

文体旅融合下汕尾红色旅游 连片开发研究

李绍阳¹, 伍善¹, 付杰², 刘艳红^{1*}

¹深圳大学体育学院, 广东 深圳

²深圳大学管理学院, 广东 深圳

收稿日期: 2024年7月22日; 录用日期: 2024年8月19日; 发布日期: 2024年8月28日

摘要

文体旅融合作为一种新兴的旅游发展模式,旨在通过文化、体育与旅游的有机结合,实现产业的共同繁荣。汕尾市作为中国革命的重要历史地区,拥有丰富的红色文化资源和自然景观。本文以汕尾市为例,探讨了在文体旅融合背景下红色旅游连片开发的可能性与策略。通过实地考察、问卷调查和SWOT分析,揭示了汕尾红色旅游的发展现状、优势、劣势、机遇与挑战,并提出了相应的一系列创新性的发展策略,包括打造红色旅游与体育赛事相结合的特色旅游品牌、开发红色主题美食、推出红色旅游创意产品、加强红色旅游营销推广等。此外,本文特别关注了研学群体、党建群体和康养群体等目标市场,为不同群体设计了具有针对性的旅游产品。结论指出,通过创新旅游产品和提升服务质量,汕尾市红色旅游能够实现与地方经济和文化的共同发展。同时,本文也为其他地区红色旅游的连片开发提供了可行的模式和策略,具有重要的理论和实践意义。

关键词

红色旅游, 创意路线, 文体旅融合

Research on the Continuous Development of Shanwei Red Tourism under the Integration of Culture, Sports and Tourism

Shaoyang Li¹, Shan Wu¹, Jie Fu², Yanhong Liu^{1*}

¹School of Physical Education, Shenzhen University, Shenzhen Guangdong

²College of Management, Shenzhen University, Shenzhen Guangdong

Received: Jul. 22nd, 2024; accepted: Aug. 19th, 2024; published: Aug. 28th, 2024

*通讯作者。

文章引用: 李绍阳, 伍善, 付杰, 刘艳红. 文体旅融合下汕尾红色旅游连片开发研究[J]. 可持续发展, 2024, 14(8): 2133-2143. DOI: 10.12677/sd.2024.148244

Abstract

As an emerging tourism development model, the integration of culture, sports and tourism aims to achieve the common prosperity of the industry through the organic combination of culture, sports and tourism. As an important historical area of the Chinese Revolution, Shanwei City is rich in red cultural resources and natural landscapes. Taking Shanwei City as an example, this paper discusses the possibility and strategy of continuous development of red tourism in the context of the integration of culture, sports and tourism. Through field investigations, questionnaire surveys and SWOT analysis, the development status, advantages, disadvantages, opportunities and challenges of Shanwei red tourism are revealed, and corresponding integration development strategies are proposed, including building a characteristic tourism brand combining red tourism and sports events, developing red-themed food, launching creative products of red tourism, and strengthening the marketing and promotion of red tourism. In addition, this paper pays special attention to the target markets such as research groups, party building groups and health care groups, and designs targeted tourism products for different groups. The conclusion points out that by innovating tourism products and improving service quality, Shanwei red tourism can achieve common development with local economy and culture. Meanwhile, this paper also provides a feasible model and strategy for the continuous development of red tourism in other regions, which has important theoretical and practical significance.

Keywords

Red Tourism, Creative Routes, Integration of Culture, Sports and Tourism

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

文旅融合是指将文化和旅游两个领域进行有机结合,通过文化资源的挖掘和旅游产品的开发,实现文化价值和旅游效益的双赢[1]。在当前旅游经济的繁荣与国家层面的支持下,文旅融合渐成趋势[2]。文体旅融合是消费市场发展的新趋势,也是促进消费升级的重要路径[3]。自2023年以来,中国消费市场呈上升趋势,新产品、新兴企业、新形式融合。文化、体育和旅游融合的产业融合模式成为其中一大亮点。文化和旅游部发布的《国内旅游提升计划(2023~2025年)》提出,要培育文体旅、文商旅等融合发展的新型业态。目前的发展模式主要包括渗透型、延伸型和重组型三种,融合发展过程是一个复杂的系统工程,是内部驱动力与外部驱动力共同作用的结果[4]。从旅游产业发展的角度来看,国内外学者对文体旅融合这种新型业态进行研究,认为旅游产业的发展因为资源、技术、市场和功能的发展规模不断扩大,其在发展过程中主动向文化、体育、美食等相关产业主动延伸、扩散和继承,从而实现新旧动能转换,杨铭(2022)认为文体旅深度融合是以实现共同利益为目标,以文化资源和体育赛事为核心,以旅游服务为营利方式的混合交融的产业模式[5]。在文体旅产业深度融合中,也面临政策供给主体“条块分割”,深度融合标准化建设滞后等问题[6]。而产业融合是产业经济发展到特定阶段的必然产物,文旅融合则是产业融合的重要形式。梁茹(2021)等认为“融旅”“融文”“融体”的跨产业关联可以总结为龙头带动模式、品牌驱动模式以及跨界整合三种模式[7]。

