

此页面上的内容需要较新版本的 Adobe Flash Player。



您现在的位置：中国城市发展网 > 城市理论 > 城市资源旅游 > 文章正文

- 2008年中国城市创新能力科学…
- 关于出席《2009全国中小城市…
- 举办市长、局长（生态旅游）…
- 《中国城市年鉴》2009年卷

政府
最新热门
<ul style="list-style-type: none"> ■ 旅游市场竞争全球化条件 ■ 浅谈塑造桂林旅游新形象 ■ 开发钦州市旅游业的探讨 ■ 论广西旅游业创新发展的 ■ 谈大力发展廊坊市休闲旅 ■ 关于提升休闲农业旅游地 ■ 浅论乡村旅游与农村旅游 ■ 乡村旅游发展问题与对策 ■ 乡村旅游发展中存在的问 ■ 中国旅游饭店定位的创新 ■ 吉林省冰雪体育旅游产业 ■ 长沙市影视旅游开发浅析 ■ 当前云南旅游资源优势及 ■ 城市水业的新机遇新模式 ■ 焦作市土地节约集约利用
最新推荐
<ul style="list-style-type: none"> ■ 双鸭山将在全省率先创建 ■ 泛北部湾区域旅游合作的 ■ 泰州发展城市旅游的对策 ■ 乡村旅游：三十年与三个 ■ 以“软实力”来推动旅游 ■ 打造“夏都”专家谈：“ ■ 打造旅游地产灵魂的三大 ■ 东方明珠：借助世博演艺 ■ 抓住良机积极发挥兵团旅 ■ 抢抓机遇，努力把白山建 ■ 构建鄂西生态文化旅游圈 ■ 雷山倾力打造“中国苗族 ■ 水资源的资产化、资本化 ■ 桂林旅游产业与城市经济 ■ 城市旅游发展模式选择的
学校

长沙市影视旅游开发浅析

作者：王艳 文章来源：中国论文下载中心 更新日期：2009-5-25 [收藏此页](#)

一、引言

影视旅游又称电影引致的旅游（Film-induced Tourism），国外的研究者普遍用电影引致的旅游来概括由影视剧导致的旅游现象。学者们也从不同的视角来定义影视旅游。Bus-by和Klug（2001）把影视旅游定义为：旅游者前往某一目的地或吸引物是由于该地曾经在电视、录像和电影银幕中放映过。Iwashita（2003）深化了这一概念，认为通过向观众展示目的地的特点和魅力，电影、电视以及文学作品可以影响个体的旅游偏好和目的地选择。国内学者将概念界定的重点放在了产品上。王玉玲等（2006）认为，所谓影视旅游，从供给的角度说，是指旅游经营者开发并利用电影电视的制作地点、环境、过程、节事活动以及影视剧中反映出来的能够促进旅游的文化活动，经过策划宣传，推向旅游市场，以取得旅游需求满足和经营利益相一致的一种新的旅游产品类型。从旅游者角度来说，是指旅游者花费一定的时间、费用和精力，通过对影视拍摄的场地、环境、过程以及由影视引申出来的旅游资源的游览、体验，来满足自己求知、求知、求知等心理需求的旅游经历。

旅游业界的促销人员正是看到了电影对旅游者的旅行决策的诱导作用，所以巧借影视作品造势，对旅游外景地开展全方位的宣传促销。影视作品作为旅游营销的有效手段，具有其他营销方式所不具备的优势：一部成功的影视作品，有着长盛不衰的艺术魅力，从而对旅游外景地有更长时间的展现；故事情节能够使人产生强烈的旅游欲望，加上特技效果的应用、明星效应和最佳的拍摄角度更强化了旅游外景地的形象。影视作品对旅游外景地的宣传是全方位的、立体的和持久的，可以在一定时期内为当地创造经济效益。比如2004年红遍东南亚的韩国连续剧《蓝色生死恋II——冬日恋曲》开播后深受影迷喜爱，其拍摄场地、主角曾经踏足的海滩、牧场成了旅游热点，很多韩国观光旅游公司，抓住这个契机，找准切入点，都以《蓝色生死恋II》的拍摄场景及相关事物为主要的旅游行程。根据韩国观光公司的调查，该剧的播出大大带动了韩国旅游业持续升温的热潮，仅2004年1月到9月期间，参加《蓝色生死恋II——冬日恋曲》旅行团前往韩国的日本游客达到20万人，相关经济收益达240亿日元。同样国内也有很多利用影视作品宣传旅游外景地获得成功的实例。1990年，张艺谋的《大红灯笼高高挂》在山东祁县乔家大院拍摄，该片的上映取得了票房的巨大成功，影片获得意大利第48届威尼斯电影节银狮奖并获1992年美国第64届奥斯卡最佳外语片提名，自此乔家大院开始闻名遐迩，影片拍摄当年乔家大院接待游客增长率迎来了高峰。2003年，祁县政府有关部门联系影视公司打算拍摄一部以乔家大院为名称的影视剧，经过种种努力，同名电视剧《乔家大院》在2004年3月开拍，当年游客访问量增长了近1.4倍。该剧于2006年初播出，仅仅3个月后就造成了“五一”的“井喷”事件。

