

川剧产业化发展与旅游业合作的思考

刘玺 峻冰

【摘要】知识经济时代的文化产业化及传统文化与其他产业（或行业）跨类融合似的共谋已经常见，而由此带来的经济效益和社会价值也颇为可观。因此，在继承传统文化发展文化产业的同时，在产业、行业推进中适时融入文化元素愈加普遍。基于此，聚焦川剧产业化发展及其与旅游业的融合，在分析川剧产业化发展的现状的前提下，探讨其与旅游业合作的可行性及衍生优势，于川剧与旅游业的发展应不无裨益。

【关键词】川剧产业化；旅游业；合作；跨类融合

【中图分类号】G122**【文献标识码】**A**【文章编号】**1008-0139(2018)3-0090-5

知识经济时代背景下的文化产业化及传统文化与其他产业（或行业）跨类融合似的共谋双赢已为常见，而由此带来的经济效益和社会价值也颇为可观。川剧作为中国传统戏剧文化、戏曲艺术之一种，在新的时代无疑需要继承和发展，而将其产业化，在某种意义上，显然也是一种保护、发展的重要手段。因此，川剧文化产业化发展，尤其是与旅游业适度结合，无疑既是对优秀传统文化的继承，亦是促进旅游等经济发展的一种重要形式。一如某些研究者所言：“对传统戏剧类非物质文化遗产进行适度、合理的旅游开发，不仅能够丰富旅游活动内容，促进旅游业发展，而且对于保护、传承和发展传统戏剧也具有重要意义。”^①当然，如何进一步推动川剧产业化发展，特别是与旅游业的合作，在合作共赢中促进二者的协同发展，乃是当前需要认真面对和重视的问题。

一、川剧产业化发展现状

川剧又称川戏，由四川民间灯戏融合昆腔、高腔、胡琴、弹戏发展而成，语言幽默风趣，生活气息浓厚，是中国众多地方戏曲艺术之一种，主要流行于四川、贵州、云南等地。在川剧表演行当中，脸谱（如在“变脸”演出中的运用）乃是极为重要且极具特色的部分，不仅具有极高的艺术价值，就是在中国戏曲发展史及巴蜀文化发展史当中亦占据极为独特的位置。在现今社会，川剧已经成为一种文化品牌，在国内外都有较高的知名度。从保护、继承和发展角度出发，将川剧产业化具有不少已经具备的优势。

一是川剧产业化已有政府的支持：为促进川剧产业化发展，政府有关部门已出台对川剧相关文化产业、企业、川剧表演、剧团等的扶持政策。如《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》便提出了“戏曲振兴工程”：“加大对国家级非物质文化遗产保护名录中传统戏剧项目的扶持力度。推动戏曲进校园、进农村、进基层，将地方戏曲演出纳入基本公共文化服务目录，支持戏曲艺术表演团体到各级各类学校演出”^②；四川省也颁布了《四川省人民政府办公厅关于支持戏曲传承发展的实施意见》：“力争在‘十三五’期间，健全以川剧为代表的四川戏曲艺术保护传承工作体系、学校教育戏曲艺术表演团体传习相结合的人才培养体系，完善戏曲艺术表演团体体制机制、戏曲工作者扎根基层潜心事业的保障激励机制，大幅提升戏曲艺术服务群众的综

作者简介：刘玺，四川交通职业技术学院讲师，四川成都 611130；

峻冰，四川大学文学与新闻学院影视艺术系教授，四川成都 610064。

^①丁晓娜，余敏辉，高珍：《传统戏剧类非物质文化遗产旅游开发探讨——以皖北泗州戏为例》，《淮北师范大学学报》（哲社版）2013年第3期。

合能力和水平，培育有利于戏曲活起来、传下去、出精品、出名家的良好环境，形成全社会重视戏曲、关心支持戏曲艺术发展的生动局面”^②。二是川剧产业化形式多样：在川剧产业化发展过程中，与川剧相关的文化产品如服装、道具、文化演出等均有自己的产业，川剧与旅游业、餐饮业及高科技等产业跨类融合，便能在融合过程中，促进各自原有产业的新发展，同时丰富、提升川剧产业化发展的形式、机遇和平台。

