

# 城市品牌

共创城市品牌 协力城市发展

中国城市发展网 >> 城市品牌 >> 旅游品牌 >> 内容阅读

## 开发济南老城区 打造泉水品牌

作者：陈艳红 何佳梅（山东师范大学旅游管理系） 来源：北京城市学院学报 添加日期：10年07月19日

### 一、旅游资源特色分析

济南自然风光秀丽，自古素有“泉城”、“泉都”之美称。金代“名泉碑”列72名泉，清代乾隆皇帝称趵突泉为“天下第一泉”。现在市域范围内已经发现的泉水有733处，城内有趵突泉、珍珠泉、黑虎泉、五龙潭等四大泉群共136处，众多泉水沿护城河或街巷汇入大明湖。千佛山、大明湖、泉水、老城共同形成了山、泉、湖、河、城一体的独特自然风貌。绮丽的泉水使得历代文人为之倾倒，留下了大量赞泉的诗文。

老城区拥有优美的自然环境，丰厚的历史积淀，舒适的生活环境。长期以来形成了淳朴自然的民俗民风。老城区的居民依然保持着泉边汲水、洗菜、棒槌洗衣的百姓生活，饮食文化独特，传统的民间工艺等处可见，赋予了老城区更多的泉韵和市井风情。

济南的城市沿革发展、历史事件、文化蕴含、民风民俗，无不与泉水有着密切联系。老城区深厚的历史文化，独特的泉水风貌，淳朴的市井风情，三者相互融合，相得益彰，共同构成了“泉水文化”的底蕴。济南因泉水的滋润而更加鲜活，泉水文化以其独特的个性，成为济南城市文化和经济发展的重要依托。

### 二、面对旅游开发的主要问题

#### 1. 居住人口密度的增加

老城区居民自身环境质量存在不少问题：住房质量差、居住面积小、基础设施陈旧、院内随意搭建建筑等，破坏了民居院落的传统风貌与整体风格；原有的居民结构发生变化，大量的外来人口进驻，老城区原有的社会生活结构发生改变，直接导致老城区在完整意义上的生活氛围受到一定的影响。政府对传统街区的拆迁使传统建筑受到极大的冲击，高层建筑的建设使传统建筑失去了生存的环境。处于城市中心的传统街区已成为房地产开发部门追逐土地绩差效益的场所。泉城路两旁的高层建筑，老城区内部的一些单元式宿舍楼都极大的破坏了老城区的传统格局和风貌。

#### 2. 旅游产品结构不合理，产品内涵急需丰富

目前老城区的旅游仅限于表面的观泉、观巷游览，真正反映古城风韵的泉水文化、四合院建筑

### 推荐专题



城市新生理学家



天下大足，福满人



北京顺义-临空经



上海世博 让城市

### 城市案例

- 大足石刻整体形象推广案例
- 玉林打造城市与产业品牌案例分析
- 休闲城市打造及魅力提升研究案例
- 北京城市规划设计案例分析
- 辽宁锦州城市设计案例分析
- 佛山旅游品牌形象策划方案
- 丽江玉龙雪山景区营销成功案例分
- 用“水”来统一城市灵魂——南海三山

### 城市图说



兰州：酷暑炎炎



都市小孩可爱瞬



湖北最牛违章建



被叫停的菜地窝

文化、市井民俗等并没有得到挖掘,而这些正是旅游过程中具有参与性、效益性的项目。一些泉眼散落于居民家院,而不能向游人开放;对于泉水的历史渊源缺乏注解,各处泉水也没有开发相关的旅游活动,只是作为单一的泉水而存在。大多数游客在游览的过程中只是泛泛的观赏,很难留下深刻的印象,也就阻碍了游客的进一步参观。

受传统习惯影响以及旅游开发意识淡薄,老城区的四合院民居院落尚未对游人开放,不利于老城区旅游的开展。

芙蓉街是一条有着二百多年历史的老商业街,是泉城市井文化的缩影,现在这条老街集中了全国各地的特色风味小吃,每天人流如织,充满了商业活力。然而老街的卫生环境令人堪忧,传统民居建筑破坏严重。此外,济南的特色小吃和鲁菜在这里都难觅踪迹,这不能不说是芙蓉街上的一大遗憾,也是老城区市井文化的一大缺憾。

### 3. 旅游宣传滞后, 缺乏市场运作

整治后的老城区旅游虽尚处于起步阶段,但由于其自身独特的资源禀赋已经聚集了不少的人气。然而,济南老城区四通八达,又位于闹市区,不可能成为有围墙的景点,需另创收入来源与营销模式;能否保持泉水常年喷涌也是一个社会问题;老城区在整治改造过程中尚存在一些遗留问题,旅游产品结构还比较单一、旅游内容亟待丰富,缺少具有盈利性的项目;缺乏合理有效的宣传促销策略,旅游线路的开发尚不成熟等等。以上因素使得大多数的旅游企业对老城区旅游的开发持观望态度。