影视作品对外景地的旅游促销作用显而易见，因此许多具有先天优势的外景地联络相关部门通过打造精品影视作品来推动当地旅游业的发展。长沙亦存在着这方面的优势条件。

二、长沙市发展影视旅游的依托条件

1、旅游资源条件

长沙风景秀丽，自然环境优美，市内山水城洲相映，毛泽东主席诗词《沁日春·长沙》中所描写的“湘江北去，橘子洲头，看万山红遍，层林尽染，漫江碧透，百舸争流”的境地，就是长沙自然风光的写照。全市共有人文景观、水域风光、生物景观、古迹与建筑、休闲购物等旅游资源6大类39种544处。

长沙是我国首批国家级历史文化名城，自古以来拥有独特的湖湘文化，素有“屈贾之乡”、“潇湘洙泗”的美誉，是湖湘文化之集大成者，“惟楚有材，于斯为盛”的名人文化是湖湘文化所特有的现象。长沙还有革命传统，有“革命摇篮”之称，毛泽东、刘少奇、彭德怀等近代伟人辈出，成为举世闻名的革命圣地。

2、影视资源条件

长沙拥有着良好的影视资源条件。隶属湖南广播电视集团的湖南卫视坐落于长沙市金鹰影视文化城内的金鹰大厦。其以娱乐为特色、以创新为动力，已连续六年牢牢地处于全国省级卫视领先地位。最新出炉的《中国500最具价值品牌排行榜》显示，湖南卫视品牌价值现已达到57.52亿元，较2007年增值11.58亿元。

机构

博客之星

相关文章

浅谈塑造桂林旅游新形象
 关于提升休闲农业旅游地生命
 中国旅游饭店定位的创新思考
 吉林省冰雪体育旅游产业的发
 山东体育旅游产业现状与发展
 浅析长沙市会展业C R M
 “农家乐”旅游的现状与开发
 安庆旅游渐成支柱产业
 打造景区品牌 提升旅游品位
 黄金周四川旅游魅力不减 九寨

早在1997年，湖南卫视在上星之初就推出了《快乐大本营》《玫瑰之约》等创新节目，迅速在全国刮起了“快乐旋风”；2004年正式推出“快乐中国”品牌理念，并连续四年举办《超级女声》和《快乐男声》，一举改写了“明星娱乐大众”的历史，PK、海选、粉丝成为社会流行语，一批大众喜爱的草根明星应运而生，超女冠军李宇春成为当年美国《时代周刊》的封面人物。超女的轰动效应，使得湖南卫视成为主导中国电视娱乐的风向标。今年又推出了继“超女”之后最火爆的大众参与节目《奥运向前冲》，13次在全国同时段收视排名第一。

除了娱乐栏目与选秀活动之外，湖南卫视的电视剧创作在业内也有相当大的影响。自制大片《还珠格格》创造了收视神话，不仅当年万人空巷，十年后的今天，重播收视仍然高居不下。近年又推出《恰同学少年》、《大明王朝》、《血色湘西》、《又见一帘幽梦》等精品力作。以毛泽东、蔡和森等老一辈无产阶级革命家青年时代生活为内容的励志电视剧《恰同学少年》在各大电视台热播后，长沙市内的湖南第一师范、岳麓山等拍摄地吸引了众多游客。湖南第一师范是毛泽东同志青年时期求学的地方，也是《恰同学少年》的重要实拍地。2007年“五一”黄金周期间，前来湖南第一师范旅游的游客达到8000余人次，与去年同期相比增长了4倍，其中从外地来湖南的游客更是增长5倍以上。与湖南第一师范交相辉映的岳麓山，七天时间接待游客8.9万人次，门票收入110万元，同比分别上升了12%和13%。

21世纪初，中国金鹰电视艺术节永久性落户长沙，在湖南广播影视集团的整体包装下成为国内极具份量的大型影视节庆活动。目前，这样一个以湖南广播影视集团、长沙世界之窗、长沙海底世界、湖南国际影视会展中心、湖南国际会展中心（中心）酒店为一体的金鹰影视文化城为长沙市影视旅游的发展提供了深厚的影视文化氛围和坚实的影视产业基础。

