

2018年第2期 (总第62期)

BOYA

STRATEGY
CULTURE&TOURISM
GROUP

主管: 博雅方略文旅集团

主办: 博雅方略研究院

出版编辑: 《博雅e刊》编辑部

顾问: (排名不分先后)

于希贤 肖 星 王尚义 李明德 邵 春 王兴斌
寇有观 申元村 吕 斌 冯长春 董锁成 郑忠林
武弘麟 李 庚 郭焕成 王艳平 高建鹰 王兴中
尹怀庭 赵祖望 范家驹 李宝中 蔡克光 刘思敏
杨勤业 王英杰 徐仁立 吴 浩 王聚英 张建国
刘高平 王富德

编委会: (排名不分先后)

窦文章 李国栋 苏凯诗 梁建军 吕洪梅 陈迎燕
李国卿 王成武 陈惠民 杨 文 林明珍 杜金桥
王宝刚 张一鹏 刘丽艳 夏冬利 卞庆宝 赵孟奎
董品伽 孙海涛 高 慷 白 涛 谢 雯

主 编: 窦文章

执行主编: 李国栋 杜金桥 谢 雯

责任编辑: 谢连风

编辑部: 谢连风 李 雪 赵玲玲 赵宇栋

文字编辑: 谢连风 李 雪 赵宇栋

美术编辑: 赵宇栋

版面设计: 赵宇栋

Tel.: 4000008916 / 010-62964309

Fax: 010-62979285

E-mail: ekanboya@163.com

《博雅e刊》编辑部地址: 北京市西城区车公

庄大街9号院五栋大楼A3座12层

邮编: 100044

网址: <http://www.onpku.com>

首卷语 EDITOR

博雅动态 BOYA-DYNAMICS

专家文章 EXPERT ARTICLE

发展红色旅游 助推扶贫攻坚	06
学习贯彻习近平总书记发展红色旅游重要论述的认识和实践	10
照金文化旅游发展“八个路径”品牌工程主题创意策划	14

博雅观点 BOYA-VIEWPOINT

走出去: 临沂红色旅游市场创新与品质提升	18
国际共产主义照耀下的红色旅游	22
军事旅游与红色旅游	30
旅游大数据时代红色旅游营销突围之路——以宁都、婺源、遵义、瑞金为例	36
赋予红色旅游新的时代内涵——红色旅游如何与时俱进的发挥红色教育、基因传承功能	46

经典案例 CLASSIC CASE

打造全国红色旅游改革创新示范区——广东省红色旅游发展规划	50
中国长征文化核心展现地——遵义会议会址景区创建国家5A级景区整改提升规划	56

博雅团队 BOYA-TEAM

建设国际一流旅游目的地的品质渭南 ——窦文章教授出席 2018 品质立游强 旅论坛并发表精彩演讲

2018.03.30 渭南

3月30日下午，2018品质立游强旅（渭南）论坛在西安丝绸之路国际旅游博览会开幕日举行。本次论坛是2018渭南品质旅游系列活动的一部分，由陕西省旅游发展委员会、渭南市人民政府指导，渭南市旅游发展委员会、西北旅游文化研究院共同主办。

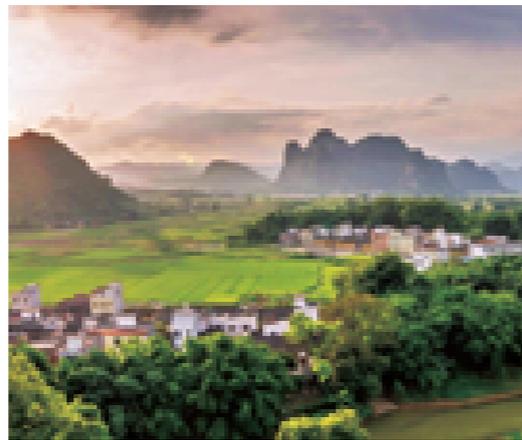
陕西省旅游发展委员会主任高中印、副主任郝占延、渭南市长李明远、渭南市人大常委会主任郭勇格、渭南市政协主席刘新兴、渭南市委常委宣传部部长王玉娥等领导出席论坛。论坛形成了《2018品质立游强旅（渭南）共识》，从全域旅游、旅游供给多元化、“一核一心四带十区”建设、目的地战略、乡村振兴、国际化进程等方面阐述了渭南旅游的发展建议和路径。

中国旅游改革发展咨询委员会专家委员、北京大学教授、博雅方略文旅集团首席专家窦文章教授出席了此次论坛，并就渭南市发展品质旅游发表演讲，为渭南市发展品质旅游，建设国际一流旅游目的地出谋划策。

博雅方略助力中国乡村经济旅游发展 大会在京胜利召开

2018.04.01 北京

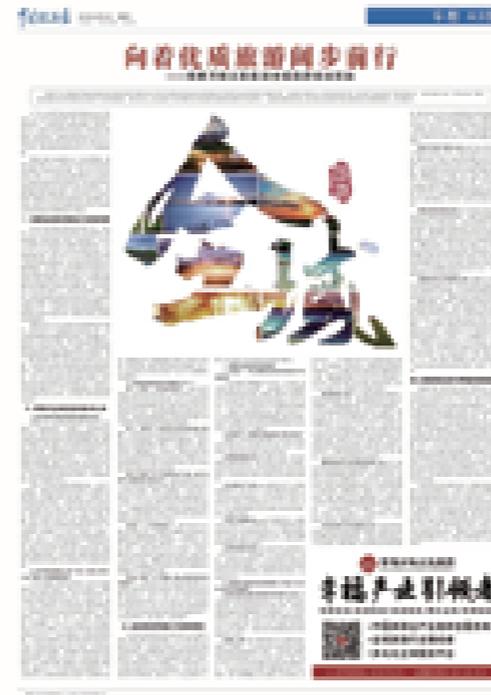
由中国发展网主办的中国乡村经济旅游发展大会于4月1日-2日在北京职工之家隆重举办，包括文旅地产代表、文化创意机构、乡村旅游规划设计运营团队、旅游地产等投资方及业界权威专家学者等400余人参加了此次大会，共话新时代乡村旅游。博雅方略旅游景观规划设计院副院长谢雯出席了此次会议，并发表题为“开拓·创新·融合——文旅农三位一体开创区域特色产业集群新模式”的主题演讲，阐述新时代旅游发展创新思路。



中国旅游报首次刊载，博雅独家 “全域观”备受瞩目！

2018.05.24 《中国旅游报》第5682期

2018年是全域旅游主题年、深化年，也是优质旅游的元年。在文旅大融合背景下，在旅游产品优质化的需求下，如何发展全域旅游成为行业积极探索的重要课题。近日，博雅文章《向着优质旅游阔步前行——博雅方略文旅集团全域旅游规划实践》在中国旅游报登出，揭秘博雅独特的全域旅游核心理念与实践经验。



《中国旅游报》2018年5月24日 星期四 A3版专题

窦文章教授出席青海省旅游产业发展 论坛，助力青海打造全域国际新名片

2018.06.09 西宁

6月9日，青海省旅游产业发展论坛在西宁召开。青海省政府领导、旅游企业、行业精英、业界专家等汇聚一堂，共同探讨大美青海的全域旅游发展之路。省直相关部门，各市、州、县人民政府主管领导及旅游部门负责人，省内旅游企业代表共计200余人参加论坛。

博雅方略文旅集团首席专家、北京大学教授、博士生导师窦文章教授受邀出席此次论坛并发表题为“青海省全域旅游和品质旅游创新实践”的专题演讲，分析了当前旅游业发展大势，围绕品质旅游产品、旅游产业创新融合、全域旅游要素配套等方面进行了全面深入的阐述，并针对青海旅游发展的几

大痛点问题给出了具体的解决方案，为青海省旅游发展提出众多因地制宜、可持续性发展的建设性意见。



首届国际文化装备博览会隆重开幕 博雅文旅强势亮相

2018.06.15 上海

2018年6月15日至17日，首届上海国际文化装备博览会在上海新国际博览中心隆重举办。博雅方略文旅集团出席了此次展会，并携手协办单位上海博雅集团，打响“博雅文旅”知名品牌。精装展台简洁有力，四块大屏幕滚动介绍博雅方略集团遍布全国各地的经典案例，展示了博雅创意+设计+文化+科技+金融+运营+的产业运营战略。

博雅方略文旅集团首席专家、北京大学教授、北京大学战略研究所副所长窦文章教授，在开幕式首日举办了2018 CDEX文化装备全产业链大会主题



报告会“国际文化装备产业生态创新大会”上发表了题为“文化装备产业·文旅融合发展新空间”精彩演讲。并在博览会期间，应邀接受了现场记者的采访。窦文章教授肯定了装博会的重大意义，并介绍了博雅方略文旅集团的主要业务以及在文化旅游、智旅科技方面的创新探索。



装博会圆桌论坛大咖谈 | 文化装备激发文旅演艺创新发展新动能

2018.06.15 上海

2018年6月15日至17日，首届上海国际文化装备博览会在上海新国际博览中心隆重举办。博览会期间，特设“文化装备产业综合发展对文旅演艺创新的驱动和支撑”圆桌论坛。窦文章教授与于建平、Igor Roussanoff、梅洪、RonMerriman、Roland Feuer等专家一起交流发言，围绕文化艺术的独创性、艺术家在文化演艺视野中扮演的角色、高科技技术在文旅产品中的转化、创意理念如何通过高技术实现、艺术与技术的关系等问题，探索文化装备发展给整个文旅产业带来的新突破、新发展。

博雅助力世界交通运输大会，搭建文旅融合立体发展新空间

2018.06.19 北京

6月19日至21日，由中国科学技术协会、交通运输部、中国工程院共同主办，中国公路学会承办的2018世界交通运输大会（World Transport Convention，简称WTC）在北京国家会议中心隆重举办，主题为“交通让世界更美好”。来自50多个国家和地区的交通主管部门、30多位工程院院士以及科研机构、企事业单位的6000多位代表出席盛会，为实施“交通强国”战略提供来自学术界、科技界和产业界的智慧和方案。

由中国公路学会主办，博雅方略文旅集团协办的“交通旅游文化融合发展论坛”上，来自政府部门、学术团体、企事业单位、科研机构的领导专家齐聚，围绕旅游交通行业融合统筹发展、培育发展新型交通旅游产品、风景道建设机制等交流探讨。



2018博雅上海论坛隆重举办，金融创新绽放小镇“特色”之花！

2018.06.29 上海

6月29日，由上海博雅方略集团主办，北京博雅方略旅游景观规划设计院、香港上海金融企业联合会、博雅文化金融研究院协办的“博雅·上海论坛—特色金融服务特色小镇”在上海世博展览馆隆重举办，汇聚诸多智库和行业领军企业，奏响以金融创新带动特色小镇发展的新时代最强音。

匠心传递，情馈母校——博雅方略奖学金在西北大学设立！

2018.07.04 西安

2018年7月4日，西北大学“博雅方略奖学金”暨兼职教授聘任仪式在西北大学长安校区举办。西北大学城市与环境学院院长李同昇与博雅方略文旅集团创始人、北京大学教授、博士生导师窦文章教授共同签署捐赠协议，设立“博雅方略奖学金”，为西北大学持续提供资金支持，支持母校西北大学的建设与发展，资助与奖励学业优异的学生，助力学生圆梦！窦文章教授表达了对于母校西北大学的深厚情结，并向西北大学全体同学发出殷切寄语“今天因西北大学而骄傲，明天西北大学因你而骄傲”！通过设立“博雅奖学金”的实际行动，用“产学研拓展”的后续交流合作，进一步加强对母校的发展支持。



全景吉林，全域旅游——窦文章教授出席2017中国旅游总评榜颁奖典礼暨首届吉林省全域旅游分享会

2018.07.07 延吉

7月7日，“2017中国旅游总评榜颁奖典礼”在延吉市召开，活动期间同期举办首届吉林省全域旅游分享会，业界精英汇聚，共话吉林全域大发展。博雅方略文旅集团首席专家、北京大学教授、博士生导师窦文章教授出席了此次活动并发表专题演讲，并在吉林省全域旅游分享会中发表“世界知名的山地河湖型生态旅游目的地——吉林建设国内一流的全域旅游示范省”的主题演讲，打开了吉林省发挥既有资源优势，做大做强冰雪旅游，激发“全景吉林、全域旅游”旅游发展新活力的发展密钥。

河北省旅游产业发展大会承德召开 博雅助力打造草原最美风景线

2018.07.18 承德

7月18日—7月20日，由河北省委、省政府主办，承德市委、市政府和省旅游委承办的第三届河北省旅游产业发展大会在承德召开。本届大会以“生态旅游、绿色发展”为主题，博雅方略《河北坝上草原国家生态旅游度假区发展规划》编制过程中提出的“河北省坝上草原国家一号风景道”，作为本届旅发大会的一个极大亮点，成为坝上旅游的一张亮丽名片。





发展红色旅游

author 张建国

助推扶贫攻坚

旅游扶贫以其强大的市场优势、新兴的产业活力、强劲的造血功能、巨大的带动作用，在扶贫开发中发挥着日益显著的作用，已成为国家扶贫战略的重要组成部分。而在近些年的旅游扶贫实践中，特别是十八大以来，红色旅游的社会效益和经济效益得到体现，其不仅成为爱国主义、党的历史、党性教育的重要形式及实现中华民族伟大复兴梦的有效载体，同时也给红色旅游资源条件较好的地区，尤其是贫困革命老区，带来了人流、资金流、信息流，促进了地区经济发展。红色旅游作为脱贫致富的有效途径，倍受党中央、国务院和习总书记高度重视和关注。

一、红色旅游扶贫的特征

红色旅游扶贫是指，在红色资源条件较好的贫困地区，通过发展红色旅游，促进地区经济发展，进而改善经济、社会现状的一种区域发展模式；是用红色来引领，从国家政策、再能资源、筹动能力、人力、产业、产品和智慧等方面，进行系统筹划的一种旅游扶贫形式。红色旅游中，红色资源、红色文化、红色精神、红色产业的挖掘和延伸为革命老区的发展带来有生气力量。

红色旅游与其它扶贫方式相比，具有“一同四不同”的特征。“一同”是指目标、主题、客体、政策、原则等相一致的共同特征，“四不同”则指红色旅游所具有的四个独特特征：

- 1、红色旅游扶贫主要是精神激励，以社会效益为第一位，通过探索红色传统、传承文化、挖掘潜能、服务老区内在力量来推进。而其他扶贫则是物质带动，以经济效益为第一位，通过实施综合发展模式来外援推进。
- 2、红色旅游扶贫是自发、自援、自立的拉动方式，从自身优势入手，实施有效自我施救。而其他扶贫则是外助、外资、外力促进方式，从综合入手实现施救。



3、红色旅游扶贫是特殊主体，特殊产品，注重因地制宜，从内部（点上、根上）激发群众脱贫力量，而其他扶贫则是常态课题，从外部（技术信息）聚集外力推促。

4、红色旅游扶贫主要是在革命圣地，红色精神、红色文化资源地开展，具有单一性、专一性、唯一性。而其它扶贫，适合所有地方实施、具有全域性、综合性、多维性。

二、扶贫实践中红色旅游的开发模式

总结起来，我国取得较好业绩的红色旅游扶贫实践中，红色旅游开发与扶贫发展共同推进主要通过以下几种模式来实现：

1、资源 - 产品组合模式：促联合，凝聚脱贫攻坚合力

红 + 绿：即把红色旅游资源和绿色旅游资源结合开发的一种模式，采用“红色搭台、绿色唱戏”的红绿结合模式进行联动开发，以高知名度的红色景观为号召，以清新奇绝的自然山水等绿色景观和生态环境为基础吸引旅游者。

红 + 古：红色旅游与古风古俗旅游的对结，革命老区浓郁的民风民俗、民族风情同样是红色旅游开发的极好结合点。在文化兴旅的大环境下，充分挖掘与红色景区伴生的地方民俗文化、民族文化是各地开展旅游业的另一个选择。

红 + 乡：红色旅游与乡村旅游的有效结合，将特色旅游村作为乡镇旅游发展的重点，依据其自然、人文特征，依托自然风光、民俗文化、建筑风貌、节庆活动、特色产业等建设成具有不同主题特色的旅游小镇。

2、大项目驱动模式：强项目，助力红色支撑

项目建设是加快发展的动力所在，更是撬动经济升级的强力杠杆。红色旅游应坚持把项目建设作为富民强旅、转型跨越发展的重要抓手，坚持以项目调整结构、拉动投资，以项目改善生态、优化环境，以项目保障民生、促进和谐，为精准扶贫精准脱贫奠定良好基础。在项目建设的热潮中，红色旅游立足长远发展、均衡发展，以项目建设杠杆撬动经济社会跨越转型，包括演出演艺项目、文旅项目、基建项目、帮扶项目等，一个项目就是一个新的增长点，使红色旅游扶贫富民的效益更加明显。

3、“旅游+”模式：延链条，擦亮红色品牌

“旅游+”意味着旅游业也具有像互联网一样的强大渗透力和提升力，能渗透各行业并与其融合发展，进而在拓展自身发展空间的同时，催生各种新业态、提升各行各业。由于红色旅游景区肩负着爱国主义、革命传统教育的使命，多为免费开放类景区，通过延长产业链，积极同其他业态融合发展，增强综合带动作用，促进革命老区百姓脱贫致富，正在成为产业发展方向。红色旅游景区坚持高起点、高标准、高创意，深挖红色文化内涵，不断完善基础设施建设，突出特色，打造精品。全面把握旅游业综合性、渗透性、融合性的特征，逐步建设一批以红色旅游为主，会展旅游、影视旅游、休闲度假旅游、修学旅游、生态旅游、工业旅游、乡村旅游等相辅相成的红色旅游区，成为红色旅游发展增长极。

4、特色+精品模式：做精品，传承红色精神

扶贫不能一味按照老套路原地搞扶贫，也要因地制宜出新招。独特的红色文化资源优势和革命老区区位优势，使红色旅游文化产业发展具有先天优势。需要进一步创新红色旅游的发展方式，深入挖掘各

类红色旅游资源所蕴含的时代精神与地方特色，加快红色旅游产品创新及其与相关产品的融合，在打造红色旅游产品、增强红色旅游体验的同时，充分挖掘具有地方特色和红色印记的旅游商品，塑造特色精品，利用特色商品，不仅带动地方经济多元化发展，还传递了红色文化与情怀，体现地方旅游文化。



5、资本推动模式：注能量，强化外部“输血”

资本是贯穿在各种扶贫模式中的“血液”，也是从扶贫对象精准、项目安排精准、资金使用精准、因村派人精准、措施到户精准到脱贫成效精准各个环节的“能量”。资本扶贫已成为贫困群众增收致富的“强心剂”，让当地更多的贫困户变了观念，换了活法。资本扶贫，让贫困群众有脱贫致富的本钱，关键是人力、财力两个方面。人才队伍建设是红色旅游发展的重要载体，是红色旅游扶贫工作中重要一环，加强革命老区红色旅游人才队伍建设，是增强当地经济社会发展原动力。红色旅游资源承载着爱国与传统的基因，承担着爱国教育基地的作用，需要政府长期的资金支持和开发利用。

6、创新+创业模式：激活力，强化自主“造血”

创新+创业模式，就是指由政府提供优惠政策扶持，由农民依托“双创”开发旅游产品的模式。村民可以通过成立合资企业或以行政村为单位开发旅游资源，亦可在村际之间开展合作。这其中的企业法人不再单纯的是外来企业，而是当地力量。在旅游资源丰富、邻近大中城市或交通干线、有条件直接开发成经济效益好的旅游景点（区）的地方，农民自发开发景点，组织成立民族演出队，开办旅馆、餐馆和商场，生产、加工、出售土特产品、工艺品和纪念品等旅游商品，发展乡镇企业，繁荣商品经济，在搞活旅游业的同时，带动当地其它产业全面发展。同时农民直接参与到旅游开发的各项活动中，培养一批“亦工亦旅”的旅游从业队伍。

