

# 红色文化赋能文旅融合高质量发展的理论机理

雷祖军,杜雪瑶

(重庆外语外事学院,重庆 401120)

**[摘要]** 文旅融合高质量发展是中国式现代化建设的关键支撑,红色文化作为承载革命精神、镌刻历史记忆的独特文化形态,既是文旅融合高质量发展的精神内核,也是破解同质化瓶颈、实现创新升级的核心动能。从理论逻辑出发,构建“资源激活—产品创新—价值提升—产业优化—治理升级”五级分析框架,系统阐释红色文化赋能文旅融合高质量发展的内在机理:通过提供精神独特、形态多元、地域关联的资源,夯实文旅融合资源供给基础;依托内容赋能、科技融合、场景创新,推动文旅产品向体验化、数字化业态升级;从文化传承、社会教育、经济带动等六维度,提升文旅融合综合效益;通过跨界融合、产业链延伸、标准化建设,完善文旅融合产业体系;以价值引领、多元参与、数智化转型,助力文旅融合治理体系现代化。

**[关键词]** 红色文化;文旅融合;高质量发展;理论机理;治理现代化

**[中图分类号]** F592.3; G124; F062.9 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 2096-711X(2026)08-0118-04

**doi:** 10.3969/j.issn.2096-711X.2026.08.039

**[本刊网址]** <http://www.hbxb.net>

中国式现代化是物质文明与精神文明协同共进的全面现代化,文旅融合高质量发展作为二者衔接的关键纽带,亟需依托特色文化资源突破传统发展局限。红色文化源于中国共产党领导人民在革命、建设与改革进程中的实践积淀,既包含革命遗址、文物等物质载体,也涵盖革命精神、历史故事等非物质内涵,是兼具精神性、稀缺性与时代性的独特资源。从理论逻辑看,红色文化对文旅融合的赋能并非简单资源叠加,而是通过“资源激活—产品创新—价值提升—产业优化—治理升级”的全链条渗透,深度嵌入文旅融合各环节,形成“文化赋能—文旅升级—价值共创”的闭环机制,为文旅融合高质量发展提供从资源供给到治理保障的全维度支撑。

## 一、红色文化丰富文旅融合资源供给

资源是文旅融合发展的基础依托,传统文旅资源开发常陷入同质化、供给单一的困境,而红色文化以其独特属性突破这一局限,为文旅融合提供差异化、复合型资源支撑,从源头上夯实高质量发展根基。

### (一) 独特精神资源构建差异化竞争优势

红色文化的核心价值在于其蕴含的爱国主义、艰苦奋斗等精神内核,这与自然景观、民俗文化等传统文旅资源形成显著差异。延安依托“延安精神”打造“红色研学+精神体验”产品,通过“窑洞生活模拟”“南泥湾生产实践”等项目,将抽象精神资源转化为可感知、可参与的文旅体验,区别于普通山水观光产品,形成难以复制的竞争优势,有效规避同质化竞争。

### (二) 多元形态资源拓展开发维度

红色文化资源呈现“物质+非物质”双重属性,物质层面包括遵义会议会址、烈士书信等革命遗址与文物,非物质层面涵盖“半条棉被”等革命故事、长征精神等精神内涵。这种多元形态打破“单一景观开发”局限,可针对性匹配不同文旅场景——革命文物可开发“互动展览”,红色故事可改编为“沉浸式戏剧”,为文旅资源开发提供更广阔维度。

### (三) 地域特征催生复合型资源体系

红色文化资源分布具有鲜明地域性,且多与地方自然景

观、民俗文化相伴生。沂蒙红色文化与沂蒙山区生态资源、沂蒙小调民俗文化结合,构建“红色+生态+民俗”复合型资源体系;太行山红色文化与太行山水、晋商文化融合,形成“红色体验+生态休闲+民俗感知”的资源组合,既丰富文旅资源供给,也提升地方资源整体价值。

### (四) 时代价值挖掘对接当代消费需求

红色文化精神内核具有跨越时代的适应性,可结合当代社会需求挖掘新价值,适配现代文旅消费偏好。在“国潮”文化兴起背景下,提炼“青春奋斗”主题开发红色国潮文创;在研学旅行成为教育新场景的趋势下,将红色文化转化为“思政研学课程”,满足学校、企业对思政教育、团队建设的需求,使红色资源摆脱“历史陈旧感”,成为适配青年群体的鲜活文旅资源。

