

基于游客体验的绍兴红色旅游优化路径

余伊婷

浙江越秀外国语学院，浙江绍兴，312000；

摘要：绍兴作为历史文化名城，近年来红色旅游迅速发展。本文从游客体验的角度出发，提出优化绍兴红色旅游的路径。具体而言，需要改善基础设施与服务，优化交通和导览服务。要增强游客参与度与互动性，设计更多体验项目、个性化服务等。需要丰富文化展示手段，利用VR、AR等技术提升展示效果。还要整合线上线下资源，发展数字化平台并加强社交媒体互动。上述这些措施将有助于提升绍兴红色旅游的吸引力和游客满意度。

关键词：绍兴；红色旅游；游客体验；优化路径

DOI：10.69979/3029-2700.24.6.016

1 引言

随着红色旅游的兴起，浙江省绍兴市作为一个历史文化名城，其丰富的红色旅游资源也吸引了大量游客。然而，在游客体验日益受到关注的背景下，绍兴的红色旅游仍面临一些亟待解决的问题，为了促进红色旅游的可持续发展，提升游客的整体体验，亟需采取一系列优化措施。文章将分析游客体验的关键因素，并基于此提出绍兴红色旅游的优化路径，旨在为相关部门提供参考。

2 绍兴红色旅游发展的现状分析

绍兴作为中国历史文化名城，不仅以丰富的文化遗产而著称，还因其深厚的红色文化背景，成为近年来红色旅游的重要目的地。绍兴拥有大量的红色旅游资源，尤其是与革命历史和文化相关的遗址和纪念地。其中，鲁迅故居作为中国现代文学的发源地之一，吸引了大量文学爱好者和游客。谢晋文化园则是以新中国的著名导演谢晋的生平事迹为主题，展示了中国革命时期电影和文化的精神。红色遗址不仅承载着革命历史的记忆，也为游客提供了了解中国近现代历史的机会。绍兴的红色旅游路线和景点布局方面，“红色教育基地”和“红色文化体验区”之间的连接，使游客可以通过一条条特色鲜明的线路，深入了解该地区的革命历史。例如，从鲁迅故居到绍兴革命烈士陵园，再到谢晋文化园等地，形成了多样化的红色旅游路径，满足不同游客的需求。

尽管绍兴的红色旅游资源丰富，但在发展的过程中也暴露出一些问题。首先，基础设施建设不完善，成为制约红色旅游发展的瓶颈。目前，部分景点的交通不便，游客到达这些遗址时，常面临时间和交通成本的双重挑战。导览服务的形式也过于传统，智能化和多语言的导

览系统尚未普及，导致非中文游客的参观体验受限。其次，游客的参与度和体验深度仍然不高。大多数游客参观红色遗址时，往往只是停留在观光和拍照层面，缺乏与历史和文化的深入互动和感知，这种浅层次的体验模式，导致红色旅游的教育意义和文化传播作用未能得到充分发挥。最后，绍兴的红色文化内涵展示方式较为单一，缺乏创新。传统的文字、图片和讲解模式，逐渐无法满足现代游客对多元化、互动性强的文化体验需求^[1]。

3 游客体验优化的理论及关键因素

游客体验是游客在旅游活动中所获得的综合感知，包括情感、认知和感知层面的多维度体验。具体而言，感知体验指游客在旅游过程中通过五官（视觉、听觉、触觉、嗅觉和味觉）感受到的直接印象。例如，景区的自然景观、历史遗址的气氛、导览的音效等，都会直接影响游客的感知。情感体验是指游客在旅游过程中产生的情感反应，比如激动、敬畏、感动等，这种体验往往与景点的历史文化背景、与游客的个人情感共鸣密切相关。认知体验则是指游客通过学习、了解和思考，在旅游过程中所获得的知识与信息，这种体验是对景点历史文化的认知与理解，能增强游客的参与感和满足感^[2]。

为了优化游客的整体体验，需要关注下列关键因素：一是场景设计与氛围营造。通过细致的场景布置、历史元素的还原以及环境的巧妙搭配，可以有效提升游客的情感体验。例如，在红色旅游中，合理利用音效、灯光、复原场景等方式，可以让游客身临其境地感受到历史事件的氛围，激发情感共鸣。二是信息传播和文化遗产的创新形式。随着科技的发展，虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术的运用，为游客提供了更加丰富的互动体验，通过这些创新形式，游客不仅可以更直观地了解

红色历史，还能在互动中加深对文化的理解和认同。三是服务质量与个性化体验。个性化的服务不仅能满足游客的不同需求，还能让游客在旅游过程中感受到被重视和照顾。例如，提供定制化的红色旅游路线、安排专属导览员、推出定制化纪念品等，都能增强游客的参与感和归属感。提升服务质量，尤其是细致周到的服务，可以大大提升游客的满意度和忠诚度。

