



# 地区历史文化资源开发 与区域高等教育发展



主编 周淑利 周美娟

DIQU LISHI WENHUA  
ZIYUAN KAIFA  
YU QUYU GAODENG JIAOYU FAZHAN

河北人民出版社



# 地区历史文化资源开发 与区域高等教育发展



主编 周淑利 周美娟

---

DIQU LISHI WENHUA  
ZIYUAN KAIFA  
YU QUYU GAODENG JIAOYU FAZHAN

河北人民出版社

## 图书在版编目（C I P）数据

地区历史文化资源开发与区域高等教育发展 / 周淑利，  
周美娟著. - 石家庄：河北人民出版社，2015.9  
ISBN 978-7-202-10816-1

. 地... . 周... 周... . 地方文化 - 研  
究 - 中国 地方教育 - 高等教育 - 发展 - 研究 - 中国  
. G127 G649.2  
中国版本图书馆CIP数据核字（2015）第197344号

---

书 名 地区历史文化资源开发与区域高等教育发展  
主 编 周淑利 周美娟

---

责任编辑 唐 丽 高 菲  
美术编辑 于艳红  
责任校对 余尚敏

---

出版发行 河北人民出版社（石家庄市友谊北大街330号）  
印 刷 河北新华第二印刷有限责任公司  
开 本 787毫米×1092毫米 1/16  
印 张 11.25  
字 数 180 000  
版 次 2015年9月第1版 2015年9月第1次印刷  
书 号 ISBN 978-7-202-10816-1/G·6042  
定 价 28.00元

---

版权所有，翻印必究

## 本书编委会

主 编	周淑利	周美娟		
副主编	赵 旭	李彦敏		
编 委	段振英	曹健玲	李 勇	王秋莲

# 目 录

## CONTENTS

### 第一章 地区历史文化资源开发的经济社会价值 / 1

#### 第一节 地区历史文化资源的含义和范围 / 1

#### 第二节 地区历史文化资源的经济价值 / 5

#### 第三节 地区历史文化资源的社会价值 / 12

### 第二章 区域高等教育发展要体现地方特色，服务地方经济社会发展 / 20

#### 第一节 认识和把握区域高等教育的目标定位和功能导向 / 20

#### 第二节 体现地方特色是区域高等教育发展的历史必然 / 23

#### 第三节 按照服务地方经济社会发展的需求改革高等教育是社会责任和使命 / 29

### 第三章 地区历史文化资源开发与区域高等教育发展（一）：以承德市为例 / 40

#### 第一节 承德独特的历史文化资源与现状 / 40

#### 第二节 承德历史文化资源保护与开发的对策 / 56

#### 第三节 承德高等教育发展要以地区历史文化资源开发作为重要内容 / 61

#### 第四章 地区历史文化资源开发与区域高等教育发展（二）：以石家庄市为例 / 66

##### 第一节 石家庄地区历史文化资源的类型 / 66

##### 第二节 石家庄地区历史文化资源的开发 / 94

##### 第三节 区域高等教育发展要将地区历史文化资源开发作为重要内容 / 104

#### 第五章 地区历史文化资源开发与区域高等教育发展的未来走向 / 115

#### 第六章 地区历史文化资源开发的实际案例 / 130

##### 第一节 地方史或乡土历史教学的路径选择 / 130

##### 第二节 关于乡土历史课程资源的课题研究 / 136

#### 附录一 中共石家庄市委贯彻落实《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》的实施意见 / 156

#### 附录二 石家庄市人民政府办公厅关于加强全市非物质文化遗产保护工作的意见 / 166

#### 后记 / 171

# 第一章

## 地区历史文化资源开发的经济社会价值

中共十八大提出：文化是民族的血脉，是人民的精神家园。全面建成小康社会，实现中华民族的伟大复兴，必须推动社会主义文化大发展大繁荣，兴起社会主义文化建设新高潮，提高国家文化软实力，发挥文化引领风尚、教育人民、服务社会、推动发展的作用。让人民享有健康丰富的精神文化生活，是全面建成小康社会的重要内容。因此，从这个意义上来说，如何开发利用文化资源，全面提高人民思想道德素质和科学文化素质，将是我们今后面临的一个重大课题和一项长期重要的任务。

### 第一节 地区历史文化资源的含义和范围

资源是一切可被人类开发和利用的物质、能量和信息的总称，它广泛存在于自然界和人类社会中。或者说，资源是指自然界和人类社会中一种可以用以创造物质财富和精神财富的、具有一定数量积累的客观存在形态，如土地资源、矿产资源、森林资源、海洋资源、石油资源、人力资源、信息资源等。从经济学角度看，资源的概念包含以下几个方面的内容：