### (五) 稀缺性提升产品独特性

红色文化资源与特定历史事件、历史人物紧密关联,具有“不可再生、不可复制”的稀缺性,如长征沿线重要遗址、抗战时期关键纪念地等。这种稀缺性使依托红色文化开发的文旅产品天然具备独特性,遵义会议会址因“遵义会议”这一独特历史事件的不可替代性,始终保持稳定市场吸引力,成为区域文旅核心IP,降低同质化竞争风险。

### (六) 教育属性拓展产品价值维度

红色文化具备天然的教育属性,可延伸文旅产品功能,突破“休闲娱乐”单一价值定位。部分红色景区开发的“重走长征路”体验项目,既为游客提供徒步休闲体验,又通过场景讲解传递艰苦奋斗精神;红色场馆与高校合作开展“党性培训”,实现“休闲+教育”双重价值,推动文旅产品从“消费型”向“服务型”升级。

## 二、红色文化推动文旅融合产品升级

产品是文旅融合价值实现的核心载体,传统红色文旅产品多以“观光游览”为主,存在形式单一、体验枯燥等问题。红色文化通过内容赋能、科技融合、场景创新,推动文旅产品向“多元体验”“现代业态”升级,为文旅融合高质量发展提供产品支撑。

收稿日期:2025-11-14

基金项目:本文系2025年中国服务贸易协会研究项目“红色文化赋能文旅融合高质量发展研究”阶段性研究成果(项目编号:CATIS-PR-250204);2024年綦江区社会科学规划项目“乡村振兴战略下农村优秀传统文化传承路径研究”阶段性研究成果(项目编号:2024QNZX002)。

作者简介:雷祖军(1985—),男,湖北荆州人,重庆外语外事学院副教授,博士,主要从事思想政治教育、红色文化研究。

### (一) 内容支撑催生新业态

红色文化蕴含的历史故事与精神内涵,为文旅产品创新提供丰富素材,催生超越传统观光的新业态。以“半条棉被”等红色故事为核心的沉浸式戏剧,让游客通过扮演历史角色参与剧情互动;以长征精神为主题的红色文创产品,开发主题文具、服饰等周边;以红色历史为背景的研学课程,打造“参观+实践+研讨”一体化模式,推动红色文旅产品从“观光型”向“体验型”“教育型”转变。

### (二) 科技融合推动数字化升级

红色文化与数字技术的融合,突破时空限制,提升文旅产品体验感。利用VR技术开发的“重走长征路”项目,通过模拟雪山、草地等场景,让游客获得沉浸式体验;AR技术应用于红色文物展示,游客通过手机扫描文物即可观看背后的历史故事动画;线上“红色数字博物馆”的建设,打破实体场馆地域限制,实现“云参观”,扩大红色文旅产品覆盖范围。

### (三) 休闲场景融入开发复合型产品

红色文化与休闲度假场景的结合,可满足游客多元化需求。“红色主题民宿”通过红色元素装饰、夜间红色故事分享等环节,让游客在住宿中感受红色文化;依托红色景区生态资源开发“红色康养旅游”产品,设计“红色文化讲座+森林康养”“红色故事分享+瑜伽冥想”等组合项目,实现“精神放松+身体康养”双重价值。

### (四) 品牌赋能打造红色IP

红色文化具有鲜明辨识度,是打造文旅IP的优质素材。“延安精神”通过统一品牌标识,应用于景区门票、文创产品、研学课程等各类载体,形成品牌合力;围绕“半条棉被”故事打造IP,开发同名话剧、文创抱枕、研学手册等系列产品,构建IP产品矩阵,提升红色文旅产品市场影响力。

### (五) 深度体验增强情感共鸣

通过“场景还原”“互动参与”等方式,推动红色文旅产品向深度体验升级。江西瑞金开发的“红军长征体验营”,让游客穿上红军服、携带简易装备,体验行军、野炊与模拟战斗;陕西延安推出的“大生产运动”体验项目,游客可参与纺线、种地等当年军民的生产活动。体验式产品不仅增强游客参与感,更通过“场景代入”引发情感共鸣,使红色文化传承从“知识传递”变为“情感认同”。

