

SHAO.RED | 中国红色IP数字共创平台

韶山红客共创基地

总体策划与运营方案

从「打卡地」到「根据地」
把1753万人次，变成一座不断生长的红色文化共同体

面向对象：韶山全域文旅资源方 | 首个共建示范：故园东望 | 韶山会客厅
提报单位：红宇宙（TIANXIA.RED） | 品牌与数字资产：shao.red | 2026年10月



01

大势判断

三个窗口正在同时打开

02

顶层设计

定名、使命与三重升维

03

红客

一个新文化身份的诞生

04

内容与AI

把信仰装进生产线

05

空间与场景

做成一个值得停留的地方

06

星火网

韶山总部 + 北京根据地，星火成网

07

险峰计划

把创客与数字游民请上山

08

运营模式

使命闭环与商业闭环

09

合作模式

做增量，不做替换

10

风险与结语

回答那个问题

一个问题：韶山为什么留不住人

01 大势判断

1753 万人次

2025年韶山接待游客总量 | 省外43%、35岁以下33%

表面看文旅一片繁荣。

32%

住宿人数占比 | 2024年前三季度 427万 vs 136万

每三位来访者，就有两位当天离开。

对比长沙：2025年过夜游客占比稳定超五成，国庆中秋外地来长过夜游客占52.59%。

本地一篇广为流传的文章追问：「到了」和「悟出」之间，到底少了什么？

本方案的回答：这四样东西都是「供给端」的答案。真正的缺口在需求端——游客从头到尾都是旁观者。

时代命题：一场必须从防守转向进攻的文化保卫战

01 大势判断

2025年9月7日，新华社国家高端智库发布《思想殖民——美国认知战的手段、根源及国际危害》指出现象具有强制改造、恶意操纵、隐蔽渗透、长期侵蚀的特点，呼吁各国「摆脱思想桎梏、重拾文化自信」。

维度	防御型叙事（现状）	生产型叙事（本方案主张）
核心动作	批判、纠错、抵制、举报	创作、确权、传播、迭代
参与门槛	需文史功底，普通人只能旁观	有模板、有工具、有分级，人人可上手
成果形态	文章、评论、情绪	可确权的数字作品与可持续IP资产
时间效应	热点过去即归零	作品沉淀，越久越厚
对外姿态	被动回应，容易陷入对立	主动供给，用优质内容替代劣质内容

结论：历史虚无主义的解药，不是喊得更响的反驳，而是更多更好的作品。

政策窗口：三份文件、一个大会，全部落在同一时间点

01 大势判断

十五五规划纲要

文化强国建设

明确提出「弘扬中国共产党人精神谱系，用好红色资源」，推动文旅深度融合、文化建设数智化赋能，大力发展数字动漫、沉浸式展演等新型文化业态。

湖南红色旅游实施意见

省级施工图

2026年湘潭承办第六届湖南旅游发展大会；省文旅厅等11个省直单位出台实施意见，支持韶山建设具有国际影响力的红色旅游目的地。

文化遗产保护传承「十五五」规划

2026年9月29日刚印发

中办国办印发，提出完善红色资源相关制度、建立国家文化遗产资源大数据库、培育传承体验新场景，2030年形成文化遗产大保护格局。

2026年是红军长征胜利90周年；全国红色旅游年接待人数已突破20亿人次、市场规模达万亿级。未来三到五年，红色文化数字化具备「国家资金、地方指标、社会情绪」三重确定性。

破题：游客不会为「看」而停留，只会为「成为」而停留

01 大势判断

把「观看」改造成「参与」，把「路过的人」改造成「其中有我」

1925年，毛泽东在韶山建立了中国共产党第一个农村党支部——中共韶山特别支部

旁观者

拍完照就走

- 在这里没有身份
- 不产出、不传播、不回来
- 停留时长最短

其中有我

多住一晚、带朋友再来

- 被授予身份、交付任务
- 作品有署名、被传播
- 回去以后继续创作

官方全称	韶山红客共创基地
官方简称	韶山红客基地
总部所在地	韶山村
官方域名	shao.red shaoshan.red
主Slogan	聚天下红客，燃数字星火
八字标语	以数护红，以正传魂
一句话定位	中国红色IP数字共创平台