7、党政联动—综合开发模式：抓政策，打造脱贫攻坚“新引擎”

发展红色旅游是一项名副其实的政治工程、文化工程、富民工程和民心工程。实践证明，红色旅游发展离不开党政主导，离不开政策推动。党政联动、综合开发模式，就是政府凭借其行政权力和财政实力，通过制定规章制度、相关政策、规划投资、营造环境，来促进旅游发展的一种模式。在这种模式中，政府往往将旅游业作为促进区域经济发展中的优势产业和主导产业加以重点培育和扶持，全面参与制定发展规划、成立职能部门、减化审批程序、投资基础设施、提供优惠政策等各个环节，并在各个环节中起着绝对的主导作用。

三、红色旅游扶贫的未来发展

十九大做出了“坚决打赢脱贫攻坚战，让贫困人口和贫困地区同全国一道进入全面小康社会”的庄严承诺。新的脱贫目标下，我国14个集中连片特困地区的脱贫仍是重难点，而从地域分布看，这些片区大都是革命老区，红色遗存、遗迹及红色旅游经典景区众多，因此，在继续脱贫的“攻坚”道路上，



红色旅游应继续服从服务国家战略，敢于担当，积极作为，实践脱贫攻坚。同时，习近平总书记讲：“扶贫脱贫的措施和工作一定要精准，扶到点上、扶到根上，不能大而化之”。因此，在未来的红色旅游发展过程中，应紧紧围绕“精准”二字，根据实际情况，创新方式，强化举措，按照“真扶贫，扶真贫”的要求，打好一套“组合拳”。

未来的红色旅游应是更高质量的，坚持有效挖掘红色旅游资源和文化，用红色旅游引领，培育特色旅游品牌，发展特色旅游产业，并吸引更多的志士、智者，为贫困地区的经济发展注入新的动力。

未来的红色旅游应是体验丰富的，通过体验当地风土人情、观看革命遗址、聆听革命故事、开展纪念活动等多种形式，来打开群众的视野，并以饱满的热情积极参与扶贫攻坚活动，从而实现物质和精神上的双脱贫。

未来的红色旅游应是深度扶贫的，通过打造红色旅游扶贫网络爱心平台，建立红色旅游扶贫机构，创建红色旅游主体、客体的联动机制，成立红色旅游扶贫联盟，制定红色旅游扶贫规划、目标及援助项目等方式，实现更深入的扶贫。

总之，发展红色旅游是践行社会主义核心价值观，促进社会主义精神文明建设的好形式，扶贫攻坚是我党近时期主要工作之一，我们应站在“为国分忧”的高度，以发展红色旅游为载体，促进扶贫攻坚早日实现。



红色旅游重要论述的 认识和发展 实践

author_ 王树茂

十八大以来，习近平总书记站在实现中华民族伟大复兴中国梦、传承中华优秀传统文化的战略高度，多次深入革命老区、红色旅游景区，瞻仰革命遗址、参观革命纪念设施，并提出“要把红色资源利用好、把红色传统发扬好、把红色基因传承好”等重要论述，这是习近平总书记发展红色旅游思想的重要论断和集中体现，也是新时代全面加强党的领导和指导红色旅游工作的行动指南。我们要深入学习领会习近平总书记发展红色旅游思想，贯彻落实新时代党中央、国务院发展红色旅游的战略部署，不断提高红色旅游发展质量。

深化对新时代红色旅游不能失去底色的认识和实践

习近平总书记指出：“革命传统和爱国主义教育基地建设一定不要追求高大全，搞得很洋气、很现代化，花很多钱，那就不是革命传统了，革命传统就变味了。可以通过传统教育带动旅游业，但不能失去红色旅游的底色。只有体会到革命年代的艰苦，才能使人们真正受到教育。”这一重要思想指明了新时代红色旅游必须把握的基本原则和发展方向。红色旅游是一项关系长远的政治工程、弘扬民族精神和时代精神的文化工程、凝魂聚气的民心工程、造福百姓的富民工程。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视发展红色旅游，中央办公厅、国务院办公厅印发了《2016—2020年全国红色旅游发展规划纲要》（以下简称《三期规划纲要》），并在中央层面出台的多个文件中都提出了“大力发展红色旅游”。习近平总书记关于发展红色旅游的系列重要论述，兼具“情、理、道”而深入人心，是对红色旅游资源禀赋、保护实践、利用需求、弘扬传承、发展路径的新认识，既管发展大局之“总”，又管实际工作之“用”，具有很强的针对性、系统性、思想性、指导性。红色旅游是党的事业，要把握红色旅游本色，坚持正确价值观导向，突出红色旅游在培育和践行社会主义核心价值观中的作用，必须毫不动摇坚持党的领导，把爱党、忧党、兴党、护党落实到红色旅游工作各个环节、各个方面；毫不动摇把社会效益放在首位、坚守红色、资政育人、与时俱进。新形势下，更要始终坚持红色是基调，贯穿文化灵魂，突出旅游载体，让广大参与者在体验中感悟崇高、升华境界；更要充分运用红色资源、红色传统、红色基因来培育和践行社会主义核心价值观，为广大党员干部和人民群众的精神家园建设提供源源不断的精神养分，为协调推进“四个全面”、实现中国梦凝聚强大动力、筑牢精神支柱。



深化对新时代坚定理想信念的认识和实践

习近平总书记指出，坚定理想信念，坚守共产党人精神追求，始终是共产党人安身立命的根本。对马克思主义的信仰，对社会主义和共产主义的信念，是共产党人的政治灵魂，是共产党人经受住任何考验的精神支柱。形象地说，理想信念就是共产党人精神上的“钙”，没有理想信念，理想信念不坚定，精神上就会“缺钙”，就会的“软骨病”。这一重要思想指明了新时代红色旅游必须把握的战略指导和新的理念。

发展红色旅游是党中央从继承优良革命传统、发展社会主义先进文化、巩固党执政基础的战略高度，做出的一项重大决策、提出的一项重大任务。红色旅游有助于人们在体验中感悟崇高、升华境界，在参与中怡情养志、益德益智。发展红色旅游必须把突出思想内涵作为基本要求，牢牢把握爱国主义和革命传统教育的主题，充分展示浴血奋斗的中国革命史、艰苦卓绝的社会主义创业史、波澜壮阔的改革开放史，使红色旅游景区景点成为党员干部和人民群众了解党的历史、加强党性锻炼的重要场所，

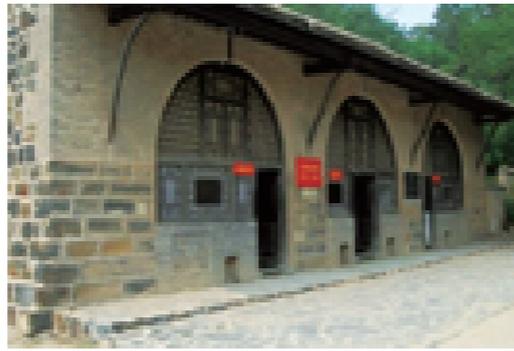
成为广大群众培养爱国情感、培育民族精神的重要阵地，成为青少年学习革命传统、陶冶道德情操的生动课堂。使人们更加深刻地认识到历史和人民是怎样选择了马克思主义、选择了中国共产党、选择了社会主义道路、选择了改革开放；使人们更加深刻地认识到中国共产党成为中国特色社会主义坚强领导核心，是历史和人民选择的必然结果，是马克思主义理论与中国革命具体实践相结合的必然结果，是近代以来中华民族长期奋斗历史逻辑、理论逻辑、实践逻辑的必然结果，是党的理论先进性与宗旨人民性相统一的必然结果。

深化对新时代传承红色基因的认识和实践

习近平总书记指出：“发展红色旅游要把准方向，核心是进行红色教育、传承红色基因，让干部群众来到这里能接受红色精神洗礼。”这一重要思想指明了新时代红色旅游必须把握的核心和根脉。

传承红色基因是习近平总书记发展红色旅游思想的核心和灵魂，也是习近平总书记党建思想的重要价值取向和重要建设目标。红色基因诞生和淬炼于血与火的革命岁月，发展和丰富于中国特色社会主义建设与改革开放新时期，既有物质形态，又有精神形态。从红船精神到井冈山精神，从苏区精神到延安精神，从沂蒙精神到西柏坡精神，从长征精神到“两弹一星”精神，红色基因犹如一根红线贯穿其中。习近平总书记在参观建军 90 周年纪念展览时指出，我们要铭记光辉历史、传承红色基因，在新的起点上把革命先辈开创的伟大事业不断推向前进，鼓舞激励广大干部群众和全军广大指战员坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，努力为实现中华民族伟大复兴的中国梦、为把人民军队建设成为世界一流军队而不懈奋斗。习近平总书记多次提及红色基因，并躬身践行传承

红色基因。传承红色基因是一项“永久工程”，不是一蹴而就的。习近平总书记指出，爱国主义是中华民族精神的核心。要结合弘扬和践行社会主义核心价值观，在广大青少年中开展深入、持久、生动的爱国主义宣传教育，让爱国主义精神在广大青少年心中牢牢扎根，让广大青少年培养爱国之情、砥砺强国之志、实践报国之行，让爱国主义精神代代相传、发扬光大。因此，红色基因传承要渗透到红色旅游工作的方方面面，不仅要渗透到一切工作中去，而且必须贯穿于每项主题活动的全过程。具体来说，要努力渗透到青少年学习生活之中，目前拥有的红色歌谣、红色书籍、红色影视、红色演出、红色旅游进校园、红色研学旅行、红色夏令营、冬令营等主题活动，都是青少年传播传承红色基因喜闻乐见的形式，都可使红色基因“随风潜入夜，润物细无声”般融入青少年的血脉，以此坚定广大青少年的精神信仰。正是由于红色基因的积淀和传承，我们比历史上任何时期都更有信心、有能力实现伟大梦想。



深化对新时代讲好中国故事的认识和实践

习近平总书记指出，我们有本事做好中国的事情，还没有本事讲好中国的故事？我们应该有这个信心！在党的十九大报告中强调，讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力。这一重要思想指明了新时代红色旅游必须把握的重点和发展途经。

讲好红色旅游故事，是发挥红色旅游政治、文化、民生、富民综合功能的一项重要的基础性工作，也是引导广大党员干部、群众特别是青少年学生树立中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信必须做好的工作。新时代的红色旅游，要充分利用革命历史文化资源，注重发挥红色旅游教育人民、引导社会的重要功能，肩负起增强思想引领力的责任，积极探索红色旅游培育和践行社会主义核心价值观的新路径，构筑中国精神、中国力量、中国价值，为推进新时期党的建设这一伟大工程提供有力思想保障，为推进党和国家事业发展奠定坚实基础。这是新时代赋予红色旅游的神圣职责，也是我们必须担负并完成的政治任务。与此同时，还必须坚持国家站位、树立全球视野，讲好红色旅游故事、传播好中国声音，将这张“红色旅游名片”亮给世界！

讲好红色旅游故事，是新时代传承红色基因的需要，也是培育和践行社会主义核心价值观的需要。新时代红色旅游故事是中国故事的重要组成部分，而且随着“不忘初心、牢记使命”主题教育的展开和改革开放的不断深入，红色旅游故事在中国故事中应该占有更高的位置与更大的比重。我们要树立“红色经典、现代表述”的理念，积极推进红色旅游内容形式、方法手段创新，让红色文化“活起来”、“火起来”。我们要积极构建红色旅游话语体系，应该承认，现有的红色旅游话语体系较为滞后，还不够

完善完备，发声的机会比较少、在社会上的声音还比较小，还处于有事说不出，说了传不开的境地。站在新的历史起点上，我们要立足实际，在习近平总书记发展红色旅游思想指引下，继承弘扬中华优秀传统文化，大胆学习、借鉴和吸收国内外优秀文化成果，努力打造具有红色旅游品牌、文化旅游特色、诗与远方格调的话语体系。我们要积极加强系统理论研究和宣传力量资源，不断完善红色旅游景区体系、宣传推广体系和培训体系，培养一支具有使命热情的红色旅游传播人才队伍，建立一支稳定的由老党员、老干部、老模范、老教师、老战士、老专家和青少年学生等参加的红色旅游志愿者队伍。我们要注重释放文化创新创造力。习近平总书记强调，“一个国家的文化软实力，从根本上说，取决于其核心价值观的生命力、凝聚力、感召力”。抓住国家组织重大纪念活动、开展主题教育契机，大力开展人民群众喜闻乐见、传播正能量的各类红色旅游主题活动，推动优秀精神文化产品的创作生产和传播，推出一批优秀红色图书和一批优秀红色影视、演艺、歌曲等作品，充分发挥其润物无声的作用，以此滋养人们心灵、丰富精神世界。我们要用好的平台讲红色旅游故事。在传播学上，除了“内容为王”，还有一个“渠道为王”的说法，好的平台与渠道才更有可能产生好的传播效果。中央主流媒体和地方各级主流媒体都应该有讲红色旅游故事的专题、专栏，让好的故事在好的平台上讲，让好的平台讲好的故事。同时掌握新媒体环境中信息传播的新话语和新方法，引导建设一批微信公众账号及微博等新媒体传播平台，形成具有红色旅游特色权威影响力的习近平新时代中国特色社会主义思想传播优势，为实现新时代党的历史使命而不懈奋斗。



照金文化旅游发展“八个路径” 品牌工程创意策划

author_ 刘高平

照金以“红色是旗帜、民生是根本、产业是支撑”为宗旨，坚持“红色即民生”、“无伤痕开发”和“尊重历史、因地制宜、民生为本、创意为魂”的发展理念，2011年以来，建设了陕甘边革命英雄纪念碑，陕甘边革命根据地照金纪念馆、1933广场、红色文化创意街区、照金干部学院、照金国际滑雪场、照金牧场、照金书院酒店、青年旅社、照金新苑居民安置小区、镇政府、照金小学、幼儿园、照金人民医院、客运站等。在爱国主义教育基地、国防教育基地、全国红色旅游经典景区、国家4A级旅游景区的基础上，成为陕西省干部教育培训基地，延安干部学院综合教学基地、陕西省行政学院照金干部学院、陕西首家统筹城乡就业创业示范基地、丹霞国家地质公园、中国特色小镇、中国美丽宜居小镇、国家特色旅游名镇，年接待游客突破200万人次。根据照金以上情况介绍，可以看出照金的发展不仅是日新月异的，而且是令人羡慕的。2015年2月14日，习近平总书记到照金，向陕甘边革命根据地英雄纪念碑敬献花篮，并参观了陕甘边革命根据地照金纪念馆，并讲话指出：要把照金精神传承好，发扬好。

本文就深入挖掘照金特色资源，深耕照金特色产业布局，提出照金文化和旅游发展“八个路径”品牌工程创意策划。

以红兴旅

陕甘边照金革命根据地，是刘志丹、谢子长、习仲勋等老一辈无产阶级革命家在西北地区于1933年创立的第一个山区革命根据地，以耀州区照金镇为中心，横跨耀州区、旬邑、淳化、宜君等县（区），面积约2500平方公里，在中国革命史上具有重要地位。这一区域的革命旧址遗迹，红色纪念设施，如纪念碑、纪念馆、纪念广场、老一辈革命家的故事、根据地军民平凡而壮烈的事迹是照金旅游的亮点，照金精神是红色旅游红色教育的核心。作为全国红色旅游经典景区的照金镇，拥有国家级的品牌元素。经过几年的建设，照金镇具有组织红色旅游活动的优良硬件设施条件，红色历史红色文化是照金的独特资源禀赋，也是发展红色旅游的特色资源。红是照金的魅力，也是照金小镇的品牌影响力。照金的红与延安的红从本质上是一脉相承的，也是融为一体的，从形态和区域上则各具风格。因此在旅游规划布局、产品线路设计、红色旅游目的地建设、客源市场的开发、旅游营销等方面，都要统筹兼顾。照金以红兴旅，必须清醒地认识到红是历史红，是中国共产党人浴血奋战的事件与人物故事，是精神品质与文化的融汇，是陕甘边根据地人民共同创造的信誉度美誉度，是陕甘边根据地子孙的共同财富。从历史与现实的角度，从区域人群、先辈后代的角度去理解照金的红，发展照金的红，传播照金的红。当年约2500平方公里数百万人口的渭北高原儿女，都是以红兴旅的基本依靠，都是传承照金精神基本的力量。同时，采取现代传媒手段，旅游营销渠道，让省内外国内外的旅行者到照金旅游，是实现以红兴旅的主要途径。

以寨兴旅

薛家寨是旅游者最具出行选择动机的目的地景区，它是西北地区一座非常独特的山：

1、奇险

它所在的山为三面绝壁的舌状狭长山岭，海拔1600多米。

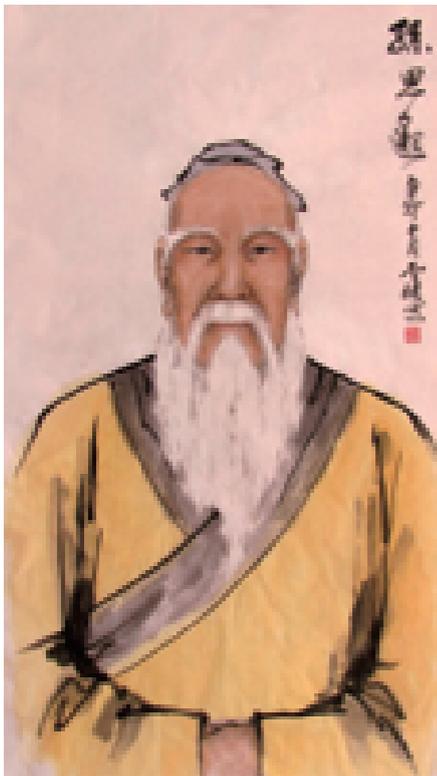
2、丹霞地貌

薛家寨的丹霞地貌较之南方丹霞在色彩和自然造形上都有不同，具有西北高原黄土高坡的地理特质。山体表面是裸露岩石，山体直上直下，山顶有茂密植被和落叶乔木，当年仅西北侧有羊肠小道盘旋可至山顶。正因其西北丹霞的稀有性，成为丹霞国家地质公园。

3、有故事

薛家寨是当时西北红军的大本营，哨卡、吊桥、天然岩洞、红军医院、被服厂、兵工厂、指挥所等建造于此，老一辈革命家战斗生活于此，历史上有很多精彩故事，薛家寨名称由来也有故事，讲好这些故事是非常重要的。薛家寨的自然山水、森林田园、历史人文成为照金旅游的一处胜境，把薛家寨的旅游景区做特做好对游客是很有吸引力的。





以药兴旅

照金是药王孙思邈的故乡，如此宝贵的历史人文资源不去开发就太可惜了。从旅游产品开发角度，重点从中医药文化的角度，可以栽种大片的芍药花，既可作观赏，又可作药用，可以建设中药材博物馆、药膳堂，也可以建药材基地、中药材交易市场，可以组织承办西北乃至全国的药交会，可以建设中药炮制车间作为工业游项目，还可以建造孙思邈中医院或中医药大学，甚至可以引进北京同仁堂等知名中医药企业在照金投资建厂兴旅，孙思邈与药王就是照金一张取之不尽、用之不竭的文化和旅游资源名片，也是康养旅游最具潜力的产业发展项目。以药兴旅项目的投资运营成功，不仅能让照金发展上几个台阶，乃至铜川、西安都能惠及。

以书画兴旅

唐代书法家柳公权、宋代山水画大师范宽均是铜川耀州人，照金也是他们的故乡。传世国宝《溪山行旅图》不仅能提升照金的历史人文知名度，而且还能带火溪山旅游一座山。将柳公权的字、范宽的画巧妙结合创意营销，既能丰富衬托红色照金的美誉，又能开发创新旅游项目与产品。柳公权、范宽的巨大影响力，足以吸引荣宝斋及北京琉璃厂等各地书画家、书画商人涌向照金来淘金。《溪山行旅图》也可以像《清明上河图》、《富春山居图》一样，利用现代科技，制作成为照金文化和旅游特色产品。照金离古城西安近，再加上红色文化旅游街区的实体打造，在此形成一个有一定规模效益的书画市场是很有可能的。



