

新质生产力视角下“青铜器之乡”扶风器物文化演艺剧商业模式研究

李宽 房宁

西安培华学院 陕西西安 710125

DOI: 10.12238/ems.v7i4.12699

[摘要] 本文以新质生产力推动乡村全面振兴理论为背景, 聚焦“青铜器之乡”扶风器物文化演艺剧商业模式。新时代背景下各类非遗传承都受到了前所未有的发展挑战, 紧跟时代, 利用新质生产力推动创意、数字技术与青铜器跨界融合, 将青铜器文化传承融入到大众喜闻乐见的戏剧演出之中, 并对新时代下的陕西省部分地区的文化传播模式进行分析, 为扶风县青铜器发展和传承合理规划。

[关键词] 新质生产力; 青铜器; 非遗传承; 扶风县; 商业模式

前言

中华优秀传统文化是新质生产力发展的重要支撑, 将扶风县青铜器发展融入到新质生产力的范畴之中是大势所趋, 因而本研究以新质生产力推动乡村全振兴为背景, 深入探讨和挖掘扶风器物文化演艺剧的商业模式创新, 为扶风文化产业发展提供新思路, 打破传统青铜器博物馆的单一宣传模式, 为扶风县发展提供全新视角, 同时为其他地区文化演艺剧的发展提供借鉴。

1 扶风器物发展现状及发展动态

扶风县的青铜器文化具有深远的历史意义和艺术价值, 但目前的研究和商业化利用尚不充分。目前, 博物馆和学术界的合作多停留在展览和学术研讨的层面, 缺乏深入的跨界合作模式。此外, 尽管青铜器作为扶风的文化标志, 但在全国乃至国际上的知名度和影响力还有待提升。

近年来, 随着文化和旅游业的融合发展, 越来越多的地方政府开始寻求通过文化遗产来促进地方经济发展。扶风县政府也提出了将文化遗产转化为经济增长点的战略。特别是宝鸡市政府最近提出的高质量发展主题, 强调要推进文旅商体的融合, 为扶风的青铜器文化提供了新的发展机遇。市政府的支持为扶风青铜器的更广泛推广提供了政策和资金支持, 有望将这些珍贵的文化遗产转化为具有强大吸引力和市场竞争力的旅游和文化产品。此外, 一些文创企业已开始探索如何将青铜器的元素融入现代设计中, 创造出符合现代消费者审美的产品和服务。深入挖掘和传承扶风青铜器文化的内涵及市场价值, 通过传统与现代的结合, 打造具有地方特色的文旅演艺剧品牌, 为当地文化旅游产业注入新活力。

2 新质生产力对扶风器物文化演艺剧的影响

2.1 数字化技术的加持

新质生产力强调技术创新 and 知识创造的推动作用, 因而为扶风县青铜器器物文化演艺剧的创新发展提供了新的视角。首先在剧本中, 数字化技术的应用为利用科幻的背景将人物吸入, 做出漩涡的效果, 观看的人群将会带上 VR 眼睛, 同时配上 3D 音效和座椅震动使观众能够身临其境地体验拟人化的青铜器战斗和紧张的情绪提升观演体验; 其次, 武打、拟人化的融入为演艺剧的内容创新提供了新思路。通过将青铜器与现代艺术表现手法相结合, 创作出更加具吸引力和感染力的演艺作品。

2.2 跨界融合的新趋势

跨界融合是当今演艺剧市场的新趋势, 《冬簋密码》文化演艺剧将会与旅游、教育、科技等领域的深度融合, 这种跨界融合将会拓展演艺剧的市场空间。首先在旅游方面将会继续致力于开发向白鹿原中《二虎守长安》式的沉浸式演出进

发, 同时设置多种体验模式, 开发独特的青铜器文化节; 其次在科技领域将会利用虚拟文化创造更多二次元形象提高青铜器器物演艺剧的市场竞争力, 推动扶风器物文化的传承和发展。

3 扶风器物文化演艺剧商业模式

本文主要论述运营模式与盈利模式。

3.1 演出运营模式

3.1.1 自主运营

成立独立且专业的演出运营团队, 团队核心成员: (1) 艺术创作组, 由资深导演担任总导演, 负责整体艺术风格把控与演出节奏调度; (2) 舞台呈现组, 舞美设计师运用现代设计理念与技术, 结合扶风器物元素, 打造独特的舞台场景。灯光音响师则依据剧情与舞蹈节奏, 精心设计灯光变化与音效配合, 营造沉浸式观演氛围。 (3) 演员团队, 通过公开选拔与专业院校合作等方式, 招募具有扎实表演功底、舞蹈基础和对传统文化有深刻理解的演员。针对不同角色, 如铸铜工匠、贵族等, 进行专业培训, 包括西周礼仪、青铜器制作流程、扶风方言等内容, 提升演员对角色的塑造能力。

