

红色背景下山东文化旅游创新发展研究

张雪冰 宋万彩

山东协和学院

DOI:10.12238/jpm.v3i5.4958

[摘要] 如今,红色文化传播的接力棒已被人们交给了手里,在人们的身上也担负着红色文化传播发展的责任。发展红色文化教育有助于人们记住历史,培育中华民族精神,加强民族意识;也可以提高中小学生对历史事件的了解;有利于我们党的执政地位的稳固。近年来,旅游已经成为了我们日常生活中不可或缺的一部分,并且出门旅行已经十分的普遍,但是随着我们生活水平一天比一天的好,一般的大众旅行活动早已满足不了人们精神层次的需要,因此红色旅游也必将走进人们视野。根据调查,由于部分红色旅游资源受到某些因素的影响,山东省目前来说,对红色旅游发展的研究并不是非常的全面,因此本文主要针对山东红色人文旅游的历史发展过程进行了总结与剖析。总结了山东省红色文化旅游在它的发展的过程当中所遇到的问题,并提出了相应的建议及对策,目的是为了促进它的进一步发展。

[关键词] 旅游市场; 红色文化旅游; 发展对策

中图分类号: TU268 **文献标识码:** A

Research on the innovative development of Shandong Cultural Tourism under the red background

Xuebing Zhang Wancai Song

Shandong Union College

[Abstract] Nowadays, the baton of red culture communication has been handed over to people, and people are also responsible for the development of red culture communication. Developing red culture education helps people remember history, cultivate Chinese national spirit and strengthen national consciousness; It can also improve the primary and middle school students' understanding of historical events; It is conducive to the stability of the ruling position of our party. In recent years, tourism has become an indispensable part of our daily life, and traveling has become very common. However, as our living standard is getting better and better day by day, general mass travel activities can no longer meet people's spiritual needs. Therefore, red tourism will also come into people's vision. According to the survey, because some red tourism resources are affected by some factors, the research on the development of red tourism in Shandong Province is not very comprehensive at present. Therefore, this paper mainly summarizes and analyzes the historical development process of red cultural tourism in Shandong. This paper summarizes the problems encountered in the development of red culture tourism in Shandong Province, and puts forward corresponding suggestions and Countermeasures in order to promote its further development.

[Key words] tourism market; red culture tourism; development countermeasures

1 我国旅游市场分析

从2020年开始,我国旅游产业受到新型冠状病毒的影响,遭到了前所未有的巨大冲击,旅游产业在遭遇低谷之后,现已出现迟缓恢复的态势,截止2021年年底,我国国内旅游市场旅游者总数量和收入,虽然比2020年旅游者的总数量和旅游收入有所恢复,但是与2019年的数量与收入水平仍保持非常大的距离。在新型冠状病毒肆意漫行的时代,旅游外出方式和旅游目的地也出

现了新的特点:如自驾游、周边游等等,它们切实有效的带动了当前旅游市场的复苏状况。同时,疫情催生了旅游新的服务模式,如进入景区需要提前预约、登记并且实名制,出示健康码、行程码,景区内严重控制游客的数量,实行“无人服务”等新型服务模式。因为疫情一次次的袭来,我国国内旅游市场的恢复情况不如预测的效果好,根据外出旅游人次的分布情况来看,国内的旅游大部分游客以城镇居民为主,农村居民为辅。当前疫情在部分

地区偶尔有反复情况的发生,并且疫情管控非常的严格,这便导致旅游的需求没有得到充分的开释。

众所周知,这几年,我国各行业发展较为迅猛的是我们的旅游业,旅游的人数逐渐增长,旅游的总收入占了我国国家第三产业比重的百分之十以上,人们旅游消费的需求增长的非常快,在国民经济发展中的重要地位也体现的越来越明显。从消费的主体来看,我国现在已经是全球最大的国内旅游消费市场,国内旅游从一小部分人的旅游市场转向大部分人的旅游市场;从消费方式上来看,线上消费将继续开展,或全面替代线下消费,出现线上消费线下享用的新场面;从市场主体来看,旅游业运营形式将由单一旅游企业主体改变多元化的跨行业贸易。

在如今的后疫情时代,许多的平台式的互联网公司与旅游景区相联合,采用了各种模式方法建立了数字化的文旅消费平台,将数字化的文旅体验与线上线下的消费交互强化,并充分融入了数字娱乐和人文建设的内容,通过打造虚拟空间文化旅游,促进了通过虚拟现实体验而形成的文化产品消费。

2 红色文化旅游发展现状

(1)纵览我国红色旅游的发展经过,可以分为萌芽阶段(一九六零年之前)、初步规模化发展阶段(一九六零年至一九九四年)、市场化运作阶段(一九九五年至二零零四年)、全方位发展阶段(二零零五年至今)等四大阶段。尤其是二零零五年以后,由于国家将红色文化视为革命时期的特色文化和不屈的民族精神的历史写照而国家又把红色文化视为革命时期的特色文化和不屈不挠的民族精神的历史写照,国家对其资源、教育和发展红色旅游所产生的巨大效益都是特别的关注,因此我国有关部门在各方面均给与了鼎力帮助。从我们国家旅游局公布的数据来看,从2007年到2017年,全国红色旅游景区接待的人才十年间增长了十倍,从2亿多人次长到了12亿多人次,到了2018年,红色旅游的人数达到了13.24亿人次,也就是说,我们每个中国人平均去过一次红色旅游景点。