第一，资源必须是能够创造出财富或资产的各种要素的组合。这意味着只要是被用来创造财富或资产的要素，包括物质的、精神的、体制的或者人

的知识与能力，社会的资本、科技与文化等都属于资源。不管作为资源的要素，其本身是自然的产物还是人类劳动的结果，只要是用于生产过程以创造财富的要素，都属于资源范围。

第二，资源转化为财富是经过人类劳动实现的。资源是经由劳动的加工而形成可供人们满足需要的财富。就财富或资产而言，它的形成取决于两个条件：一是资源，一是劳动。这就在两个方面界定了资源的范围。一方面，只有同财富形成有关的要素才可能成为资源。另一方面，一些要素即使同财富形成有关，也须经由劳动（体力的或脑力的、简单的或复杂的劳动）才能创造出可供人们消费使用的资产或财富。

第三，资源是已经存在并且有条件开发利用的各种要素的总合。资源以三种形式存在着：废弃资源，它们是一种过时的资源；现实资源，即当前有条件开发利用以及正在开发利用的资源；潜在资源，指那些目前尚无条件开发而在将来却能够被利用来创造财富的种种要素，这是一种非现实资源。人类对于资源的开发利用总是受着社会历史条件的限制，对于资源的运用是相对确定的，每一个时代的人们所能实际利用的资源只能是它的现实形态，即现实资源。资源不仅有各种物质形态，也包括知识、经验、技术等非物质的信息形态资源。

资源是经济赖以发展的基本要素，由于一定资源对象总是与一定生产力相协同才成为现实有用的资源，不同的发展阶段，各种资源的利用率和对于经济增长的贡献率会发生变化，主导性资源会被更替、扩充。可见，资源具有动态演化特征。在传统经济中，劳动力、自然资源和资本占据经济增长的主要贡献地位，人力资源的发挥更多地依赖于其他资源的存在与应用。在知识经济时代，经济发展过程中主导性资源出现了划时代的变化，即人力资源和知识成为主导资源和驱动力。当人的创造力成为主体资源，资源的内涵和外延就得到了更深刻更广泛的拓展，一些具有历史积淀的物质载体（如哥德堡号沉船，上海的石库门建筑等）、民间传说（如南海观音、牛郎织女



等)、民俗风尚(如节庆祭祀、对歌等)、小说故事(如三国西游、聊斋志异等),均可纳入资源的范畴,加以开发和利用,成为对促进经济增长有用的资源。这种开发和利用的成功与效果则取决于人们创意的发挥。

历史文化资源是指人类发展进程中所创造的一切含有文化意味的文明成果以及承载有一定文化意义的活动、事件、物件等等。向志学和向东指出历史文化资源是指人类历史文化遗存诸多实体当中具有独特功能、现代资财价值、能够科学合理开发利用,甚至进行扬弃升华的部分。<sup>a</sup>史平指出历史文化资源是“人类生活过程中的遗存,这种遗存可以为人类现在及今后的社会生活所利用。在这个瑰丽的宝库中,有大量的实物遗存和文字遗存。实物遗存中,包括历史文物、历史遗迹或墓葬等”。<sup>b</sup>历史文化资源外延极广,它既可以是历史文物、古迹,如古街道、古镇、古雕塑、古园林等,也可以是古人的诗词、学说、故事、吹拉弹唱等,乃至流传至今的民俗风情、衣冠服饰、风味美食等。历史文化资源具有以下几个特点:

第一,具有传承连续性。不仅贯穿一个地区文明史的始终,而且许多类型的文化资源既有传承又有发展和创新。文化传承对于一个国家、一个民族的行为意识和社会制度路径选择具有巨大影响,而文明进步对于人类社会的发展具有决定性意义。可以说,社会系统演化是文化与文明两股力量交互作用的结果。文化基于历史传承,文明基于科学进步,两者虽相互影响,却遵循着各自的规律。当文化传承与文明进步的张力保持一致时,两者会形成相互协调、相互促进的和谐状态;当文明进步与文化传承发生离变并达到一定临界点时,文明基于自身的进步规律会与文化产生摩擦。这时,制度创新成为协调文化与文明关系的内生性要求,并可能产生两种结果:一是引起文化