以教兴旅

以教兴旅，重点发展红色教育培训、艺术教育培训、职业教育培训和国防教育培训。习近平总书记要求把照金精神传承好发扬好，为照金干部学院及多所干部教育机构明确办学内容和特色，照金丰厚的红色历史为红色教育培训提供了优质的资源。通过红色教育，提升红色旅游的品质，拓展旅游发展平台。书画教育、医药教育、国防教育，都有广阔的市场空间，关键是从当地实际出发，培养实用型、技能型、创业创新型的社会各行各业所需的人才，实行校企合作订单培养的方式，提高就业率。这样不仅培养了新时代所需的岗位职业人才，也增加了照金的信息流、资金流和客流量。

以田园兴旅

照金地处桥山山脉与渭北高原之间，不仅沟壑林立，山势雄奇，林木茂盛，而且山间盆地、洼地、坪地星罗棋布，独具西北田园风光。从旅游专业创意规划出发，选择乡村民居、现代农业、西北风情、高原田园、照金人家为特色的文旅创客综合体，条件具备的地方可适当开发民宿，打造游客体验性、参与性、含有西北风情的项目产品，充分借助照金的风土资本，尤以让游客能够体会感悟“日照锦衣，遍地似金，此地应为照金”的历史穿越，让照金的阳光山水田园森林、高原黄土都成为照金旅游的风情、风物、风貌、风景，使游客流连忘返。

以文创产品兴旅

现代旅游业越来越重视文创产业的开发。以故宫为例，其文创产品的营业额过十亿已超过门票收入。照金的文创资源十分丰富，红色文创、生态文创、民俗文创应有尽有，剪纸和农民画、木板刻画、青瓷等都具有商业开发前景，并为产业延伸提供了基础。照金的文创产品应重点放在红色文创、书画文

创、中医药文创产品开发上，如果能够相互融合、相互借鉴、相互促进就更为乐观了。我们知道，高手在民间，只要政府搭建好平台，开发方向对，市场需求旺，文创产品形成产业集约化发展是完全可能的。

以节事活动兴旅

节事活动是旅游营销的重要形式和手段，各地节事活动实践证明，此项活动能够达到聚人气、推品牌、造声势、增收益的目的。照金的民俗民间活动很多，比如社火就是其中之一，秦腔也是广受人们喜爱的民间艺术形式。但就照金节事活动而言，我认为可以创意组织两个节事活动：一个是照金薛家寨“西北丹霞文化艺术节”；再一个就是照金大香山“西北香山红叶节”。这两个节事活动定位西北，是突出地域性，彰显独特性，形成市场和品牌化。一方面突出照金历史文化特色，并广泛传播；另一方面丰富文化旅游生活，满足照金、铜川、西安为主体的人民群众对美好生活的需求。再就是这两个节事活动可操作性强，能够做到有看头、有吃头、有玩头、还有回头。活动搞好了，游客增多了，红色教育的面也增大了，政治效益、经济效益、社会效益将会获得全面丰收。

照金文化旅游发展“八个路径”品牌工程的主题创意策划，既是战略性规划，也是实用接地气的。依据这些主题创意策划，可在照金发展目标、规划布局和重点项目上，实施红色旅游融合发展的产业调整，规划建设“一核心、九景区”，即红色文化旅游核心，日照似金景区、薛家寨丹霞景区、溪山行旅景区、杨柳坪杏树湾景区、药王谷康养景区、陈家坡乡居民宿景区、照金牧场运动景区、老矿博物馆景区、大香山景区，以上创意构思，路径是清晰的，项目是可落地的，关键是要久久为功，作为品牌工程做下去。

走出去：临沂红色旅游市场创新与品质提升

窦文章 赵玲玲

党的十九大提出我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。旅游是化解这一矛盾的重要力量，是实现“美好生活”的重要抓手。从五大发展理念到中国特色社会主义新时代，从“走向全域旅游”到“迈向优质旅游发展新时代”，市场创新和品质提升成为旅游转型升级的有效路径。

一、新时代红色旅游发展的新目标

从阜平到西柏坡，从临沂到兰考，从新疆建设兵团到南京军区、从古田到延安、从遵义到西吉，十八大以来习近平总书记多次考察革命老区，与建党70周年等一起形成了习近平总书记“传承红色基因、发展红色文化”的重要讲话精神。习近平强调：“不能失去红色旅游的底色”；“发展红色旅游要把准方向，核心是进行红色旅游教育，传承红色基因，让干部群众来这里能接受红色精神洗礼”；“发展革命根据地旅游项目，要把握好两个概念。红色根据地，爱国主义教育，这是一个概念。发展红色旅游，是另一个概念。两个方面要统筹”。在当今大众旅游、全域旅游的背景下，“永葆红色旅游的底色”明确了红色旅游创新发展的核心关键。

新时代、新理念，红色旅游创新发展迎来新目标。一方面，以“旅游+”的方式进一步释放教育功能、社会效益、促进消费、产业关联等综合效益，推动红色旅游繁荣发展；另一方面，狠抓红色旅游国际

合作和精准扶贫，拓展旅游外交，塑造“美丽中国”，深化供给侧改革，拓展乡村旅游，释放老区扶贫、旅游富民效能。《全国红色旅游发展规划纲要2016-2020》明确“红色旅游是党的事业、是国家战略”，并提出完善全国红色旅游景点景区体系、着力凸现红色旅游教育功能、积极发挥红色旅游脱贫攻坚作用、有效提升红色旅游规范化水平、广泛开展红色旅游宣传推广作用、扎实推进红色旅游人才队伍建设等六大任务。



二、临沂红色旅游发展现状

“蒙山高、沂水长，沂蒙山区好地方”。临沂地处长三角经济圈与环渤海经济圈结合点、鲁南临港产业带、海洋产业联动发展示范基地与东陇海国家级重点开发区域，是国务院确定的鲁东南中心城市，是具有滨水特色的现代工贸城市和商贸物流中心。

“沂蒙精神与延安精神、井冈山精神、西柏坡精神一样，是党和国家的宝贵精神财富，要不断结合新的时代条件发扬光大”。临沂红色旅游资源丰富、品位高，且分布广泛。十多年来，临沂以“沂蒙精神”为根、以红色文化为魂，秉承家国情怀，深入开展红色旅游，打造全国红色旅游目的地。目前形成了“绿色沂蒙、红色风情、文韬武略、地质奇观、温泉康养、水城商都”六大主题板块旅游产品，并初步形成了以住、食、行、游、购、娱六大要素为主的配套产业体系，“旅游+”融合多样并成为新的经济增长点。

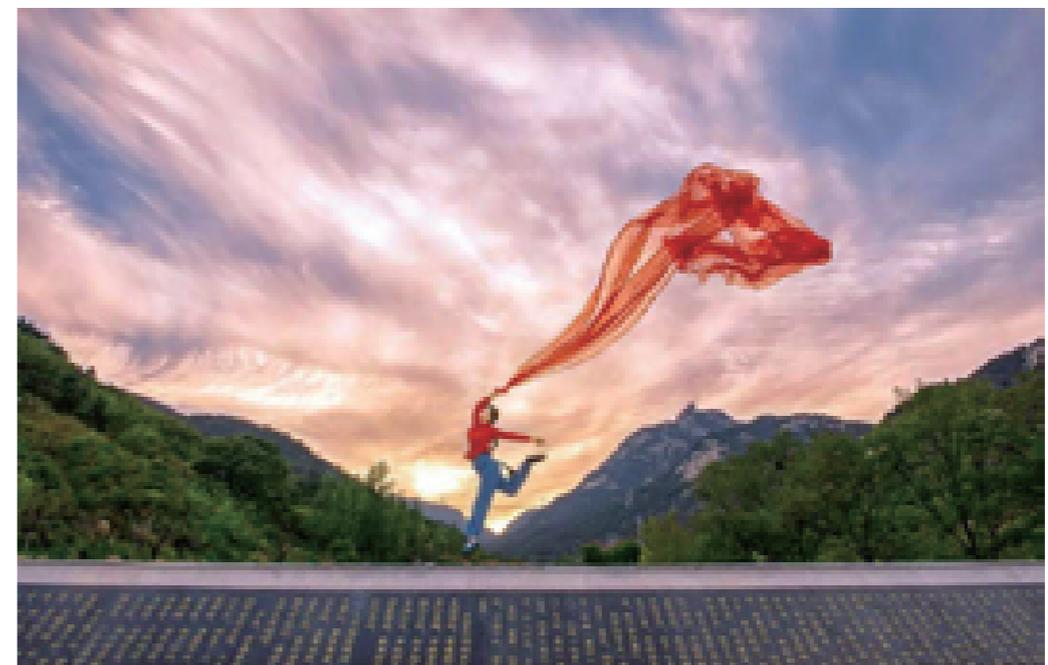
根据红色旅游十年工作总结资料，临沂市已形成5

A 红色经典景区 1 家、4A 级红色经典景区 3 家、3A 级红色经典景区 5 家。然而，临沂隶属沂蒙山区，经济基础相对低，GDP 排名山东第七；人均 GDP 更低，仅高于排名山东倒数第一的菏泽。尽管临沂红色旅游取得一定成绩，但受到社会经济及地方消费的制约，红色旅游走向“优质”需要克服一些“发展问题”。

第一，红色资源整合力度不够，整体优势难以发挥。红色景点、景区管理通常由文化、旅游、文物等部门多头管理，致使红色旅游产品的开发受到多重制约，缺乏统一性和整体性。

第二，红色旅游产品结构单一，缺乏有规模、上档次的强势产品。红色观光产品占绝对比重，红色主题休闲和度假产品严重匮乏，很难形成核心吸引力，教育功能难以充分发挥。

第三，红色旅游配套设施及功能不够完善，管理服务水平有待提高。



三、全域旅游下临沂红色旅游创新与品质提升

临沂红色旅游创新与品质提升亟需“练内功、建平台、拓渠道”，具体的需要做好六个重点。

(1) 理念创新先行，重新定义“资源”，重构红色旅游为主线的临沂旅游内涵。

全域旅游下，红色旅游创新与品质提升需创新理念，放大“红色内涵”，拓展“红色空间”，重新定义“资源”，包括红色的、绿色的、古色的等等。就临沂来讲，可通过“临沂古今文化”的深入挖掘，丰富“临沂旅游内涵”。具体围绕“沂蒙精神+”，关联军事基地、革命根据地、军事游、军民鱼水情等；围绕“商贸物流+”，拓展商贸游、会展游、购物游等；围绕“华夏文明+”，拓展古军事游、书法游、名人故居游、华夏文明游学体验等；围绕“地质遗迹+”，拓展自然生态游学体验、地质奇观、学术会议、研讨会等；围绕“温泉地热+”，拓展花式温泉游等。从文化内涵到旅游文化再到旅游产品，重构临沂旅游发展的核心竞争力。

(2) 关注品质旅游与旅游 IP，构建极具竞争力的旅游（产品）吸引物系统。

临沂已经形成了“红色旅游、华夏文明游、生态旅游、温泉康养、商贸旅游”健全的产品体系。当前，临沂需要围绕“大美临沂”，通过“吃住行游购娱”以及“文商养学闲情奇”旅游要素的打造，关注品质旅游和旅游 IP 的创意拓展，构建多元化具有竞争力的旅游产品吸引物系统。

(3) 创新驱动，通过“旅游+”提升区域价值。

旅游开发的重点从资源要素向产业要素转移，以创新为引领，通过“旅游+”形成“泛旅游产业整体



发展格局”，提升区域价值。博雅一直坚持“文化创意旅游产业”四位一体的思想，“产业”是旅游开发的最终目的。一方面强调旅游产业体系的有机组合，另一方面强调旅游与国民经济产业的融合放大。这就要求，红色旅游“泛产业”创新包含两个方面的“+”放大。临沂的“红色+旅游”有一定的萌芽，而“红色+产业”、“产业+红色”有待跟进。需要从四个方面加强：第一，临沂要充分利用旅游产业基础，红色+山水游、红色+古军事游、红色+历史文化等等，将红色串联到临沂旅游精品旅游线路中，相互促进，以沂蒙红色旅游、商贸旅游带动温泉游、生态游、乡村旅游、城市旅游；第二，临沂要充分发挥沂蒙影视产业的优势，围绕“红色+影视”、“红色+演艺”，创意影视产品、演艺产品以及互动参与式实景演艺产品等；第三，临沂要打造“山东中小学生德育教育基地”，“教育+旅游”开发“临沂中小学生德育项目”；第四，临沂需要创新“产业+红色”，利用新媒体开展临沂纪念品创意大赛、临沂旅游口号征集等等。

(4) 借助全域旅游，营造“亲心和美”服务环境。

旅游品质的提升，不仅仅是产品体系的构建，还包括基础设施和软服务的配套。旅游是一种特殊的商品，品质价值要体现在精神、心灵上的享受。国内旅游产业长期关注接待设施的开发扩建，而忽视软服务的跟进。旅游的目的是放松、休闲、增长见闻，精神享受最为重要，物质享受次之。不一定是豪华旅游，不要求非得住五星酒店、吃海鲜大餐，只要能让游客精神愉悦、身心放松，就算得上是品质。就临沂而言，品质提升重点是打造亲心和美的服务体系，推行服务创新，一方面“科技+”助力服务升级，通过游客定制服务、虚拟旅游、自助旅游、APP 导览等形成一站式“全域”服务无缝切入；另一方面“创意+”追寻心灵契合，通过文明导游、优质导游遴选，将“优质服务”植入人心，通过社区创意、定制化服务，将“服务”遍在化、个性化。

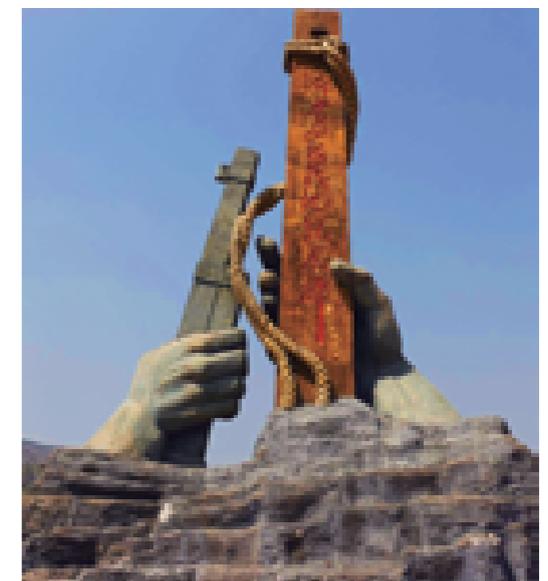
(5) 明确品牌定位，构建全新的客源市场系统。

红色旅游的市场创新要求在大市场、小市场中存求创新机会，一方面迎合旅游市场创新，红色旅游融入区域旅游大趋势；另一方面通过小市场创新，带动大市场创新，进而形成整体的创新格局。大市场创新方面，临沂需要重点关注“教育”，开展红色研学旅游。小市场而言，临沂需要明确品牌定位，系统开发客源市场系统，对应大众市场、利基市场、区隔市场、多元化市场及多元市场，推出多层次产品体系，并针对各个市场设立客源市场系统，进而构建可持续旅游营销模式。

(6) 拓宽融资渠道，充分利用金融杠杆盘活旅游资产。

临沂需要盘活旅游资产，构筑全产业链融资体系。专业培育龙头企业，上市发展；培育发展政府旅游产业引导基金，旅游并购基金、旅游创业基金、旅

游投资基金，形成旅游基金集聚资金池；股权融资、政企债券融资、消费信贷、融资租赁等，多渠道并举；全面运用 PPP 模式，大力发展旅游 PPP 项目；落实“大众创业·万众创新”，打造临沂旅游创客基地；结合金融衍生品创新，推进旅游资产证券化；关注旅游消费，加快旅游投资消费创新，推进分时度假、分权度假、众筹、供应链金融等模式探索。具体项目开发中，临沂需要设立“旅游产业发展基金”，以项目发展推动旅游 PPP 开发运营。



踏着先辈的足迹前进:国际共产主义照耀下的红色旅游

——写在纪念马克思诞辰200周年之际

白墨

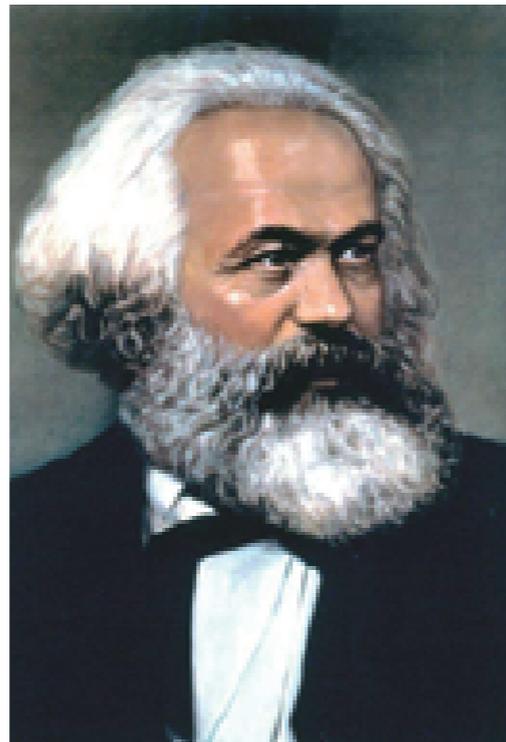
摘要：本文首先从国际、国内形势出发，分析红色旅游所处的发展阶段及未来的发展趋势。然后从遍布世界的红色印记和五湖四海的红色旅游两个方面介绍了红色旅游，最后再次阐述发展红色旅游的意义，并给出发展建议。

关键词：红色旅游 马克思诞辰 国际红色旅游

一、红色旅游概述

1、当今国际形势推动红色旅游

当前，国际局势正发生深刻的变化：美国及西方国家战略迷茫和保守内顾凸显，世界多极化和经济全球化在曲折中继续发展。总体和平、缓和、稳定和局部战争、紧张、动荡并行，传统威胁时起时伏，非传统威胁持续蔓延，全球失序的恐惧充斥弥漫。贸易战触发，全球化倒退，在这种形势下，国际社会希望中国承担更大国际责任。因此，中国需要在承担国际责任上有所作为。“一带一路”、创建亚投行、构建新型国际关系、构建人类命运共同体等，都是中国愿意承担更大责任的国际告白。旅游是世界第一大产业，旅游合作是国际合作的重要方面，体现在旅游外交、红色旅游以及我国牵头组建世界旅游联盟等国际组织和主办上海合作组织成员国首届旅游部长会议等各种国际会议。红色旅游不断深化，与世界各国旅游领域务实合作，将人文合作的纽带拉得更紧。



2018年5月5日是马克思诞辰200周年，多国举办多种形式的纪念活动，缅怀这位“千年第一思想家”。马克思主义虽然诞生于19世纪，但并没有停留于19世纪，而是不断与时俱进；虽然产生于欧洲，却没有局限于欧洲，而是影响了全世界。法国哲学家托尼·安德烈亚尼表示，马克思主义诞生于西方，如今中国思想极大丰富和发展了马克思主义。100多年前，马克思、恩格斯曾科学预见“中国社会主义”，甚至为新中国取了靓丽的名字——“中华共和国”。“历经天华成此景，人间万事出艰辛。”从马克思主义在中国的早期传播，到中国共产党的诞生，再到新中国的成立，从革命到建设，再到改革开放，一个曾衰落的东方大国从根本上扭转命运，持续走向繁荣富强。