随着我国综合国力的增强,红色旅游市场不断扩大,红色旅游主要是指以中国共产党领导人民在革命和战争时期建树丰功伟绩所形成的纪念地、标志物为载体,以其所承载的革命历史、革命事迹和革命精神为内涵,组织和接待旅游者开展缅怀学习、参观游览的主题性旅游活动[8]。国务院发布的《十四五旅游业发展规划》中,明确提出要大力发展红色旅游,突出爱国主义和革命传统教育,坚持培育和践行社会主义核心价值观,有效提升红色旅游规范化发展水平。规划还提出要结合党史学习教育开展“百名红色讲解员讲百年党史”系列活动,推出“建党百年红色旅游百条精品线路”,促进红色旅游与乡村旅游、生态旅游等业态融合,持续优化建设300处红色旅游经典景区[9]。

随着我国旅游业的快速发展和市场规模的不断扩大,传统的观光旅游模式已难以满足现代游客对多样化和体验化的需求。尤其在红色旅游领域,尽管其承载着丰富的文化内涵和教育价值,但由于资金短缺、保护不力以及创新性不足等问题,其发展现状并不乐观。通过系统回顾现有文献,本研究发现尽管文体旅融合在理论和实践上都取得了一定的进展,但现有研究在方法论和实证分析方面存在明显不足。例如,现有研究多集中于理论探讨和宏观政策分析,缺乏对具体融合模式和实践效果的深入分析,同时多停留在表面描述,缺乏系统的理论框架和实证数据支持。此外,现有研究对红色旅游的探讨多集中在其文化和教育意义上,对其经济和社会效益的分析相对薄弱。特别是在红色旅游的连片开发和文体旅融合方面,现有研究缺乏深入的实证研究且在方法论上也缺乏多样性。因此,结合当前旅游市场的发展趋势和供给侧结构性改革的要求,在文体旅融合的发展背景下,在以红色文化资源和体育赛事为核心,以旅游服务为盈利方式的混合交融的产业模式下,对红色景区实地考察,问卷调查,进行深入分析,提出汕尾红色旅游连片开发,文体旅融合的发展策略,同时期望对其他地区的红色旅游连片开发提供借鉴经验。

2. 汕尾市现存旅游资源

汕尾市,广东省东南部沿海的一颗璀璨明珠,以其秀美的自然风光、丰富的文化遗产和深厚的红色文化底蕴著称。这里不仅是全国十三块红色革命根据地之一和全国第一个苏维埃政权的诞生地,还拥有517处革命遗址。这里是革命英雄彭湃的故居地,红二师的起源地,以及中国首个苏维埃政权的诞生地。汕尾市承载着厚重的革命历史,不仅见证了中国革命的艰辛历程,也孕育了坚定的革命信仰和伟大的革命精神。

汕尾市下辖四个主要区域,包括陆丰市、海丰县、陆河县和城区。不仅地理位置独特,还承载了丰富的红色文化和革命历史遗迹,共同构成了汕尾市红色旅游的核心区域,是传承和弘扬革命精神的重要载体。汕尾市拥有丰富的红色文化资源,包括红宫红场、彭湃烈士故居、海丰革命烈士暨革命斗争史纪念馆、周恩来渡海处等,这些红色景点不仅是革命历史的见证,也是红色旅游的热点。汕尾市还拥有壮丽的海岸线和丰富的自然景观,如莲花山度假村旅游区、鸡鸣寺、联安湿地公园、保利金町湾、环品清湖风景区等,为游客提供了亲近自然、享受宁静的好去处。汕尾市的文化遗产丰富多彩,包括传统的非物质文化遗产如正字戏、西秦戏、白字戏、陆丰皮影戏、汕尾渔歌等,为游客提供了深入了解当地文化的机会。另外,汕尾市的乡村旅游资源丰富,如新山村、下埔村等,不仅有着深厚的红色文化底蕴,也有着美丽的乡村风光和丰富的农业资源,是体验乡村生活、享受田园风光的好去处。

3. 研究方法

3.1. 实地考察法

通过五次实地考察,走访了汕尾地区陆丰玄武山、红二师碣石作战指挥部旧址遗址、金厢镇周恩来活动居址、周恩来同志渡海处纪念碑、陆丰革命烈士陵园、观音岭古官道、海丰县红宫红场、彭湃故居

等 8 个红色旅游景点，获得了有关汕尾红色文化旅游资源的一手资料，并对周边滨海旅游和生态旅游等景区进行实地考察。

3.2. 问卷调查法

通过参考刘艳红等(2021)相关文献量表设计问卷，获取游客的真实反馈，了解游客的旅游感受[10]。研究时间为 2024 年 1 月 28 日至 2024 年 2 月 5 日，调查方式分别在线上发放、在汕尾 8 处红色旅游景点实地发放问卷，共发放 300 份问卷，回收 279 份有效问卷，有效率为 93%。问卷设计涵盖了五个主要方面，以收集游客的反馈信息：

一是红色景区标牌路牌等导向指示，包括景区内的指示牌、地图、路标等，这些元素对于引导游客至关重要，导向指示的质量和设计直接关系到游客的导航体验和满意度。

二是红色景区休息服务设施状况，这涉及到座椅、凉亭、休息区等供游客休息的设施。问卷评估了游客对这些休息区的清洁度、舒适度、数量和分布的满意度。休息设施的充足性和质量是提升游客体验的关键因素。

