

舞蹈演艺产业与餐饮产业的融合现状探究

王壮壮 苏金洸 (通讯作者)

泉州师范学院, 福建泉州, 362046;

摘要: 在文旅消费升级、Z世代成为消费主导力量的背景下, 传统舞蹈演艺跟餐饮产业之间的界限正慢慢消融, 从杭州湘湖的山水演艺聚会到郑州的大唐剧宴体验, 从北京宫宴里能体验到的沉浸式汉服至新疆昌吉的民族歌舞餐秀演出, “舞蹈演艺+餐饮”复合型场景在美团 app 的搜索量正按照年均 275% 的搜索增速不断发展, 实现城市消费格局的重塑。这种融合不仅仅是把空间场景进行叠加, 更是文化叙事、消费逻辑与产业价值的深度再创造。本研究围绕二者融合的现状进行聚焦, 运用产业经济学跟文化消费理论结合的形式, 全面探究两者融合的动因、样式、困境与应对路径, 意在为舞蹈演艺产业与餐饮业高质量融合提供既具备理论深度又有实践价值的指导方案。

关键词: 舞蹈演艺产业; 餐饮产业; 产业融合

DOI: 10.64216/3080-1486.25.10.006

1 研究背景

在文旅消费升级的时代革新浪潮里, 传统舞蹈演艺产业跟餐饮产业正处在深刻的变革与融合阶段, 特色文旅产业是文旅产业整体转型升级的关键, 也是城市文化传承与创新的重要基础。美团旅行统计得出的数据显示, 2025 年前 3 个月, “沉浸式餐饮秀”搜索量与去年同期相比激增近 275%, 这一数据直观地表明消费者对于融合文化体验及餐饮服务的新消费场景有强烈渴望。体验经济时代让人们不再满足餐饮空间的基本功能, 而是追求满足基本温饱后的精神寄托, 在空间中寻找惬意与满足感, 追求餐饮空间设计中的情感附加值。这类消费观念的革新, 为舞蹈演艺产业跟餐饮产业的融合开拓了广阔的市场天地。

从近年来产业发展这个角度看, 舞蹈演艺产业作为舞蹈文化产业体系的核心产业之一, 正面临着票房增长乏力、运营成本居高难下等问题。据粗略的统计, 后疫情时候全国大中型演出平均上座率降低, 人力成本在总成本里的占比慢慢升高, 餐饮领域同样陷入了严重的同质化竞争僵局。按照相关报道, 《2025 年中国餐饮产业生态白皮书》显示, 2024 年新开办的店 1 年存活比例不到 30%, 由窄门集团发布的《2023-2024 中国及全球餐饮最新数据报告》显示, 2023 - 2024 年餐饮行业年度关店率达 56%。怎样在白热化市场竞争里脱颖而出, 成为餐饮企业亟须解决的麻烦, 在这样的大背景下, 舞蹈演艺产业跟餐饮产业相融合是二者实现转型升级的重要法子。

政策层面也为二者的融合提供了有力支持。文旅部在《“十四五”旅游业发展规划》中明确提出“培育沉浸式演艺、主题化餐饮等新业态”, 各地政府纷纷响应, 通过非遗补贴、场地租金减免等政策手段, 积极引导舞

蹈演艺产业与餐饮产业的融合发展。270° 全息投影、智能交互餐桌、虚拟数字人导览等技术的应用, 打破了传统舞蹈演艺与餐饮服务之间的空间界限, 给消费者带来了全新的沉浸式体验, 为二者的融合注入了强大动力。

2 舞蹈演艺产业与餐饮产业的融合模式

2.1 主题场景型

主题场景型是以主题为基点, 以场景为载体, 通过多维度设计实现目标群体的连接。主题场景型融合模式把地域文化作为核心, 经由对文化 IP 的深度挖掘来复刻场景, 缔造出带有浓郁地域色彩的沉浸式消费空间, 北京宫宴、洛阳“唐宫夜宴”、杭州宫宴等皆为这一模式的典型范例。

