

文旅融合视角下巴中市红色旅游创新发展研究

摘要：红色文化资源作为我国文化和旅游资源体系中的重要组成部分，具有不可替代的爱国主义教育和经济社会价值。在政策支持和市场需求的推动下，红色旅游始终保持着稳定发展。然而，在当今时代背景下，传统的发展模式面临着新的挑战，因此需要重新挖掘红色旅游创新发展的要求。本研究旨在从文旅融合的视角出发，探讨巴中市红色旅游创新发展的策略与方法。在全面梳理文旅融合和红色旅游的基本概念和相关理论的基础上，阐述了两者的相辅相成的内在联系。通过收集巴中市相关资料和数据，了解该地区现有红色资源的情况以及红色旅游发展面临的挑战和优势。根据文旅融合对市场产品的要求，从创新发展思路、丰富旅游产品供给、创新旅游业态和拓展营销渠道这四个方面入手，提出相应解决方案。

关键词：文旅融合；红色文化旅游；创新发展

一、相关概念界定与理论基础

（一）概念界定

1. 文旅融合基本概念

（1）文化产业：文化产业是指以文化创意为核心，通过创作、生产、传播和销售等环节，以符号、艺术、知识和创意为主要内容，具有经济价值和文化内涵的产业。它是在文化资源和创意能力的基础上进行商业化运作和市场交换的一种经济活形式。文化产业包括了广泛的领域，如影视制作与发行、音乐表演与制作、出版与印刷、广播与电视传媒、设计与艺术品制作、演艺经纪与管理、文化旅游与遗产保护等。

（2）旅游产业：旅游产业是指以旅游活动为核心，涉及旅游交通、旅游住宿、旅游餐饮、旅游景点开发与经营、旅行社等多个相关领域的产业集群。它是

指在旅游需求和资源的基础上，通过提供各种旅游产品和服务，满足人们对于休闲、娱乐和文化体验的需求，并通过市场交换获取经济效益的一种经济活动。旅游产业包括了众多的细分领域，它不仅涉及到交通运输业、饭店住宿业、餐饮业等传统服务行业，还涉及到景区开发与管理、导游服务、商贸零售等相关行业。作为一个多元化的产业，旅游产业具有很强的经济拉动力和就业创造能力。

(3) 文旅融合：文旅融合是指将文化产业与旅游产业进行有机结合和整合，以创造更具吸引力和竞争力的旅游产品和服务。它强调将文化资源、文化元素和文化内涵融入到旅游活动中，通过提供丰富多样的体验和互动，满足游客对于文化、艺术、历史等方面的需求。文旅融合具有以下特点：一是价值共享：通过将文化资源与旅游需求相结合，使得游客在体验旅游的同时也能感受到深厚的历史、人文和艺术氛围。二是多元产品：在传统景区基础上，增加了更多的文化创意活动和体验项目，如演出表演、手工艺制作、民俗展示等，提供了更丰富多样的旅游选择。三是增加附加值：通过注重文化内涵和精神层面的满足，在满足基本需求的同时还能为游客带来更深层次的体验和情感共鸣。四是提升地方形象：通过发掘和利用地域独特的文化资源，打造具有个性和吸引力的旅游目的地，并进一步提升城市或地区形象及知名度。

2. 红色旅游基本概念

(1) 红色文化：红色文化是指以中国共产党领导的革命斗争和社会主义建设为主题，弘扬革命精神、传承红色基因、宣传革命历史和理论的文化形态。它包括了丰富多样的文化内容，如红色故事、红色遗址、红色经典、红色艺术等。红色文化源于中国共产党的革命历程和伟大实践。

(2) 红色旅游：红色旅游是指以中国共产党领导的革命斗争和社会主义建设为主题，通过参观、游览与红色历史相关的地点、景点和遗址，了解革命历史、感受红色文化，以及进行相关体验活动的旅游方式。红色旅游目的地包括了许多

具有重要历史意义的地方，如革命圣地、革命纪念馆、纪念碑等。这些地方通常是中国共产党领导下的革命斗争发生过的场所，或者是与伟大领袖和英雄人物相关的重要纪念地。

（二）理论基础

1. 产业融合理论

产业融合是指不同行业之间的交叉融合，通过整合资源、优势互补，实现协同发展的过程。文旅融合视角，产业融合理论对于推动红色旅游的创新发展具有重要意义。产业融合可以促进红色旅游资源的整合和开发；产业融合可以提升红色旅游的服务品质和体验；产业融合可以推动红色旅游的创新发展；产业融合可以激发创新意识和创新能力。

