

武汉地区汉剧品牌建设及文化旅游开发策略分析

肖牡丹，黄亚男，曾天晗

文华学院中文系 湖北武汉

【摘要】汉剧是数百年来地域文化产物，在中国戏曲发展史上，汉剧的历史地位不可小觑，早在 2006 年汉剧就被列为了第一批非物质文化遗产保护项目。虽然现如今汉剧日渐式微，但其曾经为戏曲的发展所作出的贡献不可磨灭。本论文结合武汉地区汉剧发展实际，主要从汉剧品牌剧目建设、汉剧品牌人才建设、汉剧品牌文化旅游开发三方面展开研究。

【关键词】汉剧；品牌建设；文化旅游开发

【基金项目】湖北省教育厅哲学社会科学研究项目(24G066)；湖北品牌发展研究中心研究项目(P20240103)；文华学院教学研究指令项目《基于应用型人才培养的“中国戏曲欣赏”课程创新研究》(2024rwjy30)

【收稿日期】2025 年 8 月 14 日 **【出刊日期】**2025 年 9 月 12 日 **【DOI】**10.12208/j.ssr.20250349

Analysis of Han opera brand building and cultural tourism development strategies in Wuhan

Mudan Xiao, Yanan Huang, Tianhan Zeng

Department of Chinese, Wenhua College, Wuhan, Hubei

【Abstract】Han Opera is the product of regional culture for hundreds of years. In the history of the development of Chinese opera, the historical position of Han Opera cannot be underestimated. As early as 2006, Han Opera was listed as the first batch of intangible cultural heritage protection projects. Although nowadays Han Opera is gradually declining, its contribution to the development of opera is indelible. Based on the actual development of Han Opera in Wuhan, this paper mainly studies the construction of Han Opera brand repertoire, the construction of Han Opera talents and the development of Han Opera culture tourism.

【Keywords】Han opera; Brand shaping; Cultural tourism development

1 汉剧品牌剧目建设亟须推新

戏曲剧目内容及其表现形式在戏曲发展中至关重要。当前，很多地方戏曲发展受限甚至走向衰亡，戏曲观众越来越少，究其原因，戏曲内容上的地域性、时代感缺乏及表演形式上的僵化是主要原因之一。三纲五常、才子佳人这些陈旧的内容与当今人们的思想观念、审美意向存在着较大的差距，很难与现代观众产生精神共鸣，且表演形式上也趋于板式化。因此，要想维护地方戏曲的可持续化发展，必须在戏曲内容上加强其地域性、时代感，创作更多具有鲜活时代气息和地方文化特色的精品佳作。表演形式上要力求增强“舞台可视性”，从灯、服、道、景等方面较好地渲染戏曲环境，提升舞台效果。

武汉地区汉剧品牌的打造完全可以依托地域文化优势，在剧目内容创作上将“楚源流文化”、“长江文化”、“东方茶叶港茶文化”、“知音文化”、“码头文化”、“文人骚客文化”、“英雄文化”、“红色文化”、“民间艺术文化”等融入到汉剧中来，形成汉剧之楚文化篇、长江文明发展篇、知音篇、英雄篇等戏曲剧目。可以说，这既是武汉地域特色文化的盛宴式展播，同时也是戏曲品牌时代性、地域气息的个性张扬。彰显大武汉城市精神，在特色戏曲中延续“敢为人先，勇闯天下，九省通衢，兼容并蓄”的精神内涵！

2 汉剧品牌人才建设亟须加强

当前，戏曲人才流失、新老艺人青黄不接可以说是整个地方戏曲人才梯队中的普遍现象。人才建设不足，

也势必导致整个戏曲发展呈现出日渐萎缩的趋势。武汉汉剧在鼎盛时期涌现出了许许多多优秀的汉剧演员,从事汉剧表演的人也多达 2000 余人,培养出了像陈伯华、吴天保这样优秀的汉剧艺术大师。但到了 20 世纪 80 年代,则只剩下 1000 余人;21 世纪初,骤然直降,只剩下 400 余人;直到今天,汉剧演员仍在不断减少。化解危机,戏曲品牌人才建设是关键,构建多层次人才体系:一方面强化“名家传艺”模式,培养精通十大行当的青年精英;另一方面推动武汉“汉剧+文旅”融合,联合高校开设戏曲管理、非遗传播等课程,培育兼具汉剧素养与旅游策划能力的复合型人才,助力汉剧从舞台艺术向文化 IP 转型。

