

弘扬长征精神 传承红色基因

殷敏 李智慧 —— 主编
付饶 邵文琪 —— 参编

庄阳 —— 副主编



旅游教育出版社

弘扬长征精神 传承红色基因

殷敏 李智慧 | 主编

付饶 邵文琪 | 参编

庄阳 | 副主编



旅游教育出版社

· 北京 ·

责任编辑：刘彦会

图书在版编目(CIP)数据

弘扬长征精神 传承红色基因 / 殷敏, 李智慧主编

— 北京 : 旅游教育出版社, 2017.8

ISBN 978-7-5637-3629-4

I. ①弘… II. ①殷… ②李… III. ①革命纪念地—旅游业发展—研究—中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第208773号

弘扬长征精神 传承红色基因

殷 敏 李智慧 主编

庄 阳 副主编

付 饶 邵文琪 参编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010) 65778403 65728372 65767462 (传真)
本社网址	www.tepcb.com
E - mail	tepx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	北京京华虎彩印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印 张	14.625
字 数	250 千字
版 次	2017 年 8 月第 1 版
印 次	2017 年 8 月第 1 次印刷
定 价	49.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前言

春风熏得游人醉 故土红动中华魂

全国大学生红色旅游创意策划大赛（以下简称“大赛”）是由北京第二外国语学院主办、北京第二外国语学院旅游管理学院承办的大学生旅游项目设计赛事。大赛以“红色导向，传承基因，不忘初心，面向未来”为宗旨，参赛范围广、参赛院校多、参赛队伍数量大，是教育部全国大学生思想政治工作的精品项目之一。

自2004年中央号召开展红色旅游以来，各地高度重视，社会积极参与，红色旅游持续升温。中央办公厅、国务院办公厅于2011年制定下发了《全国红色旅游发展规划纲要》，明确了红色旅游发展指导思想、基本原则、发展目标、主要任务及主要措施。同时，红色旅游资源是开展大学生思想政治教育的重要课堂和生动教材，是大学生思想政治工作路径创新生动有效的探索。有鉴于此，大赛得以发起，至今已成功举办六届。具体情况如下：

2011年，首届大赛以建党90周年“中华魂·革命情·红色行”为主题，在北京举办。大赛挑选了全国具有代表性的、与中国革命历史相关的50个红色景区进行线路设计，共有参赛队伍28组，参赛选手140名，选手全部来自北京第二外国语学院。

2012年，第二届大赛以喜迎十八大为主线，以“忆红色岁月，享魅力今朝”为主题，在北京举办。大赛分为开天辟地的大事件、中国革命的新道路、华夏民族的战争风云、中华民族的伟大复兴4个板块，共有参赛队伍46组，230名队员，来自6所高校。

2013年，第三届大赛结合中国梦，以“美丽中国”为主题，在北京举办。大赛按地域分为华北及东北地区，西北及西南地区，华中、华东及华南地区等板块，参赛者设计的旅游线路要求将“城镇一体化”“生态文明建设”结合起来，参赛队伍达到75组，375名队员，来自11所高校。

2014年，第四届大赛把握时代关键词，以“改革”为主线，以“传承鼎新·追

梦之旅”为主题，在陕西省铜川市照金镇举办，共有来自全国43所高校的149支队伍报名参赛。

2015年，第五届大赛以“铭记历史·面向未来”为主题，向抗日战争胜利暨反法西斯战争胜利70周年献礼，共有来自全国51所高校的142支队伍报名参赛。

2016年，第六届大赛以“弘扬长征精神·传承红色基因”的主题，首次增加了考察采风环节，在重温革命精神的基础上完善、丰富参赛团队的作品；同时决赛采取“N+1”模式，即原创红色旅游创意设计案加举办地红色旅游产品（线路）创意设计案，突出创新性、实践性和可操作性，实打实为举办地的旅游发展助力。大赛吸引了来自全国各地的68所高校、160支参赛队的700余名选手报名参赛，涵盖全国22个省、直辖市共56个城市。