为什么 shao.red 不可替代

shao

韶山本源

四字符极短域名，可直读、可口播、可上物料

.red

全球红色标识

已纳入工信部备案白名单，湖南可正常备案

姓名.shao.red

思想底座 | 已上线 shao.red

《第四世界宣言》《第零青春宣言》+ 两篇论文（网页版 + PDF），
为红客身份提供价值内核。

三重升维：与常规文旅基地的根本差别

格局升维

从一个基地，到一套可复制的「韶山模式」

沉淀标准、工具、内容库与运营手册：
三审标准、AI提示词库与合规留痕、
数字资产确权规则、红客分级体系、
孵化分成机制。跑通后整体复制到井冈山、
遵义、延安、西柏坡。
韶山不是终点，
是母版。

时间升维

五千年、三百年、百年，三重纵深

把红色文化从「一段历史」扩展为一整套文明
解释系统：五千年回答「我们是谁」，
三百年回答「我们凭什么」，
百年回答「我们往哪去」。
游客带走的不只
是教育，是一把钥匙。

机制升维

使命闭环与商业闭环互为燃料

使命闭环：信仰、荣誉、归属、历史站位，
换来公信力与政策资源。商业闭环：收入、
分成、版权、流量，换来现金流与内容产能。

互为燃料，谁都不断。

红客：以红色文化为信仰底色，以数字工具为生产手段，以正本清源与创造增量为共同事业的当代创作者。

简言之——新时代的红军，用的是笔杆子和算力。

人人可入

不必懂技术。会写、会拍、会讲、
会做手工、会组织活动，都是红客。
技术只是工具。

层级可扩

从最外围的「来过韶山的人」，
到核心的「驻场创作者」，
都能在这一定义里找到位置。

边界可守

定义里写死了两条底线——正本清源、
创造增量。立场不歪、不搞虚无，
才是红客。

从游客到红客：四级跃迁模型

L1	访客 打卡、拍照、当天返程	钩子：免门槛「红客报到」扫码入口+电子纪念凭证	价值：把「我来过」变成「我登记过」
L2	红客 多住一晚，参与一场活动，产出一条内容	钩子：体验卡、敢诵局、会客厅夜话、主题家宴	价值：过夜率提升，UGC开始产出
L3	创客 线上持续创作，获得收益	钩子：云红客会员、个人二级域名、AI工具包	价值：内容产能规模化，跨地域传播
L4	共创者 常驻或半常驻，牵头项目，参与分成	钩子：工位入驻、OPC标杆孵化、项目分红权	价值：常住人口与人才池形成

关键：每一级之间都有「即时回报」，不需要等待长期激励。

目标人群：先聚同道，再聚大众

03 红客

核心层

有坚定信仰的红客

数量最少，纯度最高、自驱最强，是种子与精神标杆

增量层

可旅居的数字游民

需要的不只是工位和网速，而是「我在做的事有意义」的理由

产能层

超级个体与OPC创业者

以一人公司形态运作的内容创作者、设计师、独立开发者

规模层

研学师生

依托「我的韶山行」120余万青少年基础，把研学延伸到「带走一件作品」

外围层

广大红友

关心红色文化、愿意传播但暂不深度参与的普通人，
是流量与传播基本盘

分层的目的不是区隔，而是让每一类人都在体系里找到自己的位置和下一步。

内容体系：三级产品矩阵

层级	产品形态	内容方向	周期与用途
旗舰级	系列纪录片 / 微短剧 / 数字沉浸展	以权威党史军史为据的重大题材： 四渡赤水、长征全程、三大战役	3—12个月；用于品牌立信、对外传播、 政策申报
标准级	单集视频、图文长稿、研学课件、 红色IP插画	三重时间纵深的常态化内容	1—4周；用于平台更新、流量维持、 商单转化
毛细级	短视频、图文、声音、手作、直播	游客与红客的即时创作：感想、朗诵、 打卡故事	当日—1周；用于UGC规模与传播扩散
「毛细级」看起来最不起眼，却是整个流量结构的底座—— 1753万人次中只要有1%产出内容，就是17万条真实传播，比任何一次投流都更有效，且成本几乎为零。			

