

红色文化品牌背景下小岗村红色旅游研究

文珂曹旭

(安徽工商职业学院,安徽 合肥 231131)

[摘要] 品牌是旅游目的地特色的集中体现,是游客做出选择的重要依据。本文以安徽省凤阳县小岗村为例,通过文献研究、调研了解等形式,了解其红色文化品牌特征,分析其红色文化品牌转化中的成效及矛盾问题,提出进一步明确红色文化品牌定位,将红色文化品牌与美丽乡村、生态农村建设以及旅游要素提升相结合的策略,以期小岗村红色旅游产业发展提供借鉴。

[关键词] 红色文化;品牌;红色旅游;小岗村

[中图分类号]

[文献标识码] A

[文章编号] 1674-7909(2020)29-62-3

DOI:10.19345/j.cnki.1674-7909.2020.29.034

安徽省凤阳县小岗村作为我国农村改革的发源地,在全国范围内享有极高知名度。近年来,随着全国红色旅游的兴起和发展,小岗村也在聚力打造自己的红色旅游产业。在此进程中,有效发挥小岗村红色旅游资源独具特色的品牌效益,将更好地助力其旅游产业形成竞争优势。

1 红色文化品牌与红色旅游概述

品牌的概念出自营销学,如今被广泛应用于各个领域。品牌建设之所有越来越受重视,是因为其可以帮助产品提升竞争力,带来巨大的经济以及社会效益^[1]。红色景区的红色文化品牌建设,目的在于围绕该旅游景区打造独具特色的旅游文化环境,增加景区核心竞争优势,提高红色旅游景区的知名度和吸引力。红色旅游是以红色纪念地、标志物、实物为载体,以革命历史、事迹和精神为内涵的旅游活动^[2]。在我国的大力支持下,国内红色旅游市场发展迅猛,各类红色旅游景区如雨后春笋般涌现,让游客有了更多的选择。与此同时,各个景区之间形式、内容趋同现象严重,给游客造成了审美疲劳。因此,基于景区的红色文化背景,打造独具特色的红色文化品牌变得尤为重要。

2 小岗村红色文化品牌概述

2.1 小岗村红色文化品牌的形成

小岗村,位于安徽省凤阳县东部。1978年冬,18名小岗村民托孤求生、立誓为盟,冒着风险,在土地承包责任书按下手印,分田到户,实行大包干。1988年,小岗村整个生产队粮食产量达到6.65万kg,改革探索取得巨大成功。于是,小岗村改革模式迅速推向全国,带动全国范围内的农村改革工作,结束了多年来农村土地经营效

率低下、农民生活水平提升缓慢的局面。小岗村大包干是我国改革开放伟大探索的重要组成部分,这场由十几位农民发起的、自下而上的农业改革与1978年以来在我国实施的其他改革一道促成了我国全面改革开放的良好局面。

2004年以来,小岗村在以沈浩为代表的一批时代先锋带领下,重整行装再出发,又一次踏上改革发展的快车道,成为全国建设新农村的引领,塑造形成了“沈浩精神”等新的时代精神。2016年4月,习近平在安徽省视察中指出:“在小岗村大包干等农业生产责任制基础上形成的以家庭承包经营为基础、统分结合的双层经营体制,是我们党农村政策的重要基石。”^[3]2018年12月,在全国纪念改革开放40周年大会上,小岗村“大包干”带头人被评为改革开放接触贡献者,小岗村对全国改革开放工作的重要贡献再次得到了肯定与褒扬。

2.2 小岗村红色文化品牌的内涵特征

2.2.1 敢闯敢试、敢为人先。1978年,小岗村18位村民冒着巨大风险按下手印,实行分田到户,体现了小岗村民探索精神、革命精神的可贵。陈列在“大包干纪念馆”里的18个红手印是我国敢闯敢试、敢为人先的改革精神的具体体现,其不仅在当时引领了全国农村改革,在我国全面深化改革进入深水区、关键期的今天,这种精神依然熠熠生辉,具有很强的现实意义。

2.2.2 改革只有进行时,没有过去时。20世纪八九十年代受各种因素影响,小岗村改革发展进程出现迟滞问题,因此召来了诸多质疑。但英雄的小岗村人民没有动摇和懈怠,在沈浩等带头人的引领带动下,再次踏上了改革奋进的新征程,并迅速改变了村中的落后面貌。在此奋斗过程中,凝聚形成了以“沈浩精神”为代表的新的时代精神,进一步丰富了小岗村红色文化品牌内涵。

基金项目:安徽省旅游人才培养示范基地开放课题“不忘初心——安徽省红色旅游创新发展研究”(2019LYJD04)。

2.2.3 农村改革的先进代表和精神高地。小岗村的红色文化资源集中展示的是改革开放时期的农村改革故事,从形成历史时期、形成过程、红色内涵以及发展性、丰富性等方面,均与全国其他红色文化资源有很大不同。差异化的红色文化品牌为小岗村的红色旅游开发提供了独特的资源优势,且随着新时代新农村建设的持续深入,小岗村这一全国农村改革的精神高地将具备更加丰富的时代内涵,成为我国红色旅游的重要目的地。

