



济南市政协十五届三次会议闭幕

刘强于海田韩金峰雷杰杨峰出席会议

B02 两会

读懂
济南
·
打造网红城市



济南明府城片区历史资源丰富，人文积淀深厚。

打造城市新名片，网红济南要长红

用创意讲好泉城故事，让更多人感受到千年古城的人文魅力

前有淄博，后有“尔滨”。去年，两大“网红”城市现象级出圈。

在今年的政府工作报告上，提出将明府城、老商埠等传统特色街区打造成“泉城风韵的城市新名片”。对于千年古城济南来说，如何将泉城文化名片，打造成带有城市IP的流量密码？

记者 夏侯凤超 李梦瑶
见习记者 徐晓磊

老商埠与古城辉映 网红济南也很火

“尔滨”彻底火了。从切片摆盘的冻梨，到“揽客”的企鹅、驯鹿和白狐，再到无人机升起的“人工月亮”，纷至沓来的“小金土豆”为哈尔滨创造了流量神话。

“尔滨”火了以后，许多市民都在喊话让自己的城市“抄作业”。山东国信国际旅行社董事长张晓国关注济南旅游市场很多年，他说，济南早就成为“网红旅游城市”，网红打卡地也不少。

从超然楼到起凤桥，从解放阁到老商埠，梳理这些“泼天富贵”不难发现，济南的出圈，都和济南的文化底蕴及老城记忆息息相关。“济南是国家历史文化名城，‘泉水古城+老商埠’东西并置的历史格局是中国城建史的营城典范。”济南市政协常委、济南市规划设计研究院院长邵莉认为。

“济南的古城片区，山泉湖河城浑然一体，有着独特的风貌。”

张晓国说。“济南的资源禀赋已经适应了当代旅游的发展规律，山水风光和浓厚的文化，符合了现在旅游消费的需求。”张晓国说，“软实力逐渐转换成经济发展的硬实力，济南在全国旅游客流的抢夺战中已经进入了第一方阵。”

只有定位清晰 才能脱颖而出

“泼天富贵”的背后就是城市爆火的密码。

“城市最能让人记住的东西，就是城市的IP。”张晓国认为，“这些城市形成破圈流量的底层逻辑是异曲同工的，就是围绕自身优势去打造城市IP。”

在济南市老建筑文化旅游促进会会长、山东小广寒文化旅游有限责任公司总经理李建军看来，济南的优势就是济南厚实的文化家底。“像我们有双核文化的城市，在国内是独一无二的。这是济南最珍贵和独特的资源。”

济南是千年古城，文化是济南最好的IP。今年是老商埠开埠120周年，老商埠进行合理开发后，这里将成为老城发展的重要

的一个支撑，也是济南有活力、有文化底蕴的重要呈现。“就像上海的武康路一样，游客来到老商埠，就能充分感受到老济南的魅力。”

老商埠其实是泉城历史文化的缩影。在专家看来，只有城市定位足够清晰，才能在众多城市中脱颖而出，才能将“流量”变成“留量”，让软实力变成硬实力。

打造城市IP久久为功 用创意吸引年轻人

从“有”到成为城市IP，还有一段路要走。

就比如长沙，想到的第一个词儿就是“年轻”，既有橘子洲头、岳麓山等传统景点必去打卡点，也有文和友、茶颜悦色等网红标志；再比方说西安，历史是其最鲜明的标签，一说到西安，大家的关键词就是“兵马俑”“长安城”。打造这样的“第一印象”，就是济南打造城市IP的过程。

“IP的形成要与创意相结合。”李建军说，济南有深厚的泉水文化，现如今讲好泉水故事，不仅是修一座博物馆等老套路，更要深层挖掘背后的故事，而这些

故事一定与人有关。

要不断去寻找创意，挖掘爆点。山东大学经济学院教授、文化和旅游研究中心主任王晨光也表示，城市IP打造出来，要遵循市场逻辑。而这个市场主体是年轻人。“围绕济南的各类文化打造一些年轻人喜欢的产业，需要通过年轻人当前最流行的传播方式讲述出来。”

加强互动与服务 让游客感受城市温度

“打造城市IP的背后，其实是城市之间在‘较劲儿’。”相关人士指出。城市竞争的关键在人，在打造城市IP的背后，一个有温度的城市更让人留得住。

“这两个城市的爆火有一个共同点，就是人情味。”张晓国说，亲民的价格、温暖的服务是旅游城市的流量密码。“一个城市既要有筋骨之强，也要有城市之美，还要有民生之暖，这样才会让当地人更有自豪感，让游客更有归属感。”

济南需要和游客之间的互动。以哈尔滨为例，在人群疯狂涌至哈尔滨时，中央大街铺上了地毯，广场上建起了暖气休息室，旧公交站

牌一夜焕新……在这些场景中，游客是主角，整座城市在为游客服务。再比如老牌网红城市重庆，游客可以到专门打卡李子坝轨道穿楼的观景台拍照打卡，江边有手机充电点即用即充电，看似“朋克”的城市，处处都挂念着游客。

“城市围绕着游客转，不是一件坏事。”王晨光说，“把城市文化和服务精神结合起来，不仅展现了整个城市的文化自信，也增强了游客的认同感。”对于济南来说，需要这样的互动，让城市变得可感可知。

济南要想再出圈，打造成“长红”城市，一方面要做好内功，另一方面也要主动拥抱朋友。

去年底开通的济郑高铁，成为济南连通中原城市群的重要通道。“济郑高铁大大提升了外来客群来济南的便捷度。”济南市政协常委、济南市规划设计研究院院长邵莉看来，济南需要加强交通链接支撑，促进客流导入和互通。

正如中国未来研究会旅游分会副会长刘思敏所说，要进一步深挖城市文旅资源，修炼内功，补足短板，才能在“网红”之外实现长久“实红”。