



▲在夜晚的百花洲，黑白分明的建筑被灯光装点得更加美丽。本报记者 周青先 摄

▶平泉泉池里冰上了西瓜和啤酒，让很多游客觉得颇有情趣。本报记者 万兵 摄

A06 | 济南晚报 | 壹读

2016年9月7日 星期三

编辑：高寒 美编：马晓迪 组版：刘森

■ 泉心澎湃——泉水复涌13周年特别报道



擦亮名片，泉城要拧成一股绳

保护泉水利用泉水，还缺个顶层设计

在济南这样一个水资源相对缺乏的城市，保泉从来就不是一件简单的事情。而在优质旅游资源丰富的国内，吸引外地游客来济南赏泉更具挑战性。让泉水成为济南的城市名片，需要整个城市拧成一股绳。

本报记者 蒋龙龙 刘飞跃
张九龙

泉水规划碎片化不利于沟通协调

6日，趵突泉水已经连续喷涌13周年。但近日没有了雨水的帮助，趵突泉水位即暴跌十几厘米还是让人们心中存有隐忧。让趵突泉等济南泉水持续喷涌，依然是济南最重要的任务之一。保泉的根本在于水。就济南来说，保泉涉及的部门不止园林系统，市政、水利、农业、林业、气象、旅游等多个机构都牵扯其中。

此外，济南市的泉水保护规划多散落在其他城市规划中。如《济南市城市总体规划(2006-2020)》、《济南历史文化名城保护规划(2015-2030)》、《济南古城片区控制性详细规划》、《济南芙蓉街-百花洲历史文化街区保护规划》、《济南将军庙历史文化街区保护规划》等。

有专家就表示，从近些年来的保泉实践来看，济南市缺少专门的保泉规划不利于保泉的工作继续推进。从水源地的保护，到泉脉和地下水的合理开采，再到泉池泉眼的修缮，都需要上述各个部门协调进行工作。“目前关于保泉的规划较为碎片化，而且不系统，并不利于沟通协调。”一位专家称。

目前，济南市名泉办负责协调保泉事宜。名泉办负责人曾表示，济南可以保证泉水在(降水)正常年份保持正常喷涌。但作为城市的名片，一旦停喷，对于整个城市的形象会造成致命打击。也正因为保泉的难度和重要性，能够调动各个部门统一行动尤为重要。

目前济南市正在划定泉水直接补给区、泉水重点渗漏带、城市河道水库、城市山体四条保护红线，并出台了《济南市名泉保护条例》这一地方性法规。未来的济南泉水，不应满足于现在“饥一年饱一年”的状态。具体应达到什么样的面貌、各部门应如何做、投入应如何进行，都有赖于顶层设计。

观泉用泉 多个难题待解

泉水持续喷涌只是基础，而将济南旅游植入泉水的基因，是用好泉水的关键。这一点上，济南也离不开一份整体的规划。

在上文中提到的几份规划中，虽然部分有关于发展泉水旅游的提法，但有专家认为其专业程度确有欠缺。“如城墙、泉水公共空间、泉水街巷、泉水宅院、泉水私家园林、泉水寺庙等多处涉及泉水文化的名词，在法定规划中无法找到。”

老济南人在泉水中游泳，已经有近百年的历史。在济南走向国际化、打造泉水旅游的背景下，在水中游泳已经不合时宜，泉水浴场却较为完美地解决了这一矛盾。目前，仅有的一个泉水浴场已经很难满足市民需求，新的泉水浴场亟待建立。而新建泉水浴场，就需要涉及多个部门的工作，缺少顶层设计，很难实现。

济南市总体规划提出，“山泉湖河城”构成了济南的五大要素，而泉水与其他四大要素均有紧密的联系。以泉水和老城区的关系为例，偌大的明府城是以居住为主还是旅游为主，多个街区的定位有何区别，这些都需要一份来自于顶层的规划与设计。