往届大赛得到了教育部、国家旅游局、全国红色旅游协调小组办公室、中国旅游协会以及各地、各高校、各媒体的广泛关注和支持，新华网、人民网、凤凰网、新浪网、网易新闻、北青网、京华网、中国网络电视台、北京卫视、中国教育报、北京青年报、中国旅游报等百余家媒体全程直播和跟踪报道，中国国际旅行社有限公司连续六年为大赛提供相关赞助支持，大赛已成为具有全国影响力的高校品牌性活动。大赛强调对红色旅游发展的推动效果、对老区经济社会文化发展的带动作用、对旅游精准扶贫的影响力度，通过项目征集、方案展示、成果应用，为创新旅游理念、开发旅游产品、推广旅游宣传提供新思路、新方法，提升了各举办地的知名度和影响力，也从落细落小、入脑入心、濡养默化三方面入手着力打造了针对性强、感受性高和呈现性佳的思想政治教育新渠道。因此，一直以来大赛作品成果丰富，教育实效喜人，有鉴于此，特尝试整理出版部分作品，以资切磋。

此次整理出版的作品合集，均是2016年入围大赛决赛的优秀作品。成果涉及领域广泛、包含内容丰富，可谓同走多元路、共作文化诗、齐奏创新曲。因此，本书无论是从信息涵盖量上还是视野开拓度上均有一定的启发意义。在该书发行之际，再次向作者们及其指导教师、支持单位表示衷心的感谢！

北京第二外国语学院

2017年7月18日

努筋拔力成风韵 温故知新品风流

——赛事回顾

为纪念红军长征胜利 80 周年，缅怀中国共产党领导中国革命的丰功伟绩，弘扬长征精神，继续推进老一辈革命家开创的伟大事业，敦促当代大学生铭记历史，积极投身于实现“两个一百年”目标的伟大实践，发挥旅游专业大学生的特长，将专业知识、红色精神的传承和大学生思想政治教育紧密结合，特举办以“弘扬长征精神·传承红色基因”为主题的第六届全国大学生红色旅游创意策划大赛（以下简称“大赛”）。

本届大赛由全国红色旅游工作协调领导小组办公室、贵州省旅游发展委员会、贵州省遵义市人民政府、北京第二外国语学院共同主办，要求参赛选手以“弘扬长征精神·传承红色基因”为主题设计策划方案。围绕长征中历史事件、历史人物等探寻革命圣地，拜访名人故里，设计策划旅游产品。贯彻“创新、协调、绿色、开发、共享”的发展理念，深入挖掘旅游的文化性，丰富红色旅游的内容，设计新的旅游产品。鼓励选手将红色旅游与其他旅游形式结合，设计出红色旅游与传统观光旅游、生态旅游、民俗旅游、乡村旅游、休闲度假旅游、都市旅游等项目融合发展的旅游产品方案。

截至 2016 年 7 月 20 日，本次大赛初赛阶段得到了全国众多高校的积极响应，共有 68 所高校的 160 支队伍、700 余名选手报名参赛，涵盖全国 22 个省级行政区的 56 个城市。经过初赛遴选，45 支队伍晋级复赛。

2016 年 8 月 9 日，大赛首次增加的考察采风环节在贵州省遵义市遵义会议纪念馆正式启动。为期四天的采风活动重点聚焦于遵义“四区一城三镇两村”红色旅游精品景区（点），来自全国 45 支入围复赛的参赛队伍共计一百余名师生代表依次参观了遵义会议会址、红军山烈士陵园、娄山关纪念碑、小尖山战斗遗址、苟坝会议陈列馆、苟坝会议会址、茅台渡口、长征文化展陈馆、茅台渡口纪念碑、女红军纪念馆、四渡赤水纪念馆、青杠坡战斗遗址、赤水元厚红军渡口、丙安红军渡口、红

一军团陈列馆等遵义红色旅游景点。此次采风活动，使各支参赛队伍在重温革命精神的基础上完善、丰富本团队的复赛作品，同时将长征精神引入现实体验中来，把红色基因烙印在旅游实践中去。经复赛遴选，最终 10 支队伍入围了本届大赛决赛。

