

泉水文化节需要漂亮的“筐”

尽早举办已成共识,具体该咋办各方支招

本报记者 王光营 邢振宇

举办高水平的节庆活动是叫响济南泉水品牌的重要手段。在泉水复涌8周年之际,不少市民和专家表示,举办泉水文化节已经迫在眉睫。虽然目前还存在泉水文化开发不够、缺乏特色旅游产品等短板,但应该尽快付诸实践。

一问>>> 为何欲说还休

“不办泉水节太遗憾了,有负于泉水的灵气。”9月4日,山东省旅游规划设计研究院院长陈国忠在接受记者采访时表示,泉水是济南的灵魂,而以泉著称的城市却没有自己的节庆活动,真是一大缺憾。

这也代表了泉城市民的心声。记者了解到,从2003年泉水复涌至今,不少代表委员和专家学者都提出了举办泉水文化节的建议。直到今年两会,举办泉水文化节才被列入了正式规划,但至今仍未组建正式的筹委会。

“泉水既是自然景观,也代表了济南的文化,没有个节日说不过去。”早在2006年市两会上,时任市政协委员的李长松就提出了关于举办泉水文化节的建议。

随着泉水持续喷涌,众多专家、委员的目光都集中到了举办泉水文化节上。从2008年起,市政协委员孙建军就多次公开表示,济南有独特的泉水景观、龙山文化、城子崖遗址,也有历史文化名人李清照、辛弃疾等,举办泉水文化节条件得天独厚。

“举办泉水文化节不能再等了。”市政协委员李书生和王海峰表达了同样的看法,节庆经济已成为城市经济发展的重要组成部分,不仅能促进城市的经济发展,也能提升城市的形象和影响力。

今年4月18日,济南市园林和旅游部门负责人正式表示,将争取在2013年“十艺节”上举办泉水文化节。随后,园林部门启动了省城有史以来规模最大的名泉普查活动,而旅游局的“游七十二名泉赢大奖”活动也接连举行,不少人都认为这是在为泉水文化节预热。

“我不得不表示遗憾,三四年过去了,也没有见到相关部门拿出切实可行的活动方案。”孙建军在自己的博客中对泉水文化节迟迟没有举行表达了感伤,不过,2013年争取举办的规划也让他看到了希望。

也有不少专家表示,虽然政府已经有了在2013年举办泉水文化节的规划,可由哪个部门主导、如何筹办等都还没有公布,对于文化节应包含哪些内容,无论是园林局、名泉办还是旅游局,都欲说还休。



品尝泉水是人们近距离接触泉水的主要方式。 本报记者 王媛 摄

二问>>> 我们还缺什么

有了泉水,是不是就可以办文化节了呢?对此,不少专家认为,由于泉水文化发掘、旅游产品开发,政府组织方面的缺乏,省城举办泉水文化节还有不少短板。

“最近有不少朋友来济南,转了一圈也找不到多少能代表泉城、泉水特色的礼品。”对于举办泉水文化节,李长松一直满怀期望,虽然泉水旅游的硬件设施逐渐变好,但他还是觉得少点东西。

李长松认为,作为一个旅游项目来看,泉城特色旅游产品开发还存在较大不足。在文化上还缺乏泉城独有的东西,有关泉水、泉城的研究书籍普及度不高,以泉城、泉水为背景的电视、电影也比较少,总体宣传力度不够。

这也是山东大学历史文化学院院长王育济所忧虑的。他建议,为弥补这个短板,省城可以考虑拍一部以趵突泉为背景的影片,或设立以泉水为主题的多维数字

博物馆,借此增加泉水的宣传分量。

“举办泉水文化节反映的应该是全民的需要,而不仅仅是政治的诉求。”市政协委员王海峰表示,泉水文化节迟迟不能举办,并不是市民不需要或者条件不成熟,而是和政府部门有意无意的“忽视”有关。政府部门不能回应市民诉求,引导泉水文化节的发展,这才是泉水文化节千呼万唤不出来的原因。

孙建军建议,举办泉水文化节应该由市政府牵头,旅游、园林、文化等多个部门参与,在交通和餐饮上也应该有保障。从目前来看,济南市还没有成立针对泉水文化节的筹备、策划领导小组,举办泉水文化节只能是纸上谈兵。

