



随着电影《长津湖》热映，专程来到宁夏银川松鹤陵园志愿军冰雕连雕塑瞻仰的人群络绎不绝，很多市民虔诚地献上鲜花，向志愿军烈士表达敬意。

火了一部红色影片，热了一批红色景点。红色旅游是红色资源保护和利用在旅游领域的鲜活实践，是红色文化传播的重要载体，承载着爱国主义教育的重要使命。伴随着我国文化事业繁荣发展，红色旅游迎来新的风口，为全民国防教育创新发展带来了新机遇。

火了红色影片 热了红色景点 兴了红色文化

探寻热播主旋律影视剧的“溢出效应”

■齐小才 朱剑 本报记者 路波波

影旅联动 相得益彰 主旋律影视剧成红色旅游新引擎

今年年初，主旋律电视剧《觉醒年代》一经播出便凭借高口碑、收视节节攀升。许多90后、00后年轻人迷上了这部革命历史题材剧，甚至有不少人熬夜追剧。剧中很多情节都在网上引发了热议，“南陈北李，相约建党”“一门三杰”等故事让年轻人深刻体会信仰的力量。

数据显示，该剧热播期间，与《觉醒年代》相关话题词条在微阅读量超40亿次，在抖音上相关短视频播放超12亿次。电视剧热播的同时，也引发了一轮实地“打卡”热潮，《新青年》编辑部旧址、北京鲁迅博物馆、北大红楼等新兴文化运动主阵地成为不少年轻人的出游新坐标。与此同时，众多旅行社推出《觉醒年代》“同款”旅行线路，红色旅游持续升温，让很多游客了解到更多“觉醒年代”背后的故事，不断掀起话题热潮，催生爱国主义情怀的持续传播。

今年以来，《山海情》《觉醒年代》《功勋》等高品质主旋律电视剧热播，《悬崖之上》《1921》《革命者》等多部主旋律影片热映。国庆档《长津湖》上映仅用7天就突破30亿元票房大关，打破13项纪录，成为中国影史上又一部现象级作品，目前累计观影人次已超过1.21亿。

主旋律影视作品带火红色旅游。宁夏某影城经理孙婷介绍，《长津湖》上映以来，很多家长带着孩子走进影院，甚至不少八九十岁高龄的老人坐着轮椅来观影。不少人走出影院就开始计划去丹东、沈阳等地的志愿军烈士陵园祭扫，了解更多抗美援朝战争故事。某旅游服务平台发布的数据显示，十一长假期间，仅00后的红色旅游订单量就同比上涨超80%，长沙、湘潭、南昌、遵义、延安、嘉兴、井冈山等地成为红色旅游热门目的地。主旋律影视作品超越了时空、跨越了年龄，引发了全民的强烈共鸣。

不难发现，近年来，随着我国影视产业快速发展，红色主旋律影片已成为电影市场宠儿，不仅引发观影热潮，更带火了红色景区。今年年初，一部描写西部乡村脱贫攻坚故事的电视剧《山海情》在极短的时间里就让宁夏固原

宁夏从鲜为人知变得人头攒动，镇史馆每日平均接待人数逾千人。

截至发稿，国内电影票房榜上排名前10的有3部是主旋律影片，分别是《战狼2》《长津湖》《红海行动》，而它们都是军事题材的主旋律影片。近年来，全民爱国主义热情高涨，主旋律影视作品已经成为市场眼中“香饽饽”。可以想象，后续主旋律影片的数量质量仍会持续呈上升态势，且必将带动红色旅游产业水涨船高。

主旋律电影因题材的真实性，破圈跨界更具可能性。立足红色旅游高质量发展，做好影旅联动，不仅能为游客带来更多感受红色文化的新体验，而且也能成为红色旅游创新发展提供更多新思路。

企业投资 市场运作 红色旅游开发利用走出创新之路

今年7月，延安红街正式对外营业，不足半年时间，已牢牢占据“延安市景点人气榜”榜首，深受各年龄段人群喜爱，游客纷至沓来，相关短视频在短视频平台刷屏，累计点击量高达数亿条，成为各类景区中的顶级网红。

挖掘延安红街爆红的原因，其中最主要一条就是创新采取“社会资金投资、市场机制运营”的灵活运作模式。

中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)院长戴斌表示，延安红街作为红色旅游增量创新的典型案例，不仅是商业模式上的创新，而且是完善红色旅游综合功能的创新，更是红色旅游表达方式和游客体验感的创新。

记者了解到，今年国务院印发的《关于新时代支持革命老区振兴发展的意见》明确提出，推动红色旅游高质量发展，建设红色旅游融合发展示范区。《全国红色旅游发展规划纲要》中也明确指出，积极引导社会资金投资红色旅游，充分利用市场机制，鼓励社会参与红色旅游的开发经营。

