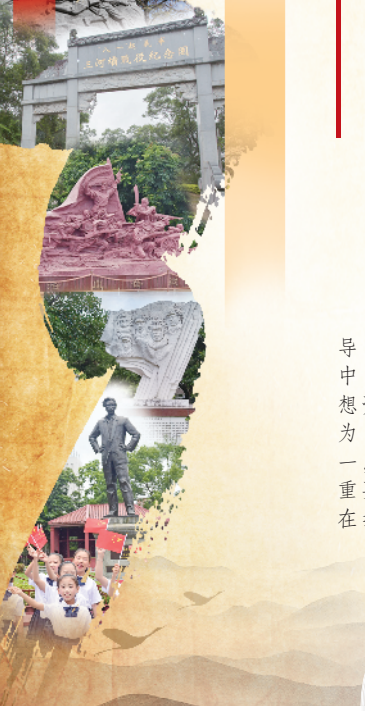


专家助力广东红色旅游

“万里红道”研讨带来头脑风暴

文/羊城晚报记者 黎存根 刘星彤
实习生 赵涵林 赵晓玲

万里红道
广东红色印记调研行



羊城晚报品牌传播中心总经理周敏

红色文化在乡村生活、环境、民俗中形成了独特的价值。在红色文化丰富的乡村区域,红色旅游势必成为文旅融合与乡村振兴交叉的热点。希望通过打造广东“万里红道”红色旅游品牌,深入开展红色资源调查,串联整合红色史迹景区,梳理一批特色旅游线路,制定完善的红色旅游发展行动计划,大力推进红色资源活化利用。

用心讲故事,激发“红色情怀”

红色旅游其实“游”的是一种情怀,一种驻足当下,对于过去、现在以及未来社会及个人发展与生存的思考。要开发真正具有生命力、能打动人的红色旅游线路,不仅要结合当下社会环境,打好“情怀牌”,更要通过各种沉浸式的手段增强旅游体验,通过行程中的代入感加深游客印象。在挖掘红色旅游景点内涵以及如何结合其他主题进行文化融合方面,红色旅游也有着更多可能。



携程旅行网高级商拓经理李映秋

红色旅游的重点在于通过组织大旅游参与者,游览具有革命历史意义的主题景点,参与、实践具有革命历史意义的主题活动,达到缅怀革命先烈、感悟革命情怀、传承革命精神的目的。

在此基础上,产品的参与感重点落实在对历史革命事迹的高度还原、历史革命人物的人性化重塑以及历史革命精神的深度解读上,通过带领游客参观、游览、实践、体验,让旅游者切身感受到历史的激荡与精神的冲击,激发爱国热情和革命情怀。具体而言,红色旅游产品中的吃、住、行、游、购、娱等,都应围绕这一宗旨展开。

随着人们出行消费能力的不断提升,消费需求也在走向多样化、个性化、高端化,红色旅游的吃、住、行、游、购、娱等各项资源要与之匹配,会面临更高的要求。

7月26日,由羊城晚报报业集团主办,羊城晚报品牌传播中心、羊城晚报《旅游周刊》、羊城晚报传媒智库承办,以“追寻红色印记,赓续文化火炬”为主题的“万里红道”专家评议研讨会在广州羊城创意产业园举行。

来自广东省文化和旅游厅、高校、党史研究机构,旅游行业等的专家和代表齐聚一堂,围绕广东省红色旅游的发展现状、发展路径、品牌打造等议题展开热烈探讨,为广东红色旅游事业健康有序发展带来一场“头脑风暴”!

A 打造广东红色文化旅游品牌

红色资源是中国共产党领导中国人民在革命和建设实践中留下的历史遗存与承载的思想资源、文化资源、物质资源。作为中国近现代革命的策源地之一,广东红色革命历史跨度长、重要事件影响大。近年来,广东在挖掘红色资源、弘扬红色文

化、发展红色旅游等方面做出了一系列令人瞩目的尝试与探索。不过广东的红色景点星罗棋布,却没有一个整体的红色旅游品牌。如何挖掘红色资源,整合资源优势、传承红色基因,发展红色旅游,仍然是当前亟待破解的问题。



