

旅游体验视角下的红色旅游转型升级研究

——以“梁家河”为中心

王子怡 王静逸 陈媛媛 谭思雨 刘美君

延安大学

DOI:10.12238/ej.v6i6.1190

[摘要] 在全国上下深入贯彻国家领导人新时代中国特色社会主义思想、弘扬伟大建党精神之际,对红色文化的创新性研究成为大势所趋,红色文化也日益成为推动社会发展、区域经济增长的一项重要组成部分。本研究在以“延安精神”为主线的红色文化发展的背景下,对延安市梁家河等旅游景点发展缓慢的现状等问题进行探究,进一步推动以“梁家河”为中心的红色旅游景点的转型升级,从而更好的挖掘红色文化的当代价值。

[关键词] 梁家河; 红色旅游; 延安精神

中图分类号: F59 **文献标识码:** A

A Study on the Transformation and Upgrading of Red Tourism from the Perspective of Tourism Experience

——Centered around "Liangjiahe"

Ziyi Wang Jingyi Wang Yuanyuan Chen Siyu Tan Meijun Liu

Yan'an University

[Abstract] As the national leaders deeply implement the socialist ideology with Chinese characteristics for the new era and promote the great spirit of party building, innovative research on red culture has become a trend, and red culture has increasingly become an important component in promoting social development and regional economic growth. In the context of the development of red culture with the "Yan'an Spirit" as the main theme, this study explores the slow development of tourist attractions such as Liangjiahe in Yan'an City, and further promotes the transformation and upgrading of red tourist attractions centered on Liangjiahe, in order to better explore the contemporary value of red culture.

[Key words] Liangjiahe; Red tourism; the Yan'an spirit

引言

全帅、王宁等指出,旅游体验由支撑性体验和高峰体验构成。支撑性体验则主要来自旅游者在目的地的基础消费,如吃、住、行等,高峰体验是指对目的地旅游吸引物的体验,但是一般它们不构成目的地的吸引物,不能用其涵盖旅游体验的全部,如果支撑性体验很糟糕的话,无论主体体验有多好,整体旅游体验的效果都会受到影响;如果构成旅游者主要出游动机的高峰体验令人失望的话,那无论支撑性体验再好也难以填补主体体验造成的遗憾。但是这两者之间是可以互相转化的。

1 延安市红色旅游发展现状

1.1 延安市红色旅游发展整体概况

延安人文旅游资源独具特色,发展旅游业具有广阔前景。以

中华民族圣地黄帝陵、中国革命圣地延安、黄河壶口瀑布、黄土风情文化为主体的旅游资源驰名中外,陕北民歌、陕北大秧歌、安塞腰鼓、农民画、剪纸等民间艺术久负盛名,是西部地区独具魅力的旅游胜地。市内有历史遗迹5808处,革命旧址445处,珍藏文物近7万件,是全国爱国主义、革命传统和延安精神三大教育基地,国务院首批命名的中国历史文化名城,中国优秀旅游城市。

历史的潮汐和大自然的鬼斧神工,造就了延安丰厚的人文旅游资源,掩映在苍松翠柏中的轩辕黄帝陵,是炎黄子孙寻根祭祖的民族圣地,雄奇壮美的壶口瀑布,象征着中华民族自强不息,勇往直前的民族精神。北宋时期开凿的清凉山万佛洞和钟山石窟具有很高的艺术价值。特别是历时千年开凿的钟山石窟,专家

们称它完全可以和敦煌相媲美。举世闻名的枣园、杨家岭、王家坪等一批革命旧址,吸引了国内外的游客。这一孔孔土窑洞、石窑洞和低矮瓦房,曾是指挥千军马的司令部。

1.2 “梁家河”红色旅游发展现状

梁家河现在是陕西新农村建设的典范,梁家河区域绿色生态循环苹果示范园区全长7.2公里,示范果园面积10287亩,2022年挂果面积6800亩,产量9200吨,产值6900余万元。覆盖梁家河、贺家河、白家堰等5个行政村,涉及农户1418户4219人,其中脱贫户78户220人、监测户3户10人。2022年果农年人均可支配收入35000元,脱贫人口人均纯收入23400元。

