

《又见平遥》自开演以来，累计演出超 8200 场，吸引观众超 600 万人次，成为传播晋商文化的重要窗口。演出不仅让游客深入了解晋商精神，还推动了山西地方文化的传承与发展，如山西面食制作技艺、民间社火表演等非遗文化借此得到更广泛的传播。同时，项目被列为山西省党员干部教育培训现场教学点，在弘扬传统文化、培育社会主义核心价值观方面发挥了积极作用。

（2）经济效益突出

演出直接票房收入超 15 亿元，极大地带动了平遥古城的旅游消费。据统计，观看演出的游客在平遥的平均停留时间延长 1.5 天，带动餐饮、住宿、购物等相关产业收入增长显著。文创

产品年销售额达数千万元，创造就业岗位超 5000 个，为当地经济发展注入强大动力，推动平遥从单一的观光型旅游向文化体验型旅游转变。

（3）品牌影响力提升

《又见平遥》凭借独特的沉浸式演出形式和深厚的文化底蕴，日前成功入选联合国教科文组织国际创意与可持续发展中心首期“数字环境下保护与促进文化多样性示范案例”，成为 20 个优秀案例中唯一入选的演艺项目，成为山西文旅的金字招牌。其创新的“又见”模式在全国多地复制推广，如《又见敦煌》《又见国乐》等，进一步扩大了品牌影响力。

4.2.4 经验启示

（1）深挖文化内涵

文旅融合项目应立足地方特色文化，深入挖掘文化精髓，将抽象的文化价值观转化为具象的故事与场景，通过艺术化表达增强文化感染力，让游客在体验中感受文化魅力。

（2）创新体验形式

突破传统演出模式，采用沉浸式、互动式等新颖观演形式，打破观众与舞台的界限，提升游客的参与感与代入感，满足当代游客对个性化、深度化旅游体验的需求。

（3）强化品牌运营

打造具有影响力的文化 IP，通过系列化、品牌化运营，实现跨地域、跨产业发展。同时，加强与旅游产业链上下游的合作，推出组合式旅游产品，提升项目综合竞争力。

（4）推动文化传承

文旅项目应承担起文化传承的社会责任，将非遗文化、传统技艺等融入演出与衍生产品中，在实现经济效益的同时，促进地方文化的保护与传承，实现文化效益与经济效益的双赢。

4.3 《知音号》：长江文脉的移动剧场

4.3.1 案例背景与项目定位

武汉作为九省通衢，长江文化与近代商埠文化在此交汇，拥有丰富的历史文化资源，但传统旅游产品未能充分展现其独特的“码头文化”与民国风情。随着文旅消费需求向沉浸式、体验式升级，2017年，《知音号》以一艘复古游轮为载体正式启航，定位为“移动的沉浸式实景演艺体验项目”。项目以20世纪30年代的大武汉为时代背景，通过多维叙事与场景营造，重现长江流域的市井百态与人文情怀，旨在打造集文化传播、旅游体验、城市形象展示于一体的文旅新名片，推动武汉文旅产业从“观光型”向“深度体验型”转型。

4.3.2 创新亮点

(1) 载体与空间创新

《知音号》突破传统陆地剧场限制，以万吨级游轮为演艺空间，打造“一船一世界”的沉浸式体验。游轮内部还原民国时期船舱、舞厅、酒吧等场景，外部甲板则与长江夜景联动。观众登船后仿佛穿越至旧时光，随着游轮航行，江景与剧情交织，形成“船、人、景”三位一体的独特体验，开创了国内水上沉浸式演艺先河。



《知音号》演出实景图

(2) 叙事与互动创新

采用“多线并行、观众自选”的开放式叙事结构，围绕爱情、亲情、友情等主题展开多个故事线。观众可自由穿梭于不

同船舱，选择跟随不同角色，近距离观看甚至参与剧情互动。演员通过与观众的即兴对话、任务传递等方式，增强观众的代入感，打破传统演出“单向输出”模式，构建起“人人都是剧中人”的参与式体验。

（3）运营与产业创新

项目由武汉旅游发展投资集团主导，通过“演艺+夜游经济”模式实现产业延伸。推出“知音号+两江夜游”“知音号+文创消费”等套餐，与周边景区、酒店、餐饮企业形成联动。开发民国风情服饰租赁、主题摄影、文创纪念品等衍生服务，在码头及游轮内设立消费场景。同时，通过举办“知音文化节”“民国主题派对”等活动，提升品牌粘性与复游率，构建文旅消费生态圈。