三是旅游餐饮质量及服务水平，包括餐饮服务的口味、卫生、价格和服务态度。餐饮体验是旅游体验的重要组成部分，它直接影响着游客的整体满意度。

四是旅游住宿质量及服务水平，涉及住宿设施的清洁度、舒适度、安全性以及前台服务等。优质的住宿服务不仅能够提升游客的住宿体验，还能促进旅游目的地的正面形象。

五是旅游购物条件及服务水平，包括纪念品商店的多样性、商品质量、价格合理性以及销售人员的服务。调研的对象主要为频繁开展旅游活动的中青年群体，由于汕尾红色景区并非热门网红旅游打卡点，进行红色旅游的人数相对较少，所以存在数值小、数据抽样不足等客观现实，但不影响整体评估和频数分析。

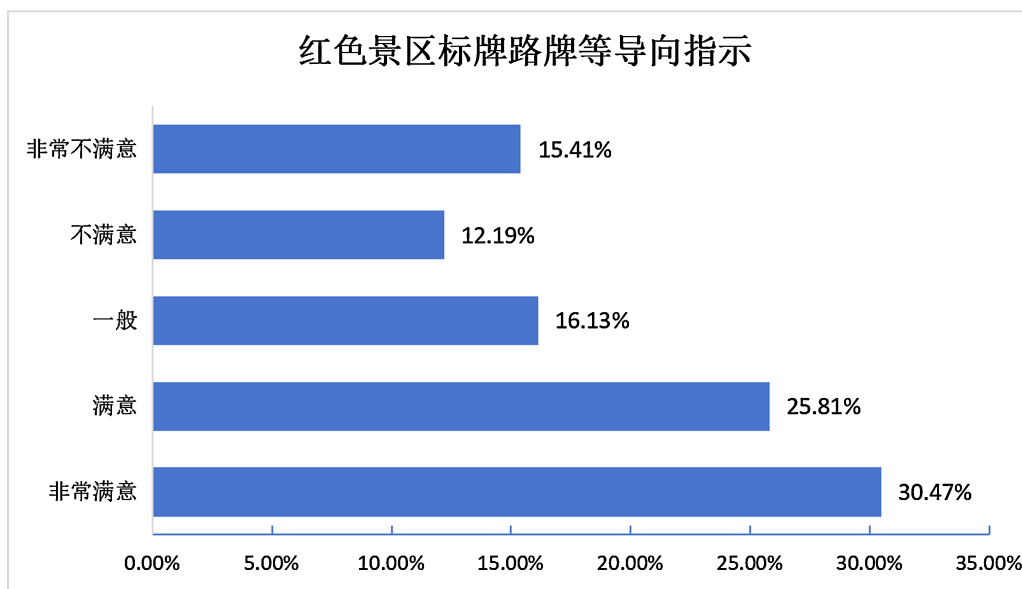


Figure 1. Red scenic area signs, road signs and other guide signs

图 1. 红色景区标牌路牌等导向指示

从图 1 可知，游客对红色景区标牌路牌等导向指示的分布满意度呈现出一定的层次性。在对标牌路牌的清晰度、易读性以及布局合理性进行评估时，我们发现大部分样本的反馈集中在“非常满意”这一

等级，占比达到 30.47%。这表明超过三分之一的游客认为景区的导向指示系统在引导他们游览时起到显著作用，无论是在信息的传达还是在视觉的呈现上都达到了较高的标准。进一步分析，有 16.13% 的样本给出了“一般”的评价。这可能意味着这部分游客虽然能够通过导向指示找到目的地，但可能在某些方面，如指示牌的位置、大小或者信息的详细程度上，还存在提升空间。此外，12.19% 的样本表示“很满意”，这一比例虽然低于“非常满意”，但仍然显示出较高的满意度。这可能意味着这些游客对导向指示的整体表现感到满意，但可能认为在某些细节上还有进一步优化的可能。