2 现存问题及原因

2.1 旅游景点关联度低

延安市各个旅游景点发展区域未形成联动的红色旅游体系,未能有效带动延安红色文化旅游发展的整体性,游客的体验感下降。梁家河由于地理位置偏僻、旅游产品单一等问题,未和周边红色旅游景点形成带动式发展。

2.2 宣传推广形式单一

红色旅游发展一定是结合时代特点,关注人群热点,才能够不断地在形式和内容上推陈出新,创造新的经济发展形势。梁家河的红色旅游文化推广的形式较为单一,未能抓住游客的兴趣点。

2.3 管理专业人才缺失

现代管理学之父德鲁克认为:“管理的目的并不仅仅是为了增加经济财富,更重要的是承担相应的社会职责与使命,使组织成为促进社会发展的重要力量。”人才振兴是经济发展的必然要求,梁家河的红色文化旅游发展需要具有高度社会责任感的高新尖人才的管理和引导。

3 解决策略及现代化运用

3.1 依托新媒体、短视频平台,推进创新宣传

根据中国互联网络信息中心发布的第52次《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2023年6月,我国短视频用户规模已达到10.79亿,较2022年12月增长1109万人,互联网普及率达76.4%。短视频不仅成为普通群众获取信息的渠道,更成为一些官方平台的宣传通道,例如部分地区文旅局局长为宣传本地的文化旅游资源,纷纷亲自上阵,在进行筹备的剧本策划下,作为短视频宣传的“主角”为家乡美景代言。根据2021年艾媒咨询的最常使用短视频抽样调研数据,抖音以45.2%的占比排名第一,而彭博数据显示2021年抖音日活跃用户数量目标达到6.8亿,因此以抖音为样本对省级行政区文旅单位官方账号开展调研,结果显示,截至2022年12月7日,共计29家文旅单位在抖音平台上开设官方账号。有主演“科幻大片”的四川甘孜州旅游局局长降泽多吉、有扮作白衣侠客饮酒舞剑的湖北随州市文旅局局长解伟、有“策马雪原”的新疆伊犁州文旅局局长贺娇龙……多地文旅局长花式开“卷”,从其平台粉丝量和视频点击率的持续上涨可以看出,网友对这种来自于官方“整活”的支持与赞扬。不久前火遍全国的淄博烧烤也为我们的宣传提供了新思路。

从网红局长到淄博烧烤,其中除了技术驱动的作用外,更重要的是政府部门充满创新意识的探索与尝试。互联网时代需要“流量意识”,打造便民利企效能的“互联网+政务服务”也是国家大力推进的政府工作新模式,这些富有创意的宣传恰好将二者有效结合,实现了政府部门、新媒体平台、广大群众三方共赢的局面。

梁家河作为全国乡村旅游重点村落,以挖掘、保护、展示、传承、弘扬知青文化为内容,期待形成具有真实性、独特性、艺术性、体验性的乡村旅游、城镇旅游、观光旅游三位一体的旅游模式。如果能搭上短视频这趟“快车”,在紧跟潮流的基础上拓宽思路,借助自己的独特优势进行创新,不啻为提高红色旅游效益的一项举措。

3.2 打造红色旅游产业链,带动当地经济发展

乡村旅游产业链是以分工协作为基础,相互依赖、相互制约、利益共享的模块网络共生系统,在解决乡村旅游资源供给与需求内在矛盾,促进链条上各乡村旅游企业互惠互利协调发展,提高当地居民收入,促进区域经济健康发展和乡村振兴过程中起着不可替代的作用。目前我国乡村旅游产业发展缺乏区域间和产业间的合作,产业价值链短,农村居民还未能有效地参与产业链的价值分配,经营方式粗放,远未发生产业链的网络效应和协同效应。如何合理地构建、完善和优化乡村旅游产业链,是乡村旅游产业升级需要解决的问题。