2016 年 9 月 21 日，第六届全国大学生红色旅游创意策划大赛总决赛在遵义市播州区苟坝红色文化创新区成功举办。决赛首次采取“N+1”模式，入围决赛的 10 支队伍依次展示了各自作品。决赛第一部分，选手们通过 PPT 及其他多媒体手段展示参赛作品设计的思路及方案，并结合作品特色进行情景模拟展示。各组参赛作品寓意于游，深入挖掘了旅游的文化性，体现了红色革命精神，突出了红色革命精神对当代的教育作用；同时，作品的时代性强，既有 VR、网红等元素与红色旅游规划的充分结合，又有“互联网+全域”红色旅游策划等前沿设计。决赛第二部分，选手通过设计与遵义红色旅游产品有关的创意方案，充分表现了当代大学生的创新能力和实践能力，参赛作品方案设计创意新颖，贴近市场需求，做到了资源的创新整合、有效利用，体现了旅游业发展的新趋势、新理念，实打实地为遵义的旅游发展助力。经过激烈角逐，大赛共评选出一等奖 1 个、二等奖 2 个、三等奖 3 个。其中，黑龙江大学代表队荣获一等奖。此外，现场还评选出“最佳创意奖”“最具潜质奖”“最佳现场表现奖”等单项奖。

回顾本次大赛，不仅进一步弘扬了长征精神，促进了红色基因的传承，推动了红色旅游融合发展，丰富了红色旅游建设内容，同时，也引导大学生铭记红色历史和革命精神，将红色革命精神贯彻到学习生活和人生发展之中，为促进红色旅游发展成为坚持中国道路、弘扬中国精神的重要载体提供支持。

把握红色旅游本质特征 促进红色旅游健康发展

全国大学生红色旅游创意策划大赛自2011年开始举办,迄今已连续举办了七届,吸引了大量大学生踊跃参赛,取得了良好的社会效益和文化效益。举办全国大学生红色旅游大赛的目的有二:一是引导大学生走进红色纪念地,走进革命老区,走进革命先烈的精神世界,接受精神洗礼,传承红色基因,筑牢社会主义核心价值观;二是希望发挥参赛大学生的专业特长和创新能力,通过学习研究红色历史文化,深入红色旅游目的地实地调研采风,提出促进红色旅游发展有价值 and 可实施的创意策划方案,提升红色旅游目的地建设水平和管理水平,为广大游客提供更好的红色旅游体验。也就是说,全国大学生红色旅游创意策划大赛既是一项具有鲜明时代特征的生动的大学生思想政治教育活动,同时也是一项具有专业特征的实践教学活

动,是思想政治教育与专业性实践教学活动的有机融合。

进一步提高红色旅游创意策划水平,需要准确把握红色旅游的本质特征,遵循红色旅游发展规律,提高创意策划的思想性、针对性、可操作性。

红色旅游是以爱国主义为主题的中国特色旅游活动。根据全国红色旅游协调小组颁布的两期红色旅游发展规划纲要精神,红色旅游是以1840年以来中国人民反对帝国主义、封建主义、国内反动派,争取民族独立和民族解放斗争的历史,以中华人民共和国成立以来进行社会主义革命和建设的历史为依托,其中特别以1921年以来,中国人民在中国共产党领导下进行新民主主义革命的历史为重点所开发的人文历史类旅游活动。1840年以来的中国历史是中国人民抵御外来侵略,推翻国内反动势力统治,争取民族独立与民族解放,建设人民当家作主的新中国,致力于中华民族伟大复兴的波澜壮阔的历史。特别是在中国共产党领导下,无数革命先烈抛头颅洒热血,救中国、为人民、谋解放,英勇奋斗,书写了爱国主义、革命英雄主义的壮丽篇章。这种英雄气魄、崇高精神、高贵品格是浸透在中国共产党人骨髓中的红色基因,是我们今天实现“两个一百年”奋斗目标的宝贵精神财富。铭记历史,不忘初心,传承红色基因,牢固树立道路自信、理论自信、制度自信和文化自信,激励我们继续前进,是发展红色旅游的根本任务和目的。

丰富的红色旅游资源为策划开发高品位的红色旅游产品奠定了坚实基础。红色旅游产品由历史事件、红色景观和革命精神三位一体有机构成。从红色旅游产品创意策划的角度来讲,深入仔细研究相关历史事件是基本前提。某一历史事件的过

