新动力

我国红色旅游发展已进入转型升级关键期。在此背景下，红色旅游若要有所创新，需通过红色教育、整合资源和区域辐射等，在传承红色基因的基础上弘扬优秀文化传统，实现可持续发展——

红色旅游：活力在融合

本报记者 郑 彬

① 四渡赤水纪念馆的工作人员身着红军军装为游客演唱《十送红军》等经典红色歌曲。

② 江西瑞金推出“当一天红军、过一天苏区生活”为主题的体验式旅游项目。图为当地农户正在用传统手工艺编织草鞋。 本报记者 郑 彬摄

面对“全球化背景下多元文化冲击”的现状，红色旅游如何创新发展？

近日，在陕西省延安市举行的“学习贯彻习近平总书记系列重要讲话精神暨推进红色旅游创新发展座谈会”上，国家旅游局局长李金早表示，近年来全国红色旅游发展取得显著成就。红色旅游发挥了传承红色基因、弘扬优秀传统的重要功能，塑造了一个响亮的品牌。红色旅游的知名度和美誉度不断提升，构建了覆盖全面、较为完善的红色旅游体系，以经典景区为主体的产品体系日益完善，实现了革命历史文化遗产的有效保护与合理利用，拓展了振兴老区、脱贫致富的有效途径。

让红色教育火起来

在宝塔山下延河水旁的圣地大剧院，台上正在上演一部歌舞剧，泪水浸湿了许多观众的眼眶。逝去的母亲、无助的孤儿、一顶军帽、一个保育院，将发生于革命年代的红色记忆完美呈现。安塞腰鼓、陕北信天游、《保育院院歌》等艺术表演在现代化的声光电中，激发出丰富的人文魅力和革命史诗情怀。

2012年以来，在延安圣地大剧院上演的大型红色历史舞台剧《延安保育院》，真实再现了抗战时期的中国共产党在建设延安保育院的过程中发生的可歌可泣的历史故事，反映了中国共产党在延安时期艰苦奋斗的宏大历史画卷，折射了革命者的人性光辉、牺牲精神和大爱情怀。

红色旅游中的游客，更倾向于在“游”中收获价值。延安市市长梁宏贤说，根据市场需求变化，他们改变了既往旧居旧址展示模式，着力推出“情景再现工程”，增强红色旅游的参与性和体验性，打造极富感染力和冲击力的红色经典，让游客在大场面、大场景中感知红色历史，感受红色文化。

近年来，各地依托红色资源优势，挖掘红色文化内涵，把红色旅游与思想教育结合起来，以更喜闻乐见的形式呈现在大众面前，在湖南上演了首部大型红色实景演出《中国出了个毛泽东》。江西井冈山推出“吃一顿红米饭、唱一首红军歌、走一趟红军路、读一本红军书、听一堂红军课、扫一次红军墓”的“六个一”活动，使旅游过程动静结合、劳逸结合，有体验、有思考，受到广大游客特别是青少年的欢迎。目前，井冈山有培训机构20多家，参加红色培训人数已突破百万人次，开创了红色培训的“井冈模式”。

全国红色旅游工作协调小组办公室抽样调查结果显示，目前国内各红色旅游景点接近50%的旅游者是回头客，85%的游客有继续参加红色旅游的意向，92%的游客愿意将游历过的红色旅游景区推荐给亲友；参加红色旅游的人群近70%是自费旅游，其中60%是年轻人。

以资源整合造福百姓

红色旅游是政治工程，也是经济工程。全国红办常务副主任罗迪辉介绍说，从2004年12月《2004—2010年全国红色旅游发展规划纲要》出台，到2011年5月《2011—2015年全国红色旅游发展规划纲要》发布，中央财政投资近百亿元，帮助和扶持红色旅游发展。在政策支持下，红色旅游的文化内涵得以拓展，基础设施和公共服务体系更加完善，产业化水平进一步提升。

江西省旅游发展委员会产业处处长王斌认为，红色旅游的生命力在于它面对的是大众而不是特定人群。发展红色旅游，要注重“红、绿、蓝、古”相映生辉，要适应休闲、观光和度假的发展趋势。

走进井冈山麓的厦坪镇菖蒲古村，只见樟树枝繁叶茂，村容干净整洁。一个融旅游餐饮、休闲观光为一体的新农村建设示范点已经在菖蒲古村建成。村民吴建中在村头开了一家“农家乐”，主打红米饭、南瓜汤、柴火灶等红军饭。他告诉记者，自从干了“农家乐”，他的收入也翻了两番。他说：“这得益于市里大力发展红色旅游，来的游客多了，我们的生意也就好了！”

