

# 影视产业带动地区经济发展策略研究

张思涵

**摘要：**影视产业是文化产业的重要组成部分，在文化产业中具有带动引领作用，推动影视产业与旅游业深度融合，已经成为拉动地方经济发展的重要增长点。影视产业在宣传塑造地区形象、促进旅游业发展、延伸相关产业链等方面对地区经济发展都具有较强的带动作用，但也存在部分取景地过度商业化、游客数量增加引发环境破坏、消费热度逐步衰减后的资源浪费等问题，需要加强内容创新，提高影视产业核心竞争力；推动相关产业融合发展，拓展产业发展空间；完善宣传计划，实现整合式营销；培育发展文化创意产业，开发定制化旅游产品；加强公共服务和基础设施建设，改善发展环境；加强生态环境与历史文化遗产保护，实现可持续发展。

**关键词：**影视产业 文化旅游 经济

影视产业作为传播文化的重要载体，是文化产业的重要组成部分，影视产业在产业属性上有别于其他物质生产领域的产业，不仅拥有经济属性，还拥有社会文化属性，加快构建完整的影视产业链，推动影视产业与旅游、文化创意等产业深度融合，对于提升一个地区的文化软实力、培育并形成新的经济增长点具有重要意义。

## 一、影视产业对地区经济发展的带动作用分析

### （一）宣传塑造地区形象

在影视与文旅产业的多元融合中，城市成为创作与现实的交汇点，影视作品作为一种重要的文化表达形式，在对地区形象的宣传与塑造过程中发挥着重要作用，通过可辨认的城市空间，塑造出影像叙事独特的新内涵和新视界，展示出一个地区的独特魅力和内涵。一部情节丰富的影视剧，将影像空间的地区气质反哺于真实的地理空间，使原

本抽象单调的地名变得具体而生动，不断激活地区文化效力和影响力。例如，电视剧《去有风的地方》主要取景地为云南大理，通过展现乡村振兴和少数民族特色元素如木雕、扎染、刺绣等非物质文化遗产，充分展示了当地独特的文化资源，播出后因其高价值的内容及较好的收视表现引发了媒体和观众的兴趣，为后续的文旅产品开发提供了丰富的元素，激发了公众对非物质文化遗产传承的浓厚兴趣。再比如，广东江门是《让子弹飞》《一代宗师》《狂飙》等 20 余部影视作品的主要拍摄地，随着这些影视作品的不断播出，江门的知名度不断攀升，擦亮了“城市名片”，使江门成为了网民心中最希望打卡的“网红城市”。

### （二）促进旅游业加快发展

影视作品通过银幕、荧屏传播不同地区的自然资源、文化资源，能够使观众通过观看不同类型的影视作品了解当地的自然风光和乡土人情，由此催生旅游

消费行为。通过影视作品的推广，很多优秀影视作品的拍摄地点都已成为热门的旅游目的地，影视产业与旅游业跨界融合成为新经济增长点。2023 年年初热播的电视剧《狂飙》通过其扣人心弦的群像叙事和扫黑行动剧情吸引了众多观众，同时也展现了拍摄地江门特色的骑楼建筑文化和历史街区，展现了独特的城市景观和文化遗产。《狂飙》的热播使江门旅游的搜索访问量和旅游订单量都大幅增长，不仅促进了旅游业加快发展，也拉动了酒店、餐饮、交通等旅游服务行业的快速发展。携程数据显示，2023 年 3 月以来，江门的旅游搜索访问量同比去年同期增长 174%。江门官方公布的数据显示，“五一”假期前两天江门共接待游客 76.52 万人次，旅游收入 4.39 亿元，相对 2022 年分别增长 173.01% 和 184.29%，相对 2019 年分别增长 34.25% 和 26.03%。