4.3.3 发展成效

（1）文化传播成果

自运营以来，《知音号》累计演出超 2500 场，接待观众超 160 万人次，成为传播武汉城市文化与长江文明的重要窗口。其对民国文化与码头文化的创新演绎，带动了武汉近代历史文化研究热潮，推动了地方非遗技艺如汉绣、湖北评书等的传承与展示，获评“国家夜间文化和旅游消费集聚区”。

（2）经济效益显著

2023 年带动武汉旅游消费超 3 亿元，衍生产业收入达 1.26 亿元，形成“演艺+文旅”的盈利模式。助力城市夜间经济繁荣。

（3）品牌影响力提升

《知音号》荣获“中国首批 20 家 SIT 超级沉浸旅游项目名单”“全国旅游企业高质量发展经典案例”等多项荣誉，其创新模式被《人民日报》等媒体专题报道，并在重庆、南京等城市引发“游轮演艺”模仿热潮，提升了武汉文旅品牌的全国知名度与国际影响力。

4.3.4 经验启示

（1）深挖在地文化基因

文旅项目需立足城市独特文化脉络，选取差异化文化符号进行艺术转化，通过故事化、场景化呈现，增强文化辨识度与吸引力。

（2）创新载体与体验形式

突破传统演艺空间限制，善用特色载体（如游轮、古建筑等），结合新技术手段打造沉浸式、互动式体验，满足游客个性化需求。

（3）构建产业生态闭环

以核心演艺项目为引擎，延伸产业链条，联动周边文旅资源，开发多元消费场景，实现“演艺+夜游+文创+餐饮”等多

业态融合发展。

（4）强化品牌营销与传播

通过品牌 IP 化运营、节庆活动策划、媒体矩阵宣传等方式，提升项目话题度与曝光率，形成持续的市场吸引力与品牌竞争力。

第五章 文旅融合视域下巴中演艺产业创新发展路径探索

在“文化+旅游”深度融合的国家战略背景下，演艺产业作为文旅融合的核心载体，通过文化叙事、场景创新与体验升级，已成为推动文旅经济增长、文化价值传播的关键动能。巴中市作为川陕革命老区核心区、巴文化发源地及生态资源富集地，拥有红色文化、巴文化、石窟文化与自然景观的多元资源禀赋，为演艺产业发展提供了深厚的文化土壤与独特的场景优势。

当前巴中文旅演艺仍面临创新性不足、产业体系薄弱、人才短缺等问题，亟需通过路径创新实现从“资源展示”向“深度体验”的转型。基于巴中市文旅演艺产业现状与政策背景，从文化资源活化、科技赋能、产业协同、主体培育、品牌营销五大维度，系统探索其创新发展路径。

5.1 文化资源深度活化：构建“特色 IP+多元体验”的文化叙事体系

巴中的文旅演艺创新，核心在于对本土文化资源的深度挖掘与创造性转化。通过将红色文化、巴文化、石窟文化等“静态资源”转化为“动态体验”，打造具有地域辨识度的演艺 IP，是推动文旅融合的关键突破口。

5.1.1 红色文化：从“历史记忆”到“沉浸式传承”

巴中市作为原川陕苏区首府，红色文化资源富集（全市有革命遗址遗迹 500 余处），但传统红色演艺多停留在“故事讲述”层面，缺乏与游客的情感联结。需聚焦“沉浸式体验”与“年轻化表达”：

（1）场景化叙事：技术赋能历史重现

借鉴《我的两万个兄弟》等成功案例，以川陕革命根据地历史为脉络，开发“红军入川”主题沉浸式演艺项目。在光雾山、川陕革命根据地博物馆等核心景区，运用全息投影技术复原“反围剿”“扩红运动”等经典历史场景，结合 VR 头显、动态座椅等设备，让观众“穿越”至 20 世纪 30 年代的红军营地，参与“运送伤员”“传递密信”等互动任务，增强历史代入感。例如，可在川陕革命根据地红军烈士陵园周边打造“夜宿红军村”项目，通过实景灯光、演员即兴表演与游客角色扮演结合，构建“白天参观+夜间体验”的红色文旅闭环。

（2）参与式产品：剧本杀与研学融合

针对年轻客群（18-35 岁占巴中游客比例超 50%），将《小军号》《望红台》等红色剧目转化为“红色剧本杀”。例如，以“寻找红军密信”为主题，在恩阳古镇设置多个剧情节点，游客通过 AR 眼镜扫描古镇建筑获取线索，破解密码、完成任务即

可解锁《红漫巴山》川剧片段的专属观演资格。同时，串联川陕革命根据地纪念馆、将帅碑林等红色景区，设计“红色演艺+教育培训”研学线路，将情景剧表演与党史课堂结合（如《红军的一天》角色扮演课程），实现“教育-体验-传播”一体化。

