

教师能够通过经常性的学术交流活动、合作研究项目以及社会实践,在不断获取新知识和发展趋势的过程中提高自身素养,增强自己从事教育教学工作的针对性和预见性。此外,学校还可以开设交叉性的论坛、讲习班及研修项目等,引入各领域专家以及业界人才,为教师们打开学习的新视界。

#### 4.2 强化教学资源建设,为人才的培养提供坚实支持

多元化背景下的教育改革中,传统教学资源已经不能满足传媒复合型人才的教学需求,因此,高校还需要加大教学资源配置力度,在多媒体设施以及实训基地等方面投入更多精力。由于传媒行业快速发展使得传媒行业中的科技含量也在不断提高,只有完善教学资源才能为教学提供有效保障。在校内多购置一些先进的技术设备,比如虚拟仿真系统、数据分析系统、创意制作系统等等,拓展学生的视野。这些仪器设备及工具既能锻炼学生实践动手能力,又能帮助学生加深对课堂所学理论知识在实际工作中运用的理解。如虚拟仿真系统可实现新闻采编、媒体运作等实际工作场景,即使学生没有相关行业实践经验,也可以进行高仿真的实践活动来加深对课堂知识在实践中运用意义的认识。

#### 4.3 加强校企合作,构建协同育人机制

校企合作是实现产教融合的有效手段之一,校企联合培养人才对传媒行业至关重要。传统媒体教育与产业实际相背离的现象普遍存在,课程设置和产业发展严重脱钩导致毕业生普遍出现“无经验、缺技能”的尴尬局面。因此,要想从根本上解决这个问题,学校应该与传媒企业建立长久稳固的合作关系,在教学实践、技术研发、课程设置等方面展开合作,实现校企之间的资源共享,取长补短。

第一,学校能够与企业开设实训课程以及开展实训项目,给学生提供适应市场需求的实践平台,如图1,在实训过程中让学生在真实的岗位中锻炼自身的能力,培养学生的专业技能水平及综合素质,并且企业的介入能够保证课程设置与实训项目的合理性,让教学更贴近工作需要<sup>[4]</sup>。第二,在实习项目之外,校企双方可在课程内容、师资力量、科研项目等方面展开合作,如企业提供相关案例及技术支持协助

学校制定一些实用性较强的授课内容,或是企业将技术骨干和管理人才派驻到校内承担部分教学任务,以增强课堂教学的实用性与先进性。在校企双方的共同努力下,学生们获得的实践经验也会更为丰富,还可以了解行业新动向以及技术发展情况,为以后工作服务。



图1 传媒实训场景图

## 5 结语

总之,在多元化发展的时代背景下,对传媒复合型人才的需求已经给人才培养模式提出了新的挑战,从行业需求角度出发,并结合教育改革的发展形势来看,培养模式转型成为必然趋势,而更新培养理念、优化课程设置、创新教学方式并完善保障机制则是转型的有效途径。因此,唯有跨界融合、多元协同、实践导向的人才培育方式,才能培养出面向未来的传媒人才。

## 参考文献

- [1] 何志武.学科交叉与媒介融合语境下传媒复合型人才培养模式的转型[J].中国大学教学,2013(11):30-32.
- [2] 苏欣,苏培茂.基于新质生产力下的中职人才培养模式转型路径探索[J].中国科技经济新闻数据库 教育,2025(9):062-065.
- [3] 周敏.高校数字创意专业群复合人才培养路径研究[J].艺术科技,2025,38(7):108-110.
- [4] 沈冰.高职院校食品类专业专创融合人才培养的探索[J].食品界,2025(6):86-88.

# Research on the Integration of Red Cultural Resources and Brand Building Strategy of Memorial Hall-Taking Siping Campaign Memorial Hall as an Example

Yuan Yuan

Siping Campaign Memorial Hall, Siping, Jilin, 136000, China

## Abstract

Red cultural resources constitute a precious spiritual heritage of the Chinese nation. As the core vehicle for inheriting red culture, the effectiveness of memorial halls in resource integration and brand influence directly determines the quality of red gene transmission. Taking the Siping Campaign Memorial Hall as a case study, this paper analyzes its endowment of red cultural resources and current brand development status, identifies existing challenges in resource integration, brand building, and industrial synergy. By integrating the dissemination patterns of red culture in the new era and the development trends of cultural-tourism convergence, the study proposes systematic integration strategies and brand-building pathways from four dimensions: resource system restructuring, brand value refinement, communication channel innovation, and industrial ecosystem construction. These recommendations aim to provide reference for similar red memorial halls in transforming resource advantages into developmental strengths.

