

# 充分发挥红色资源育人功能 释放强大凝聚力感召力

今年是新中国成立 75 周年，刚刚结束的国庆假期，红色旅游格外红火。多地精心挖掘红色资源，创新开展形式多样的活动，让人们在游览中感悟榜样力量、传承红色基因、厚植家国情怀。

放眼全国，北京香山公园依托园内八处革命旧址推出“思政学堂新空间”“主题课堂新展览”，为游客送上“新”意满满的爱国游活动。上海交通大学闵行校区启动以“探索大国重器·体验中国力量”为主题的红色文化徒步活动，吸引数百名来自中西部的交大新生和数百个上海家庭参与，在参观学习中重温中国力量，激荡爱国豪情。在福建，上杭古田景区推出红色微剧场，红色文化剧目、客家文化剧目精彩上演，带给游客别样的精神滋养和思想启迪。

近年来，红色旅游热持续升温。《中国红色旅游发展报告（2023）》显示，全国红色旅游接待人数已突破 20 亿人次，红色旅游市场规模接近万亿元。红色旅游高人气，折射出红色文化蓬勃活力。

红色是中国共产党、中华人民共和国最鲜亮的底色。红色资源是我们党艰辛而辉煌奋斗历程的见证，是最宝贵的精神财富。习近平总书记在全国教育大会上强调，注重运用新时代伟大变革成功案例，充分发挥红色资源育人功能，不断拓展实践育人和网络育人的空间和阵地。此前，文化和旅游部、教育部等五部门联合印发《用好红色资源

培育时代新人 红色旅游助推铸魂育人行动计划（2023—2025 年）》，提出“力争用三年时间，针对青少年在全国打造百堂红色研学精品课程，推出千条红色旅游研学线路，开展万场红色旅游宣讲活动，覆盖上亿大中小学师生”。这为我们做好红色文化育人实践，更好传承红色基因提供了有力指引。

伴随红色旅游发展壮大，新看点、新亮点频现。江西瑞金用心打造“编竹编”“打米粿”等研学体验项目，湖南韶山先后推出《万里长征》《中国出了个毛泽东》《梦回韶山》等大型实景教育剧目，江苏常熟借助沙家浜革命历史纪念馆打造爱国主义教育基地……这些创新探索为红色文化育人不断注入新的丰富内涵，拓展了立德树人的实践空间，在潜移默化中让更多人受到熏陶，得到收获。更好发挥红色资源的时代价值和铸魂育人功能，需要我们持续加强红色资源的整合、统筹与转译，绵绵用力，让红色资源“活起来”“火起来”，不断增强红色资源育人实效。

深入挖掘阐释，增强红色资源吸引力。文化内涵是红色资源的灵魂。只有深挖其精髓，揭示时代价值，红色资源才能展现更大吸引力、释放更强凝聚力。这要求我们加强对红色资源的理论研究和阐释，加强跨学科合作，从多学科多角度考据和诠释红色资源，深入挖掘其内涵。加强实证研究，充分利用资料搜集、田野调查和口述历史收集等方式，对红色文化资源进行系统且精细的梳理，如此，才能为充实红

色资源展示内容、创新展出方式拓展空间，为发挥红色资源育人实效提供有力支撑。

创新传播形式，增强红色资源感染力。让红色文化更好抵达人心，就要顺应并贴合人们信息接收偏好和心理，用心进行红色资源的传播和呈现。要主动拥抱新技术，推动红色文化资源的数字化，善用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、大数据等技术，积极创设沉浸式体验场景，营造多感官游览氛围，强化互动性、参与感，增强人们的情感体验和价值认同。

线上线下联动，增强红色资源感召力。多管齐下，丰富红色资源展现形式，深化传播内容。新媒体具有便捷及时、覆盖面大等优势，要积极打造自媒体传播矩阵，充分利用短视频、直播等形式，转化话语表达，创新讲故事的方式，让红色文化以更鲜活、更直接的方式传递给公众。同时，坚持差异化策略，面向青少年群体用心打造红色资源特色育人品牌，持续丰富红色文化内容供给，让红色研究更有趣有益，让红色文化的魅力为更多人所感所知。

值得一提的是，红色科技文旅也掀起了一股新的热潮。一些国家重大科学与工程充分彰显了国家科技飞速发展的伟大成就，凝结了奋斗不息的精神，是重要的红色资源，理应充分发挥其宣教功能，打造其成为新时代红色精神育人载体。在位于贵州平塘的“中国天眼”，游客们纷纷前来一睹大国重器的风采，践悟科学家精神；在天文体验馆，了解中国天文学的发展历程，观看“中国天眼”模型，沉浸式学习天

