

让红色文化更鲜活 让红色旅游更红火

——红色旅游高质量发展论坛回顾

6月24日,红色旅游高质量发展论坛在陕西省西安市举办。本次活动由陕西省文化和旅游厅、中国旅游景区协会指导,中国旅游报社、陕西旅游集团、陕西省旅游景区协会主办,陕西华清宫文化旅游有限公司承办。论坛以“开辟文旅融合新境界 构建红色旅游新格局”为主题,邀请文化和旅游业界专家学者、企业代表,通过主题演讲、圆桌论坛、经验交流等形式,深入探讨红色旅游热点话题,助力红色旅游高质量发展。



市场年轻化显现

从2004年到2019年,每年参与红色旅游的人次从1.4亿增长到14.1亿,红色旅游需求持续增长。国家层面高度重视红色旅游发展,2004年以来,中共中央办公厅、国务院办公厅先后3次印发《全国红色旅游发展规划纲要》。前不久,文化和旅游部等四部门联合发布了“建党百年红色旅游百条精品线路”。今年是中国共产党成立100周年,红色旅游广受欢迎,市场十分活跃。值此之际,探讨红色旅游热点话题,助力红色旅游高质量发展具有现实意义。

携程6月23日发布的《2021上半年红色旅游大数据报告》显示,今年上半年,红色旅游景区预订量同比增长超2倍。值得关注的是,红色旅游市场呈现年轻化趋势,80后、90后占比达7成,00后游客人数不断上涨,比2019年同期增长约2.5倍。

北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长厉新建分析,随着党史学习教育持续开展,以及人们对国家认同、文化认同的不断深入,大众通过游学的方式感知历史、学习历史的需求将持续扩大。

中国国家博物馆原副馆长、中国现代史学会顾问白云涛认为,深入挖掘红色精神财富,能够让革命历史、革命传统和革命精神在旅游中传递给广大人民群众,从而更好地传承革命文化,教育意义深远。

“当代年轻群体,参与红色旅游的

比例逐渐提升,如何拉近红色旅游与年轻人之间的距离是旅游企业的课题之一。”首都经济贸易大学旅游研究中心主任、教授蔡红表示,新时代红色旅游拥有重要使命,包括教育功能、融合发展、乡村振兴等。传承红色文化与红色精神,应多措并举展现红色旅游的活力,可以从“讲好中国故事”着手。

产品体验性增强

陕西红色旅游资源丰富,随着七一到来和暑期的临近,红色旅游迎来高峰期。走进革命圣地延安瞻仰红色遗迹,观看红色历史歌舞剧《延安保卫战》,在华清宫景区革命文物旁“直观”西安事变历史时刻,看五间厅玻璃窗、墙壁上清晰可见的旧弹孔;来到白鹿原影视城电影工厂里,换装饰演《黑娃演义》角色的同时,接受一次心灵的洗礼……成为越来越多游客的红色之旅选择。

在延安,陕旅圣地河谷·金延安景区最新推出的大型红色沉浸式歌舞剧《延安十三年》,将演出与革命元素有机结合,以1:1复原的老延安街南街为演出舞台,通过建筑、数字化科技和艺术的叠加,打破时空局限,演员带领游客进行沉浸式体验了党中央在延安13年的光辉历程,从“旁观者”变成“参与者”,增加了对一段红色历史的切身理解。

“讲述历史要有新的视角和新的表达方式,才能符合当下的观众,特别是年轻一代的审美。”中央文化和旅游管理干部学院副院长卢娟表示,红色旅游消费已经呈现出年轻化、家庭化趋势,需要有越来越多的创新产品和

创新模式提供给消费者。目前,从全国范围内看,红色旅游发展还存在布局分散、设施配套滞后、文化内涵挖掘不够、产品形式单一、红色文化教育功能发挥不足等方面短板,旅游演艺能够让历史鲜活再现,让红色文化更具有感染力,这种形式为如何激活红色旅游资源提供了创新经验。

“让文化扎根,让演艺有魂,让基因传承。陕西旅游集团通过旅游演艺的形式,让革命历史‘活’起来,为游客送上红色传统与时代精神激情碰撞的别样体验,让游客的获得感更强。近年来,已推出16台常态化旅游演艺,成为中国旅游演艺的一支劲旅。”陕西旅游集团党委书记、董事长周冰表示,创新是最好的传承。“陕旅演艺”具备旅游演艺“思想性、艺术性、观赏性、互动性”四要素,并且打造了《延安保卫战》《12·12》《二虎守长安》《红色娘子军》等9台精品红色旅游演艺。旅游演艺正凭借其形象化、动情化的表述和对当地红色故事的挖掘,让革命历史及先烈先辈的丰功伟绩走进游客的思想深处,尤其是新技术的应用,更加贴近年轻人的文旅消费偏好。