### 4. 旅游纪念品缺乏

旅游纪念品是旅游弹性需求比较大的产品,对旅游收入的贡献率比较大,一个地区如果旅游纪念品行业相对发展较好,就能较好地增加旅游的收入。然而就目前整个济南的旅游纪念品市场而言,能代表济南特色的标志性旅游纪念品凤毛麟角,而南方的“大路货”几乎占到市场的90%以上。旅游商品的研发工作相对滞后,济南市至今没有一种能够代表济南市整体旅游形象的纪念品。旅游商品收入在整个旅游收入中的比例,与济南市的旅游资源强势地位极不相称。

## 三、对策与建议

### 1. 保护历史街区, 完善旅游功能

济南老城区所遗留下来的建筑群落多为结构严谨的民居四合院,青砖墙、灰瓦屋脊,以“一进院”为主,是济南市最后一块保存完整的成规模传统建筑群。济南独有的人文、地理和自然环境,赋予了它既厚重质朴又明快灵秀的双重特征,它承载着这座城市的历史信息和传统风貌,是开展泉水文化旅游的重要载体。

在老城区的旅游开发过程中,政府及主管部门必须加强对历史街区传统风貌的维护与合理改造。按照“修旧如旧”,全面性、真实性的原则对老城区古建筑和街巷进行整修,维护传统风貌。对于新建建筑加以限制和指导,保持整体风貌的协调一致。

传统街区的活力在于它的功能。要强化社区居民的旅游开发和保护意识,依托老城区的资源优势,开展多种形式的旅游经营项目。对于传统民居四合院可以进行特色装修,开设风格不同的四合院家庭宾馆和家常菜馆,将传统文化和民俗民风结合起来;充分利用民居古宅,开展富有地方特色的民俗文化活动,招徕一批能工巧匠和民间艺人在此安家落户,从事刺绣、捏面人、剪纸、面塑等富有济南特色的民间工艺活动;政府直接投资或鼓励社区民间资本开设茶馆、棋社、说书场等,深入挖掘市井文化,再现老济南历史风韵;可选择保存比较完整、文化底蕴比较深厚的四合院院落,交由具有保护和开发意识的旅游企业或富裕的文化职业者进行专项开发。通过各项旅游活动的开展,让游客参与其中,延长游览时间,从而拉长旅游者消费链。

在旅游开发过程中,政府应加强引导和支持,协调好旅游开发与居民利益保护,控制资本流向,抑制过分商业化。



海口“楼薄薄”被



合肥: 暑运“小候

## 城事声音

- 城市“夹心层”受煎熬 昆明租房客“
- 160个“国际化大都市”该咋建
- 徐州和谐拆迁贵在让百姓无后顾之忧
- 大城市贫民窟将日益兴盛
- 城市地标——看得见的“高度”和看不
- 年轻人为何开始逃离“北上广”
- 三亚为什么不重视传统文化?
- 建议乌鲁木齐多增加一些百姓文化

## 2.在老城区开展“老街巷，古泉游”

可以设计如下旅游线路：西更道街—金菊巷—王府池子、起凤桥—马市街、涌泉胡同一省人大珍珠泉—曲水亭街—轱辘把子巷、庠门里—曲水亭—明湖路—玉环泉街—芙蓉泉、芙蓉街。

金菊巷、翔凤巷内保存了不少较为完好的四合院民居院落，院落古朴、干净、别致。居民大多为老济南人，他们有自己的生活传统，对老街泉水有着深厚的感情，游客可以到开放的居民院落品茗、赏花、观院等，感受老济南的市井民风。

王府池子及其周围，融泉水、垂柳、清渠、老房于一体，《老残游记》中“家家泉水，户户垂杨”主要是指着一片。池水顺渠北流，穿过张家大院的西墙，出起凤桥、环居民院墙、绕曲水亭街、进百花洲、入大明湖。在旅游开发中建议顺水流动的方向，开放水边居民院落，以便使游人更亲切地感受到“家家泉水”，“清泉石上流”的泉城古韵。池子北岸的院落可以依势开设茶馆、说书场等体现老城生活风貌的活动项目。

曲水亭街是垂杨、老街、流水、建筑的完美结合。两旁可开设特色餐馆，地方名小吃点或流动小推车，民间工艺作坊等。在百花洲、曲水亭、泮壁街周围开设棋社，建设文化休闲中心，既能方便社区居民，也可以让游客在此娱乐休闲。

西更道街、贡院墙根西墙上记载着济南老城区的众多典故，街巷、院落的历史，泉水风光和市井民俗。玉环泉街因省府前街西侧的玉环泉而得名，整条街巷曲曲折折，宛如迷宫。芙蓉街因芙蓉泉而得名，芙蓉泉现位于芙蓉街61号院内，泉水清澈。