“红色旅游发展，最关键的是融合。”湖南省旅游局副局长高扬先说，应重点开展红色旅游与文化、教育、科技、体育、农业、林业、水利等产业的融合创新和发展，实现合作共赢。譬如，将红色旅游与峡谷漂流、避暑休闲结合，红色旅游与寻根祭祖相结合，与少数民族文化结合，开发一系列复合型红色旅游文化线路及产品。

陕西省旅游局局长杨忠武说，要积极推动红色旅游产品创新，特别是着力推动红色旅游与历史文化的“红古结合”，与生态环境的“红绿结合”，与黄土文化和民俗文化的“红黄结合”，与乡村旅游、新农村建设的“红农结合”，发展复合型、体验型红色旅游产品和业态。

国家旅游局副局长王晓峰表示，随着知名度、美誉度不断提升，红色旅游已经成为我国旅游产业发展的重要组成部分和生力军。数据显示，到2015年底，全国红色旅游年出行人数将突破8亿人次，年均增长15%，占国内旅游总人次的比例提高到1/4；综合收入突破2000亿元，年均增长10%；累计新增直接就业50万人、间接就业200万人。

增强区域辐射功能

红色旅游区域合作是近年来国内旅游产业发展的热点之一。“区域融合不断深化，闽粤赣3省11市63县中央苏区、鄂豫皖3省6市36县大别山区、晋冀豫3省11市太行山区等多个红色旅游区域联盟实现了互联互通、资源共享、客源互送、市场共推的合作局面。”王晓峰说。

作为红色旅游的主要倡导者和推动者，在红色旅游发展初期，江西就率先打破省内、省际的行政区域壁垒，积极推动“线路互通、游客互送、资源共享、共同发展”，首开红色旅游合作先河；与贵州、陕西等省红色景区共同签署了《共同发展红色旅游井冈山行动纲领》，被国家旅游局誉为“亲身实践和推广‘红色旅游’的创举”；联合全国9家红色旅游景区共同签署了《红色旅游合作井冈山宣言》；与湖南省签署了“共同促进红色旅游发展合作协议书”，实质性地推动红色旅游向深层次、可持续发展。

尽管红色旅游发展迅速，但仍然面临着诸多挑战。陕西旅游集团总经理任公正认为，红色旅游发展必须走合作化道路，红色旅游不能孤立发展。一方面，应积极开展跨区域、跨省红色旅游的联合协作发展，另一方面，要积极推动红色旅游国际化合作。

“今年我们成功举办了2015中俄红色旅游合作交流系列活动，这是我国首次在国家层面开展红色旅游对外交流合作。”高扬先表示，中俄两国旅游部门签署了《中华人民共和国国家旅游局与俄罗斯联邦旅游署关于2015—2017年红色旅游合作的谅解备忘录》，对今后3年中俄两国开展红色旅游合作交流的机制体制、内容形式和发展前景予以明确。同时，湖南省旅游局局长张值恒与乌里扬诺夫斯克州旅游局局长拉科夫斯基签署了《中华人民共和国湖南省与俄罗斯联邦乌里扬诺夫斯克州红色旅游发展项目合作协议》，在红色旅游项目、旅游线路、宣传促销、直航线路开通方面达成了具体合作意向。

记者注意到，在俄罗斯与中国开展红色旅游合作的同时，还有一些国家和地区的旅游部门向中方表达了加强红色旅游合作的明确意向。比如，法国除了向中国推介巴黎公社墙等景区景点外，还积极打造和推介小城蒙塔日项目，即邓小平等数百位中国学生曾经学习的地方。德国除集中推介马克思故乡、恩格斯故乡等产品外，还积极寻访周恩来在柏林住过的地方，打造专项旅游产品。

“开展国际间合作是我们的探索之一。吸引更多的外国游客来中国的红色旅游景点看一看，有助于他们了解一个真实的中国，改变他们脑海里刻板的中国形象，还能进一步激活和带动旅游市场，促进旅游业全面发展。”罗迪辉说。

微观聚焦

文化科技融合的“双轮驱动”

王林生

促进文化科技融合，加快形成科技创新文化创新“双轮驱动”的发展模式，是探索新形势下我国经济发展方式转型，培育经济新增长点的重要内容。推动文化科技“双轮驱动”，需要在改革过程中注重各要素间的整体和协同。因此，应统筹与之相关的各方面关系，为文化科技“双轮驱动”融合创新发展提供有力支撑。