## Keywords

Siping Campaign Memorial Hall; Red Cultural Resources; Resource Integration; Brand Building; Cultural-Tourism Integration

# 纪念馆红色文化资源整合与品牌塑造策略研究——以四平战役纪念馆为例

袁源

四平战役纪念馆，中国·吉林 四平 136000

## 摘 要

红色文化资源是中华民族宝贵的精神财富，纪念馆作为红色文化传承的核心载体，其资源整合效能与品牌影响力直接关系到红色基因的赓续质量。本文以四平战役纪念馆为研究对象，通过分析其红色文化资源禀赋与品牌建设现状，剖析当前在资源整合、品牌塑造、产业融合等方面存在的问题，结合新时代红色文化传播规律与文旅融合发展趋势，从资源体系重构、品牌价值凝练、传播渠道创新、产业生态构建四个维度，提出系统性的整合策略与品牌塑造路径，为同类红色纪念馆实现资源优势向发展优势转化提供参考。

## 关键词

四平战役纪念馆；红色文化资源；资源整合；品牌塑造；文旅融合

## 1 引言

### 1.1 研究背景

红色文化是中国共产党领导人民在革命、建设、改革进程中创造的具有中国特色的先进文化，承载着爱国主义、集体主义、革命英雄主义精神内核，是培育和践行社会主义核心价值观的重要载体。纪念馆作为红色文化资源收藏、研究、展示的核心平台，不仅是历史记忆的保存者，更是红色精神的传播者。习近平总书记强调“要把红色资源利用好、把红色传统发扬好、把红色基因传承好”，为新时代红色纪

念馆发展指明了方向<sup>[1]</sup>。

四平作为东北解放战争的重要战场，“四战四平”的历史铸就了独特的红色文化标识，四平战役纪念馆作为这一历史的核心见证者，集国家一级博物馆、全国爱国主义教育示范基地、国家AAAA级旅游景区等多重身份于一身，是四平市对外宣传的“城市名片”。当前，在文旅融合深度推进、红色教育产业化加速发展的背景下，如何系统整合馆内外部红色资源，塑造具有辨识度与影响力的文化品牌，成为纪念馆实现高质量发展的关键课题。

### 1.2 研究意义

理论意义：本文以具体纪念馆为案例，构建红色文化资源整合与品牌塑造的逻辑框架，丰富红色文化资源开发利用的理论体系，为同类纪念馆的品牌建设提供理论支撑。

【作者简介】袁源（1983-），女，中国吉林四平人，本科，文博副研究馆员，从事文博管理研究。

实践意义：针对四平战役纪念馆发展现状提出切实可行的策略，有助于提升其红色文化传播效能，增强品牌竞争力，推动红色资源优势转化为文化产业优势，为四平市红色教育产业化发展注入动力<sup>[2]</sup>。

### 1.3 研究方法

本文采用文献研究法、案例分析法与实地调研法相结合的研究方式。通过梳理红色文化资源整合、品牌塑造相关研究成果，奠定理论基础；以四平战役纪念馆为核心案例，分析其资源禀赋与发展困境；结合四平市红色教育产业发展规划，提出针对性策略。

## 2 相关概念界定与理论基础

### 2.1 红色文化资源

红色文化资源是指中国共产党领导人民在新民主主义革命时期、社会主义革命和建设时期、改革开放和社会主义现代化建设新时期形成的，具有历史价值、教育价值、文化价值的物质文化遗产与非物质文化遗产的总称。物质形态包括革命遗址、文物藏品、纪念馆舍等，非物质形态包括革命历史、英雄事迹、革命精神等。四平战役纪念馆的红色文化资源既涵盖馆藏文物等物质资源，也包括“四战四平”的一些非物质资源。