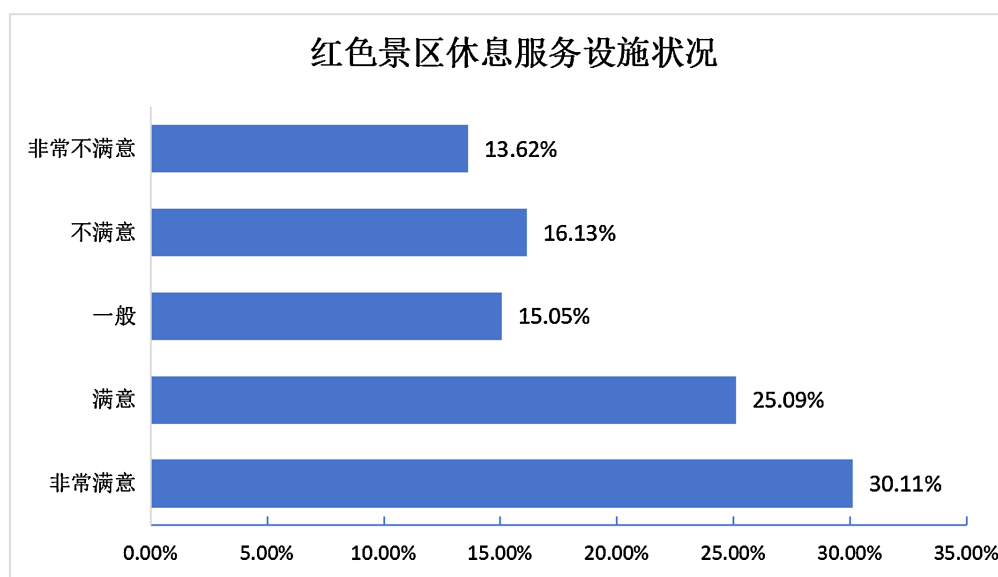


Figure 2. Status of rest service facilities in red scenic areas

图 2. 红色景区休息服务设施状况

从图 2 可知，游客对红色景区的休息服务设施持有较高的满意度。具体来看，有 30.11% 的样本表示“非常满意”，这一比例显示出相当一部分游客对休息服务的清洁度、舒适度、数量和分布感到非常满意。这可能意味着景区在提供休息设施方面做得很好，能够满足游客的基本需求，并可能在设计和维护上投入了相当的精力。同时，有 25.09% 的样本表示“满意”，虽然这一比例略低于“非常满意”，但仍然表明大多数游客对休息服务的基本条件感到认可。这可能反映出休息服务设施在功能性和可用性上达到了游客的预期，但在某些细节上可能还有提升的空间。

从图 3 可知，游客对汕尾地区旅游餐饮质量及服务水平的总体评价是积极的。具体来说，有 30.47% 的样本表示“满意”，这表明大部分游客对餐饮服务的基本标准感到认可。这一比例的高值可能意味着餐饮服务在口味、卫生、价格和服务态度等方面达到了游客的基本期望。进一步分析，有 27.24% 的样本给出了“非常满意”的评价。这一较高比例的“非常满意”表明，相当一部分游客认为餐饮服务不仅满足了他们的期望，而且在某些方面超出了预期。这可能是由于餐饮服务在某些特定方面表现出色，如特色菜肴、合理的价格、或者优秀的服务态度。同时，15.05% 的样本给出了“一般”的评价。这一比例相对较低，但仍然值得关注。“一般”的评价可能意味着这些游客对餐饮服务的某些方面感到不太满意，但并没有达到严重不满的程度。这可能涉及到餐饮服务的某些细节，如菜品选择的多样性、食物的新鲜度、或者服务的及时性。

从图 4 可知，游客对汕尾地区住宿质量及服务水平的满意度整体较高。具体来说，有 31.54% 的样本表示“非常满意”，这一比例的显著性表明大多数游客对住宿体验的多个方面感到高度满意。这可能