（3）衍生品开发：文化价值生活化

围绕红色 IP 开发“可带走的文化记忆”。例如，以《小军号》剧中“军号”为原型，设计陶瓷杯、金属钥匙扣等文创产品；将红军标语、战役地图转化为数字藏品（如区块链技术确权“红军记忆”NFT），通过线上平台销售，形成“观看演出—参与体验—购买衍生品”的消费闭环。

5.1.2 巴文化与石窟文化：从“符号展示”到“IP 化运营”

巴文化作为古巴国文明的核心，以米仓古道、巴人祭祀、巴渝舞等为代表；石窟文化则以“四龕福城”（南龕、西龕、北龕、水宁寺）为标志，二者均具有独特的文化辨识度，但当前演艺项目多停留在“符号堆砌”层面（如简单复现巴人祭祀仪式），缺乏深度叙事。

（1）巴文化 IP：场景化与科技化结合

以《幻享·米仓道》为基础，打造“巴文化科幻演艺集群”。
升级现有项目：在南江县断渠公园演艺中心，运用机械舞台技术模拟米仓古道的栈道、险峰场景，结合裸眼 3D 投影再现古代

商队“背运货物、翻越秦岭”的艰辛历程；融入“巴山背二哥”号子（省级非遗）、巴渝舞等元素，通过演员肢体语言与现代舞美结合，诠释巴人“坚韧、协作”的精神内核。同时，开发“米仓古道”主题夜游项目，在恩阳河沿岸设置“商队驿站”“巴人市集”等场景，游客可穿着巴人服饰参与“货物交易”“号子对唱”，形成“白天看剧—夜间体验”的全天候文化消费。

（2）石窟文化 IP：艺术与教育融合

以南龕石窟（全国重点文物保护单位）为核心，开发“石窟探秘”系列产品。在南龕山景区，打造“石窟光影剧场”，通过全息成像技术将静态造像“活化”——如让“持莲观音”“药师佛”等造像“开口说话”，讲述其雕刻背景与宗教内涵；设计“亲子石窟研学路线”，包含“临摹壁画”“VR 修复造像”“听僧人讲经”等环节，配套《幻享·米仓道》舞台剧观演资格。此外，开发“石窟数字藏品”，将南龕石窟的经典造像（如“西方三圣”）转化为 3D 模型，通过区块链技术实现版权确权，用户购买后可在元宇宙中“收藏”或“展示”，扩大文化传播半径。

5.1.3 民俗文化：从“政府主导”到“全民共创”

巴中市拥有丰富的民俗资源（如通江银耳传统制作技艺、平昌翻山饺子等非遗项目），但当前演艺多由政府或专业院团主导，民间参与度低。需构建“全民共创”机制：

(1) “百姓大舞台”常态化

在巴城记忆文创产业园、恩阳古镇等公共空间设置“百姓大舞台”，每周固定时间组织民间艺人、社区团体表演民俗节目（如平昌土琵琶弹唱、南江皮影戏），游客可参与“民俗达人”评选，优秀节目纳入《恩阳船说》等主力剧目的“彩蛋环节”。

(2) “非遗进景区”深度融合

在光雾山、诺水河等景区设置“非遗工坊”，游客可体验通江银耳熬制、巴州皮影雕刻等技艺，完成体验后可获得“非遗小传人”证书，并优先参与《银耳传奇》等剧目的群众演员选拔，形成“体验—参与—传播”的良性循环。

5.2 科技赋能场景创新：构建“数字技术+沉浸体验”的消费新生态

数字技术的深度应用是文旅演艺升级的核心驱动力。巴中市需以XR（扩展现实）、AI、大数据等技术为支撑，从“场景营造”“服务升级”“艺术融合”三方面，打造“可看、可玩、可交互”的沉浸式消费场景。

5.2.1 数字化场景营造：从“单一观演”到“行浸式体验”

传统演艺多以“固定舞台+观众席”形式呈现，游客参与感有限。巴中市可借鉴《梦境·光雾山》（全国首批沉浸式文旅示

范案例)的成功经验,推广“行浸式剧场”模式:

(1) 景区全域化演艺

在光雾山景区,以“红叶季”为时间轴,打造“一步一景、一步一演”的行浸式路线。游客从景区入口出发,沿步道依次体验“红叶精灵的传说”(AR投影)、“山民晒秋”(实景表演)、“红叶祭”(全息灯光秀)等场景,通过佩戴AR眼镜获取剧情线索,与虚拟角色(如“红叶仙子”)互动解锁隐藏剧情。