在当今西方社会，马克思主义仍具有重要影响力。许多西方著名学者纷纷表示，人类社会至今仍然生活在马克思所阐明的发展规律之中，要探索人类社会发展前景，必须向马克思求教。剑桥大学加里斯特·琼斯教授感慨：“《共产党宣言》虽然出版于1848年，但我们现在经常谈到的全球化、裁员、跨国公司，世界经济朝这个或那个方向发展，所有这些内容在书中都能找到，它有令人惊讶的现实意义。”因此，发展红色旅游既是国际形势使然，也是我国承担国际责任的大国使命。

2、国内要求发展红色旅游

当今世界的全球化倒退需要红色旅游发挥作用。国际金融危机证明，现代社会的金融危机并未超越马克思关于经济危机的理论逻辑，资本主义用以缓和和生产相对过剩的金融创新和暂时促进需求的货币政策，并不能从根本上消除资本主义基本矛盾的激化，这是我国今天的红色旅游遍布全世界的基础，也是通过红色旅游发出中国声音、展现中国特色社会主义的文化自信并承担大国责任的重要方式。

马克思不仅改变了世界，也改变了中国。从经济增

长到贸易贡献，从减贫奇迹到绿色发展，从积极参与全球治理到推动构建人类命运共同体，我国已成为世界发展的主要动力源和不可或缺的稳定器，成为人类文明进步的有力维护者和推动者。这是我国发展红色旅游的时代需要和召唤！

党的十九大作出了中国特色社会主义进入新时代的重大政治判断。进入新时代，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。人民的需要已从“物质文化需求”发展到“美好生活需要”，从曾经“落后的社会生产”发展到“不平衡不充分的发展”。旅游成为解决新矛盾的幸福产业，在中国特色社会主义新时代，发展红色旅游，既是为了满足人民日益增长的美好生活需要，也是为了更好地推动中华民族面向未来、走向世界、实现伟大复兴。

从2004年党中央和国务院作出大力发展红色旅游战略决策以来，我国红色旅游取得了巨大发展，引起了国际社会的广泛重视和关注，得到了越来越多的国家和地区民众的认可和参与，通过红色旅游，体现共产主义的传承，薪火相传的教育目的，红色旅游成为了我国向世界展示的亮丽风景和响亮品牌。

3、红色旅游迎来发展契机

党的十八大以来，习近平总书记多次对发展红色旅游做出重要指示。红色旅游年游客接待量，已从2004年的1.4亿人次增长到2016年的11.47亿人次。《2017年红色旅游影响力报告》指出，近三年全国红色旅游接待游客累计达34.78亿人次，综合收入达9295亿元。同时，中国“海外红色旅游”快速兴起，越来越多的中国人踏上“红色之旅”。沿着革命前辈和先烈的足迹，追寻革命事件和名人足迹，正在成为旅游新风尚。对红色旅游的热情追随持续走高，红色旅游迎来了全新生机。

但从海外市场来看，目前，除中俄、中越间有专门的红色旅游线路之外，其他海外旅游目的地还不够。红色旅游很小众市场，尚未形成规模。相较于国内，境外的红色旅游目前更多的仍是观光体验为主，性质上更接近于“怀旧旅游”。中国游客到访共产国际遗址或是名人故居，多是在旅途中顺道拜访。红色旅游存在景点分散、精品不多，路上耗时长、游览时间短等瓶颈。

《2017 红色旅游报告》显示，根据抽样调查结果，87.3% 的游客有意继续选择红色旅游，超过七成游客的年龄在 14-45 岁之间。相较于过去来俄罗斯的中国游客通常是那些保存着苏联时代记忆的中老年人，目前的红色旅游游客结构发生重大变化，不再是中老年人“专利”。统计数据显示，越来越多的中国年轻旅行者也开始喜欢“红色旅游”，平均年龄为 35 岁。“80 后”父母携“10 后”小朋友到访红色旅游胜地成最新趋势，红色旅游的教育内涵日益受到人们的重视。随着客源的年轻化，组织学生开展红色实践体验活动，形成既符合游客心理、又引发内心缅怀的兴趣点，显得尤为迫切。

二、红色旅游遍及全球

1、遍布世界的红色印记

传统印象中，只有中国才有红色旅游，其实，红色旅游的印记遍布全世界。

“毛泽东热”与希腊民众的中国领袖情结出现在巴尔干半岛南端、地中海东岸，风光绮丽而神奇古老的希腊，热情好客的希腊人对新中国缔造者毛泽东非常崇拜和敬仰，堪称一种独特的文化现象。

法国南部地中海沿岸城市蒙彼利埃，气候宜人，风景如画，游客众多，该市建造包括列宁和毛泽东在内的世界名人塑像。巴黎法国华侨华人会举行纪念孙中山先生诞辰 150 周年”图片展。

加拿大安大略省格雷文赫斯特镇建成白求恩纪念馆新游客中心，并将 2012 年 7 月 11 日定为该镇的“白求恩日”，吸引游客游览。澳大利亚首都堪培拉华侨华人纪念孙中山先生诞辰 150 周年。

上世纪六十年代的日本是红色的日本，很多 60 岁左右日本老人的偶像曾经是毛泽东。

南非行政首都茨瓦尼（又称比勒陀利亚）市议会 2014 年通过了将毛泽东列入其市政街道建筑名录库的决议，“毛泽东”将被用来命名茨瓦尼市某街道、区域或建筑。

非洲莫桑比克首都马普托有条两公里长的街道称“毛泽东大街”，西端与“列宁大街”和“马克思大街”相连。

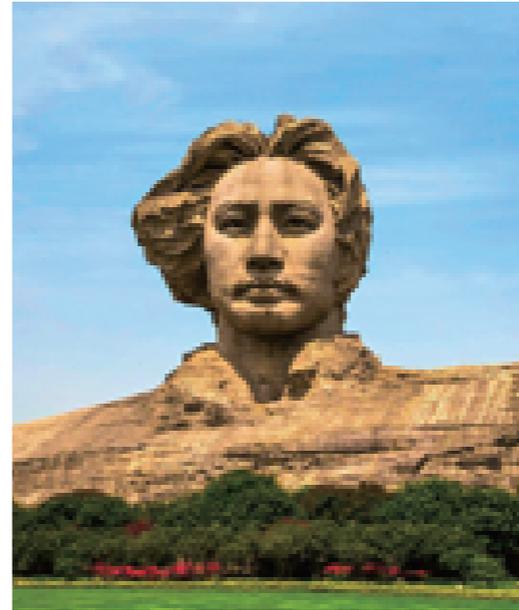
津巴布韦的乡间公路曾有“孙逸仙博士路”路标，距此不远，还有一条“鲁迅路”。

古巴的红色旅游是国际共产主义的瞻仰，游客聚集在格瓦拉墓前，纪念菲德尔·卡斯特罗。

中越两国山水相连、文化相通，毛泽东和胡志明主席缔造和栽培了传统而深厚的友谊，中越互推“伟人故里游”。越南除开放河内的巴亭广场、胡志明墓地及博物馆外，还通过印制中文介绍说明材料、在交通主干道旁新建革命性纪念碑或雕像、免收门票等方式招徕中国游客。

宗教小国尼泊尔旅游闻名世界，但是鲜为人知的是大多数尼泊尔人佛教之外选择了毛泽东和共产党，他们认识到只有毛泽东思想和尼泊尔具体实践相结合才能救他们出苦海，改变社会改变生活。

中朝友谊是用血凝聚而成，红色旅游将中朝之间友谊和合作联系得将更加紧密。随着朝核问题缓解，朝鲜向中国越来越开放，红色旅游的发展日益兴盛。吉尔吉斯斯坦首都比什凯克市有以邓小平名字命名的“邓小平大街”及邓小平雕像和石碑，两米多高



毛泽东先生雕塑

的红色花岗岩上端雕刻着邓小平头像，用俄、吉、中三种文字刻写。昭示吉尔吉斯斯坦以中国为榜样，走特色改革开放之路。

未来，西半球的古巴和美国一些交通便利的地方也会出现在红色旅游线路上。催生“五一”国际劳动节的大罢工和暴乱的芝加哥也会成为红色之旅中的一站。

2、走向五湖四海的红色旅游

“海外红色旅游”快速兴起，越来越多的中国人出国踏上“红色之旅”。就历史唯物主义而言，欧洲显然是最重要的目的地。很多国家都在努力吸引喜欢红色旅游的中国游客。

俄罗斯作为中国游客“海外红色旅游”的一个重要目的地，该国旅游公司喜欢用“红色旅游”主题来吸引中国游客。“红色旅游”项目内容丰富，包括中共六大会址常设展览馆、克里姆林宫、俄红场列宁墓、红场、二战博物馆、阿芙乐尔号巡洋舰、斯莫尔尼宫，还包括伏尔加河畔的“红色之源”列宁



莫斯科红场

故乡乌里扬诺夫斯克等。

列宁故乡是俄罗斯最早面向中国游客发起红色旅游倡议并推出红色旅游线路，众多红色旅游景点已成为我国游客到俄罗斯的必游之地。乌里扬诺夫斯克州为我国游客量身定制“红色之路”，串连起莫斯科、乌里扬诺夫斯克、喀山、圣彼得堡 4 座城市。伏尔加河线路包括沿岸城市萨拉托夫、萨马拉（苏联时期的古比雪夫）、鞑靼共和国首府喀山、楚瓦什共和国首府切博克萨雷、下诺夫哥罗德（苏联高尔基城），伏尔加格勒（苏时的斯大林格勒亦即英雄城市察里津）都是红色旅游线路。

法国除向我国推介巴黎公社墙等景区景点外，还积极打造和推介邓小平等数百名中国学生学习过的小城蒙塔日，这里用浪漫的精神和苦难现实锻炼出很多中国领导人，包括邓小平、王若飞和前统战部长李维汉等。因此，法国开辟的红色旅游路线为“伟大的足迹”，供游客探访当年勤工俭学中国学生走过的路，被誉为“载入蒙塔日史册的中国篇章”。为纪念邓小平诞辰 110 周年和中法建交 50 周年，蒙塔日纪以邓小平同志命名的广场正式揭幕。

益于红色旅游，汉语在此很受欢迎。法国学生十分有共鸣，也希望更深入了解中国这段历史，了解中国。

沿着伟人足迹，是海外红色旅游的形式之一。如探访伦敦的大英博物馆，寻找当年马克思研究写作《资本论》的地方；寻访马克思在伦敦生活的居所索霍区迪恩街 28 号，瞻仰伦敦北郊马克思与其妻子合葬的海格特公墓，探究马克思与恋人燕妮·冯·威斯特华伦婚礼举行地莱茵省小镇克罗茨纳赫；探访马克思攻读法学、法律和哲学的波恩大学、柏林大学等等。旅游者可以到建于 1653 年有“英语世界最古老的公共图书馆”的切塔姆图书馆，并在马克思和恩格斯使用过的书桌上翻阅书籍；前往马克思的故乡古城特里尔的游客来自全世界 50 多个国家，除德国外，还有法国、西班牙、荷兰、英语国家及拉美地区国家。中国游客最多，约占四分之一，寻找伟人出生和成长足迹，因为中国人有“不到特里尔就不算到过德国”情怀。

2018 年在卡尔·马克思诞辰 200 周年，《共产党宣言》发表 170 周年之际，我国赠送的马克思雕像揭幕仪式在其故乡德国特里尔隆重举行。该雕像重约 2.3 吨，高 4.6 米，连同基座，总高 5.5 米，表达了我国人民对特里尔，对马克思的崇敬和纪念。为更好接待中国游客，特里尔市及莱法州将举办包括主题展一系列纪念活动，制作特别红绿灯纪念马克思。马克思故居纪念馆有中文解说器、说明书和中英文对照标识牌；特里尔各大商场和旅游景点都有“欢迎光临”中文标识；公交车上是马克思诞辰 200 周年宣传画；特里尔“城市倡议”组织开办中文班，教授员工中文；街头德国人向中国人友好招手或说中文“你好”。同时，德国各地围绕马克思制作了很多创意产品和趣味纪念品，为中国游客“海外红色之旅”增色。被称为“马克思城”德国东部城市开姆尼茨推出“马克思啤酒”，印有马克思头像的零欧元纪念纸币及马克思衬衫、马克思巧



马克思故居雕像



邓小平等数百位中国学生学习过的小城蒙塔日



孙中山先生雕像

克力等纪念品也开始热销。

寻访红色足迹，德国、法国、俄罗斯等国的“红色景点”让中国游客感受海外的红色热情。芬兰和瑞典与俄罗斯圣彼得堡市合作，聚焦于苏联领导人列宁在这三个国家的生活轨迹，向我国游客推销“红色旅游”线路正式推出。曼彻斯特、布鲁塞尔、苏黎世和巴黎等与马克思、恩格斯、列宁、周恩来和邓小平等人有关联的地方也打造红色之旅，向中国人推介！

中国游客走出去，海外游客也来到中国游览红色旅游胜地。“中俄红色旅游合作交流系列活动”是中国红色旅游发展历史上首次在国家层面与外国开展合作。我国红色旅游以友城关系为纽带，相继与列宁家乡、胡志明家乡、戴高乐家乡等国际知名城市开展国际合作，推动红色旅游“请进来”与“走出去”相结合。

三、发展红色旅游的意义和建议

1、红色旅游的意义

文化意义

红色旅游具有丰富的文化内涵及价值，是传播当代红色文化精神的重要途径。红色旅游是构成中华民族的社会主义先进文化的枝干，其蕴含的红色文化、红色精神，具有超越国界的吸引力，历久弥新，持久不衰。通过红色旅游感受和传播中国红色文化是最有效的文化体验。

教育意义

红色旅游作为培育和践行社会主义核心价值观的重要抓手，具有寓教于乐的教育目的，是爱国主义教育的重要素材及资料。通过红色旅游落实红色文化保护、传承和弘扬工作，融入精神文明创建。通过红色旅游的体验功能，运用生活化场景、日常化活动、具象化载体，让人们在潜移默化中接受红色文

化熏陶，对于弘扬社会主义核心价值观有重要意义。



经济意义

旅游是世界第一大产业，经济效益明显。红色旅游是旅游产业中重要的具有发展前景的一部分，对发展经济，转变高质量的经济具有很大意义。当代红色旅游的多重价值为其进行旅游产品开发奠定基础。以红色旅游为主题旅游发展，是文化创意产业的一部分，将成为地区新经济增长点，带动当地经济发展。

社会意义

红色旅游促进就业，具有脱贫功能，提高改变生态环境，改善当地的社会生活环境。旅游者参与到当代红色环境中，亲身体验用心去了解那段并不遥远的过去、中国共产党人起源和初心。体验杰出人物的生活，深刻感受当代红色文化的内涵及精神，对于创建新时代和谐社会大有裨益。

外交意义

充分发挥红色旅游影响广泛、成效显著的外交功能。开展内容丰富，形式灵活多样的红色旅游国际合作交流合作互动，促进“一带一路”中外红色旅游交流合作及其常态化。从政府部门、行业协会、旅游企业、旅游院校等各方面促进我国全方位与境外外国外建立战略合作关系。

2、发展国际红色旅游建议

红色旅游要坚守文化自信

红色旅游的本质是红色文化交流，是国际共产主义红色文化的表达与传播，是马克思列宁中国社会主义文化的重要载体。坚持文化自信，用红色旅游加强社会主义荣辱观、思想道德、爱国主义和革命传统教育，传承、激活、弘扬、创新国家红色文化和构建国家文化竞争优势。用红色旅游传播国家文化、向世界展示中国，彰显大国文化自信，展示国家文化软实力。

深化红色旅游国际合作基础

重大历史事件、历史节点是深化红色旅游国际交流合作的政治互信基础，巧借历史节点，结合重大纪念活动及其他重要节假日，组织系列宣传推广活动，使中国红色旅游受到世界人民广泛的接受认可和共同的精神共鸣。

挖掘文化内涵和情感基础

立足相同、相近或相似文化坐标，挖掘红色文化内涵，以过往历史事件为核心的旅游形态，是行之有效的唤醒手段。围绕红色旅游主题旅游产品关联性，深化红色旅游国际合作的情感基础。寻找国际合作的三维空间，讲好中国故事，赢得国际认可。

共同开发旅游产品线路

红色旅游国际合作需要旅游产品、国际旅游线路作支撑。通过节会活动、纪念馆、国际旅游航线等深化红色旅游国际交流合作市场。构建国际红色旅游产品、线路体系，在国际航线、国际资本等方面夯实合作交流的市场基础。

高科技的红色旅游品牌化国际化

以品牌化、专业化、现代化、国际化和新技术、新业态、新模式、新平台、新载体的思路与举措，将红色旅游推向海内外。放宽视野，广辟路径，或渗透，



或结合，或提升，以大融合、大发展的气魄使海外红色旅游彰显独特魅力活力。创新手段满足年青一代的新市场、新需求。用让国际社会听得懂、记得住、不反感、传得开的话语方式，讲清楚红色旅游的“中国特色”和“中国品牌”。

建立长效合作机制和合作平台

建立长效合作机制，探索建立“一带一路”国际红色旅游联盟，与更多国家政府、行业协会、企业、学院签订红色旅游国际交流合作协议；依托博览会、交易会、论坛、学术会议等平台，举行红色旅游跨国合作交流活动；建设红色旅游国际合作创建区、国际合作示范点和研学旅行基地，推进红色旅游国际纵深发展。星星之火可以燎原，相信，红色旅游将随中国特色社会主义的发展壮大起来，并不断激励年轻一代沿着先辈革命足迹前行，努力奋斗实现中华民族的复兴！

参考文献：

- [1] 党建研究评论员：伟大真理永放光芒——纪念马克思诞辰200周年.《党建研究》.2018-05-02
- [2] 红色旅游国际交流合作步入新常态.红网百家号.2017-09-29
- [3] 韩岩.在英国切塔姆图书馆探访马克思的书桌.新华社.2018-04-28
- [4] 王一诺.没想到!国外还有这些“红色旅游”胜地.新华网.2018-04-29
- [5] 林斌.保护传承弘扬好红色文化.福建日报.2018-01-15
- [6] 王海文.在文旅大融合中传承红色文化.光明日报.2018-04-18
- [7] 罗明标 朱红军.红色经典的新演绎.人民日报.2018-03-01
- [8] 萧海川.专家：将红色旅游打造成行业“超级IP”.新华社.2017-05-15
- [9] 高音子 杨一苗.中俄红色旅游千人自驾活动延安启幕.新华社.2017-06-28
- [10] 尹婕.红色旅游走进新时代.《人民日报海外版》.2017-11-15
- [11] 汪嘉波.俄罗斯“红色旅游”吸引中国人.光明日报.2018-02-27
- [12] 尹婕.红色旅游走上国际舞台 讲述中国故事的平台.人民日报海外版.2016-07-16
- [13] 黄得意.发展红色旅游 传承红色文化.《中国旅游报》.2018-05-09
- [14] 单宇琦.永恒的真理 时代的篇章——写在马克思诞辰200周年之际.新华网2018-05-06
- [15] 白骅.四川以旅游为载体将红色文化推向海内外.《中国旅游报》.2018-05-07
- [16] 王珂中国“海外红色旅游”快速兴起 渐成新风尚 人民日报海外版2016-11-09
- [17] 李鲁阳.特稿：俄国伏尔加河游随笔中.红网—中国红色旅游网.2017-10-16
- [18] 王远.纪念孙中山诞辰150周年活动在巴黎、堪培拉举行.人民日报.2016-11-08
- [19] “特里尔历史上最重要的人物”——马克思故乡纪念马克思诞辰200周年.《光明日报》2018-05-05
- [20] 英名依在 事业长存——寻找马克思的伦敦足迹.《光明日报》.2018-05-04
- [21] 倪涛.南非行政首都欲用“毛泽东”命名街道 受非洲敬仰.环球时报.2014-08-31

军事旅游与红色旅游

规划四所 孙云龙 张俐颖

2017年恰逢中国人民解放军建军90周年，以《战狼2》为代表的爱国军事电影备受关注。国人被激发出的爱国热情让旅游市场也迎来了新一轮的热潮，军事旅游、爱国之旅悄然升温。《2017中国红色旅游文化发展研讨会》于12月21日在延安召开，本次会议特邀中国军事文化研究会的相关专家学者参与《光大红色军事文化，推进强国强军战略》专题研讨，生动讲解了红色军事文化对推进强国强军战略的重要意义。本文以此为背景探讨军事旅游的发展趋势及其与红色旅游的密切关联。