2. 旅游增长极理论

旅游增长极理论是指通过选择和集中资源，形成具有辐射带动作用的核心区域，推动整个地区的经济社会发展。在文旅融合视角下，应用旅游增长极理论有助于促进巴中市红色旅游的创新发展。首先选择和集中巴中市丰富的红色旅游资源作为增长极，然后在增长极内部建设完善的旅游基础设施，同时加强对红色旅游从业人员的培训和素质提升，最后在增长极外部打造红色旅游产业链。

（三）文旅融合与红色旅游的内在联系

1. 文旅融合为红色旅游产业注入新动力

文旅融合是指将文化产业与旅游业相结合，通过创新模式和策略，将文化资源转化为旅游产品和服务，从而实现经济增长和社会发展的目标。在红色旅游领域，文旅融合发挥了重要的推动作用。首先，文旅融合为红色旅游产业注入了新动力。传统的红色旅游模式主要以历史遗迹、革命烈士陵园等场所为核心，但随着人们对红色历史的兴趣逐渐减弱，单一的景点已经不能满足市场需求。而通过文旅融合，可以将红色历史与其他元素进行有机结合，创造更多样化、丰富多彩

的体验方式。比如，在红色景点周边建设主题餐厅、民宿等配套设施，提供特色餐饮和住宿服务；举办相关主题活动、演出等吸引更多参与者。这些举措不仅能够提升游客的旅游体验，还可以带动相关产业的发展，为红色旅游产业注入新动力。其次，文旅融合推动了红色旅游产品的创新。通过将文化元素与旅游服务相结合，可以打造出更具吸引力和独特性的红色旅游产品。比如，在红色景点增设互动体验区域，让游客参与其中，亲身感受历史事件的情境；在红色主题公园中设置技展示馆、VR 验区等先进施，运用现代术手段展现红色历和精神。这些创新举措不仅能够吸引更多年轻人参与，也能够满足不同群体对于红色旅游产品多样性和个性化需求的追求。

2. 红色旅游是推进文旅融合的关键举措

红色旅游作为中国特有的文化形态和重要组成部分，在推进文旅融合过程中发挥着关键用。首先，红色旅游具有较高的知名度和影响力。中国革命历史是中国共产党领导下广大人民群众进行的一系列革命斗争的历史总和，具有重要的历史价值和文化内涵。红色旅游景点作为红色历史的见证者和传承者，吸引了大量游客前来参观和学习。这为推动文旅融合提供了基础条件和社会支持。其次，红色旅游资源丰富多样。中国广大地域上分布着许多重要的红色旅游景点，如延安、井冈山、遵义会议等。这些点以其独特的历史背景和文化价值吸引了大量游客前来参观。而通过文旅融合，可以将这些景点与其他文化资源相结合，创造更具吸引力和竞争力的红色旅游产品。最后，红色旅游具有较高的经济效益和社会效益。随着人们对于红色历史和革命精神的认同度不断提高，红色旅游市场呈现出快速增长的趋势。根据统计数据显示，2022 年全国红色旅游接待游客累计达 34.78 亿人次，综合收入达 9295 亿元。

综上所述，文旅融合为红色旅游产业注入新动力，通过创新模式和策略实现经济增长和社会发展的目标。而红色旅游作为推进文旅融合的关键举措，在知名

度、资源丰富性以及经济效益等方面具有重要优势。因此，在推动文旅融合过程中，应充分发挥红色旅游的潜力和优势，进一步挖掘其内在联系，推动红色旅游产业的创新发展。

二、巴中市红色文化资源的特性

巴中属四川盆地周边远山区，地处川陕交界处大巴山洗米仓山南麓，是川陕革命地首府和中心位置所在地。1932年，红四方面军由两河口入川，攻占通江县城，并控制了以通江县城为中心的大片地区，并成立临时革命委员会，旷继勋任主席。随后的几年时间里，红军不仅取得了“反三路围剿”的胜利，也取得了“反六路围攻”的胜利。在这片红色的土地上，40万人口的巴中就有三分之一的人口参加红军，其中有4万人壮烈牺牲。轰轰烈烈的革命斗争为后人留下了可歌可泣的川陕苏区精神，同时也为巴中留下了宝贵的历史财富和大量的战斗遗迹。