(2) “黑盒剧场”灵活布局

在恩阳古镇、巴州剧院等区域布局“黑盒剧场”(无固定舞台的多功能空间),利用动态捕捉技术实现“一剧多景”。例如,《黑盒游戏·巴中记忆》可根据游客选择切换场景——选择“巴人文化”则呈现米仓古道商队;选择“红色文化”则切换至红军营地,游客通过手势、语音控制剧情走向,实现“千人千面”的个性化体验。

5.2.2 智慧服务升级:从“线下服务”到“全链路数字化”

智慧化服务是提升游客体验的关键。巴中市需构建“线上+线下”一体化服务平台:

(1) “四龛福城”智慧旅游平台

整合全市演艺项目票务、景区导览、互动游戏等功能,游客通过小程序即可完成“查询演出时间—在线选座购票—虚拟

导览（AR 实景导航）—参与线上答题赢周边”的全流程操作。平台还可基于游客消费数据（如偏好红色剧目、亲子项目）推送个性化推荐（如“您可能喜欢《小军号》儿童剧+银耳羹体验套餐”），提升转化率。

（2）“云上巴中”演艺平台

突破地域限制，搭建线上演艺直播与点播平台。对《梦境·光雾山》《恩阳船说》等优质剧目进行 4K 高清录制，提供付费点播服务；对节庆演出（如光雾山红叶节特别版）进行实时直播，设置“虚拟打赏”“弹幕互动”功能，吸引无法到现场的观众参与。平台还可联动“巴食巴适”农产品品牌，推出“看直播买特产”功能（如观看《银耳传奇》时可直接购买通江银耳），实现“文化传播+经济转化”双效提升。

5.2.3 科技与艺术深度融合：从“技术辅助”到“艺术创新”

科技不仅是工具，更应成为艺术表达的“新语言”。巴中市需推动科技与艺术的深度融合，创造“技术赋能内容”的新型演艺形态：

（1）机械装置与自然景观结合

在南龛山庆典广场打造红色文化演艺项目，利用可升降舞台、旋转布景等机械装置，将广场地面转化为“动态画布”——例如，通过机械升降模拟“红军爬雪山”的起伏地形，配合

声光电特效（如模拟风雪声、雪地反光），增强场景真实感；同时融入原生态山歌（如《十送红军》巴中方言版）、古典器乐（如二胡、竹笛），实现“科技硬核”与“艺术温情”的平衡。

（2）AI 创作辅助

引入 AI 剧本创作工具，输入“巴文化”“红色文化”关键词，生成故事大纲与台词片段，供编剧团队参考优化；利用 AI 音乐生成技术，基于巴渝舞鼓点、巴山民歌旋律创作背景音乐，提升剧目原创性与地域特色。

5.3 产业协同体系构建：完善“政策-资本-项目”全链条发展生态

文旅演艺的可持续发展需依赖完善的产业协同体系。巴中市需从政策激励、资金保障、项目联动、区域合作四方面，构建“政府引导、市场主导、多方参与”的产业生态。

5.3.1 政策激励与资金保障：破解“投入不足”难题

当前巴中文旅演艺面临“优质项目少、社会资本参与度低”的问题，需通过政策与资金双轮驱动激发市场活力：

（1）强化政策扶持

严格落实《巴中市促进文化体育旅游产业发展扶持奖励措施》，对年演出 150 场以上、营收 300 万元以上的演艺主体给予

20 万元奖补；对获得国家级、省级演艺奖项的项目分别给予 50 万元、20 万元奖励，提升企业投资信心。

（2）设立专项基金

由市财政牵头，联合文旅企业、金融机构设立“文旅融合专项基金”（首期规模 5000 万元），重点支持三类项目：红色剧目创作（如《晏阳初》升级版）、非遗活化（如巴州皮影戏创新剧目）、科技应用（如光雾山行浸式剧场建设）。基金采用“直接投资+贷款贴息”模式，对符合条件的项目给予 30%-50% 的资金支持，降低企业融资成本。

5.3.2 文旅项目联动开发：延长“消费链条”

单一演艺项目的收益有限，需通过“演艺+”模式与其他业态联动，形成“引流—留客—消费”的闭环：

（1）“演艺+节庆”融合

将《梦境·光雾山》《恩阳船说》等剧目嵌入“光雾山国际红叶节”“巴人文化艺术节”等节会体系。例如，在红叶节期间推出《梦境·光雾山》“红叶特别版”，增加“红叶仙子”与游客互动环节，配套“红叶主题摄影展”“红叶美食节”（如红叶糕、红叶酒），延长游客停留时间至 2-3 天（当前平均停留 1.2 天）。