三、长沙影视旅游开发的措施

1、加强影视外景地的宣传力度

优秀影视作品能够很好的宣传城市的旅游形象，发展影视旅游就必须加强对影视作品拍摄地的宣传力度。湖南广播影视集团成功的拍摄了一系列优秀的影视作品，从去年的《恰同学少年》到今年最近热播的《丑女无敌》，都取得了良好的收视成绩。因为旅游宣传推介不够，很多熟知电视剧的观众都不知道其拍摄地长沙，所以我们的旅游营销人员要把握好在长沙拍摄的影视作品的热播时机，通过各种途径宣传热播影视作品拍摄地，也可以通过热播剧中的演员进行宣传推广，从而让更多的潜在的影视旅游者了解拍摄地的情况，吸引他们前来旅游。

2、塑造影视旅游的文化氛围

影视旅游必须同影视作品紧密联系在一起，因此就必须努力营造文化内涵来吸引旅游者，满足旅游者的内在需求。同时，也可以影视作品的视角对现有的旅游资源进行创新性的开发，营造出富有历史或者纪念意义的文化氛围。山西的《乔家大院》就是这方面的典范，通过这部电视剧成功的塑造了山西近代文化商人的形象，宣传了晋商文化，吸引旅游者前来游览。那么同样，我们的影视旅游宣传也可以联合政府及影视拍摄单位，通过打造高质量的影视作品充分挖掘湖湘文化资源、红色旅游资源，来塑造“心忧天下、敢为人先”的长沙精神文化，满足旅游者的精神需求。

3、积极开发影视旅游产品

借鉴国内外成功的开发经验，结合长沙市的实际情况，充分考虑旅游者的心理，不断丰富影视旅游产品，多开展一些参与性强的旅游项目。如，将影视拍摄地恢复成拍摄时的样子，让旅游者亲身参与到影视拍摄中去。《恰同学少年》的主要拍摄地湖南第一师范的相关负责人表示，校方将把毛泽东所在的8班教室等景点还原成剧中场景，这样可以与游客与《恰》剧剧情更贴近一些。据悉，为将湖南一师推广成湖南的红色旅游品牌，该校还将在一些教室里安装多媒体设备，并定时播放校歌以及《恰》剧，让游客能在现场感受到《恰》剧氛围。

旅行社也可以借助影视剧的推动强势，利用拍摄地组织旅游线路，推出以体验影视文化为主题的旅游产品。2007年“五一”期间，湖南省牵手长沙市推出“青年毛泽东风华之旅”旅游线路，线路安排为“湖南第一师范——橘子洲头——岳麓山（爱晚亭）——韶山”。上述景点具有丰富的红色文化底蕴，在《恰同学少年》播出后，满足了游客特别是年轻游客重走青年毛泽东之路的心愿，迎来了“红色旅游”的热潮。同样，旅行社也可以联络相关部门，在中国金鹰电视艺术节期间，利用中国金鹰电视艺术节这一盛大的影视活动来设计策划影视旅游产品，让游客参与到这一节庆活动中来。

4、提高接待服务能力

目前，长沙的一些影视外景地旅游接待能力有限，极大地制约了旅游业的发展。因此，我们应该逐步完善旅游景区的生活配套设施，扩大接待规模，提高接待等级，加强对服务人员的培训，创造一个良好的旅游接待环境。

【参考文献】


- [1] 张文、朱莉：影视剧对旅游发展的影响研究综述[J].北京第二外国语学院（旅游版），2007（3）.
- [2] 吴普、葛全胜、席建超、刘浩龙：影视旅游形成、发展机制研究——以山西乔家大院为例[J].旅游学刊，2007（1）.
- [3] 卢小琴：历史文化名城长沙文化旅游发展战略探讨[J].长沙大学学报，2005（1）.
- [4] 冉红、陆亦农：谈新疆影视旅游的开发[J].新疆师范大学学报（自然科学版），2006（3）.

[查看原文](#)

文章录入：宋宝良 责任编辑：宋宝良

- 上一篇文章： 当前云南旅游资源优势及开发策略
- 下一篇文章： 吉林省冰雪体育旅游产业的发展现状及对策研究

[【发表评论】](#) [【加入收藏】](#) [【告诉好友】](#) [【打印此文】](#) [【关闭窗口】](#)

 网友评论：（只显示最新10条。评论内容只代表网友观点，与本站立场无关！）

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [各地工作站](#) | [联系我们](#) | [会员城市名单](#) | [版权申明](#) | [友情链接](#)

主管：中国社会科学院 主办：中国城市发展研究会 承办：中国城市发展研究会网络中心 大城小市（北京）文化传媒有限公司

联系电话：010-64462852 传真：010-64462856 邮箱：ccyb1102@163.com 法律顾问：北京中逸律师事务所李建新律师

Copyright©2006-2007 All Rights Reserved 版权所有·中国城市发展研究会 京ICP备05086808号

本网站非赢利性网站，如果侵犯了您的权益请与管理员联系，我们一定及时更正。