程、关键节点、历史意义与影响以及历史事件的参与者都需要策划者仔细关注。在此基础上,挖掘历史过程和历史人物的细节并合理选择取舍是关键。策划开发红色旅游产品与学术性的历史研究在具体目标和方法上均有所不同,红色旅游产品追求向大众“讲好故事”:故事要好,把故事讲好。“讲好故事”要讲究方法,可以讲历史过程,更要挖掘细节;可以讲“大人物”,也可以讲“小人物”;可以讲述,更要注重营造氛围,给游客留下思考和体验的空间。但无论怎样讲故事,都要基于真实的历史,不能胡编乱造。讲红色故事、讲革命英雄人物的故事更要立场坚定,旗帜鲜明,心怀崇敬。红色景观是红色旅游产品的存在状态,其基本功能是向游客展示红色历史,提供体验平台。红色景观主要包括红色历史遗存,红色纪念馆、博物馆,红色景区景点等。其中红色历史遗存是最真实最珍贵的历史文物,要倍加珍惜保护。革命精神是红色旅游产品的灵魂与主线,它内含在红色旅游产品之中,人们通过体验的方式,从中获得感悟和精神洗礼。所以,红色旅游产品是历史事件、红色景观与革命精神三位一体的有机整体,红色历史是依托,红色景观是载体,革命精神是灵魂。刘云山同志曾经指出:在红色旅游中,红色是基调,文化是灵魂,旅游是载体,人们在体验中感悟崇高、升华境界,在参与中怡情养志、益德益智,一次内涵丰富的美好的红色旅游,就是一次心灵之旅、思想之旅、精神之旅,也是一次接受文明熏陶、参与文明创建的生动过程。

红色旅游作为中国特色的旅游方式,具有政治性、思想性、主题性、外部性、公益性等特性。

红色旅游的政治性主要体现在两方面,一是内容的政治性,二是追求效果与目标的政治性。发展红色旅游就是要通过旅游的方式,展示那段波澜壮阔的历史进程,重温中国共产党领导中国人民经过艰苦卓绝的斗争,夺取政权,建立人民当家做主的新中国的辉煌历史,进而证明中国共产党作为执政党,作为领导中国前进的政治核心力量的历史必然性。政治性决定了红色旅游必须充分体现执政党的政治主张,展现执政党的政治自信,有利于巩固中国共产党的执政地位。

红色旅游的思想性来源于红色旅游产品所蕴含的革命精神。红色旅游产品的策划者和开发者要积极挖掘思想内涵,使其具有思想高度。要通过丰富有效的手段和润物无声的方式为旅游者提供思考体验的平台,力求引发游客思考、共鸣、认同,进而达成红色旅游所追求的积极效果。红色旅游产品并不排斥趣味性、参与性、生动性和吸引力,但必须力戒庸俗化。

红色旅游是一种主题旅游活动,爱国主义是总的主题,具体的旅游目的地、旅游景区、旅游线路应该在总主题下恰当选择各自独特主题,这样才能丰富红色旅游的内容和形式。红色旅游主题对红色旅游资源依赖性较强,要在充分尊重历史真实性的基础上提炼主题,不能牵强附会,更不能胡编乱造。要妥善处理好打造场景与利用历史遗存之间的主次关系,倡导挖掘优先于打造。红色旅游景点氛围的营造也

不应偏离主题任意打造。某些红色旅游景点被修建得富丽堂皇，与当年艰苦奋斗的历史真实背道而驰，背离了红色旅游的基调。

红色旅游具有外部性。外部性是一个经济学概念，它是指某个经济主体对另一个经济主体产生一种外部影响，而这种外部影响又不能通过市场价格进行买卖。外部性也称为外部效应、溢出效应，可分为正外部效应和负外部效应。正外部效应就是一些人的生产或消费使另一些人受益而又无法向后者收费的现象；负外部效应就是一些人的生产或消费使另一些人受损而前者无法补偿后者的现象。红色旅游具有正外部效应。许多红色旅游景区是开放性景区，免费向游客开放，从自身经济效益来讲，肯定是不入敷出，但发展红色旅游的政治效应、社会效应，以及由于发展红色旅游引发的社会经济效益是无法以红色旅游景区自身的收入来衡量的。许多革命老区通过红色旅游与乡村旅游的融合发展，带动了老区脱贫致富，这是红色旅游正外部效应的典型体现。不能单纯以红色旅游的经济收入衡量红色旅游的发展成效。

红色旅游的资源依托、展示内容、追求目标决定了它是公益性很强的社会事业。红色旅游公益性特性要求政府应当承担起相应的投入、管理责任，使红色旅游的效应得到充分发挥，同时要积极探索免费开放条件下红色旅游景区的发展方式和发展路径，促进红色旅游可持续发展。

