



10月18日至24日,2019中国(江西)红色旅游博览会暨中国红色旅游推广联盟年会(以下简称“红博会”)在江西瑞金举办,至此,红博会已走过15年历程,覆盖面和影响力不断增强,不仅成为江西旅游的一张亮丽名片,也为全国红色旅游发展立起风向标。

15岁红博会,带来红色旅游新气象

■本报记者 范奇飞 郭冬明 通讯员 刘宗炎

演出——

当非遗兴国山歌遇上爆款红色摇滚

军鼓、腰鼓、威风锣鼓,总有一支鼓点上你心跳的节拍;采茶舞、扇子舞、客家茶灯舞,总有一种舞步让你不由自主摇摆……“八月桂花遍地开,鲜红的旗帜竖起来……”10月18日晚,随着一曲《八月桂花遍地开》奏响,热闹欢腾的人流载歌载舞行进着。微凉的夜空下,瑞金红都大道西延、中央革命根据地博物馆广场、中华苏维埃纪念园南大门、红五星广场等红色景点串成闪耀的“珠链”,再现1931年中华苏维埃共和国成立大会时的“万人

提灯”胜景,将嘉宾、演出人员、游客带入苏区时期,感受浓浓的红都情、客家风。近年来,红色文化和旅游的融合逐步走向深入,游客对红色文旅产品的需求也在逐步提升。旅游网站马蜂窝发布的《旅游账单2.0全球旅游消费报告2019》中显示,旅游演艺、博物馆、人文气息浓厚的景点已成为年轻游客的热门项目。本次红博会中,这种沉浸式互动娱乐演出亦为活动增添不少光彩。10月19日至21日,瑞金市体育中心内,各具地方特色的文艺演出带游客尽情领略红

色文化魅力。“哎呀哟……一把芝麻飞上天,兴国山歌万万千,南京唱到北京,转归来还要唱三年。”2006年列入第一批国家级非物质文化遗产名录的兴国山歌有着悠久的历史,相传是秦末伐木工自创的歌谣。苏区时期,兴国山歌成为有力的战地宣传武器,谱写了“一支山歌三个师”的辉煌篇章,一曲《苏区干部好作风》更是唱遍了整个苏区。10月19日,瑞金市体育中心内,一曲由《十劝郎》改编的《十劝我郎当红军》歌声嘹亮,来往游客驻足观赏,熟悉的

曲调,让不少人跟着哼唱起来,天南地北的方言汇聚在一起暖动人心。

同场演出的还有赣南采茶戏、泰和客家提线木偶戏等同属非物质文化遗产的地方特色节目;背景屏幕上,播放着江西非遗纪实片《赣风》和国家级非遗代表性传承人抢救性记录成果的代表性视频作品;当晚,“红歌+摇滚”新唱法登上主舞台,专业电音人带来不一样的红歌视听体验……

苏区深厚的历史积淀和文化底蕴,不止在经典传唱中生动展现,更有不少新面孔的文艺作品亮相舞台、竞相绽放。

8月以来,中国旅游协会旅游商品与装备分会、江西省文化和旅游厅,分别发动征集选拔优秀红色旅游演艺创新成果活动,征集实景演出和舞台剧歌剧、舞剧、话剧、木偶剧等的视频作品97部。经专家四轮审核后,筛选出了12部优秀红色旅游演艺作品集中展示,让观众大饱眼福。



江西省非物质文化遗产泰和客家提线木偶戏表演现场。 陈地长摄

10月19日至21日,2019世界VR产业大会在南昌拉开帷幕。仿若双子星遥相呼应,在距离其370多公里的瑞金,同一时间,VR也成为红博会现场的明星宠儿。

科技——

本届红博会联动高校和科技公司特设红色文化VR互动体验展。在虚拟现实技术中,超越时间和空间,带游客到过去无法探知的世界将不再是梦想,而成为一种新的体验形式。瑞金市体育中心内,戴上VR眼镜,即可目睹八一南昌起义、同革命先辈一起进驻井冈山,转身却是“穿越时空”游览滕王阁、海昏侯国的当年盛景,抑或如身临其境地来一场环鄱阳湖自行车骑行之旅……这座仅120平方米的红色经典文化VR互动体验区,凭借科技力量展现出“搬山倒海”的巨大能量,吸引了无数游

客争相体验。

当下,红色旅游越来越立体化,科技让景区与游客实现高效有趣的互动。“初心点亮长征路”互动活动是中国文化传媒集团以长征精神助力红色旅游创新发展,依托“文旅中国”客户端,筹备推出的互动体验红色旅游宣传推广项目,包括景区万人打卡活动、初心馆以及《初心之旅》综艺节目等。走进初心馆,入目的是时光重溯、披荆

运筹VR之内,决胜古今战场

斩棘、攻坚克难、初心炙热、岁月留声等五大板块。参观者不仅能够实景体验爬雪山、过草地、飞夺泸定桥的艰险困苦,还能在“初心朗读亭”里留下自己的声音。“赤橙黄绿青蓝紫,谁持彩练当空舞?”在“初心朗读亭”内,深圳游客王先生和女儿一起诵读红色经典后,点亮打卡记录。“我就是想带孩子来感受红色文化熏陶,这次能体验这么多新鲜模式,孩子不仅深受教育,也

乐在其中。”红博会至今已走过15个年头,规模与水平不断提升,覆盖面和影响力不断增强,已成为全国红色旅游发展风向标。展馆里的“黑科技”正逐步走进景区生活,变成体验项目或者游览日常。记者在现场了解到,除了现场体验之外,游客还可参与由“文旅中国”客户端联合爱奇艺、快手、微博、蜻蜓FM等众平台开展的多类型线上线下互动活动。