---

a向志学、向东:《谈谈资源和历史文化资源》,《武汉大学学报(人文科学版)》2006年第5期。

b史平:《浅谈历史文化资源对旅游业的影响》,《丝绸之路》2010年第16期。

的强制性变迁，以适应文明进步的价值观与制度范式要求；二是文化对文明形成掣肘，使人们的行为保持在与文化传承相适应的价值范式与制度范式之中。一种良性互动的结果是：文化传承、文明进步与制度创新形成新的发展合力。

第二，具有地域不平衡性。一方水土孕育一方文化。历史文化是人类发展过程中所创造的，也是一个长期的过程。如在中华大地上，不同社会结构和发展水平的地域自然地理环境、资源风水、民俗风情习惯、政治经济情况，孕育了不同特质、各具特色的地域文化，诸如中原文化、三秦文化、燕赵文化、中州文化、齐鲁文化、三晋文化、湖湘文化、蜀文化、巴文化、徽文化、赣文化、闽文化等，是特定区域的生态、民俗、传统、习惯等文明的表现。它在一定的地域范围内与环境相融合，因而打上了地域的烙印，既各具特色，又发展不平衡。这种时空分布得不均衡，真实地反映出一个地区历史文化的流动性和地域特色，而思想文化大家的频繁出现以及行政区划的独立，增强了区域内文化的交融，成为凝聚省民意识的文化基础。这对今天仍有启示意义。

第三，具有兼容性。这种兼容性文化氛围，养成了区域内人民敢于接受新事物的文化基因。如中国哲学的起源，是由两大系统耦合而成，在北方以儒家为代表，在南方则以道家为始祖。在这样的哲学背景下所产生的文学艺术南北风格迥异，北方文学风格以严谨为特征；道家学说的故乡，楚国以及整个南方的文学风格则以活泼、浪漫为其特色。而中国的戏剧、曲艺，同样也是长期融合南北艺术之长，形成了曲艺、戏剧种类多、流派风格独特的特征。近现代以来，河北人每每能引领风气、敢为人先，对中国社会发展进程产生了积极影响。这也是我们继续改革开放、建设美好河北的精神动力。

第四，具有较强的辐射性。辐射性展示了一个地区历史文化遗产强大的生命力，也能够突出一个地区对国家、对民族的重大贡献，有利于培养该地区人们的自豪感。在知识经济时代，经济发展过程中主导性资源出现了划时

代的变化,即人力资源和知识成为主导资源和驱动力。当人的创造力成为主体资源,资源的内涵和外延就得到了更深刻更广泛的拓展。

地区历史文化资源即是指该地区历史发展进程中所创造的一切含有文化意味的文明成果以及承载有一定文化意义的活动、事件、物件等等。地区历史文化资源具有历史文化资源的一般特征,同时又体现出自身的独特特点,这也是我们认识和讨论地区历史文化资源的出发点。

## 第二节 地区历史文化资源的经济价值

历史文化资源由于具有地域性、民族性、承传性、独特性和垄断性等特点,往往是一个区域所独有,很难被其他区域模仿和复制,在文化旅游发展过程中具有重要的作用。

一、地区历史文化资源是一个地区综合实力的组成部分,也是推动该地区经济发展和社会进步的重要动力资源

第一,历史文化资源是加快文化产业发展的助推器,直接拉动地方旅游业的发展。历史文化资源是发展科学考察旅游、文化教育旅游、体验旅游和特色旅游最基础、最重要的资源,同时也是综合利用民俗、民间文艺、旅游商品等发展人文旅游最直接、最有效的载体,在培育国民经济新的增长点、加快转变经济发展方式方面发挥着不可替代的作用。历史文化在区域发展旅游业的过程中能形成垄断地位,在市场竞争中获得很强的竞争能力,从而形成自己的特色和品牌效应。如国际盛名具有“音乐之都”的维也纳,凭借众多著名音乐家的遗迹成为欧洲著名的文化旅游中心;美国古城威廉斯堡,由于完整地保存了18世纪英国殖民地时代的城镇风貌,使参观者仿佛时间倒流了200多年,从而成为美国最重要的历史名胜之一等。据统计,河北省430多处旅游景区中,有文物古迹的约占70%,以文物本体为依托的许多旅游景

