

(第4期)

朔州市人民政府发展研究中心 二〇二五年十一月二十八日

唤醒千年文脉 激活历史名人资源

——推动朔州文旅产业高质量发展

朔州市人民政府发展研究中心

一、引言

(一) 调研背景

习近平总书记指出，旅游是发展经济、增加就业的有效手段，也是提高人民生活水平的重要产业。旅游产业具有直接消费动力、产业发展动力、城镇化动力三大动力效应，且具备关联带动性强、资源利用率高、市场前景广阔、综合性强等特点，已成为最具发展潜力的新兴产业之一，被誉为“朝阳产业”。

近年来，文化和旅游融合发展成为时代趋势，历史名人资源作为独特的文化载体，凭借其唯一性、传承性、地域性等特征，成为推动文旅产业升级的核心动力。

朔州历史悠久，文化脉络清晰，从旧石器时代晚期至今文明进程从未间断，是华夏文明的重要组成部分。作为中原农耕民族与北方游牧民族的战略缓冲区，游牧文化与农耕文化在此碰撞交融，孕育了独特的边塞军事文化、民族融合文化、商旅边贸文化。这片土地上诞生了班婕妤、张辽、尉迟恭、王家屏等众多历史名人，仅二十五史中有传记或文献记载的就达 200 余人，其中包括 5 位皇帝、5 位皇后、13 位宰相及 4 名状元，历史名人资源极为丰富。然而，当前朔州对历史名人资源的挖掘、保护、利用仍处于初级阶段，多数名人资源处于“休眠”状态，未能充分转化为文旅产业发展优势。在此背景下，深入挖掘朔州历史名人资源，推动其与文旅产业深度融合，对于调整优化产业结构、促进经济转型、传承优秀传统文化、提升城市竞争力具有重要意义。本报告基于对朔州历史名人资源现状、开发现状及存在问题的调研，结合国内外成功经验，提出针对性发展对策，为朔州文旅产业高质量发展提供参考。

（二）调研意义

理论意义：丰富历史名人资源与文旅产业融合发展的研究成果，为同类地区利用历史名人资源推动文旅产业发展提供理论借鉴，深化对边塞地区文化旅游发展规律的认识。

实践意义：明确朔州历史名人资源的开发价值与潜力，梳理开发过程中存在的问题，提出科学可行的对策建议，助力朔州盘活历史名人资源，提升文旅产业竞争力，促进经济社会高质量发展，同时推动中华优秀传统文化的传承与创新。

（三）调研范围、方法与内容框架

调研范围：涵盖朔州市全域，重点包括朔城区、平鲁区、山阴县、应县、怀仁市等历史名人资源集中区域，涉及尉迟恭故里、张辽相关遗址、王家屏墓、广武古城、汉墓群等重点景区景点。

调研方法：采用文献研究法，梳理朔州历史名人相关史料、地方文献及现有研究成果；实地调研法，走访重点景区、文化场馆，了解资源保护与开发现状；问卷调查法，随机采访本地居民及外地游客，收集对历史名人资源认知度、开发满意度等方面的意见；案例分析法，借鉴国内外历史名人资源开发的成功经验，为朔州提供参考。

内容框架：报告分为引言、朔州历史名人资源现状分析、开发利用存在的问题、国内外成功案例借鉴、发展对策建议、结论与展望六个部分，系统阐述朔州历史名人资源开发利用的全链条问题与解决方案。

二、朔州历史名人资源现状分析

（一）资源存量盘点

朔州历史名人资源数量丰富、类型多样，涵盖政治、军事、

文化等多个领域，具有鲜明的地域特色：

军事名人：朔州地处晋北咽喉，内外长城横亘其间，历来为兵家必争之地，史上著名的“马邑之谋”便发生于此，涌现出众多著名将领。三国时期曹魏名将张辽，字文远，朔州马邑人，战功赫赫，尤以合肥之战威震江东，被后世列为七十二名将之一；唐朝开国元勋尉迟恭，朔州善阳（今朔州市朔城区）人，辅佐李世民建立大唐，玄武门之变中，立下不世功勋，位列凌烟阁二十四功臣，被尊为“中华门神”，其门神文化影响深远；北齐名将斛律光，朔州人，骁勇善战，被誉为“北齐长城”；此外还有五代名将安重荣、明代将领麻贵等。

