



▲一定程度上，泉水塑造了济南的城市韵味。图为6日市民在五龙潭戏水纳凉。本报记者 左庆 摄
▶6日是济南泉水复涌13周年，图为五龙潭内，上了年纪的老济南相约来赏泉叙旧。本报记者 左庆 摄

A07 | 济南晚报 | 壹读

2016年9月7日 星期三

编辑：肖龙凤 美编：晓莉 组版：徐凌

■ 泉心澎湃——泉水复涌13周年特别报道



泉水走向世界，讲好故事很关键

挖掘城市文化、借助国际平台、创造泉文化产品都是办法

向世界推销泉水，成效仍显不足。如何讲好泉水故事，泉水的国际营销应该怎么做？正如省委常委、济南市委书记王文涛所言，要用世界语言，讲好济南故事，济南泉水要想走出国际范儿，得凭借自身魅力、国际平台和文化产品等讲好济南这座城市的故事。

本报记者 唐园园

做“泉水游” 更要打造“泉城游”

上个月，王文涛在会见上海企业家代表团时，大力推介泉水。他说：“只有泉水能够让世界记住济南。”并表示济南要用世界语言，讲好济南故事。

说起济南的泉水，确实是济南的骄傲。从数量上来讲，据统计，济南全市拥有泉水超过700处，仅2.6平方公里的老城区内就有130多处。济南的泉水还具有独特性、稀有性。不过，济南的泉水拿到国际舞台上说，名气和竞争力还显不足。

山东省旅游规划设计研究院院长陈国忠认为，“济南的泉水营销应该从营销城市文化，营销城市景观开始。”在他看来，“泉水游”只是一个观光产品，“泉城游”则是以城市为独立旅游目的地的综合体。济南要打造“天下泉城”的口号，不仅要推介泉水，还应挖掘济南的精神、城市文化和内涵。

一个城市的精神性体现在其中生活的人身上。“老舍先生说济南是一个包容的城市，泉水本身就蕴含着包容、开放、奔流等特点。”陈国忠认为，推介泉水和泉城，首先要推介泉城人，讲好泉城人的性格故事。

济南的泉城风貌和城市生活，也应该是推介泉城济南的一方面。陈国忠说，“四面荷花三面柳”的大城市景观和“家家泉水户户垂杨”的小景观，以及济南人傍泉而居，并借此形成的以泉水文化为基础的济南饮食、济南生活，更是济南的独特魅力所在。

此外，陈国忠认为，济南的历史文化也非常丰富，如济南有辛弃疾、李清照两位词人，刚柔相济，清雅和豪放并重，也有可挖掘之处。

联盟各地“泉城” 打造国际影响力

为提高济南泉水在国际上的影响力，省市旅游部门也下足了力气：泉水的宣传片登上了纽约时代广场；“济南国际泉水冬泳节”被国际冬泳联合会作为官方活动向世界推广；举办以“泉”为主题的特色旅游活动，创建活动宣传营销平台等。

向世界推介泉水，在国际层面营销泉城济南，需要平台，一个国际性的平台。去年9月由济南市倡议组建的“国际泉水文化景观城市联盟”正式成立。时隔一年，在泉水连续喷涌13周年之际，9月5日至6日，“首届国际泉水文化景观城市联盟年会暨济南泉水文化景观保护国际研讨会”在济南开展，来自全球34个泉水景观城市以及国内外知名遗产专家再聚济南，共同研讨泉水文化景观保护等问题。

济南市旅游局副局长方连庆说：“下一步计划就是借助这一平台，陆续和全国、全世界与泉水有关的城市和国家签订旅游合作协议，共同开发两地市场，探讨泉水旅游建设路线，将其作为济南推广泉水平台的一个主要形式。”

方连庆说，通过和英国巴斯、匈牙利和俄罗斯的城市签订旅游合作协议，双方明确将在两地共同设立旅游日推广周，将两地旅游资源进行对接。同时，每年的旅游交易会，济南也将邀请这些城市来帮助推介世界各地旅游资源。“我们想通过这个平台能陆陆续续地探讨泉水旅游建设路线。”

同时，济南市名泉办副主任杨波表示，目前年会已经有18个国外泉水城市，济南还将继续寻找世界朋友，加强联盟的交流与合作，推进泉水文化和景观走向世界，增强泉水文化核心竞争力。

对泉文化的挖掘 仍显不足

济南市园林局局长韩永军说，“济南的泉是冷泉，而至今还没能查到一个和济南完全一样的冷泉型的、泉城伴生的城市。”在发挥独特性的同时，济南更应该向其他泉水城市取经，如何营销城市泉水，如何打好文化牌。例如英国的温泉城市巴斯，除了温泉外，它的古建筑、国际音乐节、国际文学节、风筝节、啤酒节等也都吸引了大量游客。

真正将泉水变成一种软实力，需要挖掘泉水和泉城的文化价值。比如，和“最忆是杭州”的杭州比起来，济南人对泉水故事的挖掘和推介仍显不足，把历史名人与泉水结合所做的文章，仍显得少些。

“真正能通过传播走向世界，并且能依靠互联网进行更大范围传播的是文化。”山东大学文学与新闻传播学院特聘营销传播学专家王广伟说，更好地推介泉城泉水，需要将物质转化为文化产品。“音乐、电影、舞蹈和绘画都是没有国界的，打造与泉水有关的各类文化产品，能更加有利于济南泉水的世界性传播。”

今年泉水节开幕式上，著名钢琴演奏家、瑞士华裔赵梅笛演奏了专门为泉城济南创作的钢琴曲《泉》，她也荣膺“济南泉水文化国际推广大使”。源自西洋的“乐器之王”与历久弥新的古老泉城产生了关联，不失为济南泉水走出国际范儿的一次有益尝试。

正如王广伟认为，泉水的国际营销需要更多社会力量的参与，产生更多与泉文化有关的产品，更多地对泉水文化进行传播。王广伟还建议，在向世界推介泉水时，可以调动海外留学生的力量，并且可以借助各党派在世界范围内的联系，最广泛地推广泉城泉水。

老城区不少文保单位年久失修 泉水文化载体亟需保护

本报济南9月6日讯（记者 刘飞跃）济南是目前世界上仅存的城市冷水泉群聚集区，被众泉环绕的老城区就成了泉水文化的独特载体。近日，齐鲁晚报记者探访发现，这里不少文化载体年久失修，亟需进一步保护和挖掘。

济南老城区是泉水风貌核心保护区，老城区旅游也以挖掘泉水文化为主线。据了解，老城区旅游项目可分四大部分，南侧的芙蓉街，北侧的曲水亭街，东侧的百花洲，西侧的明府城传统民居。芙蓉街总是人挤人，曲水亭街人流减少但尚可，百花洲和传统民居则难与前两者媲美。

老城区有不少颇有文化底蕴的文保单位，因其年久失修未能为丰富泉水文化发挥作用。据统计，这里有60余处省市文物保护单位。山建大齐鲁建筑研究中心副主任姜波说，近年虽然被列为文物保护单位的建筑数量大幅增加，但非国有产权的文物建筑仍难逃年久失修的厄运。

连日来，记者探访老城区多处挂着文保单位牌子的老旧住房，发现一些特色民居和省市级文保单位都面临年久失修问题，如燕喜堂、陈冕状元府等。位于鞭指巷北头的陈冕状元府已被鉴定为危房，但其产



位于济南老城区的陈冕状元府破败不堪。

本报记者 刘飞跃 摄