

红色IP催生“打卡热” 年轻化出游热度持续升温

# 红色文化带火红色旅游



(网络图)

太行山高速沿太行山东麓蜿蜒而行,北起北京门头沟,南接河南林州,全长680公里,于2018年年底全线贯通。在河北省境内,太行山高速纵贯张家口、保定、石家庄、邢台、邯郸5个设区市,途经19个县(市、区),覆盖全部太行山革命老区,宛如一条玉带将西柏坡、城南庄、抗日军政大学旧址、129师司令部旧址等红色地标串联起来,成为一条“红色旅游路”。

全家一起去红色旅游景点感受红色文化,去博物馆对话历史,成为今年端午假期许多家庭“寓教于游”的必选项。记者从多家在线旅游平台了解到,假日期间涉及红色旅游的旅游搜索、预订量均有大幅度增长。随着“七一”临近,各地红色旅游迎来客流高峰,红色文化在年轻人群中的认知度和影响力快速提升,红色“打卡地”在社交平台也成为年轻一代出游人群分享热门。

## 部分平台红色旅游人次增长200% 年轻化趋势显著

综合刚刚过去的端午小长假数据来看,红色旅游也成为度假市场的一抹亮色。文化和旅游部数据中心调查显示,全网红色旅游景区门票销售同比增长六成。携程6月14日发布的《2021端午假期旅行大数据报告》中显示,节日期间通过携程平台预订红色旅游产品的订单同比增长60%。同程旅行平台上,与2020年同期相比,2021年端午假期红色旅游人次更是增长了200%。

热门红色景点方面,携程平台数据显示,北京、南京、延安、嘉兴、遵义、保定、上海、淮安、韶山、安阳为最热红色旅

游目的地TOP10,圆明园、中山陵景区、中国国家博物馆、中国人民革命军事博物馆、枣园革命旧址、杨家岭革命旧址、南湖景区、狼牙山、红旗渠、宝塔山成为红色旅游TOP10景区。此外,新晋国家5A级旅游景区——上海市中共一·二大·四大纪念馆景区搜索量持续暴涨。

值得一提的是,年轻一代参与红色旅游的热情近年不断高涨。2020年在携程平台上参与红色旅游的游客群体中,80后和90后占比已提升至50%。驴妈妈平台端午期间搜索游客群体中,以95后和00

后增速最快,同比增幅超过400%,显示了红色旅游人群越来越年轻化的趋势。包括嘉兴南湖、遵义会议会址、义乌陈望道故居、泸定桥等也是热门红色旅游目的地。

“从我们平台数据来看,超过40%的年轻游客对红色旅游的兴趣点在于‘喜欢沉浸式的体验’,从深度讲解到科技体验,收获他们不曾了解到的历史知识。在经典的红色旅游之外,贵州天眼这样的‘大国重器’,也是年轻游客热爱的游览地,进一步激发了他们建设祖国的动力。”马蜂窝旅游研究中心负责人冯饶介绍。

## 红色IP大热 旅企发力多元化主题产品

一部《觉醒年代》引发了一轮实景地“打卡”热潮。各大社交平台,参观新文化运动主阵地——《新青年》编辑部旧址和北京鲁迅博物馆、去北大红楼体验学习成为时下的出游新风尚。

“红色旅游的关注度近年持续走高,今年更是达到了一个前所未有的高度,核心原因在于国人的文化自信、制度自信不断增强,希望通过游览红色旅游场馆、景区、目的地深刻感受那段波澜壮阔的历史,红色旅游因此正在成为旅游消费的‘新国潮’。”同程研究院首席研究员程超功表示,“另一方面,红色旅游目前已经成为一些目的地最核心的旅游资产和品牌,他们在产品设计、市场推广等方面不断推陈出新,很好地承接了红色旅游需求的持续增长,从而在供给端为红色旅游热度的提升打下了坚实基础。”

各大旅游企业都在今年针对性地推出系列活动。携程上线了红色旅游频道,而为了打通红色旅游通向年轻群体的桥梁,平台还发起“金牌领队计划”,组织达人、旅游大咖,业内精英,扮演新时代红色旅游传颂人,探秘精品红旅路线,通过创新式内容输出方式,传唱、弘扬爱国主义精神。

