

# 以红色文化赋能旅游业态创新发展

红色文化是中国共产党领导中国人民在革命、建设和改革过程中形成的革命精神、价值观念、历史传统及文化遗产。它承载了中国共产党和中国人民为实现民族独立、人民解放、国家富强而奋斗的历程，是激励人们继续前进的强大动力。在文旅深度融合的时代背景下，红色文化作为中华民族独特的精神标识，其传承与创新已成为推动文化旅游产业高质量发展的关键动能。本文旨在理论层面探讨红色文化的时代价值及传承创新的内在逻辑，分析其赋能旅游业态创新的实现路径。这样的探索既回应了时代需求，也为实践工作提供了参考。

## 一、红色文化所蕴含的时代价值

红色文化是中国共产党领导中国人民在革命、建设与改革过程中孕育形成的独特精神标识和宝贵精神财富，具有深远的时代价值。其价值首先体现在为实现民族复兴提供强大的精神动力，红色文化所承载的理想信

念与英雄气概，是凝聚人心、砥砺奋斗的力量源泉。为推进中国式现代化注入磅礴力量。同时，红色文化也是对中华优秀传统文化的创造性转化，为坚定文化自信奠定了坚实的历史根基，其所蕴含的独立自主、实事求是等核心要义，展现了中华民族独特的精神气质，让我们在全球化浪潮中坚定了文化自信，展现了民族骨气。此外，红色文化更是为涵养时代新人铸就了鲜明的底色，将红色文化的生动故事融入思政教育的全过程，引导青少年树立正确的世界观、人生观与价值观，确保党的事业薪火相传、后继有人。

## 二、红色文化传承创新的内在逻辑

在红色文化的发展脉络中，实现从“传承”到“创新”的转换，是在新时代保持生命力与感召力的核心命题。传承的本质，是对精神内核与历史真实的坚守，是文化基因的延续。创新的驱动力，应对代际更迭、技术变革与文化消费模式变迁所带来的挑

战。创新是传承的路径，传承是创新的目的。创新是为了更有效地传承，实现“创造性转化”与“创新性发展”。其最终目的，是为了克服时空隔阂，让红色基因更有效、更深入地融入当代社会，特别是年轻群体的精神世界，使其从被静态瞻仰的历史标本，转变为可感知、可共鸣的活态文化，从而赋能文化旅游新业态。

## 三、红色文化赋能文化旅游新业态的实践路径

如今，红色旅游已经成为我国文化和旅游的重要组成，在旅游过程中，让民众重温家国记忆、传承红色基因、弘扬和践行社会主义核心价值观，是红色旅游的重要意义。

### “讲好红色故事”打造旅游新体验

传统红色旅游在游客心中存在“被动接受教育”的刻板印象，随着游客旅游经验的不断丰富，已不再满足于“看一看，走一走”的简单观光模式，游客的需求出现了多样性和差异性变

化。为此，将红色文化、革命精神与“讲故事”有机融合，增加红色文化在旅游中的吸引力和感染力，以红色文化的感染力促进游客在红色旅游中生成“感知历史—情感共鸣—价值内化”的旅游新体验。同时，要针对不同游客需求采取不同的方式讲好红色故事。针对党员干部，可采取直接和正面教育的方式；针对青少年学生，可设计寓教于乐的研学教育专题线路，既包括理论上的红色文化知识学习，又涵盖实践上的红色遗址实地考察等环节；针对中老年游客，可以设计红色文化深度体验和怀旧之旅，通过沉浸式剧场、情景体验满足游客追溯历史和感悟历史的情感诉求。

### 科技赋能红色文化传播

随着科技赋能旅游业发展不断深入，数字化的红色博物馆、元宇宙场景等为红色文化的传播和传承注入了新活力，红色旅游开始从“参观学习”向“情景体验”转变。为此，在游客出发前，通过红色旅游资源的数字化和技

术化赋能，可以方便游客在线搜集红色旅游资源相关信息，设计符合游客特点的红色旅游“云线路”。在游客线下的旅游体验过程中，可以通过VR、AR等技术进行数字化再现，为游客提供沉浸式红色文化体验，个性化定制和AI互动等，提升红色旅游目的地的可视化效果和互动参与度，增强游客的红色文化体验。在红色旅游结束后，利用线上平台收集游客反馈意见，不断改进服务质量，推动红色旅游服务的持续优化。

### 红色文化助力乡村振兴

发展“红色+乡村”业态，将红色文化作为乡村振兴的核心资源。围绕红色资源进行整体性开发，不仅是修复革命旧址，建立革命纪念馆，而是以红色文化为引领，整合区域内的绿色生态、乡土文化与农业资源，构建复合型产业体系。例如，一个红色美丽乡村，既可以提供革命历史体验，也可以配套发展生态农业观光、特色民宿、农产品深加工等，形成“红绿结合”的旅游线路。红