（一）红色资源禀赋独特

毛主席曾盛赞：“川陕根据地是扬子江南北两岸和中国南北两部间苏维埃革命发展的桥梁”，“川陕根据地在争取苏维埃新中国伟大战斗中具有非常巨大的作用和意义”。根据第三次全国文物普查统计，巴中现有国、省、市三级爱国主义教育基地31个、不可移动革命文物397处511点、馆藏红色文物3万余件，被党史党建专家誉为“革命露天博物馆”。四川省有不可移动革命文物1900余处，其中巴中市就高达397处，占全省五分之一，全市80%的乡镇均有分布，涵盖川陕苏区党政军群各类机关旧址、战役战斗遗址、红军石刻标语、红军烈士陵园、各种纪念场馆等多种类型，其中又以保存较好的遗址、原物居多，包括现存革命文物包括全国最大的红军碑林——川陕苏区将帅碑林、全国唯一由红军为战友修建的烈士陵园——川陕革命根据地红军烈士陵园和全国现存最大的红军石刻标语——“赤化全川”等。此外还有包括红四方面军总指挥部旧址纪念馆、中

共川陕省委党校旧址、空山战役纪念园、刘伯坚纪念馆、巴山游击队纪念馆、川陕革命根据地博物馆场所。

（二）红色文化内涵丰富

1934年11月1日—9日，红四方面军在通江毛浴镇召开了全军党政工作会议。会上，为了发扬和传承红四方面军在川陕苏区的革命战斗中形成的光荣传统和革命精神，会议确定了“智勇坚定、排难创新、团结奋斗、不胜不休”的十六字训词。其中“智”是学习，学习无产阶级的一切聪明；“勇”是勇敢，勇于吃苦耐劳，有百折不回的精神……这十六字的训词，言简意赅，内涵丰富，不仅体现了坚定不移、百折不挠的共产主义理想信念；体现了敢闯敢干、勇于牺牲的大无畏革命英雄主义精神；体现了吃苦耐劳、全心全意为人民服务的无私奉献精神；体现了团结一致、齐心协力、奋勇开创新局面的集体主义精神。王坪有座“江山石”，这是一块天然矗立在川陕革命根据地红军烈士陵园入口、状若“山”字的巨石，当地群众称它为“江山石”，寓意“江山就是人民、人民就是江山”，中国共产党的伟大事业坚如磐石。还有大量可歌可泣的英雄事迹，如带血的土地册、刘伯坚三封家书等，这些事迹已融入老区人民的血脉，代代相传。

三、推动巴中市红色旅游创新发展的挑战与机遇

（一）挑战分析

1. 传统模式限制

巴中市红色旅游在过去长期依赖传统的观光旅游模式，缺乏创新和多样化的旅游产品和服务。这种传统模式限制了红色旅游的发展潜力，需要寻求新的发展路径。传统观光旅游模式对于巴中红色旅游来说已经有些陈旧，红色旅游作为一种特殊的文化旅游形式，需要更具创意和独特性的产品和服务来吸引游客。然而，在过去长期中，新技术的欠缺和巴中市本身财力不足的双重困难下，巴中红色旅游一直局限于简单的观光导览，缺少深度体验和互动参与，这使得红色旅游无法

满足现代人对于个性化、多样化和深度参与的需求。传统模式下缺乏创新思维。在过去的发展过程中，巴中红色旅游往往只关注景点本身而忽视了整个产业链条上其他环节的开发和创新。比如，传统的观光旅游模式下，往往只注重景点的开发和营销，而对于交通、餐饮、住宿等配套服务的创新却相对较少，这使得红色旅游的发展受到了一定的制约。传统模式下缺乏多元化和综合性发展，巴中红色旅游过去主要以纪念馆、烈士陵园等为核心景点进行开发，缺乏其他类型的红色旅游产品和服务，这种单一性的发展模式限制了巴中红色旅游产业链条上其他环节的拓展和创新。