（2）“演艺+康养”联动

在光雾山、诺水河等生态景区，将《光雾森林奇遇记》等儿童剧与森林康养项目结合，推出“亲子观剧+森林瑜伽+银耳羹体验”套餐；在巴州区青包山健康养老示范区，联合艺术剧院推出老年题材情景剧（如《夕阳红》），配套“中医理疗+红色讲堂”服务，吸引银发客群。

5.3.3 区域合作与品牌输出：扩大“辐射半径”

巴中市需突破地域限制，通过跨区域合作提升演艺 IP 的影响力：

（1）“米仓古道文化演艺联盟”

联合广元、达州（川内）及汉中（陕西）、南充（四川）等毗邻城市，成立“米仓古道文化演艺联盟”，共享剧目资源（如巴中《红漫巴山》、汉中《汉风秦韵》），推出“米仓古道文化之旅”跨区域巡演线路（巴中光雾山—汉中青木川—广元剑门关），通过“一地演出、多地宣传”扩大受众覆盖。

（2）“成渝双城”协同发展

与成都、重庆文旅企业建立版权共享机制，将巴中红色剧目（如《小军号》）在成都宽窄巷子、重庆洪崖洞等热门景区驻场演出；引入成渝地区的演艺团队（如成都蜀风雅韵川剧团）参与巴中剧目创作，提升艺术水准，实现“资源互补、品牌共塑”。

5.4 市场主体培育：激活“院团-企业-人才”多元主体动能

市场主体的活力是产业发展的核心动力。巴中市需推动院团市场化转型、培育复合型人才、构建全民参与机制，形成“专业院团引领、企业主体运作、群众广泛参与”的发展格局。

5.4.1 院团市场化转型：从“事业主导”到“多元盈利”

巴中市现有市艺术剧院、川剧艺术保护传承中心等专业院团，但普遍存在“依赖政府拨款、市场运营能力弱”的问题。需推动院团与文旅企业、景区深度合作，探索多元盈利模式：

（1）“演艺+餐饮”模式

恩阳区文化演艺中心可与黄石亲子游乐园合作，开发亲子互动剧《小熊的巴中游》，剧中融入“巴食巴适”特色美食（如恩阳提糖麻饼、南江黄羊汤）的情节，观演结束后游客可在园区内的“巴食餐厅”品尝同款美食，实现“剧情种草—现场消费”转化。

（2）“演艺+住宿”模式

市艺术剧院与光雾山景区民宿合作，推出“住民宿看演出”套餐。例如，游客入住“红叶山居”民宿可获赠《梦境·光雾山》VIP门票，民宿内设置“演艺主题房间”（如“红军营地房”“巴人部落房”），配套演出周边（如红军军帽、巴人面具）作

为房间装饰，提升住宿体验附加值。

5.4.2 复合型人才培养：破解“人才短缺”瓶颈

巴中文旅演艺面临“创编人才缺、运营人才少、技术人才弱”的三重困境，需通过“引进+培养+激励”多管齐下：

（1）高校定向培养

与中山大学（文旅管理）、成都理工大学（数字技术）、四川音乐学院（演艺创作）等高校合作，设立“巴中文旅产业实践基地”，开设“文旅演艺策划”“数字舞台技术”等特色课程，定向培养复合型人才（如“懂文化、会技术、善运营”的项目总监）。学生毕业后可优先进入巴中文旅企业就业，政府给予3年社保补贴（每人每年2万元）。

（2）本土人才提升

定期举办“巴山文艺人才研修班”，邀请《印象·刘三姐》总导演、《只有河南·戏剧幻城》运营团队等国内专家授课，重点培训红色剧目创作、沉浸式演艺策划、新媒体营销等技能。对考核优秀的学员给予5万元创业基金，支持其成立民营演艺工作室（如“红色剧本杀”创作团队）。

（3）柔性引才机制

设立“巴中文旅演艺专家库”，面向全国招募行业领军人才（如知名导演、数字技术工程师），通过“项目制”合作（如参

与《幻享·米仓道》升级版创作）给予高额薪酬（单个项目最高 50 万元），并提供住房、子女教育等配套保障，吸引外部人才助力本土产业升级。

5.4.3 全民参与机制：构建“主客共享”文化生态

文旅演艺的生命力在于“主客共享”。巴中市需通过群众文化活动激发本地居民的参与热情，形成“本地人演、本地人看、本地人传”的良性循环：

（1）“百姓大舞台”常态化运营

在巴人广场、恩阳古镇游客中心等区域设置“百姓大舞台”，每周五晚举办“巴中文化夜”活动，组织社区舞蹈队、民间戏曲班、非遗传承人表演（如平昌翻山饺子、通江薅草锣鼓），游客可参与“最佳人气节目”投票，优秀团队可获得政府购买演出机会（如在《恩阳船说》中出演群众角色）。