色文化充当了凝聚人心的品牌和叙事主体，吸引外来客流与投资，带动当地产业兴旺、生态宜居与文化繁荣。

## 结语

以红色文化为核心IP进行跨界融合，通过“讲故事”深化其教育功能，通过“乡村”释放其经济潜能，通过“科技”革新其表达方式。这一系列举措带来新业态的涌现，最终形成社会效益与经济效益相统一的文化旅游新业态。红色文化传承创新与文化旅游新业态创新是一个复杂的系统工程，未来的研究需要进一步深化对红色文化当代转化机制的理解，探索更具操作性的实施路径，为推动红色文化旅游高质量发展贡献智慧。

（梁田周 郑州财经学院马克思主义学院讲师）

本文为郑州市2025年度社会科学调研课题“习近平关于红色文化的论述引领大学生思政教育路径研究”（编号：ZSLX2025+1306）阶段成果。

# 文旅融合背景下高校英语翻译教育改革

文旅融合是文化产业与旅游产业相互渗透的新型产业形态，能够为人们提供更优质的旅游体验，同时吸引大批国际游客，促进跨文化交流，为地方经济、社会、文化的发展注入新的活力。在此背景下，高校英语翻译教育应强化学生跨文化交流能力的培养，使其成为中华文化的阐释者和中国故事的讲述者。因此，高校需加大对英语翻译教育的重视力度，深入推进英语翻译教育改革，培养在旅游领域适应新时代需求的复合型、应用型翻译人才。

## 一、文旅融合发展对高校英语翻译教育的新要求

随着文旅深度融合的持续推进，要想在旅游过程中向外国游客传播中华文化，就必须提升旅游翻译人员的专业素养。高校英语翻译人才培养不仅要重视翻译技巧的传授，还应注重文化教育，提升学生的跨文化交流能力，以应对市场需求。首先，知识结构复合化。英语专业人才不仅要讲好外语，还需具备深厚的文史底蕴，熟知中国历史、民俗、乡土文化，并能将中华文化准确、形象地翻译成外文。其次，能力培养务实化。高校英语翻译教育需引入大量翻译实例和项目实训，培养学生景点介绍、文物讲解的对外宣传能力，使其在中华优秀传统文化对外传播中贡献更大力量。

## 二、高校英语翻译教育的改革路径

### （一）优化课程内容，构建三位一体新体系

文旅融合背景下，高校英语教育应注重跨学科融合，打破传统课程藩篱，以提升学生的综合素质和能力为核心优化英语翻译课程内容。首先，打造“必修+模块+融合”课程群。高校可开设“中国文化外译”“旅游文本翻译”“文化遗产解说”等核心模块课

程，使学生深入理解文旅核心概念并掌握相关翻译策略。同时，强力推动跨学科融合，鼓励学生选修历史、艺术、旅游管理等专业课程，并与相关院系合作开发“翻译+文旅”微专业或选修项目，拓宽学生的知识视野与文化储备，实现从文字翻译向文化翻译的转变。其次，优化英语翻译教材内容。高校可组织英语、计算机科学、旅游管理等专业教师联合开展教研活动，并邀请校外专家到校指导，收集英语翻译相关文化教育资源，根据文旅产业对英语翻译人才的需求，在原有教材内容基础上增加地域文化等板块，优化英语翻译教材内容，增强学生对中华文化的理解和表达能力，进而在跨文化交流中准确向外国游客传播中华文化。

### （二）创新教学模式，增强英语翻译教育实践性

当前高校英语翻译教学仍侧重“教师讲、学生译”的传统单一模式，学生虽能理解课程理论，但限制了应用能力的发展。为切实提升学生的英语翻译实践能力，高校英语翻译教学需树立以学生为中心的教學理念，以实践为导向优化教学模式，增强英语翻译教学互动，培养学生学习的主体性。一是推行项目式教学。英语教师应积极引入文旅翻译项目，如景区官方网站英译、旅游宣传片字幕翻译等，让学生完整参与翻译项目的全流程，培养其团队协作、项目管理能力和职业素养。二是创新开展沉浸式教学。在口译教学中，英语教师通过创设文旅接待情景，如模拟机场接机、酒店入住、景点讲解、商务宴请、非遗技艺体验现场解说等场景，让学生分别扮演导游、译员、外国游客等角色，在高度仿真的环境中锻炼其临场反应能力、跨文化交际能力和专业知识运用能力。三是引入教学技术。高校需加大数字化建设投入，打造英语智慧听说教室，积极利用VR、AR、元宇宙等现