中国旅游集团则在近日联动井冈山、延安、黎平等红色旅游目的地资源启动了“永远跟党走”红色旅游项目。据悉,项目将包括打造“筑梦之旅”南海邮轮红色旅游主题航次,发起“我为群众办实事”工农兵红色公益旅游活动等八方面内容;途牛则上线了红色旅游多元化主题产品,不仅有革命历史为主的经典线路,还有围绕“走近大国重器、感受中国力量”“体验美丽乡村、助力乡村振

兴”等主题,以科技发展、乡村振兴为创新方向的红色旅游产品。

航司方面,多家航空公司也增开了红色旅游航线。中国南方航空推出“上海、嘉兴3日游”“南昌、井冈山、瑞金3日游”等多条红色旅游路线;东航江西分公司结合市场形势和江西特点推出“自由飞—江西通”红色旅游主题产品,实现省内自由签转,助力旅客便捷出行;湖南航空联合同程旅游打造了“空铁联运红色旅游”项目;延安机场公司此前则开通哈尔滨、西昌航线,加密成都、遵义、南京航线,恢复武汉、济南、桂林、大连等航线航班,使得全年累计运营航线达27条,通达城市29个。

记者从多渠道获悉,“七一”前夕,仍有多家旅企将发布红色旅游产品,民航部门也将发布相关针对红色旅游目的地的丰富航线。

## 协同联动打造精品化线路 数字化助力高质量发展

近几年,红色旅游已经成为国内旅游市场增长的新引擎。2019年中国红色旅游人数超过14亿人次,收入逾4000亿元,2020年红色旅游也有力带动了疫后中国旅游市场复苏。文化和旅游部数据显示,2020年我国红色旅游出游人数超过1亿人次。“十四五”时期,将重点实施一个工程、建设七大体系,开创文化和旅游工作新局面,其中旗帜鲜明地提出将加大发展红色旅游。

文化和旅游部6月初联合中央宣传部、中央党史和文献研究院、国家发展改革委推出了“建党百年红色旅游百条精品线路”,多元的文化主题,丰富的旅行体验,加快了红色旅游精品化探索。在端午节假日期间文化和旅游市场情况汇总中,文化和旅游部介绍,武汉“寻访英雄武汉红色记忆”主题红色旅游宣传抖音话题播放量接近1800万次;天津、海南、四川等省份推出红色旅游经典线路,将红色+海洋、红色+生态,红色+乡村更紧密结合;上海运行连接一大·二大·四大纪念馆景区的红色专线巴士,吸引了众多游客;山东宁津、乐陵、庆云、商河四县市串联精品红色旅游产品,“协同联动”构建红色文化矩阵,做活鲁北红色文化旅游市场。6月12日,国内首个以红色旅游为主题的大型沉浸式文商旅街区延安红街正式开街。延安红街整体采用延安时期建筑风格,包括主题街区、红色讲堂、沉浸演艺、射击

乐园、长征步道、窑洞酒店、特色非遗等,并被纳入延安红色旅游精品线路。

当前红色旅游与中国可持续发展、脱贫攻坚、乡村振兴和农业多元化等政策项目密切结合,已日渐形成了产品丰富、选项多样、独树一帜的特色文化产品,为革命老区振兴赋能,助力贫困地区脱贫致富。“发展红色旅游既有巨大的经济价值,也有巨大的社会价值,它不仅是一个非常重要的旅游细分市场,同时也是促进红色文化传承、支持革命老区发展的重要抓手。”程超功指出。

“产业化、数字化将是红色旅游未来发展的关键所在。产业化是红色旅游可持续发展的基础,数字化则是红色资源整合和效率提升的重要动力源。”程超功强调,“今年年初,我们启动了‘百年辉煌,红遍神州’计划,联合全国主要红色目的地、行业协会、大型媒体平台、研究机构等陆续推出红色旅游系列活动,并基于自身的技术优势和平台优势联合全国红色目的地、行业协会等深入探索‘互联网+红色旅游’的新发展模式。为提升红色旅游目的地的数字化发展水平,我们发起成立了‘红色旅游数字联盟’,特别发布了‘全域通’的红色版,以自动导览、智慧地图、全景VR、3D展品、AI管家、短视频、声音剧、漫画等多个功能技术助力红色旅游目的地的资源整合和产品线上化。”

(据《经济参考报》)