

上一堂行走的思政课

——记第十三届全国大学生红色旅游创意策划大赛

□ 本报记者 王诗培

近日,一场别开生面的思政课在辽宁省丹东市抗美援朝纪念馆塔下进行。入围第十三届全国大学生红色旅游创意策划大赛(以下简称“红旅大赛”)全国总决赛的60支团队、近200名师生齐聚抗美援朝纪念馆塔下,聆听全国红色旅游五好讲解员、辽宁丹东抗美援朝纪念馆讲解员裴亚男讲述她心中的英雄——中国当代保尔、全国“时代楷模”、2021年度感动中国人物朱彦夫的感人故事。

裴亚男介绍:“朱彦夫14岁参军入伍,16岁加入中国共产党,先后参加过100多次战斗。在抗美援朝长津湖地区作战中他失去了四肢和左眼。退伍后,被选为村支书的朱彦夫在25年的时间里拄着双拐带领乡亲们走上致富道路,曾经的穷山村在他的带领下成为远近闻名的先进村。”

红旅大赛特等奖获得者、来自南开大学旅游与服务学院的学生徐传润说:“作为青年人,我们对于红色精神的了解不能仅局限于书本。万卷书与万里路同样重要。在抗美援朝纪念馆,各种展品给了我很大的震撼。这次大思政课,让我意识到年轻人的使命,启发我更好地讲好中国故事。”

本届红旅大赛共吸引了全国676所高校、4706支队伍、2.8万名师生报名参赛。经过激烈角逐,60支队伍入围全国总决赛。其中,来自南开大学、南京师范大学、对外经济贸易大学、北京第二外国语学院、中国传媒大学、湖南财政经济学院、广西艺术学院的6件作品获得大赛特等奖。

本届红旅大赛由文化和旅游部资源开发司联合辽宁省文化和旅游厅、辽宁省丹东市人民政府、北京第二外国语学院共同主办,中国旅游协会旅游教育分会等单位承办。大赛以“激扬青春梦 奋进新时代”为主题,聚焦新时代,以培育时代新人为目标。大赛以党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革为主要内容,围绕党的二十大主题,深入挖掘旅游资源中蕴含的革命精神和爱国主义精神,充分展现大国重器、生态文明、社会治理、乡村振兴等新时代中国共产党人的伟大壮举及其精神力量,力求让参赛师生从心灵深处感悟红色精神,在潜移默化中为大学生树立起家国情怀,自觉担当起红色基因的传承重任,筑牢新时代青年理想信念之基。

此次大赛选择在中国人民志愿军



参赛师生参加“一堂行走的思政课”活动 北京第二外国语学院 供图

抗美援朝出征地——丹东市举办,目的是以传承弘扬抗美援朝精神,以青春的激情传承红色基因,以青春的创意赓续红色血脉。

本届大赛设计了“红色旅游线路设计”“红色旅游营销方案设计”“红色旅游文创产品设计”“红色足迹微视频”“红色精神微讲解”“红色故事微漫画”六个类别,将党史学习教育、思政课同社会大课堂结合起来,引导学生向山向海躬身实践,到红色故里触摸历史的脉搏,自觉做红色文化的传播者、红色基因的传承者。

中国旅游协会旅游教育分会秘书长谷慧敏介绍,红旅大赛吸引了全国大学生的热情参与,展现出强大的号召力和影响力。

本届红旅大赛呈现四大亮点:即新群体、新视野、新模式、新表达。本届赛事的参赛者大多为“00后”,他们的参赛作品有着鲜明的“Z世代”特征,是带来更新更潮红色旅游创意策划的新群体;参赛的大学生除了关注传统红色旅游内容,更多地注重红色旅游与中国传统文化相结合,红色旅游与民族精神相结合,拓宽了红色旅游的新视野;参赛选手们从“旁观者”到“参与者”,通过设计红色旅游线路、产品,参与拍摄红色旅游微视频,绘制红色漫画等,沉浸式地深入到红色文化场景之中,从而使红色历史学

习“走脑入心”,打造出了思想政治教育的全新模式;新表达则表现在很多参赛作品的设计上,通过影像、声音、文字等信息进行“人景交互”,从而获得与实地参观媲美的沉浸式体验。

