



网红济南咋炼成

本报记者 于悦

创城福利开始显现
游人点赞济南市容

“有的人可能认为济南成为网红城市是借助了抖音等社交平台,但其实这只是个引燃点,能成为‘网红’更多地是源于城市内在的吸引力,因为现在的旅游已经是全域旅游,城市的每一个元素、每一个角落都可能成为游客有兴趣参观和体验的对象。”济南市旅发委市场开发处处长刘荣耀说,这其中,济南的城市提升起到很重要的推动作用。

河南游客许磊这次来到济南,印象最深的就是老城区的绿化和卫生程度。“我住在文化路山东大学附近的一个青旅,一路从那里来到芙蓉街,走过的几条道路感觉都很干净。”许磊说,在过一些路口时,只要有行人横道,大多数的司机就会主动让行,这让他和同学们受宠若惊,“看看人家济南司机,素质就是高。”

济南正在开展的城市提升工程“十大行动”着眼于让城市管理更精细、城市环境更优美、群众生活更幸福。“例如生态绿化、环境卫生、市容秩序等方面的综合性的提升行动,正在让济南吸引力逐渐增强。”刘荣耀说。

良好的城市风貌,也让济南成为网红旅游城市的硬件更加完善。“旅游发展的目的地效应增强了,济南这几年围绕加强城市文化提升、城市建设,特别是文明城市,使整个济南的城市形象有了很大提升,城市旅游的规模和特色得到了彰显。”山东旅游职业学院党委书记陈国忠说。

“也是营销上的马太效应,就是好的更好,多的越多,因为有了很好的城市旅游基础,借助抖音,成为网络媒体高度关注的旅游城市,才有了今天的济南。证明了一个城市的旅游营销,任何一个方面都不会创造奇迹,只有非常好的城市旅游的系统依托,加上现代化的营销手段,才能够形成一种叠加效应。”陈国忠说。

济南为啥 一夜之间成网红

厚重的城市底蕴与新潮的网络文化碰撞 激发出古城的“网红气质”

仿佛是一夜之间,济南就在网络上红了,以前看似寻常的地方现在反倒成了打卡胜地。在几位旅游专家眼中,社交媒体和新新人类对于旅游的独特理解,确实是让济南一些沉寂的资源复活,而济南近年来对于城市和旅游产品的改造,也让这座古城焕发出浓浓的“网红气质”。



黑虎泉边老济南人打水吸引游客拍摄。本报记者 于悦 摄

体验性产品频出 旅游黏性越来越强

说到济南最吸引人的景点,以前外地游客都会说起三大名胜,而现在很多游客会谈起坐落在环城公园的黑虎泉及周边泉水。“在这里,我可以看到泉城真正的样子,泉水也不是围起来的景点,而是就在我身边。”17日,河北游客罗先生带着一家人来到济南。不只是他年幼的儿子一直在水边戏水,就连他们夫妻两个,也忍不住把手伸到取水口下,感受泉水的凉爽。

其实,这几年济南也在逐步开发这种体验性的旅游产

品,并取得了一定成效。“整个旅游产品体系都在全面升级,生活化的、体验性的旅游产品越来越多,比如泉水浴场、泉水大碗茶等,另外,以‘泉城夜宴’为代表的夜休闲旅游产品成为新亮点,还有最近济南野生动物世界推出的‘夜探动物城’,济南方特的灯光节,大家都知道以前的济南夜生活较为单调,这样的夜旅游产品在以前并不多。”刘荣耀说。

16日晚上,许磊还特意和同学们联系了济南一家泉水酒吧,一边喝着被泉水冰镇过的趵突泉啤酒,一边看着世界杯比赛直播,为心爱的球队加油。他们看球的地方选在宽厚里,因为无论是交通还是购物,那

里都非常方便。“那里有乐队表演,水边还会有雾气,可以说吃喝看球都能满足。”

“以前来济南的游客都说泉水只能看,现在有了越来越多的体验方式。例如你能看到老百姓在黑虎泉边打水,一群票友在趵突泉白雪楼戏台上唱京戏,老人们在大明湖边休闲健身,孩子们在五龙潭里玩水,另外,济南还建了100多处泉水直饮点,其中有些还建得很有特色。”刘荣耀说。

“如果只是把它当成生活本身,可能不好玩,但如果成了生活情调和品位,可能就会彰显。济南的泉水不只是为了观赏,也代表着一种生活方式,这让游客通过更小的视角了解到

济南这个城市的与众不同。”山东大学管理学院旅游管理系教授王晨光说。

新潮文化融入传统 济南文化基因被激活

时尚、新潮的抖音,同济南这座千年古城是否不搭呢?其实,不只是济南,像西安、重庆、成都这样的历史文化名城,都能和现代网络文化无缝衔接。一些看似平常的视频,反倒将这座城市的文化底蕴展现了出来。例如一段爆红网络的“西安摔碗酒”,就反映了当地独特的历史文化传统。

