



济南泉水旅游依旧没有走出中转站的窘境,如何改变呢?大明湖免费开放为济南旅游发展提供了很好的契机,摆脱“门票经济”的束缚,形成全域旅游格局。同时,以明府城为核心,打造济南“泉水CBD”。加快“泉·城”申遗步伐,扩大济南的国际朋友圈。

本报记者 刘飞跃  
见习记者 张晓燕

### 摆脱门票创收局限 发展高品质全域旅游

“我们旅行社制定的济南游线路都包含很有名气的景点,像趵突泉、大明湖、千佛山等这些景区都在线路之内。一般来说,济南游的线路白天一天就能结束,现在大明湖景区免费对外开放后,有的游客会选择晚上去大明湖景区游玩,第二天再出发去其他地方,我们也会根据游客的要求适当调整之前的线路。”济南某旅行社相关负责人说。

大明湖免费开放后的确带来了一些变化,但这些变化不足以改变济南泉水旅游乏力的局面。“济南要尝试全新的全域旅游方式,可以大明湖为切入点,真正打通各个泉水景点,让游客来了就一次性玩个痛快,让游客来了就不想走。”该负责人认为,旅游景区的发展不能仅仅依靠门票搞创收,还应该开发其他产品,比如在住宿、餐饮、购物等旅游链上做文章。济南作为人口大省的省会,毗邻京津冀,旅游势头不低,目前大明湖景区的免费开放是济南旅游一个新的开始,势必能推动济南旅游事业的发展。

其实,在游客对旅游品质要求越来越高的今天,通过景区免费带动旅游经济的发展不乏先例。早在大明湖之前,就有杭州西湖、南京中山陵陵寝、厦门鼓浪屿等多个5A级景区免费开放。

从算景区收费的“小账”到算带动周边旅游经济发展的“大账”,浙江杭州走在了全国前面。杭州市旅委的数据显示,2002年杭州旅游总人数为2757.98万人次,旅游总收入为294亿元;而到2015年底,游客总人数已达1.2亿人次,旅游总收入2200.67亿元。

外地这种“变门票经济为旅游经济”的思路值得济南学习,从而打造有济南特色的泉水深度游,需增加体验式休闲产品,让游客摆脱“上车睡觉、下车拍照、进店买买买”这种走马观花式的旅游方式,景区在吃住行游等多方面也应该紧跟时代,更加追求品质与个性化。

上述旅行社负责人建议,济南有着丰富的自然与人文财富,这些都是可以用来打造让游客共享的免费资源,大明湖的免费开放是济南旅游事业全新的起点,可以算是济南实现全域旅游进程的一个引领,这一张免掉的门票也许能撬动济南全域旅游的升级模式。

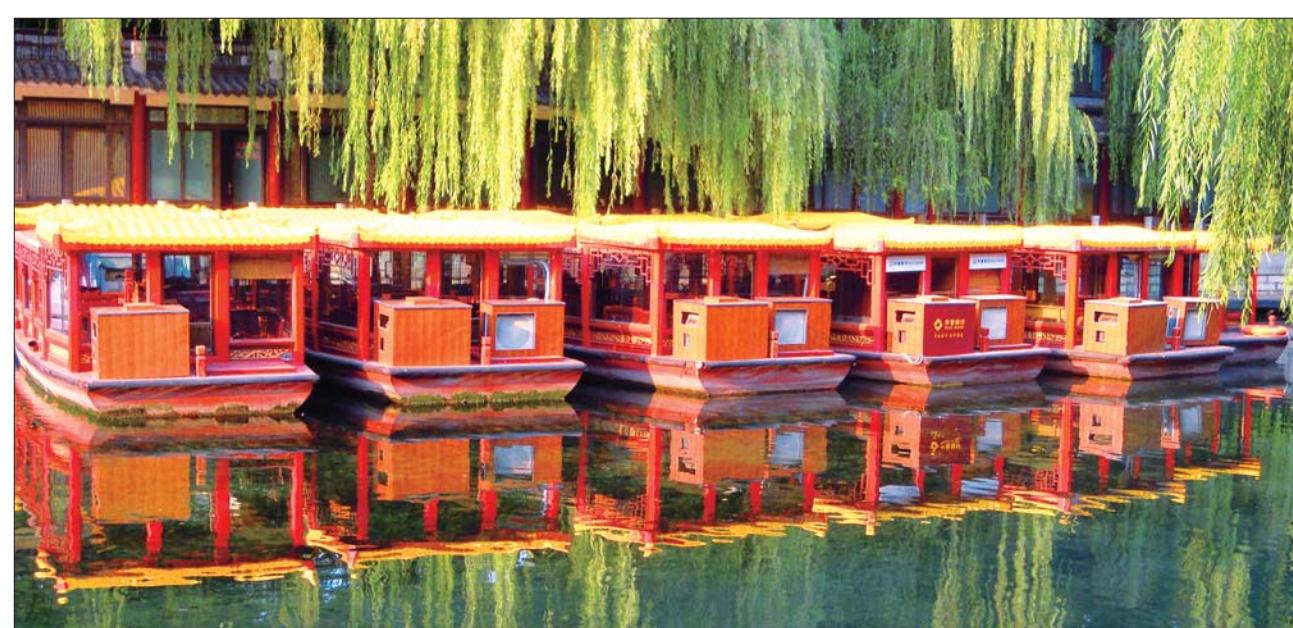
## 骨病患者请注意:一个电话有惊喜! 拨打55625760,正骨世家青紫堂“秋季治骨、免费试贴”(限前30名)



这是一个“膏药满天飞”的年代!近年来,生活的角角落落,总之一句话,“凡是有人群的地方就有膏药”,至于膏药的治疗范围和功效,各不相同!这里面,仅宣传治疗风湿骨病的就不下二十种。