点，已成为河北省旅游的热点。<sup>a</sup>这些著名的旅游胜地无一不是将独特的历史文化融入旅游业的发展过程之中，形成自己的特色，打造出自己的品牌，使这些宝贵的文化资源成为一种无形力量，促使旅游业走上可持续发展道路。所以，在“十三五”期间，以历史文化资源为依托，着力打造历史遗址游、名人故居游、文化名城游、特色民居游、民俗风情游、民间艺术游、博物馆和纪念馆游、科技游、革命圣地游等文化旅游线路和项目，必将成为文化强省建设的重要举措。

第二，历史文化资源可以直接吸引文化招商项目。因为历史文化资源对地方旅游业的拉动，使得历史文化资源成了一种潜在的区域影响力，吸引许多重大项目落地开花结果。如邯郸市政府依托广府古城、磁山文化、大名古城、邺城遗址等具有地域特色的文化资源，积极催生广府生态文化产业园、武安东山文化博艺园、中国邯郸国际文化产业创意大厦等项目，并成功引入民营资本、国外资本50多亿元。由于河北具有发展潜力巨大、合作空间广阔的旅游产业，2014年河北省旅游局又精心谋划推出了6个旅游产业聚集区和14个重点旅游招商项目。这6个旅游产业聚集区是：张家口市申办冬奥会滑雪产业聚集区、环首都旅游产业聚集区、邯郸市文化生态旅游产业聚集区、秦皇岛北戴河新区旅游产业聚集区、唐山湾国际旅游岛旅游产业聚集区、衡水湖旅游产业聚集区。14个重点招商项目为：石家庄嶂石岩国家级风景名胜招商项目、承德市平泉县辽河源房车营地项目、张家口涿鹿县中华三祖圣地——黄帝城项目、张家口阳原县泥河湾温泉度假苑综合开发项目、秦皇岛昌黎县碣石山景区综合开发项目、秦皇岛昌黎县晒甲坨温泉项目、唐山市乐亭县滦河口生态旅游区温泉旅游项目、唐山市迁西凤凰山民俗文化旅游区综合开发项目、保定阜平县中国古北岳恒山（神仙山）综合开发项目、

<sup>a</sup>方伟、向回：《历史文物资源在文化强省建设和文化惠民工程中的价值》，《河北日报》2012年9月28日。

沧州市任丘市白洋淀生态旅游度假区项目、沧州渤海新区中捷世博欢乐园项目、邢台市内丘县邢白瓷文化产业园项目、邯郸市临漳县邺城遗址产业园项目、石家庄市段家楼文物保护与旅游开发项目，旨在以大聚集促进大发展，打造河北的品牌旅游目的地。

第三，历史文化资源是文化创意产业的重要依托。文化遗产是最能体现区域文化特色的资源。为此，河北省把影视制作、出版发行、演艺娱乐、数字内容和动漫等重点推进的文化创意产业项目融入历史文化元素，把独特的历史文物资源优势切实转化为文化产业发展优势作为文化强省战略的一项重要内容。并在《河北省文化产业振兴规划（2010-2015年）》中进一步明确了文化产业的指导思想、基本原则和发展目标，提出了以西柏坡中共中央旧址、城南庄晋察冀军区司令部旧址、八路军一二九师司令部旧址等爱国主义教育基地为载体，打造红色旅游重点景区和精品线路，积极开展多种主题性旅游活动，推动红色旅游快速发展；以历史文化、滨海度假、草原风情、燕太山水、温泉湿地、健身娱乐等资源为载体，以环京津休闲旅游为亮点，开发建设一批主题特色鲜明、基础设施配套、文化品味较高的精品旅游景区。不断加强景区基础设施建设，完善旅游信息服务体系，提高文化旅游综合服务水平；大力挖掘历史文化资源，发挥历史文化名城、千年古县、千年古镇优势，规划建设一批新的文化旅游线路，使之连线成片。在重点旅游景区和旅游城市，策划打造演艺精品；办好中国吴桥国际杂技艺术节、中国唐山评剧艺术节、中国承德文化旅游节、中国承德国际摄影大展、沧州国际武术节、秦皇岛长城文化节、保定河北梆子艺术节、邢台太行山文化艺术节、坝上草原文化节、中国邯郸国际太极拳运动大会、中国女娲文化节、中国石家庄国际动漫博览交易会等节庆展会的同时，积极承办国际性、全国性重大节庆会展活动，做大做强一批有影响力的节庆会展品牌，形成定位准确、主题突出、特色鲜明、梯次发展的节庆会展格局。总之，通过让文化创意和文化资源实现“联姻”，以文化创意为先导，以优势资源为依托，以大项目为载