除上述优势，川剧产业化还能够提升消费人群数量；扩展对外交流，增加国际元素，洋为中用等。但即使如此，川剧产业化发展中也存在一些不应忽视的问题。

虽然川剧产业化发展过程中的消费者数量必然有所上升，但是其消费者基群因时代原因和传承惯性，相对而言还非常小，因而川剧产业化的社会、人文环境仍然不够健全。如政府对川剧产业化支持过程中更多的是资金投入以打造文化产品，而对川剧发展的文化环境的构建还用力不够，与戏剧产业化发展相关要素的打造和培育还不能充分满足市场化的需求。二是川剧的艺术表演性质决定了其产业化的突出问题乃是演出人才的培养问题，而人才培养的复制速度、推广度都受到诸多非人力可控因素的限制，成本也会较大增加。总的来说，川剧产业化需要有一定的创业力量、消费群体、足够的资源、公平开放的环境等；于此前提下，川剧才有可能实现科学的可持续的产业化发展。然而，不能说，当下川剧的创作力量是不足的；其不少表演剧目的相关投资回报还比较困难。

鉴于川剧产业化发展的现状，可以看出，川剧的产业化发展是具有潜力的，前景也是光明的；即使其产业化发展过程中可能存在这样那样的问题，但问题毕竟是发展中的问题，换角度、想办法、调整思路之后，是可以有效解决的。其实，一如习近平总书记谈文艺创作时所说：“文艺创作中出现的一些问题，同创新能力不足很有关系”^③；川剧产业化的创新不是无中生有，它应是在继承中华文化和中华美学精神基础上的创新，“绝不是简单复古，也不是盲目排外，而是古为今用、洋为中用，辩证取舍、推陈出新，摒弃消极因素，继承积极思想”，进而“实现中华文化的创造性转化和创新性发展”^④。²

二、川剧产业化发展与旅游业合作优势

川剧产业化发展的创新性促进，无疑要积极探索其与其他行业的融合发展。具体到与旅游业的合作发展问题，我们不难发现这种合作有着较大利好。

川剧能够成为旅游业中的特色产品：无疑，在旅游业的发展当中积极融入文化元素乃是促进自我发展的重要方式；随着文化元素的恰当植入，旅游业亦能提升自身的附加值：不仅可以创造更多的经济价值，也能较大程度地满足消费者的精神需求。作为传统戏曲艺术的川剧显然是一种文化特色，将自身融入旅游业之中进而实现产业化的快速发展是可行的，也是比较容易实现的——四川作为富有旅游资源的大省，为川剧与旅游业的合作共融提供了得天独厚的条件。当然，具有地方性特色的川剧也是中国优秀的传统文化遗产，在全国性的旅游业发展当中有机融入川剧文化元素，同样可以提升省外各地旅游业的附加值。在旅游业的这种发展进程中，自然能够发展出极具特色的川剧文化产业。如在四川、云南、贵州等地以川剧为文化艺术元素，在各自的旅游业发展中将其开发成特色旅游文化产品，既可以展现区域文化特色，也可在有效的省际旅游交流合作中对各省旅游业的发展起到积极的推动作用。

旅游业与川剧产业化进程相结合可互相促进自身发展空间：旅游是人们文化沟通交流的一种常见方式。在旅游的过程中，

① 《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》，中华人民共和国文化部官网，2017-02-28, <http://www.mcprc.gov.cn>。

② 《四川省人民政府办公厅关于支持戏曲传承发展的实施意见》，四川省人民政府，2016-02-24, <http://www.sc.gov.cn>。

③④ 习近平：《在文艺工作座谈会上的讲话》，《人民日报》2014年10月15日。

人们多以开放、探索、接纳等的心态去了解在地文化。各地特色文化与旅游业相互融合，便在消费心理、大众文化心态方面搭建了一个身心交流的平台，能够使地区特色文化更好地贴近广大消费者，为普通大众所了解、认识和接受。与此同时，消费者在旅游过程中通过接触川剧也可获得较大的旅游愉悦感、满足感；而这种旅游愉悦感、满足感则可进一步促进川剧、旅游二者传播空间的扩大：旅游业本身因之具备了比较强的驱动力，与之相关的特色文化产品也会受到更广泛的关注。具体说来，在旅游业当中加入川剧表演与川剧脸谱等特色商品，无疑可以在较大程度上吸引消费者，进而加快川剧产业化的进程。