3 小岗村红色文化品牌转化效果

小岗村是我国农村改革的发源地,在全国范围内具有极高知名度^[4]。这一特色鲜明的红色文化品牌,加之小岗村优美的自然环境,为小岗村发展红色旅游产业创造了有利条件。近年来,小岗村抓住机遇,加大投入,大力推动红色文化品牌转化为经济发展优势,先后完善了大包干纪念馆、当代农家、村文化广场、葡萄采摘园以及高效生态农业示范园等村内景点建设,发展成为了国家4A级旅游景区、国家红色经典景区,被列为安徽省20条最美乡村旅游项目之一。同时,小岗村积极争取各级产业政策扶持,先后挂牌成为沈浩精神起源地、全国研学旅游示范基地和全国干部培训教育基地。目前,每年有100余万人次到小岗村参观见学、休闲旅游,为村中带来经济收入上亿元。小岗村较好地实现了红色文化传播与经济效益之间的有机统一。

虽然当前小岗村红色旅游产业蓬勃发展,并取得了良好成效。但通过对当地游客的调查了解发现,其旅游满意度仍有很大提升空间,问题主要集中在总体印象一般、景点特色不够突出、卫生条件不好、交通不便等方面。以上问题的存在,对小岗村红色旅游保持竞争优势、实现长远发展造成了不利影响,因此需引起高度重视,并采取针对性举措提升游客的旅游体验。

4 基于红色文化品牌促进小岗村红色旅游产业发展的策略

4.1 以红色文化品牌引领旅游产业发展规划

要想做大做强旅游产业,则需对区域内的各类资源进行系统性的规划配置,使各类资源向统一的旅游产业规划聚集靠拢、错落配置,以便形成整体效益。小岗村红色资源独特、品牌竞争力强,且相关产业基础已初具规模,形成了一定的知名度。因此,小岗村在旅游产业发展过程中,要牢牢把握红色文化品牌特色,坚持以红色旅游产业布局为中心、其他形式旅游产业为补充的综合发展模式;要将区域内的红色资源、生态资源、民俗资源等各类优质资源围绕红色旅游各要素拓展配置,将小岗村及周边区域打造成一个新的红色旅游景区和休闲旅游目的地,努力营造良好的红色文化传播氛围、休闲娱乐氛围,

构建具有鲜明小岗村特色的红色旅游产业链,促进当地的红色文化优势更好地转化为旅游产业优势和经济社会效益。

4.2 将红色文化品牌与美丽乡村建设相结合

小岗村红色文化的来源是小岗村民对幸福生活的美好向往和勇敢追求。开发利用小岗村红色文化品牌,必须要以提高村民物质文化生活水平为根本目的,只有这样,才能更好地实现形式与内容的统一,更好地体现红色文化品牌的本质内涵。因此,发展小岗村红色旅游产业必须要与当地的美丽乡村建设紧密结合。在开发建设红色旅游产业的同时,要一并规划推进村内外及周边的基础设施建设、综合环境治理、乡土气息保护,特别是提升村民生活水平等工作。以区域环境的整体改善和村民的良好精神面貌保障红色旅游产业健康发展,同时又以红色旅游产业健康发展助力美丽乡村建设,实现资源效益良性循环,推动红色旅游产业与美好乡村建设协调发展。

4.3 将红色文化品牌与绿色生态建设融合

小岗村红色旅游产品有别于全国其他红色旅游产品,其特别之处在于与农村农业紧密相关。因此,在拓展丰富小岗村红色旅游产品内容、提高游客满意度、获得感方面,可在保持红色资源精神传承意义基础上,大力融入乡村绿色生态建设成果;探索将红色文化的丰富内涵以绿色生态的方式予以展现,并增加相关的体验式旅游项目,如采摘水果、操作水车、种植庄稼等。通过红色思想教育与绿色旅游体验互动融合,从而实现利用红色文化品牌知名度吸引游客、聚集游客,用绿色生态体验项目的丰富性和娱乐性满足游客好奇心以及休闲娱乐需求的整体目的,促使游客在旅游中获得充分的体验与收获,进一步打造小岗村红色旅游产品优势,实现红色旅游健康发展。

4.4 将红色文化品牌建设与旅游要素提升相结合

食、住、行、游、购及娱是旅游活动的六要素。要想提升游客对旅游目的地的满意度以及发挥旅游产业对当地经济发展的辐射带动作用,需在6个基本要素上做足文章。传承是红色文化生存和发展的基础,创新则可为其注入不竭的动力^[5],首先,要做好红色文化品牌的传承和创新,满足游客游览和娱乐的需要。小岗村孕育形成的“大包干”精神、“沈浩精神”等意义重大、影响深远,但如果仅仅以通过展览馆的方式呈现,会过于死板,难以全面阐释2种精神的丰富内涵。因此,要加大探索创新力度,力争将2种精神与当地的花鼓文化等进行有机结合,将景区的红色文化内涵以话剧、歌舞等生动形式展现出来,充分满足游客的精神消费需求。其次,要丰富红色旅游内容,增加旅游过程中的娱乐性。例如,可在村庄中配套建设休闲农庄、特色农家乐、乡村庭院以及各种附带乡土