同时，泉水的先观后用也已经提了很多年，行动却一直显得缓慢。将泉水纳入整个城市的供水系统，需要协调多个部门朝着一个目标共同努力，此时一个纲领性文件就尤为重要。

讲好泉水的故事 不是投广告那么简单

刚刚结束的G20会议，让杭州的西湖与孤山完美呈现在世人眼前。其实，在酒香也怕巷子深的旅游市场，杭州美景为世界所熟知离不开一个城市的共同努力。

前段时间，“好客山东”宣传片亮相纽约时代广场，其中也少不了趵突泉的元素。但作为一个独立的品牌，济南对于泉水的宣传力度还远远不够。济南的泉水不仅拥有自然景观，历史上众多的故事更为泉水增加了人文色彩。但对外省人来说，济南泉水的知名度尚不及同省的青岛海洋旅游、泰山、蓬莱阁等。

一个成熟的泉水营销，不仅仅是电视、报纸上打广告那么简单。大到承办一次全国性甚至全球性会议，小到投资一部电影或者综艺节目，都可以增加本地旅游品牌的曝光率。更重要的是，要真正吸引人们来到济南旅游并且多住几天，济南泉水不能各自为战，景点的整合营销，也成为应该考虑的方法。

今年趵突泉持续喷涌13周年，济南举办了泉水版的“G18”国际会议，是一个很好的尝试。但要让这种宣传营销常态化和科学化，城市层面的中长期规划必不可少。充分动员全市的力量，讲好泉水的故事，其重要性丝毫不亚于保护泉水和用好泉水。

典型案例

免费开放仨月 百花洲成了游客新宠

明清济南府城是泉城特色标志区，是历史文化名城保护和泉城特色风貌带的核心区。如何处理好保护与发展的关系，促进片区可持续发展，先行先试的百花洲是个很好的缩影。

本报记者 刘飞跃 张九龙
张刚 王杰

纳客日均万人

今年6月初，百花洲一期项目开始向市民免费开放，并且定期举办戏剧、民乐等各种形式的活动。百花洲一期项目刚刚开业半个月，日接客量就达到了万余人。现在，百花洲同趵突泉、黑虎泉和大明湖等一起，成为不少外地游客来济旅游的必选项。

虽然百花洲发展不错，但基础设施还未完全到位对片区经营产生了一定影响。一位百花洲商户就说，百花洲很多屋子里夏天没空调、冬天没暖气，厕所里没有换气扇，街边的树木也不多。

泉水游能不能留住人，游客的感受最为直观。“这里风景很好，刚才参观了几处展馆，感受到了济南的民俗文化。但是缺少点吃喝玩乐的东西，还是得去别的地方解决。”

着重展示泉水人家

开几家商铺和菜馆，已经不是最先进的“黏客”方法。更多人希望能深入体会济南的泉水文化，而深度泉水游也是济南目前正在推广的重点。由于该地原住民众多，政府能做的是引导。

以百花洲一期项目免费开放为起点，济南老城区开发也渐渐找到了自己的路。

子。2014年年初，济南市规划局便启动了《芙蓉街-百花洲历史文化街区保护规划》编制工作。

规划提出，百花洲片区将重点打造七大功能分区，分别为百花洲商业休闲区、临水休闲文化区、庙会文化区、泉水文化体验区、传统民俗商业区、老字号商业区、传统院落体验区，展示济南传统生活“家家泉水，户户垂杨”的特色，更好地体现济南民俗文化。

泉水游需民间资本

百花洲片区旨在打造成一处了解和体验老济南的地标，展示城市历史人文魅力的窗口。基于这种定位，百花洲片区不同于一般的商业旅游项目：作为公益项目来打造，不以营利为目的。

“老城区要活起来，一是要保护原生态、原机理的历史遗存，二是老城区空间里面得有内容。这些内容要在政府的引导和介入之下，与当地城市文化、城市品牌以及城市要素，甚至城市品格相互融合。”济南市人大代表、山东意匠建筑有限公司董事长刘奎认为。

类似片区的开发，离不开更有活力的民间资本。正如刘奎所说，文化传承与保护完全靠政府买单是不现实的，民间力量参与进来非常重要。“内容可由政府主导，市场进行配合，政府和民间资本联起手来。”