### （三）带动相关产业发展和升级

影视产业不仅拥有经济属

性还拥有社会文化属性，从产业特点看，影视产业具有高度的外部相关性，影视作品本身集聚了文学、音乐、美术、戏剧等其他艺术形式的特征，随着影视衍生产品的不断开发，相关产业会得到不断丰富和发展，影视产业与旅游业、文化娱乐等服务业有效整合，不仅能够带动这些相关产业的发展，还可以增强影视产业本身的活力，通过产业链的不断延伸，形成产业集聚效应，进而促进地区经济的发展。以山西平遥国际电影展为例，平遥古城是中国保存最为完好的四大古城之一，拥有便利的交通条件和深厚的文化底蕴。近年来，平遥坚持以文塑旅、以旅彰文，充分利用了平遥古城的隔离性和历史感，举办了七届国际电影展。在国际电影展的推动下，平遥古城相关产业链不断发展与升级，吸引更多创作者来此取景拍摄、投资兴业，成为展示山西、展示晋中壮丽山河和独特魅力的新窗口，促进了餐饮、住宿、交通和商贸等相关产业的协同发展，为晋中、平遥经济发展注入了源头活水。

## 二、存在问题

### （一）景点过度商业化

随着影视作品播出后地区知名度的大幅提高，消费者大量增加，为了满足其多样化的需求，各地区会不断加大对拍摄地旅游资源的商业化开发力度，增

设更多的商业设施，如餐馆、礼品店、宾馆以及其他旅游设施，以此提高消费者接待数量。但过度的商业化开发也会带来一系列负面影响，如大量游客涌入可能导致部分地区过度拥挤，影响当地居民的正常生活，还会导致原有的自然景观和生态环境遭受破坏，特别是当爆款产品出现后，可能会出现一些跟风模仿的商品或服务，导致产品单一化、同质化。此外，过度商业化开发还可能会出现为了吸引游客而推出“套路游”“购物游”等不良旅游方式，从而给消费带来消费压力和不愉快的旅游体验。

### （二）消费者数量增加引发环境破坏

影视作品取景地虽然吸引了大量游客，但也存在破坏环境的潜在风险。大量消费者涌入后，突然增加的人流量和产生的垃圾可能对景点周围的自然环境造成一系列负面影响。例如电视剧《陈情令》热播后，大结局取景地贵州荒山被消费者踩出了一条路，破坏了当地的生态环境；浙江磐安的瀑布取景地，也因消费者增多造成了垃圾清理难题。同时大规模的人为开发和建设可能导致拍摄地的生态环境破坏，包括土地开垦、建筑物和基础设施建设等都会对当地生态系统造成不同程度的破坏。

### （三）消费热度衰减后的资源浪费

影视作品的带火效应会带

动短期内消费者的大量涌入，促进当地旅游业的繁荣，但是随着客流量的逐渐减退，部分拍摄地消费者数量会急剧减少，这将导致部分拍摄取景地在后期运营和维护上面临一定的困难，导致人力、物力、财力资源投入过剩，商业设施、基础设施使用效率下降，无法取得相应的经济收益，在一定程度上造成了资源浪费。

## 三、发展建议

### （一）加强内容创新，提高影视产业核心竞争力

内容创新是影视产业发展的核心驱动力，也是影视产业发展的核心竞争力，提升影视产业核心竞争力需要把创作生产更多优秀影视作品作为中心任务，着力打造影视精品力作，加强原创能力建设，加大影视剧本创作专项扶持力度，培养多类型创作风格，增强精品剧目持续供给能力。

### （二）推动相关产业融合发展，拓展发展空间

加快培育发展新兴业态，创新融合发展模式，通过资源共享、优势互补，加快实现影视与出版、旅游、演艺、软件和信息服务、商贸、时尚等融合发展，拓展产业发展空间。推动传统影视企业与互联网企业跨界融合，加强与通信运营商、信息服务企业的合作，充分利用互联网、移动终端等载体，加大影视产品推广力度，提升受众群体数量。运