游客在红色经典文化VR互动体验区内体验。 王采莹摄

购物——

公仔娃娃领跑,江西好礼带回家

“南昌八一起义纪念馆参展2019红色旅游博览会,多款文创产品荣获优秀产品奖”——近日这条微博被顶上热搜,配图展示出的包括持枪娃娃、掷弹娃娃近10款表情生动可爱的卡通形象,军事机要密码本、储蓄罐、行李牌等日常用品,以及南昌起义总指挥部旧址外观大楼为设计元素的书立套装等引爆朋友圈,不少网友大呼想要,更有不少留言提议在网上开个官方店铺上架售卖。

据了解,今年的红色旅游博览会共出席360多家单位、100多家旅行社,有

1000多种文创旅游商品参展,约5000人参与此次活动,规模为历届红博会之最。瑞金市体育馆内,乐安蛋雕、干干剪纸、章贡客家竹雕等项目的非遗传承人现场展示,参观者踊跃上前互动。红色文化渗透于传统文化当中,有助于综合性旅游产品的形成,保证游客参与度,满足游客多层次要求,加深大众对红色旅游的向往。

在瑞金沙洲坝红色旅游区,“中华苏维埃共和国消费合作社”内人头攒动。不少游客在这里购买红军抱枕、红军摆件等纪念品。从内蒙古包头来的王先生表

示,来之前还发愁可以带些什么特产回去,没想到参加了红博会这个烦恼完美解决,现场观看了“江西好礼”的评选,他对心目中的伴手礼也有了新概念。井冈山砂石画圆盘摆件,本坊红军万寿茶具等都已纳入他的“购物清单”,听说现场订购后可邮寄到家更是令他兴奋不已。

随着红色旅游越来越受到社会的重视与市场的青睐,红色文旅产品作为游客离开景区后的教育延续、精神传递,起着至关重要的作用。然而,在网络购物不断发展的当下,创意雷同、粗制滥造的景区

商品已经落伍。如何利用景区独有的形象、文化资源优势,让文旅产品走出景区,在销售景区创意产品的同时进一步传播革命精神?本次红博会也做出探索。

筹备期间,中国旅游协会旅游商品与装备分会、江西省文化和旅游厅,分别发动了红色旅游文创产品、“江西好礼”文创产品遴选,征集红色旅游文创产品包括纪念品、手工艺品、家居用品、办公用品、户外用品700多件。经专家四轮审核后,筛选出了200件优秀红色旅游文创产品集中展示。

记者走访中发现,最远还有从新疆兵团而来的军垦娃娃“艾兵艾团”,同样在此次红博会评选中也获得了不俗的成绩,石河子军垦娃娃系列文创产品、戈壁记忆·屯垦戍边铸剑为犁字器便携旅行套装、戈壁巧手·印染手工艺品扎染绣花羊绒围巾等6(套)产品获评全国优秀红色旅游文创产品。



瑞金市体育中心,手艺人现场展示。 陈地长摄

盛满米酒和客家红的瓷碗高置台上,6位积极报名的游客选手站上台,主持人一声令下,选手快速用透明胶将两条吸管连接插入碗中,快速吸米酒比赛正在紧张进行中。10月21日晚,瑞金中央革命根据地博物馆广场前,红色美食趣味吃法大挑战在这里开战,快速吸米酒、牛肉汤大胃王挑战、直手吃圆子……一项项比赛接连展开将现场氛围炒得火热。

美食——

红色美食趣味吃法大挑战后,红色美食厨艺比拼接过吸睛接力棒,来自赣闽两地的厨师,以瑞本土食材泥鳅、田螺、豆腐、酸菜等为主,以“红色”为题,创作出各具特色的新式菜肴。在江西烹饪协会专业人士和现场观众试打后,决出红色美食冠军厨师。紧张激烈的比赛进程、闪耀红都的荣誉称号,让参赛厨师和现场观众都绷紧了心弦,整场比赛

格外激动人心。

众所周知,旅游是吃、住、行、游、购、娱的综合性社会文化活动。美食在旅游链上的催化作用,其范围不仅限于食物本身。口味认同更易打破人与人的界限,地方小吃更能让游客融入当地生活。因此,近年来,不少地方以“食”为切入点,横向结合其他类型旅游资源综合开发,纵向挖掘食物背后隐含的文化和历史含义,构建色香味俱全的红色旅游。在瑞金说到红色美食,必然绕不

湘闽黔陕菜同桌,色香味俱佳

开当地的牛肉汤。因其有健脾养胃的功效,与南瓜汤并称“红军两汤”。如今,随着红色旅游的发展,瑞金牛肉汤备受远湖四海游客的喜爱,美名也越传越远。

24个红色旅游推广联盟代表的加入,带来各地红色旅游发展理念的碰撞,有利于全面提升红色旅游的整体功能水平,推动全国红色旅游的融合发展。同时,2019中国红色旅游推广联盟年度工作会签署并发表了《中国红色旅

游推广联盟(瑞金)宣言》,积极为推动红色旅游高质量发展及区域合作搭建交流平台。长沙展区、福建展区、遵义展区、延安展区……美食摊贩集结到一起开启了红色美食大比拼。第四次到红博会参展的长沙臭豆腐店主告诉记者:“通过参加展出,不仅可以向全国各地的游客展示我们的正宗老长沙口味,也能向其他景区学习借鉴,提升我们的产品,为打造红色品牌、传播红色正能量添一分力。”



长沙展区长沙臭豆腐美食摊口,游客争相品尝。 陈地长摄

制图:扈硕