

河北省地域文化与城市品牌打造相结合的现状研究

胡泽薇

(渤海大学经济学院, 辽宁省、锦州市, 121007)

摘要: 在 21 世纪, 我们国家要面临的各城市之间的国际竞争将更加激烈, 建设并完善城市品牌形象系统是一个城市发展的主要战略方向之一。中华民族具有优秀的历史文化及丰富灿烂的民族地域性特点, 在建设城市品牌的过程中, 要充分利用并进一步挖掘城市的本土的文化底蕴。在本次研究中, 通过对优秀城市品牌建立案例的解读分析, 挖掘河北省部分城市地域性文化特色, 探索河北省市区县结合地域文化特点打造具有中国本土特色的一流城市品牌形象的战略方向。

关键词: 城市品牌; 地域文化; 战略方向

中图分类号: C91

文献标识码: A

一、研究背景

城市品牌建设是政府对提升城市整体生态环境、经济活力、文化底蕴、精神品格、历史传承力和现代市场价值导向以及服务价值等的整体呈现。但是进入 21 世纪之后, 我们中国的城市品牌面临着十分严峻复杂的竞争形势, 所以必须直面挑战, 建立并进一步地完善城市品牌形象系统。在“十四五”战略时期, 我国提出了推进城市建设与品牌体系创新发展战略, 该战略指出, 要着眼于城市品牌树立及区域整体形象, 打造现代优秀城市品牌。现如今, 国内著名大中城市的城市品牌建设仍在如火如荼地进行着, 城市品牌建设推动了经济快速发展。除了北京、上海、广州等这样比较著名的国际化大都市以外, 还有目前迅速崛起的中小城市, 无一例外都在向我们展示着加快推进城市品牌建设的重要性。

河北省具有地域优势、独特的人文环境和特殊历史底蕴, 在其品牌形象系统内涵的初步探索和发展建立的过程中, 形成了具有鲜明政治性、历史性、经济性、旅游与服务性的品牌形象系统^[1]。但是由于目前对一些重点城市发展和城市规划建设及规划的速度等情况没有及时进行全面而客观的整体认识及把握, 导致河北省有部分城市规划中的许多的建设程序与实际需要进行建设的一些城建项目规划有很大出入, 系统规范和科学专业地设计城市品牌策划, 建立一个相对而言较为完整的城市品牌形象系统将能够进一步推动河北省城市规划成果的深入实施, 这对于进一步促进经济稳速发展具有战略性意义。目前河北省的产业特色不够鲜明, 产业结构比较粗放单一, 但不可忽略的是, 河北省的一些城市拥有强大核心竞争力的区域性优势产业, 在这一方面进行开发, 能将其潜力充分挖掘, 从而进一步形成自身特色产业和区域优势。打造河北省城市品牌形象, 就一定要利用好该城市现有资源特点和历史区位特点, 把这些资源特征和传统区位特色进一步转化发展为本地产业特色, 最终再转化发展为地方产业发展竞争优势。

二、河北省城市品牌形象建设成功案例研究

(一) 秦皇岛-中国夏都

秦皇岛市享有“中国夏都”的美誉, 是我国夏季的政治中心, 秦皇岛北戴河距离首都北京不到三百公里, 良好的自然环境、丰富的海洋旅游资源和优越的地理位置, 使得秦皇岛北戴河成为我国暑期办公和避暑疗养的好地方。据调查统计, 从一九五四年以后每逢暑期, 中国全国的中央领导层都会选择在北戴河办公, 目前北戴河的疗养院已所达两百多家, 疗养院数量之多、功能之全、档次之高, 属国内仅有, 这也间接为秦皇岛市的发展及其品牌形象的建立打下了基础。如今, 随着中国现代化社会蓬勃发展, 人民的生活质量也在逐步提高, 过去一些政府领导人在特定地区疗养避暑的状况或多或少会发生一些变化, 并且随着国家“专家休假计划”

规划的进一步实施,秦皇岛在凝聚人才、收集智慧等方面有所进步。其地方政府充分利用开发海洋与旅游文化资源,发挥其经济潜在优势,吸引了越来越多的人来到秦皇岛度假疗养,将秦皇岛市的城市品牌定位为海滨度假疗养胜地,并竭力将其打造成为我国的海滨旅游与度假疗养中心,获得了全社会普遍的价值认同。

目前,秦皇岛人民政府仍在不断完善对北戴河和南戴河两大海洋度假旅游功能区的规划建设,以进一步发展经营好游轮母港、游轮停泊港口等旅游资源,并配套建设好游船游艇码头、海洋旅游集散系统等海上观光旅游的基本设施。秦皇岛市旅游文广局还被要求做到精细运营海滨度假。秦皇岛市发改委提出了制定品牌战略和规划构想时要求必须做到实事求是、因地制宜,结合利用秦皇岛海岸线优势资源,发展建设现代城市滨海休闲生态旅游业,不断开发海洋观光游览、度假住宿、休闲娱乐、海上体育运动等项目,注重城市品牌塑造战略规划的可操作性和持续性。