红旅大赛全国总决赛评委、中国人民解放军军事科学院研究员马卫防表示,红旅大赛既是展示当代大学生创意策划才华的平台,更是传播红色基因、传承红色基因、培育时代新人的阵地。如今,红旅大赛已经走过13个年头,大赛独特的魅力在于其内容不断丰富和发展,参加人数逐年增加、作品质量不断提升、效果越来越好、影响越来越大。“希望大学生在人生最重要的节点上涵养红色情怀,红色情怀是做好一切工作的基础;做难事必有所得,难事更能体现价值,难事更能体现担当,难事更能赢得赞誉和成功。红旅大赛做的是开创式的事情,希望大学生们守正创新,持之以恒;守护好激情和理想,不负韶华,追梦前行。”

北京第二外国语学院党委副书记、院长计金标表示,红旅大赛不断创新红色旅游发展理念,将专业教育与红色教育、思想教育与社会实践紧密结合起来,打造针对性强、感受性高、呈现性佳的思想教育新渠道。北京第二外国语学院是中国旅游和外国语言文学教育的重要基地,学校坚定

以大赛为平台,推进爱国主义和革命传统教育大众化、常态化,引导大学生做红色基因传承者的责任感和使命感。

参赛选手、广西师范大学文化产业管理专业本科生刘忠勇说:“我的身份不仅仅是一名参赛选手,更是一名新时代的大学生。我一定会牢记嘱托,利用所学知识,为文化强国事业、实现中华民族伟大复兴宏伟目标继续奋勇前进。”

“红旅大赛的这种‘以赛促学’的方式非常好,可以让我将概念性的知识与实际操作更好地结合。”来自西北师范大学薪火耀陇原队的学生赵紫涵说,新时代弘扬红色精神最重要的一点,是要通过红色资源的开发,营造育人氛围,让更多的人在这种氛围中体悟到红色精神的内涵和实质,进而更加珍惜当下的美好生活。

北京第二外国语学院旅游科学学院指导教师郑红教授表示:“作为指导教师,我为学生们坚持不懈地努力赢得进入决赛的机会感到骄傲,为有机会和学生们一起上好‘一堂行走的思政课’感到荣幸。红旅大赛是一个很好的抓手,让我们把对学生的思政教育从课本走到实践,从传统的方式变成行走的课堂。这种‘润物细无声’的教育方式更容易被当代大学生接受。”

去海边拾贝、赴雨林探险、观黎锦织染……在刚刚过去的“双节”长假,背上行囊去研学成为不少家庭的新选择,这种有“研”有“学”“边”游“边”学的旅行方式,受到越来越多的家庭青睐。随着研学市场持续扩大,如何充分发挥国际教育创新岛和国际旅游消费中心的市场优势扬帆研学“蓝海”,成为海南业界关注的一大热点。

研学资源得天独厚

海南具有发展好研学旅行的底气——海南是全国唯一的热带省份,拥有优质的生态环境资源,是全国最大的经济特区,正在建设中国特色自由贸易港,还有红色文化、黎苗文化以及海洋文化、东坡文化等,为研学旅行提供得天独厚的资源。

“面对巨大的市场,海南有潜力、有能力做好研学文章。”四川大学旅游学院教授杨振之表示,海南研学旅游资源丰富,可以从历史、文化、生态、农业、海洋等方面形成一个完整的研学体系。

“海南拥有‘海、陆、空’三位一体的研学资源,可以树立起研学行业的标杆。”海南大学旅游学院副教授谢祥顶说,海南岛南邻南海,在长期发展过程中形成了深厚的海洋文化。种类繁多的海洋生物、沿海地区的“做海”传统、深海探险等都是与海相关的研学课题。

漫步在海南热带雨林国家公园,一步一物种,猴耳环、蝴蝶树、陆均松……让人惊叹于大自然竟能将如此繁茂的生命齐刷刷地展现到你眼前。“这里是物种基因库,是野生动物的天堂。”海南热带雨林国家公园管理局吊罗山分局副局长冯和介绍,海南热带雨林国家公园区划总面积4269平方公里,范围涉及43个乡镇175个行政村,国家公园所处的中部山区是黎族、苗族等民族的集中居住区。这意味着热带雨林研学在内容的开发设计上,不止于雨林,还能串联起乡村研学、民族文化研学、红色研学等产品。

此外,海南独特的黎苗文化让来此研学的游客可以通过织黎锦、吹鼻箫、赏船型屋、跳竹竿舞等活动感受少数民族风情。与海南渊源颇深的东坡文化连接了古时的迈阿密岛与中原地区,让国际游客在海南也能领略中国传统文化的魅力。

