

以“敕勒川”命名品牌成为地域文化新亮点



呼和浩特市敕勒川大街

经过十多年的挖掘与整理，敕勒川文化在自治区乃至全国树立了良好的文化品牌形象。与此同时，也得到了社会的认可。据不完全统计，至2024年初，仅呼和浩特、包头两市以“敕勒川”冠名的企事业单位130家，以“敕勒川”冠名的商标130个。其中不乏地区建置、学校与公益组织及大型公共活动场所。如，敕勒川镇、敕勒川大街、敕勒川大桥、敕勒川学校、敕勒川草原、敕勒川湿地、敕勒川博物馆、敕勒川公园、敕勒川草原文化旅游景区、敕勒川风景旅游区等。

地域文化是一个地区在繁衍发展过程中形成的地理坐标，是经济社会发展过程中形成的核心实力，是一代又一代人的精神和文化的积累。敕勒川地域辽阔、历史久远，各族人民在此繁衍生息形成了优秀的地域文化。文化品牌转

化为市场经济产品，是文化走向市场产业化的跨越。实现这一转换需要两个条件：一是文化深度影响民众，在社会上引起共鸣；二是文化带入商品经济后，有助推其树立产品形象的能力。

一、文化建设深入人心

敕勒川地域文化以弘扬民族团结与社会和谐为内涵，以铸牢中华民族共同体意识为核心。经过15年的发展，本会专家对敕勒川文化归纳总结出其核心要义有六大亮点、四个基本特征：

六大亮点：一是西汉时昭君出塞，用和亲的手段解决民族矛盾，实现了汉朝和匈奴的和平共处；二是北魏孝文帝改革，使中国北方各民族实现了大统一、大融合；三是蒙古土默特部首领阿勒坦汗与明朝“隆庆议和”，使蒙汉两地人民免受战争之苦，实现了通贡互市；四是“走西口”移民潮使长城内外蒙古族、汉族等多民族成为谁也离不开谁的同胞兄弟；五是以乌兰夫为代表的蒙古族先进分子紧跟中国共产党闹革命，实现了蒙古族的解放和中国第一个自治区的成立，为全国实行民族区域自治制度开创道路；六是改革开放以来，呼和浩特、包头、鄂尔多斯三市构成的“金三角”地区，成为内蒙古经济社会发展的火车头，也是中国经济发展