一、军事旅游的基本概念

军事旅游是指以军事旅游资源为载体，以传播军事文化、宣扬国防教育、爱国主义教育为目的，把观光游览和实际体验有机结合起来的一种旅游形式。它把人们平时很难了解的军事生活和某些军事设施以及军事文化与旅游结合起来，以满足广大旅游者了解军事、关注军事的好奇心理，利用现有的军营和军事设施以及部分边缘军事领域开展旅游。

二、军事旅游的主要特点

1、保护军事机密为前提

军事旅游是利用军营、军事设施、某些边缘军事领域及人造军事旅游景观作为平台来开展旅游活动。由于国家军事机密的特殊性和绝对安全性，在开展军事旅游的过程中，一定要首先保证国家军事机密的绝对安全，否则，再好的旅游效益都是不可取的。

2、主题特定、专业性强

军事旅游虽然涉及到军事、教育、科技、文化、经济、政治、社会等各个方面和各个领域，但都要在一个特定的主题下展开，即围绕着军营、军事生活、军事设施、军事文化等进行。这与普通观光旅游和度假旅游产品有很大的不同，具有很强的专业性。作为一种新型旅游产品，军事旅游和工业旅游、红色旅游、会展旅游、戏曲旅游一样，同属于专项旅游产品的范畴。

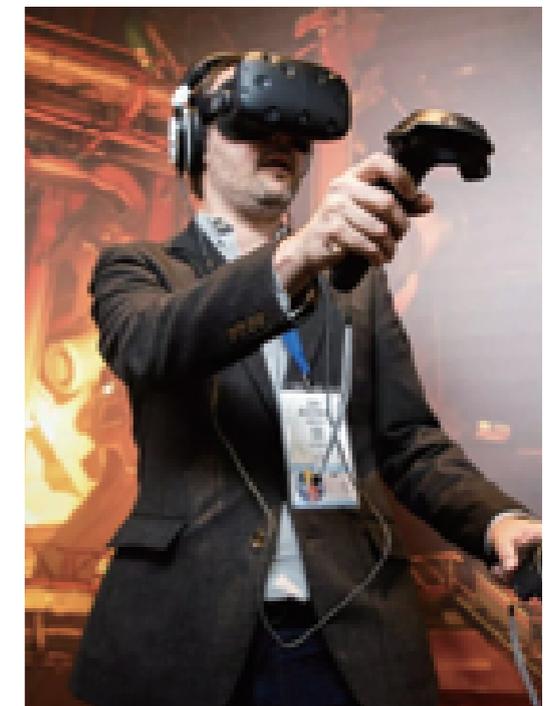
3、客群年龄年轻化趋势

军事旅游的游客群体主要由三部分组成，青少年学生以参与体验为主、退伍士兵以怀旧为主、普通游客以观光游览为主。军事旅游的开展可以大大丰富旅游者的军事知识，提高其军事兴趣。特别是对年

轻的军事旅游者，通过军事旅游可以激发其关注军事、热爱军事的热情，不仅扩展了知识面，更为其以后致力于军事国防建设提供了基础。

4、军民融合的社会效益显著

军事旅游涉及军事部门和旅游部门，让更多的民众了解军事生活和军事设施，能够加深军民鱼水情；同时具有优良传统的部队实体，也能够通过军事旅游进一步扩大其知名度和社会影响力，有助于军民乃至整个社会的良性发展。比如中国人民解放军驻港部队就是一个范例，再如南昌军事主题乐园，是八一南昌起义建军90周年纪念活动的重要项目，建成后将在加强现代国防教育、促进军民融合等方面发挥重要作用。



三、国外军事旅游发展简介

军事旅游在国外发展的比较成熟，一般以军事主题公园、战争主题公园、军事博物馆、战争遗址或战争退役武器展示等为主体。

1、美国十大军事博物馆

美国军事旅游的著名景点景区有葛底斯堡战役国家军事公园、维克斯堡美国国家军事公园、曼哈顿计划国家历史公园、珍珠港事件纪念馆等等。其中军事博物馆系列别具特色，在历史资料的保存、藏品的展示、模拟技术、多媒体技术的应用等诸多方面值得借鉴，如下表所示：

美国十大军事博物馆

国家士兵博物馆	在这里参观一亿美元的博物馆，可以从“泰坦 100 磅”展览会上清楚地看到战争步兵兵临城下的强大攻势。能感受到战斗的紧张程度、速度、混乱和嘈杂。也能感受到伊拉克战争中的情景。游客还能体验战斗，射击模拟。
福特堡国家历史地标博物馆和美国陆军野战炮兵博物馆	福特堡国家历史地标博物馆是座落于美国边境。是陆军博物馆体系中本土藏品最丰富的博物馆。可以在景区内看到 19 世纪 70 年代以塔姆帕的原始。而附近的陆军野战炮兵博物馆则运用了很多现代技术来展出藏品。
国家海军陆战队博物馆	该博物馆以其现代模拟技术而闻名。这里，游客可以穿上军人专用背包，借给军事教官在其必带命令的感觉。在这里，通过特殊虚拟现实的游戏，可以感觉到乘坐直升机在塔姆帕岛岛登陆。每个场景都像 3D 画面一样。
美国空军国家博物馆	美国空军博物馆之一。空军国家博物馆与史密森航空博物馆邻近。不同的是只展出军用飞机。游客也能看到来自德国和苏联的飞机。
美国陆军航空博物馆	不同于航空飞机的静态展览，该博物馆开创性地运用实体大小立体模型来展示陆军航空飞行状况。游客能观察到在越南着陆的直升机，也能看到雷声中亡立的航空飞机。
国家一战博物馆	该博物馆是由士兵及收藏家捐赠的纪念品组成。最初这里只是个储藏室，现在已发展成一座博物馆，很值得一看。
国家二战博物馆	该博物馆没有直接的军事展览，但在二战期间为盟军做了很多有力工作。每天游客会跟着军队参观关于二战的纪录影片，也能在其他展览中看到参战者的内心矛盾。
坎普福德第一博物馆	《芝加哥论坛报》出版商罗伯特·曼考斯特在一战期间曾在第一师服役。后来他出资在原址的遗址地修建了这座博物馆。该馆囊括了第一师所有的历史资料。还包括一个户外展览。
美国海军学院博物馆	运用多媒体技术展示了美国海军从革命时期到现代的历史。展示了自 17、18 世纪以来 20 多艘战船。北美最大的战船展览。
国家海军航空博物馆	“蓝色天使”机动队之多用展览和影片来讲述这个赫赫有名的飞行中队。在这座博物馆中，航天飞机是其中非常突出的展品。该馆还免费提供航天飞机沉浸式项目。通过模拟器和虚拟现实场景让人们享受主题公园式的刺激感。

2、俄罗斯军事历史景点开发策略

在俄罗斯，军事旅游被视为融合国防教育、军事文化和商业运营模式的朝阳产业，也是民族历史的展示窗口、红色旅游的发展亮点。2017 年 11 月，俄罗斯联邦旅游署副署长在增进中俄红色旅游合作的研讨会上表示，俄罗斯旅游署计划扩大红色旅游项目，将有军事历史的景点纳入游览线路，该方向或许对中国年轻人更有吸引力。



(1) 国家政策支持

俄罗斯于 2014 年出台了激励旅游业发展的措施，颁布了至 2020 年的旅游发展战略，提出充分发掘在远东等度假区、军事文化产业等领域的旅游消费潜力。在符合《军事设施安全与保密法规》等文件

前提下，将一些“带有浓重神秘色彩”的军事基地向公众开放。此外，俄政府还积极鼓励博物馆、军史馆、院校等具有悠久军事传统的机构开发在军事旅游方面的潜能。

(2) 军事文化传承

厚重的军史、坚韧的民族性格和尚武的传统，让军事文化和战斗精神成为俄罗斯的国家标签，并在传承中不断丰富和发展。旅游署署长萨福诺夫表示：“刺激的军事项目，让那些有过服役经历或是虽未穿过军装却有军人情节的人都能扛起武器，开起坦克，甚至飞天入海，感受战场带来的视觉冲击和刺激感。”

(3) 旅游产品创新

俄罗斯政府在旅游上进行创新，开发军事项目，通过航天体验、坦克驾驶、战场射击等项目带来可观的经济效益。如 2015 年，俄在“爱国者”公园举办著名的国际军备武器展，向外界展示最新型俄式武器装备，现场有来自海外的潜在买家，也吸引了大量军事爱好者。部分西方媒体称赞，俄打造出一种“军事主题迪士尼乐园”的味道。

(4) 军事基地旅游化

俄罗斯对中国游客开放旅游的三个军事基地包括：坦克基地、索克米格航空基地、加加林航天体验中心。俄罗斯红色旅游目的地的军事主题旅行内容，注重保护原始的自然和文化景观，项目的设计亦体现了人与人、人与自然的互动性，既有坦克机库陈列馆参观、军营战地午餐等趣味体验，也包括坦克试乘试射、空包弹射击等深度体验。

四、国内军事旅游发展现状

1、军事旅游广受游客青睐

一些著名战役的发生地和以现代化军事设施为主的景点正受到越来越多亲子家庭游客和年轻游客的欢迎，天津、青岛、南昌、广州、酒泉、文昌、南京和重庆等城市都是军事旅游的热门目的地。2017年，驴妈妈数据显示，全国十大热门军事旅游景区为：天津泰达航母主题公园、青岛海军博物馆、西昌卫星发射中心、黄埔军事主题园、南京国防园、中国酒泉卫星发射中心、金华横店影视城国防科技园、海南文昌卫星发射中心、羊山古镇国际军事旅游度假区和黄河军事文化博览园。

2、军事旅游产品日渐丰富

目前，国内的军事旅游主要有两大类：一是以观光游览为主的军事旅游地，包括军事博物馆、古代和现代的军事遗址、军事设施和退役的军事设施等。二是相关部门组织的各类军事旅游活动。另外，以

体验为主的真人CS和拓展训练等也是军事旅游的重要内容。随着军事旅游业的不断发展，军事旅游也将被赋予更多内容。

3、军事旅游项目飞速发展

我国的军事旅游资源非常丰富，除了军事博物馆之外，航空航天展览、战争题材影视室、军事演练和实弹射击场等具有创意的军事旅游项目也在快速发展，并且在开发和运作上也逐渐走向成熟。比如，上海近郊的东方绿舟、安吉战鹰军事拓训营、江南大峡谷军事漂流和成都国防乐园野战俱乐部等以真人CS和身体拓展训练为主的军事旅游项目愈加火热；天津滨海新区汇集了“基辅”号航母、“重庆”号驱逐舰等退役舰船，将其打造成航母主题公园，并设计了实景体验、影视展示等互动项目。

4、“寓教于游”的参与体验

军事旅游为何受到游客青睐呢？神秘、新鲜以及高科技是军事旅游对游客最具吸引力的几大要素。对游客来说，军事旅游最大的吸引力之一就是能亲身接触到这些原本只在电视网络上看到过的神秘而新鲜的东西，体验从没体验过的高科技。对游客来说，可以通过军事旅游项目的观光和体验，学习国防知识、增强国防观念、并且拓展身体素质，真正达到“寓教于游”的效果。

5、旅行社和景区纷纷推出惠民活动

近年来，包括军事旅游在内的红色旅游的客群年龄趋势呈现年轻化的特点。盈科旅游统计显示，在去往红色旅游目的地的游客群体中，18岁以下的游客数量增长明显。有的红色旅游景区推出18岁以下免费的政策；许多旅行社纷纷订制更符合学生需求的个性化、体验化、情感化、休闲化红色旅游主题线路。对于旅行社来说，未来可进一步挖掘消费升级前提下的深层次需求，并且联合各地政府和景区，通过“旅游+军事”，以军事国防文化为灵魂，以旅游为载体，推出更多满足游客需求的产品。

2、丰富红色旅游产品体系

红色旅游产品体系大致包括观光游览（遗迹旧址、自然风光等）、主题教育（爱国主义教育、党员保先教育、党史教育、革命传统教育，国防教育等）、红色培训（党员党史、干部培训、企业拓展等）、主题体验（军事体验、VR体验、红色文创、红色演艺等）、红色感悟（康健疗养、夏令营、研学拓展等）。许多产品类型与军事旅游密切相关，比如军事装备观光展览、爱国主义及国防教育、军事实景体验、军事影视展示、军事拓展训练等等。这些极大地丰富了红色旅游产品体系的维度与丰度。

3、增强红色旅游产品体验性

目前全国范围的红色旅游区普遍存在红色旅游产品类型单一、体验性不够、核心吸引力较差的现象。如何打造多样化的旅游产品，增强“事件性”、情景化为主的参与性、实现静态展示到动态体验的转变、文物旅游到文化旅游的转变是许多红色旅游项目开发的重点和难点。军事旅游产品以其天然的神秘、新鲜、高科技、震撼性大、体验性强的特点，可显著地增强红色旅游产品的体验性，提升红色旅游景点景区的游客吸引力。

五、军事旅游与红色旅游的融合发展

1、充实红色文化内涵

军事文化是红色文化不可或缺的重要组成部分，红色军事文化遗产是鲜活的革命教科书，是珍贵的历史博物馆，也是弘扬社会主义核心价值观的思想宝库。组织开展系列红色军事主题教育活动，群策群力、多方合力，保护好、传承好、挖掘好红色军事文化遗产，对讲好红色故事，激活红色基因，充实红色内涵、弘扬红色精神具有极强的现实意义。

4、拓展业态融合新空间

从红色旅游的发展趋势来看，各地在构建以红色旅游资源为主体的核心吸引力之外，应结合良好的生态环境（绿）、多彩的民族风情（少）、丰富的民俗文化（古），充分融合农业、制造业、会展服务业、娱乐和文化创意等多个产业，打造综合业态于一体的红色旅游区。军事旅游的发展可进一步拓展业态融合的新空间，比如包头市着力培育军工旅游新产品新业态，依托坦克、装甲车、火炮等军工产品，发展军事拓展、野外实弹射击、军事模拟对抗等体验活动，打造我国最大的军工旅游体验基地。



旅游大数据时代红色旅游营销突围之路

——以宁都、婺源、遵义、瑞金为例

褚慧斌 廖炎钧 倪静静

摘要: 本研究以消费者为研究视角, 综合应用百度指数大数据工具, 结合新时代发展背景, 选取宁都、婺源、遵义、瑞金等四县(市)为研究对象, 通过重点研究红色旅游市场状况, 提出有建设意义的旅游个性与共性的营销策略, 本研究既可作为四县(市)发展红色旅游的指导, 也可以作为地方在进行红色旅游市场营销策略决策时的借鉴与参考。

关键词: 大数据应用 县域红色旅游 营销策略

随着 2010 年中国正是成为世界第二大经济体, 中国经济市场化的趋势越来越明显, 中国消费者的消费结构开始发生显著的改变, 故本文以 2011 年作为数据抓取的时间节点, 将百度指数 - 大数据分享平台 2011 年 1 月至 2018 年 1 月宁都、婺源、遵义、瑞金等四县(市)这七年间的大数据作为分析研究的重要根据, 以期获得可供发展参考的新时代背景下红色旅游发展的营销组合策略。

本研究综合运用百度指数大数据分析消费者行为, 试图解决目前红色旅游发展的实际问题。借助“趋势研究”的相关数据主要分析关注程度和整体趋势, 以此来断定旅游地的品牌化程度; 借助“需求图谱”的相关数据, 分析相关词分类数据, 由此断定潜在客源市场营销渠道侧重点以及旅游产品的打造类型; 借助“资讯关注”的相关数据, 来拿捏旅游地未来在营销宣传的力度和判定旅游地的淡旺季问题; 借助“人群画像”的相关数据, 分析客源消费的地域分布和人群属性情况, 由此来推断进行旅游客源细分和定位。

一、县域红色旅游特殊性分析

1、红色旅游特征总结

“红色旅游”是指以中国共产党领导人民在革命战争时期形成的纪念地、标志物为载体, 以其所承载的革命历史、事迹和精神为内涵, 组织接待旅游者开展缅怀学习、参观游览的主题性旅游活动。红色旅游大致具有以下三个特征:

(1) 红色旅游是把红色人文景观和绿色自然景观结合起来, 把革命传统教育与促进旅游产业发展结合起来的一种新型的主题旅游形式, 旅游过程中兼具政治正确、爱国主义传播、中华优秀传统文化传承等多重使命, 因此具有教育性。

(2) 红色旅游可分为红色人文景观与自然景观结合的“红色观光游”, 红色观光与各类体验活动结合的“红色体验游”, 红色观光、体验与休闲活动结合的“红色休闲游”, 红色休闲与生态度假相结合的“红色度假游”等多个层次, 因此具有层次性。

(3) 随着红色旅游意识不断进步, 深度红色游不断壮大, 红色旅游与其他主题旅游形式逐渐走向“合

流”, 其既可以与乡村旅游相结合、又可以与研学旅游相结合、也可以与文化旅游相结合、还可以与自驾旅游相结合等等, 红色旅游内部巧妙地实现了“旅游 +”的多方面复合, 丰富了旅游产品形式, 创新力度得到加强, 因此具有综合性。

2、县域红色旅游特殊性小结

近年来, 随着全国红色旅游的发展, 在加强宣传教育、传承历史文化、推动旅游扶贫、促进经济发展等方面取得了令人瞩目的成就, 但县域红色旅游与大区域(跨省或省内部分地区的一体化)、省域、市域等行政体量相比, 县域红色旅游拥有着自身发展的特殊性, 基本可以从“五脉”探讨两者之间的差别。

从“地脉”角度上看, 县域红色旅游的地理空间存在一定的局限性, 但更容易将地理资源做精做细, 最终打磨成市场认可的旅游精品;

从“文脉”角度上看, 地域文化更加集中, 更具特色, 容易分辨和提炼“强 - 中 - 弱”各种强度的文化重点, 方便管理者或经营者抓准红色文化旅游发展的方向。

从“人脉”角度上看, 除个别经济强县特例外, 绝大部分“老少边穷”区县的高素质人口流失度大, 人才引进困难, 发展高品质的县域红色旅游缺少“软件”上的支撑, 红色旅游发展的可持续性不足。

从“商脉”角度上看, 可能会出现“两极分化”的局面, 一方面, 对于毗邻经济发达地区的区县而言, 由于受到更加低廉的土地价格以及人力成本的影响, 非常容易获得商业资本的注入, 另一方面, 对于经济边缘化的区县, 其对红色旅游商业资本的吸引和县域布局又是非常困难的。

最后从“政脉”角度上分析, 发展红色旅游的区县大部分具有革命老区背景, 更容易获得国家旅

游扶贫等各种政策扶持, 地方政府可能会更趋于发展红色旅游并且愿意给予投资企业更大的优惠和补贴, 此外, 区县行政单位体量较小, 不需要牵扯到跨省跨区的行政配合问题, 管理体制更加灵活, 更有利于“迅速”发展起红色旅游。

综上所述。区县发展红色旅游有优势也存在劣势, 总体上看其“五脉”整体还是相对弱势些, 在与大体量的行政单位竞争时竞争力相对较差, 因此, 大力度发展县域红色旅游, 需要地方政府更加力度地加强创新, 进行多层次综合发展。