代信息技术，营造沉浸式语言环境，提升学生的参与感。同时，高校利用在线平台，为学生提供文旅背景知识微课、翻译技巧讲座、名家访谈等资源，供学生课前预习和课后拓展。

### （三）强化师资建设，提升教师队伍专业性

随着时代的发展变化，文旅产业对高校英语翻译教育提出新要求。英语教师需及时更新授课内容，让学生能够将课堂所学运用于实际工作。对此，高校要重视教师队伍建设，定期进行培训，让教师充分了解文旅产业发展趋势及英语翻译实践要求。一是实施教师行业挂职计划。高校深化校企合作，定期选派骨干教师到国际旅行社、涉外酒店、文化传播公司、文物外展机构等进行挂职锻炼，让教师亲身体验行业一线的翻译需求、工作流程和挑战，从而反哺教学，使教学内容更具前沿性和实用性。二是广纳行业资源。高校可聘请经验丰富的资深涉外导游、国际领队、文旅项目资深译员、外宣部门专家等，开设专题讲座、工作坊或短期课程。他们带来的“实战经验”是对高校理论教学的有效补充。三是建立常态化的教师发展机制。高校定期组织教师参加国内外文旅翻译、跨文化传播、翻译技术等方面的培训和学术会议，鼓励教师与企业合作开展横向课题研究，将科研成果转化为教学内容和社服服务，实现教学相长、产学研共赢。

### （四）拓展实践平台，打通产教融合路径

旅游市场日益发展，越来越多的外国游客涌入中国。高校英语专业承担着用英语传播中国文化的重要职责，因此高校应主动为学生搭建多元化的实践平台，并提供丰富的实践能力，让学生在专业实践中锤炼本领。一是共建“政产学研”协同育人基地。高校应与地方文旅主管部门、文旅投资集团、5A级景区、重点博物

馆等签订战略合作协议，建立稳定的实习实践基地，安排学生在寒暑假或毕业实习期进入基地，承担真实的翻译任务，如担任大型文旅活动的临时译员、参与景区多语种标识系统的建设与优化等。二是鼓励学生参与志愿服务与竞赛活动。高校应组织学生积极参与地方举办的国际性文化旅游节、博览会、体育赛事等活动，提供语言支持。同时，高校应鼓励并指导学生参加“全国大学生文旅创意翻译竞赛”“讲好中国故事”“创意传播国际大赛”等专业赛事，以赛促学，在竞争中检验和提升学习效果。三是扶持学生创新创业项目。对于有想法、有能力的学生，高校应鼓励他们依托专业优势，开展与文旅翻译相关的创新创业实践。例如，成立小微翻译工作室，承接线上文旅翻译项目；开发面向外国游客的“城市文化漫步”个性化导览服务App等。

### （五）完善评价体系，树立能力本位导向

教学评价是衡量英语翻译教学成果的重要指标，在文旅融合背景下，高校应改变单一的终结性评价模式，基于跨文化交流能力培养要求，优化教学评价体系，驱动学生全面发展。

一是强化过程性评估。高校应将学生在项目式学习中的表现、情景模拟中的参与度、小组协作贡献、实践报告、实习单位评价等纳入课程总评，且占有较高比重，引导学生更注重平时的知识积累和能力锻炼。二是引入多元评价主体。评价者不应仅是授课教师，还应包括行业导师、同学及学生自己，以多元评价主体更加全面、客观地反映学生的综合能力。三是注重能力导向的评价标准。评价标准应超越语言的正确性，更多地关注翻译的文化适应性、传播效果、创新思维、团队合作和解决实际问题的能力。

（赵翔 西安外事学院国际合作学院院长副教授）

# “六书”文化密码在国际中文教学中的应用探索

汉字作为中华优秀传统文化中具有代表性的符号，承载着深厚的历史底蕴与文化内涵。它不仅是记录语言的工具体，更是连接古今、沟通中外的文化桥梁。在国际中文教育中，认识汉字是进一步了解中国文化的重要途径。探索“六书”这一文化密码，为汉字教学提供了独特的视角与方法。

## “六书”体系的核心理念

“六书”理论经汉代班固、郑众、许慎三家阐释，形成现代通用的分类与次序：象形、指事、会意、形声、转注、假借，前四者为“造字法”，后两者为“用字法”；从结构逻辑看，由独体字（象形、指事）到合体字（会意、形声），体现了汉字从具象到抽象、从简单到复杂的发展过程。许慎《说文解字》中说：“象形者，画成其物，随体诘屈，日月是也。”通过“看图识字”的方式，初学汉字的学生借助字形形象认识汉字，激发对汉字的求知欲，成为学习汉字的第一扇窗。“六书”不仅是教汉字，更是通过汉字这把“钥匙”，为学习者打开理解中华文化思维、哲学观念和历史变迁的窗口。