2. 品牌建设不足

目前，巴中市红色旅游缺乏具有影响力和知名度的红色旅游品牌，这导致了宣传推广和市场竞争能力相对较弱。首先，缺乏具有影响力和知名度的红色旅游品牌，这使得巴中在市场竞争中处于劣势地位。在如今激烈的旅游市场竞争中，拥有一个强大的品牌是吸引游客、提升知名度和影响力的关键。然而，巴中红色旅游目前并没有一个能够代表其形象和价值观念的品牌。其次，缺乏品牌建设也限制了巴中红色旅游的宣传推广效果。一个好的品牌可以帮助企业或地区进行有效的宣传推广，并吸引更多的目标客户。然而，在缺乏品牌支持下，巴中市红色旅游很难在广大消费者心目中留下深刻的印象，从而影响了其宣传推广效果。最后，缺乏品牌建设也限制了巴中市红色旅游的市场竞争能力。在旅游市场中，拥有一个强大的品牌可以帮助企业或地区获得更多的竞争优势。然而，巴中市红色旅游目前没有一个具有竞争力的品牌，这使得其在市场上与其他旅游目的地相比显得相对较弱。

3. 地域交通不便

巴中市地处偏远山区，相对于发达地区，交通条件相对较为困难，特别是红色遗址所在地，交通网络尚未形成，这给游客前往巴中参观红色旅游景点带来了

一定的不便，在一定程度上限制了红色旅游的发展。一方面，地域交通不便给游客前往参观红色旅游景点带来了一定的困扰和不便。由于地处偏远山区，交通条件相对较为艰苦，缺乏便捷的出行方式和路线，这使得游客往往需要花费更多的时间和精力才能到达目的地，降低了他们参观红色旅游景点的兴趣和积极性。另一方面，地域交通不便限制了巴中红色旅游业发展规模和潜力。由于交通条件不够便利，导致许多潜在游客选择其他更方便、更容易到达的目的地进行旅游，这使得巴中红色旅游业的发展规模受到了一定的制约，无法充分释放其潜力。同时，地域交通不便也影响了巴中与其他地区的合作和交流。由于交通条件不佳，巴中市与其他地区之间的交流和合作相对较少，这使得巴中难以借助外部资源和优势来推动红色旅游创新发展，限制了其与其他地区共同开展红色旅游项目和活动的机会。

4. 缺乏专业人才

巴中市在红色旅游领域缺乏专业人才和相关经验，这使得红色旅游项目开发、管理和运营方面存在一定难度。首先，缺乏专业人才影响了巴中红色旅游项目的开发能力。红色旅游作为一种特殊的文化旅游形式，对于项目的策划、设计和开发都需要具备相关专业知识和经验。然而，目前巴中在红色旅游领域的专业人才相对较少，导致项目开发能力受到限制。其次，缺乏专业人才影响了巴中红色旅游项目的管理和运营能力。一个成功的红色旅游项目不仅需要良好的开发策划，还需要有效的管理和运营来保证项目的顺利进行和持续发展。然而，在缺乏专业人才支持下，红色旅游项目在管理和运营方面可能存在一定的问题。最后，缺乏专业人才限制了巴中红色旅游创新发展的能力。在红色旅游领域，创新是推动发展的重要驱动力。然而，由于缺乏相关专业人才和经验，巴中红色旅游可能难以进行有效的创新和探索，限制了其发展潜力。

（二）机遇分析

1. 政策支持

2017年3月，国家发改委召开了宣传贯彻《2016-2020年全国红色旅游发展规划纲要》(以下简称《规划纲要》)电视电话会议，会议表示，《规划纲要》是2004年党中央、国务院部署发展红色旅游以来的第三期规划纲要，是“十三五”时期全国红色旅游发展方向和路径的总体部署。新一期《规划纲要》更加突出强调红色旅游的理想信念教育功能，更加突出强调红色旅游的脱贫攻坚作用，更加突出强调红色旅游的内涵式发展。2017年8月，交通运输部制定印发了《全国红色旅游公路规划(2017-2020年)》，明确提出，到“十三五”末，具备条件的红色旅游经典景区景点，基本实现三级及以上公路便捷连接周边国省干线公路或城市，50%以上的红色旅游经典景区景点有二级及以上公路和城市道路衔接，与周边路网共同形成便捷、安全、可靠的红色旅游公路网络。为促进红色旅游持续健康发展、带动革命老区经济社会协调发展提供有力支撑。2018年7月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于实施革命文物保护利用工程(2018-2022年)的意见》，文件提出，要继续扩大革命博物馆、纪念馆免费开放，加强革命文物创意产品的开发，鼓励支持文化文物单位和社会力量参与革命文物创意产品的开发，并提高红色旅游发展质量，包括推出更多以红色文化为主题的研学旅行、体验旅游、休闲旅游项目等。针对革命文物保护，巴中出台了《巴中市红军文物保护条例》这一地方性法规，编制了《通江红军石刻标语群保护规划》《红四方面军总指挥部旧址文物保护规划》等红色文物专项规划。“十四五”时期，巴中市委明确的“三市两地一枢纽”发展定位中，建设“全国爱国主义和红色文化传承基地”的核心就包括大力发展红色旅游在内的红色资源利用。出台《关于加快红色旅游发展的实施意见》和《关于加快全域旅游发展的意见》，将红色景区建设纳入全域旅游规划、城市发展总体规划和城市文化建设实施方案，引领推动经济社会发展。