用项目众筹、大数据运用、互联网营销等新手段,实现影视企业创新发展。鼓励网络文学创作改编影视产品,拓展网络文学影视产业链。

(三)完善宣传计划,实现整合式营销

创新宣传方式,通过多种创新手段实施整合式营销战略,延续热门影视剧带来的效应,引入新的文化卖点,塑造新的城市形象,展示城市的魅力和吸引力。充分利用影视文化的热度,整合各种资源和推广手段,以深度挖掘城市本身的文化底蕴和特色资源,例如采取航拍、短视频制作等方式展示地区的历史文化和自然风貌;利用明星、自媒体等资源为地区进行宣传;制作导览图引导游客沉浸式旅游打卡;在多平台持续发布影视旅行相关信息等等,通过综合营销策略持续提升城市知名度和吸引力,对地区经济发展带来积极的推动作用。

(四)培育发展文化创意产业,开发定制化旅游产品

加快培育壮大文化创意产业,共同推动影视旅游相关产品的开发与推广,将影视作品的IP价值与地区特色相结合,开发衍生产品,从而延伸拓展文化产业链条,丰富文化产品种类,吸引更多消费者,进一步提升地区的知名度。根据影视作品的题材和拍摄地特色文化,开发相关的定制化旅游产品,如参观影视作品的拍摄场景、定制主题游、

沉浸体验剧情等活动,更好地满足消费者的个性化需求,让他们更深入地了解并体验影视作品的故事情节、背景及所在地风光,提升消费者对目的地的认知和投入度。

(五)加强公共服务和基础设施建设,改善发展环境

完善公共服务和基础设施能够大大提高消费者的体验和满意度,有助于提升拍摄地口碑的传播。加大对公共服务和基础设施的投入力度,加强景区的硬件设施建设,不断改善道路、停车场等基础设施,提升景区的通行便利性。完善景区周边的住宿、餐饮、购物设施等公共服务设施,提高旅游的舒适度和便利性。在公共服务方面,完善公共交通体系、旅游观光车辆等设施,提高游客进出游览区的便捷性;完善公共安全设施和服务,确保消费者的人身和财产安全;提供更为方便的导览服务、游览路线规划等旅游辅助服务,帮助消费者更好地了解景区和规划旅行。

(六)加强生态环境与历史文化遗产保护,实现可持续发展

加强对取景地的自然环境、历史文化遗产保护和管理是实现可持续发展的必然选择。加强对消费者行为的监管与管理,以确保消费者在观光游览过程中遵守环境、文物保护准则。加强环保教育,引导消费者秉持可持续发展和环保理念,减少对地区生态环境的人为破坏。

影视产业作为文化产业的重要组成部分,对地区经济发展和城市形象塑造具有重要作用。通过影视作品的热播,不仅可以推动地区形象的宣传与塑造,促进旅游业的发展,还能带动相关产业链的发展和升级。未来,需要积极探索新的发展路径,创新管理模式,逐步化解存在的问题,通过各类政策的有序引导,推动影视产业与文化旅游等相关产业深度融合,使影视产业与地区经济发展更加紧密地结合起来,为地区经济发展注入新动力、增添新活力,促进地区经济高质量发展,实现产业转型升级和文化繁荣。■

#### 参考文献:

[1]朱树智.城市品牌如何借势发力——江门借热播剧《狂飙》提升城市热度[J].新闻前哨,2023,(19).

[2]肖凝,胡宇霏.论影视文化资源对取景地网络关注度的影响——以电视剧《去有风的地方》为例[J].中国集体经济,2023,(30).

[3]赵斌.影视文化产业发展与地方经济建设协同机制研究[J].卫星电视与宽带多媒体,2019,(1).

[4]樊姝彤.中国本土电影节的打造——平遥国际电影展的渐进与思考[J].戏剧之家,2020,(28).

(作者单位:广州华夏职业学院)

责任编辑:康伟