

创产品同质化现象严重，与市场需求严重脱节。这不仅影响了文化资源的有效利用，也阻碍了红色文化产业的品牌集群建设、产业链的延伸拓展。如龙岩打造的“红色古田养生龙岩”文旅品牌在产业集群效应上与瑞金的“红色故都七彩瑞金”、延安的“圣地延安红色宝塔”等品牌尚有一定差距。

（三）生产要素支撑乏力，数字人才匮乏

21世纪的生产要素由土地、劳动力、资本、技术、算力和数据六大要素构成，尤其是红色文化产业，涉及历史、文化、传媒及旅游等多个方面，需要强大的数据和技术要素支撑。当前红色文化产业发展资金缺口较大，中央及省市各级财政对闽西红色文化产业的支持力度不够。数据和技术装备投入也无法满足产业发展需求。如VR、AR技术装备应用难，缺少互动性与沉浸式项目，无法满足游客体验需求。由于高校数字化专业课程和学科设置与市场需求脱节，较少高科技人才从事红色文化产业，导致从业人员整体文化水平不高、专业性不强、队伍老化且更新困难。在红色文化展示方面，博物馆和纪念馆讲解人员对文物背后的历史理解不足，对高新技术设备操作应用不熟练，整体上影响了观众的感观体验。

闽西红色文化产业高质量发展的路径

党的十九届五中全会明确提出，“推动文化和旅游融合发展，建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区，打造一批文化特色鲜明的国家级旅游休闲城市和街区，发展红色旅游和乡村旅游”，进一步明确了文化和旅游融合发展要求，为“十四五”时期文化和旅游改革发展提供了遵循、指明了方向。^[5]红色文化产业符合新时代科学发展理念，对于提升我国经济质量和核心竞争力具有重要作用，亟须通过深入挖掘并统筹规划各地的特色资源，转变经营理念并充分运用高新技术手段，提升资源价值并推动红色文化产业的多元化与高质量发展。

（一）创新企业经营理念，推动产业协同发展

现代化经济体系建设的着力点是加快建设实体经济、科技创新、现代金融、人力资源协同发展的产业体系。^[6]因此，打造红色文化产业应创新企业经营理念，推动产业协同发展，坚持“红、绿、古”结合思路，促进闽西红色文化产业区域合作与多元融合。长汀与武平可开展县域合作共同打造杨成武将军纪念馆与刘亚楼将军故居、水土保持科教园与林政策源地、汀州古城与百家大院等特色旅游线路。主管部门应加强顶层设计和科技创新推广，提升公众对红色文化产业的认知认同，培育

更多的消费群体。如公共场所设立宣传栏，全方位展示新时代红色文化产业的发展前景与特色，吸引更多人关注红色文化产品。同时，可以通过举办文化节、专题展览等活动，增强人们对红色文化的认同感；还应促进产业区域协同发展，充分发挥闽西各县红、绿、古三色资源优势，加强山海合作，主动融入粤港澳大湾区和长三角发展格局。

（二）加强现代技术装备，推动品牌集群建设

在文化自信的背景下，把科技创新转化应用于品牌集群建设在红色文化产业发展中具有积极意义。面对科技革命全球化浪潮，品牌战略已成为当前社会的普遍共识，众多投资者将其作为经营的核心提取品牌价值增长效益。我国在5G技术、工业互联网、物联网、人工智能和制造业深度融合等领域有较好的基础和增长潜力，为品牌集群建设提供了便捷渠道。品牌集群建设通过技术手段能够把原本分散的红色资源集中起来，实现从分散竞争到整体联动的转变，不仅可以促进区域资源共享和优势互补，而且大幅提升其社会功能和经济效益。科技创新融入品牌集群化不仅降低了交易成本，提高了生产效率，还加速了产业升级进程，这对于增强红色文化产业的市场竞争力至关重要。成熟的红色文化产业集群能够提供多元化的商业功能，突出表现在购物、餐饮、休闲、娱乐等方面。如龙岩市以“红色古田养生龙岩”为目标定位，持续提升古田旅游综合体5A级旅游景区品牌效应，被列入“全国百个红色旅游经典景区”。闽西各县应立足当地实际，充分发挥区域特色资源优势，与新一代信息技术和智能技术相结合，利用第二批“全国党员教育培训示范基地”确定之机重点打造“古田会议”品牌，以红色旅游带动全市红色资源的整合与统筹规划，构建以红色文化产业为核心，辐射区域经济联动发展的新型产业集群。

（三）普及信息技术应用，实施数字驱动战略

数据要素与数字技术的结合，推进了生产方式变革，促进了产业融合发展及传统生产要素的数字化转型。根据CNNIC的调查数据显示，2016年以来我国在线旅行预订用户规模逐年上升，到2018年已超过4亿人次，占比接近50%，疫情期间仍保持在48%以上。这充分说明信息技术在我国旅游业的广泛应用，数字化、网络化、智能化是社会发展的必然趋势。因此，产业发展要与时俱进，推广数字技术在创意文化作品中的运用，充分利用信息技术提升产业市场竞争力。

一是完善数字化装备软硬件配置，提升“数据驱动”和软件控制的自动化装备水平，同时大力推广数字