我们的调查问卷显示,近一半的游客不选择红色旅游景点,原因是其类型单一。此外,基础设施落后、体验感差等因素也是影响游客选择的重要因素。然而,延安作为国务院首批公布的历史文化名城,除了是驰名中外的革命圣地外,还是黄土风情文化的传播地和黄河自然景观的观光地。由此可见,游客不选择红色旅游景点并非因为类型单一,而是因为没有充分利用好当地的旅游资源来提高游客的旅游意愿。延安市下辖2个市辖区、11个县,各区县都有其独特的旅游资源、民俗文化和特产。结合现有旅游资源和红色旅游现状,促进红色旅游转型升级是大势所趋。我们期待立足全域、从游客的旅游体验视角出发,打造出一条便捷的红色旅游产业链。

3.3 依托知青文化,加强人才引进

对于知青文化主题的提出,最早来自于李庆志学者,他在1997年发表的文章中首先指出“知青群体”这一概念:“所谓‘知青群体’是指亲自体验‘上山下乡’这一运动的知识青年及他们直接或间接影响到的人群。”进而他又提出知青文化旅游这一概念,并指出知青群体旅游市场的开发思路,因此知青旅游是在近二十年才发展的新兴旅游主题。那么作为一种新型主题旅游,梁家河的知青文化建设需向游客感知和文化体验的两大新视角入手。

首先,明确开发要点。以发展知青文化价值促进梁家河旅游转型,如通过红色革命圣地延安的旅游品牌效应,宣扬“忆苦思甜、艰苦奋斗”等文化新精神。其次,打造知青文化旅游专线。如开展节日活动吸引游客,体现当地知青精神。再次,整合知青

资源打造区域链。梁家河在保留知青文化的同时,也需要结合相关的民俗文化、农耕文化、红色文化等,建设知青生活场景模拟体验、民俗艺术学习、农业种植项目,从而展开区域链的发展。从文化展览到主题文化园,梁家河还需要把知青文化深入到衣食住行各个方面,比如可以推出知青食堂,知青旅馆等,从多方面增强游客对于知青文化的沉浸体验和感受。最后,加强对外宣传,打造梁家河知青旅游标签;据中国旅游研究院的调查显示,从2021年中国“红色旅游”客源年龄分布情况来看,80后、90后占比达到了80%,依旧是“红色旅游”的主力军,而90后、00后则只占51%,说明绝大多数年轻人拒绝甚至忽视红色旅游。因此对于梁家河知青旅游标签的打造,要应着手于面向全年龄段的广大。比如推行青少年知青文化学习基地,推行研学活动;整合著名景点,拍摄相关影视短片等,以宣传促进旅游,从而进一步加强对梁家河知青旅游标签的打造。

国家领导人提出的“共建丝绸之路经济带”宏伟倡议,在国内外引起了广泛反响。陕西作为丝绸之路经济带上的重要节点,应该抢抓机遇、顺势而为。人才对旅游产业的发展起到重要的支持作用,人才规模的壮大、结构的完善和体制的健全可以有效促进旅游产业快速发展和转型升级。挖掘项目高级经营管理人才、旅游新业态专业人才以及创新型、复合型、协作型旅游人才,加强打造“红色旅游”品牌,扩大旅游人才培养规模、完善培养体系;一方面深入挖掘当地乡贤,梁家河村现在仍存在与国家领导人知青时期共同劳动的村民,以当地说书的民俗形式举办相关文化活动,将村史馆的文化效益发挥到最大,活跃在产业发展、人才培育、乡风涵养等各个领域,另一方面鼓励大学生返乡创业,2017年8月15日,国家领导人在给“青年红色筑梦之旅”大学生回信中勉励青年要扎根中国大地。自国家领导人回信以来,全国有数以百万计的大学生走进革命老区、欠发达地区,利用自己的专业知识和创新创业成果为乡村振兴助力,但广袤的黄土地区仍需更多人才的投入。