“旅游产品表达形式要与时俱进,要借助一些市场元素、科技元素、时尚元素,对历史文化主题进行再挖掘、再创造。优秀的作品会引起游客的关注。”中国旅游景区协会红色旅游研究与发展中心主任蔡文章说。

产业多要素融合

世界旅游城市联合会首席专家、

中国旅游协会休闲度假分会会长魏小安表示,我国红色旅游已取得长足发展,目前高质量发展是国家“十四五”时期的主题,也是各地和各领域关注的重点。高质量发展只强调服务质量是不够的,还需要积极推进落实,现阶段文化和旅游领域如何形成新理念、新动力、新格局是值得注意的点。高质量发展需要着力于决策、谋划、项目、产品、运营、服务、科技、人才、公共服务、发展格局等方面具体推进。

“作为红色旅游景区、爱国主义教育基地,陕西华清宫景区肩负着弘扬爱国精神、传承红色教育的重担。”陕西华清宫文化旅游有限公司党委书记、陕西省旅游景区协会会长姚新垣介绍,近年来,景区精益求精打磨演艺产品,利用西安事变旧址等文化资源,用景观语言、情境型教学演出《12·12》西安事变等内容,创建爱国主义教育基地,实现传统旅游业态的突破转型发展,是一次很好的尝试。

姚新垣表示,接下来,华清宫景区将突出“品牌化、场景化、链条化”特征进一步高质量发展;在多要素融合过程中,注重产业链上下游的有效衔接,避免单一资源各自为战,发挥龙头企业的引领作用,串联整个红色旅游业态,进一步扩大红色文化的传播力、影响力,推动文化和旅游高质量发展。

华清宫:在新时代进程中“铭记党恩 砥砺前行”



百年征程波澜壮阔,百年初心历久弥坚。6月30日,陕西华清宫景区联合临潼区委宣传部、骊山中学,共同举办“铭记党恩 砥砺前行”庆祝中国

共产党成立100周年活动。

活动现场,当百名中学生在五间厅唱响《没有共产党就没有新中国》时,周围的游客纷纷驻足,有感

而发与中学生一起唱那段动人的旋律,共同用歌声抒发爱国爱党情感,祝福祖国繁荣富强。主办方表示,通过这次“铭记党恩 砥砺前行”活动,思想政治教育课走出课堂,培养了同学们的家国情怀。现场同学表示,要树立远大理想,继承革命传统,努力学好科学文化知识,为祖国的建设添砖加瓦。

当天,华清宫景区的庆祝活动丰富多彩。除合唱外,《12·12》演员们在瑶光阁剧场外举行爱国快闪活动,齐声唱响《唱支山歌给党听》,用别具匠心的方式表达对党和祖国的热爱之情。快闪之后,邀请学生们观看《12·12》西安事变演出,通过观看演出,缅怀革命先烈,弘扬爱国精神。夜幕降下,在舞剧《长恨歌》开演前,景区组织现场观影游客集体齐声合唱《万疆》,将本次活动推向高潮。

与此同时,华清宫景区还推出

“知史爱党,知史爱国”剪纸艺术主题陈列展览。本次展览由西安事变纪念馆与中国民间剪纸艺术传承人联合设计制作,选取有关西安事变与第二次国共合作历史照片所制作的剪纸作品48幅,生动地再现这一波澜壮阔的历史画卷。该活动自即日起持续一年时间。

华清宫作为红色旅游景区、爱国主义教育基地,肩负着弘扬爱国精神、传承红色基因的重担,一直坚持“以文塑旅,以旅彰文”,活化利用西安事变旧址等文化资源,用景观语言、情境型教学演出《12·12》西安事变等内容,创建爱国主义教育基地,解读红色故事,激活红色基因,进一步扩大红色文化的传播力、影响力。华清宫已成为央企及省属国企定点培训基地,推动文化和旅游高质量发展,为陕西红色旅游、红色文化产业创新发展树立标杆。

《12·12》:在革命文物旁“直观”历史时刻

“‘汉卿!枪口不能再对准中国人!’舞台上,当杨虎城上前把张学良的枪按下,说出这句话时,我的心一下子被触动了。”近日,来自内蒙古的游客王丽娜在陕西华清宫景区观看了《12·12》西安事变大型实景影画,以前已观看过实景舞剧《长恨歌》,此次故地重游,她表示没有失望。

“陕西旅游集团在西安事变爆发80周年时推出了《12·12》,通过‘电影艺术+戏剧艺术+舞台机械装置+观众参与’的方式来讲述西安事变。”陕西华清宫景区相关负责人介绍,在进入剧场大门开始,演出便通过灯光、音响、道具、舞台等将观众拉入那个特定的情景之中。在观影过程中,观众席

脚下“藏着”可120度旋转的换色LED灯,能够逼真地呈现火海效果,蒋介石乘坐的翼展22米的飞机从空中降落时,观众能够真实感受到飞机擦身而过。此外,通过灯光的交替变幻,观众甚至能够感受到大雪纷飞的寒气和枪林弹雨的紧迫感。