(二) 承德-避暑山庄, 和合承德

承德深入落实国家的有关政策规定,借助避暑山庄等世界文化遗产以及良好的生态资源,积极致力于建设都市人文旅游名牌。在承德的许多重大文化活动中,总有“避暑山庄, 和合承德”的标志,这就是承德为树立清晰的都市文化形象,打造出的核心城市名牌。承德市曾向全社会开展都市文化形象标志设计征集活动,最终收到了来源于国内二十二个省市的三万余件应征优秀作品,最终从中遴选出了“避暑山庄和合承德”都市文化形象标志。当前,在承德的大街小巷、旅馆酒店,深“避暑山庄和合承德”的都市标志随处可见。承德市通过开展以宣传推广此标志为目的的各种公益活动,承德的都市形象标识逐渐广为人知。

基于“避暑山庄和合承德”,承德市印发《中国共产党承德市委有关加速建成中国文化强市的若干意见》,《若干意见》提出要在文化行业的蓬勃发展上紧紧抓住项目建设这一高效服务载体,做实项目建设蓬勃发展的政策措施保证,利用避暑旅游山庄的独特优势资源,在主市辖区以皇室历史文化、历史文化、民俗传统历史文化为重心发展特色旅游文化项目建设。各县区凸显生态优势资源、特色产业资源优势,做主市辖区的有利补给,着力推进塑造“承德休闲度假旅游文化”名牌。同时,还要将历史人文资源特色优势与现代健康娱乐行业相配合,将山水、树木、冰雪、草场、涌泉等自然自然资源与现代健康行业结合,将宫廷文明、佛家历史文化、传统现代民俗艺术与娱乐行业融入,着力推进向历史人文艺术、保健疗养、现代体育运动、娱乐度假四大系列的旅行文化建设产品拓展,打造金山岭长城、山庄外庙、坝上森林草原三大精品板块。

承德打造国际文化历史名城战略部署,已经载入了河北省《人民政府报告》中,支持其蓬勃发展的文化产业事业步入了前所未有的新发展时代。承德包含了五千余年的红山历史文化、1000余年的契丹人历史文化、300余年的山庄历史文化,积累了丰富的历史人文内涵。承德将进一步发掘城市旅游产品开发所依赖的历史人文优势,培养居民最容易接受的历史人文要素,进一步提高全市旅游的个性与档次。根据“避暑山庄、和合承德”的特色,挖掘皇家文化、长城文化、坝上文化、丹霞地貌文化等多个文化亮点,并汇集包含了清代陪都、明代万里长城、坝内草原、丹霞山水等旅游资源,以促进一季游向四季游转化、风光旅游向休闲游转化、粗放开发向集约建设的转化。承德市将以文化重点项目、园区建设为纽带,推加强对非物质文化遗产的利用,以创新管理和健全管理机制为关键,努力推进文化的大开发大兴盛,通过举办多渠道、多类型、全方位的活动,以创新与文化交流的方式,不断扩大文化产业竞争力和知名度,建立城市品牌形象。

(三) 张家口-冰雪之都

张家口市正面临着京津冀一体化发展、冬奥之城、建立国家可再生能源示范园三个重大历史机遇,积极利用优势资源,打造“冰雪之都”城市形象。二零二二年冬奥会将给张家口市冰雪经济建设提供了前所未有的发展契机,张家口市发挥自身资源优势,因地制宜,努力建设成为国内最大的滑雪场集散地之一的城市品牌形象,实现冰雪经济的新跨越。

经研究发现,在张家口市区建有滑冰场九家。其中,崇礼县七家,分别为:云顶、太舞、万龙、富龙、银河、多乐美地、长城岭滑冰场;张北一所,为塞纳都滑冰场、尚义一所,为天鹅湖滑冰场。共有高、中、初等雪道一百七十七条,占全国雪道总量二百七十二条的六十五%;道路全长一百六十四千米,占全国雪道全长 186.62 千米的百分之八十八点二;空中缆车和魔毯道共七十余条,全长四十五千米。与此同时,张家口市将借助冰雪体育资源优势持续开展系列赛事,持续发掘群众最喜欢、适宜于普通大众参加的冰雪类体育运动项目,积极推动社会各界力量共同开展中国大众冰雪体育锦标赛,努力打造出“张家口零度以下发展盛会”“崇礼全球滑雪节”“张家口城市联盟”等系列品牌比赛,成功打造出了“冰雪之都”品牌形象。

三、打造河北省城市品牌形象策略研究一以保定市为例

(一) 建设城市文化

保定的品牌建设的障碍并非品牌优势不足,而是品牌资源过多造成的品牌地位模糊。根据调研分析,保定市具有丰厚的文化优势资源,保定市应因地制宜,把握发展优势,确定发展主打方向。为此,以文化为基础建设保定城市品牌是提高保定城市品牌的辨识力、提升城市品牌竞争力的重中之重^[2]。具体可以采用如下方法:首先,城市软实力的提高还必须以硬实力建设为基石,二者是相互影响的,以文化为基础的城市品牌建设还必须以经济实力为依托,例如,城市规划中应把燕赵文化、红色文化、民间艺术文化等与城市基础设施的设计建设相结合;再次,地方政府部门要出台相关的文化政策,引导保定市文化界“百花齐放、百家争鸣”,比如不仅有保定老调、河西调等,而且还要有当代文学的作品推陈出新,比如戏曲、话剧等;最后,通过耳濡目染的方式把文化精神的内涵纳入到人们平时的精神文化活动当中去,只有得到人民认同的城市文化才能真正的做到源远流长。保定可通过开展富有地方色彩的社区文明行动来增强本地人民对城市品牌的认可度和自豪感。