红色旅游不仅具有其特性，也具有与其他旅游活动相一致的共性：红色旅游也是旅游。旅游是人们追求生活幸福、生命自由和生命创造的一种生活方式，深刻的人文关怀和生命价值的实现是其终极目的。这一目的是在非惯常环境中通过自由的、自主的、自我感悟的旅游体验实现的。旅游的本质是追求愉悦，或者说，是由体验而获得愉悦：使疲劳得以恢复、情感得以寄托、精神得以碰撞、灵魂得以净化、自由的渴望得以放飞。红色旅游产品集中展示了革命先辈的爱国主义、革命英雄主义、集体主义精神，不畏艰险、勇于牺牲、甘于奉献的崇高品格，他们可歌可泣的英雄事迹是对自由幸福和生命价值的深刻诠释，能够带给人们深度体验。一项好的红色旅游产品一定是高品位的旅游产品。

共同的本质特征为红色旅游与其他旅游形式的融合发展奠定了基础，提供了广阔空间。在红色旅游发展实践中，红色旅游与乡村旅游、绿色旅游、观光旅游、探险旅游、康体旅游等各种旅游形式融合发展，相互促进，取得了良好成效。红色旅游与其他旅游形式一样，同样需要提高服务水平、管理水平，实现提质增效；同样需要增强参与性、体验性；同样需要加强宣传推广，吸引更多人参与其中。跳出红色旅游看红色旅游，推动红色旅游融合发展，有利于拓宽红色旅游发展的视野，实现红色旅游与其他旅游形式相互促进，共同发展。

习近平总书记在2016年12月召开的全国高校思想政治工作会议上发表了重要讲话，提出了高校培养什么人、如何培养人和为谁培养人这一根本问题。全国大学生红色旅游创意策划大赛与贯彻习近平总书记重要讲话精神高度契合，是将大学生

思想政治工作和专业学习有机结合的创新与有益实践，应当在不断完善和提高水平的基础上长期坚持。

北京第二外国语学院旅游管理学院党委书记
殷 敏

2017年7月

因事而化 因时而进 因势而新

习近平总书记在全国高校思想政治工作会议上指出：“做好高校思想政治工作，要因事而化、因时而进、因势而新。”北京第二外国语学院以丰富当代大学生思想政治教育形式为起点，以“红色历史、红色精神”为内核，结合学校旅游管理的专业背景，设计并组织“全国大学生红色旅游创意设计大赛”，将专家、旅游界高管等“进校园”与大学生赴红色旅游景区等“走出去”紧密结合，优秀作品直接应用于旅游景区推广和旅行社线路开发，取得了较好的成效。

一、红色旅游创意策划大赛的缘起和思路

红色旅游创意策划大赛（以下简称红旅大赛）从2011年第一届至今已连续举办六届。参赛院校和队伍从最初的1所高校的28支队伍增加到2016年的68所高校、160支参赛队伍，涵盖全国22个省、直辖市共56个城市。

红旅大赛的启动源于对大学生思想政治教育工作的深刻思考，将学生的专业知识与实践能力紧密结合，将专业实践与学生的思想政治教育紧密结合，充分挖掘红色旅游资源，以实现专业教育、革命精神传承与大学生思想政治教育的有机结合。通过理论研讨和实践探索，按照“为什么—做什么—怎么做”的内在逻辑，确立了在认知—认同—践行三个层面促进价值转化的思路。在红色资源价值转化的过程中，实现了思想政治教育、专业知识学习和实践能力提升三者的融合。

二、红色旅游创意策划大赛的设计与实施

（一）在价值认知层面，运用多种渠道促进价值传导

红旅大赛本着“专家主导，学生主体”的组织原则。结合大学生的兴趣点，采用多种渠道对红色资源的价值进行宣传推介。

将红色资源与革命精神传承紧密结合。红旅大赛的每一届都紧密结合时代的主题。如第一届以建党90周年“中华魂·革命情·红色行”为主题，挑选具有代表性的红色景区进行线路规划；第四届大赛以“传承鼎新·追梦之旅”为主题，聚焦革命老区旅游业发展；第五届大赛以“铭记历史·面向未来”为主题，聚焦抗日战争胜利70周年；第六届以“弘扬长征精神·传承红色基因”为主题，聚焦长征胜利80周年。通过有针对性的主题，将红色资源与革命精神的传承密切结合。

