

# 三年霸榜“活力之城”，济南如何炼成

11月15日，《2024活力之城文旅指数报告》在北京发布，济南入选“2024年度活力之城”案例，这也是自2022年以来，济南连续三年获评“活力之城”。济南的文旅发展有着怎样的活力？济南又是如何在激烈的城市竞争中脱颖而出的？

石晟绮 济南报道

## 人气带来活力

### “人从众”成常态 千年泉城不断出圈

何谓文旅方面的城市活力？

今年“活力之城”评选聚焦城市文旅新热潮，综合文旅经济活力、传播活力、服务活力、消费活力及环境活力五大维度进行评选，映射一座城市的长效竞争力、影响力和生命力。可以说，推陈出新的文旅新场景、无微不至的游客服务、独特丰富的文化底蕴……都是一座城市的文旅活力之源。

今年以来，济南文旅成绩亮眼，从几组数据中便可见济南文旅的活力。

春节期间，济南接待游客470.5万人次，同比增长55.6%，成为南方居民前往北方的十大热门目的地之一。

“五一”期间，济南上榜全国“五一”假期周边游热门城市。

今年暑假，济南接待游客总量达2396.68万人次，同比增长38.43%，各大景区实现营业收入7.81亿元，同比增长21.2%，济南位居全国十大热门周边游城市第六位。

国庆假期，济南接待游客465.15万人次，同比增长10.24%，客流量创历史新高。

人气带来活力，在“人从众”的常态之下，济南一跃成为热搜常客：华灯初上，超然楼亮灯瞬间成为短视频平台爆款；泉水中畅游的“猪鲤”引来各地游客围观；“黑悟空”游戏场景之一的灵岩寺推出巨型悟空，小众景点一跃成为热门打卡地……

“连续三年获评‘活力之城’对于济南来说是一个非常重要的肯定。”济南大学文化和旅游学院副教授孙竞表示，曾经被称作“钝感之城”的济南，如今一改过去内敛的形象，频频“出圈”，越发成为一个充满活力、吸引力和发展潜力的现代化都市。

## 底蕴就是活力

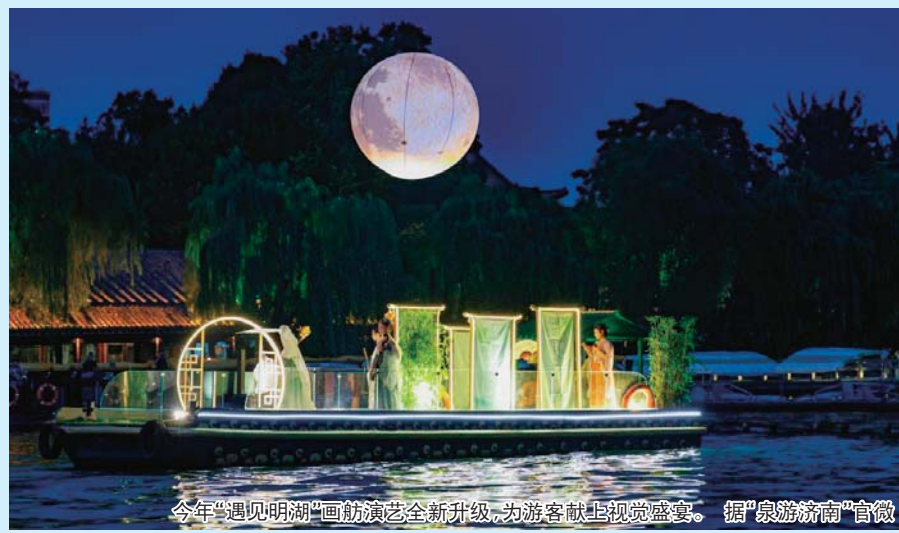
### 唤醒“沉睡”资源 打好文旅“天赋牌”

每个城市都有自己的个性与属性。

放眼整个“活力之城”榜单，不少城市都在深入挖掘本地文化资源，找准属于自己的



因“黑悟空”爆火的四门塔，还有个昵称“猫猫寺”。据文旅济南



今年“遇见明湖”画舫演艺全新升级，为游客献上视觉盛宴。据“泉游济南”官微

“流量赛道”：南京立足于“六朝古都、十朝都会”，以更“有看头”的博物馆吸引众多游客前往打卡；太原以“唐风晋韵、锦绣太原”为主题，将历史文化、自然风光、民俗文化、特色美食等元素有机融合；杭州坐拥三百多条河流，每一条河都由一个规划师、建筑师来设计，打造出三百多个景观……