4 基于游客体验的绍兴红色旅游的优化路径

4.1 改进基础设施与服务

为了提升绍兴红色旅游的整体体验，改善基础设施和服务质量是不可忽视的基本措施。基础设施的提升，能够优化游客的游览过程，增强游客对景区的满意度和归属感。具体包括：第一，优化交通路线，提升游客的便捷度和舒适度。可以与当地公共交通部门的合作，增设红色旅游专线巴士，尤其是连接主要红色遗址和文化景点的交通路线，确保游客能够轻松便捷地从一个景点移动到另一个景点。对于自驾游游客，可以考虑在重要景点附近设立更加合理的停车区域，并且提供指引标识清晰的道路系统。考虑到游客的舒适度，在交通工具的选配上应注重舒适性，包括提供空调、舒适座椅等，提升游客的出行体验。第二，完善导览服务，增加智能导览系统和多语种支持。随着科技的进步，传统的人工导览服务逐渐无法满足游客日益增长的需求，尤其是对于多语言和个性化服务的需求。推广智能导览系统，可以帮助游客在参观过程中更加便捷地获取景点信息。通过导览设备或者手机 App，游客可以在任意时刻了解景点的历史背景、文化内涵，还能获得实时的导航和推荐。智能导览系统的互动性和灵活性，将极大地提升游客的体验感。此外，考虑到绍兴作为国际化旅游目的地的潜力，提供多语种导览服务也非常必要，通过在导览系统中加入英语、日语、韩语等外语支持，可以满足更多外国游客的需求，消除语言障碍，让他们更好地了解红色文化。对于部分具有特殊需求的游客，比如老年游客或行动不便的游客，设置语音导览、手语翻译等辅助功能，也将提升其参与感和满意度。

4.2 关注提升游客参与度和互动性

提升游客的参与度和互动性，是提高红色旅游吸引力和教育效果的重要手段。与单纯的观光式游览相比，通过富有创意和互动性的活动，可以使游客更加深入地了解红色文化，增强情感认同，同时也提升了旅游的教

育意义和文化价值。具体措施包括：第一，设计更多的互动性项目。互动性强的项目，能让游客以参与者的身份亲身体验历史，激发对红色文化的兴趣和情感共鸣。例如，红色文化体验活动可以设计模拟革命时期的场景，让游客参与到“革命者”角色中，亲身体验当时的生活和斗争。例如组织模拟抗日战争时期的演习，游客可以穿上军装、体验历史人物的艰难困苦，从中了解历史的厚重感和英雄精神。历史剧目演出也是一种极具吸引力的互动形式，通过专业的剧团或本地区演员的表演，游客可以在生动的舞台剧中感受红色历史故事，沉浸式地理解历史事件背后的深远意义，这类活动不提升了游客的情感体验，还能通过戏剧艺术形式为历史文化传播带来新的活力。第二，开发纪念品、文化产品的创意及个性化服务。游客对纪念品的需求，不仅仅是为了纪念旅行的经历，更是为了留住与文化相关的记忆。因此，开发有地方特色的纪念品和文化产品，既可以提高游客的参与感，又能增强文化的传承。例如，设计结合红色文化元素的文创产品，比如革命历史人物的雕像、纪念版书籍、红色标语的艺术海报等，这不仅符合红色旅游的文化氛围，还能让游客在购买纪念品的同时，更加深入地理解和思考红色文化。此外，提供个性化定制的文化产品也是一种创新方式。比如，可以根据游客的需求，提供定制化的纪念品或红色旅游路线图，将其旅行经历与产品结合，从而增强游客对该地文化的情感认同。第三，开设专题讲座、工作坊等。为了让游客更好地理解红色文化的深刻内涵，开设专题讲座和工作坊也是一个有效的途径。邀请历史学者、革命历史专家或红色文化传承人，向游客讲解历史事件和红色精神，能让游客获得更为深刻的知识体验。工作坊活动，比如书法、绘画、手工艺等，可以让游客亲手制作与红色文化相关的艺术品，这种实践活动增强了游客的参与感，能够帮助其从更直观的方式理解和体验红色历史。活动中，还可以通过团体参与或角色扮演的形式，增强游客之间的互动，进一步强化其归属感和共同体验的价值，形成强烈的集体记忆^[3]。

4.3 优化红色旅游文化内涵的展示方式

红色旅游的核心不仅在于景点的参观，更在于文化内涵的深度传递。为了使游客能够真正理解和感悟红色历史，必须在展示方式上进行创新，以更丰富、直观且富有感染力的方式，将红色文化的精神传递给每一位游客。具体策略包括：第一，深化红色文化故事的讲解。