二、案例选择典型性分析

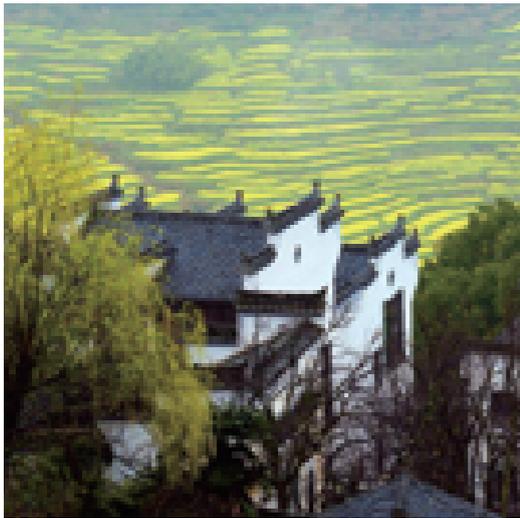
1、宁都红色旅游典型性分析：地域文化与红色旅游相结合

宁都县是一座被誉为客家祖地, 文乡诗国, 苏区摇篮, 赣南粮仓, 赣江源头的千年古城, 红色资源、绿色资源、民俗文化资源丰富。宁都是著名的早期客家摇篮, 也是红色革命根据地和著名的宁都起义发生地, 拥有翠微峰、莲花山、凌云山、赣江源等丰富的绿色资源, 客家文化、宗教文化、儒学文化等民俗文化丰富多彩。宁都县将各类资源与红色旅游相结合, 对资源进行整合, 提高旅游品质, 发展特色旅游产品, 推出“红色旅游套餐”, 并与周边县市联手, 共同打造红色旅游精品旅游线路。

2、婺源红色旅游典型性分析：红绿结合发展模式

红 + 绿发展模式, 即把红色旅游资源和绿色旅游资源结合开发的一种模式, 采用“红色搭台、绿色唱戏”的红绿结合模式进行联动开发, 以高知名度的红色景观为号召, 以清新奇绝的自然山水等绿色景观和生态环境为基础吸引旅游者。婺源县有效地整合了全县十余个红色文化美丽乡村, 以政府之力开展红色旅游资源推介活动, 如: 重走红军路, 参观“红色村”, 接受革命传统教育等。在婺源中国最美

村庄的基础上，提取乡村文化内涵，提升婺源旅游成了东线、北线、西线三条红色旅游精品路线，作为绿色明珠，婺源县的红色旅游充满了红色情怀、旅游产品成功地注入红色文化价值取向，擅于挖掘革命先辈的红色故事，红色旅游活动带有弘扬艰苦奋斗、不怕牺牲、敢闯敢干的红色基因。



3、遵义红色旅游典型性分析：地方红色旅游品牌塑造

遵义县托抢渡乌江（包含茶山关战斗、楠木渡战斗、乌江渡战役、刀靶战役）、苟坝会议会址等旅游资源，着力打造“抢渡乌江纪念地”、“苟坝红色之旅”和“黔北奇景云门囤”三大旅游品牌。红色旅游已经成为城市文化产业开发的强大助推器，以遵义会议为核心，突破乌江、四渡赤水、娄山关等战役为组合，形成了遵义红色旅游产品品牌的独特性、唯一性和权威性，并以此打造贵州省旅游发展的龙头品牌；以遵义会议为代表的长征精神和显示出来的老一辈革命家们无与伦比的大智慧和惊人意志力，是进行革命传统教育的理想基地，是遵义市乃至贵州独特的城市品牌；遵义红色旅游资源的开发，对遵义的生态旅游资源、酒文化旅游资源、地域文化旅游资源开发都会产生促进作用，形成多姿多彩的板块组合。



4、瑞金红色旅游典型性分析：红色旅游带动中央苏区振兴

瑞金四步走红色旅游新战略成功地带动了中央苏区的振兴。第一步，瑞金的红色旅游产品开发遵从让游客从被动观光到主动参与体验的创新发展模式（如革命生活体验参与互动活动、大型场景剧或大型场景歌舞、大型模拟实战表演等），实现了从“文物旅游”到“文化旅游”的质的转变。第二步，瑞金红色旅游的历史文化背景，决定了较为明确的目标市场，其红色旅游市场紧紧抓住青少年市场，党员与干部市场，离退休老年人市场等“三类人群”。第三步，按照修旧如旧、修旧复旧的原则，修建革命旧址，将叶坪、沙洲坝已经成规模较大的国家部委旧群建设成为瑞金红色旅游产业集群，通过打造文化旅游产业集群，争取免费开放区全省红色革命旧居旧址景区，增加了瑞金旅游流量。第四步，实施红色旅游名城战略，按照“带动、突破、崛起、兴市”的思路，围绕“融入红色旅游、联通中央苏区、承接教育基地、呼应社会需求”的发展定位，开展了建设工作。

三、红色旅游市场营销策略

（一）、县域红色旅游的营销建议

1、搜索指数趋势分析及营销建议

四县（市）的百度搜索指数均高于全国红色旅游整体的搜索指数，这侧面印证了所选取的四个案例的典型性。四县（市）中，搜索指数婺源>遵义>瑞金>宁都，可以看出婺源和遵义的市场关注点要高于瑞金和宁都，前两者旅游目的地的品牌化程度也高于后两位，并且婺源方面近七年每年都会出现爆发式地关注峰值，尤其是2017年婺源一年内出现了多个关注峰值，这与婺源在2017年大力推动“红+绿”行动的事实暗合。



营销策略：婺源和遵义继续巩固自己的红色品牌，而瑞金和宁都需要找到各自合适的品牌塑造方式，充分利用全年各个季度来提升各自品牌的市场关注度，打造自身红色品牌的核心竞争力，积极采取新媒体，在PC端宣传的基础上，将营销渠道重心更加偏向于移动端。

2、人群画像分析及营销建议

（1）潜在客源市场定位

①宁都客源地定位

客源地（省份）的划分：一级客源省，江西省、广东省；二级客源省，东部沿海各省份；三级客源省，其他省份。

客源地（区域）的划分：一级客源地区，华东地区；二级客源地区，华南地区；三级客源地区，华北地区和华中地区，四级客源地区，东北地区、西南地区、西北地区。

客源地（城市）的划分：一级客源城市，赣州、南昌；二级客源城市，深圳、广州、上海、厦门、北京、杭州、泉州、东莞等；三级客源城市，其他城市。

图 1-1 宁都潜在客源市场分布图

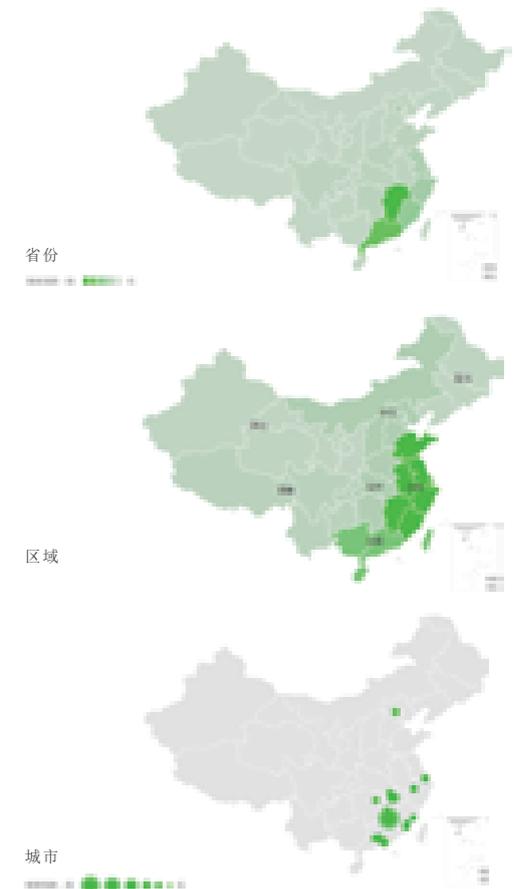
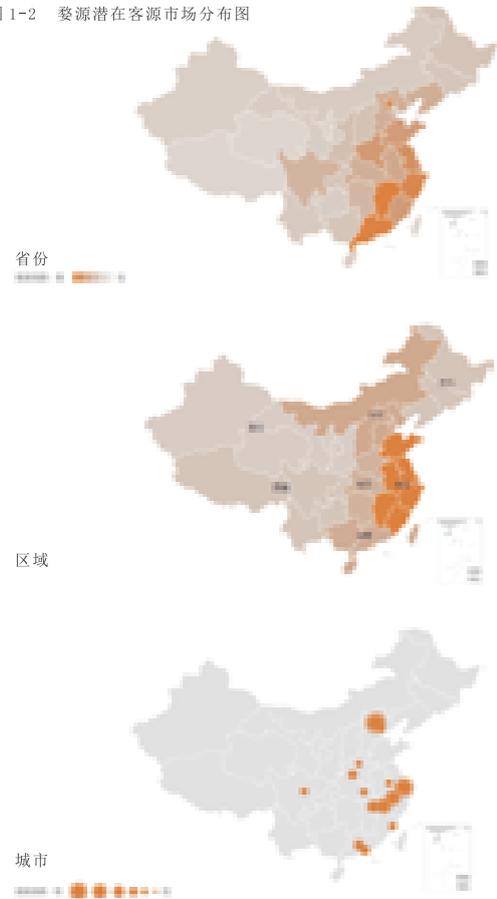


图 1-2 婺源潜在客源市场分布图



②婺源客源地定位

客源地（省份）的划分：一级客源地，江西省、广东省、浙江省；二级客源地，北京、山东省、河南省、江苏省；三级客源地，辽宁省、河北省、安徽省、湖北省、四川省、陕西省、湖南省等；四级客源地，其他省份。

客源地（区域）的划分：一级客源地，华东地区；二级客源地，华北地区、华中地区、华南地区；三级客源地，西南地区、西北地区、东北地区。

客源地（城市）的划分：一级客源地，北京、上海、杭州、上饶等；二级客源地，南昌、深圳、广州等；三级客源地，天津、郑州、南阳、南京、武汉、成都、福州等；四级客源地，其他城市。

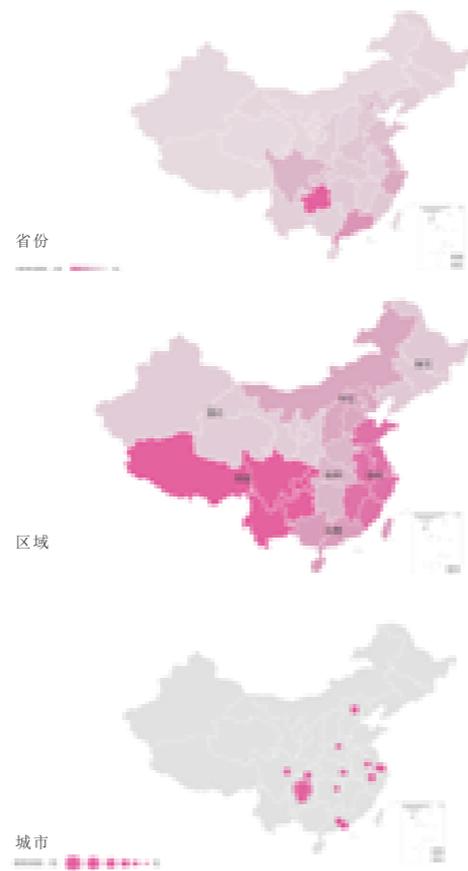
③遵义客源地定位

客源地（省份）的划分：一级客源地，贵州省、四川省、广东省；二级客源地，北京、山东、江苏、浙江、重庆、河南、河北；三级客源地，其他省份。

客源地（区域）的划分：一级客源地，西南地区；二级客源地，华东地区；三级客源地，华北地区和华南地区；四级客源地，华中地区、东北地区、西北地区。

客源地（城市）的划分：一级客源地，遵义、贵阳、北京、上海、浙江；二级客源地，成都、重庆、深圳、广州、苏州等；三级客源地，其他城市。

图 1-3 遵义潜在客源市场分布图



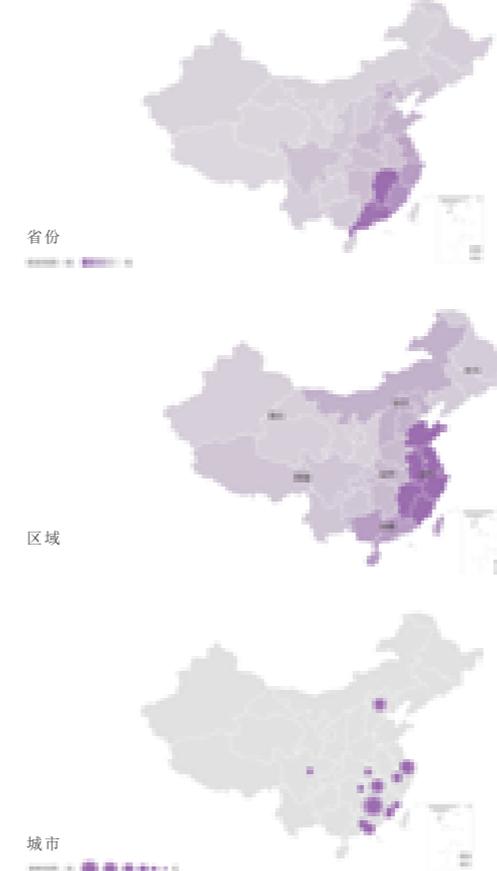
④瑞金客源地定位

客源地（省份）的划分：一级客源地，江西省、广东省；二级客源地，东部沿海各省份；三级客源地，其他省份。

客源地（区域）的划分：一级客源地，华东地区；二级客源地，华北地区和华南地区；三级客源地，华中地区和西南地区；四级客源地，东北地区和西北。

客源地（城市）的划分：一级客源地，赣州、上海、南昌、北京、深圳；二级客源地，杭州、广州、福州、厦门、泉州等；三级客源地，其他城市。

图 1-4 瑞金潜在客源市场分布图



(2) 资讯关注与潜在消费群体定位

宁都、婺源、遵义、瑞金四县（市）均以红色旅游为特色，其消费群体年龄分布总体定位上基本一致，四县（市）的红色旅游营销人群主力应该锁定在“30-39岁”人群，其次是“40-49岁”人群，再次为“20-29岁”人群，其中“20-29岁”人群是未来开发红色研学旅游的“潜力军”。

图 2-1 人群属性年龄分布图

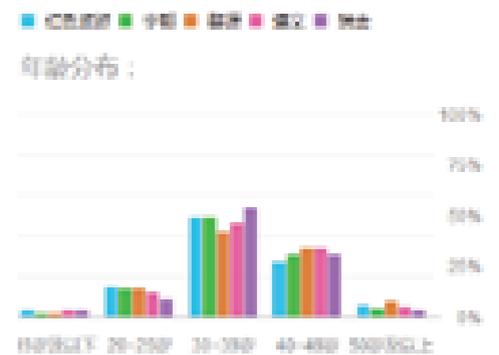
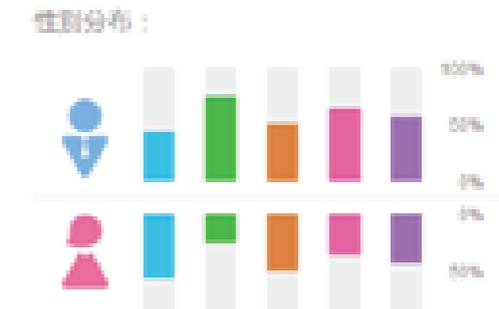


图 2-2 人群属性性别分布图



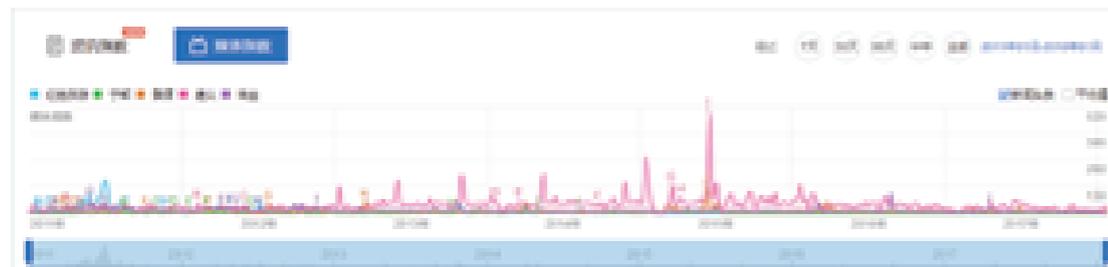
关注人群的性别占比上，婺源和瑞金的关注人群男女比例均衡，而宁都和遵义男性群体的关注比重远远大于女性群体，这两个县为未来可以在开发出更多适合女性群体的旅游产品，如有红色元素的亲子、健身、博览、美容、美食、烹饪等体验型旅游产品，最大程度地吸引该群体关注，以平衡目前男女关注群体失衡的状况。

3、需求图谱与媒体营销

(1) 媒体指数分析

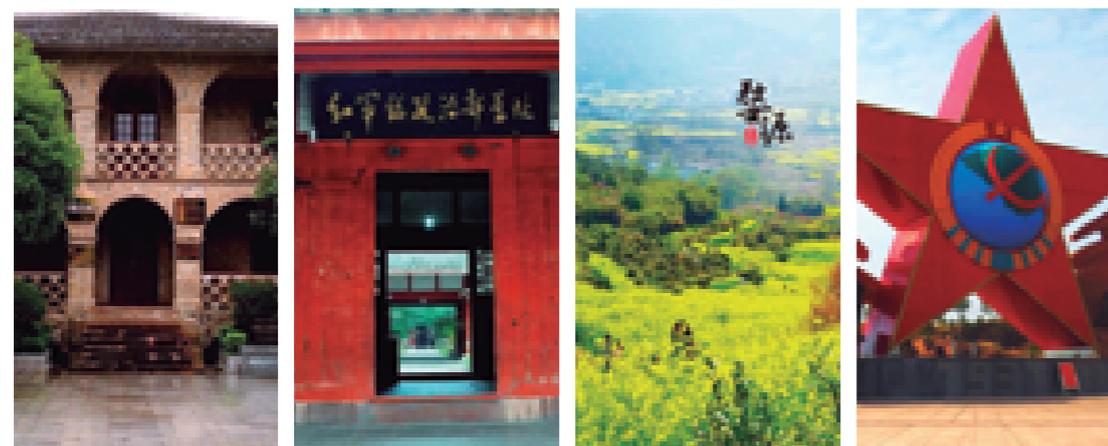
如图 3-1，从媒体指数随时间的波动情况以及新闻头条的分布情况，可以看出 2013 年前四县（市）的媒体指数区别度不大，在 2013 年后遵义的媒体营销远超出其他四县（市），关于遵义的新闻头条频出，这有利于遵义知名度的提高，提高遵义品牌的市场认可度。未来宁都、婺源、瑞金等三县市需要加强媒体营销力度，尤其是通过“文明炒作”，炒热当地红色旅游。

图 3-1 媒体指数趋势图



(2) 相关词分析

相关词分析主要是网民客户检索中心词前后及由此关联的热门关键词。这一部分可以非常直观地展现潜在消费者的需求和关注点，而这些需求和关注点正是四个县（市）进行红色旅游媒体营销的着力点。分析研究发现，与地名相关的相关词（包括车站、河流、处所等）均可分别作为四县（市）传统媒体（户外广告等）营销投放的优选地，与网络有关的相关词（包括网址、网络节目、邮箱、网络平台等）均可分别作为四县（市）新媒体营销投放的宣传地。



红色旅游相关词分类与排名表

中心词	来源	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
遵义	来源	遵义会议会址	遵义	遵义会议	遵义会议会址	遵义会议会址	遵义	遵义	遵义会议							
	来源	遵义会议会址														
	来源	遵义会议会址														
	来源	遵义会议会址														
遵义	来源	遵义会议会址														
	来源	遵义会议会址														
	来源	遵义会议会址														
	来源	遵义会议会址														
遵义	来源	遵义会议会址														
	来源	遵义会议会址														
	来源	遵义会议会址														
	来源	遵义会议会址														
遵义	来源	遵义会议会址														
	来源	遵义会议会址														
	来源	遵义会议会址														
	来源	遵义会议会址														

注：来源相关词作用说明：反映用户在搜索中心词之前还有哪些搜索需求。去向相关词作用说明：反映用户在搜索中心词之后还有哪些搜索需求。
 搜索指数作用说明：反映中心词所有相关词中搜索指数热门的关键词。上升最快作用说明：反映中心词所有相关词中搜索指数变化率上升速度的排名。