杭州宫宴以宋韵文化为主题, 在空间设计范畴, 把餐厅设计成宋代宫廷宴会的场景模样, 雕刻梁檠、红灯高吊着, 营造出了十足的古典氛围。顾客以汉服着装的状态入场, 好似回到了宋代的宫廷里面。在菜品设计上, 杭州宫宴借鉴了《武林旧事》《猪肉颂》等历史资料, 推出了一批带有宋代特色的菜品, 像东坡肉、蟹酿橙这类, 每一道菜品均搭配了详细的历史典故介绍, 让顾客在食用美食的当口, 还能体会到宋代饮食文化的迷人风采。

在节目表演阶段, 杭州宫宴创造性地打造出一个 360° 圆形剧场, 演员在舞台上呈现《梁祝》《白蛇传》等饱含杭州文化印记的节目, 同时采用投影技术, 把《千里江山图》等宋代名画投影到舞台背景上, 营造出了光彩夺目的视觉效果。杭州宫宴同样设置了多个互动环节, 好比“簪花令”“投壶礼”等, 让消费者亲身投入到宋代的宫廷娱乐活动里, 提高了消费体验的互动及趣味特性, 依靠这种全面性的场景营造和文化叙事, 杭州宫宴

顺利把宋韵文化转变成体验的消费场景,实现了消费者对地域文化深度体验的需求。

2.2 动向融合型

动向融合型是把传统舞蹈演艺的“表演动向”与餐饮服务的“消费动向”进行有机整合,打破传统舞蹈演艺与餐饮服务在时间与空间上的界限,将消费流程设计成一个连贯的戏剧化体验。郑州“大唐剧宴”首创的“七目剧场”模式是这一类型的典范。

在郑州“大唐剧宴”,宾客的消费动线贯穿“入宫-赐宴-观戏-游宴”四大场景。

宾客自迈进餐厅的那一瞬间起,就好似穿越回唐代的宫廷里,身着唐装的服务人员打扮成宫廷里的侍卫、宫女,引导宾客把一系列的仪式完成,在把菜端上的环节,菜品的呈现跟戏剧表演紧密契合,每一道菜品推出之际,都跟着一段精彩的剧情演绎,当演员开始吟诵“一骑红尘妃子笑”时,新鲜荔枝宴同步露面,如此巧妙的谋划让餐饮从单纯的饱腹行为变成戏剧叙事的重要载体。

在整个消费的过程阶段,演员跟宾客的互动频繁且自然,演员通过扮演李白、杨贵妃等历史人物,跟宾客进行交谈、敬酒,邀请宾客进入剧情里面,这种“吃饭就入戏”的设计,大大增强了消费者的代入感与参与体验感。于该模式里,顾客的拍照分享率急剧提高,很好地表明了其在吸引消费者关注及参与方面的极大优势。经由把消费流程弄成戏剧化,郑州“大唐剧宴”为消费者打造出一个绝无仅有的沉浸式体验,让消费者在品尝美食之际,也可沉浸到唐代的历史文化氛围里头。

2.3 空间重构型

空间重构型模式是针对现有空间资源进行重新的规划、设计、改造及利用,从而实现空间结构优化、功能提高以及效益最大化的策略。该模式借助当下科技手段,对城市存量空间开展艺术性的重塑,把舞蹈演艺与餐饮服务整合进全新的空间场景中,实现空间功能的多样与复合特性,杭州湘湖雅韵为这一模式的成功案例之一。

湘湖雅韵凭借湘湖优越的山水资源,建设起“天-水-山”三位一体的沉浸式空间,把面积达2000m²的湖面转化为动态剧场,通过有立体旋转升降特性的机械舞台、多维数控激光喷泉、全包裹水火特效以及270°全息投影技术,创造出了极具震撼力的视听盛宴。正值晚餐的时段,湘湖雅韵上线了“弄潮儿时空穿梭秀”,将数字人“弄潮儿”时空穿梭设为叙事主线,使跨湖桥文化、良渚文明等杭州八千年的历史文化脉络串联在一起。在演出实施阶段,同步呈现杭帮菜的非遗技艺,让美食文化跟地域文化充分融合。