(二) 品牌营销

对保定市而言,如何利用京津冀协调发展的战略“东风”,在区域以及国内多个城市中脱颖而出,城市品牌进行市场营销将是构建城市品牌和加强品牌竞争优势的重要策略,具体可以采用如下方式:首先,利用信息化技术建立城市品牌宣传的新方式,比如在大数据时代,可以通过微博、微信等平台对保定市进行宣传;其次,把城市品牌宣传与企业品牌宣传结合,优秀的企业品牌宣传将对城市品牌产生积极作用;再者,通过举行国际重大体育赛事以推广城市品牌,近年来在我国各地出现的“马拉松热”正是中国各地政府宣传普遍采用的战略,而通过成功举行重大体育赛事也是全世界国家普遍采用的营销战略,例如巴塞罗那奥运会将名不见经传的法国第二大城变成了世界著名胜地。保定作为冠军之城也将合理运用丰富的运动资源,申请全国性乃至国际性重大体育赛事的承办地,不但会增加对保定城市品牌的认知度,而且也会对中国城市基础设施建设注入强心剂;最后,成功的电影作品对景区或者当地文化产业都会有非常好的推广宣传效果,比如《乔家大院》中关于山西文化及晋商的传播与刻画,保定地区历史文化底蕴悠久,传承至今的文物古迹以及历史故事都为电影制作提供了剧本与制作场所,比如华北地区现有规模最大、最完善的清代大地主豪门巨宅一顺平腰山王工业氏庄园,以及狼牙山五壮士、冉庄地道的红色文化底蕴,以及保留得最完善的清代吏署一直隶总督署的廉政文化,等等。

(三) 广大市民的广泛投入

市民素养是城市品牌建设的“最后一公里”,较低的市民素养将致使成功构建的城市品牌形象功亏一篑;但反过来,较高的居民素质将会提升城市品牌的精神内涵,会使城市品牌形象影响力更长久、更深入人心。当然,好的城市品牌同时也会增加市民的幸福感,从而使得具有幸福感的市民们更加自觉地维护好城市形象和城市环境,从而也为培养广大市民的素质建立了良好的平台。对保定市来说,推动公民参与该市名牌建设可有如下方式:建设保定城市品牌塑造的“智库”,不但有官员、民营企业、城市品牌研究的专家学者可以参与城市品牌的建立,还应吸引关心保定经济发展的、来源于各行各业的公民,启动保定城市品牌的创造和推广的“

头脑风暴”。

（四）发展旅游业

旅游业能够直接塑造城市品牌价值,这将使它成为在竞争优势与识别系统中塑造城市品牌形象最有效的方法,旅游参观可以使人们直接产生对该城市的认识与理解。秦皇岛、避暑山庄等优秀案例均为通过旅游业强化品牌形象的成功案例。保定城市品牌的建设也要依据自身发展特色和资源优势,把发展旅游业视为提高城市品牌竞争优势的重点发展方向。

四、河北省未来城市品牌的建设方向及前景

经过研究了解到河北省城市品牌形象建设成功案例,清楚地看到了其他城市的品牌形象的建设现状及其发展潜力,以实际情况为基础,借鉴成功经验,因地制宜,发掘特色便是未来的努力方向。河北省拥有着浓厚历史文化氛围的城市众多,应当建立起相应的城市品牌形象,使其以更加鲜明的形象出现在大众视野中,如此以来便可进一步促进其经济发展和创城建设,又可加固其良好的城市品牌形象,形成良性循环,达到促进其经济文化全面发展的目的。

参考文献

- [1] 丁宁, 华冰. 河北省城市品牌形象系统与地域性文化相结合的策略研究[Z]. 石家庄学院, 2014.
- [2] 曹丽媛, 贺运政, 张薇. 京津冀协同发展战略下保定市城市品牌的构建策略探讨[Z]. 保定学院, 2017

Research on the current situation of the combination of regional culture and city brand building in Hebei Province

Hu Zewei

(Bohai University, Liaoning Province, 121007)

Abstract: In the 21st century, the international competition between cities that our country will face will be more intense, and building and improving the city brand image system is one of the main strategic directions of urban development. The Chinese nation has excellent history and culture and rich and splendid national regional characteristics, and in the process of building a city brand, it is necessary to make full use of and further explore the local cultural heritage of the city. In this study, through the interpretation and analysis of the cases of excellent city brand establishment, the regional cultural characteristics of some cities in Hebei Province are explored, and the strategic direction of combining the regional cultural characteristics of the urban areas and counties of Hebei Province to create a first-class city brand image with local Chinese characteristics is explored.

Keywords: City branding Regional Culture Strategic direction