五千年

中华文明根脉

回答「我们是谁」

以韶山为切口讲中华文明的连续性与大一统传统；构建可被AI调用的文明标识素材库（器物、典籍、意象、纹样）

三百年

湖湘文脉

回答「我们凭什么」

经世致用、实事求是、敢为人先的湖湘学派脉络；青年毛泽东的游学与求索之路，与岳麓书院、第一师范形成线路闭环

百年

红色基因

回答「我们往哪去」

以权威党史军史为依据的红色IP重述与再创作——基地最核心、最刚需、也最需要合规保护的板块

三重纵深把「红色文化」从一段历史，扩展为一整套文明解释系统。

AI不是噱头，而是项目成立的技术前提——红色文化创作门槛极高，需要文史功底、考据时间、制作能力，而AI恰好能把这三种成本同时压低。

AI创作工具平台

史料检索与校核、脚本生成、分镜生成、图像与配音生成、字幕与多语言翻译。核心不是「能生成」，而是「生成的有据可查」。

AI内容创作流水线

把一条内容拆成可分工的工序（选题—考据—脚本—制作—审定—分发—复盘），让不同水平的红客都能接手其中一环。

AI超级个体支持计划

为能力强的个体提供算力补贴、版权代理、商单对接，帮助其完成从「创作者」到「一人公司」的跃迁。

AI OPC孵化器

面向一人公司形态的创业主体，提供从注册、代账、合规到品牌授权的一站式服务，一个人也能合规运营一个品牌。

国标已出

GB/T 46842-2025《文化数字资产交易实施指南》、GB/T 46843-2025《价值评估指南》2026年1月1日实施，文化数字资产成为被正式承认的资产门类。

红线明确

央行等八部门银发〔2026〕42号严格区分「数字藏品」与「非法虚拟货币」，严禁任何代币化、证券化交易。

方向是数实结合

政策鼓励「以数字藏品作为消费场景」的实体结合路径；认可三类价值：实用权益、文化体验、身份认同。

我们的定位：不是投资品，是权益凭证。

- 作品确权存证：每位红客的原创作品生成唯一存证编号，明确权利人、创作时间与授权范围。
- 权益型数字凭证：与实体强绑定——兑换韶山文创、会客厅餐叙、线下课程。不上二级市场，不作价格承诺。
- 贡献度记录：以链上记录沉淀内容生产、传播、志愿活动的贡献，作为等级评定与分配的实际依据。

基地级内容风控标准（继承并升格韶公社「三审」制度）

一审

创作者自审

确保内容有据可查，注明史料来源，AI生成内容显性标注

二审

基地内容团队

史实核对、表述口径统一、艺术标准把关

三审

党史与文史专家顾问

政治口径与合规红线终审，对重大题材行使否决权

四条不可逾越的红线

- 1 不虚构关键史实：重大历史事件的时间、地点、人物、决策以权威党史军史为准。
- 2 不庸俗化、不娱乐化、不猎奇化：严肃历史不做爽文式消费，领袖形象不做戏说处理。
- 3 不越题材审批权限：院线电影、上星电视剧属重大革命题材专项审批，基地与红客的内容赛道限定在网络短视频、微短剧、纪录片、研学课件等合规范围。
- 4 不侵犯权益：不盗用受版权保护的影视素材，不商用领袖肖像，遵守英雄烈士保护法。