红色资源遍布神州大地，融入中华民族文化血脉，这些都是开展国防教育的有利资源。但是，当前部分红色旅游项目局限于开发本地资源，相对分散、内容单一，整体性体验不佳，不易形成规模效应。有相当一部分红色资源开发利用的运作方式主要以政府投资、政府开发为主，社会资本参与较少，而且重在前期基础设施建设，建成后内容形式更新缓慢，产品项目的适时跟进开发不够。特别是部分以舰艇、飞机、坦克等退役装备打造的国防教育园区，因维护成本高、经营不善效益低下，明显不



让红色文旅 与时代同步

■高智

符合建设初衷。此外，一些地方红色产品开发趋于同质化，对当地红色文化内涵和元素挖掘不够，红色文旅项目还停留在看展示、听讲解的较低层次，互动性、娱乐性内容欠佳，已经越来越不适应年轻一代对游、学、玩、购等多方位、一体化要求。

一个成规模红色旅游大项目的介入，会带动周边整个市场环境的改善和旅游生态的变化。在延安红街上的土特产商户，拉动了当地农产品销售，项目建设和运营过程中，也推动当地建筑、餐饮、住宿等行业的发展。记者了解到，近年来，受政策的大力支持和市场激励，类似于延安红街这样的商业化红色旅游项目已经越来越多，且规模越来越大、形式也越来越丰富多样。

贵州省积极发挥红色资源优势，建立多个红色旅游小镇，让红色旅游景点连点成线、绘线成面。他们在红色旅游景点设计上，已不满足于传统模式，而是将图片、实物与现代声光电技术有机结合，极大地满足了游客的多重审美需要。一家上市公司看重红色旅游巨大潜力，在全国选址打造多个电影小镇，其中许多都是红色主旋律影片实景拍摄地，通过电影小镇吸引游客宣传影片，往往是影片还未上映，影片相关的红色景点已经开始发酵走红。

以文塑旅 以旅彰文 文旅融合推动国防教育新发展

“眼前有山河，心中有家国！”72年前，第19兵团64军直插彭阳任山河地区，打响了解放宁夏第一枪，364名解放军指战员牺牲在新中国成立前夕，其中100多名烈士连名字都没有留下。从1995年开始，宁夏固原第二中学连续26年组织师生徒步54公里，前往彭阳县任山河烈士陵园祭扫，用这种方式缅怀英烈。对于曾经参与过的学生来说，这段路途不仅留下了他们青春的足迹，更是他们踏平人生旅途沟坎坎的动力之源。

“扛风雪、走泥泞，翻山越岭亲身体悟革命先辈的坚定和执着，更能让理想信念在学生心中生根。”固原第二中学校长赵万仓告诉记者，红色旅游不同于一般旅游项目，它是红色文化传播的重要载体，承担着爱国主义教育的重要使命，理应有明确目标、风雨兼程、初心不改。

党的十八大以来，全国各地以红色旅游为内核，不断深化推进红色文旅融合，使之融入各行业、各领域、各阶段人群，以星星之火形成燎原之势，推动国防教育创新发展。

国家国防教育办公室启动的“国防万映”计划，先后选出200余部优秀国防题材影片，累计进校园、进社区、进基层部队集中播放超17.5万场，覆盖观影1.2亿人次。这种“经典红色影片+国防教育”的形式使得国防教育更直接、覆盖面更广。不仅如此，红色文旅正大步迈向品牌化、主题化、生活化道路，拓展“红色旅游+体育健身”“红色旅游+户外拓展”“红色旅游+文化教育”等形式，多地利用当地红色文化基础，开办特色少年军校。广东、江西、陕西等地着力开发红色旅游资源，讲好红色故事，让游客在潜移默化中感受红色文化、接受国防教育。

“白天橘子洲，晚上文和友。”今年6月，湖南省开发的红色文旅平台“潇湘红”APP上线。依托这个APP可实时查询100个红色历史事件、107个革命旧址、1000余件红色图书和手稿、300余部影像资料及12条精品红色旅游线路，所有内容都经过党史军史专家的详细考证，确保游客获取信息的真实详尽。APP还采用人工智能、5G+、大数据等技术，为游客提供18个红色景区的景点介绍、线路攻略、全景直播、导游导览等全方位、沉浸式服务体验，让红色旅游通过云端拓展，吸引全国游客的关注。

黑龙江将红色文化融入冰雪旅游，让游客在畅游冰雪世界中感受东北抗联精神，追寻信仰的力量；上海优化红色旅游路线，开通红色旅游专线公交，推动红色旅游串珠成链、体系发展；贵州省启动“红色旅游年”活动，上线“重温峥嵘岁月、追寻红色之旅”红色旅游频道，打造云端流量传播阵地……

红色文旅融合牵引红色经济，开发巨大国防教育资源。据统计，目前我国不可移动革命文物近3.5万处，可移动革命文物100万余件/套，革命博物馆纪念馆800多家；登记革命旧址、遗址33315处，其中全国重点文物保护单位477处。从各地红色文化旅游发展情况来看，目前形成规模化发展的多是红色资源相对集中的地区，如江西、湖南、河北、陕西、上海、重庆、南京、北京等地。而一些红色资源相对分散的地区，大量红色资源的开发利用依旧潜力巨大。

制图:张锐

