



权也大大增强，但有专家也指出，不能从忽视青年走向另外一个极端——迎合青年、吹捧青年。

在“互联网+”的后喻时代（指的是在当今高科技时代的某种条件下，晚辈由于掌握了一定的新知识新技能，给先辈传授知识和培养能力的时代），Z世代对社会发展的影响比以往更为直接也更为深刻，但青年见多不一定识广，青年价值观尚处于塑造过程之中，青年思想需要红色IP的正向引导。

闫含说，2018年，为了了解什么叫“种花家”，开始追番动画《那年那兔那些事儿》（以下简称：“那兔”）。这部动漫把近代以来中国的重大历史事件以动物漫画的形式展现出来，“每一个兔子都有一个大国梦”“此生无悔入华夏，来生愿在种花家”等弹幕刷屏，在青少年中圈粉无数。

主创林超对红色题材的传播也深有体会。他表示，引领Z世代形成正确价值观，首先要从传播角度

入手，那兔正是在当前网络亚文化中强调“去中心化”。去中心化的表现是梗，被解构的宏大故事在互联网上的传播效力，好过教科书上“幸福来之不易”的老生常谈。

同样，Z世代之所以“坚持不加倍速”追更《觉醒年代》《叛逆者》等剧集，也在于这些作品对于价值观、理想的表现上摒弃了生硬说教，赋予了丰富情感，更加“轻语态”，让青年观众在情感共鸣中感受到了存于血液中的热度。

《叛逆者》中男主人公在初入社会经历跌跌撞撞的无奈后，听到了“你的信仰不应依附于任何一个人”，赢得“强心针式台词”的赞誉。“年轻观众从来不会排斥主旋律，他们排斥的是悬浮的、不接地气的、粗糙的、不严谨的作品。”《觉醒年代》导演张永新说。

剧中饱满的人物塑造和剧情张力，也带动了Z世代年轻人线下沉浸式追剧打卡。数据显示，95后群体在红色旅游群体中的占比已经实

上图：重走长征路观尽“英雄”花，“熊猫专列”载客走进攀枝花。

现连续三年增长。同程旅行调查数据也显示，以年龄范围核算，Z世代是对红色旅游偏好度最高的细分人群，在各类红色文旅产品的消费用户中占比接近60%。

在携程研究院行业分析师方泽茜看来，青年打卡剧中地点，可以深入理解剧情和人物的精神世界。目前，国内红色旅游在沉浸式场景和体验上做功课，恰恰戳中Z世代的痒点，而为满足知识性、教育性的需求，在科技、研学、绿色灯等方面也进行个性化突破。

3月28日，全国首列“熊猫专列”引发了破亿级的关注度。一方面，通过“交通+住宿”的差异化专列体验，吸引年轻游客打卡；另一方面与遵义会议会址、四渡赤水纪念馆、百里杜鹃风景名胜区等旅游目的地进行串联，组合成为红色旅游新的流量入口。

除此之外，沉浸式演出、剧本杀、主题公园等融入红色元素，比如《知音号》《风声》等红色题材的舞台剧目，通过打造沉浸式演艺场景，让观众与表演者同处于一个空间，加深游客对红色精神的感受，也能满足Z世代对新玩法、创新科技、“诗与远方”等需求的向往。

方泽茜认为，打卡红色旅游地也可以看作是当今青年意识觉醒，青年作为国家发展建设的主力军，在成长的道路上，也逐渐清晰自己所肩负的历史使命。面对红色旅游“年轻化”的多重红利，不能只盯着传统的自然历史资源，还要讲好中国故事，持续输出传统文化之美、革命文化之美，以及社会主义先进文化之美。（文中王小格、闫含均为化名）