2.1 汉剧品牌专业人才培养

针对当前武汉地区汉剧人才流失、行当失衡、创新乏力等问题,武汉需从政策保障、教育融合等多维度构建人才生态体系,重塑汉剧品牌生命力。

政策保障方面,武汉市可联合相关部门设立“汉剧振兴专项基金”,重点支持武汉汉剧院,并辐射到其他汉剧团,优先解决演员的基础生存问题,稳定人才队伍;积极参与到“名家传艺计划”,即以名家传承汉剧经典,支持非遗传承人领衔开设“汉剧大师工作室”,以经典剧目为教材,通过“1 名导师+N 名青年演员”的师徒制,系统性传承十大行当技艺,提升人才队伍的专业水平。

教育融合方面,其一,可深化武汉高校汉剧教育体系。譬如在武汉音乐学院等开设汉剧表演、编剧、舞美等专业,培养汉剧专业人才,除此之外,可利用一些高校的新闻专业领域资源,开设“戏曲传播与管理”交叉学科专业,培养既懂汉剧艺术又擅新媒体运营的复合人才,推动汉剧文化的传播。其二,为了深耕文化土壤,可在武汉市中小学推行“汉剧进课堂”计划,将经典戏剧片段纳入音乐课,并组织评选,选拔苗子进入武汉艺校汉剧班定向培养,使汉剧更早地走进祖国未来一代。这一举措,不仅有利于汉剧文化的传承,更能推动汉剧文化传播、激活汉剧市场,为汉剧的复兴奠定人才基石。

2.2 汉剧文化旅游专业人才培养

走可持续发展之路,将戏曲与文化旅游等产业化经济结合是地方戏曲长足发展的有效途径,但对专业性较强的戏曲专项旅游来说,没有既具备戏曲知识,又具备旅游知识的导游人才、管理人才和推介人才则将会极大阻碍戏曲旅游的开发及快速推进。采取院校培养模式,同样可以联合一些地方院校开设“汉剧旅游管理”专业,课程设置可涵盖汉剧史论、汉剧非遗保护

与传承、旅游策划等模块,针对性培养专业全面的“汉剧+旅游”复合型人才。与此同时,联合政府、院校、行业等各方面力量,对培养汉剧文旅复合型人才也是非常好的策略。如由政府相关部门牵头,成立“汉剧文旅联盟”,吸纳如武汉汉剧院、湖北省博物馆、汉剧博物馆、武汉戏曲艺术中心、黄鹤楼公园等单位,发挥各自优势,共享信息,整合资源,避免各自为营的重复工作,更有效率地联合培养三类人才:承担“汉剧文化使者”的复合型导览人才;承担“汉剧文化融合”的复合型策划人才;承担“汉剧推广大使”的复合型运营人才。各方协力合作,进行更加细分更具专业性的“汉剧+旅游”复合型人才队伍建设,为汉剧文化的复兴打下坚实基础。

3 汉剧品牌文化旅游开发亟须推进

有着“东方芝加哥”美誉的武汉地处江汉平原东部,世界第三大河长江及其最大支流汉水横贯市境中央,将武汉城区一分为三,形成了武昌、汉口、汉阳三镇隔江鼎立的格局。“黄鹤楼中吹玉笛,江城五月落梅花”,江城武汉现辖 13 个城区,3 个国家级开发区,面积 8467 平方公里,境内江河纵横、湖港交织,上百座大小山峦,166 个湖泊坐落其间,水域面积,占全市面积四分之一,构成了极具特色的滨江滨湖水域生态环境。借助大武汉生态文化旅游优势,将极具武汉地域特色的汉剧作为一种重要的戏曲文化旅游资源融入其中并进行开发利用,既可以丰富旅游者的旅游内容,又有助于打造汉剧这一“省剧”品牌,发展戏曲文化旅游新内涵!在查阅已有相关文献及对武汉概况进行了解的基础上,本人认为,武汉地区汉剧品牌文化旅游开发可探索以下路径:

3.1 博物馆、艺术馆路径

博物馆、艺术馆路径是一种新型的资源凝聚型的文化旅游资源开发模式,其主要功能是保护和传播地域文化遗产,具有地域性、展览性、教育性等特点。武汉是一座历史悠久、文物资源丰富的文明城市,是长江流域人类文明的重要发祥地。湖北省博物馆享誉国内外,馆藏资源丰富,存积了大量的文物资源和人文遗产,每年游客繁多。中国第一座汉剧博物馆,位于武汉市紫阳公园“戏剧岛”,高 26 米的 3 层仿古建筑紫阳阁,与紫阳大戏台共同组成“汉剧博物馆”。2024 年,位于汉阳区琴台大道旁武汉美术馆与琴台大剧院之间的武汉戏曲艺术中心启动建设,包括 1 个 800 座剧场、3 个 350 座剧场、1 个 300 座实验剧场、1 个戏曲非遗展览馆。武汉戏曲艺术中心建成后,将成为武汉公共文化