首先，政府对于红色旅游的重视表明了其对于文化传承和发展的关注。巴中市作为一个具有丰富红色资源的地方，通过出台相应政策来支持和促进红色旅游的发展，体现了政府对于保护和传承革命文化的重要意义，这为巴中红色旅游提供了政策上的支持和保障。其次，政府出台的支持政策和措施可以为巴中红色旅游带来经济上的利益。例如，减免税收、给予贷款优惠等措施可以降低企业运营成本，并激励企业进行创新开发，这将有助于吸引更多投资者参与到巴中红色旅游项目中，推动该领域的快速发展。此外，政府的支持还可以为巴中红色旅游提供资源整合和协调服务。政府可以通过统筹规划和组织协调，促进各相关部门的合作与互动，打破行业壁垒，促进产业链条和价值链条的完善，这将有助于提升巴中红色旅游的整体竞争力和发展水平。最后，政府支持政策的出台也会吸引更多专业人才和企业参与到巴中红色旅游领域。政府可以通过人才引进计划、优惠政策等方式来吸引具有相关专业知识和经验的人才加入到红色旅游项目中。对于企业来说，政府的支持也会增加他们在巴中红色旅游市场上的信心，并激发他们进行投资和创新。

2. 市场需求

据相关统计资料显示，全国红色旅游出游人数从 2004 年的 1.4 亿人次增长到 2019 年的 14.1 亿人次，实现了 10 倍增长。单从游客数量上来看，红色旅游已占据国内旅游产业逾 1/4 的份额，成为中国旅游业的核心组成部分之一。同时，红色旅游还带动了当地社会经济的全面发展，实现了经济效应和社会效应的协调统一。据文化和旅游部相关统计显示，2019 年全国红色旅游收入高达约 4000 亿元；经典景区每月平均吸纳就业人员超过 1.5 万人，推动解决了当地的就业问题，增加了居民收入。同时，据相关资料显示，以往偏中老年游客为主要消费群体的红色旅游，正在受到越来越多年轻人的青睐，年轻人渐成主力人群是红色旅游的一个较显著变化。近两年国内红色旅游的主要客群由 60 后、70 后向 80 后、90

后转移的趋势更加明显，相关数据显示，红色旅游游客中，80后、90后和00后的占比在40%左右，而60后和70后游客占比则呈下降趋势。现状表明，红色旅游在时代特色、意义内涵等方面的特殊性已经对年轻人产生了更深的吸引，随着红色旅游产品体系逐渐多样化，越来越能够契合不同游客类型的需求，红色旅游消费主力仍继续呈现年轻化的发展态势。由此可见，随着人们对历史文化的关注度提高，红色旅游受众趋于年轻化，红色旅游正逐渐成为热门的旅游选择，巴中市作为革命圣地之一，具有丰富的红色资源和历史遗迹，能够满足市场不断增长的需求。一方面，市场对于红色旅游的需求不断增长。现代社会人们对于历史文化的关注度提高，他们希望通过旅游来了解、感受和体验历史事件和英雄事迹，巴中市作为一个拥有丰富红色资源和历史遗迹的地方，可以满足这种需求，并吸引更多游客前来参观和体验。另一方面，红色旅游已经成为了一种热门的旅游选择。越来越多的人开始关注和参与到红色旅游活动中来，他们希望通过参观革命遗址、听取英雄事迹等方式来感受历史文化，寻求心灵洗涤。