川剧与旅游业合作的衍生产品具备广阔市场：对四川乃至大中国来说，旅游市场十分广阔。川剧产业化与旅游业相结合，除川剧表演可以较大范围内推广之外，与川剧有关的类似旅游纪念品、工艺品、时尚饰品等衍生产品也会大量涌现。川剧衍生产品开发自然也是川剧产业化发展建设的重要内容之一，也是川剧产业附加值提升的重要手段。川剧借助旅游业进行衍生产品的开发和拓展，自然具有广阔的市场前景。据国家有关部门统计，中国公民在国外旅游消费中，购物花费约占总旅费的 50%；而在欧、美、日本、韩国及东南亚等国，旅游纪念品销售收入约占游客总旅费的 40%以上，甚至高达 60%-70%，然在国内旅游中的纪念品购物消费仅占总旅费的 17%。^①由此看来，国内川剧衍生产品市场广阔，大有进一步挖掘的潜力。当然，川剧衍生产品的设计、开发必须借鉴国外的先进经验，积极创新，与优秀的传统文化艺术元素相结合，大力进行有益的创造性转化。一如有的研究者在谈到川剧脸谱的旅游开发设计时指出的：“利用川剧脸谱元素进行旅游产品开发设计的过程是一种将川剧文化所体现的行为方式、生活方式以及思维方式等与现代生活方式进行结合的过程，在此过程中，产品特征在语意内容和对模型赋予的意义之间区分出来，经过不断地选择、放大、验证、排除，从而使消费者在对显在的文字、符号、图形的解读过程中，获得隐藏在表层注释背后的意义象征。”^②川剧衍生产品的种类和传播渠道的扩大，既能补充川剧表演等相关服务产品的不足（川剧表演不易被保留、触摸等），也丰富了消费者对川剧、旅游二者较为直观、立体的文化艺术和娱乐休闲体验，进而大大拓宽市场空间。

三、川剧产业化发展与旅游业合作的途径

既然川剧产业化发展与旅游业合作有多方面的优势，那具体到操作层面，应如何发挥二者的合作优势，如何实现二者的双赢发展乃较为重要和关键。

（一）旅游进程中凸显川剧演出的魅力

川剧与旅游业的合作实际上是文化与旅游·结合的具体方面，是文化产业发展进步的合理内容。中国文化部 2003 年下发的《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》中，明确将“文化产业”界定为：“从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业”，它是“与文化事业相对应的概念，两者都是社会主义文化建设的重要组成部分”，它“是社会生产力发展的必然产物，是随着我国社会主义市场经济的逐步完善和现代生产方式的不断进步而发展起来的新兴产业”，“已形成演出业、影视业、音像业、文化娱乐业、文化旅游业、网络文化业、图书报刊业、文物和艺术品业以及艺术培训业等行业门类”^③。放眼世界，文化与旅游相结合的成功范例已有很多。如泰国旅游中的人妖表演及泰国传统文化表演等——作为泰国旅游的重点内容，它们受到广大旅游消费者的欢迎，从而大大带动了旅游业的发展。实际上，川剧演出与中国旅游业的结合就可以借鉴泰国文化旅游业的有益经验。当然，这还需要有好的环境背景及外在条件的支持，如相关政府部门、旅游公司及从事川剧表演的人员或剧团等的相互协调、配合等。只有打造好了合作基础和演出环境，才可能为广大旅游消费者提供优质的川剧表演服务。为此，可以从如下两个方面着力：

① 陈旻：《脸谱的视觉语境》，《艺术百家》2010 年第 8 期。

② 杨玲：《川剧脸谱元素在旅游纪念品设计中的应用研究》，《长江师范学院学报》2017 年第 1 期。

③ 《文化部关于支持和促进文化产业发展的若干意见》，中华人民共和国文化部官网，2003-09-04，<http://www.mcprc.gov.cn>。

一是加强川剧表演者与旅游公司的合作：目前川剧表演者与旅游公司的合作内容仅限于票务。合作力度显然不够，还可在营销模式、宣传力度、品牌建设等方面采取灵活便捷的措施加强合作，尽可能让知晓旅游途中有川剧演出的游客或意欲观看川剧表演的游客数量得到大幅提升，进而实现强化川剧演出的吸引力和构建更好更丰富的旅游服务内容的目的。二是旅游目的地政府或行业有关部门进一步加强川剧演出与在地旅游业合作机制、机会的营建：旅游目的地政府的大力支持显然是实现川剧演出与在地旅游业合作共赢的重要力量。当地政府有关部门可采取进一步开放剧院、协调解决相关演出困难等措施，为二者的合作提供更多、更好的基础和机会，尽可能让川剧演出和川剧绝活（如变脸、吐火等）进入合适的剧院或新搭建的适合川剧演出的场所，让游客或本地文化消费者能在较好的环境中欣赏到高质量的富有魅力的川剧表演等。