体，以经典品牌为特色，从而走出一条文化创意产业的特色之路，开辟文化产业发展新天地。

## 二、地区历史文化资源能够产生直接的经济效益

一个地方的历史文化资源，实际上就是这个地方的名片，是一种文化品牌。如何将丰富的历史文化资源优势转化为产业优势，是一个地区文化产业发展的关键性问题，而找寻其突破口又是其重中之重。从影响幅度、发展潜力、关联广泛出发，非传媒内容莫属。对历史文化资源的传媒内容开发就是用文字、音乐、语言、图像等手段生产音像、影视、图书等作品，再现有形与无形的风景名胜、历史文化、习俗风情、音乐舞蹈、地方戏曲等。这种开发一方面可以使文化更尽善尽美，永久保存。另一方面，也是尤为重要，是，当历史文化资源进行了传媒内容的开发，它常常成为展示一个地区形象和品牌的窗口。人们对某个地区的了解和认识，往往是从该地区的文化特色、文化名人开始的。不仅如此，它也能推动其他文化产业的开发，如旅游业、艺术表演业等。一支风靡全国的歌曲，正是郑绪岚在1983年春节晚会上的《太阳岛上》引发了哈尔滨一片原始的江滩、一片蛮荒的野地的太阳岛名声鹊起；一首传之久远的诗，正是张继的《枫桥夜泊》使苏州一个荒村小寺寒山寺、江南小桥枫桥成为千秋名胜；一部上座的大片，正是张艺谋的《大红灯笼高高挂》的拍摄，使乔家大院名闻遐迩；也正是1982年电影《少林寺》的轰动一时，才把深山名刹少林寺和少林功夫推向世界；一部万人空巷的电视剧，正是以《大长今》为代表的韩剧直接带动了产业链下游的旅游业发展，并间接带动了餐饮业、商贸零售业、美容业、时装业，甚至膳食和医药产品等相互关联产业的“韩流”热潮；一个备受瞩目的节目，正是2006年春节联欢晚会上获得了观众最喜爱的节目歌舞类一等奖的皮影舞蹈《俏夕阳》，使广大民众对皮影艺术增添了或多或少的认识，而且推动这种艺术形态的商业开发。这种事例，不胜枚举。

常言说，一方水土养一方人，一方人形成一方文化。地方文化是一方

居民为适应自然环境、满足物质生活、精神生活的需要而长期形成的文化积淀，它包括社会风气、自然环境、物质生活、文化传统和民俗风情等多种因素；是某一地方历史发展的文明载体，蕴涵着丰厚的文化知识。如一段古长城记录着古战场金戈铁马的喧嚣，一座寺庙、一个道观再现出人们的宗教信仰，一条河流、一座山峰深深地刻着某一地方历史时期的风云变幻。作为旅游文化资源的地方文化，主要有：（1）旅游与文化构成联系的历史遗存，它主要包括以下四个层面，即以文物、史记、遗址、古建筑等为代表的历史文化层；（2）以现代文化、艺术、技术成果为代表的现代文化层；（3）以居民日常生活习俗、节日庆典、祭祀、婚丧、体育活动和衣着服饰等为代表的民俗文化层；（4）以人际交流为表象的道德伦理宗教文化层。富有个性的地方风物、人文景观或是自然景观都是历史的沉积，是人们在生活实践中，以文化的形态和艺术结构的形式表现自身的追求和思考。她既是独特的地理环境所致，也是地方先人的审美情趣的蕴藏。地方文化独有个性美、奇异美，既可满足旅游者的猎奇心理，又可以满足旅游者的审美需要。人类审美活动与审美需要的产生，符合人类生活本质的某种必要性，它与其他的行为方式一样，也是人的一种生存本能和适应性行为。旅游者观光、欣赏，可以根据自己的生活经历和知识积淀，去品评、审美某一地方文化，从中得到美的享受、精神的愉悦。在科学、有效保护的前提下合理利用这些文化资源，探索建立开发利用的多元投入机制，使之更好地为经济社会发展服务、为人民群众服务，不仅能够为文物的保护提供保障机制，更可以使文物背后的文化价值和人文内涵在当代社会为更多的人所理解和欣赏。

纵观中国五千年的历史场合，我们会发现大多数有着重大历史渊源的文化圣地长久地吸引着国内外慕名而来的络绎不绝的游客。显而易见，一个地方的历史文化是当地发展旅游业的重要依托，它为当地的旅游业资源提供了更为丰富的内涵。无论是长城、兵马俑还是埃及的金字塔等等都是因其历史文化名声才能吸引大批游客前往参观。与此同时，这些游客的到来，会带动