## 3. 打造泉城中央游憩区，开展都市泉水游

泉城中央游憩区是《山东省济南市旅游发展总体规划》所确定的“济南市旅游中心”子系统之一，主要景区（点）包括趵突泉、大明湖、芙蓉街历史街区、泉城路、泉城广场、环城公园等。

“老街巷，古泉游”作为泉水文化的一部分，必须加强与周围四大泉群、大明湖、环城公园、泉城广场的联合，依托它们良好的知名度，成熟的旅游产品，完善的旅游服务设施，以此来带动老城区旅游的快速发展。

这一区域地处济南市城市中心地带，泉水资源丰富，水域面积大，环境优美，文化底蕴深厚；基础设施、旅游服务设施完善，星级酒店众多；商业发达，聚集了银座、贵和、沃尔玛等一批大型购物超市；夜晚休闲娱乐服务丰富多彩，夜总会、量贩式KTV、酒吧、菜馆、健身房和特色文化演出十分丰富，适宜开展以泉水游览、文化休闲、购物娱乐为主的旅游活动。济南既要依靠传统泉水品牌和历史街区来保持原有形象，也要对新产品、新景观加以延伸，以此来丰富旅游内容。

基于泉水间歇喷涌的客观事实，在保泉的同时进行“泉景创新”。精心策划若干叠水喷泉等形式的人造水景，主要是在泉城广场和改造后的泉城路上，开发各种现代都市型泉水体验产品，如香泉、音乐泉、霓虹泉、虚拟泉等等，为游人创造较为适宜的亲水环境。利用优质的泉水开发各种泉水商品和纪念品，以展示泉城人对泉水文化的新的诠释。有针对性的开发不同层次、有代表性的旅游商品，从济南的标志性的建筑和资源入手，挖掘民俗文化、进行民间传统手工艺的开发等，形成旅游商品系列。

## 4. 加大宣传

政府加强引导和政策扶持，促进旅游企业对老城区旅游资源的市场化运作。通过平面媒体、电视媒体、网络媒体、巡回促销等提高老城区的知名度。出版老城区地图，方便旅游宣传和游览。对客源市场进行细分，针对目标顾客制定促销策略。吸引更多的旅游团队、散客光顾老城区，济南的泉城文化旅游锦上添花。

要做足“泉”文章，全社会必须形成共识，形成强大的整体合力。从城市建设、经济、旅游、文化事业发展到企事业单位的名优产品，都要围绕“泉水”做文章，如同杭州打造“西湖”品牌一样，打造济南自己的“泉水”品牌，使泉水更好地为济南市的对外开放、经济、文化、旅游事业的发展服务。

在新72名泉评出之后，给名泉重新著传立碑，提高其知名度；政府及各级主管部门应增加宣传促销的费用，通过中央电视台的城市广告展示泉水资源，通过网络媒体、与旅游产业密切相关的旅游类报纸以及晚报、时报等进行推介，加快海外宣传的步伐；吸纳专业旅游策划企业参与泉水旅游资源的开发、设计与促销；抓住泉水申请“世界自然遗产”的机会，提高济南在世界上的知名度。此外，大型运动会、博览会等事件是城市旅游的重要吸引要素和营销手段，2005年济南市承办的糖酒博览会、友好城市旅游大会等都很好地提高了济南的知名度。

#### 参考文献：

- 1.济南市社会科学研究，济南简史 [M]，齐鲁书社，1986
- 2.山东地方志编纂委员会，山东省志·建筑志 [M]，山东人民出版社，1998
- 3.王林 王骏，历史街区保护规划编制方法研究 [J]，城市规划，1998
- 4.保继刚等著，旅游区规划与策划案例，苏州周庄概念规划 [M]，广东旅游出版社，2005
- 5.吴必虎主持，山东省济南市旅游发展总体规划，济南市旅游局，

作者简介：陈艳红:女，山东师范大学旅游管理系，硕士研究生；

何佳梅:女，山东师范大学旅游管理系，系主任，教授

录入：胡雁霞 责编：钟欣

免责声明： 本文系转载相关媒体，仅代表作者个人观点，与中国城市发展网无关。其原创性以及文中陈述文字和内容未经本站证实，文章仅供参考。本站对其真实性、完整性、及时性不作任何保证或承诺。

#### 相关内容

- 开发济南老城区 打造泉水品牌
- 哈尔滨叫响“避暑胜地”旅游品牌，还
- 敦煌市旅游业发展现状及思路对策
- 加快曲阜城市文化旅游品牌的发展
- 论科技旅游功能的特性

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [关于我们](#) | [申请友情链接](#) | [版权与免责声明](#) | [出国考察声明](#)

联系电话：010-64462852 传真：010-64462856 邮箱：ccyb1102@163.com

版权所有·中国城市发展研究会 京ICP备07017983号

Copyright?2006-2009 All Rights Reserved