今天就和大家说一说治疗风湿骨病的膏药,笔者走访了几家药店、膏药专卖店,发现多数膏药市场比较萧条。但是一个膏药铺的膏药卖得非常火爆!几乎天天门庭若市。这份膏药就是“正骨世家青紫堂”的热灸贴。

正骨世家青紫堂,创始于清光绪22年(公元1896年),至今有120多年历史,历经6代传承,是中医治骨世家,在西北大地享有盛誉。



护城河里的游船成了一道亮丽的风景。 本报记者 康鹏 摄

# 用文化牌打造“泉水CBD” 泉水深度游应增加体验式产品,升级全域旅游模式

### 明府城恢复历史风貌 挖掘“泉城品牌”

明府城始建于明朝洪武四年(1371年),距今已有640余年历史,是“泉城特色标志区”的核心区域。明府城一期百花洲项目已进入试验性展示阶段,占地6万平方米的百花洲片区全面还原了老济南风情,并形成了有别于芙蓉街、宽厚里的体验游、爷孙游等旅游形式。日均接待游客上万人次,成为泉城特色标志区最亮丽的名片。

日前,济南明府城管理中心主任朱俊如接受媒体采访时表示,明府城将打造成中华传统文化暨齐鲁传统民俗文化及济南冷泉人居生态环境文化的保护平台、展示平台、创新平台、体验平台、传承平台和中外交流平台,一个国际一流的文化旅游目的地和国家传统文化公园。

具体来看,济南明府城将打造最能代表老城意境的曲水亭街等景观主轴,建设一批大师级传世作品,重点修缮和保护鞠思敏故居等建筑,复建泺源书院等知名建筑,重点恢复北溪、孝水、梯云溪等区块的亲水环境。

为了让居民和游客亲近泉水,明府城将增加“清泉石上流”等景点,尽可能恢复“家家泉水、户户垂杨”的历史风貌,让泉水串流街巷民居,增加亲水、戏水景观设施,加大对市民游客的吸引力,让冷泉真正热起来。

如果说正在建设中的CBD能够集中体现济南的经济发展水平,那么哪里可集中体现泉水特色呢?在今年上半年举行的济南市政协第十一届一次会议上,九三学社济南市委副主委付修琳建议,要加快建设泉城国际旅游标志区,弘扬泉水文化,突出泉城特色,维护泉城生

态环境,挖掘“泉城济南”品牌,促进济南的文化旅游,建设“泉水CBD”。

### 开发泉水文化产品 扩大济南国际“朋友圈”

9月6日,“济南泉·城文化景观”申报世界遗产领导小组第一次全体会议召开,这也标志着“济南泉·城文化景观”申报世界文化景观遗产工作正式启动。“2006年9月,济南着手推进泉水申遗工作。”济南市城乡水务局局长翟军说。这样算下来,济南推进泉水申遗工作已经有11年了。

泉城申遗是保护的过程,更是济南泉水走向世界的过程。近几年,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。

借助泉水这一平台,济南陆续和全国、全世界与泉水有关的城市和国家签订了旅游合作协议,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。

“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。”山东大学特聘营销传播学专家王广伟认为,要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。

王广伟说,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。

记者了解到,今年济南泉水年会吸引了20个国际城市参加,比去年增加了两个,济南泉水朋友圈越来越大。济南市名泉办副主任杨波曾表示,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,增强泉水文化的核心竞争力。

### ■专家观点

## 西湖模式不可盲目照搬 还需增加休闲度假产品



济南护城河景观。 本报记者 刘飞跃 摄

种生活方式,不是靠单一景区就能够满足游客需求的。

孙凤芝认为,“济南要想打造国际型旅游度假城市,应在借鉴杭州西湖模式的基础上对城市功能进行重构,挖掘自身特色,增加并提升休闲度假产品。”目前济南景区的休闲产品还不是太丰富,旅游旺季无法完全满足外地游客的需求。比如济南有些泉水在居民家院子里,很多慕名而来的游客是进不去的,游客只能走马观花看完就走。

“免费开放的大明湖可以作为重要突破口,然后发掘全济南的泉水资源进行整合,将吃、住、行、游、购、娱‘一网打尽’。”孙凤芝表示,济南应在立足大明湖的基础上,整合旅游资源,打造“济南泉·城文化”,多业态融为一体,让游客真正在景区可吃可玩可休闲。“大明湖有得天独厚的优势,如何与周边环境融合、实现产业链连接、实现良性循环,都需要深入探讨。比如合理解决景区的交通问题、停车问题等都需要考虑在内。还有就是调整业态布局,比如济南夜生活的激发,相关娱乐设施的配套,类似于成都的‘酒吧一条街’,济南可以打造‘泉水宴一条街’,加入济南夜生活的文化内涵,充分满足游客吃饭、玩耍、休闲等需求,这些都是新的增长点。”

本报记者 刘飞跃  
见习记者 张晓燕

这是一个“膏药满天飞”的年代!近年来,生活的角角落落,总之一句话,“凡是有人群的地方就有膏药”,至于膏药的治疗范围和功效,各不相同!这里面,仅宣传治疗风湿骨病的就不下二十种。

今天就和大家说一说治疗风湿骨病的膏药,笔者走访了几家药店、膏药专卖店,发现多数膏药市场比较萧条。但是一个膏药铺的膏药卖得非常火爆!几乎天天门庭若市。这份膏药就是“正骨世家青紫堂”的热灸贴。

咨询预约电话:0531—55625760  
津食药监械(准)字2014第2260006号  
津食医械广审(文)第2016070060号