羊城晚报报业集团管委会委员、羊城晚报社社委胡泉

“万里红道”专家评议研讨会的召开,将为广东的红色旅游发展提出专业建议,推动广东红色旅游的稳健发展。《羊城晚报》在7月初开始推出“万



广东省文化和旅游厅副巡视员毛诚

红色旅游以红色革命遗址为载体,以传统爱国主义教育与现代休闲相结合的方式,寓教于游、寓教于乐,将红色基因融入到人民群众日常生活和內

里红道——广东红色印记”深调研系列报道,本次活动将深入广东各地市进行专题调研,挖掘各地红色文化资源,并以此为基础形成专题调研报告,为各地市红色基因传承与红色旅游发展,提供宣传推广、把脉开方,助力打造各地市“红色旅游目的地”。同时面向全省开展红色文化旅游主题进学校、进社区、送智慧下乡等一系列传承红色基因、弘扬红色文化的群众性主题教育活动,不断丰富广东人民红色文化的“万里红道”特质和内涵,给文化“加码”,为旅游“赋能”。

心深处。在各级党委政府的共同努力下,在社会各界的积极参与下,广东红色旅游取得了明显成效。下一步,广东省文化和旅游厅将立足我省革命老区和原中央苏区红色资源实际,以“加强革命文物保护”为基础,以“打造红色旅游精品”为重点,加快推动实施革命文物固本强基、保护修缮和展示利用行动,实施红色资源社会教育提升和宣传推广行动,实施红色旅游经典景区体系构建行动,打造红色旅游精品线路,加大对红色革命遗址创建A级景区的指导、扶持力度。



中国国旅(广东)国际旅行社股份有限公司党委副书记兼纪委书记、副总经理余文勇

从红色旅游产品方面来说,首要的着眼点应是如何将更多人带入到红色旅游并参与其中。目前来看,多数红色旅游都是单向的、形式主义的运营模式,缺乏历史文化的融入,从而缺少了生命力,影响了传播和体验效果。

建议把当时历史事件所在区域的景点景区内发生了什么、为什么发生等历史文化背景提炼出来,增加红色景点的内涵和吸引力。以梅州叶剑英故居为例,围绕叶帅从普通人到伟人,其能力的形成、思想的成长以及思想成长过程的种种经历来论述,博物馆的内涵就会不一样。同样,在大埔县三河坝景区,将主题提炼出来,体现的是一种信仰,和在信仰之下的牺牲精神、果敢的革命精神,如果以此来打造产品和推广切入,会比旅行社单方面进行产品推介的效果更好。

二是做体验式的活动。借用当下流行的词汇“沉浸式体验”,在旅途中设计红色任务闯关,结合游戏、探索、折子戏等形式,可以有很好的代入感;

三是送出一份礼物、带走一份礼物。游客到当地送出一份带有广州特色的礼品,同时在精选的当地农副产品、手工艺品中,选择购买一份带回来送给自己或亲友,可拉动扶贫、促进当地消费;

四是获得一份证书。所有参与红色精准扶贫线路的游客会获得证书,并非形式主义,而是以此传递一份感恩的情感。



“万里红道”评议研讨会在羊城创意产业园举行 羊城晚报记者 周巍 摄

B 推广传播要讲好“红色故事”

文化的传播需要“手段”,旅游元素的加入为红色文化、红色故事的传播起到了积极的效果,但就目前广东旅游市场来看,红色旅游更多地体现为“灌输式”的文化科普。因此,红色故事由谁来讲、讲什么、怎么讲,就显得尤为重要。



广州旅行社行业协会秘书长辜明德

要讲好红色故事,首先要建设一支“五好”(政治思想好、知识储备好、讲解服务好、示范带头好、社会影响好)讲解员和导游员队伍;同时



广州白云山陈李济药厂有限公司企业文化部部长汪晓斌

中国共产党早期领导人之一杨殷是陈李济陈家的女婿,陈李济便以红色基因为核心,打造当代国企



广东财经大学教授、广州都市文学与都市文化研究基地首席专家江冰

广东文化既有海洋文化的开放性,又有跨文化的兼容性,这是广东独特的气场,这个气场为我们提供讲好广东故事的一个基调。讲好广东的



羊城晚报社政文部社会新闻采编室副主任、记者董柳

E 红色研学游大有可为

近年来,研学旅游已经成为了旅游行业发展迅速且潜力巨大的细分市场,红色旅游如何才能更好和研学旅游相结合?