研学行业快速发展

天眼查数据显示,截至目前,全国已有研学相关企业4.1万余家,近5年内成立的相关企业超过70%。海南研学相关企业目前有450余家,拥有研学业务企业的数量仍在不断增加,主体愈加多元化。

“随着研学旅行热度走高,海南新的研学产品和市场主体如泉涌般出现。”海南省旅游协会研学行业分会会长符永岑说,体验类研学产品不断丰富,研学旅行的参与者从孩童扩展至成人,专业的研学机构不断涌现,传统旅行社及教育机构也纷纷推出研学旅行项目。“海南研学旅行市场正处于快速发展时期。”

自2018年以来,海南先后评选出63个省级中小学生研学实践教育基地,教育、旅游等相关部门推动成立研学行业分会,促进行业发展。

海南热带野生动植物园有珍稀异兽100多种、2000多头(只),珍稀热带植物280科、1000多个品种,热带森林覆盖率达99%,既是旅游景区,更是天然课堂。

“园区依托丰富的动植物资源,推出了熊猫主题科普、小小坡鹿保育员等研学产品,通过互动方式让孩子们边玩边学,引导他们了解动物,学会保护动植物、热爱大自然。”海南热带野生动植物园营销总监李冬林说,园区还针对不同年龄的青少年群体

一是提升互联网运营思维,加强PGC账号产品运营。对于消费者而言,官方KOL的内容质量代表着当地旅游的运营水准。官方应该设立专门PGC账号运营部门,引进专业人才,丰富账号功能,实时紧跟热点,塑造文旅品牌形象,加强与PUGC、UGC账号的互动。

二是加强与达人合作,增强PUGC的内容合作。PUGC一般为各个领域的网络达人,拥有百万级的粉丝规模。建设区域文旅品牌,应投入专项推广资金,邀请PUGC为内容策划主体,提升其积极性,以主动的意识+合作的形式共同打造出全网“爆款”“现象级”的文旅产品。

三是着力提升活动运营能力,激活UGC的传播能量。大学生的自发传播火了“淄博烧烤”,游客定义的“更适合中国宝宝体质”的文案,火了“长春动植物园的西游王国”。UGC群体数量庞大,传播自发性强,精彩的策划、独特的主题和良好的氛围,必然能够激发UGC中的KOL群体进行主动和自发传播。

(作者单位:长春大学旅游学院)

海南深耕研学游市场

□ 王赵海

构建了大众科普、专题研学、定制化研学的三级研学体系。

海南许多文博单位、景区景点都拿出了“看家本领”,将特色资源融入研学旅行课堂。这个暑假,海南省琼剧院举办了暑期琼剧研学夏令营,海南省博物馆开展了“南溟学堂”研学活动,三亚崖州湾科技城开展了科普研学等。

提升研学供给水平

研学市场持续扩大,海南如何做好自身资源扬帆市场“蓝海”?杨振之建议,要从行业标准、课程设计、人才培养、基地规划等方面入手,多管齐下解决“只旅不学”或“只学不旅”的问题,比如开展系统的研学指导导师培训,吸引研学相关人才参与行业发展,制定并推出符合时下旅游市场需求的课程和线路,打造一批有规模、有创新的研学基地,做好安全管理,积极研发相关课程,为海南发展研学旅行夯实基础。

海南各级政府部门也在积极引导和规范研学旅行市场。去年年底,海南省旅游协会成立了海南省旅游协会研学行业分会,邀请多名研学领域专家和业界资深高管担任分会专家委员,目的就是充分发挥专家和智库的关键作用,提升海南研学行业专业化水平,促进研学行业健康有序发展。

9月2日,中国旅行社协会和全国研学旅行指导师测评项目办公室共同主办的研学旅行指导师全国统考(9月)成功举办,来自海南省研学旅行社、研学基地、科普基地、旅游景区、高等院校等单位的首批50名研学从业人员顺利完成了考试,取得了优异成绩。同时,海南省旅游协会研学行业分会启动了12月的研学旅行指导师全国统考项目的报名、咨询和培训工作。

海南省旅游协会研学行业分会相关负责人介绍,组织开展研学旅行指导师培训和考试认证工作就是为了着力解决海南研学旅行指导师队伍问题,积极发挥研学旅行指导师作为学生引路人、知识传递者和研学活动组织者的关键角色,全力提升海南研学旅行服务水平,推进海南研学行业高质量发展。