将传统优势同信息技术高度融合。在大赛启动推广阶段,不仅通过发布通知的传统形式进行推广,还同时开通官方网站、官方微信等多种形式进行推广,线上线下同步推进。针对大学生对于红色旅游、旅游创意的问题随时答复,及时互动,吸引他们对红色旅游的关注,引导他们积极参与到比赛之中。比赛过程运用情景模拟等多种方式,将大赛过程转化为现场教学过程,使参赛选手和观众受到启迪。对于大赛的优秀作品进行线上宣传,将革命传统和革命精神用红色旅游的方式进行传递。

(二) 在价值认同层面,采用多种方式促进价值内化

通过实地考察采风促进价值内化。红旅大赛组织参赛选手实地考察采风,在重温革命精神的基础上完善、丰富参赛团队的作品。采风分为两种形式,一种是选手依据红色旅游创意策划自行选择到红色资源地考察体验,另外一种组织选手到决赛举办地进行红色资源考察体验。2016年主办方组织百余名参赛选手到贵州遵义考察,在女红军纪念馆参观时,女红军的人格力量和献身精神震撼了每一位师生的心灵,大家忍不住流下了眼泪。

通过红色旅游创意策划设计促进价值内化。大学生围绕红色旅游与传统观光旅游等项目融合发展设计旅游线路和旅游产品方案。这些方案的设计必须基于对红色资源价值的内在挖掘,通过参赛大学生的重新整合以方案的形式展现出来。这种设计整合的过程就是大学生对于红色资源价值内化的过程。2016年参赛团队EPOCH结合江西弋阳红色资源,设计的以方志敏故居“可爱的中国”为核心的旅游策划案,将绿色美景与红色教育紧密结合,打造“亲子游弋阳,红绿齐飞扬”主题,得到了评委的一致认可。这种有吸引力的作品正是以选手对红色资源价值的有效内化为基础。

(三) 在价值践行层面,跨界联合推动价值成果转化

运用N+1模式助力旅游扶贫。红旅大赛采用原创红色旅游创意设计方案加举办地红色旅游产品(线路)创意设计方案,突出创新性、实践性和可操作性,实打实为举办地的旅游发展助力。2016年在贵州遵义举办比赛,参赛选手结合遵义红军街、羊肉粉等多种特色产品打造专属策划方案,为遵义县花茂村等乡村设计旅游线路,运用专业知识服务于举办地的旅游发展,通过比赛强化了深入基层、服务群众的情感认同。

产学研一体化促进红色资源价值转化。大赛在组织过程中邀请旅游业界、高校、研究机构一同参与,在全国红办的指导下开展工作。大赛从主题策划到方案设计到落地实施流程一体化。秉承“问题导向”,大学生基于红色资源推广设计的优秀方案及作品会直接被地方旅游局或旅行社采用,用于红色旅游资源推广。大学生通过比赛夯实专业知识并了解社会、认识社会,增强学生的社会责任感、使命感和人文情怀。

三、红色旅游创意策划大赛的典型特征

红色旅游创意策划大赛从落细落小、入脑入心、濡养默化三方面入手着力打造了对针对性强、感受性高、呈现性佳的思想政治教育新渠道，是深入贯彻落实习近平总书记在全国高校思想政治工作会议上的讲话精神的生动实践。大赛展现了三个契合的特点：

1. 契合专业学习，打造激发兴趣的赛事。大赛通过深入挖掘红色旅游教育内涵，将理想信念教育与红色旅游创意设计的精神脉络相结合，将爱国主义教育 with 红色旅游创意设计的意义和现实价值相结合，“同向同行，形成协同效应”。

2. 契合国家大事，把握教育活动的导向。大赛紧扣时代发展脉搏，充分体现“因事而化、因时而进”，主题与时事紧密结合，从小处入手，进一步激发大学生实现中华民族伟大复兴中国梦的使命感和历史责任感。

3. 契合学生个性，符合学生认知的特点。习总书记指出“要运用新媒体新技术使工作活起来，推动思想政治工作传统优势同信息技术高度融合，增强时代感和吸引力”。此次大赛的发起正是源于“因势而新”，运用大学生乐于参与、喜闻乐见、易于接受的形式载体，传承红色基因，发展红色旅游。

四、红色旅游创意策划大赛的成效

从2011年成功举办首届红旅大赛以来，红旅大赛经历了初步探索、逐步完善和改革深化三个阶段。经过六年的总结和积淀，红旅大赛的科学性、规范性、实效性不断提高，吸引力和影响力不断增强。

1. 大赛紧扣时代脉搏，创新高校思想政治教育新途径。红旅大赛已成为全国高校品牌性活动，也成为一种学生思想政治教育工作的新途径。

2. 弘扬革命精神，大学生思想政治觉悟显著提升。红旅大赛调动了学生爱党爱国的热情，培养了他们的合作意识和创新精神，提高了学生的实践操作能力。通过大赛的形式，也提升了思想政治教育工作的实效性。以第三届大赛为例，参赛的同学80%在比赛之后向党组织递交了入党申请书，有520名参赛的入党积极分子就参赛过程向党组织递交了思想汇报。

3. 活动规模扩大，提升了社会影响力。从第一届到第六届，参赛队伍增加了400%，赛事备受关注。中国教育报、中国旅游报、北京青年报等媒体均进行跟踪报道，新华网、人民网、凤凰网、新浪网等100余家网络新闻媒体进行了相关报道。这些宣传报道和高度社会评价是对红旅大赛活动的认可，也是对进一步挖掘红旅教育新内涵、探索教育新方法的鼓励。

五、红色旅游创意策划大赛的经验

1. 顶层设计，找准凝聚点。红旅大赛旨在以专业教育为基础，将旅游专业教育和大学生思想政治教育有机结合，使学生在红色旅游知识学习的基础上接受思想政治教育。考虑到主题教育活动的内容既要紧扣时代发展脉搏，又要紧扣学生成长本质要求，选择红色旅游资源，利用旅游专业理论深入挖掘红色旅游教育内涵，将思想政治教育中的理想信念教育、爱国主义教育和旅游专业教育等内容融入红旅大赛之中。

2. 扎实推进，形成兴奋点。思想政治教育只有渗透在社会关系中，让受教育者参加一定的社会实践活动，才能获得切身体验，教育才能入脑入心。红旅大赛充分利用红色资源的实物存在，用图片文字、导游讲解、线路设计展现历史革命遗址、烈士陵园等记录革命先烈生前点滴的遗址遗物，让受众身临其中，自觉被先辈们的高尚情怀感动和吸引。

3. 突出特色，紧握关键点。没有特色，思政教育就没有了吸引了和感召力。五年来持续深入开展红旅大赛主题教育活动，从学校党委、职能部门到学院党委，从教师到学生，都十分重视。这项旅游专业学习、红色教育和大学生思想政治教育相结合的赛事，为学生提供了自主学习、动手实践、互相合作、勇于创造的发展平台，已经成为学生参与面最广、积极性最高，具有可持续性的公益性文化创意竞赛活动。

北京第二外国语学院旅游管理学院党委副书记

李智慧

2017年7月

创新的教学模式 出彩的旅游赛事

从全国大学生红色旅游线路设计大赛到全国大学生红色旅游创意策划大赛,从北京第二外国语学院旅游管理学院组织发起的一种教学探索到成为全国红色旅游办公室一项赛事活动、国家教育部关注肯定的一种教学实践,红旅大赛走过了六年,举办了六届。作为红旅大赛的专家评委,大赛的知情者、参与者,当我回顾这一活动的每一个细节时,脑海里有一个十分鲜明的印象,就是“以赛促教,以教促旅”的创新教学模式,出彩的旅游赛事,这是值得旅游专业院系乃至当前高校教育改革与创新总结推广的。

模式是某种事物的标准形式或使人可以照着做的标准样式,一般指被研究的对象在理论上的逻辑框架,是经验与理论之间的一种可操作性的知识系统,是再现现实的一种理论性的简化结构。模式一般具有独特性、创新性、稳定性、指向性等特征。

一、红旅大赛模式的独特性是把课程教学引入赛事。把旅游知识、技能传授给学生的教学过程中,利用比赛机制,对于激发学生的主动性、积极性和荣誉感都具有良好作用。红旅大赛的设计开始就注重遵循教学规律,强调教师与学生的教学相长,强调师生之间、同学之间的合作精神。指导老师在赛前准备的方案,从教学内容上包括教学目的、时间、方法、步骤、检查、教材的组织、教学参考应用等,以及赛中的教练辅导,赛后的总结讲评,构成了课程教学的完整体系。这一教学体系的独特之处就是竞争性。以全国大学生红旅大赛竞争机制的导入不同于按部就班的课程设计,更不同于日常的课堂讲授。竞争就有奖优淘劣,就有集体荣誉和个人荣誉,一个参赛教案或创意策划书,一个代表队,涉及学校的荣誉、院系的荣誉、班级的荣誉、个人的荣誉,于是学校各级领导、指导老师、参赛学生就形成了共同的目标取向,凝聚了精神心理,激发了集体的活力,从而使一个旅游专业的单一教学,跃升到一个崭新的综合素质训练与检验的教学层面,这是符合现代教育的改革与发展方向的。

二、红旅大赛模式的创新性是联通了校区与景区。旅游专业的教学,把景区或者旅游目的地引入理论与实践的环节是非常重要的。在校区课堂的理论讲授,固然是必需的,任何一种赛事的组织与举办在校园内完成也是可以的。但是全国大学生红色旅游创意策划大赛从一开始就设定走出校区直通景区,这一富有创新思维的教

学导引,解决了一个从课堂到课堂、从书本到书本、从老师单纯讲到学生被动听的枯燥形式,把学生所学旅游专业的书本知识,结合旅游工作实践及景区需求发展,参赛学生通过收集最新信息资料、实地调研考察、分析客源市场、景区规划咨询等,检验理论与实践的应用,这样不仅让参赛学生的所思所想所为有的放矢,而且能使参赛学生的思想富有创新性。创造的激情在每一个参赛的环节都可以体现,创意的成果在每一次比赛中都可以借鉴,从初赛、复赛到总决赛,既是检验自身创意成果的过程,又是学习观摩比赛对手更好创意成果的过程。一方面让学生把书读活了,另一方面把学生心激活了。一所大学的教学设计,能够让学生把书读活,把心激活,毫无疑问,这是教学创新的结果,也是教育教学的根本目的所在。我认为红旅大赛的组织者、参加者,已达此目的。

三、红旅大赛模式的稳定性是以赛促教,以教促旅。经过多年的创造性劳动,教学的探索性实践,红旅大赛在其红色旅游创意策划的主题内容、线路设计、产品风格、盈利模式、营销口号、形象标识、导游讲解和目的地吸引力诸方面都体现了红色旅游的特色,而且其鲜明的特色会在一定的时间和阶段保持相对稳定的状态,体现一种惯性力量甚至形成院校红色旅游教学发展的路径依赖。事实上这种以赛促教,以教促旅的教学经验是可以加以推广的。其模式特点如下:

(一)与红色旅游融合发展相结合。红色旅游是中国旅游产品体系中的独特产品,是世界旅游产品体系中的中国品牌,具有新产品的发展特色。这一新型产品的开发仅有十几年,理论与实践正在发展之中,在全国高校旅游专业的教学中,虽然还没有列入教材教程,但作为国家文化战略早已写入计划和规划,北京第二外国语学院发起组织的大赛,紧跟时代发展步伐,密切结合国家文化发展战略和旅游专业教学实际,走在了全国高校的前列。

(二)与旅游营销相结合。大赛有一大亮点,就是总决赛都在红色旅游景区举办,如2014年在陕西照金,2015年在河南兰考,2016年在遵义苟坝。每一场决赛就像一台精彩的节目,吸引了大量的游客和诸多媒体,通过选手、游客以及媒体多形式、多渠道、多手段的宣传推介,达到了旅游目的地营销的人气效果。据我的随机调查询问,陕西照金、遵义苟坝曾经不太为人所知的红色旅游景区知名度、美誉度、市场认知度都得到了很大提升,当人们选择出行目的地时,有的游客还能清楚地说到此地举行了全国大学生红色旅游创意策划大赛。

(三)与政府、企业需求相结合。当红旅大赛创意策划展现现代设计理念、新颖思路、实用路径和可学方法时,当地的政府领导、旅游企业经理、景区电商,甚至农家乐的经营户,都表现出浓厚的兴趣。现场观摩了红旅大赛的人,觉得增长了见识,拓宽了思路,对各路代表队、大学生参赛选手赞不绝口,还有政府、企业的领导说,这样培养出来的大学生管用靠谱,毕业就能派上用场。

四、红旅大赛模式的指向性或者说模式的目的性是情景教学体验红色教育。红