政治名人：朔州历史上诞生多位帝王将相，后唐开国皇帝李存勖、隋末农民起义领袖刘武周等 5 位皇帝，辽兴宗皇后萧太后、宋仁宗皇后郭氏等 5 位皇后，金代宰相高汝砺、明朝内阁首辅王家屏等 13 位宰相，皆在历史上留下重要印记。其中王家屏为官清廉，刚正不阿，其故里朔州山阴县仍保留相关历史遗迹。

文化名人：西汉女诗人班婕妤，才华横溢，擅长辞赋，其作品对后世文学产生一定影响；史学家班固、外交使节班超虽籍贯为扶风安陵，但先祖为朔州班氏，与朔州有着深厚的历史渊源；清朝光绪年榜眼王庚荣，朔州城内人，学识渊博，著述颇丰。

近现代名人：早期无产阶级革命活动家曹汝谦、革命前辈

戎子和，爱国华侨、抗日女英雄李林等，在革命历史进程中做出重要贡献，李林牺牲于朔州平鲁区，其事迹被广泛传颂。

这些历史名人分布于朔州各地，形成了以朔城区、平鲁区、山阴县为核心的资源聚集区，与当地的长城、古城、古墓群等历史遗迹相互映衬，构成了丰富的文旅资源体系。

（二）资源开发现状

当前朔州对历史名人资源的开发主要集中在少数几位名人身上，整体开发程度较低：

重点名人开发情况：尉迟恭是朔州开发力度最大的历史名人，平鲁区建成门神文化园，修复了国公庙，新建了“门神故里”石碑、尉迟恭故里碑等设施，举办了几次门神文化节，推动门神文化传播；朔城区建有敬德公园，树立尉迟恭雕像并介绍其生平事迹。此外，应县木塔、崇福寺等景区虽未以名人直接命名，但蕴含的历史文化与多位名人活动相关，成为游客了解朔州历史的重要窗口。

开发模式与成效：现有开发模式以观光游览为主，主要通过修建雕像、纪念碑、修复故居等方式展示名人资源，举办文化节、书画展览等传统活动进行宣传。部分景区取得一定成效，如门神文化园成为平鲁区重要的文旅景点，吸引了部分周边游客；敬德公园成为市民休闲娱乐的场所，一定程度上提升了尉迟恭的知名度。

文创产品开发：围绕尉迟恭等名人开发了门神贴画等少量

文创产品，以应县木塔、广武长城等为主题的旅游纪念品、工艺品也初具规模，涵盖木雕、骨雕、剪纸等系列产品，但与历史名人深度结合的文创产品种类单一，缺乏创新性。

（三）资源特色与比较优势

边塞文化特色鲜明：朔州历史名人多与边塞军事相关，张辽、尉迟恭等将领的军事生涯体现了边塞地区的战略地位，门神文化、边塞战争文化等具有独特性，与大同云冈石窟、忻州五台山等周边景区形成差异化竞争优势。

名人资源密度高：朔州历史名人数量众多，涵盖帝王、将相、文人等多个领域，且多数名人在历史上具有较高知名度，为打造多元化文旅产品提供了丰富素材。

与自然景观融合度高：朔州历史名人资源与紫金山、蝴蝶谷、广武长城、汉墓群等自然景观和历史遗迹相互依托，可形成“名人+自然+古迹”的复合型文旅资源，提升旅游吸引力。

政策支持力度大：山西省提出聚焦打造黄河、长城、太行三大品牌，塑造“游山西就是读历史”的文旅新形象，朔州作为长城文化重要节点城市，获得政策红利支持，为历史名人资源开发提供了良好机遇。