当地的产业发展，对衣食住行等等各方面的产业都有所推动，使得当地的经济得到快速的发展，这就是我们所谓旅游经济的发展。由此我们可以知道，旅游经济的发展背后必然有着强大的历史文化背景作依托，否则一个地方的旅游业不可能有长远的发展。

当前，随着经济全球化的步伐加快，文化产业作为新的经济增长点，日益成为各地综合竞争力和可持续发展能力的基础指标和关键因素，成为21世纪经济全面持续协调发展的最重要的支柱产业之一。对于一个地方而言，文化是灵魂，是其内在吸引力，文化产业对地区软实力的提升有其他产业所不能比拟的优势，特别是对地区形象、环境、文化、精神、凝聚力、地位甚至政治文明等方面的直接促进和价值提升作用非常巨大，是提升本地综合实力、保证可持续发展的重要保障。

文化产业除了有好产品，还要有市场的聚集效应，必须把旅游、文化、科技、市场有机结合起来，要彰显人气，只有把人吸引进来，才能有效应。文化产业是综合性产业，市场空间大，社会效益大，最为直接的就是能够带来就业岗位的增加，相关产业收入的提高。这就需要社会各方面的支持配合、相互协作，深层次地研究、挖掘、整理、开发，利用地域文化资源作为重要内容，开发各类衍生文化产品，形成高效益的文化产业链。综合考虑文化产业的综合性，提供所需的服务、配套设施，健全功能，使游客既得到精神层面的享受，也得到物质方面的满足，使之乘兴而来、满载而归。目前，我省文化遗产保护资金来源单一，成为文保事业投入上的突出问题。而社会资金进入文物保护利用领域限制多、配套政策不完备、鼓励措施不完善，极大地制约了文物保护发展工作。

实现地区历史文化资源所产生的经济效益，必须采取以下三种措施和手段：首先，要有政策引导和财政支持。一方面要明确各级政府的财政支出责任，将文化遗产保护、开发和利用经费列入同级财政预算并逐年增加，增长幅度不低于当年财政收入的增长幅度；另一方面要激发社会投资参与的积极





性，鼓励引导更多社会资金投入文化遗产事业，建立“文保开发基金”，支持社会力量积极投入文化遗产保护开发，进一步完善落实社会力量捐赠和遗产保护开发赞助的政策措施，不断拓宽文化遗产保护的投入渠道。

其次，要实现物质文化遗产与非物质文化遗产保护开发相结合。物质文化遗产是发展人文旅游最佳、最有效的载体，而非物质文化遗产则是提升旅游产业附加值的重要内容。历史文化名城、名镇、名村等的保护与开发，都离不开民俗、传说、民间文艺等非物质文化遗产项目的捆绑模式。在对文物资源进行保护性开发的同时，还必须通过恰当的方式开发和利用与其密切相关的非物质文化遗产，综合利用各种人文资源开展多形式、多层次的旅游活动，变平面为立体、变静态为动态、变游客被动为主动参与式的旅游，实现本地旅游资源的高效开发。同时，应该采取一些有力措施，积极培养和扶持文化队伍和人才，使这些优秀的传统文化得到合理的开发利用和可持续发展，使广大农民享受丰富的文化服务，拥有多彩的文化生活，这是文化大发展大繁荣落实到基层的关键。

第三，要借助文物影响力提升地方文化形象、打造知名商业品牌。一个区域的文化遗迹，本身就是该区域文化影响力的重要基础，它借助各种品牌文化活动的开展，增强了地方群众的文化自豪感，使他们深切体会、了解了本地的特色文化，从而转向自觉、主动地保护这种文化，实现了文化遗产保护与文化产业发展、文化惠民工程推进的多方共赢。如涿鹿祭祖活动、“山海关·中华龙抬头文化旅游节”、井陉感恩文化节、秦皇岛长城文化节、承德国际旅游文化节、吴桥国际杂技艺术节、中国剪纸节、沧州武术节等文化特色浓厚的活动，依托当地物质的或非物质的文化遗产，极大地提升了区域文化形象；而阜平县通过城南庄旅游活动的影响力，带动阜平红色旅游地位提升。此外，根据名胜古迹等著名文物的名称或图形而实际使用或注册商标，并在此基础上着力打造知名商业品牌，对一个企业品牌战略的实施可以起到事半功倍的效果。如承德避暑山庄实业集团生产的“山庄老酒”系列