开展深入的市场调研, 分析目标客户群体需求与市场竞争态势, 结合扶风文化特色, 制定年度演出计划, 包括演出主题、场次安排、创新亮点等; 建立严格的制作标准与流程, 从剧本创作、舞美设计到服装道具制作, 每个环节都进行质量把控。剧本经过多轮研讨与修改, 舞美设计方案需通过专家评审, 服装道具制作采用优质材料, 确保还原历史真实感; 制定科学的排练计划, 导演与演员、各艺术创作组紧密沟通, 不断优化表演细节。定期进行合成排练, 模拟演出场景, 解决灯光、音响、舞蹈、表演等各环节的衔接问题; 设立演出执行团队, 负责现场演出的组织与管理, 包括舞台设备操作、演员调度、观众服务等。建立应急处理机制, 应对突发情况, 如设备故障、演员突发状况等, 确保演出顺利进行。

3.1.2 合作运营

优先选择在文化创意、内容制作、品牌推广等方面具有丰富经验和资源的企业。与当地大型旅行社、旅游景区、酒店等建立合作关系。旅行社拥有庞大的游客客源, 可将演艺剧纳入旅游线路推荐; 旅游景区可提供演出场地或联合开展文化旅游活动; 酒店则可作为票务销售点和游客推荐渠道。与合作方共同出资成立项目公司, 按照股权比例分享收益与承担风险。通过股权绑定, 促使合作方深度参与演艺剧的运营管理, 充分发挥各方优势资源。各方根据项目需求投入资源, 共享项目收益。与旅游景区合作, 在景区内打造以扶风器物文化为主题的实景演出项目, 吸引更多游客。将演艺剧的部分运营环节, 如票务销售、宣传推广等委托给专业企业。

委托方明确运营目标与要求,受托方按照合同约定进行运营管理,并收取相应费用。

3.2 盈利模式

3.2.1 门票收入

根据座位位置、观演体验等因素,将票价分为多个层次。设置VIP席,提供专属服务,如近距离观演、与演员互动机会、赠送限量版纪念品等,定价较高;普通席则根据不同区域设置不同价格,满足不同消费层次观众的需求。根据演出时间、市场需求、节假日等因素,灵活调整票价。在旅游旺季、周末、节假日等需求旺盛时段,适当提高票价;在淡季或工作日,推出优惠票价,吸引更多观众。推出多种套票形式,如家庭套票、亲子套票、情侣套票等,给予一定价格优惠,鼓励家庭和团体购票。同时,与旅游企业合作,推出包含门票、景区门票、酒店住宿等的旅游套票,提高综合收益。

建立功能完善、界面美观的官方网站,提供演出信息查询、在线选座购票、会员服务等功能。优化网站用户体验,确保购票流程便捷顺畅。与携程、去哪儿、飞猪等主流旅游电商平台合作,上线演出门票产品。提供独家优惠活动,吸引平台用户购票。同时,利用平台大数据分析功能,了解用户需求与购票行为,优化产品推广策略。在微信、微博、抖音、小红书等社交媒体平台开设官方账号,通过发布精彩演出片段、幕后故事、文化解读等内容,吸引用户关注。利用社交媒体平台的电商功能,如微信小程序、抖音小店等,开展门票销售活动。在演出剧院设置售票窗口,提供现场购票服务。安排专业售票人员,为观众提供咨询解答、选座建议等服务。与各地旅行社建立紧密合作关系,将演艺剧门票作为旅游产品的重要组成部分进行推广销售。为旅行社提供优惠政策,如团购折扣、返佣等,激励旅行社积极推广。与当地及周边地区的酒店合作,在酒店大堂设置票务销售点,向入住客人推荐演出门票,提供酒店专属优惠。

3.2.2 衍生产品销售

以扶风器物文化为核心,开发系列文化创意产品,如马勺脸谱创意摆件、青铜器造型书签、文化主题笔记本等。注重产品设计的创新性 with 实用性,将传统文化元素与现代生活需求相结合。推出与演艺剧角色相关的服装道具复制品,如西周贵族服饰、铸铜工匠工作服等,满足消费者对角色扮演和文化体验的需求。同时,开发儿童版服装道具,针对亲子市场进行推广。利用数字化技术,开发数字衍生产品,如扶风器物文化主题的手机壁纸、表情包、游戏等。通过线上平台进行销售或免费下载,增加品牌曝光度与用户粘性。在剧院内设置衍生产品展示销售区,利用观众观演前后的时间进行销售。设计具有吸引力的展示陈列,营造良好的购物氛围。与扶风及周边地区的旅游景区合作,在景区内的商店、游客服务中心等场所销售衍生产品。结合景区主题,推出定制化产品。建立官方线上商城,通过官方网站、社交媒体平台等渠道进行推广。提供便捷的购物体验,支持在线支付、物流配送等服务。同时,与电商平台合作,开设官方旗舰店,扩大销售范围。