而这段时间,关于济南把子肉、大碗茶,以及相声、大明湖亮灯等视频,其实也传递了济南特有的文化。王晨光就认为,这也是对济南城市文化很好的激活。“例如,‘泉城夜宴’远远不是一个亮灯工程,里面其实注入了很多时尚浪漫元素。亮灯以后,夜晚的大明湖由一个沉寂的公园,变成了一个时尚、新潮的中心。”

王晨光说,网红济南让济南的文化传统、文化基因正在发生积极的变化,内生的动力加上年轻人积极的创造,加上政府部门的推动,是多方面的共同作用。说到网络视频对于济南的意义,王晨光直言“对济南太重要了”。“济南有厚重的文化底蕴,但对于游客来说显得‘不好玩’。因为来到这里不是为了受教育而是为了体验,而成为网红城市之后,更多的人来到这里,在体验的同时,就能感受到济南文化。”

济南是一座有温度的城市,可以说网红“红”的其实是济南的人情味,是济南温度感染了大家。“比如在抖音上火了的宽厚里店主请游客进店躲雨的视频,就让大家感受到了济南人的良好素质和友好心态。今年我们打出的旅游口号是‘好客山东,友善济南’,就是要把济南人热情友善的一面展现给外地游客,让他们有更好的旅游体验。”刘荣耀说。

“除了市场自发的推动之外,也源于旅游部门对新媒体传播方式非常包容和重视的态度,‘官’和‘产’的互动是网红济南能持续升温的一个很重要的原因,社会市场的自发需要和政府在旅游目的地上的营销碰撞在了一起。这几年旅游部门借助新媒体和社会热点话题,在推济南城市形象方面下了很多工夫,对民间新生事物的褒扬是一种动力,也是一个特色。”王晨光说。

一家企业跑六趟还没完成注册 济南离“店小二”式服务还有多远?

有限公司反映,自己公司引进了四名紧缺人才,去年为他们申请了每人每年2万元的补贴,今年又让申报2018年的,据济南重工总经理助理介绍,别的区已经有发放的了,但是2017年的补贴到现在还没有发放到位。

滨州的刘先生反映的同样

是济南的营商环境问题,5月17日,他来到高新区注册服务中心,查询了自己两家公司注册的情况,结果是两个都被退回了,工作人员表示,退回的原因说是行业表述不规范,文化发展公司和健康管

理公司从去年7月份开始就不

能注册了。可是经过刘先生的查询,发现5月3日刚批了一个健康管理公司。

为何别人的能批自己的不能批呢?在拨打市民服务热线后,一位工作人员给刘先生回电话,表示他得跟省局联系,让省局给打个招呼就可以办,可是省局表示并没有这个规定。刘先生本来打算在济南注册六家公司,如今,一个多月过去了,只注册了四家,另外两家跑了六趟也没办成。在他办事的过程中,发现相关部门并没有首问负责制,办事也拖沓,打击

了他的投资热情。

对于这一问题,高新区管委会副主任白秋生表示,刘先生提到的跑了六次,和济南市提出的“十最”营商环境要求最多跑一趟差距很大。

“我们在企业注册、手续办理方面,还有很多不到位,让企业多跑腿,这是我们的差距所在。”

白秋生表示,对于文化公司和健康管理公司手续办理需要的前置条件,高新区市场监管局会再次了解。而刘先生提到工作人员告诉他需要跟有关人员打招呼,“我认

为从正常的工作程序来看,如果需要省级前置审批,这就是不正常现象。属于作风问题,具体的问题还要具体落实。”

对于济南重工股份有限公司反映的人才补贴问题,历城区委副书记、区长刘科表示,补贴由市财政发放,应该是今年8月份开始。既然已经有别的区发放了,历城区应该反思。市里已经有政策,区里是不是应该先垫资,之后再与市财政结算。所以还是反映出对于人才的重视程度还有欠缺。“回去之后将马上和企业联系,解决这个问题。”



本报济南6月17日讯(记者
刘雅菲) 17日,济南“直面
问题·践行承诺”开间,历城区
和高新区上线接受问政。其中,
有很多问题都涉及到济南的营
商环境。

近年来,济南出台了多项
有关人才的补贴政策,在政策
出台之后,这些政策的执行情
况更为重要。在电视问政中,厂
址位于历城区的济南重工股份