首先，发挥市场在融合发展中的主导性功能。文化与科技融合究其本质而言，是通过市场使文化和科技进行资源重组，使市场在系统性推动文化科技融合发展中发挥核心作用。目前，文化科技融合更多地体现为政府需求的融合，而非市场主动寻求的融合。至今为止，全国有各类文化、科技园区1200余个，但国家认定的国家级文化和科技融合示范基地仅32家，数量上不足总体的3%。因此，市场在文化中的作用亟需体现。

其次，探索体制机制创新。文化与科技的融合发展其本质是文化的科技化和科技的文化化，这就要求文化科技行业的管理要突破已有思维，在体制机制上进行创新。可以说，体制机制创新是推动文化科技融合发展的润滑剂。

第三，加强金融对文化科技行业的支持。这是文化科技行业融合发展到一定程度的必然趋势。文化与金融的融合发展，源于两种力量的驱动，一是文化科技行业在经济运营中的产业融合能力；二是文化消费在文化金融发展中的创新能力。这两种力量，将使得金融有机地融入文化科技行业中。

综上所述，文化科技的融合发展离不开市场、机制和金融的三大支撑。市场是核心，直接关系到文化科技融合的经济效益；机制是保障，关系到文化科技融合过程中的外部运营环境；金融是动力，关系到资源的转化利用和财富再生产。这三大要素中涵盖了发展思维转换、政策顶层设计、市场经济体制完善、企业主体地位发挥，以及知识产权制度和信贷管理制度等多方面内容，既有政策性也有实践性，既有长期性也有时效性。因此，须以开放的心态认识文化与科技融合，统筹各项改革，在不断探索实践和经验总结中将文化科技融合向纵深推进。

（作者系北京社会科学院助理研究员）

2015昭君文化论坛举行

本报讯 记者乔金亮、通讯员吴平 蔡亮报道：旨在推动昭君文化研究与产业经济融合发展，促进区域经济、文化、旅游合作的“2015昭君文化论坛”日前在湖北省兴山县举行。与会专家就昭君文化传承发展进行交流。湖北昭君旅游、湖北卓越集团、呼和浩特市昭君博物院等来自昭君文化经济带沿线的企业家代表签订了合作框架协议，共同推进昭君文化和产业融合。“昭君文化经济带企业联盟”也一同成立。

论坛上，湖北省文联主席熊召政认为，昭君文化影响深远。以茶文化为例，湖北宜昌的宜红茶就是从宜昌出发到汉口集中，之后越过黄河到达蒙古高原。300年前的茶商们穿越蒙古高原到达欧洲的这条路，就是两千年前昭君出塞和所走的路。这是文化之路，也是经贸之路。

沉香行业专业委员会成立

本报讯 记者金晶报道：中国市场学会沉香行业专业委员会、北京国香医学研究发展中心成立大会日前在北京举行。据悉，中国市场学会沉香行业专业委员会是中国市场学会的分支机构，是探索沉香市场营销与管理模式的专业学术性团体。其主要工作范围是研究行业营销及发展规律，为促进我国沉香行业市场规范有序发展献计献策等。

据了解，北京首家沉香博物馆也于近日正式开馆。博物馆展示了中国市场学会沉香行业专业委员会收藏的数百年间沉香的真实遗存，以及经艺术家之手创作的沉香古木艺术品。

音频技术加速融合虚拟现实技术

本报讯 3D全息声场技术企业“东方酷音”近日在北京举办3D音效体验暨产品发布会，就3D音频技术与虚拟现实技术融合的话题和业界展开交流，并与京东JD+、兰亭数字等企业发表“虚拟现实音频软件开发工具包开放宣言”。“东方酷音”推出的国内首款3D全息互动耳机同时登陆京东众筹。

虚拟现实技术（VR）是指通过运算平台模拟产生三维的虚拟世界，满足视觉、听觉、触觉等感官需求，让游戏者、视听使用者、演艺观赏者达到“身临其境”的效果。目前，三星、微软等多家企业计划推出正式版VR产品。该领域的多位企业代表认为，音频技术与虚拟现实技术正呈现加速融合态势，2016年有望成为虚拟现实技术的商业化元年。 （思 为）