（2）“非遗传承人工作室”孵化

在巴城记忆文创产业园设立“非遗传承人工作室”，支持通江银耳制作技艺、巴州皮影戏等非遗传承人开展“传帮带”。游客可在此参与非遗技艺学习（如皮影雕刻），完成作品后可在工作室展示并获得“非遗体验证书”，既传承文化又增强游客粘性。

5.5 品牌营销与市场拓展：构建“精准传播+跨界联动”的品牌矩阵

巴中文旅演艺的市场竞争力不仅依赖优质产品，更需通过精准营销扩大品牌影响力。当前巴中演艺项目存在“本地知名度高、外地认知度低”“大众市场覆盖广、细分市场渗透弱”等问题，需构建“新媒体矩阵+精准定位+跨界联动”的营销体系，实现从“区域品牌”到“全国知名 IP”的跨越。

5.5.1 新媒体矩阵运营：从“传统宣传”到“流量裂变”

在短视频、直播主导的“注意力经济”时代，巴中市需依托新媒体平台构建“内容生产—用户互动—流量转化”的闭环：

（1）短视频内容定制

针对抖音、快手等平台的年轻用户（18-35 岁占比超 70%），制作“30 秒精华片段+话题引导”的短视频。例如，截取《梦境·光雾山》中“红叶光影秀”的震撼画面，配文“在光雾山，每一片红叶都在讲故事#巴中演艺打卡”，并添加 POI 定位（光雾山景区），引导用户“点击定位购票”。

（2）直播互动引流

与文旅博主、短视频达人（如粉丝量 50 万以上的“旅行大 V”“非遗文化博主”）合作，开展“云游巴中”直播活动。例如，邀请“国潮文化”博主直播《恩阳船说》演出，过程中穿插“恩

阳古镇历史讲解”“巴州皮影戏体验”等环节，设置“直播专属优惠”（如门票8折、赠送银耳羹），吸引观众下单。直播结束后，将精华片段剪辑成“幕后故事”“游客好评”等二次内容，持续传播。

（3）用户生成内容（UGC）激励

发起“#巴中演艺创意挑战”话题，鼓励游客拍摄演出花絮、互动瞬间（如与演员合影、参与剧本杀的精彩片段），上传至社交平台。对点赞量超1万的内容给予奖励（如免费观演券、巴中特产礼包），形成“官方引导—用户创作—病毒传播”的良性循环。

5.5.2 精准客群定位：从“大众覆盖”到“细分渗透”

巴中市需针对不同客群的需求差异，设计“差异化产品+定制化服务”，提升转化率：

（1）亲子家庭客群

推出“非遗手作+儿童剧”套餐。例如，在通江县高明湖湿地公园，《银耳传奇》儿童剧演出前，设置“银耳采摘+熬制体验”环节（由非遗传承人指导），游客可将自制银耳羹打包带走；演出中增加“小朋友扮演银耳仙子”的互动环节，观演后赠送“银耳种子”（可在家种植），满足亲子客群“教育+娱乐”的双重需求。

（2）年轻潮流客群

开发“国潮音乐节+沉浸式戏剧”组合产品。在巴城记忆文创产业园，联合本地乐队举办“巴国潮音”音乐节，融入巴渝舞鼓点、巴山民歌改编的电子音乐；同时推出《幻享·米仓道》“国潮特别版”，演员身着“巴人元素+现代潮牌”服饰，演出中穿插街舞、说唱等潮流元素，吸引 Z 世代（1995—2010 年出生）参与。

（3）银发客群

设计“康养度假+红色讲堂”线路。在巴州区青包山健康养老示范区，联合艺术剧院推出老年题材情景剧《岁月如歌》（讲述巴中老党员的革命故事），配套“中医理疗+红色历史讲座”服务；观演后组织“重走红军路”活动（短距离徒步，配备医护人员），满足银发客群“文化怀旧+健康养生”的需求。

5.5.3 跨界融合营销：从“单一渠道”到“生态联动”