文知识，用心体会科技的快速发展和进步，为塑造科学求索的坚毅品格和民族自信心增添助力。（via 光明日报）

## 让红色故事“打开”讲述新方式

随着“团长”一声令下，游客们与演员一拥而上攻入城门，夺回被敌军占领的县城……近期，山东临沂一景区“跟着团长打县城”沉浸式影视体验项目火了，网友直呼“这才是最适合中国人的Cosplay”。

趁着节假日来一趟红色之旅，赓续红色血脉、厚植家国情怀，成为不少群众的出行选择。刚过去不久的国庆假期，国内红色旅游日均订单量同比增长四成。这契合了广大群众日益常态化、多样化、品质化的旅游消费需求，也为地方经济发展和文旅产业发展注入了新动力新活力。根据《中国红色旅游发展报告（2023）》，全国红色旅游接待人数已突破 20 亿人次，红色旅游市场规模接近万亿元。

区别于传统的打卡红色地标、观看红色展览、聆听先烈故事等方式，如今丰富多彩的互动式体验，成为越来越多游客“种草”红色景点的重要原因。比如，有地方开展的“红色探秘”亲子寻宝之旅活动，让不同年龄段游客更加真切地感受革命历史文化；有地方形成了“盖章打卡”新玩法，让游客通过收集印章的方式将文物“带回家”；还有的参照红色电影里的情节和布置，开启了“NPC”沉浸式游览模式……可以看出，随着国内红色旅游发展环境日益优化，红色旅游供给体系日益完善，红色故事“打开”了讲述新方式，激发出更大吸引力和感染力，让当地红色资源所蕴含的独特魅力和深厚内涵更为人所知。



当然，一些红色旅游产品和服务仍存在形态单一、管理机制不健全、精细化管理有待提升等问题。对此，从“用好红色资源”写入党的二十大报告，到文旅部公布一批全国红色旅游融合发展试点单位，再到支持促进革命老区多措并举加快发展……无论是政策顶层设计还是各地各部门积极推动，都让红色旅游高质量发展获得难得契机。这不仅反映出社会各界对历史和文化的关注度提升，而且有助于推动红色文化时代化、具象化表达。此次火出圈的临沂，正是红色旅游融合发展试点之一，其经验做法具有借鉴意义。

值得注意的是，红色旅游，“红”是底色。作为一种特殊的旅游形态，红色旅游在传播中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化方面发挥着重要作用。因此，既要注重经济效益也要注重社会效益，既要积极主动开发也要科学合理利用。在这一过程中，要避免盲目“抄作业”，因地制宜创新形式、开发旅游项目，推出符合大众多元化需求的产品和服务，避免千篇一律。同时，也要警惕走向“低级红”，坚决守住历史真实性和严肃性的原则，防止过度娱乐化、低俗化，消解红色教育的重要意义。

最新消息显示，上述景区已经发布限流公告称，预约售票数量已达景区最大承载量。这一定程度上也提醒我们，“泼天富贵”面前，红色旅游更应保持克制和理性，做好红色文化底蕴的深度挖掘以及红色旅游资源的适度开发、利用，培育好红色旅游精品项目，方能让红色旅游“长红”。（via 南方日报）

## 消费测评要公平诚信

一年一度的“双 11”网购促销已拉开序幕，中国消费者协会近日发布消费提示，提醒消费者理性看待商品测评类营销信息，切勿迷信“种草”流量，并敦促第三方测评营销主体应恪守公平诚信原则。

近年来，随着商品种类的极大丰富和商家营销包装手段的日益多元，为了避免“踩坑”，快速筛选出更适合自己的商品，很多消费者养成了下单前看测评的习惯。这种需求反过来也推动了消费测评市场的快速发展。不过，从实践来看，在利益的驱使下，一些消费测评逐渐“跑偏”“变味”：有的名为消费测评实为“商测一体”，即一边搞测评一边卖产品，这就容易让测评的公正性打了折扣；有的借测评之名夸大产品功效，大搞虚假宣传……这些问题都在一定程度上影响了消费者的知情权和选择权，也对市场秩序造成了破坏。