三、当前开发存在的问题

（一）资源挖掘深度不足

文化内涵解读不透彻：多数历史名人资源挖掘停留在表面，仅展示生平事迹等基础信息，对名人背后蕴含的精神价值、文

化意义解读不足。如门神文化园未能充分展示门神文化驱邪扶正、保平安等深层内涵，游客难以全面了解其文化价值；张辽、王家屏等名人的历史功绩、思想理念等挖掘不够，未能转化为具象化的旅游产品。

名人资源整合不够：各名人资源分散开发，缺乏系统性整合，未能形成“名人集群”效应。不同区域的名人资源各自为战，没有形成统一的文旅品牌，游客难以形成完整的旅游体验；历史名人与当地边塞文化、民族融合文化等的关联挖掘不足，未能构建完整的文化体系。

“休眠”名人激活不足：除尉迟恭、张辽等少数名人外，班婕妤、斛律光、王家屏、麻贵等多数历史名人处于“休眠”状态，缺乏相应的开发设施和宣传推广，本地居民和外地游客对其了解甚少。

（二）产品体验感薄弱

同质化现象严重：现有旅游产品以观光游览为主，多为雕像、纪念碑、故居等静态展示，与国内其他地区名人景区开发模式相似，缺乏独特性和创新性，难以吸引游客深度参与。

互动性与参与性低：景区缺乏沉浸式体验项目，游客只能被动参观，无法亲身感受历史名人的生活场景和历史氛围。如敬德公园除雕像和文字介绍外，无其他互动设施；门神文化园的体验项目较少，游客参与度不高。

产品层次单一：旅游产品主要集中在观光层面，休闲度假、

研学旅游、文化体验等高端产品匮乏，无法满足不同游客群体的需求，导致游客停留时间短，消费能力不足。

（三）宣传推广力度不够

品牌影响力小：朔州历史名人品牌知名度较低，除尉迟恭在部分地区有一定影响力外，其他名人鲜为人知，与西安大唐不夜城、重庆洪崖洞等知名文旅品牌相比，缺乏市场竞争力。

传播渠道单一：宣传推广主要依赖传统媒体和本地活动，如文化节、书画展览等，对新媒体平台利用不足，缺乏线上宣传矩阵，传播范围有限。

宣传内容缺乏吸引力：宣传内容多为历史事迹介绍，形式单一，缺乏故事性和趣味性，难以引起年轻游客群体的关注，无法有效提升名人资源的知名度和影响力。

（四）配套服务不完善

基础设施薄弱：部分景区交通不便，公共交通可达性差；停车场、公共厕所、游客服务中心等设施不完善，接待能力有限；景区内标牌标识不规范，缺乏英文标识，不利于外国游客游览。

产业链断层：旅游餐饮、住宿、购物等配套产业发展滞后，缺乏高品质的酒店和特色餐饮；文创产品种类单一、质量不高，未能形成完整的产业链，影响游客消费体验。

人才队伍短缺：旅游从业人员素质偏低，专业人才匮乏，尤其是缺乏懂规划、善营销、能创意的复合型人才；导游人员

数量不足，高级导游和中级导游占比低，讲解水平有限，无法充分解读历史名人的文化内涵。

（五）管理体制机制不健全

管理机制不顺：历史名人资源分属不同部门管理，缺乏统一的协调机制，导致开发规划混乱，资源整合难度大；部分景区实行行政化管理，市场化运营程度低，缺乏创新活力。保护与开发失衡：部分名人遗迹保护力度不足，存在损毁、老化等问题；开发过程中存在重开发轻保护的现象，对历史名人资源的可持续利用造成威胁。