### (六) 乡村融合助力乡村文旅发展

许多红色文化资源分布在乡村地区,红色文化与乡村文旅的结合,可丰富乡村文旅产品供给。河南新县(大别山革命老区)开发“红色乡村民宿”“红色农家宴”等产品,游客在乡村民宿中听老区村民讲述“大别山游击队”的故事,在农家宴中品尝“红军饭”,推动乡村文旅从“单一农家乐”向“文化+休闲+经济”融合发展转变,助力乡村振兴。

## 三、红色文化增强文旅融合综合效益

文旅融合高质量发展需实现文化、社会、经济、品牌、生态、国际等多元价值的协同统一,红色文化从六个维度提升文旅融合综合效益,推动文旅融合从“规模增长”向“价值提升”转型。

### (一) 传承红色基因与培育文化自信

红色文旅是红色基因传承的重要载体,游客通过参观侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆等场馆、参与红色体验项目,可直观感受红色历史与革命精神,深化对红色文化的认知。在“国潮”兴起背景下,青年群体通过参与红色国潮活动,进一步增强文化认同,推动文化自信从“理念认知”转化为“实践感知”。

### (二) 发挥教育与精神引领作用

红色文旅的教育功能可转化为实际社会效益。学校组织学生参与“红色研学”,通过实践学习历史,避免传统课堂教育的枯燥化;企业开展“红色团建”,培养员工的团队协作

意识与艰苦奋斗精神;通过宣传雷锋、焦裕禄等英雄人物事迹,倡导“无私奉献”“爱岗敬业”的价值观,凝聚社会发展正能量。

### (三) 带动区域经济增长与就业

红色文旅可直接拉动区域经济增长,景区门票、红色文创销售等带来直接经济收益,同时带动住宿、餐饮、交通等相关产业发展。延安受红色文旅发展带动,周边酒店、餐馆数量增长30%以上,创造大量就业岗位,推动革命老区农村劳动力从“外出务工”向“本地就业”转变,助力居民增收与区域经济发展。

### (四) 增强区域文旅竞争力

红色文化是区域文旅品牌的重要“名片”,依托红色文化打造的文旅品牌,可显著提升区域文旅产业整体竞争力。“延安红色文旅”品牌使延安成为全国知名红色旅游目的地,年接待游客超3000万人次;“遵义会议”红色文旅品牌吸引全国范围内的学校、企业开展研学活动,同时与区域内生态、民俗资源形成“品牌联动”,如“张家界+桑植红色文旅”的组合,进一步提升区域文旅整体竞争力。

### (五) 推动绿色协同发展

许多红色文化资源分布在生态环境优美的区域,红色文旅开发以“生态保护”为前提,避免过度开发对生态环境的破坏。长征沿线红色景区严格控制游客数量、限制大型建筑建设,保护沿线森林、河流等生态资源;开发“红色徒步+生态观光”产品,让游客在体验红色文化的同时感受生态之美,传递绿色发展理念,实现“文化效益+生态效益”双赢。

### (六) 拓展国际传播与市场空间

红色文化蕴含的“反压迫、求解放”“艰苦奋斗、追求理想”等精神内涵,具有国际共通性,可通过红色文旅的国际传播提升中国文旅的国际影响力。延安、井冈山等红色景区吸引国际游客了解中国革命历史与精神;通过与国外博物馆合作举办“中国红色文化展”、推动红色文创产品出口等方式,让红色文旅走向国际市场,拓展中国文旅国际发展空间。

## 四、红色文化促进文旅融合产业体系完善

现代文旅融合高质量发展需依托健全的产业体系,红色文化通过推动跨界融合、延伸产业链、促进产业集群发展等方式,优化文旅产业结构与形态,推动文旅产业体系从“分散化、低端化”向“系统化、高端化”升级,为文旅融合高质量发展提供产业支撑。

### (一) 跨界融合拓展产业边界

红色文化具有较强兼容性,可与教育、文创、科技、体育等产业深度融合,形成“红色+多产业”的融合新生态。在“红色+教育”领域,红色文化与研学教育结合,形成涵盖课程开发、导师培训、基地运营的红色研学产业;在“红色+文创”领域,构建红色文创设计、生产、销售的全链条产业;在“红色+科技”领域,开发红色数字产品、科技体验项目;在“红色+体育”领域,举办红色徒步赛事、红色骑行活动,拓展文旅产业边界。

