

暑期红色旅游掀起新热潮

■中国城市报记者 张亚欣

今年正值中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年，全国多地掀起红色旅游新热潮。随着暑期旅游旺季的到来，革命纪念馆、抗战遗址等红色景点迎来大批参观者，其中有不少家长特意带着孩子前来接受爱国主义教育。

尤其引人注目的是，随着“红色旅游+”模式的创新发展，沉浸式体验、数字展陈等新形式让革命历史“活”了起来，吸引了更多年轻游客主动走进红色景区，在旅游中感悟历史、在体验中传承精神。这股红色旅游热潮不仅体现了人民群众对革命先烈的深切缅怀，更彰显了红色文化在新时代的持久生命力。

避暑胜地变身历史课堂 红色教育理念深入人心

今年夏天，传统红色目的地在“凉快、好住、有内容”的加持下持续吸引游客。以江西省井冈山市为例，这里不仅是“革命摇篮、红色圣地”，暑期还是天然氧吧、避暑胜地。去哪儿平台数据显示，今年暑期，井冈山景区的门票预订量同比增长了22%。同时，井冈山市的酒店预订量同比增长近40%，比江西省的整体增幅多出12个百分点。

另据途牛最新预订数据，暑期以来，途牛平台红色旅游产品预订热度增长显著，红色旅游用户年轻化、亲

子化的特征明显，80后、90后亲子家庭成为暑期红色旅游的主力军。

“比起单纯面对说教，孩子在博物馆里看到实物展品、听讲解员讲述真实故事时，眼神里的专注和震撼更让我们欣慰。”带孩子参观井冈山革命博物馆的90后爸爸宋志奇告诉中国城市报记者，红色旅游不仅是一次出行，更是一堂沉浸式的历史课，“孩子会主动问‘为什么战士们要坚守在这里’。这种主动探索的态度，比任何说教都有效。”同时宋志奇还提到，现在的红色旅游目的地增加了许多互动体验项目，比如模拟历史场景等，让孩子在玩中感受历史。“这让红色教育更有感染力，成为了我们和孩子共同成长的珍贵记忆。”宋志奇说。

在中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年的特殊节点，今年暑期红色旅游市场与往年相比，也呈现出明显的变化及新的特点。这种变化不仅体现在游客数量的增长上，更反映在旅游形式和内涵的深层次转变上。随着红色教育理念的深入人心，红色旅游正从单纯的参观游览向更具教育意义的深度体验转变。

“从市场趋势来看，今年红色旅游呈现出更强的组织性和目的性。”广之旅副总裁文爽在接受中国城市记者采访时表示，学校等教育机构成为推动红色旅游转型发展的重要力量——通过组织集体研学活动，让年轻一代更好地铭记历史、

传承红色基因。这种趋势反映了社会各界对爱国主义教育和历史传承的重视程度正在不断提升。

“实景演艺+数字科技”双轮驱动 红色旅游沉浸式体验亮点足

当下，红色旅游正在完成从静态参观到沉浸式深度互动体验的升级。

近年来，实景演出的兴起也成为红色景区新亮点。在贵州省遵义市，《伟大转折》实景演出火爆“出圈”，吸引大量游客前来重温革命历史。据去哪儿数据，今年暑假期间，该演出的门票预订量同比增长3倍。依托实战场景和沉浸式体验打造的娄山关大捷实战演艺，也带动了整个娄山关景区的门票预订量。在去哪儿平台，今年暑期，娄山关大捷实战演艺景区的门票预订量同比增长41%，娄山关景区门票预订量同比增长62%。

此外，数字化技术同样被运用在不少革命历史博物馆。以重庆红岩革命历史博物馆为例，该馆采用高精度扫描、3D建模等技术，完成4000余件(套)文物数字化采集；通过多投影、VR/AR、裸眼3D等技术打造《红岩记忆》数字体验厅，推出《愈炸愈强》等沉浸式影片；开发《周恩来和他的朋友们》数字展示交互屏及“红岩文物多维展示系统”，借助触控技术，让馆藏文物“活”起来。