现行法律法规对于消费测评也有明确要求。《互联网广告管理办法》规定，通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务，并附加购物链接等购买方式的，广告发布者应当显著标明“广告”。这就清晰划定了一般消费测评行为与广告的界限。也就是说，只要在消费测评类内容中附加了购买方式，就构成互联网广告，应当显著标明其广告属性，并遵循互联网广告相关法律法规，而不是以消费测评之名行广告营销之实，却又不承担与之相对应的法律责任。

没有规矩，不成方圆。作为消费者组织的中消协发出消费提示，既是对消费者的善意提醒，也是在表达对消费测评从业者的期待。客

观而言，无论是纯粹的消费测评，还是以消费测评形式推广商品，都对促进消费者理性决策、丰富商品服务营销形态具有积极作用。但只有恪守公平诚信原则、守住法律底线，才能让好的商业创意和创新的商业模式真正实现良性发展、可持续发展。（via 法治日报）



## 第三方测评不能成为“灰色生意”

“买东西前看测评”如今已成为许多消费者的日常习惯。了解其他人的真实使用体验后，不少“选择困难”的消费者不再纠结，购买前后的预期落差也被“治”好了。然而，却有个别商家盯上了第三方测评拥有的话语权，意图把测评变成自家产品的广告，甚至是攻击竞争对手的武器。近日，苏州一法院就披露了一起测评公司“捧一踩一”的典型案例，最终裁定其存在虚假宣传，引发广泛关注。

从案情经过来看，测评公司的套路主打一个“绵里藏针”“浑水摸鱼”。其选取市面上8个品牌的防晒衣进行对比，看似公正客观，实则暗中推广有利益关系的品牌，并暗贬竞争对手的产品，有意引导消费者做出选择。尽管违法情节尚不严重，但测评文章使用的相关数据缺乏科学性和可靠性，片面披露信息误导消费者，因而被认定为虚假宣传。这一判决具有典型意义，一方面在合理范围内维护了竞争秩序，另一方面对“第三方测评”这个新兴领域提供了可参照的司法规范。

消费者为何青睐第三方测评？网络空间信息冗杂，各路广告“堆叠滤镜”，不少人无暇了解真实情况；产品型号和功能五花八门，折扣和红包迷惑性强，消费者很难做到按需选购；加之网络购物作为重要的消费渠道，存在一定试错成本。第三方测评的出现，提供了一种更为客观中立的“使用者视角”，确实帮助许多消费者买到了心仪的商品，也有助于维护良性的竞争秩序。如今，在社交平台上仍流传着

许多“选电脑攻略”“洗地机神帖”，颇有些“前人栽树，后人乘凉”的意味。

然而随着第三方测评的市场越做越大，参与者越来越多，部分测评也有向广告转变的趋势。有博主“分享种草”，实则与商家合作“拿提成”；有博主看似“拔草避雷”，亦是充当了网络水军的角色，变相攻击抹黑竞品。相比以直接推荐为主要形式的传统商业广告，此类手法更加隐蔽，却能在社交平台上获取较高的曝光度，帮助博主打造“权威”人设，避免人为限流。更有网友总结了这类“软广告”的规律：选取的品牌一定得多、知名度高的大品牌放在前面吸引用户点击、夹带的“私货”放在中间位置用大篇幅图文推荐……层层设套，让人防不胜防。

客观真实是第三方测评的“生命线”，亦是市场竞争的底线红线。以商养测、隐形拉踩，或是“既当裁判员又当运动员”，这些越界行为将第三方测评变成了一门“灰色生意”，更可能陷入恶性竞争的循环，失掉消费者的信任。“双11”临近，中国消费者协会10月14日就及时发布消费提示，敦促各“第三方测评”营销主体恪守公平诚信原则，同时引导消费者理性审视消费需求，切勿迷信“种草”流量。

消费市场的秩序需要我们共同维护，管住“夹带私货”的手，鼓励客观高质量的测评内容，方可让消费更加舒心放心。（via 南方日报）

## 病房“无陪护”，医护须更给力

患者轻轻一按床边的呼唤铃，专业护理员就能第一时间赶来，提供 24 小时不间断的专业医疗护理和生活照护……一段时间以来，全国不少地方着手探索建设“无陪护”病房，由医疗机构聘用数量适宜、培训合格的医疗护理员，为患者提供专业照护服务，受到患者及其家属欢迎。

拿看病就医这件事来说，如果有专业陪护，的确能省下不少时间和烦恼。从翻身喂饭上下楼到推拿按摩助康复，只有让专业人士做专业事，才能提高诊疗效率、加快患者康复。由专业护理员来提供 24 小时不间断的照护，既可以确保患者在看病住院期间享受到高质量救治，又能够“解放”家属，使其安心工作、放心陪伴。

