“揭榜挂帅”实践命题登记表

一、出题方信息

|  |  |
| --- | --- |
| 单位/教师 | 北京市慕田峪长城旅游服务有限公司/马占利 |
| 单位/项目简介 |  慕田峪长城，位于北京市怀柔区，作为明长城的精华段落，以“雄、奇、险、秀”的自然风貌和深厚的历史文化底蕴著称于世。景区生态优良，植被覆盖率高达96%，是自然与人文和谐共生的典范。作为国家5A级景区及全球游客占比达40%的国际知名景区，慕田峪长城不仅是旅游胜地，更是中国特色大国外交的重要舞台。景区积极服务于北京“四个中心”功能定位和怀柔区以科学城为统领的“1+3”融合发展战略，通过建设长城精神传承馆、长城国际会客厅，举办文化交流活动，开发特色文创产品，向世界展示长城所蕴含的爱国精神、民族精神和和平精神，传递中国和平发展的理念和构建人类命运共同体的愿景。慕田峪长城已成功接待百余位国际政要，完成多项重大外事活动，成为跨文明对话的桥梁，多次荣登全球最大旅游网站猫途鹰“全球十大世界遗产”榜单、“最佳地标”榜单，2024年作为唯一入选的中国景点，荣登亚洲十大热门旅游景点榜单第3位；同年入选“入境游客喜爱的十个景区度假区”，打造北京对外国际交往的名片，彰显了在国际旅游和文化交流中的重要地位。 |
| 联系人 | 斯琴 | 手机 | 15901166291 |

二、选题说明

|  |  |
| --- | --- |
| 题目 | 打造国际化旅游名片：慕田峪长城国际化发展路径探索 |
| 题目介绍 |  在全球旅游市场蓬勃发展的背景下，国际化已成为旅游景区迈向更高层次发展的关键。长城作为中国的文化象征，其国际化进程对于提升国家文化软实力意义重大。本选题聚焦于“慕田峪长城如何更好地接轨国际化、世界级旅游景区，体现大国外交的平台”，旨在探索如何通过全方位的提升与创新，使慕田峪长城在国际旅游市场中脱颖而出，成为展现中国大国外交形象的重要窗口。目前，尽管慕田峪长城已经具备一定的国际知名度，但在接轨国际化、世界级旅游景区的过程中仍面临诸多挑战。其旅游服务设施与国际化标准存在差距，文化体验项目的国际化水平有待提升，国际推广与合作的力度和效果还需加强。这些问题不仅影响了外国游客的体验，也限制了长城文化在国际舞台上的传播影响力。选题拟从旅游服务设施升级、文化体验项目国际化、国际推广与合作等多维度入手，设计一系列具有吸引力的国际化旅游方案。例如，对景区内的标识系统、导览服务、无障碍设施等进行国际化改造与优化，以满足不同国家游客的需求；开发多元化的文化体验项目，如举办国际文化交流活动、设置长城文化工作坊等，让游客在游览中深入感受中国传统文化的魅力；加强与国际旅游组织、线上旅游平台的合作，制定精准的国际营销策略，提高慕田峪长城在国际旅游市场的知名度与美誉度。通过深入调研国际游客的需求与偏好，结合慕田峪长城的文化特色与资源优势，制定出切实可行的国际化旅游发展规划。这不仅为游客创造独特的国际化旅游体验，也助力慕田峪长城成为向世界展示中国形象的闪亮名片，推动大国外交的文化交流与合作。 |
| 最终成果要求 | 理论研究成果：撰写一份不少于 8000 字的《慕田峪长城文化特色与建设方向分析报告》，全面梳理慕田峪长城的历史故事、建筑特点、文化价值等核心元素，深入剖析其在国际化进程中的优势与挑战。报告需提出2-4 个贴合实际的文化建设初步思路，例如打造具有国际辨识度的特色文化主题标识、设计多语种的长城文化展示系统等，为慕田峪长城的国际化发展提供理论支撑与方向指引。实践应用成果：策划 1-2个小型落地活动方案，如 “慕田峪长城文化小课堂”，面向游客开展简单易懂的长城历史知识讲解，活动时长为期 1 个月，记录参与人数及游客评价；设计 “长城文化打卡点”，结合国际时尚元素与长城文化特色，设置趣味拍照场景与文化知识展板，并在景区内进行为期 1 个月的试点运行，收集游客反馈，评估活动效果。社会效益成果：联合周边社区或学校，组织 1-2 场 “走进慕田峪长城” 主题活动，通过线上线下宣传推广，吸引至少 100 人参与，增强当地居民与学生对长城文化的认同感与自豪感；通过微信公众号、短视频平台发布 3-5 条宣传慕田峪长城文化的图文或视频内容，内容注重国际化视角与创意表达，累计获得400次以上浏览量，并形成活动总结与宣传效果分析报告，评估活动对慕田峪长城文化传播的影响。 |

三、激励保障

|  |  |
| --- | --- |
| 资源支持 | 资源：慕田峪长城景区以及长城精神传承馆免费接待；免费提供导游讲解服务。 |

四、提交方式

|  |  |
| --- | --- |
| 提交时间 | 6月15日前，提交根据榜单要求设计对应实践方案注：此实践方案为遴选“挂帅”团队的重要材料 |
| 提交邮箱 | chenpujing@cueb.edu.cn |