通过与不同行业的品牌合作，巴中市可拓展客源渠道，提升演艺项目的附加值：

（1）“演艺+农产品”联动

与“巴食巴适”农产品区域公用品牌合作，推出“观演+美食”套票。例如，购买《银耳传奇》门票可获赠通江银耳羹兑换券（在景区指定餐厅使用）；在《恩阳船说》演出现场设置

“巴食市集”，销售恩阳提糖麻饼、南江黄羊干等特产，实现“文化体验+美食消费”双丰收。

（2）“演艺+交通”联动

与航空公司、旅行社合作，设计“机票+演出票+酒店”的打包产品。例如，联合四川航空推出“成都—巴中”演艺专线，购买机票可获赠《梦境·光雾山》门票；与携程、同程等 OTA 平台合作，将巴中演艺项目纳入“川东北环线游”产品（如“成都—广元—巴中—达州”），通过平台流量吸引远程游客。

（3）“演艺+教育”联动

与中小学、高校合作，将红色演艺、巴文化演艺纳入“第二课堂”。例如，巴中市实验小学可组织学生观看《小军号》儿童剧，并开展“我心中的小英雄”征文比赛；四川文理学院（达州）可将《幻享·米仓道》作为“巴蜀文化”课程的实践案例，通过“研学+观演”模式扩大受众覆盖。

5.6 可持续发展保障机制：构建“规范+风控+生态”的长效支撑体系

文旅演艺的可持续发展需依赖完善的保障机制。巴中市需从行业规范、风险防控、生态保护三方面，构建“制度约束+市场调节+社会监督”的支撑体系，确保产业健康、稳定、绿色发展。

5.6.1 行业标准建设：破解“质量参差”难题

针对当前巴中文旅演艺“缺乏统一标准、产品质量参差”的问题，需制定覆盖“创作—演出—服务”全流程的行业标准：

（1）创作标准

联合文旅局、演艺协会制定《巴中文旅演艺内容创作指南》，明确“文化挖掘深度”“创新表现形式”“价值观导向”等要求。例如，红色剧目需包含至少3个真实历史事件，巴文化剧目需融入至少2项非遗元素，确保内容的文化真实性与艺术原创性。

（2）演出标准

出台《巴中文旅演艺安全与质量评估规范》，对舞台搭建（如承重、防火）、设备使用（如灯光、音响）、演员资质（如持演出许可证）等提出具体要求；建立“星级评定”制度（一星至五星），根据演出场次、观众满意度、经济效益等指标对演艺项目分级，星级越高可获得的政策扶持（如奖补资金、场地优先租赁）越多。

（3）服务标准

制定《巴中文旅演艺游客服务规范》，明确票务销售（如提前30天预售、退改签规则）、导览服务（如多语言讲解、特殊人群便利措施）、应急管理（如演出中断的补偿方案）等要求，提升游客体验满意度（目标从当前的75%提升至90%以上）。

5.6.2 风险防控机制：应对“市场波动”挑战

文旅演艺易受政策调整、突发事件（如疫情、自然灾害）、市场竞争等因素影响，需建立“预警—应对—恢复”的全周期风控体系：

（1）风险预警

依托“四龕福城”智慧旅游平台，整合政策动态、游客数据、天气信息等，建立风险预警模型。例如，当某演艺项目连续2周上座率低于50%时，平台自动推送“市场风险预警”，提示运营方调整剧目内容或营销策略；当预测有暴雨等极端天气时，提前通知《梦境·光雾山》等室外演出做好防护或改期准备。

（2）应急应对

设立“文旅演艺应急基金”（规模1000万元），用于应对突发事件（如疫情导致演出暂停）。对受影响的演艺主体，基金可提供“无息贷款”（最长1年）用于支付人员工资、场地租金；对游客，提供“免费改期”“部分退款”等补偿方案，降低负面舆情影响。

（3）恢复支持

突发事件后，通过“政府补贴+企业让利”推动市场复苏。例如，疫情结束后，政府发放“文旅消费券”（如满200减50），

演艺企业推出“买一送一”“家庭套票”等优惠，快速激活消费需求。

5.6.3 生态保护与文化遗产平衡：实现“绿色发展”

巴中市的自然生态（如光雾山红叶、诺水河溶洞）与文化遗产（如南龕石窟）是文旅演艺的核心资源，需在开发中注重保护：

（1）生态保护优先

对光雾山、诺水河等自然景区的演艺项目，严格限制舞台搭建规模（如《梦境·光雾山》舞台面积不超过景区核心区的5%）、演出时间（晚10点前结束，避免干扰野生动物）、灯光使用（采用低亮度、暖光源，减少光污染）。定期开展生态监测（如土壤、植被、动物种群变化），若发现负面影响立即调整方案。