红色旅游的文化内涵，多涉及革命历史、英雄人物和重大历史事件。为了深化红色文化的讲解，必须将地方特色与历史背景有机结合，打造具有地方特色的文化叙事。例如，可以根据绍兴本地的历史背景，深入挖掘与红色革命相关的地方故事。在讲解中结合本地的革命历史，比如绍兴与中国共产党早期历史的渊源，或者介绍鲁迅、秋瑾等人物如何在这片土地上进行革命活动，使游客更容易产生情感上的共鸣。同时，讲解员应注重与游客的互动，采取更具感染力的叙事方式，通过情境化的讲述，带领游客穿越时空，帮助游客更好地理解历史，也能让他们从更细致入微的角度体验红色革命的精神内涵。第二，借助多样化的展示手段。随着科技的进步，虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等沉浸式体验技术已经成为文化展示的重要手段，在红色旅游中运用这些技术手段，可以让游客获得更为生动、直观的历史体验，增强沉浸感和参与感^[4]。VR技术可以通过创建革命历史场景的虚拟模型，让游客身临其境地感受历史的脉动。例如，游客戴上VR眼镜后，可以“走进”历史的战场、革命会议室或烈士纪念馆，通过与虚拟场景的互动，重温历史的重要时刻。AR技术则可以通过手机或AR眼镜将虚拟内容与现实景点结合，提供更多互动性的内容。例如，在参观红色遗址时，游客通过AR技术能够看到历史人物的虚拟影像出现在眼前，或是通过智能设备查看历史照片、战争场景等。

4.4 整合线上线下资源

随着信息技术的不断发展，线上线下资源的整合，已经成为提升旅游体验和推广红色旅游的重要手段。具体策略包括：第一，发展红色旅游的数字化平台。建设一个集红色旅游信息发布、在线预订、虚拟参观等多功能于一体的数字化平台，这一平台能够为游客提供便捷的在线查询和预定功能，还能提高景区的管理效率^[5]。在线预订功能的引入，可以让游客提前规划行程，减少景区门票购买排队的麻烦。数字平台还可以提供景点的实时信息更新，包括开放时间、活动安排等，确保游客能及时获取准确的旅行信息。虚拟参观功能则通过360°全景视图或VR技术，让无法到达现场的游客也能够在网上体验到绍兴红色景点的魅力。平台还可以通过数据分析，收集游客的行为和偏好，帮助景区根据游客需求定制更加个性化的服务和体验内容，为未来的旅游产

品优化提供依据。第二，借助社交媒体平台，增加游客互动。利用微博、微信、抖音等社交媒体平台，绍兴红色旅游可以更加直接、广泛地与潜在游客互动，从而提升其知名度和影响力。景区可以通过社交媒体平台，发布红色旅游的最新动态、活动预告和优惠信息，吸引更多游客关注。例如，定期发布红色旅游的背景故事、革命历史小知识、游客的精彩游记等。还可以组织线上话题和挑战活动，比如“红色记忆”分享活动，邀请游客通过文字、图片或视频分享自己的红色旅游体验，并通过奖品等激励措施吸引更多游客参与。利用社交媒体的即时性和传播性，景区还可以通过直播等形式，让更多人在线上参与到红色旅游的活动中。比如，可以通过直播方式带领游客“云参观”红色景点，实时解说历史文化，吸引观众的参与和讨论，进一步扩大景区的影响力。

5 结语

总之，绍兴的红色旅游蕴含着丰富的历史文化内涵，是游客了解革命历史和文化的窗口。通过改善基础设施、提升游客参与感、创新文化展示方式，以及整合线上线下资源，可以大大提升游客的整体体验，增加其对绍兴红色旅游的认同感和归属感。通过持续创新和优化，绍兴红色旅游将不仅仅成为旅游观光的目的地，在未来吸引更多游客，更将成为传播红色文化、教育后代的重要平台。

参考文献

- [1] 钟茗兰. 文旅耦合背景下绍兴红色文化旅游开发路径研究[J]. 美与时代(城市), 2023(02):117-119.
 - [2] 郭婉, 赵东阳. 基于游客体验的红色旅游资源开发研究[J]. 旅游纵览, 2023(02):93-95.
 - [3] 褚米兰. 文旅融合下绍兴曲艺创演与地方红色文化传承发展的若干思考[J]. 曲艺, 2021(10):45-47.
 - [4] 刘德光, 张洁. 红色旅游氛围对游客忠诚度的影响研究[J]. 科学决策, 2023(10):230-241.
 - [5] 刘倍利. 基于游客体验的牡丹江市红色旅游产品开发研究[D]. 黑龙江省: 牡丹江师范学院, 2022.
- 作者姓名: 余伊婷, 1996年11月, 女, 浙江省绍兴市, 汉族, 硕士研究生, 职称: 助教, 研究方向: 旅游管理; 红色旅游
- 2021年浙江越秀外国语学院校级科研项目《基于游客感知价值的绍兴红色旅游吸引力研究》N2021041