“泉水就是济南旅游的‘天赋’，山、泉、湖、河、城浑然一体，这样的城市风貌全国独有。”山东大学经济学院教授王晨光认为，泉水文化风貌和底蕴是济南的底色，也是济南能成为“网红”旅游城市的底层逻辑。

“济南越来越会玩了”“总想来济南看一次泉水吧”“你一句春不晚，我就到了真济南”……继2023年超然楼亮灯爆火之后，今年济南又紧紧抓住“泉水”这一资源，打造了“泉”在济南系列主题文化活动。

在五一、暑假、中秋、国庆等重要节点，济南启动“遇见明湖”项目，打造了十大沉浸式旅游场景，举办大明湖花朝节、汉服巡游、游船画舫演艺、宋风集市等活动，带给

游客更具参与感的文化体验；同时，创新打造与泉水相关的生活场景和文旅产品，吸引游客体验泉畔生活，到百花洲畔簪花拍照，在四合院里品尝泉水宴，到西更道街“开窗透景”处赏珍珠泉美景。

“真正实现‘一年四季·泉在济南’活动长流水不断线。”正如济南市委宣传部分管日常工作的副部长、市文明办主任孙世会所说，济南统一品牌、统一声音、统一形象，聚全市之力打造“一年四季·泉在济南”城市文旅新IP。从全国来看，“泉”在济南系列主题文化活动以其鲜明的主题和以全年为维度的活动设计，打出了属于济南文旅的“天赋牌”。

## 服务提升活力

### 关注游客需求 要“流量”更要“留量”

“过去我们讲大众，现在一定讲分众。”

全国工程勘察设计大师、中国城市规划设计研究院原院长李晓江在此次发布活动上表示，城市发展文旅只有了解细分人群，才能更好地响应他们的需求，进而实现有效供给。

活力城市离不开年轻人的青春气息。“年轻人具有活力和传播力，能够为城市带来流量和人气。”孙竞认为。

“原来对园林和古建筑并不感兴趣，不过最近在網上刷到很多猫猫寺的视频，周末立刻就和朋友来玩了，没想到这里这么美。”社交媒体上，不少年轻群体分享着自己在济南的“新体验”。

今年以来，济南围绕年轻人的消费偏好与需求，打造众多文旅产品，不断吸引着年轻人的目光。主打的把子肉、诗词文化、小动物三大“拳头产品”将特色元素与生活元素完美融合；坐画舫游船、打诗词擂台、尝把子肉冰激凌都成为年轻人的打卡“必选题”；电竞赛事、动漫展、演唱会成为年轻一代来到济南的新理由，济南也在今年国庆假期登上“00后”热衷目的地城市榜单。

作为“2024年全国人才友好型城市”，济南今年首次以一座城市的名义，举办“2024级济南市大学生开学典礼”，在为驻济高校新生送上最美好的祝福的同时，还发布了“学游济南”城市必打卡地标，期待年轻学子们玩在济南、爱上济南。

活力不仅在一时，更要源源不断。“泉城”能否让人待得住，还想来，取决于服务游客的细节。

今年，济南首次公布了民宿地图，以城市之名作为民宿品牌背书，方便游客选择更加舒心的住宿场所；上线“一年四季·泉在济南”微信小程序，精心制作游泉、登山、赏花、美食、住宿等掌上地图攻略，让广大游客通过一个手机就能游遍济南；在文旅服务上承诺做到“五个绝不”，努力确保游客消费称心、游览舒心、出行顺心、环境贴心；向全市市民发出倡议，建议市民错峰出行，为外地游客让出停车位、让出出行路线、让出游览空间，实现市民群众和游客的“双向奔赴”。

“2024年度最具幸福感城市”“中国夜间经济十佳城市”“2024年度活力之城”……收获越来越多荣誉的济南还将如何“进阶”？对此，孙竞认为，济南应继续提升基础服务能力，例如更便捷的公共交通、更清晰的城市道路指引等等，方便市民游客更舒心地在济南畅游。同时，要继续围绕文化底蕴做文章，提高旅游产品的包容性和普惠性，要让各个年龄段、阶层的人，都能够在济南找到自己的乐趣。

“济南应坚持树立独特的城市标签，打造与众不同的城市‘人设’，从而在城市竞争中脱颖而出。”孙竞说。

编辑：魏银科 美编：杨晓健 组版：颜莉



“讲文明 树新风”公益广告