《12·12》是陕西旅游集团继《长恨歌》演出后在华清宫景区推出的又一场旅游演艺项目。如今,每天5场的《12·12》演出让观众更好地了解了抗日民族统一战线。

位于华清宫景区内的五间厅、兵谏亭均属于西安事变旧址,是全国重点文物保护单位,被列入陕西省第一批革命文物名录。



专家观点



世界旅游城市联合会首席专家
中国旅游协会休闲度假分会会长 魏小安

“高质量发展”是国家“十四五”时期的主题,在文化和旅游领域,高质量落在发展上,要重在推动落实。在旅游发展的不同阶段,运营要素、发展要素、环境要素要形成一个结构体系,各类要素内部也要形成一个结构体系。结构体系的优化是文化和旅游领域高质量发展的核心。



陕西旅游集团有限公司党委书记、董事长 周冰

陕西旅游集团红色资源丰富,旗下有红色景区、红色文创、红色演艺、红色展会等,未来还要进一步塑造红色文化IP,促进旅游发展。作为陕西旅游集团的当家人,我认为做好红色景区和红色演艺最大的心得就是创新。创新是最好的传承。我们通过理想性、艺术性、观赏性、互动性等四个方向,做到了旅游项目的突破,力争实现“陕旅出品 必是精品”。



中央文化和旅游管理干部学院副院长 卢娟

红色旅游不能高端化、高档化,不能过度商业化,要保持底色。红色旅游是“红色”与“旅游”的有机结合,“旅游”是形式,“红色”是内涵、是底色。要遵循旅游产业发展规律,高度重视红色旅游资源的可持续利用和红色旅游目的地生态环境保护,构建可持续发展的红色旅游发展体系。



中国国家博物馆原副馆长
中国现代史学会顾问 白云涛

红色旅游迎来前所未有的历史契机和发展机遇。当红色旅游成为文化和旅游热点,一要避免热点的短暂特性;二要明确提供服务和购买服务性质;三要处理好政治需求和自然需求关系;四要关注红色文创中的教育作用和实用效能原则;五要准确讲好红色故事,避免红色教育庸俗化。



北京第二外国语学院首都文化和旅游发展研究院执行院长 厉新建

与一般演艺相比,红色旅游演艺有它的特殊性,涉及红色主题,在创作中利用好红色故事。红色旅游演艺的高质量发展离不开观众,要在引导观众更好地理解演艺内容、内涵精神和价值方面,做些创新与探索,达到有带入感、共鸣、共振的效果。



首都经济贸易大学旅游研究中心主任 蔡红

新时代红色旅游重要的使命和担当,主要体现在责任意识和创新精神两个层面。责任意识方面,一是加强红色旅游的教育,传播社会主义核心价值观;二是弘扬红色文化,传承红色基因;三是促进乡村振兴;四是构筑中国精神、中国价值和中国力量。创新精神包括产品创新、业态创新、内容创新和传播创新。



北京大学教授、博士生导师
中国旅游景区协会红色旅游研究与发展中心主任 姜文章

讲好红色故事,在红色演艺创作过程中,要把握好严肃性和市场性之间的关系,也就是内容和形式的关系,要相互促进、互相促进。旅游产品表达形式要借助市场元素、科技元素、时尚元素,对历史文化主题进行再挖掘、再创造、再创新、再创意。尤其是要结合旅游出行主力的年轻化,增加游客的体验感,激发兴趣。



文化和旅游部优秀专家
陕西华清宫文化旅游有限公司党委书记
陕西省旅游景区协会会长 姚新垣

华清宫红色旅游项目围绕纪念馆,以标志物为载体,以承载革命事业、革命精神为内涵。华清宫景区打造的《12·12》西安事变实景影画,以创新为先、创意为王、创作铺路、创造精品,赢得观众和业内认可。《12·12》的面世给红色文化的传承与传播提供了一个样板和典范。



陕西省旅游设计院院长 李亚军

红色旅游也是增加消费的增长点,红色旅游演艺本身的发展也在变化。以陕西旅游集团为例:一是演艺带动了文旅融合和产业链。二是场景化以后,游客通过被动式观演变为主动式参与。三是演艺产品设计时尚化,能够吸引更多年轻观众。四是围绕一个演艺集群形成景区化。



井冈山管理局旅游管理处副处长 谢源明

跟延安一样,井冈山也是最重要的红色旅游目的地之一,在红色旅游发展方面起步早。可以分享的经验是,首先在推动红色旅游演艺发展方面需要突出解决两大问题,即避免同质化和迭代生存。其次是让游客产生共鸣和共情,是我们发展红色旅游、红色演艺的落脚点。

本版图文均由陕西华清宫景区提供