梁家河村是典型的陕北黄土高原上的传统农耕式小村庄,不仅有信天游、陕北道情等独具魅力的古老民间艺术形式,还有知青窑洞、村史馆、铁业社、民间艺术馆等各具特色的景观景点和旧址。大学生对于返乡创业充满激情和热情,但在实际情况当中存在创业融资难等问题,因此相关部门应该进一步加强对返乡创业青年的融资支持,不但要让广大青年“回得来”,而且要让他们“留得住”。另外,政府部门要开发利用好乡村各类闲置资产,如利用废弃地、盘活闲置屋等资源用于返乡青年的创新创业。此外,还应对返乡创业青年定期开展创新创业知识和技能培训,把大学生的创新创业实践与红色旅游、乡村振兴紧密结合。政府部门要严格落实大学生返乡创业政策,鼓励更多热爱红色文化、乡村文化的知识青年加入乡村文化建设队伍中,为红色筑梦之旅夯实人才基础。

3.4 利用培训和研学旅游产业,推动发展的全民化

2013年,国务院办公厅印发了《国民旅游休闲纲要》。该纲要提出“逐步推行中小学生学习旅行”的设想,将研学旅游

与中小学素质教育相结合,通过研学旅游的方式促进中小学生学习德智体美劳全面发展和身心的健康成长。作为面向中小学生的旅游主题,研学侧重于“教育+旅游”,通过学生对社会自然环境的游览,提高学生的课外实践能力,培养高尚的思想文化精神。而梁家河作为红色旅游革命基地,有着深厚的知青历史文化,对于研学旅游的学生来说可以起到一个正向的价值观引领作用,其情景式的景点打造也使研学旅游更贴近实际,更具实践性。

首先,在文化精神打造上,可以开设研学旅游主题专线。鉴于梁家河的红色历史文化资源较多,因此可围绕“重温红色旧地”或“重返知青之路”为主题,开展一系列研学实践活动,比如学习相关知青历史,模拟知青劳动生产场景,朗读红色经典等,使学生感受知青艰苦卓绝的岁月,体悟先辈为理想奋斗的精神。其次,在旅游转型发展方面,做到关注热点,及时更新基础设施。研学旅游主要面向的是学生群体,他们对于传统的游览式学习已经失去兴趣,只有景区不断根据网络热点更新景区文化联系,才能提高学生兴趣,使其更好投入到知青文化中去。对于景区管理人员来说,要做的便是开设热点捕捉专项小组,专门搜集网络近期旅游热点,再进一步对相关旅游解说进行培训,使研学游览时也能契合学生心理,更有代入感。另外,除了对于社会热点的捕捉,相关的历史文化的学习以及朗读红色经典也应该及时更新高科技设备,比如采用全息式VR进行活动,进一步增加学生兴趣,也更能让学生全身心地体会到先辈知青们的艰苦奋斗精神,从而达到研学活动的目的。最后,合理选择研学对接范围。梁家河旅游现代化发展,还需要对外的宣传。因此,研学旅行不能单单面向现有资源,更应该积极拓展人脉,进一步扩大旅游品牌,促进梁家河旅游的现代化发展。