从医院角度看，专业陪护让病房管理更加规范和高效，不仅有助于为患者营造安静舒适环境，也有助于提高医疗设备使用效率和病床周转率。特别是，以智能床旁系统、自动药物分发系统等先进高科技系统和设备为辅助，“无陪护”病房的护理效率和准确性远高于传统陪护模式。

长远看，实现无家属陪护或只陪不护，是大势所趋。随着人口老龄化、少子化的加速到来，老年人患病住院的情况越来越普遍，而其家属往往不能全身心陪护。对家属来说，全天候陪护固然可以彰显亲情，但也意味着工作生活无法正常开展。家属陪护本身如果不够专

业，对病人健康非但没有帮助而且可能造成损害。对少子甚至无子的家庭而言，家属陪护更是不切实际。

坚持人民至上、生命至上，是发展专业照护、建设“无陪护”病房的使命初衷。医疗护理员是医疗辅助服务人员之一，主要从事辅助护理等工作，需要具备一定的医学素养。目前，受过规范化培训的专业护理员相对不足。这就需要，完善多部门协同机制，加强护理队伍建设，推进护理员的规范化、标准化。只有加大人才供给和培训力度，提升护理人员的专业技能和职业素养，才能更好适应“无陪护”病房建设需要。

在照护服务方面，唯有不断优化服务、提高照护质量，才能把专人照护这件好事办好。比如，引入远程监护技术，方便家属随时联络患者、查看病房，能够让家属对治疗和医护过程更放心、安心。“无陪护”病房能否实现大发展，关键是优质服务提高患者家属的接受程度、信任程度。

作为一种全新的的医疗服务形式，“无陪护”病房的发展不仅需要医卫工作者付出不懈努力，也需要从体制机制上夯基筑底、树牢根本。明确专业护理员职责、权利、待遇，方能确保这一职业引得来、留得下有志人才。打通医保渠道，健全医疗纠纷处理机制，方能确保患者权益得到保护。让相关制度更周延、完善，便可以为“无陪护”病房模式的发展壮大提供有力护航。

有序推进“无陪护”病房建设，为患者撑起健康“保护伞”，为社会兜牢医护“保障线”，必能让更多家庭感受到温暖和关怀，不断提升人民群众的就医获得感和满意度。（via 人民网）



## 为无陪护病房注入人才动能

随着人口老龄化进程的加速以及人们健康意识的提升，医疗服务的需求日益多样化与精细化，为避免“一人生病全家忙”，目前全国不少地方开展无陪护病房服务，医疗机构可按需聘用数量适宜、培训合格的医疗护理员，为患者提供照护服务，实现无家属陪护或只陪不护。

无陪护病房的设立，彰显了医疗服务理念的提升。它不仅体现了医疗机构对患者个性化需求的深刻洞察，也是构建和谐社会、提升全民健康福祉的重要举措。在无陪护病房中，患者能够得到更加专业、细致、连续的护理服务，避免了家属非专业护理可能带来的风险。此外，无陪护病房还促进了医疗资源的优化配置，提高了医疗服务效率，为构建更加高效、便捷的医疗服务体系奠定了基础。

然而，正如许多试点医院负责人所指出的，无陪护病房服务虽好，但护理人才队伍规模的不足却成为其发展的瓶颈。一方面，随着无陪护病房需求的快速增长，对医疗护理员的数量需求和质量需求会急剧增加；另一方面，现有的医疗护理教育体系尚不能完全满足这一新兴领域对专业人才的培养需求。

解决人才短缺问题，需要综合施策。可以尝试将试点医院打造成为护理员培训基地，通过制度设计，明确培训基地的职责、目标与考核标准，确保培训工作的规范化和制度化。同时，加强与高等院校、职业院校的合作，构建产学研一体化的护理人才培养体系，为护理员

队伍注入新鲜血液。其次，可以加强临床实训，提升护理员的实际操作能力，并积极优化人员管理机制，激发护理员队伍的工作热情与创造力。（via 云南网）

## 免责声明

本资料仅供内部交流使用，非商业用途。在未取得粉笔许可前，任何人士或机构均不得以任何方法或形式复制、出版、发放及抄袭本资料内容作商业或非法之用途，违者必究。

遇见不一样的自己  
come to meet a different you