考核激励机制不完善：缺乏科学的考核评价体系，对历史名人资源开发的成效评估不全面，难以调动相关部门和人员的积极性。

四、国内外成功案例借鉴

（一）国内案例

西安大唐不夜城：以盛唐文化为核心，依托李白等历史名人，打造沉浸式夜间文旅街区。通过艺术地标、灯光造景、街头演艺等形式，再现盛唐繁华景象，推出“不倒翁小姐姐”“诗仙李白对诗”等互动表演，借助新媒体平台快速走红。开发多元化业态，涵盖美食、酒店、文创体验等，形成“文化+商业+旅游”的融合模式，年客流量达数千万人次，成为西安文旅标志性品牌。其成功经验在于深度挖掘历史名人文化内涵，创新体验形式，利用新媒体扩大品牌影响力。曲阜孔子文化旅游：

以孔子为核心，整合孔庙、孔府、孔林等资源，打造集祭祀、研学、观光于一体的文旅目的地。深入挖掘儒家文化内涵，推出祭孔大典、孔子文化节等活动，开发论语竹简、孔子雕像等文创产品，与高校合作开展研学旅游，形成完整的文旅产业链。其经验在于构建完整的文化体系，强化品牌IP建设，推动文化传承与旅游发展深度融合。

杭州西湖：依托苏轼、岳飞等历史名人及民间传说，打造“名人+传说+自然景观”的文旅模式。通过修建苏堤、白堤、岳飞墓等景点，讲述历史名人故事，创作《梁祝》等文艺作品，提升景区文化内涵。实行“免费开放+二次消费”模式，带动餐饮、住宿、购物等产业发展，年客流量达上亿人次。其经验在于讲好名人故事，整合文化资源，完善产业链条，提升游客体验。

泰安旅游经济开发区：以泰山为核心，整合周边资源，打造“文旅+科创+康养”的产业体系。依托区位和交通优势，完善城市功能，建设泰山西湖、泰山石敢当文化园等文旅地标，实行“管委会+公司”运营体制，市场化运作成效显著。其经验在于整合资源，完善配套设施，创新运营模式，推动产业多元化发展。

（二）国外案例

英国斯特拉特福镇（莎士比亚故里）：以莎士比亚为核心，修复其故居、剧院等建筑，打造沉浸式戏剧体验项目，举办莎

士比亚戏剧节，吸引全球游客。开发与莎士比亚相关的文创产品，形成“戏剧+旅游+文创”的融合模式，成为全球历史名人资源开发的典范。其经验在于深度挖掘名人核心价值，打造特色体验项目，强化文化品牌建设。

法国凡尔赛宫：依托路易十四等历史名人，修复宫殿、园林等建筑，展示宫廷文化和历史文物，推出宫廷晚宴、音乐表演等体验项目，开发高端文创产品，成为法国文旅标志性景点。其经验在于注重历史遗迹保护与开发，打造高端旅游产品，提升品牌附加值。

（三）经验总结

深度挖掘文化内涵：深入解读历史名人的精神价值和文化意义，构建完整的文化体系，将文化内涵转化为具象化的旅游产品。

创新体验形式：打造沉浸式、互动性强的体验项目，打破传统观光模式，提升游客参与度和体验感。

强化品牌建设：塑造独特的文旅品牌，利用新媒体平台扩大品牌影响力，提高品牌知名度和美誉度。

完善产业链条：整合餐饮、住宿、购物等配套产业，开发多元化文创产品，形成完整的文旅产业链，提升产业竞争力。

创新运营模式：实行市场化运营，引入专业团队，创新管理体制机制，提高运营效率和质量。

注重保护与开发平衡：加强历史遗迹保护，实现资源可持

续利用，推动文旅产业健康发展。

五、发展对策建议

（一）深度挖掘文化内涵，激活历史名人资源

开展资源普查与梳理：组织专家学者对朔州历史名人资源进行全面普查，梳理名人的生平事迹、历史功绩、文化价值等，建立名人资源数据库。结合边塞军事文化、民族融合文化等，对名人资源进行分类整合，形成“军事名人”“政治名人”“文化名人”等系列，构建完整的名人文化体系。

深化文化内涵解读：深入挖掘名人背后蕴含的精神价值和文化意义，如张辽的军事智慧、尉迟恭的忠诚精神、王家屏的清廉品格等。邀请专家学者编写名人文化读本、研究专著，举办学术论坛，提升名人文化的学术价值和影响力。