（2）文化遗产活化而非破坏

在南龕石窟等文物保护单位周边开发演艺项目时，需经文物部门审批，确保演出内容与文物历史背景相符（如《幻享·米仓道》需以石窟艺术为灵感，但不直接使用造像作为舞台背景）；禁止任何对文物本体的改造（如雕刻、涂画），通过数字技术（如全息投影）实现“虚拟展示”。

（3）社区参与监督

建立“社区—企业—政府”三方监督机制，邀请景区周边

居民、文化学者、环保组织参与演艺项目的规划、实施与评估。例如，光雾山镇居民可通过“文旅议事会”对《梦境·光雾山》的生态影响提出意见，政府定期公开监督报告，确保开发与保护的平衡。

第六章 结语与展望

文旅融合的时代浪潮下，演艺产业已成为巴中市推动文旅经济升级、文化价值传播的核心引擎。从红色文化的沉浸式传承到巴文化的IP化运营，从科技赋能的场景创新到产业协同的生态构建，巴中市依托独特的文化禀赋与资源优势，正探索出一条“文化为魂、科技为翼、产业为基、民生为本”的演艺产业创新发展路径。

回顾巴中文旅演艺的发展脉络，其既拥有“红色基因+巴文化根脉+生态底色”的先天优势，也面临“创新不足、体系薄弱、人才短缺”的现实挑战。但正是这些挑战，倒逼巴中市以更开放的思维、更创新的手段突破瓶颈：通过深度挖掘本土文化资源，将“静态遗产”转化为“动态体验”，让红色精神、巴文化精髓真正“活起来”；借助数字技术赋能，将“单一观演”升级为“全场景沉浸”，让游客从“旁观者”变为“参与者”；通过政策激励与产业协同，构建“政府引导、市场主导、社会参与”的发展生态，让演艺产业从“单点突破”走向“全链繁荣”。

尤为重要的是，巴中的探索不仅是对自身文旅产业的升级，更是为全国革命老区、文化资源富集区提供了可复制的“巴中样本”。其经验表明：文旅演艺的高质量发展，需以“文化主体性”为根基——脱离本土文化的演艺终将流于形式；需以“科

技适配性”为支撑——技术是手段而非目的，需与艺术表达深度融合；需以“产业协同性”为保障——从政策扶持到市场运作，从人才培育到品牌营销，每一环都不可或缺；更需以“民生共享性”为目标——让本地居民成为文化的“传承者”与“受益者”，让游客成为文化的“体验者”与“传播者”，方能实现“主客共享”的可持续发展。

展望未来，随着“十四五”文旅融合政策的深入推进、数字技术的持续迭代，以及巴中市“四龕福城”“米仓古道”等品牌的持续打磨，巴中文旅演艺产业必将迎来更广阔的发展空间。我们有理由相信，通过文化资源的深度活化、科技与艺术的完美融合、产业生态的协同共建，巴中将以演艺产业为支点，撬动文旅经济的“高质量跃升”，让“红色巴中”“文化巴中”“生态巴中”的品牌形象更加鲜明，为川陕革命老区振兴注入强劲的文化动能，为全国文旅融合发展写下浓墨重彩的一笔。

第七章 参考文献

[1]李幼常.国内旅游演艺研究[D].四川师范大学,2007.

[2]徐世丕.旅游演艺对我国传统演出市场的冲击和拓展[J].中国戏剧,2008.

[3]高锦水.旅游体验视角下厦门旅游演艺发展研究[D].华侨大学,2016.

[4]刘嫒,杨卫武.我国旅游演艺的发展历程与环境[J].旅游规划与设计,2013.

[5]郑晓云.文化认同与我们的时代[J].云南社会科学,2018.

[6]钟晟,代晴.文旅融合背景下旅游演艺沉浸体验的演化趋势[J].文化软实力研究,2021.

[7]邹驾云.“沉浸式”体验助力文旅消费提质升级[J].人民论坛,2020.

[8]杨颖.产业融合:旅游业发展趋势的新视角[J].旅游科学,2008.

[9]赵黎明.经济学视角下的旅游产业融合[J].旅游学刊,2011.

[10]钟晟,代晴.文旅融合背景下旅游演艺沉浸体验的演化趋势[J].文化软实力研究,2021.

[11]李广宏,吴大为,杨洁.大型实景演艺旅游产品的开发研

究——《印象·刘三姐》与《印象·丽江》的对比[J].凯里学院学报,2016.

[12]刘传,陆国庆.文旅融合背景下四川旅游演艺发展路径探析[J].四川戏剧,2023.

[13]郭攀,冯甜甜.文旅融合背景下武汉“演艺+旅游”产业高质量发展的对策研究[J].新传奇,2025.