此种“无边界剧场”模式,不仅给消费者带去了前所未有的视听冲击,还极大程度扩大了消费空间。湘湖雅韵积极承办各类大型活动,诸如2024年浙江卫视抖音双十一直播晚会“熠熠生辉灯火之夜”、浙江卫视《听说很好吃》节目录制等事例,进一步提升了其品牌的知名度与市场竞争力,依靠对城市存量空间进行艺术化激活,湘湖雅韵让舞蹈演艺产业、餐饮产业与城市文旅产业实现协同发展,为城市文化消费注入了别样的活力。

2.4 技术驱动型

技术驱动型模式是一种以技术创新为核心驱动力,依靠研发和运用先进技术推动业务进步的商业模式。该模式通过虚拟现实、增强现实、人工智能等技术,打破现实与虚拟的界限,为消费者带来全新的感官体验。海底捞夜宵主题店的“火锅+Livehouse”模式以及上海叙宴的智能交互餐桌应用等都属于这一类型。

海底捞夜宵主题店通过引入DJ舞池、AR投影等技术,对传统火锅店进行了全方位的改造。在夜间时段,海底捞的门店摇身一变成为了年轻人喜爱的Livehouse,动感的音乐、绚丽的灯光以及精彩的舞蹈表演,为消费者营造出了充满活力的社交氛围。同时,部分门店还融入了“大唐侍郎”国风互动等特色内容,消费者可以在享受美食的同时,与身着唐装的服务员进行互动,参与诗词飞花令等传统游戏,使消费体验更加丰富多元。

3 舞蹈产业与餐饮产业融合面临的挑战

3.1 内容同质化与文化浅表化

尽管舞蹈演艺产业跟餐饮产业相融合呈现蓬勃发展的形势,但内容同质化与文化浅表化问题正逐渐凸显,大部分沉浸式餐秀有着“汉服+古风歌舞”的标准模板形式,众多项目在内容创作上没有创新举措,仅停留在对传统文化元素的简单组合,未能透彻挖掘文化内涵,造成不同地区、不同品牌的沉浸式餐秀在形式与内容上极为雷同。

3.2 成本压力与盈利失衡

舞蹈演艺产业跟餐饮产业的融合需巨额前期投入,涉及场地租赁、设备购买、人员培训、内容创作等多个范畴,这给企业增添了沉重的成本压力,以杭州湘湖雅韵做例子,单场演出时,其设备折旧费用数额较高,演员人力成本在营收里的占比也挺高。为了达成震撼的视听效果,湘湖雅韵为购置先进的舞台设备投入大量资金,像能立体旋转升降的机械舞台、多维数控的激光喷泉、270°全息投影设备这类,购买以及维护这些设备的成本十分高,为了让演出质量达标,湘湖雅韵招录了专业舞蹈演员、编导以及技术人员,演员人力成本变为运营成本的关键组成部分。

3.3 体验割裂与服务断层

在舞蹈演艺与餐饮融合的过程中,体验割裂与服务断层的问题较为突出。部分消费者反映“演出与菜品脱节”,在一些景区餐秀中,舞蹈表演的时代背景与所提供的菜品风格不匹配,例如在唐代舞蹈表演期间,呈上的却是西式甜点,这种文化叙事的断裂严重影响了消费者的体验连贯性。

3.4 文化表达的在地性缺失

许多舞蹈演艺与餐饮融合项目在文化表达上存在在地性缺失的问题。以昌吉“大美新疆”餐厅为例,多数游客认为其歌舞表演“舞蹈编排城市化,缺乏民族原生感”。这主要是因为,在项目开发过程中,许多沉浸式项目由北上广等一线城市的团队设计,这些团队虽然在创意与技术方面具有优势,但对当地文化的理解往往停留在表面,缺乏深入的研究与体验。

4 舞蹈产业与餐饮产业融合的实践路径

4.1 建构“季节+IP+在地”的动态体系

头部品牌的实践事例表明,内容迭代乃提升项目吸引力及竞争力的关键所在,杭州宫宴新近推出“宋韵二十四节气宴”,依据不同节气的特点跟文化内涵,规划相适应的菜肴、舞蹈剧目及互动环节。在清明节,呈现《西园雅集图》主题秀,同时拿出应季佳肴,让消费者于品尝美食的当口,感受宋代文人清明时节搞雅集的文化韵味。湘湖雅韵推出“数字人弄潮儿”IP,依靠AI算法达成“千人千面”的剧情沟通,消费者在进行演出参与期间,能依照自己的爱好做挑选,凸显个性的文化体验。项目跟杭州本地文化紧密结合,把跨湖桥文化、良渚文化等地方特点融入演出内容当中去,让文化表达更贴合当地文化。这种“每次看都有新亮点”的内容设计,有效带动了消费者的复购频次,杭州宫宴会员再次消费的复购率显著提高。

4.2 打造“模块化+数字化”的协同平台

运营优化是改善项目盈利水平和服务质量的关键手段,湘湖雅韵“演艺综合体”模式借助数字化中台整合了票务、餐饮、文创等12个模块,做到了各业务板块的高效配合,消费者于购票之际,可同时预订餐饮服务以及文创产品,系统按照消费者的选择开展智能排座及服务的安排,很大程度提升了消费体验的便利及流畅性。在开展运营活动期间,运用数字化中台对各模块运营数据开展实时监督与分析,依照市场需求与消费者给

出的反馈,及时改变菜品供应、演出场次以及文创产品的种类,做到精准营销与资源合理配置,即刻调整菜品供应情况、演出场次数量与文创产品类别,达成精准营销与资源恰当配置。

5 结语

舞蹈演艺跟餐饮产业的汇融,是文旅消费升级浪潮推动下产业转型的必然出路,更是引领传统文化迈向当代转化的创新实践,二者的融合已超越“演出+餐饮”的简单相加,打造出以文化叙事为核心、技术赋能为支撑、用户体验为导向的产业新形态。这种融合不仅给舞蹈演艺产业拓宽了生存空间,打破票房瓶颈与成本高昂的困局,还为餐饮产业规划了差异化竞争的路径,逃离同质化的怪圈,更使消费者从“功能消费”进入“意义消费”阶段,在味觉与视觉的双重欣喜里触碰文化暖意,二者的融合会朝着“城市文化客厅”“产业生态圈”等更高维度升级,不仅成为城市文化消费的新标杆,还将给传统文化的活态传承与产业的高质量发展添加持久动力。

参考文献

- [1] 谭博. 舞蹈演艺产业的产业链与创新链探究[J]. 文化产业, 2023, (08): 40-42.
- [2] 赵婉宏, 刘丽, 卢明慧. 大庆市特色文旅产业融合发展路径创新研究[J]. 大庆社会科学, 2025, (04): 146-150.
- [3] 周子惠, 张耀. 体验式餐饮室内空间设计探析[J]. 家具与室内装饰, 2018, (08): 102-103.
- [4] 高俪芸. 敦煌旅游演艺产业提升策略研究[D]. 西北师范大学, 2024.
- [5] 李乐. 旅游演艺产业发展与舞蹈教学共创性研究[J]. 旅游与摄影, 2023, (08): 95-97.
- [6] 高永鹏, 刘伯书. 文旅融合视域下秦皇岛旅游演艺产业发展路径研究[J]. 旅游纵览, 2022, (17): 77-79.
- [7] 王丹. 我国中小城市旅游演艺产业发展研究[D]. 上海社会科学院, 2017.
- [8] 王雪. 舞蹈演员在主题公园演艺产业中的多元化发展研究[J]. 明日风尚, 2016, (22): 296.

作者简介: 王壮壮(1999—), 男, 河南洛阳人, 硕士研究生在读, 研究方向为艺术管理。

通讯作者: 苏金流(1976—), 男, 教授, 硕士生导师, 工作单位为泉州师范学院。