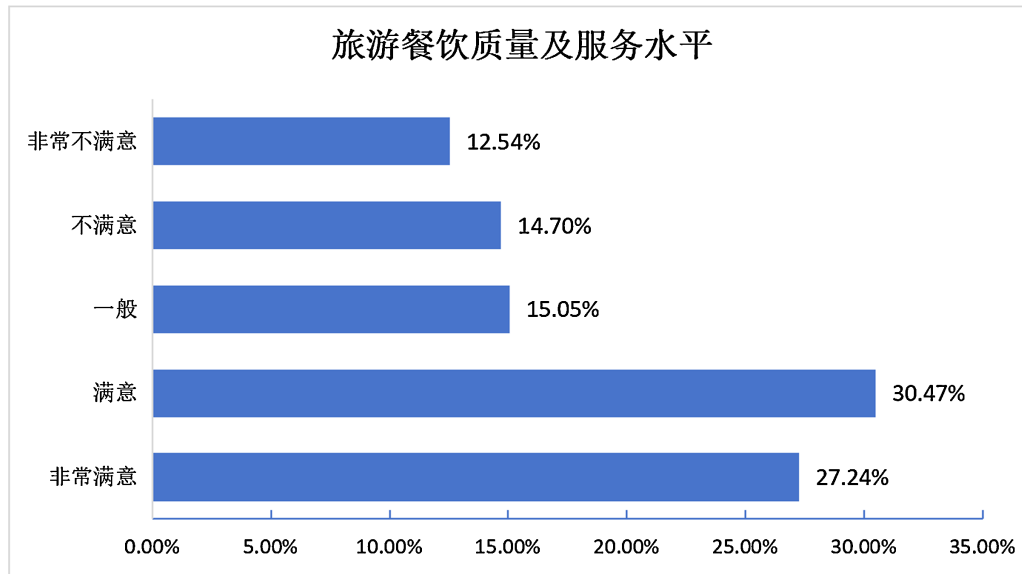


Figure 3. Tourism catering quality and service level

图 3. 旅游餐饮质量及服务水平

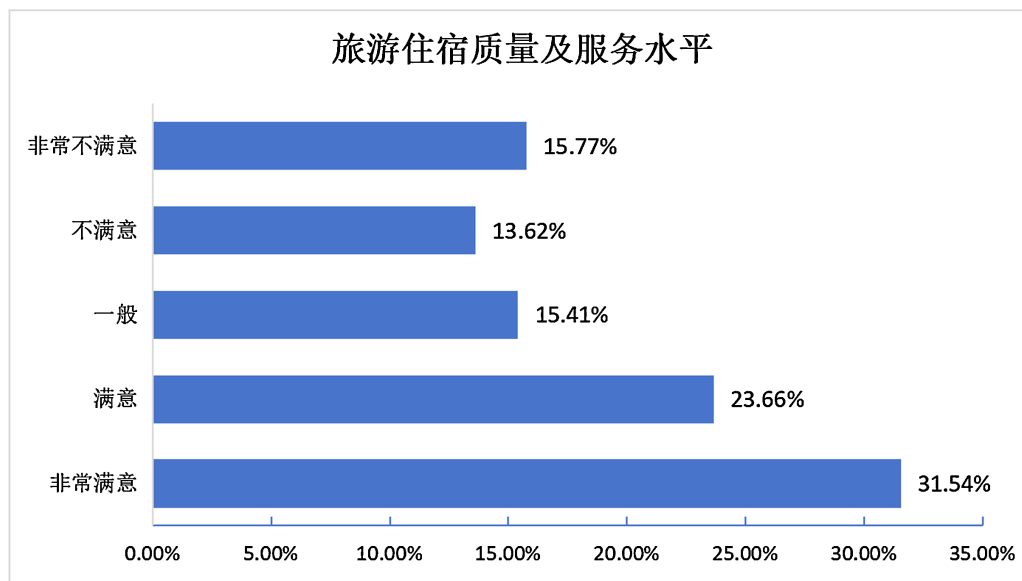


Figure 4. Tourism accommodation quality and service level

图 4. 旅游住宿质量及服务水平

意味着住宿服务在清洁度、舒适度、安全性以及前台服务等方面达到了高标准。进一步分析，发现 23.66% 的样本给出了“满意”的评价。虽然这一比例低于“非常满意”，但仍然显示了较高的满意度。这可能意味着这些游客对住宿的基本条件感到满意，但在某些方面可能认为还有提升的空间，例如房间的设施更新度、服务的个性化程度或附加服务的提供。同时，15.41% 的样本给出了“一般”的评价。这一比例相对较低，但仍然提供了重要的反馈信息。“一般”的评价可能反映出这部分游客对住宿的某些方面感到不太满意，这可能与房间的隔音效果、服务的响应时间或整体的住宿环境有关。

从图 5 可知，游客对汕尾地区旅游购物条件及服务的整体评价是积极的。具体来说，有 31.54% 的样本表示“非常满意”，这一比例的显著性表明大多数游客对购物体验的多个方面感到高度满意。这可能

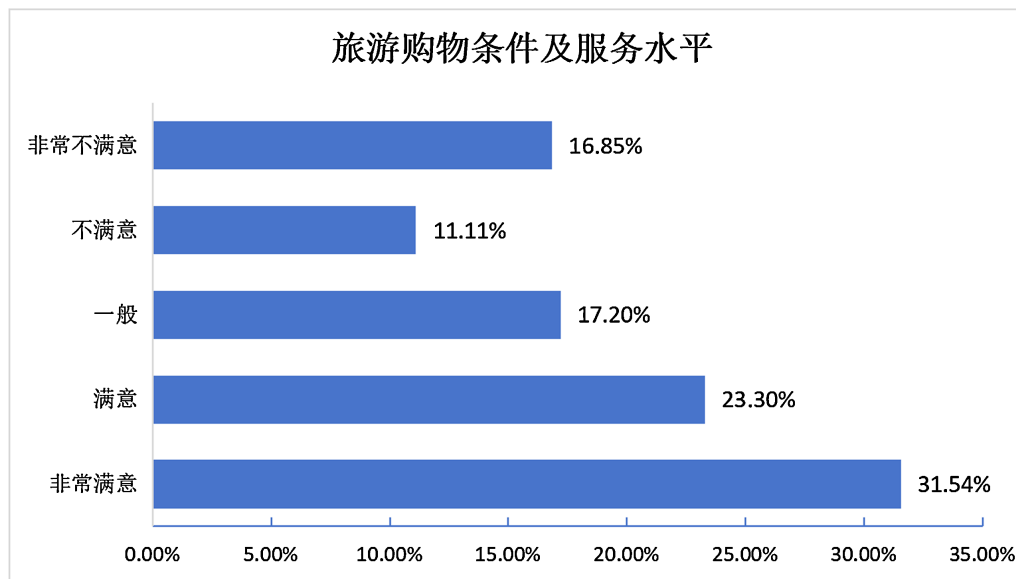


Figure 5. Tourism shopping conditions and service levels

图 5. 旅游购物条件及服务水平

意味着购物条件和服务在多样性、商品质量、价格合理性以及销售人员的服务等方面达到了高标准。进一步分析，发现 23.30% 的样本给出了“满意”的评价。这一比例虽然低于“非常满意”，但仍然显示了较高的满意度。这可能意味着这些游客对购物的基本条件感到满意，但在某些方面可能认为还有提升的空间，例如商品的多样性、价格的竞争力或购物环境的舒适度。同时，17.20% 的样本给出了“一般”的评价。这一比例相对较低，但仍然提供了重要的反馈信息。“一般”的评价可能反映出这部分游客对购物的某些方面感到不太满意，这可能与商品的种类不够丰富、价格不够合理或服务人员的态度有关。