激活“休眠”名人资源：选择班婕妤、斛律光、王庚荣等具有开发潜力的名人，修建故居、纪念馆、文化广场等设施，展示其历史功绩和文化贡献。将名人资源与当地历史遗迹、自然景观相结合，打造特色文旅景点，如开发“张辽故里文化园”“王家屏廉政文化教育基地”等。

（二）创新产品业态，提升旅游体验感

打造沉浸式体验项目：利用VR、AR等现代科技，还原历史名人生活场景和重大历史事件，如开发“尉迟恭征战模拟体验”“张辽合肥之战沉浸式剧场”等项目，让游客身临其境感受历史。打造名人主题实景演出，如以尉迟恭为主题的门神文化实

景剧，以王家屏为主题的廉政文化演出等，提升游客参与度。

发展多元化旅游产品：推出研学旅游产品，针对学生群体设计“名人文化研学之旅”，开展历史文化讲座、手工制作等活动；发展休闲度假产品，建设名人主题酒店、民宿，打造集住宿、餐饮、休闲于一体的度假综合体；开发康养旅游产品，结合名人养生理念和当地生态资源，打造康养度假基地。

创新文创产品开发：借鉴故宫文创成功经验，邀请著名设计师与非遗传传承人合作，开发具有朔州历史名人特色的文创产品。如围绕尉迟恭开发“Q版门神玩偶”“门神主题口红”等产品，围绕张辽开发“军事主题兵器挂件”“三国故事绘本”等产品，围绕班婕妤开发“诗词主题文具”“才女系列饰品”等产品。通过抖音、快手等平台进行宣传、推广和销售，扩大传播范围。

（三）强化品牌推广，提升知名度影响力

塑造特色文旅品牌：整合朔州历史名人资源，打造“边塞名人故里”核心品牌，设计品牌标识和宣传口号，如“边塞名人地，千年朔州城”等。将品牌理念融入旅游产品、宣传推广等各个环节，形成统一的品牌形象。

拓展传播渠道：构建“线上+线下”全方位宣传矩阵，线上利用抖音、微信、微博等新媒体平台，发布名人故事、景区动态、体验视频等内容，打造网红打卡点，吸引年轻游客群体；线下举办名人文化节、主题展览、学术研讨会等活动，加强与

周边城市的文旅合作，联合推广旅游线路。

加强品牌联动：将历史名人品牌与长城、应县木塔等现有文旅品牌联动，打造“名人+长城”“名人+古建”等复合型旅游线路。与大同、忻州等周边城市合作，推出“晋北名人文化旅游线路”，实现资源共享、客源互送。

（四）完善配套服务，构建文旅产业链

加强基础设施建设：完善景区交通网络，开通旅游专线，提高景区可达性；升级停车场、公共厕所、游客服务中心等设施，提升接待能力；规范景区标牌标识，增加英文标识，方便外国游客游览。利用好“长城旅游1号公路”，构建“城景通、景景通”长城旅游公路网络，串联各名人景区景点。

完善配套产业：发展高品质酒店、特色民宿，满足不同游客的住宿需求；打造特色餐饮街区，推出以历史名人为主题的特色美食，如“尉迟恭将军宴”“麻贵户外行军套餐”等；建设旅游购物商场，集中销售文创产品、地方特产等，形成“吃住行游购娱”一体化服务体系。

推进智慧旅游建设：建设朔州旅游大数据平台，实现景区门票预订、交通查询、信息咨询等功能一体化；在景区内设置智能导览设备，提供语音讲解、路线规划等服务，提升游客游览体验。

（五）加强人才队伍建设，提供智力支撑

引进专业人才：制定优惠政策，引进文旅规划、市场营销、

创意设计等方面的专业人才，组建专家智囊团，为历史名人资源开发提供专业指导。与华侨城、融创文旅等知名文旅企业合作，引入其先进的管理经验和运营团队。

培养本土人才：依托市内大专院校旅游专业资源，建立校企合作培训基地，加强对现有旅游从业人员的培训，提升其综合素质和业务能力。开展导游人员专项培训，提高讲解水平，培养一批能够深入解读名人文化的专业导游。