重庆红岩革命历史博物馆馆长雷莹表示，随着红色旅游、

红色研学、数字化展示等形式的不断创新，重庆红岩革命历史博物馆正从参观打卡地转向红色文化精神高地。

其实，从打卡地到精神高地的转型，正在全国范围内形成示范效应。随着新一代信息技术的深度应用，红色旅游的沉浸式体验已不再局限于单一场馆，而是逐步拓展为贯穿线路设计、产品开发、教学互动的系统性创新工程。

文爽介绍，当前，各地正积极探索红色旅游场景的沉浸式体验创新模式，如贵州长征文化数字艺术馆(红飘带)运用全域沉浸式数字技术，让游客身临其境地感受长征历程；广州黄埔军校旧址纪念馆则推出舞台剧《黄埔！黄埔！》，以戏剧化的艺术表现手法，生动再现黄埔军校的历史场景和人物故事。此外，在设计红色旅游线路时，考虑到客群适配性，还会围绕红色精神传承、红色历史学习、红色文化传承、红色故事分享以及红色体验等环节，通过红色课堂的方式设计差异化产品，匹配不同年龄、学段学生的需求。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜在接受中国城市报记者采访时表示，当下红色旅游的发展还能够借助更多技术化手段进行多种产业衍生。比如在数字文创方面，可以把红色文物IP转化为手游“皮肤”、NFT数字藏品等，形成二次消费；在发展夜经济方面，可以利用“全息投影+沉浸式光影秀”，让红色景区“亮起来”，延长游

客停留时间，拉动餐饮与住宿业的消费。

热门影视作品 成红色旅游热度攀升“催化剂”

值得注意的是，今年暑期档，以南京大屠杀为背景的影片《南京照相馆》热映，其亦成为了红色旅游热度攀升的“催化剂”。同程旅行数据显示，该片核心拍摄地上海影视乐园的搜索热度环比增长超80%。红色文化与影视文旅的创新融合，让历史记忆以更生动的方式走进当代人的心灵。

“今年暑期，以纪念抗战胜利为主题的研学游等文旅产品的热度显著高于去年同期，特别是《南京照相馆》的热映进一步提升了相关主题旅游的人气。”同程旅行度假业务相关负责人说，预计随着8月份《东极岛》《山河为证》等抗战题材影片的陆续上映，今年暑期的抗战主题红色旅游有望迎来一个小高潮。

优质影视内容正成为激活红色旅游资源的重要引擎，其通过情感共鸣、场景还原、线路开发、社交传播和商业变现5个维度，构建起完整的文旅融合产业链。

在柏文喜看来，优质影视作品能够通过引发全民情绪共振，激发观众“去现场”的冲动。而旅行社与景区顺势推出同款打卡线路，能够使影视IP沉淀为目的地新符号、新元素，最终在展演、文创等环节实现长尾变现，完成从观剧到实地体验的完整价值闭环。

影视IP与红色旅游的深度融合，也正在催生更多创新性的文旅融合模式。业内认为，随着Z世代逐渐成为旅游消费主力，红色旅游的体验方式也亟须与时俱进，通过更具互动性和年轻化的表达形式，让红色文化在新时代焕发新活力。

“相关目的地及场馆、景区可以进行多种尝试创新红色旅游宣传推广方式。”浙大城市学院副教授、文化创意研究所秘书长林先平在接受中国城市记者采访时称，比如开发沉浸式“剧本杀”等互动体验项目，让游客深度参与历史情境；与短视频平台合作推出红色旅游达人计划，用年轻化语言讲述红色故事；打造红色文创IP，开发具有实用价值的周边产品等。

河南安阳： 殷墟博物馆暑期客流量显著增长

随着暑期出游高峰的到来，河南省安阳市殷墟博物馆迎来参观热潮，日均接待量6000人次，较平日增长10%—15%，青少年游客增长量尤为明显。

殷墟博物馆是我国首个全景式展现商文明的国家重大考古专题博物馆。馆内展出了近4000件套文物，类型涵盖青铜器、陶器、玉器、甲骨等。通过裸眼3D技术，屯南甲骨、跪坐玉人等珍贵文物“活”了起来。科技与文化创意的融合，打破了传统展厅静态展示的局限，为游客带来了生动的沉浸式体验。图为小朋友正在通过触碰电子屏与青铜器“亲密互动”。

中国城市报记者 张亚欣摄