(2)红色文化旅游是那些以值得弘扬民族精神的地区为主题的旅游活动,是为了满足人们的精神性需求、促进红色文化的发展而展开的旅游活动,它作为人们精神文明消费的主要道路,近年来愈来愈遭到大家的追捧,在2020年建党一百周年的气氛衬托下,红色文明旅游的海潮一波比一波高。据调研可知,自2021年1月以来,“红色旅游”这四个字的搜索热度在各平台的搜索比上一年同期增加了176%。寒假、暑假、国庆节是红色旅游出行顶峰期,这期间出行的人数占这一年总出行人数的45%。2021年,红色旅游研学项目在全国各地接连展开,致使红色旅游景区的“暴光率”持续的增加。根据调查数据显示,2021年暑假期间因红色旅游而出行的人数,同比增加了92%。在旅途中,打卡标志性的红色旅游景区变成了潮流,走入革命先烈曾经战斗的地方,会进一步激发人们的爱国情怀。

2.1 山东省红色文化旅游发展现状

2.1.1 以沂蒙山景区为例

2020年后,临沂市各大景区施行提高工程,提高文旅产品精

品。各景区井然有序的施行景区内部工程的提高,提高改革各种特色项目、改革带有危险隐患的项目,提高其安全性,创新策划红色旅游线路、创新发展旅游产品、升级精品特色的体验项目、升级并打造适合孩童的红色主题乐园等一系列项目。

2.1.2 以莱芜战役纪念馆为例

莱芜战役纪念馆现是一个综合性的场馆,集缅怀革命先烈、党性教育与党性学习、红色旅游、爱国主义与民族精神、国防教育与社会科学于一体,并且辐射着济南周边地域。

深挖红色资源,再现好汉故事。2020年莱芜战役纪念馆建立了研究室,并以研究室为主兴办了《红色鲁中》期刊,已出版三期,发表了研究性文章50余篇。启动了红色资源发掘收集活动,经过摄像、文字等方式将济南市出现出的革命烈士、英模人物好汉业绩记载下来,现在,已经采访了11位历史亲历者。2021年,组织施行了红色故事征文活动,活动时6个月,收到全国21个省份稿件60余篇,挖掘出一批展示革命先辈不怕牺牲、勇于奉献精神的高质量作品。

山东,牢牢把握好全域化旅游发展和新旧势能转换的重大时代机遇,全面深入地挖掘红色文化的内涵与精神,使红色景区的引领促进作用充分的发挥,推动红色研学旅游与乡村旅游、生态旅游、中华传统历史旅游和文化旅游、文物古迹旅游、爱国主义教育旅游等各种旅游有机相结合。促进红色研究的跨界整合发展,努力把更多的景区不断的发展成为红色研究活动的教学点。加强红色旅游的广告和营销,打造原创大型伊蒙山国家歌剧院,深刻诠释益蒙“生与死”的精神,先后在山东省境内外巡演50余次,在全国各地产生了强烈反响。近年来,山东有效的保护和开发红色旅游资源,不断拉长红色文化产业链,不断提高发展高质量的红色文化衍生项目,扩大红色旅游开发区,培育红色旅游成为传承红色基因的重要载体,并发扬沂蒙精神。通过资源整合和区域对接,积极的宣传和推广“踏革命热土、访红嫂故里”一系列特色经典二十多条主题红色旅游路线。积极策划、组织并推广实施山东省红色旅游精品线路,热烈庆祝中华人民共和国成立70周年。

山东省非常重视市场的作用,积极支持红色研究新产品和新系统的开发,充分的发挥旅游企业自身和旅游酒店自身的优势,鼓励社会资本积极的参与到投资领域当中,发展探索红色旅游,为红色研究的全面发展提供了最大的智力支持和坚实保障。为吸引国内大型投资者,开拓扩展并扩大旅游市场的主体,整合全省最优质的红色旅游资源,参与景区联合经营管理,将红色旅游产品推广到全国各省市。

3 山东红色文化旅游发展过程中存在的问题

3.1 旅游管理有待完善、旅游服务有待提高

目前来说,山东地区部分红色旅游景区因为地域等问题,旅游路线需要重新规划、旅游设施需要更好的完善。有的历史遗迹因受到人为或自然灾害的影响而破损,部分红色旅游的讲解人员对当地红色文化的历史知识与旅游服务了解有限,他们的专业能力需要花费很大的物力财力精力去培养,因此,红色旅游

景区缺乏大量的红色资源讲解员与红色旅游景区资源保护管理、设施保护维修等方面的人才;景区内服务人员过少,很少见到有服务人员指示道路,大都是指示牌,这会让方向感差的游客容易迷路。