3.2.3 广告赞助

在演出剧院内外设置广告位,包括舞台背景板、观众席座椅套、剧院大厅展板等。根据广告位位置与曝光度,制定不同的广告价格。在演出宣传海报、宣传册、门票、节目单等宣传资料上预留广告位置,为赞助商提供品牌展示机会。在官方网站、社交媒体平台、旅游电商平台等线上渠道展示赞助商广告。根据平台流量与用户群体,制定精准的广告投放策略。与赞助商合作,推出品牌定制演出活动。根据赞助商品牌特点与宣传需求,在演出中融入相关元素,如品牌标识、宣传口号等。同时,为赞助商提供专属的观演体验,如

贵宾接待、与演员互动等。结合赞助商产品或服务,策划主题活动推广活动。利用社交媒体平台,与赞助商合作开展互动活动,如抽奖、话题讨论等。

3.2.4 版权运营

对演艺剧的剧本、音乐、舞蹈编排、舞台设计等进行版权登记,确保知识产权得到法律保护。采用数字水印、加密技术等手段,防止版权内容被非法复制、传播。对线上传播的演出视频、音频等进行技术监控,及时发现并处理侵权行为。与电视台、网络视频平台等媒体机构合作,授权其转播演艺剧。根据媒体平台的影响力与转播范围,收取相应的版权费用。将演艺剧版权授权给其他文化机构或企业,用于改编成电影、电视剧、动漫、游戏等其他艺术形式。通过版权改编,扩大品牌影响力,增加版权收入。参与国内外文化交流活动,将演艺剧推向国际市场。通过国际版权合作,授权国外机构演出或传播,促进中国传统文化的国际传播。

3.2.5 研学活动

邀请历史文化专家、考古学者为研学群体举办扶风器物文化讲座,讲解器物的历史背景、制作工艺、文化内涵等知识。通过讲座,让学生深入了解扶风文化的博大精深。开设马勺脸谱绘制、青铜器模型制作等手工制作课程,让学生在实践中感受传统文化的魅力。配备专业的指导老师,确保学生能够掌握制作技巧,完成自己的作品。安排学生与演艺剧演员进行互动交流,了解演员表演经验、角色塑造过程等。演员可以现场展示一些表演技巧,让学生亲身体验舞台表演的魅力。与中小学校、大学、教育培训机构等建立合作关系,将研学活动纳入其教学计划或课外实践活动中。为教育机构提供定制化的研学方案,满足不同年龄段学生的学习需求。在剧院内或周边设置专门的研学活动场地,配备教学设备、制作工具等。同时,与当地博物馆、文化遗址等合作,将其作为研学活动的校外实践基地,丰富学生的学习体验。制定完善的安全保障制度,确保研学活动的安全有序进行。为学生购买意外保险,配备专业的安全管理人员,对活动场地、教学设备等进行安全检查。

结论

以新质生产力为背景,通过创新的商业模式和文化演艺活动,深入挖掘和传承扶风青铜器的历史文化价值。结合现代科技和艺术形式,探索以扶风青铜器文化为核心的演艺剧商业模式,将青铜器文化转化为能够吸引现代观众的文化产品和体验活动,从而增强青铜器文化的市场活力和社会影响力。此外,项目后续将通过系列文旅活动和文创产品的开发,推动地方文化旅游产业的发展,为当地经济提供新的增长点,同时为类似文化资源丰富的地区提供可借鉴的商业模式。

【参考文献】

- [1] 刘杲羿. 数字经济下非遗马尾绣文化产业的创新与发展[J]. 高科技与产业化, 2025, 31 (01): 79-81.
 - [2] 赵红. 非遗文化中的戏剧元素与舞台剧表演研究[J]. 民俗研究, 2023, 39 (1): 120-128.
 - [3] 解学芳, 贺雪玲. 新质生产力驱动数字文化产业高质量发展的创新范式与优化机制[J]. 社会科学研究, 2025, (02): 25-35.
 - [4] 刘忠良. 青铜器之乡——扶风县[J]. 中国土地, 1994, (04): 41.
 - [5] 陈思覃. 新媒体助力非遗文化传播的策略研究[J]. 名作欣赏, 2025, (08): 20-22.
- 基金项目: 2024年度西安培华学院、陕西省省级大学生创新创业训练计划项目, 项目名称: 新质生产力视角下“青铜器之乡”扶风器物文化演艺剧商业模式研究; 项目校级编号: PHDC2024013, 省级编号: s202411400068。