小结：大部分游客对汕尾红色之旅持有“非常满意”的态度，但还有一部分游客评价为一般，再度游玩的兴趣不大。而且在涉及硬件设施与参与体验等问题上，游客评价“一般”的占比多于其他问题，是当地硬件设施不完善导致的原因。

3.3. SWOT 分析法

通过 SWOT 分析揭示了在文体旅产业融合背景下汕尾红色旅游的优势、劣势、机遇与威胁，为未来汕尾红色旅游连片开发与可持续发展提供了明确方向(表 1)。凭借丰富的红色资源和独特的地域文化，汕尾红色旅游具备巨大潜力。在国家政策支持和市场需求增长的背景下，汕尾应抓住机遇，创新旅游产品，提升服务质量，加强营销推广，以实现红色旅游的繁荣与发展，为当地经济和文化事业做出更大贡献。

4. 汕尾地区红色旅游客源市场

4.1. 目标市场

汕尾地区红色旅游的目标市场主要聚焦于汕尾籍华侨华人、粤港澳大湾区游客以及国内对红色旅游和文化、体育、旅游有兴趣的消费者。这些市场群体因地理、文化和情感纽带与汕尾紧密相连，对红色旅游有浓厚的兴趣和需求。通过深化了解目标市场，汕尾可以更好地定位和发展其红色旅游产业，吸引更多游客前来体验，推动当地经济和文化的发展。

Table 1. SWOT analysis of red tourism development in Shanwei area**表 1.** 汕尾地区红色旅游发展 SWOT 分析

	优势(S)	劣势(W)
	SO 战略	WO 战略
机遇(O)	<p>在文体旅融合背景下,通过汕尾地区体育赛事的影响力,充分利用红色资源和美食文化,共同打造独特的旅游品牌。通过深入挖掘红色历史,结合现代科技,提供沉浸式的红色旅游体验;同时推出红色主题美食,让游客在享受美食的同时感受红色文化的魅力。</p> <p>抓住国家发展红色旅游的政策机遇,加强与政府合作,争取支持,促进红色旅游的多元化发展。重磅推出汕尾“红色+美食”“红色+乡村”“红色+古建筑”等文旅融合的创新路线,提高汕尾红色旅游在市场中的占有率和知名度,打造专属汕尾的红色旅游 IP。</p>	<p>汕尾各地区应充分结合自身独特的红色文化资源和地域体育文化特色,联合申办或承办国家级红色体育赛事,以及全国红色故事讲解员大赛,可通过红色体育赛事影响力,实现各地区资源共享和优势互补,促进连片开发。</p> <p>设计一系列富有汕尾特色的红色旅游产品。通过让游客亲身参与红色活动、体验红色生活,增加游客对汕尾红色文化的认识和了解,从而提高游客的满意度和忠诚度,增加二次旅游的可能性。</p>
	ST 战略	WT 战略
威胁(T)	<p>利用微信公众号、抖音等新媒体平台,突出汕尾红色旅游的独特魅力和老区新貌,吸引游客目光,增加客源。</p> <p>以海陆丰革命老区为核心,展示建立海陆丰苏维埃政府、周恩来在陆丰养病和渡海等历史事件,辐射红色旅游资源,促进区域旅游互助发展。</p> <p>整合红色旅游资源,创新旅游产品,举办红色旅游节事活动,提升市场竞争力,打造知名旅游品牌。</p>	<p>为赛事组织者提供系统的专业培训,将红色文化教育纳入培训必修课程,围绕红色文化主题设计体育赛事,并借此契机有效盘活红色旅游资源,促红色体育发展。</p> <p>加强红色旅游软环境建设,通过开展旅游教育培训、举办旅游服务礼仪和技能比赛等方式,提高旅游从业人员服务意识和技能。</p> <p>加强红色旅游营销推广。通过举办全国有影响力的系列红色旅游节事活动,迅速在全国红色旅游市场中提升知名度和美誉度,进而达到拓展旅游客源市场和吸引外来投资的目的。</p>

4.2. 目标人群

本研究将红色旅游的目标人群定为研学群体、党建群体和康养群体。

第一, 研学群体。研学旅游, 即结合传统课堂教学与多元实践教学的一种教育形式, 旨在通过集体出游等方式将学生带入富有创新的教学环境, 激发其求知欲, 拓宽视野, 丰富社会经验, 并提升其综合素质和实践能力。汕尾地区拥有丰富的红色旅游资源, 这些资源为研学旅游提供了宝贵的素材。鉴于研学旅游群体的特殊性, 在为学生设计红色旅游线路时, 应更注重趣味性和生动性, 确保在轻松愉快的氛围中接受红色教育, 达到寓教于乐、寓学于趣的效果。

第二, 具有党建需求的群体。红色旅游与思想政治教育相辅相成, 均为传播社会主义核心价值观的关键途径。作为一种独特的、具有深刻教育意义的旅游方式, 红色旅游在提升党员干部的综合素质、思想意识和纪律性方面扮演关键角色, 受到党和政府的高度重视。党员干部的先进性和纯洁性对党和人民事业的发展至关重要, 因此党员教育和党内建设始终占据核心地位。这种需求使红色旅游成为党建活动中的隐性刚需, 为其发展提供了广阔空间。设计的红色旅游产品路线需要巧妙融入党建元素, 通过增强互动性和教育性, 使干部群众在参观中实现自我提升。这既符合红色旅游的发展逻辑, 也展现其长远前景。