（二）以丰富多彩的川剧文化活动提升旅游质量

川剧作为四川、贵州、云南等地的民俗文化代表，本身极具区域特色。也因如此，将川剧演出及与之相关的民俗文化活动加入旅游当中，不仅会产生相应的文化艺术感染力，也会丰富旅游者的人生体验，提升旅游服务的满意度。与此相关的成功案例在贵州就有。该省推出了民族风情游线路方案，目的是让游客充分体验到当地的风土人情，如以凯里地区的苗、瑶、侗等民族聚居的村寨为支点，游客每到一个景点都会看到并能亲自参与到有当地景区组织的数十人规模的民间文艺表演。即兴参与表演的游客对旅游的体验和感知将更为深刻，愉悦感、满意度也得以大幅提升——这自然能够增强在地旅游吸引力，并能有效拓展后续旅游产业。当然，川剧演出和相关文化活动也可参照此种方式开展，以增强在地旅游业的吸引力和竞争力。

从产生和发展两方面来看，川剧具有两种属性：文化艺术属性和商业属性（以商业化运作模式来满足大众娱乐休闲的属性）。因而，川剧产业化发展与旅游业相结合可以彰显川剧的文化艺术产品与商业产品的双重属性。在旅游景区，可以结合相关条件将川剧演出及相关表演活动体验巧妙融入，如创造条件在时间等许可的前提下让游客有机会亲自扮上川剧妆容、穿上川剧戏服进行像模像样、合于规定情境的表演活动，或者让游客有机会亲自带上川剧脸谱，来真切感受其中所蕴含的艺术魅力和浓郁的传统文化内涵。其实，在某种意义上，“易装”活动也能够较大程度地让游客释放现实生活的压力，进一步让行为主体旅游的原初目的得到完美性达成——这无疑也能极大地带动川剧文化艺术的传播和生命力呈现。

（三）加大旅游业中川剧衍生产品的设计、制作与营销

川剧在产业化发展进程中必然涉及到自我衍生产品（如川剧服饰、脸谱等旅游纪念品、工艺品等）的设计、制作与营销问题。这显然需要相关企业预先设计、制作、宣传和销售；而将川剧衍生产品在恰当的时机投放于旅游景区，则可实现丰富旅游市场、提升旅游服务附加值等的效果。因此，有预见性、前瞻性的企业加大川剧衍生产品的生产力度，并及早与旅游目的地的相关单位和个人谋划川剧文化衍生品的宣传和营销方式、方法，则显得极为必要。

诚然，如有的研究者所说的，“随着时代发展，繁荣的川剧渐渐没落，川剧脸谱却因独特的美感价值受到现代设计界的关注，在 market 需求的推动下，川剧脸谱元素的旅游纪念品开始萌芽。从传统川剧脸谱中提取美学价值，融汇于现代旅游纪念品设计，是保障产品品质的关键；而对川剧脸谱旅游纪念品的推广途径、方式，也在一定程度影响到消费者对该产品的接受和认可。”⁰归根结底，主导旅游业发展的乃是文化产业；它依托文化内涵、品牌竞争力来提升产业发展空间和发展后劲。推进川剧产业化的同时也应重视旅游文化的发掘、整理和宣传，扬长避短，突出优势，巧加包装，进而摸索出发展文化旅游、风情旅游等的创新之路。于此同时，积极进行川剧衍生产品的宣传、推广、营销，尽可能提升旅游业发展竞争力，形成有影响力的旅游品牌以及固定的目标受众。

在本质层面上，川剧产业化发展实是将川剧置于现代市场环境，尽力拓展川剧的传播、继承和发展空间，同时引入消费理念，借消费者之力提振川剧的文化艺术生命力。当然，这也是川剧将自我置身于消费需求之中，置身于现代社会发展大背景下所进行的发展方向和发展策略的探索——在新的社会语境和传播空间中必须有新的发展策略和发展模式。川剧产业化与旅游业的结合是互利双赢发展思路的结果，也是在激烈竞争的市场环境中所作的“抱团取暖”、扩大产业规模、拓宽传播渠道和开拓演

艺市场的有益尝试。