新地标、戏曲“大码头”新阵地、文旅融合新典范,形成全国一流的复合型多样化的文化服务中心、文旅休闲体验中心、传统文化传承及创新中心。因此,武汉地区汉剧品牌旅游开发可以有效利用湖北省博物馆、汉剧博物馆、武汉戏曲艺术中心等相应资源优势,于博物馆、艺术馆内,将汉剧戏曲文物及宝贵资料以文字、声音、视频、动画等数字化形式进行保存并进行动态化展示,将戏曲与现代科技融合,游客在三维立体影像及虚拟模型中感受汉剧的艺术特征、文化脉络、发展轨迹和历史演变,寓教于乐,耳目一新,这必将对武汉汉剧品牌的塑造及戏曲文化旅游开发产生深远影响。

3.2 主题公园路径

戏曲主题公园是指在文化景区主题公园中设置戏曲园和地域特色戏曲剧目,即运用人工方式在靠近文化景区的地方打造荟萃戏曲艺术于一园,并从多角度反映戏曲文化的大型主题公园。戏曲旅游主题公园的建设依托文化景区建设,注重戏曲文化的休闲性、文化性、参与性和娱乐性渗透。

当前,武汉市作为省会旅游城市,文化旅游景区享誉国内外,旅游基础设施建设和旅游景区建设相对完善,我们完全可以以此为依托,建设各景区戏曲文化旅游主题公园,开发地方戏曲表演景区,让游客通过欣赏和参与体验戏曲表演艺术来了解地方文化、体会地方传统文化所蕴涵的生活美与艺术美,寻找出与戏曲、曲艺的契合点,发掘与旅游景点有关的剧目和表演艺术形式,在园区内设立戏曲培训体验馆、展示馆、主题茶楼、主题餐馆、主题宾馆等,让游客真正身临其境体会到独具魅力的地方戏曲。通过这种戏曲文化与旅游的结合,既可保护和传承地方戏曲文化,使地方戏曲得以发扬光大,又能真正体现文化生态旅游的内涵与价值。

3.3 节庆旅游路径

当前节庆旅游已经成为吸引游客的一种有效手段。戏曲节庆旅游是指各地以其独特的戏曲文化为核心吸引力而举办的一种旅游形式。戏曲作为活态的非物质文化遗产,只让游客简单地参观欣赏并不能完全展现出它的价值和特色,只有在旅游过程中加入动态的参与才能使旅游者有更为深刻的感受。

武汉地区汉剧文化旅游开发可以借助动态的节庆

活动来体现。如武汉“戏码头”中华戏曲艺术节创办于2013年,它以传承中华优秀传统文化戏曲文化、促进全国各地戏曲文化的交流创新、丰富和活跃武汉地区戏曲演出市场、推动武汉“戏码头”繁荣发展为目标,以名团聚集、名家荟萃、名剧迭出为特色,迄今为止已成功举办十余届,是享誉全国的戏曲盛会。此外,武汉赏花节、美食节、渡江节、武汉国际旅游节、民间文化艺术节等节庆活动纷呈,节庆期间,来自全国各地甚至海外的游客汇聚一堂,赏美景、品美食、略文化。紧抓节庆旅游之火力,适时并巧妙融入地方戏曲表演及互动,带领游客进入大型戏曲盛宴,这样既能带动文化旅游市场,从而又打响戏曲旅游品牌。

参考文献

- [1] 扬铎:《汉剧传统剧目考证》,武汉市文联戏剧部 武汉汉剧院艺术室,1981年版。
- [2] 毕剑:《戏曲旅游的开发研究》,赣南师范学院硕士论文,2007年版。
- [3] 赵先政:《汉剧传承发展与保护研究》,上海戏剧学院博士学位论文,2008年。
- [4] 朱江勇:《中国戏曲文化旅游概述》,《旅游论坛》,2010年第2期。
- [5] 朱伟明,陈志勇,孙向峰:《汉剧史论稿》,人民出版社,2016年版。
- [6] 董晓茜:《汉剧发展现状及未来趋势》,华中师范大学硕士学位论文,2016年。
- [7] 段雨婕:《武汉市汉剧演出场所的空间分布和历史变迁分析》,湖北大学硕士学位论文,2018年。
- [8] 王红,丹晓飞等:《武汉市汉剧剧场的时空分布特征分析》,《地理信息世界》,2021年第2期。
- [9] 胡家豪:《人类学视野下的汉剧票友研究》,华中师范大学硕士学位论文,2022年。

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS