

文旅融合背景下湖南红色旅游文创产品开发现状研究

刘江 彭甫

(长沙师范学院 美术与设计学院 湖南长沙 410100)

摘要: 本文主要从文旅融合背景下湖南红色旅游文创产品开发进行阐述说明。自“红色旅游”概念提出之后,我国各地区针对本地红色旅游区、红色旅游路线进行规划,借此我国红色景区得以创建。“红色旅游”逐渐兴起热潮,理所当然青年游客成为重要群体。随着文旅融合提出,不仅的实现了文化与旅游的结合,并且受到社会广泛关注,促进旅游行业的进一步发展,达成文化传播。因此,需要针对家湖南地区红色旅游文创产品进行开发,这样才可以实现红色文化产业的发展。

关键词: 文旅融合; 湖南; 红色旅游文创; 产品开发

引言: 湖南是旅游与文化大省,多元化的资源为红色旅游产品开发提供了基础。红色旅游文创产品是红色文化教育与传播的核心载体,是当前红色旅游产业经济重要组成。文旅融合是现如今旅游发展的主旋律,同时文化与旅游相互相成、共同发展,特色文化是旅游发展的重要基础,同样文化旅游的发展也需要文化创意产业支持,这样即可实现该地区经济与文化协同发展,实现共进退。因此,应做好湖南红色旅游文创产品开发,积极研究,打造湖南特色红色旅游品牌。

1、湖南红色文化旅游资源概述

湖南省,位于中国南部,是一个具有丰富红色文化旅游资源的地区。这里的红色文化主要源于中国共产党领导的土地革命战争、抗日战争、解放战争等时期的历史事件和革命活动。

(1) 韶山: 韶山是毛泽东的故乡,也是毛泽东成长的地方。游客可以参观毛泽东故居、毛泽东纪念馆、毛泽东铜像广场等景点,了解毛泽东的生平和革命事迹。(2) 湖南革命纪念馆: 该馆位于长沙市,馆内收藏了大量的湖南革命历史文物,如毛泽东的文稿、书信等。游客可以通过这些文物了解湖南革命的历史和文化。(3) 湘江战役纪念馆: 湘江战役是红军长征中的一场重要战役。湘江战役纪念馆位于湖南省永州市,馆内展示了湘江战役的历史背景、过程和结果,以及红军战士的英勇事迹。

(4) 芷江受降旧址: 芷江受降旧址位于湖南省怀化市,是中国抗日战争胜利的重要历史见证。游客可以参观芷江受降旧址、抗日战争胜利纪念馆等景点,了解抗日战争的历史和文化。(5) 湘南暴动指挥部旧址: 湘南暴动指挥部旧址位于湖南省郴州市,是湘南暴动的重要历史遗址。游客可以参观旧址,了解湘南暴动的历史和文化。这些红色文化旅游景点不仅具有历史价值,还具有文化价值和教育意义。游客在参观这些景点的过程中,可以深入了解中国革命的历史和文化,培养爱国主义精神。

2、文旅融合背景下湖南红色旅游文创产品开发现状

文旅融合背景下湖南红色旅游文创产品开发存在问题主要有以下几个方面:(1) 创新能力不足: 红色旅游文创产品创新能力不足,缺乏特色和竞争力,难以吸引游客消费。(2) 产品质量参差不齐: 红色旅游文创产品质量参差不齐,部分产品粗制滥造,影响整体品牌形象。(3) 品牌意识薄弱: 红色旅游文创产品品牌意识薄弱,缺乏有影响力的品牌,难以形成规模效应。(4) 营销渠道单一: 红色旅游文创产品营销渠道单一,主要依靠景区实体店销售,线上渠道建设滞后。(5) 缺乏专业人才: 红色旅游文创产品开发缺乏专业人才,导致产品设计、生产和营销等方面存在不足。

3、文旅融合背景下湖南红色旅游文创产品开发对策

3.1 加强创新能力建设

红色旅游文创产品开发的创新能力建设对于推动文旅融合、提升红色旅游吸引力具有重要意义。对湖南红色旅游资源进行深入研究,挖掘其历史背景、文化特点和时代价值,为文创产品开发提供丰富的素材。结合现代审美和消费需求,运用创新的设计理念,将红色文化元素融入到文创产品的造型、图案、材质等方面,提升产品的吸引力和市场竞争力。加强与文创产业、设计产业、旅游业等相关领域的合作,共享资源,拓展市场渠道,形成产业链协同创新。在文创产品开发过程中,注重绿色环保理念,采用环保材料和生产工艺,降低对环境的影响,实现可持续发展。综上所述,加强创新能力建设是推动湖南红色旅游文创产品开发的关键所在,需要多方共同努力,发挥各自优势,提升红色旅游文创产品的吸引力和市场竞争力。

