

旅游品牌。虽然这张“复合牌”为烟台发展红色文化旅游产业吸引了大量游客，但是单一的文化品牌不能为文化产业发展提供持续动力。还需围绕胶东红色精神，打造红色文化作品、红色文化主题活动、红色旅游品牌等内容，同时结合当代人的多元化需求，开发多样化的红色文化产业品牌，提升烟台红色文化产业知名度和竞争力。

（三）宣传推广营销力度较小

红色文化产业是典型的形象产业，必须深化落实好宣传推广营销工作。当前烟台宣传推广营销力度比较小，主要表现为仅在烟台范围内开展红色文化产业宣传推广活动，没有综合利用线上线下相结合手段，多管齐下对烟台红色文化产业进行全方位宣传，无法形成强大舆论攻势，扩大烟台红色文化产业市场号召力和影响力。^[4]

（四）与多产业融合不够深入

烟台红色文化产业发展要呈现百花齐放的繁荣局面，则需促进红色文化资源与多元化产业的深度融合。烟台红色文化资源与当地旅游业联系紧密，但与文化创意、教育培训、绿色农业、康养产业等领域的渗透融合不够深入，未能构建多元化产业体系为地区经济发展提供新动能。

（五）相关保障机制有待健全

烟台为红色文化资源助推文化产业蓬勃发展出台了诸多扶持政策，并取得了较好效果。但从整体来看，烟台鼓励支持红色文化资源促进文化产业发展保障机制还不够健全完善，特别是在统筹协调、创新体制机制、扶持政策、基础配套设施等方面，还存在政府部门牵头协同开展工作不够、金融资本和社会资本公平参与投资力度较小、提供扶持政策措施辐射领域单一、景区公路建设和旅游集散中心基础设施不够完善等问题，易对烟台充分利用红色文化资源发展文化产业事业带来不利影响。

利用红色文化资源助推烟台文化产业发展的策略

（一）整合烟台可用的红色文化资源

烟台在利用红色文化资源助推文化产业发展时，必须全面了解可用的红色文化资源，为后续科学合理开发、整合和利用奠定基础。

第一，查询烟台现有红色文化资源。通过地区历史博物馆、文化典藏馆等，了解烟台胶东红色文化发展史，有效掌握胶东红色文化。借助互联网搜索散布在民间的烟台胶东历史文化内容，完善胶东红色文化资源。

第二，红色文化资源合理分类。对烟台丰富的红色文化资源进行分类，并结合红色文化产业发展需要合理开发。烟台红色文化资源类型及主要内容^[5]大致可以分

为：1、红色旅游景点：胶东革命烈士陵园、海阳地雷战纪念馆、杨子荣纪念馆、招远西山革命历史陈列馆等；2、红色革命遗址：雷神庙战斗遗址、玉皇顶起义旧址、八路军胶东军区机关旧址等；3、先进红色精神：苦菜花精神、铁军精神、支前精神、地雷战精神等；4、红色人物事迹：剿匪英雄杨子荣、刘克礼栖霞牙山战斗、臧福兴灵山战斗等；5、红色歌曲剧目：《白毛女》《玉皇顶起义》《八女投江》《映山红》等。

（二）打造特色文化产业品牌

利用红色文化资源打造特色文化产业品牌，能够提升烟台红色文化产业市场竞争力。

第一，充分发挥旅游发展规划在引领烟台文化产业发展中的作用。将烟台红色旅游与胶东半岛区域发展联系起来合理布局。烟台地区旅游景点要与省市内其他景区开展合作，实现各景区之间资源共享、线路互通，形成1+1>2的效应，通过产品互补和合作共赢建立红色旅游文化产业的区域品牌。

第二，推出红色文化作品。深入挖掘历史意义和现代价值，吸引更多人关注、了解烟台红色文化。从电视剧、京剧、歌舞剧等红色文化作品创作入手，推出《大秧歌》《党员登记表》《胶东儿女》等极具胶东红色革命文化特色的作品，让革命文化依赖于文化产业品牌永久流传，传承弘扬胶东红色精神。

第三，构建红色文化主题活动。烟台红色文化产业品牌建设要从红色旅游、文化创意等产业领域延伸到社会服务领域，定期举办体现胶东红色革命主题的影片放映、大型图片展、百场报告会等活动，吸引群众参与，形成良好的学习、体验和传承弘扬胶东革命文化的氛围。

（三）重视宣传推广与营销工作

加强宣传推广及营销工作是做大做强烟台红色文化产业的重要环节。

第一，坚持多管齐下形成烟台红色文化形象宣传新格局。有效利用新旧媒体，通过电视、广播、微信公众号、微博、抖音等平台宣传推广，形成强大舆论攻势，让烟台红色文化真正进入大众视野。依托能够反映烟台红色文化的典型事件，通过拍摄宣传片等方式，提升烟台红色文化美誉度，吸引更多人关注。

第二，依托红色文化资源开展丰富多彩的营销活动。一方面，依靠高铁、地铁、飞机、美团、携程等载体，推广烟台红色文化产品，吸引更多流量。另一方面，抓住烟台举办的各种节会时机，邀请营销策划机构、各类媒体人员等到烟台采风，扩大对烟台特色红色文化产品的宣传，增强烟台红色文化产业的吸引力和知名度。^[6]