一核

韶山会客厅

距毛主席故居600余米，湖南省五星级旅游民宿，同时接待260人就餐，吃住停一体。接待、办公共创、文创展销、沙龙、夜话、家宴。

一带

景区共创带

故居—铜像广场—纪念馆沿线。设红客报到点、共创打卡点、内容采集点、研学教学点。

多点

数字飞地

异地红客的线上工作节点与城市联络站，依托北京红色盛宴酒楼等外地节点资源。

核心场景：从「观看」改造成「参与」

韶山敢诵局

建议升级为核心IP

每一次诵读生成可分享的音视频记录与编号，形成「我是第N位敢诵人」的仪式感。口号：不诵诗，白来韶山。

会客厅夜话

每周固定一场

专家围坐茶台，把湖湘文脉与伟人故事慢慢聊开。线上同步直播，精选内容剪成系列栏目。

《我们报到了》

升级为内容引擎

所有访客的讲述汇入素材池，经授权由AI辅助整理、红客二次创作，形成内容循环。

体验级

红客体验卡

99元 / 3天

基地报到认证、主题沙龙、共创场景通行、电子纪念凭证

→ 低门槛破冰，把游客转化为可触达的用户

轻创业级

云红客

365元 / 年

线上共创任务、AI工具包、个人二级域名官网、内容分发支持

→ 异地参与，形成跨地域内容产能网络

落地级

工位实体入驻

协议价

共享工位、住宿协议价、供应链对接、项目撮合

→ 把人真正留在韶山，提升过夜与常住指标

深度级

OPC标杆孵化

分成模式

全案扶持、品牌授权、流量倾斜、项目分红权

→ 打造标杆案例，形成示范与招商吸引力

设计要点：第一级门槛必须足够低——它的目的不是收入，而是建立连接。

红色景点和红客构成网络：景点是固定的星，红客是流动的火；韶山是总部，北京是窗口。

星火成网，燎原成势——规划中的第一批坐标：井冈山·瑞金·遵义·延安·西柏坡（意向）；不设分部，只设平台。

北京红色盛宴酒楼，同一地址挂三块牌子，三个主体，互不越界。

牌一 | 学术

北京研究与实践基地

授牌主体：韶山精神研究会（罗正林会长）

研究会获得一处北京的学术活动场地与史料数字化工作站。基地提供空间、设备与青年志愿者，不介入研究结论、不代研究会对外发声。牌子归研究会，我们只做服务方。

牌二 | 运营

北京根据地

运营主体：红宇宙（TIANXIA.RED）/ shao.red

承接韶山总部的品牌标准、内容规范与全国创作者网络。北京负责发起、对接与集散，韶山负责承载与转化——北京开口，韶山落地。

牌三 | 场景

红客会客厅

承载主体：北京红色盛宴酒楼（既有业态）

把红客沙龙、专家夜话与主题家宴叠加在酒楼原有经营之上。基地带来的客流与内容反哺餐饮与社交场景，让老本行多赚一笔，而不是换一块招牌。

100万+

自费寻访（元）

10万+

行程（公里）

300+

专访亲历者（人）

40余年

深耕红色文化

我们给的是抢救工具

口述史料数字化

《泽惠万世》相关采访、签名题词、老照片与录音录像，
做高精度扫描与音频修复。

结构化归档

AI 辅助建立可检索知识库，把散落的历史碎片变成可被调用的资产。

青年二创与场景

年度「韶山精神红客讲坛」、亲历者影像专题展陈，
延续 2016 年人民大会堂甘肃厅研讨会的脉络。

四条不可越过的红线

- 01 不以领袖名义注册商业主体、不做商业化代言，
严格遵守英烈保护与广告相关规范。
- 02 涉及研究会及其掌握资料的对外使用，逐份签署授权与著作权协议，
重大内容执行三审制。
- 03 学术独立：不介入研究结论、不替研究会发声、
绝不使用未获授权的史料。
- 04 品牌统一表述为「韶山红客共创基地（总部 韶山）北京根据地」，
北京不设第二总部。

韶峰：韶山最高峰，海拔 519.1 米，南岳七十二峰之第七十一峰；因舜帝南巡奏韶乐而得名，古称「音乐之峰」。「韶峰耸翠」为韶山八景之首，少年毛泽东常登此峰观日出、看夕阳。