中山市孙中山研究会办公室主任郭昉凌

发展红色旅游要将红色血脉与城市文脉结合起来,加强与游客密切互动的理念,融入寓教于乐的互动和红色教育理念。我认为可以从研学游入手,打造



广附教育集团国防教育与发展业中心主任雷鹏俊

作为来自学校的基层教育代表,红色研学领域是一份事业。我们发展红色研学,首先要让受众学有所获,我们曾经组织学生重走长征路。此外,

要打造一支热心的志愿者队伍,既有“五老”(老干部、老模范、老教师、老战士、老专家),又有在校学生等年轻人;还要培养当地老百姓讲红色故事,这样才能让红色基因代代相传。其次,要讲好过去,多深刻挖掘、多收集整理;要结合现在,将历史串联起来,红色故事讲述者,要有思想的敏锐度和开放性,要赋予红色故事符合时代精神的新内涵。三是红色旅游景区要善于借助外力传播自己,运用科学技术、文化创意等提高产品互动性、活动参与度,打造出红色景区自己的品牌。

的红色旅游景区。陈李济中药博物馆建成后展出杨殷红色先进事迹,开馆至今15年,接待游客二十多万,2018年该园区进行扩建,设立了英雄广场,对杨殷等烈士进行定期定点主题文化宣传活动,同时到学校和社区进行爱国主义教育,开展专题文化课程,传承红色基因,弘扬红色精神。未来,陈李济还会将北京路的旧址建设为陈李济健康养生大厦,重点展示苏维埃执委会成立的原貌,以此形成陈李济红色基因的展示馆,串联中药博物馆、中药文化园等区域,全面提升游客接待能力,丰富红色文化展示。

红色故事,最好要跟当地的地域文化、个性、风情、风采紧密相连,比如说“天上雷公,地下海陆丰”这句俗语其实是反映当地的那种民风的彪悍,它与红色革命都是一脉相承的。广东的红色文化边界是很大的,诸如南雄的红色堡垒、东江纵队的事迹、汕尾的彭湃起义,都给人留下非常深刻的印象,将这些事迹联系本地本土,让讲述方式也适度创新。

广东人务实低调,给人“会生孩子,不会起名”的印象,因此对广东红色旅游加大宣传要“做五分讲五分”,不仅讲给广东人听,还要讲给更多中国人听,讲给世界听。此外,在红色文化的挖掘和意义提升上再下功夫,传播手段要更有创意。

广东不少红色旅游资源的知名度还有待提高,特别是在全国的知名度还不够高。羊城晚报“万里红道”的系列采访是一个很好的起点,建议在前期系列采访的基础上,进一步加大策划包装力度,擦亮广东红色旅游品牌。通过开展广东红色旅游评选等活动,推出一批广东红色旅游的拳头产品,扩大广东红色旅游品牌在群众中的知名度和口碑,让广东红色旅游从人知人晓,转化为人来人往。

C 红色旅游产品亟待创新

红色旅游产品由来已久,然而发展多年,相比其他主题旅游,创新却明显滞后。大众对于相应旅游线路的认知,不外乎参观历史照片及实物,聆听导游讲解,或穿上“军服”拍纪念照、吃红米饭等常规模式,有的红色旅游线路显得枯燥、乏味、形式单一,从而导致了市场客源单一,仅以企事业单位及学校团包为主。

如何创新红色旅游线路及营销模式,让其成为大众真正愿意主动接近并沉浸其中的旅游特色产品,值得深思。



广东省中国旅行社总经理罗彪

目前市面上的红色旅游产品销售渠道主要有四个:旅行社的散客、团定制;相应教育培训机构的定制,还有景区的单项代理渠道。通过以上在售渠道了解红色旅游的客源结构,很容易发现目前的红色旅游存在客源单一的问题:主要以企事业单位团包为主。其原因不外乎红色旅游产品形式单一、与时代融合性差以及不接地气,因而无法真正走近消费者。

结合营销的4C理论,可以从以下



途牛旅游网华南市场部总监曾达丰

暑假是家长带孩子体验研学旅游的高峰期。研学也是红色旅游的一种形式。红色研学旅游可



同程艺龙政府合作事务部华南区副总经理彭蕊

以有更深刻的意义,让红色旅游真正落地。

F 培育红色旅游相关联的新文化产业

如今文化与旅游相融合是大趋势,这对旅游业尤其是红色旅游的发展提出了新的要求。那么,红色旅游的发展怎样才能紧跟时代脉搏,以革命历史为发展根基,打造广东的红色旅游品牌?