发掘乡土人才：扶持民间艺人、文化能人等乡土人才，鼓励其参与名人文化传承和文创产品开发，构建多元化的人才队伍。

（六）创新管理体制机制，保障可持续发展

建立统一协调机制：成立朔州历史名人资源开发管理领导小组，统筹协调各部门、各区域的开发工作，实现资源整合、规划统一、管理同步。打破行政区划界限，推进跨区域资源整合，形成“一盘棋”发展格局。

创新运营模式：实行“管委会+公司”运营体制，成立文旅集团，整合全市旅游资源，实现市场化、专业化运营。引入社会资本参与开发，鼓励民营企业投资名人景区建设和运营，形成多元投入机制。

完善保护机制：加强历史名人遗迹的保护，制定保护规划，建立定期修缮制度，防止遗迹损毁。采用数字化手段对名人资源进行保护，建立名人资源数字档案，实现永久保存。

健全考核激励机制：建立科学的考核评价体系，将历史名人资源开发成效纳入相关部门和人员的考核指标，加强监督检查，确保各项工作落实到位。对在名人资源开发中做出突出贡献的单位和个人给予表彰奖励，激发其工作积极性。

（七）加强区域合作，实现协同发展

省内区域合作：与大同、忻州等周边城市加强文旅合作，整合历史名人资源，推出“晋北边塞名人文化旅游线路”，联合举办文旅推广活动，共享客源市场。借助山西省打造长城品牌的机遇，将朔州历史名人资源融入长城文化旅游带建设，提升区域竞争力。

跨省区域合作：与陕西、内蒙古等周边省份合作，打造“黄河—长城”跨区域文旅线路，将朔州历史名人资源与西安大唐文化、内蒙古草原文化等相结合，形成特色文旅产品，吸引更多游客。

六、结论与展望

（一）调研总结

朔州历史名人资源丰富，类型多样，具有鲜明的边塞文化特色和较高的开发价值。当前，朔州对历史名人资源的开发取得了一定成效，但仍存在资源挖掘深度不足、产品体验感薄弱、宣传推广力度不够、配套服务不完善、管理体制机制不健全等问题。为推动朔州文旅产业高质量发展，需深度挖掘历史名人文化内涵，创新产品业态，强化品牌推广，完善配套服务，加

强人才队伍建设，创新管理体制机制，加强区域合作，充分激活历史名人资源的经济文化价值。

（二）未来发展前景

随着文化和旅游融合发展的不断深入，以及山西省对文旅产业的高度重视，朔州历史名人资源开发迎来良好机遇。通过实施上述对策建议，朔州有望盘活历史名人资源，打造一批具有核心竞争力的文旅产品和品牌，构建完整的文旅产业链，提升文旅产业的质量和效益。预计未来几年，朔州文旅接待人数和旅游总收入将持续增长，文旅产业将成为推动朔州经济转型的战略性支柱产业。同时，历史名人文化的传承与创新将进一步增强城市文化软实力，提升朔州的知名度和美誉度，为“塞上绿洲、美丽朔州”建设注入强大动力。

朔州历史名人资源是中华优秀传统文化的重要组成部分，挖掘好、利用好这些资源，不仅能够推动文旅产业发展，更能够传承历史文脉、弘扬民族精神。相信在市委、市政府的正确领导下，在各部门的协同努力下，朔州一定能够走出一条历史名人资源与文旅产业深度融合的高质量发展之路，让千年名人文化在新时代绽放出更加绚丽的光彩。

（撰稿人：贾兴，朔州市人民政府发展研究中心办公室主任；吕志强，朔州市人民政府发展研究中心党组成员、副主任；陈娟，朔州市人民政府发展研究中心四级主任科员）