学生们体验海南红色文化研学活动 海南省旅游协会研学行业分会 供图

教育沙龙

旅游KOL矩阵建设的路径研究

□ 刘旭明

随着新媒体的渗透式发展,KOL(关键意见领袖)对于游客消费意愿的影响权重逐步提高,这一点已经得到学界和业界的普遍认同。2019年至2022年,相关论文数量从23篇增加至57篇;《中国旅游报》报道,2022年9月,文旅产业指数实验室发布了全国省级文化和旅游新媒体传播力指数报告。可以说,新媒体平台已经成为游客搜索、获取旅游目的地信息的重要方式,KOL账号的内容也已经成为游客决策的重要依据。

在此背景下,旅游行业如何建设KOL,并通过KOL矩阵提升区域旅游品牌影响力的策略研究,不论在理论研究还是实践探索方面都具有重要

意义。

旅游KOL的特点

KOL是关键意见的领袖(Key Opinion Leader)的简称,营销理论解释为拥有更丰富的专业产品信息,并有能力通过信息的传播与互动获得信息需求者的信任,进而影响其消费行为的人。

旅游行业涵盖食、住、行、游、娱、购,包含“资源、设施、服务”三大要素,因此旅游KOL具有行业多样性、领域分散性两大特点。其类型可分为:PGC(专业和官方内容产出者)、UGC(普通用户内容产出者)、PUGC(专业一用户内容产出者)3种。

旅游KOL矩阵的构成与作用

旅游KOL矩阵包括:PGC(旅游行政主管部门、景区、非旅游行业官方新媒体)、UGC(游客自媒体)、PUGC(旅游、运动、娱乐、美食等多领域达人)。

笔者将不同类型KOL适合信息的特点概括为:ASPIE模型,即:权威性(Authority)、稀缺性(scarcity)、趣味性(fun)、互动性(interactivity)和经济性(economy)。对旅游行业的促进作用一是提高旅游产品信息声量,二是旅游攻略分享,三是游客购买行为的达成,四是游客产品体验的反馈。

以吉林省为例,PGC账号包括政府官方账号“掌上长春”等,属于权威性信息类型,其作用为提高声量;各级文化和旅游局官方账号如“悠游吉林”“长春文旅”等,属于权威性信息类型,其作用为提高声量、体验分享、回应游客的反馈;各景区景点账号如“伪满皇宫博物院”“长春莲花山”“净月潭”等,属于权威性信息和互动性信息类型,其作用为情境分享、购买达成、体验反馈;旅游相关产业官方账号如“长春航空”,为稀缺性信息和趣味性信息类型,其作用为提高声量、分享攻略。

PUGC账号包括旅游类的各旅行社及导游,其作用是消费解答、购买达成、体验反馈;专业运动类账号如“铁豆”“苏羽鸣”“普通亦兵”等,属于稀缺性信息类型,其作用为情境体现、专业背书;娱乐类账号如“鹏飞东北搞笑配音”“东北的畅物老妹”等,其作用是文化输出、情景代入;美食类账号如“长春美食学姐”“到饭点了”“吉林阿宾”等,其作用为特产展示、卖点拉

● 聚焦 2023 年文化和旅游企业服务月

北京市顺义区文化和旅游局释放审批“动能” 助力顺义大剧院蓬勃发展

作为社会化运营的演艺场所,北京市顺义大剧院以“首演剧院”为定位,坚持引进高质量演出,中国煤矿文工团话剧《东湖旅店》等多部剧目在此完成北京乃至全国范围内的首演或预演。

为助力全区演出市场蓬勃发展,近年来,顺义区文化和旅游局在推进营业性演出审批方面精准发力,优化审批服务,简化非首演演出审批程序,采用“全程网办”审批模式,相关工作取得积极成效。演出审批通过后,工作人员通过邮寄送达演出许可证,既高效又快捷。针对首演节目,建立演出内容审核机

制,重点针对演出资质、演员信息、节目台词等内容进行初审、联审。“首演节目提交申请后,相关视频、剧本首先由顺义区文化和旅游局行业管理科初审,审核通过后再由相关部门开展联审,确保无问题后方可演出。”顺义区文化和旅游局行业管理科负责人张智博表示。

顺义区文化和旅游局在演出审批上不断优化,提升服务质量和水平,将越来越多优质演出送到群众身边。今年以来,顺义大剧院演出市场火爆,截至目前已演出86场,接待观众5.16万人次,票房收入近650万元。(王薇)