广东革命历史博物馆副馆长李岚

在文旅融合的开局之年,以广州起义纪念馆为例,纪念馆的



广州大学旅游与酒店管理系主任肖兴

广东红色文化资源非常丰富,首先需要摸清广东红色文化的家



华南城市研究会副会长吴新堡

粤东粤西等革命老区、苏区,可以借属地红色旅游资源二级开发及文创产品升级,和乡村振兴

四方面对红色旅游产品进行创新:

首先,红色旅游要了解和研究顾客,将客源分层。根据顾客的需求提供产品,为顾客创造价值。目前市面上多数的红色旅游产品仅满足了企事业单位游、长者游的红色情节,而更多的客源需求有待挖掘。

其次,从成本角度看,红色旅游需要多层次发展。除现有红色学习及教育的客源外,对其他类客源可通过补贴、折扣、联合营销等形式进行渗透,培养年轻红色之旅、亲子红色之旅等明星类产品,促进红色旅游向大众旅游的纵深发展。

再次,从便利度上来说,应该为顾客提供更加便利的链接红色旅游产品和服务的渠道,让红色旅游走进学校、走进家庭、走进生活。

最后,在沟通上,目前红色旅游停留在企业向顾客的单向宣传上。在进行红色产品打造时,可通过联合营销进行双向咨询沟通,从而走近消费者。

培育红色旅游相关联的新文化产业

红色旅游产品开发创新上,可以借助OTA线上线下的庞大会员基数去进行合作推广,让更多的人去切身了解“不忘初心,牢记使命”的真谛。目前同程旅游也有类似的项目和地方旅游部门合作,针对中央苏区的红色旅游,开展千团万人的暑期活动,取得了不错的效果。

红色旅游产品开发创新上,可以借助OTA线上线下的庞大会员基数去进行合作推广,让更多的人去切身了解“不忘初心,牢记使命”的真谛。目前同程旅游也有类似的项目和地方旅游部门合作,针对中央苏区的红色旅游,开展千团万人的暑期活动,取得了不错的效果。

红色旅游产品开发创新上,可以借助OTA线上线下的庞大会员基数去进行合作推广,让更多的人去切身了解“不忘初心,牢记使命”的真谛。目前同程旅游也有类似的项目和地方旅游部门合作,针对中央苏区的红色旅游,开展千团万人的暑期活动,取得了不错的效果。

红色旅游产品开发创新上,可以借助OTA线上线下的庞大会员基数去进行合作推广,让更多的人去切身了解“不忘初心,牢记使命”的真谛。目前同程旅游也有类似的项目和地方旅游部门合作,针对中央苏区的红色旅游,开展千团万人的暑期活动,取得了不错的效果。

工作不仅在于文物建筑保护,还担负着品牌的打造和传播的新职责,重点对红色教育红色历史文化资源发掘,从整体环境氛围改造展览的升级,让观众有一个更好的视觉体验。同时,结合历史故事,打造“1927·广州起义”沉浸式话剧,取得巨大反响。目前,还在持续进行一系列的探索和尝试,如根据英雄事迹编制公仔书、聘请专业团队绘制动漫风格画册、开展校园体验活动等。接下来,还会做系统的品牌打造与传播。

底,做好红色文化资源的普查,挖掘各种红色文化资源,建设红色文化资源库。其次,通过评价红色文化资源价值,构建红色文化遗产体系,发展红色遗产旅游。三是加大投入,融入全域旅游,推动红色旅游转型升级。这需要推动红色旅游的主题化与品牌化;发展红色IP,加强旅游产品创意,提高旅游吸引力;加强文旅融合,推动红色旅游全域化,建设红色旅游的多种业态。这样提高旅游吸引力,加快红色遗产旅游的发展。

政策双重利好和重大历史机遇,主动培育红色旅游相关联的新文化产业,实现“红色要素+人的要素+文化要素”全链条衔接,才能让“红色旅游+产业”、“红色旅游+乡村振兴”带动粤东粤西产业升级。建议“让高铁进红色苏区、红色老区”,打造60分钟、120分钟的红色旅游区,解决老百姓到革命老区去的交通问题;二是打造红色小镇,开发文创产品向全国各地销售推广,形成红色产业链;此外,红色旅游是一种“教育扶贫”,应该为扶贫助力,让百姓富起来。