3.2 提高产品质量

为了提升湖南红色旅游文创产品质量,可以鼓励企业加大研发投入,结合湖南红色文化元素和现代设计,开发具有独特

性、创新性和市场竞争力的文创产品。可以邀请专业设计师和历史学家参与设计，确保产品既具有文化内涵，又具有艺术美感。选用优质原材料，确保文创产品质量可靠。可以与当地原材料供应商合作，推广使用环保、可持续的材料，同时减少对环境的负面影响。改进生产工艺，提高产品制作水平。可以引进先进的生产设备，提高生产效率和成品率，同时减少浪费和污染。建立完善的质量管理体系，严格执行产品质量标准。加强产品质量检验和检测，确保产品合格率达到国家标准。在开发文创产品的过程中，注重对湖南红色文化的传承和创新。可以将红色文化与当地民俗、手工艺等元素相结合，提高产品的文化附加值。如此一来，相信湖南红色旅游文创产品质量会得到明显提升，为游客提供更有价值和意义的旅行体验。

3.3 强化品牌建设

品牌建设方案是在湖南红色旅游文创产品开发过程中，为提高品牌知名度、美誉度和市场竞争力所制定的策略。明确湖南红色旅游文创产品的核心价值、目标市场和消费者需求，为其树立独特的品牌形象，如勇敢、坚韧、进取等。深入研究湖南的红色文化，了解其中的历史背景、典型人物、重要事件等。这将为文创产品的设计提供丰富的灵感来源。在把握红色文化精髓的基础上，结合现代审美和消费需求，设计出独具特色的文创产品。比如，可以尝试将红色文化与当地特色手工艺、民间工艺相结合，提升产品的文化内涵和附加值。设置红色文化体验区，让消费者能够亲身感受红色文化的魅力。比如，可以通过虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术，重现历史场景，增强互动性。可以考虑建设集文创研发、生产、销售于一体的红色文化旅游创意产业园区，集聚优质资源，推动产业链协同发展。寻求与其他行业、领域的合作，如影视、动漫、游戏等，共同开发红色文化IP，拓展市场份额。举办各类红色文化主题活动，如展览、讲座、表演等，普及红色文化知识，提高公众认知度。同时，加强与学校的合作，开展红色文化教育，培养年轻一代对红色文化的兴趣。通过品牌建设，有助于提升湖南红色旅游文创产品的开发水平，进而带动当地旅游业和文创产业的发展。

3.4 拓展营销渠道

开发湖南红色旅游文创产品，拓宽营销渠道，通过线上线下多种渠道进行宣传，提高红色旅游文创产品的知名度。例如，在旅游景区设置宣传广告牌，在社交媒体平台上发布推广信息，举办线下活动等。结合湖南地方特色和红色文化元素，设计出

具有吸引力和独特性的文创产品。例如，可以设计以毛泽东、刘少奇等湖南革命先辈为原型的卡通形象，或以湖南红色景点为背景的纪念品等。提供多样化的文创产品，满足不同消费者的需求。例如，可以开发红色文化相关的书籍、邮票、明信片、纪念币、服饰等，让消费者有更多选择。建立多个销售平台，方便消费者购买。例如，可以在旅游景区设置专卖店，与当地商场、超市等合作设立专柜，开设网上商店，参加各类展览和博览会等。提供优质的服务，提高消费者满意度。例如，可以提供个性化的定制服务，设立售后服务中心，定期收集用户反馈并进行改进。

结束语

总而言之，结合文旅融合下湖南文化创意与红色旅游产业实际情况来看，在这一背景下，通过创建多方面发展的联动策略，运用协同创新达成湖南红色旅游文创产品开发系统性，进而为湖南红色旅游产品探索出系统性推广路径，明确湖南红色文化内涵，创新当前湖南旅游纪念品同质化情况，达成红色文化传播，久而久之，湖南红色旅游综合效益也会稳步提升。

参考文献：

- [1]沈梦勋,李芷欣,周璇等.乡村振兴背景下红色文化与古镇旅游融合发展研究[J].南方农机,2023,54(19):108-111.
- [2]侯玉婵.文旅融合背景下山西红色旅游资源的开发模式分析[J].商业经济,2023(10):141-143.
- [3]王文华.文旅融合背景下非遗旅游文创产品开发研究——以甘肃省庄浪县为例[J].旅游纵览,2023(05):123-125.
- [4]尹梦茹.文旅融合背景下旅游院校图书馆文创产品开发的思考[J].河南图书馆学刊,2022,42(12):58-60.
- [5]孙境泽,朱晓惠,董雨晖.文旅融合背景下非遗旅游手工艺类文创产品开发研究[J].旅游与摄影,2022(09):44-46.
- [6]李晔.文旅融合背景下的甘南旅游文创产品开发策略研究[J].明日风尚,2021(18):176-178.

基金项目：2022年度湖南省教育厅科学研究项目《文旅融合背景下湖南红色旅游文创产品开发策略研究》（青年项目22B1108）

作者简介：刘江（1986-），男，汉族，山东潍坊人，讲师，硕士，主要研究方向：文化创意与产品创新设计。

彭甫（1973-），男，汉族，湖南长沙人，讲师，博士，主要研究方向：传统文化研究与创新