3. 技术创新

随着科技进步和信息化发展，新技术在旅游领域得到广泛应用。通过利用互联网、大数据、虚拟现实等技术手段，可以为红色旅游带来更多创新和体验方式。比如：互联网技术可以为红色旅游提供了更广阔的宣传和推广渠道，通过建设红色旅游网站、开展社交媒体营销、发布移动应用程序等方式，可以将巴中市丰富的红色资源和旅游产品推向全国甚至全球，这样不仅能够吸引更多游客关注和参与到巴中市红色旅游中来，还能够提升其知名度和影响力；大数据技术可以为巴中市红色旅游提供更精准的市场分析和决策支持，通过收集、分析和挖掘大量的数据，可以了解游客需求、行为偏好等信息，并根据这些信息进行产品设计、服务优化等方面的决策，这将有助于提升巴中红色旅游的竞争力，并满足不同类型游客的需求；虚拟现实技术可以为巴中红色旅游带来更丰富的体验和互动方式，

通过虚拟现实技术，游客可以身临其境地参观红色遗址、了解历史事件，提升他们的参观体验和学习效果，同时，虚拟现实技术还可以为巴中红色旅游打造新的景点和项目，吸引更多游客前来体验。

四、巴中市红色旅游创新发展路径

（一）创新红色旅游发展思路

1. 统筹协调红色旅游发展

明确统筹发展的思路，坚持“政府主导、部门协作、社会参与”的原则，制定具体可行的规划方案。首先，要明确红色旅游的总体目标和发展路径，确定巴中市红色旅游的核心竞争力和特色资源，将把巴中建成全国爱国主义和红色文化传承基地为既定目标，并适时结合市场需求和旅游市场趋势进行调整和优化。其次，需要整合资源并优化布局，巴中市作为川陕苏区的核心区域，拥有丰富的革命历史资源和红色文化遗产，这些资源可以作为吸引游客的核心竞争力，应该充分利用这些资源，大范围进行整合开发，形成一系列具有吸引力和独特性、辐射面广的红色旅游产品。比如，可以利用好川东北红色旅游联盟这一载体，携手广元、南充、广安、达州等地，开展红色旅游区域合作，打造红色旅游精品线路。最后，在布局上要注重多样性和差异化，不同场馆、不同主题的红色旅游景点应相互补充、相互配合，避免同质化，形成一个完整而多元化的旅游线路网络，这样可以吸引更多不同类型、不同需求的游客。

2. 科技赋能红色旅游发展

在传统观光模式的基础上，提出更多元化、个性化的红色旅游产品和服务，通过技术创新的手段，增加红色旅游的吸引力和竞争力。利用现代科技手段，如虚拟现实、增强现实等技术，在红色旅游景点中打造沉浸式体验，让游客能够身临其境地感受历史瞬间；开发智能导览系统、移动应用等工具，方便游客获取相关信息和进行导览。可以按时间段将各个时间段发生的事情展现在大屏幕上，可

以利用互联网找一些图片视频然后通过虚拟现实佩戴设备来将这些事件一一展现在参观者面前，让参观者有身临其境的感觉，感受到红色文化主题展馆的魅力。也可以以空间形式来向观众展示，可以利用影像和动态沙盘使空间更具有层次感，通过动态展示让参观者有更直观的感受，沙盘内有很多小设计有小灯泡、灯标，可以将所展示的东西直接展现在观众面前。其次也可以利用投影仪播放动态影像，展示的影像要与主题展馆主题一样，这样通过影片的播放和沙盘的展示，利用数字化操作，会使主题文化展馆的设计更加生动。

（二）丰富红色文旅产品供给

1. 开发红色旅游体验项目

开发各种红色旅游体验项目，让游客能够更加身临其境地感受红色历史，切实让红色旅游从“观光式”旅游向“体验式”旅游转变。可以通过模拟革命时期的场景和活动来进行红色旅游体验。例如，可以在空山战役遗址附近组织军事演练活动，邀请专业人员带领游客参与其中，让他们亲身体会当年红四方面军在这里训练和战斗的情景，这样不仅可以增加游客的参与度和兴趣，还能够深入了解空山战役在中国革命历史中的重要地位。还可以开办革命主题夏令营等项目，通过将红色教育和旅游相结合，在夏季假期期间组织青少年参加夏令营活动，在夏令营中，他们可以学习红四方面军的革命历史、参观红色旅游景点，并参与一些特色活动，如模拟红军生活、学习军事技能等，这样不仅能够增强青少年对红色历史的认知和理解，还能培养他们的爱国主义精神和团队合作意识。同时，一些区域间红色景点具有很强的关联性，可以将这些红色景点串联起来的红色主题线路，为游客完整地、全面地呈现一段红色历史，通过延长红色旅游 IP 价值链，打造红色旅游精品，让游客的红色之旅更加难忘。从景点旅游模式走向全域发展模式的转型中，通过打造“红色记忆”景观带，实现景区景点内外一体化，使游客进入旅游区域即可感受红色旅游文化氛围，从而提升红色旅游的影响力和吸引