### (二) 产业链延伸完善产业环节

传统文旅产业链多集中于“景区观光、餐饮住宿”等中游环节,红色文化推动文旅产业链向“上游资源开发、下游服务配套”延伸,形成“全链条、一体化”的产业体系。上游环节聚焦红色资源普查与保护、红色文化研究、红色IP孵化,为文旅产业提供源头支撑;中游环节优化红色景区运营、红色文旅产品开发与服务提供;下游环节拓展红色文旅营销推广、衍生品销售与售后服务,完善产业链各环节,提升产业抗风险能力与盈利能力。

### (三) 产业集群提升协同效应

红色文化资源的地域集中性(如长征沿线、抗战根据地)为文旅产业集群发展提供条件。围绕红色文化构建的产业

集群,以“红色景区/红色IP”为核心,集聚上下游相关企业,延安红色文旅产业集群围绕“延安精神”IP,集聚了延安革命纪念馆(运营)、红色研学公司(服务)、红色文创厂(产品)、红色主题酒店(住宿)等企业。这些企业通过资源共享、业务协同,形成“1+1>2”的协同效应,同时吸引人才、资金、技术向区域集聚,提升产业规模与竞争力。

#### (四)结构升级增加高附加值产品供给

传统文旅产业存在“低端产品多、高端产品少”“同质化产品多、特色产品少”的问题。红色文化通过推动产品创新与价值提升,优化文旅产业结构。红色沉浸式体验、高端党性培训等产品,因包含文化体验、教育服务等元素,附加值显著高于传统门票收入;井冈山开发的“井冈山精神高端党性培训”,凭借“井冈山精神”的独特性与“高端服务”的专业性,成为区域文旅的高附加值产品,推动产业从“数量增长”转向“质量提升”。

#### (五)发展方向规范实现“双效统一”

文旅产业兼具经济属性与社会属性,红色文化的“精神引领”特质可引导文旅产业坚持“社会效益优先、经济效益与社会效益统一”的发展方向,避免过度商业化、忽视文化价值的问题。红色文旅产业以“传承红色文化、弘扬革命精神”为首要目标,在产品开发中严格把控文化导向,红色景区不篡改历史、不设置过多商业广告;在运营中突出文化内涵,避免“娱乐化、低俗化”改编红色故事。推动建立“红色文旅产业伦理规范”,引导企业开展红色文化公益宣传、帮扶革命老区等活动,树立负责任的产业形象。

#### (六)标准化建设提升产业质量

产业标准化是文旅融合高质量发展的重要保障,红色文化因具有“统一的精神内涵、明确的历史事实”,可为红色文旅产业标准化提供依据。在产品开发标准上,制定“红色研学课程开发标准”“红色体验产品设计标准”,确保红色文旅产品的文化准确性与质量稳定性;在服务标准上,制定“红色文旅从业人员服务规范”“红色景区运营管理标准”;在安全标准上,制定“红色文物保护安全标准”“游客参观安全标准”,确保红色资源保护与游客安全。标准化建设提升了红色文旅产业的发展质量,为整个文旅产业的标准化提供参考。

### 五、红色文化助力文旅融合治理体系现代化

文旅融合高质量发展需依托现代化的治理体系,红色文化通过强化价值引领、推动多元参与、创新治理机制等方式,推动文旅治理从“单一管理”向“多元治理”、从“传统模式”向“数智化模式”升级,为文旅融合高质量发展提供治理保障。

#### (一)价值引领提升治理科学性

红色文化蕴含的“以人民为中心”“实事求是”等精神内核,为文旅治理提供价值引领,确保治理方向符合国家战略与人民需求。在“以人民为中心”的价值引领下,文旅治理聚焦“游客需求”与“民生改善”,通过调研游客对红色文旅产品的需求优化供给,依托红色文旅带动革命老区就业、改善居民生活;在“实事求是”的价值引领下,治理坚持“因地制宜”,针对城市红色遗址与乡村红色老区的不同特点,制定差异化的治理策略,避免“一刀切”,提升治理决策的科学性。

