

最具活力的地区之一。由此概括出敕勒川文化的核心理念为：“团结、统一、和谐、交融。”

四个基本特征是：敕勒川地处草原和中原的结合部，具有游牧文化与农耕文化交汇的地域性特征；敕勒川文化为众多民族共同创造的文化，具有复合型文化特征；敕勒川有多民族长期相濡以沫的共同生活，形成海纳百川的气魄，具有开放包容的特征；敕勒川地区从古至今，引领塞外草原的时代潮流与发展方向，具有开拓性、开创性的特征。

敕勒川文化研究会通过深度挖掘，将地域范围内的文化高度概括，并广泛传播。在指导旗县文化建设的同时，潜移默化将文化要义深入社会经济建设各个领域。

二、经济与文化契合传播

地域文化是经年累月融于日常的经济生活中的底层文化，经过挖掘、归纳、提炼后形成了强大精神动力。在一定程度上，文化对地域经济发展有影响力和推动作用。

首先，本地企业以敕勒川命名产品，从广义来讲，高度认可本地区文化内涵并对其精神价值有深刻的理解。将企业文化与地域文化结合，成就了企业自身的文化价值。良好的品牌形象是企业口碑和实力的证明，同时也是消费者对产品的信赖力与支持力。

其次，从狭义而言，文化品牌融入商品生产是对地域品牌的认可，有助于

产品树立地域特征，使产品具有地域性优势。敕勒川文化作为文化品牌，既是和谐、相融的标志，同时也可作为自治区的地理标志，他独特的自然条件、历史文化、风俗活动等内涵使他承载了敕勒川地域范围内独一无二的情感认知，为本地区商品的传播营销、保护、运用等提供了平台。

再次，企业的发展需要科技的力量、资本的力量、市场的力量、政策的力量及文化的力量。地域文化具有地域元素，是独特且优秀的中华文化，融入地域文化就是在产品中植入深厚的中华文化精神。此外，将地域文化元素融入商品创意，可极大地体现出地域民俗风情，这在文旅建设中十分重要。

第四，敕勒川文化的核心内涵是“团结、统一、和谐、交融”。文化品牌作为名称标志，一方面可助力北疆文化的建设与繁荣，二来也可将铸牢中华民族共同体意识的广阔胸襟通过商品经济的概念进行传播。

敕勒川文化品牌在社会的广泛认可及在市场经济中的应用，是敕勒川文化研究者多年来对这一地域文化保护、发掘与整理最终的夙愿和一直追求的目标。同时也希望品牌使用者与经营者在产业发展中不断强化品牌的知名度和美誉度，带来品牌溢价、增加产品的附加值，为敕勒川这一文化品牌的建设提供更好的发展动力与影响力。

（吴俊清）