### 2.2 资源整合

资源整合是指通过一定的方式将分散的、孤立的资源进行优化配置，实现资源互补、协同增效的过程。红色文化资源整合包括内部资源的系统梳理与外部资源的有机联结，核心是打破资源壁垒，形成“保护—研究—利用”的闭环体系。

### 2.3 理论基础

资源基础理论：强调组织竞争优势来源于内部核心资源的积累与运用，纪念馆的核心竞争力体现在独特的红色文化资源与专业的研究展示能力上。

品牌传播理论：认为品牌影响力的提升需要多元传播渠道与创新传播内容的支撑，红色文化品牌需适应新媒体时代的传播规律。

产业融合理论：主张不同产业通过相互渗透、交叉融合形成新的产业形态，红色文化产业与旅游、教育等产业的融合是提升品牌价值的重要路径<sup>[3]</sup>。

## 3 四平战役纪念馆红色文化资源现状分析

### 3.1 资源禀赋优势

物质资源丰富且珍贵：四平战役纪念馆集中保存了与“四战四平”相关的革命历史文物和文献史料，构成了红色文化展示的核心物质基础。展馆分为序言厅、战史厅、支前厅、英烈厅及半景画馆，通过声光电、裸眼3D等现代技术，为观众提供沉浸式参观体验。

精神资源独特且厚重：“四战四平”作为东北解放战争的关键战役，孕育了“信仰坚定、勇于担当、团结协作、

艰苦奋斗”的革命精神，这种精神既是红色文化的核心内涵，也是品牌塑造的灵魂所在。纪念馆作为“四战四平革命历史教育中心”，在传承红色基因方面具有不可替代的作用。

政策与平台优势显著：纪念馆是全国爱国主义教育示范基地、国家首批“大思政课实践教学基地”，并与吉林四平干部学院建立合作共建关系，依托这些平台资源，能够扩大红色教育的覆盖面。

### 3.2 资源整合与品牌建设现状

资源整合初步推进：纪念馆已形成战史研究中心、陈列展览中心、文物管理中心等多部门协同的组织架构，在藏品管理、展览陈列等内部资源整合方面取得一定成效。同时，借助四平市红色旅游发展规划，开始与周边红色景区、干部学院等外部资源建立联系，探索“红色教育+”的融合模式。

品牌建设已有基础：纪念馆拥有彭真同志亲笔题写的馆名，具备较高的历史辨识度，通过举办主题展览、爱国主义教育活动等，在东北地区形成了一定的品牌认知度。作为四平市“英雄之城”的核心文化标识，其品牌形象与城市文化高度契合。

传播渠道逐步拓展：除传统的实地参观与线下活动外，纪念馆开始尝试利用官方网站等平台进行信息发布，但在新媒体传播、数字化体验等方面仍有较大提升空间。

### 3.3 存在的主要问题

资源整合层次较浅：内部存在“重收藏、轻研究”的倾向，高水平战史研究人员和文物修复人员青黄不接，导致文物背后的历史价值未能充分挖掘；外部资源整合缺乏系统性，与周边红色遗址、文旅机构的协同联动不足，尚未形成“资源—产品—市场”的完整链条。

品牌核心价值凝练不足：品牌定位较为泛化，未能将“四战四平”精神转化为具体、易懂的品牌价值主张，与其他红色纪念馆的差异化特征不够鲜明，品牌辨识度有待提升。

传播方式与内容单一：传统传播方式占比过高，新媒体传播力度不足，缺乏符合年轻受众喜好的创意内容；展览形式虽引入现代技术，但互动性与参与感仍显不足，品牌体验质量有待优化。

## 4 四平战役纪念馆红色文化资源整合策略

### 4.1 内部资源整合：构建“收藏—研究—展示”闭环体系

优化藏品管理与保护：严格落实藏品分级管理制度，完善专库专柜保管设施，建立数字化藏品档案，实现文物资源的安全保存与高效检索。加强文物修复队伍建设，通过引进人才、与专业机构合作等方式，提升珍贵文物修复能力，确保红色文物的永续传承。

深化战史研究与价值挖掘：组建专项研究团队，联合高校、科研机构开展“四战四平”历史研究，重点挖掘战役中的英雄事迹、战术思想、群众支援等历史细节，形成系列研究成果。将研究成果转化为展览文案、讲解内容、教育素