第三, 康养群体。随着中国老龄化时代的到来, 老年群体成为社会的焦点。旅游已成为他们追求健

康和精神满足的重要方式。特别是那些经历过红色岁月的老年人，对红色文化有着深厚情感。基于充裕的休闲时间、子女的支持和稳定的经济基础，老年红色旅游具有巨大潜力，为红色旅游提供了新机遇，不仅能满足老年人需求，还能为市场注入新活力。因此，开发针对老年群体的红色旅游产品与服务是未来的重要方向。

5. 汕尾地区红色旅游连片开发的发展策略

5.1. 汕尾：红色革命与蓝色海岸的绚丽之旅

汕尾位于中国东南沿海，属于亚热带季风气候，海洋性气候特征明显，适合居住游玩。这里有壮族、土家族、畲族等少数民族居住。汕尾海岸线狭长，拥有大片的沙滩海岛，中国优良渔场，构成了“湖、岛、湾、岬”和“峰、泉、岩、洞”的多样景致。其中，陆丰海岸多沙滩、奇岩怪石、岬角与海湾错落，阳光、海水、沙滩、福庙独具特色，被誉为“东方的夏威夷”、“粤东明珠”、“粤东旅游的黄金海岸”。大自然景观与革命文物遗迹交相辉映，构成汕尾市天蓝海阔、风光绮丽的景色。

针对研学群体，汕尾地区可开发一系列深度体验项目，充分利用其丰富的红色资源和自然景观。在彭湃故居和周恩来活动居址等重要红色景点，设计沉浸式教学活动，如模拟革命历史事件的角色扮演，让学生在体验中学习革命精神。结合汕尾的自然景观，如金厢银滩和观音岭，开展户外教学和生态研学，让学生在亲近自然的同时，了解当地的生态环境和生物多样性。开发红色文化创新传播项目，利用数字技术建立虚拟红色博物馆，通过 AR 技术让研学群体在互动中学习红色历史。举办红色文化创作大赛，鼓励学生创作与红色文化相关的作品，如诗歌、散文、绘画等，并通过线上线下平台进行展示和交流，以激发学生的创造力和爱国情怀。

针对党建群体，汕尾地区可以打造一系列红色党建主题活动，以增强党员的党性教育和革命传统教育。在重要历史节点，如建党节、国庆节等，组织党员参与“重走红军路”等徒步活动，让他们实地感受革命先辈的艰苦奋斗。在红色景点建立党建教育基地，提供党史教育、革命传统教育等课程，加强党员的党性修养。开展红色精神传承活动，如红色故事分享会、革命歌曲合唱比赛，让党员在参与中传承红色基因。同时设立党员志愿服务项目，鼓励党员参与社区服务、环境保护等志愿活动，将红色精神转化为实际行动，展现党员的先锋模范作用。

针对康养群体，汕尾地区可以开发康养旅游综合体验区，结合其优美的自然景观和丰富的生态资源，提供温泉疗养、森林浴、海滨休闲等康养服务。在观音岭、金厢湾等地，建立康养旅游区，配备专业的康养设施和服务人员，为康养群体提供个性化的健康养生方案。定期邀请医学专家和养生顾问，在康养旅游区举办健康养生讲座，提供专业的健康指导和咨询服务。结合汕尾的非遗文化，如皮影戏、正字戏等，开展文化体验活动，让康养群体在体验传统文化的同时，达到身心愉悦的效果。

5.2. 海陆丰：红色传承与多元文化的交融之旅

汕尾是全国十三块红色革命根据地之一，拥有丰富的红色旅游资源。作为中国第一个县级苏维埃政权诞生地和广东唯一一个全域革命老区，汕尾的四个县(市、区)都是一类革命老区县。汕尾背山面海，融合了闽南文化、潮汕文化、客家文化、广府文化，形成了特色鲜明的“海陆丰文化”。

针对研学群体，海陆丰地区可以依托其深厚的红色文化和多元的地域特色，打造一系列具有教育意义和文化体验的旅游项目。围绕海陆丰革命根据地的历史，开发红色研学旅游项目，如设立红色历史主题公园，重现革命时期的重要场景和事件，让研学群体在实地考察中感受历史氛围。结合海陆丰地区的非物质文化遗产，如皮影戏、正字戏等，开展非遗文化体验课程，让学生亲手制作影人、学习戏曲表演，深入了解和传承地方文化。开发红色主题的创意工作坊，鼓励学生利用当地文化元素进行创新设计，如

制作红色主题的手工艺品、纪念品等，既培养学生的创造力，也推广地方特色文化。

针对党建群体，海陆丰地区可以利用其作为中国第一个县级苏维埃政权诞生地的独特地位，开展一系列党建主题教育活动。可以组织党员参观红色教育基地，如彭湃故居、周恩来活动居址等，通过现场教学和互动体验，加深党员对党史的理解和认识。结合海陆丰地区的多元文化，开展党建文化节活动，如红色主题的文艺演出、革命历史讲座等，丰富党员的精神文化生活。可以设立党员志愿服务项目，鼓励党员参与到社区服务、文化传承等活动中，将红色精神转化为服务社会的实际行动，展现党员的先锋模范作用。