力。

2. 创新红色文化演艺活动

创新红色文化演艺活动，结合音乐、舞蹈、戏剧等艺术形式，打造具有红色主题的文化演出。通过编排具有红色主题的舞蹈和话剧，展现巴中市在革命历史中的重要地位和贡献。比如，可以将红四方面军带领劳苦大众打土豪分田地、张琴秋带领五百农妇缴一团白军的枪等场景，徐向前、陈昌浩、傅崇碧等人物故事编为话剧或舞蹈演出，将巴中市革命历史中的英雄人物和故事进行再现，这样不仅能够吸引观众深入了解红色历史，还能够通过戏剧形式更加生动地展现其中的情感和价值。此外，还可以结合组织音乐会以及传统民族乐器表演等形式，通过音乐和乐器之美来传达红色历史和文化的内涵。举办红色题材的绘画、摄影展览等，通过视觉艺术来展示红色历史和文化。将红色旅游线路融入“密室逃脱”、党史知识问答、城市定向等形式，多方位呈现革命历史。

3. 设计红色文化文创产品

开发与巴中市红色资源相关的文创产品，如书籍、手工艺品等，通过设计独特的红色文创产品，增加游客的购买兴趣和消费体验。要出版红色主题的书籍，这些书籍可以包括革命历史研究著作、英雄人物传记、革命故事集以及相关的地方文化和风土人情等内容，通过精心编写和设计，让这些书籍具有知识性和艺术性，并能够吸引读者深入了解巴中市红色历史。可以设计制作与巴中市红色资源相关的手工艺品。例如，可以制作具有红军元素的绣品、陶瓷饰品、木雕等工艺品，这些手工艺品不仅可以展现巴中独特的红色文化特色，还能够成为游客购买和收藏的纪念品。可以结合现代科技手段进行创新。又如，利用3D打印技术制作立体模型或者虚拟现实技术呈现革命历史场景，这样可以增加产品的趣味性和互动性，提升游客的购买兴趣和消费体验。

（三）构建红色旅游多元业态

1. “红色+生态”形成集聚效应

巴中地处四川盆地东北部，系长江上游和秦岭重要生态屏障，国家水源涵养和生物多样性保护双重生态功能区，素有“秦巴山区天然药库”美誉；被联合国教科文组织誉为“四川盆地北缘山地重要生物基因库”。巴中市是川陕革命根据地的核心区域，拥有众多的红军遗址和历史文物，通过对这些遗址进行保护、修复和开发，可以打造具有红色历史内涵和生态美景的旅游景区，推动红色旅游与生态旅游的融合发展。例如，空山国家森林公园、通江县王坪旅游景区、光雾山旅游景区、佛头山旅游景区内都有红色遗址或者场馆，要积极探索新的发展模式，以红色文化为引擎，以青山绿水为底色，突出红色旅游、生态旅游两大主题，让老区变景区，从而焕发出新的活力。

2. “红色+乡村”激活乡村振兴新动能

大力发展乡村旅游，是社会主义新农村建设的重要组成部分，“红色+乡村”旅游新业态的联动，可以发挥红色旅游的友谊作用。首先，可以推出农家乐体验项目。在农村地区设农家乐民宿、农场等，让游客能够体到真实的农生活。结合红色历史文化，为游客提供红色主题相关的特色餐饮、民俗表演等活动，他们感受到浓厚的乡土氛围和红色历史情怀。其次，在乡村旅游中加入农耕活动。巴中市拥有丰富的农田资源，可以设置农耕体验基地或者农耕示范园，让游客亲身参与种植、收割等农作物的过程，通过参与这些活动，不仅能够增加游客对传统农耕文化的了解和体验，还能够加深他们对红色历史和革命精神的认知。最后，可以加强对农村地区传统化的保护和传承，可以组织农村文化展览、统手工艺品制作等动，让游客了解和学传统技艺，并有机会购买到具有红色历史和农村特色手工艺品。