3.2 旅游产品有待创新、旅游资源开发不够全面

红色资源并不是红色旅游产品,大部分开发者总把它们混为一谈,只想着如何开发资源,而不去考虑红色旅游产品应该开发什么,怎么开发,这是值得开发者深思的问题。据调查,红色旅游的旅游产品目前来说比较单一,不如其他的旅游产品容易让游客产生兴趣;且红色旅游大多以参观与游览为主,主要体现在纪念馆跟陵园的游览上,无法亲身体验,游客的参与感基本为零。每个红色景区的旅游资源雷同性很高,容易让游客产生疲劳感,并且会产生一种所有景区都一样的错误认知,造成游客无法产生对红色景区的兴趣。且有的导游讲解词与革命史实不符合,有的将红色景点做成不三不四的乐园,有的景区为了吸引游客,杜撰虚假的历史人物,制造虚假的历史场景,编造虚假的历史故事,这些现象都违背了发展红色文化旅游最初的心,严重影响了发展旅游的环境。

山东省红色旅游资源众多,但是它的开发并没有与当地的历史完全相融合,每个景区之间的风格、布局基本相似,且红色景区的讲解主要依靠文字与图片或展览物来传达讲解员所表达的信息,手段缺乏创新性。部分景区并没有深挖红色文化的内涵,开发者是不是应该考虑红色资源的精髓与核心是什么?

3.3 旅游宣传能力有待提高

红色旅游的宣传方式可以说大都以传单宣传,小部分用口头宣传,这便导致宣传的有效性和覆盖性非常的低;宣传内容不够深入不够简洁,且红色旅游的宣传对象非常的有限,主要以学生和党员干部为宣传对象。部分宣传人员对宣传工作的重要性认识存在偏差,认为这只是个任务,至于宣传的结果如何与自己无关,这是不负责任的一种表现,致使被宣传者无法明确的了解红色旅游的内容,从而不会产生对红色旅游的任何兴趣。

4 山东红色文化旅游发展对策

4.1 挖掘并培养专业人才

建议加强景区与高校的合作,景区从各高校招聘符合条件的学生进入景区参加实践活动,各高校鼓励相关专业的学生去景区做义工活动。景区定期开展员工知识、讲解、管理等方面的训练,或不定期组织各红色景区比较优秀的讲解员、管理员交流经验活动,互相学习。政府应鼓励高校去培养学生对红色旅游的兴趣,为红色旅游未来的发展奠定基础。

4.2 加强游客参与感,提高红色旅游质量

借助科技手段、技术提升旅游产品的可参与性与可视化,

实现线上与线下相结合,借助VR等虚拟形式让游客亲身参与并体验,打造虚拟式旅游,让游客有充分的参与感。依托红色旅游资源,与其他的旅游资源相结合,如“红色旅游+乡村旅游”这种更具红色内容跟内涵的旅游产品。推出红色旅游精品,设计符合当地特色的LOGO标志、利于LED大屏幕播放动漫形式的当地战争历史,还原场景。游览活动中,加强红色信息的感染力度,让游客不仅记住,而且要有深刻的体会,加深对红色人物、红色事迹的了解,增强游客的满足感与获得感,增强他们再次游览红色景区的意愿,促进发展红色旅游产业。

4.3 加强红色旅游的推广力度

在各种节假日组织一些大型的红色旅游节庆活动,策划红色演讲、歌唱、舞蹈等活动,拍一些红色旅游宣传片,宣传片要包含本地红色旅游的特点,最好不要重复;举办红色商品交易活动,利用互联网进行宣传,如近年来各个小视频平台;把红色旅游与当地的或国家的重要节日联接起来,开展一系列活动等等。与校园、社区、企业相联合,组织学生、居民、员工展开爱国主义教育活动,宣传的对象不能仅限于学生跟党员干部,做好红色研学,策划红色教育活动,加强红色旅游对社会的影响力。

5 总结

为增进山东省红色旅游的立异开展,应将红色旅游产品与科技创新相结合,加深对红色旅游内涵的挖掘,开辟高质量的红色旅游产品,完善基础设施,将红色旅游景区的接待能力提高,培育、引进高素质、高水平的全能人才,提高业务能力,进一步推动红色旅游产品创新与红色旅游研学,打造特色红色旅游品牌形象,努力处理红色旅游发展过程当中存在或发现的问题,继续推进红色旅游高水平、高质量的发展。让历史文化通过红色旅游可以活起来,深挖红色旅游的精神内涵,并将其与红色旅游产品相融合,进一步提高红色旅游的竞争力,在满足他们愉悦身心、放松身体的目的的同时,既能丰富游客的精神需求,又能提高他们的热爱祖国精神,了解自己民族的历史文化。

[项目资金来源]

2021年山东省大学生创新创业训练计划项目《以红色文化为核心的山东特色旅游创新研究》,项目编号:S202113324780。

[参考文献]

[1]梁更亮.新媒体盛行背景下短视频对旅游宣传的影响[J].艺术大观,2020,(24):60-61.

[2]纪静.疫情常态化后谈中国旅游产业的转变[J].辽宁师专学报(社会科学版),2021,(01):18-19.

[3]张思雨.“互联网+”为智慧旅游插上翅膀[N].承德日报,2020-11-30.