#### (二)多元参与构建协同格局

传统文旅治理多以政府为单一主体,存在治理效率低、市场响应慢的问题。红色文化可吸引政府、企业、社会组织、公众等多元主体参与治理,构建“多元协同”的治理格局。政府负责制定红色文旅发展规划、出台扶持政策、加强监管;企业作为市场主体,承担红色文旅产品开发与运营责任,同时履行文化传承义务;社会组织提供专业支持,开展红色文化研究、制定行业标准;公众通过反馈意见、参与志愿服务参与治理。某红色景区建立“政府+景区企业+红色文化研究会+游客代表”的联席会议机制,定期讨论景区产品创新、服务优

化等问题,形成“多元参与、协同决策”的治理模式,提升治理效率与满意度。

#### (三)机制创新适配红色文旅需求

红色文旅具有“文化性、教育性、地域性”等特点,传统文旅治理机制难以完全适配,红色文化推动治理机制创新,建立适应红色文旅发展的监管、协调、保障机制。在监管机制上,建立“红色文旅文化导向监管机制”,对红色文旅产品的文化准确性、价值导向进行专项监管,避免出现篡改历史、过度商业化的问题;在协调机制上,建立“跨区域红色文旅协调机制”,针对红色资源跨区域分布的特点,协调不同区域的红色文旅发展,实现资源共享、市场共拓;在保障机制上,设立“红色文旅发展保障基金”,为小微红色文旅企业提供资金支持;建立“红色文化传承人保障机制”,保护红色故事讲述者、红色技艺传承人等人才。

#### (四)文化融入增强治理适配性

文旅治理需与文化属性相适配,红色文化可将其精神内涵与元素融入文旅治理理念与实践,提升治理的文化适配性。在治理理念上,将“艰苦奋斗”精神融入治理,推动治理过程中节约资源、避免浪费;将“团结协作”精神融入跨区域治理,促进区域间的合作与协同。在治理实践上,将红色文化元素融入治理载体,在红色景区通过红色标语、线上红色文化科普引导游客文明参观;通过“红色主题志愿服务”,提升公众参与治理的积极性,使文旅治理从“冰冷的管理”转变为“有温度的文化实践”。

#### (五)数智化转型提升治理精准性

数字技术是文旅治理现代化的重要手段,红色文化推动文旅治理与数字技术结合,实现治理数智化转型。建立“红色文旅大数据平台”,整合红色资源数据、游客数据、产业数据,为治理决策提供数据支撑;利用人工智能技术对红色景区的游客流量进行实时监测,实现“动态限流”,保障游客安全;利用区块链技术对红色文创产品的生产、销售进行溯源,防止“假冒伪劣”产品,保护红色IP。数智化转型使红色文旅治理从“经验决策”走向“数据驱动”,从“粗放管理”走向“精准治理”。

#### (六)评价完善兼顾多元价值

传统文旅治理评价多以“经济指标”为主,忽视文化、社会等价值。红色文化推动治理评价体系完善,将红色文化传承效果、社会教育价值等纳入评价指标,实现“多元价值兼顾”。红色文旅治理评价体系包括四类核心指标:文化传承指标、社会效益指标、经济效益指标、生态效益指标。通过多元评价体系,全面评估红色文旅治理效果,避免“唯经济论”,引导文旅治理向“文化、社会、经济、生态协同发展”的方向推进。

红色文化对文旅融合高质量发展的赋能,本质上是通过“资源—产品—价值—产业—治理”的全链条渗透,形成系统性、深层次的作用机制。从激活差异化资源供给,到推动产品向体验化、数字化升级,再到提升多元综合效益、完善产业体系与优化治理模式,红色文化为文旅融合高质量发展提供了从基础支撑到顶层设计的全维度解决方案。红色文化作为兼具精神性与经济性的独特资源,其赋能作用的充分发挥,既是突破传统文旅发展同质化瓶颈的必然选择,也是传承红色基因、培育文化自信的重要路径。

### 参考文献:

- [1]马千贺.基于红色文化视域的辽宁文旅产业融合发展路径研究[J].产业与科技论坛,2025,24(2):18-20.
- [2]王金玲,周紫彤,刘莎莎.抖音平台安徽省红色文化内容生产及传播研究——以“安徽文旅”抖音号为例[J].四川文理学院学报,2025,35(1):53-59. (下转第124页)