## “六书”作为文化密码在国际中文教学中的独特优势

“六书”在国际中文教学中的独特价值，首先体现为符合人类朴素的认知发展规律。对于零基础或初级阶段的学习者而言，象形字的“画成其物”符合形象思维优先的认知特点。当教师展示“月”（像弯弯月亮的形状）、“牛”（像一个大牛角）、“日”（像圆形的太阳）、“耳”（像我们的耳朵一样）等字形时，学生几乎能瞬间完成看图识字。这种直观性大大降低了学习汉字入门的心理门槛，尤其对儿童来说，象形字就是可以认读的绘画，能快速激发他们对汉字的好奇与兴趣。比如教“鱼”字时，教师可引导学生观察字形中的“鱼鳍”“鱼身”“鱼尾”，学生可以对照象形字和简笔画，一边模仿画鱼的样子，一边记住字形，这种“玩中学”的方式远比对照拼音死记硬背更有效。

其次，指事字从“符号指示”出发，让学生从具体形象到抽象进行了过渡。相较于象形字，指事字更便捷，更能较好地理解简单符号。指事字不需要画成其物，不要进行复杂图画式造字，只需要标注关键特征即可。例如“上”“下”以“一”为基准，用点或短横指示位置；“本”在“木”字下方加一横，指“树根”（引申为“根本”）。这些字的教学无需复杂解释，只需利用符号与实物的对应关系，就能让学生学会用简单的符号理解抽象意义。

再者，会意字又是对指事字的升级，通过两个或多个独体字的组合生成新义，这种“1+1>2”的逻辑符合学习者对“意义关联”的认知需求。比如“焚”字是一种图形会意，就像火烧树林，下面是火，上面是林。学生只需联想两个具象事物的关系，就能记住“焚”的含义。同体会意字也很容易观察，两个“木”一起就是“林”，三个“木”一起就是“森”，学生通过观察就可以立刻发

现并理解。学生能自主推测“多个同类事物组合”的意义，形成“举一反三”的学习能力。

最后，造字法的核心优势就是形声字，其“形符表义、声符表音”的结构很容易让学生快速理解词义。形符就是义符，能帮助学习者快速定位词义范畴，例如“吃”“喝”“咬”“吐”“吹”“唱”均以“口”为形符，可推测为“跟嘴巴有关的动作”。声符则能辅助记忆读音，比如“妈”“吗”“吗”“吗”均以“马”为声符，尽管声调不同，但读音核心一致。这对中高级阶段需要扩大词汇量的学习者来说，掌握形声字的规律能让他们学会一个就等于学会更多汉字。

此外，“六书”具有文化承载功能，渗透着文化内涵。例如教师讲“家”字由“宀”（房子）和“豕”（猪）组成，这就反映了古代“家里有猪就是富裕”等状态。当教师讲解这些字的造字逻辑时，学生不仅学会了汉字，更触摸到了中国文化的内核。比如“家”字，学生能够体会到中国人“重视家庭”的文化传统。这种“识字即识文化”的教学方式，能让国际学习者从“学汉字”升级到“懂中国”，真正实现“语言+文化”的融合教育。

## “六书”在国际中文教学中的应用探索

初级阶段以象形、指事为入门工具，建立汉字“图像性”认知，让学生掌握基础独体字。对比古文字字形与实物图片，设计绘画游戏，让学生根据字形绘制字形，按照字形的难易程度进行归类教学，例如人体类（人、手、目）、自然类（日、月、雨）、动物类（牛、羊、鸟）。通过标记或者动作演示，帮助学生认识指示符号的意义，实现从象形字到指事字的理解，让学生逐渐从具象到抽象过渡。

中级阶段以会意、形声为核心教学内容，让学生掌握合体字构字规律，实现批量识字。按照部件教学，完成汉字拆解，将“相”拆为“目+眼”，讲解“用眼去看真相”的内涵；通过“男”（田+力，表示农耕社会男性劳动角色），介绍古农业生产方式，用汉字引出文化。按照形符归类整理“氵”（水相关：江、河、湖）、“亻”（人相关：你、他、们）等高频形符；同时通过“妈”推导“吗、妈、吗”的读音规律。

高级阶段就要通过转注、假借与词汇拓展阶段，通过“转注”理论讲解同义词群，帮助学生建立语义网络。高级阶段的虚词讲解需要结合语境，通过古代汉字的通假字现象等，让学生理解汉字的词义引申与用字灵活性，提升阅读能力。