(下转第65页)

一名培训学员不可以在3年内再次参加培训,这就给招生带来了很大的困扰,因为很多参加培训的学员都是老学员。其次,培训时间不够灵活。在贵州省新型职业农民培训中,农业技能和社会服务型职业农民培训时间仅为20 d左右。不同群体对培训时间持不同态度,部分积极性不高的,担心培训会耽误农活,希望时间可以缩短培训时间;大部分学员则认为培训时间应为3~5 d。最后,每个班学员的年龄层次和文化程度不同,学习资质和接受知识的能力不同,当顾及大多数年龄较大而文化基础薄弱的农民时,年轻且文化程度较高学员的需求则得不到满足,导致他们的参与积极性降低,并造成教育资源浪费。

4 加强铜仁市新型职业农民培训的建议

4.1 转变农民思想观念,提升农民素质

政府部门需要加强开展宣传活动,改变农民的思想认识。地方相关部门可以联合地方电视台做专题采访和报告,组织当地的农民参与新型职业农民培训,培训后学员可以交流参加此次培训的感受,让这部分学员可以感受到新型职业农民培训的重要意义。例如,2018年10月18日,陕西省西安市阎良区农林局组织工作人员利用集会时机,对新型职业农民培育政策进行大力宣传,工作人员对前来咨询的群众就培育新型职业农民的重大意义、培育类型、政策等方面做耐心讲解,并对招生宣传、培育对象遴选、信息采集等方面进行详细说明,现场为群众发放资料50余份。集会的宣传方法比较适合偏僻的农村,当地政府可以通过这种方法与当地村民进行交流,提高

新型职业农民培训项目的宣传力度。另外,在宣传活动中要多宣传一些具有正能量的观念,转变农民的传统思想,提高农民参与培训的积极性,进而提升其农业生产经营能力。

4.2 完善培训体系

新型职业农民是18~55周岁、具有一定的专业技能和经营能力、家庭收入以农业生产为主的农民。新型职业农民概念的提出,意味着“农民”是一种自由选择的职业,而不再是一种被赋予的身份。因此,可以适当放宽新型职业农民的报名资格,年龄原则上为18~60周岁,特别优秀的可适当放宽年龄限制;初级新型职业农民必须具备初中(含初中)以上文化程度,中级应具备高中或农科中专(或同等学历)及以上学历,高级应具备大专(或同等学历)及以上学历,产业规模大、效益突出、示范带动明显的可破格放宽学历要求。另外,在老学员选择上,实施学员可以在3年中参加3次不同类型的培训活动,或者每个区域有5%~10%的名额可以重复参加、自由选择想参加的课程,给予农民更多的选择机会,并在一定程度上解决“招生难”的问题。同时,在培训过程中,培训教师需要根据学员的学习能力和基本素质分档次进行培训,如果个别地区的培训资金比较紧张可以先培训重点培训对象,再由这些学员带动其他学员参加培训。对于返乡创业的中高职毕业生,可以以“高等教育”培训方式对这些学员进行集中式培训。之后这些学员可以成为培训活动的带头人,带动其他学员参加培训。对于一些基础比较差的农民,可以先进行短期培训。对于培训课程,需针对不同资质和不同经历的学员针对性设置课程内容。

(上接第63页)

气息的体验项目等,促使游客游得开心、玩得尽兴。最后,要搞好基础设施和配套设施建设,如旅馆、餐厅、停车场、公共卫生间、指示标志、农产品交易市场以及来往附近城市的公共交通工具等,以充分满足游客吃、住、行和消费需求,使游客在游玩过程中感到有意义、有收获、有快乐。

5 结语

成功的品牌能够有效提升产品吸引力和附加值。因此,小岗村在发展红色旅游产业的过程中,要注重基于红色文化特点的品牌建设,努力将小岗村改革开放以来积累形成的红色文化品牌与美丽乡村、生态农业等进行有机结合,从而不断丰富红色文化的展现形式,形成以红色

旅游带动旅游产业、以旅游产业带动区域经济社会发展的良好局面。

参考文献

- [1]王诗琪.关于吉林满族乌拉街特色旅游品牌建设[J].吉林化工学院学报,2017(10):16-18,32.
- [2]郑赤建,李亚钦.红色旅游游客满意度影响因素实证研究:以韶山、井冈山、西柏坡、延安等红色旅游景区为例[J].湖南财经高等专科学校学报,2010(4):27-29.
- [3]王桢.中国农村改革的第一步[J].湘潮,2017(11):36-40.
- [4]韩峰.小岗村体验式旅游产品开发研究[J].佛山科学技术学院学报(自然科学版),2017(2):58-60.
- [5]饶志华,晏志伟.红色文化品牌创建中的问题及对策探讨[J].南昌师范学院学报,2015(1):37-40.