电视剧《警察荣誉》举行开机仪式

本报讯 由公安部边防管理局等单位出品、中国少先队事业发展中心联合摄制的电视剧《警察荣誉》日前在北京举行开机启动仪式。

据悉，该剧由解放军艺术学院导演程东海执导和编剧，将在云南开机。除在昆明、瑞丽等地取景外，剧组将穿越滇缅线，深入热带雨林。剧中还加入了昆明爆恐事件等热点新闻，力图打造反恐反毒类型剧的新标杆。为了让观众看到我国边防最真实的一面，体现警察守护社会安定的使命，《警察荣誉》的主创人员还深入云南边防总队采访，数次亲历扫毒现场，收集了大量宝贵资料。 （薛 亮）

文化超市：轻点鼠标等好戏

本报记者 刘 成

在山东省青岛市城阳区，有这样一家网上“文化超市”：里面的“商品”五花八门，但均围绕文化主题；百姓注册完毕即可选择送货上门的“商品”，但无须花钱。自2011年开通运营以来，受益于这家“文化超市”的消费者已超过400万人次。

城阳区的“文化超市”可追溯至2009年。当时，当地高标准规划建设的区、街、社区三级文化设施全部达标，社区文化中心实现全覆盖，覆盖城乡的“15分钟文化圈”基本形成。文化部门发现，常年踊跃参与各类文化活动的都是些特定人群，一部分群众参与活动的积极性并不太高。那么，问题究竟出在哪里呢？

2009年下半年，城阳区组织全区文化系统干部职工开展大调研，问题渐渐浮出水面：硬件配套固然齐全，但有影响力的活动较少；配送服务有些与百姓需求不一致；生活水平提高了，百姓不甘于仅仅当看客，有上台表演的意愿。“城阳区近80万人口，外来人口达39万，占了近一半。”城阳区文化新闻出版局副局长宁春玲说，复杂的人口构成促使城阳不能采取“一刀切”的文化服务模式，必须满足居民多样化文化需求。

找准症结后，一场旨在提升公共文化服务效能的头脑风暴立即展开。如今人们都喜欢“网购”，能不能把网络与传统的文化配送工作结合起来？

综合多方意见后，“文化超市”项目运营理念渐渐清晰：设立一家专用网站，群众通过网站选择所需的文化产品，由网络后台登记受理、梳理汇总后，由政府统一配送。据了解，“文化超市”惠民服务内容包含文化演出、流动图书、公益电影、辅导培训等。其中，群众最喜爱的文化演出内容涵盖综艺、舞蹈、戏曲、话剧、交响乐等10多个类别，同时还有合唱、乐器、健身、养生等各类专业辅导培训队。

为进一步优化文化惠民的服务效果，2012年城阳区还为每个社区配备了一名专职文化管理员，居民们也可以将文化需求反馈给专职文化管理员，由管理员统一收集汇总后反馈给区文化部门，区文化部门根据群众的需求情况提前安排配送计划，按期集中配送。

流亭街道杨埠寨社区在村民的日常阅读调查中发现，社区居民中老年健康的书目需求量较大。社区专职图书管理员立即登录“文化超市”，挑选了近百本介绍老年健康方面的书籍并放入购物车，第二天，区图书流动服务车就将所选书目送到社区图书室，分发到社区居民手中。

“文化超市”还有一个重要功能，就是可以给有强烈需求的特定人群开“小灶”。家住城阳区城阳街道北曲西社区的居民迟秋菊，看到社区里很多居民想听一场柳腔剧，便找到社区专职文化管理员，向其反映社区居民需求。社区专职文化管理员马上登录“文化超市”，选取了居民喜爱的柳腔剧目，通过网络下了订单。城阳区文化新闻出版局收到订单后，立即在常规的文化惠民配送演出中安排了北曲西社区柳腔专场，并联系好演出队伍。一周后，一场精彩的柳腔大戏在北曲西社区文化广场上演，迟秋菊和她的邻居们过了把柳腔瘾。

为不断提升演出水平和服务质量，自2014年开始，城阳在筛选配送内容方面引入市场竞争机制：通过招投标方式择优选拔“文化超市”演出配送队伍，并引入第三方测评机制，采取现场督察、调查问卷、电话测评等方式对配送节目明察暗访，确保演出质量和服务效果。

“文化超市”项目实施5年来，城阳区共向基层配送文艺演出5000余场、电影9000余场、图书报刊等20万册、文化培训1500余场。城阳区财政连续5年累计投入资金5000余万元，为“文化超市”持续健康发展提供了资金保障。

本版编辑 梁剑箫