总之，“六书”造字法不仅是汉字构造的理论体系，更是连接语言与文化的桥梁。在国际中文教学中，通过象形字感受汉字的图像思维，通过会意字理解传统文化内涵，通过形声字掌握系统识字方法，最终帮助学习者实现从“汉字工具”到“汉字文化”的认知升级。作为教师需灵活运用“六书”原理，结合学习者母语背景与认知特点，让汉字学习从“语言学习”升华为“文化对话”。

（刘荣 梁茜 西安外事学院）

# 发挥“苏超”撬动作用 打造文旅体商融合新场景

一场足球赛的辐射半径，远不止于绿茵场上的胜负。当体育赛事与地域文化、旅游消费深度融合，便催生出拉动内需、促进消费的新引擎。整个“苏超”赛季期间，主场城市比赛日A级旅游景区接待游客2511.71万人次，同比增长17.38%，其中接待外地游客1440.30万人次，同比增长23.22%。银联渠道异地文旅消费145.70亿元，同比增长27.10%。江苏文旅系统主动跟进，精准“传球”，以文化为魂、足球为媒，全力踢好了一场精彩纷呈的文旅“加时赛”，有效发挥了“苏超”撬动作用，让千年文脉的诗意与绿茵场上的热血同频共振。

## 小小票根 撬动多元消费

“苏超”联赛作为一项足球赛事，能成为撬动百亿文旅市场消费的关键在于，探索出一条将单一空间短期消费转化成多维空间多元消费，将爆红热度转化为持久用户的可行路径。江苏各地发展票根经济，用一张小小票

根串起“吃住行游购娱”全链条，共推出近500项“票根+”惠民措施，广泛开展“跟着赛事去旅行”等1800多项文旅活动和130多项惠民措施，全方位打造“看球+出游”的沉浸式体验。

“苏超”1元门票可带动7.3元周边消费，赛事杠杆效应凸显。这一数据充分证明了票根经济的强大拉动力，让联赛“曲终人不散”，持续释放消费潜力。

## 全域主场 点燃城市激情

江苏各地利用文化和旅游消费集聚区、文博场馆、商圈街区开辟融合观赛、餐饮、购物、娱乐的“第二现场”，让城市“全域变主场”。“苏超”期间，全省各地打造了573个集观赛、购物、美食、互动娱乐于一体的“第二现场”，进一步丰富球迷和游客的全方位文旅体验。

9月6日，南京主场比赛当天，南京重点商圈和商业街区零售、餐饮、住宿等行业主体一天的交易额达12亿

元。此外，常州举办的苏超龙城市集活动，60多个摊位集吃喝玩乐购于一体；盐城打造的“龙虾啤酒音乐节狂欢夜”“伏羊美食节+赛事直播”等一系列活动，将观赛体验与本地特色消费深度融合；苏州的“苏州超级日”主题市集将巍峨城墙变身超级巨幕，直播赛事盛况，为市民、游客带来别样的苏式观赛体验。

江苏各地文旅主管部门协调联动、精心策划，把特色文旅活动融入赛场内外，不仅满足了市民和游客的观赛需求，更促成了消费场景的遍地开花，将赛事热度转化为实实在在的消费活力。

## 政策引领 谋划长远发展

近日，江苏省政府办公厅出台《关于加快发展赛事经济提振体育休闲消费的意见》，从要素整合、场景打造、产品供给等方面，进一步明确“赛事+文旅”的工作目标和具体任务，为高质量推进文旅融合、更好满足人们多元

消费需求，指明了发展方向，提供了实践路径。

下一步，江苏将重点打造文旅融合新场景，构建以环太湖、沿长江、沿大运河、沿海等区域为重点的“水韵江苏”户外运动目的地体系；持续丰富文旅融合新供给，策划推出一批跨区域、有特色的“赛事+文旅”精品线路和产品；聚力宣传文旅融合新形象，充分利用“江苏省级足球联赛”的品牌价值和宣传效应，全方位展示江苏文旅融合发展成果；探索挖掘文旅融合新空间，以市场为纽带不断拓展文旅融合合作空间。

“苏超”联赛火爆出圈的背后，是持续优化环境、提升品质之后的厚积薄发，是推动文旅创新融合与探索突破的结果。未来，江苏将继续挖掘苏超联赛的长尾效应，促进文旅体商融合发展、相互赋能，让“水韵江苏”随着每一场比赛、每一次喝彩，传播得更广、更远、更响亮，踢出更加精彩的文旅融合“世界波”。