(二) 红色旅游的旅游营销策略

1、红色旅游产品策略

结合主要受众年龄段的人群特点，专门研发相应的红色旅游产品以供消费选择。针对“30-39岁”人群，研发红色旅游+自驾游等户外型红色旅游产品，针对“40-49岁”人群，研发“红色旅游+康养旅游”等健康型红色旅游产品，针对“20-29岁”人群，研发“红色旅游+研学旅游”等学习型红色旅游产品。

图 2-1 人群属性年龄分布图



图 2-2 人群属性性别分布图

结合旅游受众的性别特征与偏好，相应地研发相关红色旅游产品以供消费选择。针对男性旅游人群，研发红色旅游融入越野、探险、科普、科技元素的旅游产品；针对女性游客群体，则应该研发红色旅游融入亲子、健身、博览、美容、美食、烹饪等元素的旅游产品。

2、红色旅游价格策略

参考国家旅游统计年鉴相关消费数据，针对不同收入水平的消费人群平均的消费能力，积极研发不同价位、不同体验的红色旅游产品。针对高消费群体，提供红色度假旅游产品及相关衍生品，定价在人均每天花费三千及以上；针对中等消费能力的人群，提供红色休闲与体验类旅游产品及相关衍生品，定价在人均花销八百元以上三千元以下；针对中下消费能力的人群，提供红色观光与体验类的旅游产品及相关衍生品，价位在每天人均花费八百元以下。在八一建军节、国庆节、抗日纪念日等重要的红色旅游节日，红色旅游产品价格应该有相应的折扣优惠给出。

3、红色旅游渠道策略

从红色旅游的需求图谱中，可以大概划分出红色旅游“高-中-低”三类层级渠道，高层级渠道，即旅游规划与策划企业（红色旅游策划）、红色旅游景区（点），它们是两大对红色旅游关注度和相关性最大的渠道，因此可以通过“红色+奖励旅游”打开旅游规划与策划企业高层管理者和职工的需求渠道，针对红色旅游景区（点）内部的工作人员同样可以通过奖励旅游或者优惠折扣等形式打开景区内部需求渠道。

中层级渠道，即电商（淘宝等）、交通销售平台（12306等）、检索平台（知网等）、重大节事活动（NBA等）。上述部分可以通过科考、研学、会展、奖励、社团、公益等多种旅游方式，来打开他们内部及关联的渠道。

低层级渠道，也可称之为传统渠道，即网站、邮箱、APP、娱乐平台等，可以采取互惠合作的手段，通过向平台植入广告来换取红色旅游目的地吃住行游购娱等方方面面的优惠，这样做既通过平台挖掘了网友使用者这些潜在消费者，同时也可以

图 5 红色旅游的需求图谱



打通网络平台运营企业内部的需求渠道。

4、红色旅游促销策略

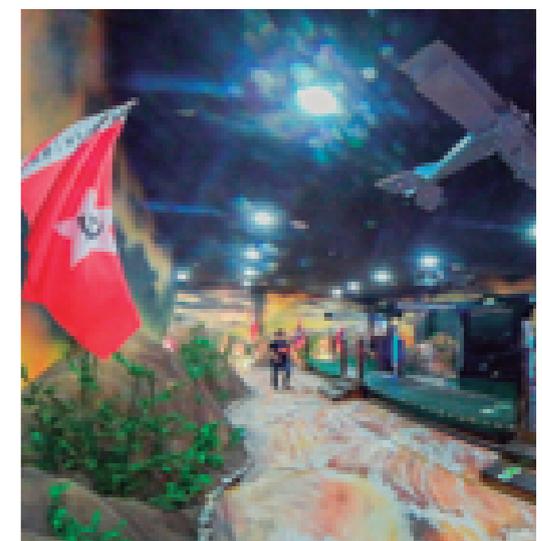
通过旅游地的地脉进行促销，打破地脉的束缚，联合周边有红色旅游资源的地区一起打包联合促销，将两地的旅游形象力进行组合叠加，起到促销宣传力度最大化的效果。

通过旅游地的文脉进行促销，打破文脉的束缚，积极融入AR/VR等高科技促销宣传手段，让传统的红色文化产品更富有现代感，赢得市场的好口碑。通过客源地的人脉进行促销，打破人脉的束缚，通过旅游互访机制，引入异地客源或者服务人员，通过红色旅游景区的客源交换和旅游专业人才的共享，产生影响力更大的口碑促销作用。

通过竞争地的商脉进行促销，打破商脉的束缚，以旅游推介会、媒体交流会等形式向投资商宣传目的地的红色旅游资源，吸引资金注入。

通过旅游地的政脉进行促销，打破政脉的束缚，迎合市场发展走向，地方政府积极调整管理机制体制，通过规范化程序，对过境自驾车辆、旅游大巴等投

放纸质或者短信促销宣传观光，地方导游和外地导游肩负一定的旅游促销宣传的责任。最后，根据红色旅游新闻咨询检测图，可以发现近几年红色旅游资讯指数表现平平，需要积极通过良性炒红色旅游资讯来重新吸引游客的关注，此外8月至9月是红色旅游资讯最为丰富的月份，同时也是红色旅游的旺季，需要在旺季中加入更大的红色旅游宣传促销力度，以保证红色旅游景区的关注点及由此带来的高客流量。



党的十八大以来，习近平总书记多次深入红色旅游经典景区视察、出席重大纪念活动，作出了一系列重要论述和指示，提出的系列新思想新观点新要求，内涵丰富、思想深邃，红色旅游进入认识最深、力度最大、举措最实、推进最快，成效最好的发展时期。习近平总书记指出，“发展红色旅游要把准方向，核心是进行红色教育、传承红色基因，让干部群众来到这里能接受红色洗礼。”发挥红色旅游的政治教育功能、思想教育功能、文化教育功能，加强爱国主义和革命传统教育、培育和践行社会主义核心价值观、促进社会主义精神文明建设，是实现中华民族伟大复兴中国梦、传承中华优秀传统文化的重要举措。担负起弘扬党的光辉历史的任务，是新时代、新征程党和人民赋予红色旅游的神圣使命。

一、红色旅游景点景区成为推进红色教育的重要载体

红色旅游经过十余年的发展，全国形成了12个“重点红色旅游景区”，30条“红色旅游精品线路”和100个“红色旅游经典景区”的红色旅游大格局。2017年《全国红色旅游景点景区名录》印发，公布了300处全国红色旅游景点景区，作为今后五年红色旅游发展工作的重点。

井冈山、西柏坡等著名的红色景区经过多年与时俱进的探索，一直走在红色旅游发展的前列，让革命遗迹与旅游结合，借助红色旅游的浪潮发挥第二课堂的教育作用。

二、红色旅游景点景区发展的问题依然突出，红色教育功能不显著

从全国红色旅游景点景区的整体开发水平来看，开发方式依然是初级和粗放的，宣传、展示方式和手段过于陈旧，解说、展示不够形象生动，对革命历史意义的挖掘不够充分。

文化宣传上，一些革命老区易出现宣传断层的情况，更新频率慢、内容过于严肃的问题尤为普遍，进而导致吸引用户少、阅读量低、游客参与度低。

陈展水平上，红色历史及精神的展示基本限于纪念馆、展览馆、旧居展示等传统方式，展示内容单调、展示工具及方法模板化，解说流程格式化，缺乏吸引力和感染力，对普通游客、尤其是年轻游客的吸引力较弱。

文化内涵的挖掘上，对文化遗迹文字解读过于浅显，文化内涵与实际结合不够紧密，说服力、引导力不强，讲好中国故事、体现中国智慧、弘扬中国精神的方法和手段仍待创新。

整体而言，红色旅游景点景区普遍存在对红色旅游教育功能的认识不全面，不深刻，激励机制不健全问题，这也是导致铜像广场、博物馆、故居“老三样”发展模式遍地开花，红色文化内涵挖掘不够，主流价值观、自身创新动力不足，难以取得更广泛国际社会共识的重要因素。



赋予红色旅游新的时代内涵

——红色旅游如何与时俱进的发挥

红色教育、基因传承功能

博雅方略三所 李秀娟

三、与时俱进，提升红色旅游教育认知，挖掘红色内涵

在 96 年的奋斗历程中，中国共产党孕育形成了一系列彰显政党性质、反映民族精神、体现时代要求、凝聚各方力量的红色精神。集中体现为以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神，如在革命战争时期，形成的井冈山、长征、延安和西柏坡精神，在社会主义建设创业时期，形成了雷锋精神、铁人精神、北大荒精神、焦裕禄精神、两弹一星精神，在改革开放时期，形成了九八抗洪、抗击非典、抗震救灾精神、航天精神、21 世纪的高铁精神等，这些都已成为红色旅游的重要内容。红色旅游通过寓教于游，以游育人，以文化人的形式，让人在参与中潜移默化的接受红色精神、红色传统的熏陶，收获感动与满足，心灵受到洗礼。针对当前红色旅游景区在红色教育、基因传承上的功能缺陷，在弘扬红色精神、传承红色基因上，还需要加强红色旅游景点景区时代性、创新性和实践性旅游产品的设计和开发。

突出时代性，提升思维高度。加强与与时俱进的思想意识，站在新的历史起点上，从世情、国情、党情的变化出发，探索、把握和尊重客观规律，坚持改革创新，坚持与时俱进，积极探索红色旅游凝聚中国精神、中国力量的新路径。

突出创新性，拓展开发强度。首先，增强仪式感教育，聚合正能量的功能。比如升旗仪式、阅兵仪式、纪念日等。其次，加强信息、科技成果的应用。利用广播、视频、网络、平面、影视等媒体业务集群建设。利用现代 3D、全息科技手段加强展示、演艺效果等。再次，加强艺术化表达。组织创作一批聚焦重大历史题材的影视、戏曲、图书、演艺等文艺作品，实现以文化人、以文育人。

突出实践性，加大实用力度。第一，与具体工作相融合。将红色精神与工作相结合，发挥其精神的引

领作用，团结进取、不怕困难、敢于创新，通过红色精神的体验唤起工作的热情，激发不屈的斗志。在工作中发扬“自强不息、艰苦奋斗、开拓进取、勇攀高峰”的优秀红色传统。第二，与日常生活相结合。红色精神所能告诉我们的，我们也要告诉生活，我们团结、进取、友爱、守纪、敢于担当，我们为祖国骄傲，也会努力成为祖国的骄傲。

在当今社会，物质生活充裕，信息网络发达，最怕的就是迷失方向。现实生活需要用优秀的红色传统作好价值排序，让具有时代性、创新性、实践性的红色旅游产品融入日常工作生活，这是红色精神最长效的传承之举。

四、他山之石，让红色精神“活”起来

在改变刻板的宣教形式、增强时代感，以更加生动有趣的方式来讲述红色故事方面，已经有不少景区在尝试创新，如井冈山景区、太行山区、辽沈战役景区等，通过实景表演等生动逼真的方式让游客融入虚拟的革命战争情境中，使游客身临其境地体验红色文化。

为加强红色旅游的参与性与互动性，井冈山推出了“走一段红军小路，听一堂传统教育课，向革命先烈献一束花，吃一顿红军套餐，看一场红色歌舞，学唱一首红军歌谣”的“六个一”参观游览项目，深受游客喜爱。

为让游客深入红色旅游的情景中，加强体验性，太行山区打造八路军文化园和游击战体验园，游客可以手握机枪、高举手雷、隐埋地雷、出入地道，直接参与“打一场游击战”的角色扮演活动。

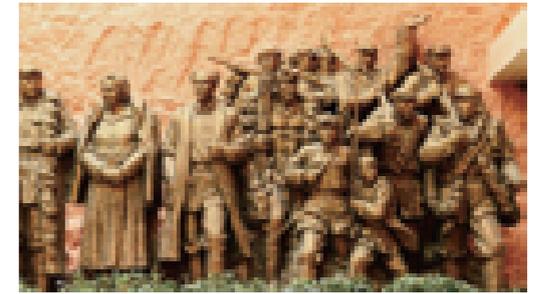
为加强震撼感染力，辽沈战役景区打造大型真人实

战表演，人民解放军、国民党军队穿梭在“沈阳”、“锦州”两座高大的城门间，坦克、装甲车和真枪实弹穿梭其中，真实再现了当年的战争场面。

为扩大红色旅游的参与度，临沂通过沂蒙红色影视基地串联线上线下，将红色故事插播到日常活动中。例如，在临沂市政府和临沂大学共同举办的第一届全国大学生传统运动会中将鸡毛信、女子火线桥、送军粮、救伤员、沂蒙姐妹抢丰收等革命事迹纳入比赛项目，市域内开通红色旅游客运专线，临沂车务段创建“沂蒙情”红色旅游品牌进行宣传。

为增强艺术吸引力，西柏坡曾开拓性地编排了一台名为“中国梦·赶考行”情景报告会，将演讲、图片、视频、歌曲、话剧、快板、评书等艺术形式融合在一起，打破“一人讲、大家听”的单一模式，演出效果良好。同时，这也是一台汇聚新时代特征的艺术创新，把“赶考”精神融入到“中国梦”的伟大实践中，通过对各行各业先进事迹和典型的展现，营造良好的网络舆论氛围，汇集实现“中国梦”的正能量。

广泛运用现代科技手段，现代文学、歌舞、影视和



实景剧等艺术手段，融入新时代命题，以提高展览效果和感染力，增强时代亲和力，是红色旅游的一个重要发展特征和趋势。

五、新时代发展，让红色教育方式更为多样化

爱国题材影视剧作以艺术化的表达传播红色精神，成为传承红色基因，进行红色教育的文化窗口。从《战狼二》到《红海行动》、《人民的名义》，再到《厉害了，我的国》，一部又一部的爱国题材类型的影视作品出现在大众视野里，振奋了国人，震撼了世界。爱国题材的影视作品将中国红色精神艺术化、故事化，缩短了时代间距离感，增强了大众亲和力，扩大了受众面，成为传播文化自信，弘扬红色文化，传承红色基因，进行文化教育的中国名片。

“中国智造”成为新形象，科技和创新引领红色旅游新趋势。中国桥、中国路、中国车、中国港、中国网等超级工程，不断刷新国人和世界对中国的认知，既是中国新名片，又是新的旅游吸引物，被中国桥、中国路、中国车、中国网吸引出游的游客不断增加，旅游已经不断的融合在路上、在手上、在景区，随时随地都透露着 13 亿多国人的文化自信和大国自信。

因此，不断应用先进的科技成果、不断增强创新能力、不断挖掘新时代红色文化内涵，以新的方式、新的手段进行红色教育，传承红色基因应该成为红色旅游景区提升、改造以及建设的持久举措。



《2016-2020 年全国红色旅游发展规划纲要》提出了红色旅游实现内涵式发展的目标，强调红色旅游发展的结构优化、质量提高、实力增强，这体现了新时期红色旅游持续健康发展的内在需求。在全面深入贯彻落实《三期规划纲要》的进程中，推进红色旅游调结构、上品质、创效益，激发活力，提高竞争力，是红色旅游行稳致远的动力，也是做好红色旅游工作的根本保障。

打造全国红色旅游改革创新示范区 广东省红色旅游发展规划 (2016-2020年)

一、规划背景

自 2004 年中央号召开展红色旅游以来，广东省非常重视红色旅游产品的开发，严格贯彻中共中央办公厅、国务院办公厅印发《2004-2010 年全国红色旅游发展规划纲要》和《2011-2015 年全国红色旅游发展规划纲要》，以及全国发展红色旅游工作会议精神，在《广东省红色旅游发展规划纲要》（一期规划）和《广东省红色旅游发展规划（2011-2015 年）》（二期规划）的指导下，广东省红色旅游发展取得了一定的成绩，精品体系得到进一步完善，国际化进程实现新的突破，融合发展格局初步显成效，社会经济效益进一步提升。红色旅游发展为推进广东省建设旅游综合改革示范区、“文化强省”和“幸福广东”发挥了积极的作用，是广东省打造“世界休闲旅游目的地”的重要支撑部分。但广东省红色旅游发展还存在核心主题、品牌形象不够突出，景区分布较零散、地域集聚效应不够显著等问题。

为认真贯彻党的十八大和习近平总书记关于发展红色旅游系列重要讲话精神，以广东省作为全国唯一的省级旅游综合改革示范区为契机，以追逐革命足迹、传承红色基因根本，以创新驱动为战略，着



力凸显“鸦片战争”与“改革开放”核心主题，着力塑造“三民精神”品牌形象，着力发挥地域集聚效应，着力提升经典景区建设，着力推出红色专题游线，着力打造红色主题产品，着力培育创新发展模式，着力发挥扶贫富民作用，打造全国红色旅游改革创新示范区。

二、主题形象

（一）强化广东省红色旅游两大核心主题

强化极具广东特色和时代精神的广东省红色旅游核心主题，弘扬以鸦片战争为代表、以爱国主义为核心的民族精神，追逐以改革开放为代表，以改革创新为核心的时代精神，推进“‘珠三角’红色旅游区”列入“中国重点红色旅游景区”，实现广东省红色旅游与其他省份红色旅游的差异化发展。

“鸦片战争”主题

打响中国近代史开端，弘扬林则徐虎门销烟爱国精神，再现中国军民奋死抗战情境，全面提升鸦片战争博物馆（含海战博物馆）配套设施与管理机制，打造“中国‘鸦片战争’红色旅游精品线”。



“改革开放”主题

弘扬改革创新时代精神，突显“深圳速度”到“深圳质量”、“深圳效益”发展历程，全面提升改革开放前沿地展示区的配套设施与管理机制，打造“中国‘改革开放’红色旅游精品线”。

（二）树立广东省红色旅游三大品牌形象

树立极具时代特征和家国情怀的广东省红色旅游品牌形象，是在 2016 年孙中山先生诞辰 150 周年契机下，参照孙中山先生“三民”理念，对广东省红色旅游资源进行高度概括，并将其品牌化。广东省红色旅游“三民精神”品牌形象包括“民族精神”、“民主精神”和“民强精神”，分别是对鸦片战争时期，民主革命时期，社会主义建设时期、改革开放时期的高度概括。

“民族精神”

依托“鸦片战争”、“抗日战争”等大事件，打造以“抗英”、“抗法”、“抗日”为主要内容的广东省红色旅游“民族精神”。

“民主精神”

依托“辛亥革命”、“北伐战争”等大事件，打造以“推翻帝制、建立民主”为内涵的广东省红色旅游“民主精神”。



“民强精神”

依托改革开放“三部曲”发展历史，打造以“社会主义建设”、“改革开放”为主要内涵的广东省红色旅游“民强精神”。

三、战略格局

（一）构建广东省红色旅游九大板块布局

构建极具地域特色、主题鲜明的广东省红色旅游板块布局，依据广东省红色旅游两大核心主题和三大品牌形象，突出强调“英雄城市风云”核心版块，周边形成分主题地域的“东江纵队抗战”、“海陆紫苏维埃”、“粤东红色潮汕”、“梅县将帅伟迹”、“粤北红色堡垒”、“爱国名人侨乡”、“西江抗战伟迹”及“粤西建设方略”八大板块。

1、打造以“虎门销烟丰碑，辛亥叱咤风云，改革开放先驱”为主题形象的英雄城市风云板块。

2、打造以“东江纵队风云，抗战营救史迹”为主题形象的东江纵队抗战板块。

3、打造以“红色政权热土，海陆紫苏区地”为主题形象的海陆紫苏维埃板块。

4、打造以“东征革命圣地，潮汕文化中心”为主题形象的粤东红色潮汕板块。

5、打造以“开国伟人故里，客家休闲胜地”为主题形象的梅县将帅伟迹板块。

6、打造以“岭南红色堡垒，世界遗产明珠”为主题形象的粤北红色堡垒板块。

7、打造以“侨乡家国情怀，民族大义精神”为主题形象的爱国名人侨乡板块。

8、打造“抗战大将伟迹，地质生态花园”为主题形象的西江抗战伟迹板块。

9、打造以“党建方略之源，滨海文化明珠”为主题形象的粤西建设方略板块。



广东省红色旅游板块分布示意图

（二）推出广东省红色旅游十大专题游线

推出极具历史背景且寓教于乐的广东省红色旅游专题游线，联合打造“中国二十世纪三大伟人故里游”路线，重点推出“鸦片战争”和“改革开放”两大专题游线，实现广东省“中国红色旅游精品线”零的突破。着力打造“环粤东红色旅游圈”、“环粤北红色旅游圈”、“环粤西红色旅游圈”三大涵盖广东省大部分地市红色旅游环线，以及“英雄城市文化穿越”、“重走东纵抗战路”、“红军长征过境粤北”、“全国爱国主义教育基地”等专题游线。