针对康养群体，海陆丰地区可以依托其丰富的自然资源和生态景观，开发生态康养旅游项目。在高螺湿地公园、大湖滨海生态旅游区等地，建立生态康养基地，提供观鸟、徒步、瑜伽等亲近自然的的活动，让康养群体在享受自然美景的同时，达到身心放松的效果。结合海陆丰地区的传统养生文化，开发养生体验项目，如中医理疗、药膳体验、太极健身等，为康养群体提供全面的健康管理服务。举办健康养生讲座和工作坊，邀请医学专家和养生顾问，分享健康养生知识，引导康养群体形成科学健康的生活方式。海陆丰地区康养项目不仅能够为康养群体提供高品质的旅游体验，还能够推广健康养生的理念，促进地区旅游业的可持续发展。

5.3. 打造红色品牌，创立旅游 IP

陆丰皮影戏是中国三大皮影系统之一的潮州影的唯一遗存，拥有浓厚的民族艺术特色。将其用作设计原型，开发可爱的卡通动画形象，不仅能够融合当地的红色历史，塑造“小小红军”这样的虚拟形象，还能通过这一形象作为虚拟导游，在线上与青少年群体互动，提供红色景区讲解和历史教育。在周恩来居住过的地方，面向青少年群体，可以推出《听“小小红军”讲周恩来总理的故事》；或者开发海陆丰当地红色英雄事迹的故事编成皮影电影，如林铁史、张威、彭湃等红色英雄的生前故事。此外，以“小小红军”为主题的皮影电影和特产代言，也能有效推广当地的红色文化和特产。

5.4. 携手乡村旅游，开发红色旅游商品

结合红色旅游与乡村观光旅游的开发，可以进一步增加旅游的吸引力。通过开发具有农业特色的纪念品，如植物标本摆件和书签，以及提供定制版地图和任务小册子，通过参与体验农活，学习农业科技与红色知识等小任务获取盖章打卡记录，在离开乡村旅游景区时，可凭盖章的数量兑换或优惠购买价值不等的旅游纪念品，如含邮资的景区明信片、景区纪念邮票、钥匙扣、U 盘、贴纸等。鼓励游客参与农活和学习红色知识，不仅丰富了游客的体验，也促进了旅游商品的销售。

6. 总结

通过实地考察、问卷调查和 SWOT 分析法，深入探讨了汕尾地区红色旅游的发展现状及其资源分布。研究发现，汕尾地区在红色旅游方面具有显著的地域文化和历史资源优势，但也面临资金短缺、保护不力和创新性不足等挑战。基于此，本研究提出了一系列发展策略，旨在通过创新旅游产品、加强营销推广、提升服务质量、举办节事活动和开发红色旅游商品，推动汕尾红色旅游的连片开发。这些策略不仅能够提升游客的体验感和互动性，还能增强汕尾红色旅游的市场竞争力，形成积极的口碑效应，吸引更多游客，最终实现红色旅游与地方经济和文化的共同繁荣。通过本研究，期望为文旅融合背景下的红色旅游连片发展提供有益的参考和借鉴，为其他地区红色旅游的连片开发提供可行的模式和策略。

基金项目

2024 年省级大学生创新训练计划项目(S202410590077)，2024 年“百千万工程”暑期社会实践活动项目(20240710)和 2024 年深圳大学聚徒项目。

参考文献

- [1] 王蕾. 文旅融合背景下图书馆对大运河文化的传承研究[J]. 参花, 2024(3): 116-118.
- [2] 慎建波, 李官鑫. 文旅融合视角下乡村经济发展模式创新研究[J]. 华北电力大学学报(社会科学版), 2022(4): 77-84.
- [3] 王恒, 宿伟玲. 冰雪文化体育旅游融合发展机制、模式及路径[J]. 社会科学家, 202(01): 87-95.
- [4] 眭海霞, 韩淼, 尹宏. 农商文体旅融合发展模式及动力机制研究[J]. 经济问题探索, 2023(7): 54-62.
- [5] 杨铭. 黄河口地区“文体旅”深度融合发展的理论内涵与实现路径研究[J]. 体育与科学, 2022, 43(1): 104-112.
- [6] 马越斐, 李海. 数字经济赋能文体旅产业深度融合的内在机理、现实困境与实践路径[J]. 沈阳体育学院学报, 2023, 42(5): 108-113, 128.
- [7] 梁茹, 王媛, 冯学钢, 等. 文体旅上市企业社会关系网络结构特征分析——同行业与跨行业比较视角[J]. 旅游学刊, 2021, 36(10): 14-25.
- [8] 谭永生. 推动我国红色旅游高质量发展的对策建议[J]. 中国经贸导刊, 2023(11): 66-68.
- [9] 中国政府网. 国务院关于印发“十四五”旅游业发展规划的通知[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/content/2022-01/20/content_5669468.htm, 2024-07-29.
- [10] 刘艳红, 刘梓煜, 蔡秋燕, 等. 文体旅融合下潮汕地区红色旅游扶贫连片开发研究[J]. 特区经济, 2021(9): 153-157.