参考文献:

- [1]高兵锋. 基层治理现代化背景下石家庄市社区工作者职业化研究[D]. 石家庄:河北科技大学,2024.  
[2]尹木子,刘祁琪. 社会工作实务课程的教学困境与对策研究[J]. 产业与科技论坛,2024,23(17):236-238.  
[3]邹聪. 江西省社会工作人才队伍建设现状及问题研究[D]. 南昌:江西财经大学,2023.  
[4]黄小勇. 机构改革的历程及其内在逻辑[J]. 行政管

理改革,2018(5):18-23.

- [5]王思斌. 试论我国社会工作的本土化[J]. 浙江学刊,2001(2):55-60.  
[6]方爱清,姜泽. 基于高质量社会治理对社会工作人才培养的探析[J]. 中国市场,2025(33):5-8.  
[7]张丽芬. 从社会认同度看社会工作职业化的制度建设[J]. 学海,2021(3):66-76.

## Research on Strategies for the Professionalization Construction of Social Work Talents: A Case Study of the Central Urban Districts of Ganzhou City

WANG Zhao-sheng

(Ganzhou Teachers College, Ganzhou Jiangxi 341000, China)

**Abstract:** The professionalization of social work talents constitutes a pivotal underpinning for advancing the modernization of social governance. Centered on five core dimensions: working environment, remuneration and benefits, social cognition and recognition, participation in education and training and career promotion. This study focuses on the key bottlenecks in the professionalization of social work talents. By integrating relevant theories from sociology, management science and social work, and taking Ganzhou City as an empirical case, it systematically analyzes the current characteristics of the professionalization construction of local social work talents, profoundly explores the primary factors restricting the development of professionalization, and proposes targeted optimization paths and practical strategies. The research findings not only provide theoretical references for Ganzhou to refine the professionalization of social work talents but also offer replicable experience paradigms for other cities in China to promote similar initiatives.

**Key words:** social work talents; professionalization; construction; strategies

(责任编辑:桂杉杉)

(上接第120页)

- [3]朱虹,盛雪冷,周雨城. 红色文化遗产与革命老区振兴发展——以文旅融合为视角[J]. 老区建设,2024(12):78-86.  
[4]张倩,毛樱茜. 文旅融合背景下淮北红色文化旅游发展数字化路径探究[J]. 阜阳师范大学学报(社会科学版),

2024(6):15-21.

- [5]李冠源,李冬娜. 文旅融合下乡村红色文化旅游发展路径探究[J]. 云南农业大学学报(社会科学),2024,18(3):71-77.

## Theoretical Mechanism of Red Culture Empowering High-quality Development of Cultural Tourism Integration

LEI Zu-jun, DU Xue-yao

(Chongqing Institute of Foreign Studies, Chongqing 401120, China)

**Abstract:** The high-quality development of cultural and tourism integration is a key support for the construction of Chinese-style modernization. As a unique cultural form that carries revolutionary spirit and inscribes historical memory, red culture is not only the spiritual core of the high-quality development of cultural and tourism integration but also the core driving force to break through the bottleneck of homogenization and achieve innovative upgrading. This paper, starting from theoretical logic, constructs a five-level analytical framework of “resource activation — product innovation — value enhancement — industrial optimization — governance upgrading”, systematically explaining the internal mechanism of red culture empowering the high-quality development of cultural and tourism integration: by providing resources that are spiritually unique, morphologically diverse, and regionally related, it consolidates the foundation of resource supply for cultural and tourism integration; through content empowerment, technological integration, and scene innovation, it promotes the upgrading of cultural and tourism products to experience-oriented and digitalized formats; from six dimensions including cultural inheritance, social education, and economic drive, it enhances the comprehensive benefits of cultural and tourism integration; by means of cross-border integration, industrial chain extension, and standardization construction, it improves the industrial system of cultural and tourism integration; through value guidance, multi-party participation, and digital transformation, it assists in the modernization of the governance system of cultural and tourism integration.

**Key words:** red culture; cultural and tourism integration; high-quality development; theoretical mechanism; governance modernization

(责任编辑:陈思婷)