3.5 利用优势补齐短板,促进基础设施升级改造

针对梁家河景点现状,有以下四个方面的建议和意见:第一,适当发展现代农业,“梁家河”村农民居多、土地面积较大,可以利用采摘业发展产业经济,例如大棚草莓、樱桃、苹果,增加游客旅游项目,提升游客参与度,更好的感受当地风土人情。第二,形成现代观光农业旅游园,一是利用现代的景观设计的手段将乡土农作物达到独特的景观效果,例如小米、洋芋、玉米等农作物以及当地的苹果、红枣等水果经济林、瓜果蔬菜都可以在设计中成为新的景观设计元素,以此形成特有的乡土底蕴浓厚的景观。二是进行历史信息的深度挖掘,了解延川的传统文化,形成独具一格的园区景观。景观设计结合当地的民俗、历史、习惯、方言、传统等,比如延川县传统村落中有很多民间艺术大师,如高风莲、冯山云等,布堆画、大秧歌、说书、道情等民间艺术独具特色,其中延川剪纸更是国家级非物质文化遗产,加强对人文资源进行挖掘,确保景观设计的历史延续性得以保持,真正体现景观的特色。第三,开发劳动体验项目,例如玉米艺术,玉米艺术就是以玉米为创作原型,进行必要的艺术处理,形成具有较强的观赏性的独特景观,比如新疆伊宁县乡村种出的巨幅“玉米田画”,以点线面艺术构成手法为理论基础,以玉米品种

的缩写拼音字母为创作手法,结合夏季五彩玉米画的景观,将艺术氛围与农梦空间深度融合,最终形成由黑土地和绿色玉米秆组成的大地艺术景观。第四,加强基础设施建设。首先,延川县的传统村落均保留着窑洞式居住聚落形态,窑洞类型丰富多样,土窑、砖窑、石窑等窑洞形式保存完整,但是当地仍存在许多危房,为老年人生活带来不便,可以建设惠民工程,将窑洞改造成民居、民宿、酒店以及体验馆等,促进乡村居民与自然环境的和谐相处,鼓励当地发展农家乐,打造几户示范农家乐,以点带面、稳步推进,售卖当地特色小吃,既能推动红色乡村旅游的发展,又能增加居民收入;扩建村史馆,增加游客容纳量,最终把“梁家河”村打造成集体休闲度假、参观学习、文化娱乐、农业观光为一体的综合旅游度假基地。

4 总结

本文研究结论主要包括以下几个方面:首先,针对延安市红色旅游发展现状进行评估;其次,探讨梁家河的发展前景及产业布局;最后,针对现存问题提出解决措施,推动梁家河红色旅游的转型升级与发展。通过对短板的弥补以及现代化的应用,切实推进梁家河旅游业的全方位发展,打造属于梁家河的红色旅游品牌,发展旅游体验视角下的梁家河红色旅游转型升级。

梁家河的红色旅游发展方向应以知青文化、红色文化为载体,依托新媒体,大力宣传打造梁家河这一红色旅游品牌。通过与杨家岭,枣园,壶口瀑布等形成一条旅游链,从衣、食、住、行四个方面大力改造基础设施建设,全方面、区域化、多角度的对

梁家河旅游模式进行整合改造创新,将梁家河打造为延安文化旅游的靓丽名片,以满足游客个性化、多元化的消费需求,从而以品质旅游促进梁家河旅游的转型升级。

[基金项目]

旅游体验视角下以“梁家河”为中心的红色旅游转型升级对象研究项目编号:S202210719096。

[参考文献]

- [1]Cohen E.A Phenomenology of Tourist Experiences[J]. The Journal of the Birtish Sociological Associatoin,1979,13(2):179-201
- [2]范玉强,陈志钢,刘涛慧,等.红色旅游情境下敬畏情绪对游客满意度的影响研究——以延安为例[J]. 西北大学学报(自然科学版),2021,51(2):259-269.
- [3]秦艳萍,沈炜.旅游业:泛北部湾区域经济合作的增长点[J].南宁职业技术学院学报,2010,15(4):27-30.
- [4]李庆志.论“知青群体”旅游市场的开发[J].旅游学刊,1997,(03):55.
- [5]周伟伟.新丝绸之路经济带背景下陕西旅游人才需求分析[J].现代商贸工业,2016,(13):77-78.
- [6]国务院办公厅关于印发国民旅游休闲纲要(2013—2020年)的通知[J].司法业务文选,2013,1069(21):10-12.
- [7]阮君良.现代观光旅游农业园区设计研究[J].住宅与房地产,2016,(18):52+62.