半山的毛泽东诗词碑林以 100 块汉白玉与花岗岩镌刻 100 首诗词；索道自碑林直上韶峰寺，水平线长 712 米。韶峰八景与四绝，是一份现成的开源素材库。

7 天 | 登高周

探路者

山顶轻创作点日间通行 + 半山碑林朗读会 + 会客厅住宿。先让他住下来一晚，再决定要不要留一个月。

30 天 | 驻山月

数字游民

固定工位 + 住宿 + 内容任务包 + 导师夜话。对标安吉 DNA 公社：最低门槛 7 天，平均入住约 49 天。

90 天 | 融创季

创客团队

承接一个具体共创项目：韶峰八景数字采集、碑林 AR、峰顶日出直播栏目，配套资源支持与收益分成。

登高诵 把会客厅的「敢诵局」延伸到峰巅：登顶诵读「为有牺牲多壮志，敢教日月换新天」，证书编号从「第 N 位敢诵人」变成「第 N 位登高诵者」。可拍、可传播、可复购。

四个约束 韶峰在景区管理范围内，只能合作不能自建；峰顶无稳定办公条件，现实方案是「山上半天、山下半天」；索道受天气影响须备山下动线；设施可撤收，不碰生态红线。

商业闭环：五条收入线，三年成势

06 运营模式

研学与课程

定制研学、思政课程、企业党建培训、亲子研学

现金流稳定，旺季集中

接待与住宿餐饮

会客厅现有业态的增量客流与高端接待

与既有业务直接协同，边际成本低

文创与数字权益

实体文创 + 权益型数字凭证

高毛利，可规模化

内容资产与授权

内容版权、IP授权、商单分成、平台分成

长尾复利，越久越厚

会员与增值服务

云红客会员、工具订阅、孵化服务费、品牌授权

轻资产，可复制

三年路线图

第1年 起步期

品牌与平台搭建，跑通体验级与云红客两级转化，沉淀首批内容资产与核心红客圈层。目标是证明模式可行。

第2年 成形期

研学与内容板块形成稳定收入，实体入驻与孵化项目产生分成，开始向外部输出标准与培训。

第3年 输出期

形成「韶山模式」标准化包，具备向其他红色目的地复制输出的能力，品牌与合作收益成为主要增量。

对现实条件的三个正面回应

- 现有品牌积累多年，不宜替换 → 本方案不要求更改主品牌，是做叠加增量
- 线上品牌阵地存在空白 → 以 shao.red 补齐官网、会员、报名、商城、红客档案五项能力
- 「韶红」与官方「韶山红」公用品牌近似 → 商标主张集中在「韶山红客基地」，仅作口语简称

路径一

品牌与域名授权

最轻，风险最低

以 shao.red 及品牌体系授权合作方在红客共创板块内独家使用；配套品牌规范、VI体系、二级域名分发与线上平台。合作方零固定资产投入。

路径二

共建联营（推荐）

责任清晰，风险共担

品牌与数字资产方负责线上体系、品牌标准、内容工具与全国创作者网络；运营方负责线下空间、接待、研学产品与本地资源。按约定比例分享增量收益。

路径三

资产整体合作

最深度，最快成型

品牌与数字资产包（域名 + 品牌 + 平台 + 方案 + 内容标准）整体作价，由合作方主导融资与落地，资产方参与长期权益分配。

「到了」和「悟出」之间，还差一次「其中有我」的确认。

一个人之所以在故居前拍完照就走，是因为他在那段历史里没有位置。

当你递给他一张「后来人」证书，他就有了位置；当你给他一个 shao.red 的二级域名，他就有了一块自己的地；

当他的作品被署名、被传播、被看见，他就成了一个「红客」——从此他和韶山之间不再是「我来过」，而是「我在其中」。

韶山不缺游客。韶山缺的，是把游客变成红客的那一个入口。

我们把它带来了。

聚天下红客，燃数字星火。

红宇宙 (TIANXIA.RED) | shao.red | 2026年10月