1、“缅怀孙中山先生”专题游线

加强广东中山市孙中山故居及纪念馆景区与湖南湘潭市毛泽东同志故居景区、四川广安市邓小平故居景区合作，推进至珠三角经济圈与长株潭经济圈、成渝经济圈之间在旅游交通流、信息流、人才流等方面的无障碍流通，创新旅游合作机制，在旅游线路组织、产品设计、网络营销、国际国内市场开拓等方面探索新的合作举措，将“中国二十世纪三大伟人故里游”培育成为“中国红色旅游精品线”。此外，针对“孙中山诞辰 150 周年”，相应推出“孙中山风云之路游”与“孙中山粤地深度游”。



2、“鸦片战争”专题游线

依托鸦片战争抗战史迹，以及广东省虎门要塞三道防线，参考鸦片战争英军进攻路线，以游船为交通工具，打造从伶仃洋到广州沙面租界区的“鸦片战争”专题游线。

3、“改革开放”专题游线

依托广东省在“改革开放三部曲”中的重点红色旅游资源，串联第一批改革开放经济特区（深圳、珠海、汕头），第二批改革开放沿海城市（广州、湛江），以及第三批改革开放经济区（珠三角其他城市），打造“广东省沿海城市‘改革开放’专题游”，以及在改革开放中具有突出地位的“深圳‘改革开放’专题游”。



4、“环粤东红色旅游圈”专题游线

依托广州以东红色旅游资源沿平行岭谷地形较为规律分布的特色，以区域内高速公路为载体，以广州为起点和终点，作“广州—惠州—河源—梅州—揭阳—潮州—汕头—汕尾—惠州—深圳—东莞—广州”大环线串联，形成较为全面涵盖本区域红色旅游景区（点），集红色旅游、绿色旅游、蓝色旅游于一体的“环粤东红色旅游圈”。

依托改革开放“三部曲”发展历史，打造以“社会主义建设”、“改革开放”为主要内涵的广东省红色旅游“民强精神”。

5、“环粤北红色旅游圈”专题游线

依托粤北五岭山地的生态屏障优势，以及著名苏区所在地的红色旅游资源优势，同样以广州为起点和终点，以广韶间高铁、高速以及韶关地区的主要交通道路为载体，串联沿线知名旅游景区，作“广州—清远—韶关市区—始兴—南雄—仁化—乐昌—韶关市区—广州”环线串联，形成广东省具有代表性的苏区红色旅游圈。

6、“环粤西红色旅游圈”专题游线

依托广州以西地区的滨海红色旅游资源，以及西江流域红色旅游资源，以广州为起点和终点，以区域内高速公路为主要载体，作“广州—佛山—肇庆—云浮—茂名—湛江—江门—中山—珠海—广州”大环线串联，形成以西江流域及粤西滨海地区为主的“环粤西红色旅游圈”。



7、“英雄城市文化穿越”专题游线

依托广州岭南文化中心地、近现代民主革命策源地、当代改革开放前沿地的地位，发挥广州红色旅游资源集聚优势，针对广州老城区的地铁路线和轮渡路线，打造“英雄城市文化穿越”专题游线。

8、“重走东纵抗战路”专题游线

依托广东人民抗日游击队“东江纵队”在广东省东江地区留下的红色旅游资源，打造“重走东纵抗战路”专题游线。

9、“红军长征过境粤北”专题游线

依托1934年红军长征过境粤北留下的足迹，结合粤北地区重要的旅游资源，打造“红军长征过境粤北”专题游线。



10、“全国爱国主义教育基地”专题游线

依托广东省国家级爱国主义教育示范基地等红色旅游资源，宣扬爱国主义光荣传统，建设提高全民族整体素质基础工程，开展“全国爱国主义教育基地”专题游线。

（三）培育广东省红色旅游三大主题产品

培育广东省红色旅游极具创新动力且丰富多彩的主题产品，突出打造以冬、夏令营等为主的研学旅游产品，以大型专题会议会展为主的商务旅游产品，以及以动漫、影视等为主的文创旅游产品。

研学旅游产品：依托广东省红色旅游资源，打造以“冬、夏令营”、“自驾旅游”、“背包旅游”等为具体内容的广东省红色研学旅游产品。

商务旅游产品：依托广东省红色旅游资源，打造以“大型专题会议会展”、“大型节庆赛事”为主要内容的广东省红色商务旅游产品。

文创旅游产品：依托广东省红色旅游资源，打造以“旅游小镇”、“都市休闲”、“农耕体验”、“影视动

漫”、“情感旅游”、“奇趣体验”等为具体内容的广东省红色文创旅游产品。

（四）打造广东省红色旅游三大发展模式

红色旅游依托国家政策对特殊历史遗迹和文物等旅游资源的有力支持而发展，具有经济、社会和文化三大主题功能。因此打造极具示范作用与融合发展的广东省红色旅游发展模式，即分别以政府、企业和社区为主体形成“扶贫富民模式”、“联动开发模式”、“社区参与模式”三大发展模式。

1、扶贫富民模式

新世纪全国各地老建扶贫工作都向纵深发展，红色旅游成为红色革命老区精准扶贫的重要手段。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》明确提出要帮扶如广东省海陆丰等“欠发达革命老区加快发展”，“大力发展红色旅游”等要求。广东省红色革命老区应积极向红色旅游精准扶贫政策靠拢，通过“红色旅游+扶贫富民”的扶贫富民发展模式，打造汕尾市海丰县等一批革命老区。

2、联动开发模式

红色旅游联动开发模式是指在广东省红色旅游九大板块范围内，以板块为单位，各红色旅游景区与周边其他知名景区，各旅游企业、部门间，打破各自区划界限，根据旅游资源内容关联性和地理空间紧密性，通过市场和资源共享，进行区域间联合与协作，增强区域间旅游整体吸引力。

3、社区参与模式

社区参与模式体现了创新性、可持续性和全民参与性，红色旅游应积极推动社区居民参与红色景区、景点的营销管理、环境保护和培训教育，提升红色旅游社区内涵，维护红色旅游社区居民综合利益，保护区域内红色资源和生态环境可持续发展，促进当地特色文化传承和红色旅游产品推广。

中国长征文化核心展现地 遵义会议会址景区创建国家5A级景区 整改提升规划 (2016-2020年)

十九大报告指出，中国特色社会主义进入新时代，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。这个重大判断，为新时代谋划旅游业发展指明了方向，对旅游规划实践而言，应以解决人民日益增长的旅游需要与不平衡不充分的旅游发展之间的矛盾为根本，以推进旅游治理规范化、旅游发展全域化、旅游供给品质化、旅游参与全民化、旅游效应最大化为指导原则。



一、规划背景

为落实遵义市关于着力优化“一心一圈三线”旅游产业空间布局，加快打造遵义中心城区旅游文化中心、旅游服务中心、旅游目的地城市，更加突出“红色圣地·醉美遵义”主题形象。根据中共遵义市委、市人民政府安排，由遵义红色旅游（集团）有限公司负责“遵义会议会址景区创建国家AAAAA级景区”工作。为确保创建工作“优质快速、高效有序”推进，实现2016年底完成AAAA级景区改造提升工作，红旅集团决定组织编制《遵义会议会址景区创建国家AAAAA级景区修建性详规》。遵义会议会址景区创建国家AAAAA级景区项目是以原有遵义会议会址AAAA级景区为核心，整合遵义纪念公园、红军街、红军山烈士陵园、凤凰山国家森林公园、遵义宾馆、遵义纪念广场等周边的有利资源，打造高标准的国家AAAAA级红色旅游一体化景区。

二、建设必要性

遵义会议会址景区创建国家AAAAA级景区存在以下三点必要性：

一是，从红色旅游战略意义上，遵义会议作为红军长征文化的重要组成部分，是长征精神的集中体现，是新时期新时代下实现中国梦的根本动力。做好景区的文化建设和氛围营造，使景区成为中国长征文化核心展现地。

二是，遵义会议会址景区是全国内具有较高知名度的红色旅游景区，也是黔北旅游的重要节点。通过对景区的改造提升，可成为遵义旅游产业发展的引擎和龙头，为贵州旅游的发展带来新的动力。

三是，从景区自身发展角度出发，打破红色旅游景区惯有的旅游发展瓶颈，以创新商业经营模式和产业发展结构，为景区市场注入全新的活力，促进景区的可持续发展！



三、目标与战略

(一) 总体定位

以红色文化（长征文化）为核心文化主题，以遵义会议会址为项目支撑，建设国家AAAAA级景区，中国长征文化核心展现地在景区现有的服务质量与环境质量优势、景观质量优势基础之上，以《旅游景区质量等级评定与划分》国家标准评定细则为标准对景区创建工作不断整改提升，实现景区2016年底达到国家5A级景区评定要求。

以遵义会议会址为核心，以红色文化为灵魂，通过全域红的创意策划，丰富景区活动项目和扩展服务型、消费型业态，实现中国长征文化核心展现地的打造目标。通过“山水城”不同主题功能（红色记忆、红色怀旧、红色体验三大组团）的打造，逐步实现由“2小时”过境地走向“白+黑”全天候休闲体验地，由单一观光旅游走向观光、休闲、度假并行，主客共享的旅游产品，从而构建具有吸引力和竞争力的遵义会议会址景区，从点带面，推动遵义市整体旅游产业发展。

(二) 形象定位：遵义故事中国传奇

遵义会议在中国革命历史上具有重要意义，是中国长征历史上生死攸关的转折点。老一辈革命领导在遵义演绎的故事，足以成为改变中国人命运的传奇。景区以“遵义故事”为景区文化形象口号，渗透到景区细节之中，如指示牌、宣教资料、垃圾桶、旅游网页等，提升景区主题强化度。

(三) 市场定位

1、确定 3 大市场主体

- (1) 集体组织的学习考察团
- (2) 中老年人群为主体
- (3) 中青年夫妇及其子女



2、锁定 3 大客源市场

基本市场

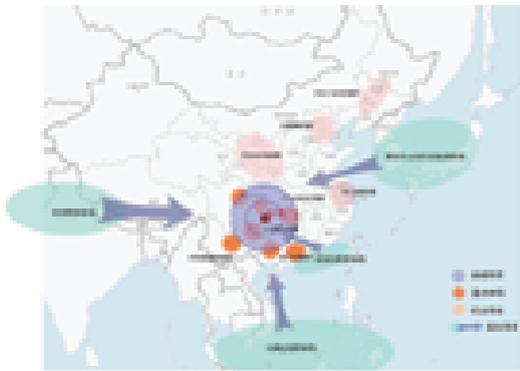
锁定 2 小时经济圈，拓展 2-5 小时经济圈

重点市场

贵州、四川、重庆、云南、湖南、珠三角

机会市场

长三角、京津冀、东三省、西北地区、国际市场作为长远定位目标



3、明确 4 大主题产品市场

①红色文化游市场

满足大众旅游的需求，以遵义会议会址为核心，串联红色旅游资源，打造精品资源，增加红小鬼乐园

等动感体验项目。与周边市县打造长距离旅游红色旅游经典线，体现长征文化核心展现地的地位。

②休闲度假游市场

主要项目有凤凰桥、水上实景演绎、夜景湘江、凤凰山森林公园、红军山烈士陵园、红军街等。

③健康养生游市场

借由优越的原生态环境，25 度的避暑气候，青山、绿水、文化、茶饮、国酒等养生资源，以老年人为主体打造健康养生游。

④研学旅游市场

客源主体中中青年夫妇及其子女以及学习考察团站绝大的部分，要重点规划研学旅，满足不同年龄与职业对和革命传统教育的学习。

四、规划布局

构建“山水城”相融合的“一心三组团”



五、5A提升思路

在遵义会议会址景区 5A 提升改造中，“以人为本”，为游客提供贴心的服务，全面提升景区服务品质。突出景区特色性与文化性。文化性和特色性是 5A 景区区别于其他级别景区的本质，遵义会议会址景区在 5A 提升改造中，特色旅游项目、标识的设计、文化娱乐活动的策划体现文化特色，注重生态文化、红色革命根据地的特色文化氛围的营造，使得景区每一处风景，每一项设施都能凸显独特的文化特质。

①完善服务体系建设，为创建增色

周到的服务措施，良好的服务设施、规范的服务内容、一流的服务质量；树立人力资本意识，强化对员工服务意识和服务技能的培训，以使员工能更好适应本职工作，为游客提供更优质的服务。

②扩大营销策划效果，为创建造势

不仅要注重创建过程中的营销策划，更要关注创建前后的营销推广；科学确定营销模式和营销战略、营销定位与营销路径，科学选择营销时机、渠道、

载体、方法、制定营销中长期策略和近期行动计划。

③完善景区基本建设，为创建加码

既要从景观质量、环境质量层面加强景观设施、旅游基础设施的完善提升，同时也要从景区消费体系和盈利体系的角度完善相关配套设施；根据创建标准要求，从打造精品景区角度逐步完善游憩体系、景观体系、消费体系、安全体系、环保体系、营销传播体系、服务体系、保障体系等；在景区环境治理上要从内外两方面着手，本着内外结合，标本兼治的原则强化景区环境治理。

④加强管理及运营机制，为创建增力

加强管理，完善各项管理规章制度，引入竞争机制，通过实现经营权与所有权的分离实现管理权责的明确，为参与市场竞争释压，确保在参与市场竞争中拥有更多的自主决策权；与市场接轨，充分按照现代企业运营模式来进行运营管理。

六、5A提升策略

基于对现状景区的问题解读，综合分析遵义会议会址景区创建国家 AAAAA 级景区多方面因素，从继续完善和组织好内部交通，加快景区游客接待中心建设；将体验营销理念融入红色旅游，提高遵义吸引力与参与性；与当地民俗文化、特色，生态绿色资源相结合，发展多层次多样化旅游项目，加强贵州省内红色旅游区域合作，整合旅游产品、优化旅游产品空间结构等方面，提出三大整改提升规划及十大重点项目提升策划。

1、三大整改提升规划

(1) 服务质量与环境质量整改提升规划

从旅游交通、游览、旅游安全、卫生、游览、购物、综合管理、资源和环境的保护 8 个方面对现状景区进行评价与分析，并针对性的提出整改提升的规划设计方案。

(2) 景观质量整改提升规划

以历史与现代融合、自然与文化相生、绿色与红色相呼应为思路，通过 5A 整改提升完善景观界面，提高舒适度及观赏价值，通过新增互动体验项目增加景区吸引力。通过夜间项目打造使景区观赏时间由“8 小时”过境游走向“24 小时”全天候休闲度假地，增强全天候观赏游憩价值。

(3) 游客意见整改提升规划

从加强游客满意度调查旅游服务监督机制、完善游客投诉机制、建立游客电子意见库、强化景区与游客互动、培养稳定客户群体、出境旅游服务质量监督和国际合作、旅游产品与基础设施建设等多个方面提出提升游客满意度的策略。

2、十大重点项目提升

(1) 景区接待中心停车场

为景区游客接待中心配建管理完善、布局合理并与景观环境相互协调，符合生态理念的专用停车场。

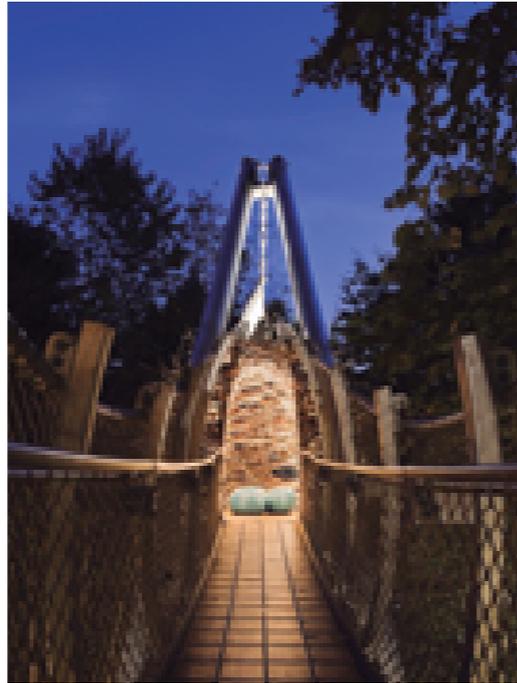
(2) 红步道

游览线路的设计遵循“慢走细品”原则，做到布局合理。打造特色的红步道，突出景观性及文化效果。红步道包括步行街道、登山步道、森林公园观光车道三种类型，主要通过植物的点缀、颇具红色氛围的红马灯、文化雕塑及壁画、景观指示牌等景观小品的搭配，烘托步道的整体红色质感。

(3) 游客服务中心

游客中心的设计容量要与旅游景区的接待量保持一致，游客中心建筑外立面进行生态化、特色化改造。设计应符合本土文化特点和建筑特色，具有一定的标识性。

根据游客行为需求，划分票务服务、旅游咨询、游客投诉、景区宣传、游客休憩、餐饮购物、邮电服务、



医疗服务等功能区，并合理布局，避免过于拥挤而给旅游者带来不便。

(4) 标识系统

景区标识牌应进行统一设计，所有图示标牌应严格按照地图制作规范设计，在易于理解的基础上，统一坐标系统。标识内容用中、英、日、韩、繁体中文等多种语言表达，翻译准确。饰以体现景区特色的文化符号，凸显红色文化氛围突出艺术感和文化气息，同时注重智慧导览系统的引入。

(5) 游客公共休息设施与观景设施

完善景区的游客公共休息设施和观景设施，在景区内增设休息座椅和休息亭，突出休闲茶吧和游客服务点特色。

(6) 厕所

旅游厕所的提升主要从功能、布局、设施、管理、服务、建筑风格及标识等方面入手。公共厕所环保、实用、配备齐全，景观与环境协调，且应充分考虑

老幼病残孕等特殊需求的群体。

(7) 景区形象与宣传营销

考虑主要目标市场的状况及需求偏好，从吸引物、活动项目、管理与服务、旅游景区可进入性四个方面提升旅游景区形象。以红色文化、长征文化为主题，打造景区独有的企业形象、独特的产品形象、良好的质量形象、鲜明的视觉形象和文明的员工形象；同时网站、电视、报纸、APP 等宣传形式的健全，也是此次提升的重点。

(8) 景区旅游网站建设

开通遵义会议会址景区官方网站，并设计虚拟场景再现。景区网站的建设除简体中文外，另增加繁体中文、英文、韩文和日文版面，实现中、英、日三语网站。内容丰富，涵盖景区全方位内容信息，网站系统建设（包括软件配套和更新）交由网站制作公司全程制定。

通过微信公众账号、微博、专门的 APP 等对遵义会议会址景区进行介绍。

(9) 景区出入口提升

进出口分设且不过分邻近，有利于游客疏散。景区出入口作为进出景区必经的场所。是一个景区的门面及窗口。出入口的设计应是遵义会议会址景区的浓缩，体现景区的长征特色、红色氛围、文化内涵并体现其生态性。

(10) 重要节点综合环境整治

道路卫生整治，地面平整；就餐环境完善，服务提高；区内建筑及设施、景观的协调；区内标语口号及布置方式注重文化性、艺术性及与景观协调性；商品广告、商业服务设施招牌特色化设置；对购物场所进行集中管理，环境整洁，秩序良好。