3. “红色+研学”瞄准价值塑造

读万卷书，行万里路。研学旅游成为近年来旅游市场爆品，它一头连着旅游，

一头连着教育，发展态势逐年升温。据《中国研学旅行发展报告》显示，研学旅行市场需求不断释放，总体规模将超千亿元。将红色历史与教育相结合，推出参观学习为主题的研学旅行项目，可以让年轻一代深入了解红色历史。一方面，可以鼓励学校组织青少年夏令营活动。设置专门的讲座、讲解员和互动活动，让青少年了解并体验红军长征、抗日战争等重要历史事件。组织一些团队合作、领导力培养等特色活动，提升他们的团队意识和个人素质。另一方面，在学校组织学生社会实践活动时加入红色旅游元素。组织学生到红色旅游景区进行参观学习，与相关管理机构开展交流和实践活动，通过参观和实践，学生们能够更直接地感受到巴中市在革命历史中所扮演的重要角色。

（四）拓宽红色旅游营销渠道

1. 注重官方媒体的引导力

红色旅游的开发建设过程中，官方媒体的引导作用不可小觑。从当前国内的红色旅游发展来看，官方媒体在红色旅游营销传播过程中具有一定的引导力，同时也承担着传播和推广红色文化的重任。首先，政府机构可以通过电视、广播、报纸等传统媒体，向公众传达相关红色旅游资源的信息和特点。这些官方媒体具有较高的权威性和可信度，能够有效引导公众对红色旅游的关注和兴趣。其次，政府可以利用自己的官方网站和社交媒体平台，发布相关红色旅游景点的介绍、活动信息以及实时更新。通过这些渠道，政府可以直接与游客互动，并提供更加详尽、准确的信息。同时，政府还可以借助在线预订平台，在官方网站上提供便捷的预订服务，为游客提供更好的旅行体验。此外，在推广过程中，政府还可以积极邀请各类专业媒体进行报道和采访。通过与专业媒体合作，在其平台上发布相关文章、视频等内容，进一步扩大红色旅游的知名度和影响力。最后，政府还可以通过与著名博主、自媒体合作，进行品牌营销和推广活动，吸引更多年轻人参与红色旅游。加大对红色旅游的宣传力度，通过电视、广播等传统媒体向公众

推介巴中市的红色资源和旅游产品。与政府部门合作，提高官方媒体对红色旅游的报道和推广。

2. 注重自媒体的号召力

自媒体，即个人自媒体，它是指普通用户利用自己的移动终端设备，如智能手机、平板电脑等，作为传播信息、展示自我的平台，以原创信息为主要内容的网络传播平台近年来，随着信息技术的不断发展，自媒体逐渐成为了互联网时代中一股不可忽视的力量。据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2022 年 12 月，我国网民规模达 10.67 亿人，自媒体具有较高的用户粘性和传播效果，能够更好地触达目标受众，并产生更大的号召力。因此政府可以与知名旅游博主、微信公众号、抖音、快手等平台进行合作，在其平台上发布相关内容和活动信息。这些自媒体平台通常拥有庞大的粉丝群体，能够迅速传播信息并引发关注。政府可以邀请这些自媒体创作者前往红色旅游景点进行实地探访，并通过他们的直播、短视频等形式将景点介绍给更多人。此外，政府还可以借助社交媒体平台上的用户互动功能，开展线上活动和互动游戏等形式，通过设置奖励机制，鼓励用户分享自己的红色旅游经历和感受，进一步增加红色旅游的曝光度和影响力。

3. 注重重大节事活动的影响力

2022 年 12 月 18 日，纪念川陕革命根据地创建 90 周年学术研讨会在巴中召开，会议期间，同步举行了首届革命老区红色文旅走廊联合推介会，多家权威媒体进行了专题报道。可见重大节事活动是拓宽红色旅游营销渠道的重要方式之一。政府可以结合红色旅游资源特点，举办相关主题展览、演出、座谈会等活动，吸引更多人参与并了解红色文化。在活动策划中，政府可以邀请知名专家学者进行讲座和授课，向公众传授相关知识。同时，政府还可以组织一些互动性强的活动，如模拟战斗体验、历史文化展示等形式，让参与者身临其境地感受红色历史。

此外，在重大节事期间，如每年的建党节、建军节、清明节时，政府可以通过大量舆论引导和宣传报道，将相关红色旅游景点与节日元素相结合，提升景区的知名度和吸引力。

课题负责人：杜娟 工作单位：中共通江县委党校

课题参加者：何晓东 工作单位：中共通江县委党校