在王育济看来,要成功举办泉水文化节,既要看到有利条件,也要找到短板。目前还缺乏现代信息技术、数字技术与泉水的深度结合,缺少关于泉城、泉水的视听产品和国际性的包装。而人与泉互动的欠缺,赏泉线路不足等,也使游遍七十二名泉的人不多。

三问>>> 到底该咋办

“对于举办泉水文化节,最重要的就是创意。它就像一个筐,只有把这个筐做得漂亮了,其他的东西装进去才好看。”孙建军表示,泉水文化节应该是一个城市的标志性节日,它要能给市民带来欢乐,一切有关泉城文化、民俗传统的东西都可以容纳进去。

山东师范大学何佳梅教授认为,像西班牙斗牛节、西红柿节一样,泉水文化节也应该是市井的、民俗的文化节,它代表的应该是老济南的传统,为普通百姓打造欢乐时光,而不仅仅是面向游客进行的一种表演,更不能为了政治需要才举办。

“泉水文化节应该着力在社区文化上。”何佳梅表示,泉水文化节展示的应该是老济南“家家泉水,户户垂杨”的泉城古韵,依托茶馆、说书场等体现老城的生活风貌。

记者采访发现,不少专家认

为泉水文化节应当立足于济南的市井文化,尽可能吸引普通市民的参与,开展系列民俗文化活动。与名士文化相结合,以古代、现代名人为形象代言人,把济南的世态民俗推向世界。

“我认为应该叫‘泉水节’而不是‘泉水文化节’。”对于众人热议的泉水文化节,陈国忠认为从旅游角度考虑,泉水节应该是外地游客的狂欢节。

王海峰也建议,泉水文化节应该通过文艺演出、泉水游等具体内容让游客感受到泉水的魅力,把每年一届的泉水文化节与济南旅游业的发展相结合,高起步、精策划,树立城市的形象名片。

无论是办成全民狂欢节还是旅游节,济南是否具备足够的时尚娱乐元素呢?对此,有专家认为,泉水文化节迟迟没有举办,缺乏支持体现狂欢气氛的时尚娱乐元素是首要原因。泉水文化节本质上是一种全民娱乐,没有了时尚娱乐元素,也就失去了举办的基础。无论怎样,泉水文化节都应该是市民的节日,应以市民为主,坚持品牌化、市场化、大众化的发展方向。



中秋佳节近在咫尺,螃蟹即将上市之际,市民们很自然的想起了入驻泉城已四个年头的大闸蟹全国连锁机构——“蟹都汇”。

金秋时节 尚品美蟹

“西风响,蟹脚痒,金秋正好吃蟹黄。”金秋是螃蟹长得最好的时期,特别是大闸蟹

蟹,其中又属产于江苏的大闸蟹肉质最为细嫩,膏黄最为饱满,味道最为鲜美。“蟹都汇”在江苏各名湖都拥有自己的专业养殖基地,聘请拥有十几年选蟹经验的挑蟹师,按“两扛一星”的选蟹标准精心挑选,然后直接包装空运至各专卖店,保证了“蟹都汇”每一只大闸蟹的高品质。古人云:“食

“蟹都汇”风靡来袭! 你还Hold住?

蟹之美,蟹占有五,料为其四,余为器也。“蟹都汇”深信其道,同时准备了装有味道醇郁的精制蟹料、香气芬芳的精制蟹酒,专用的品蟹工具“蟹八件”的各式精美礼盒,让食客们尚品美蟹!

礼在蟹都汇 券顾四海内

进入九月份,教师节、中秋节、国庆节、重阳节,节日是一个接着一个,送礼似乎又将成为人们生活中的头等大事,手上提着大包小包的登门拜访,麻烦不说,关键是没

亮点,而“蟹都汇”推出了比肩艺术品的礼券,礼券每年选择不同文化主题,采用进口激光雕刻工艺制作,资金艺术纸印刷而成,装在铁质或木制的精美小礼盒里,送出去既体面又够档次,考虑到不同消费群体的需求,礼券分为388元、688元、1888元和2888元四种面值,可以在全国近200家中的任一专卖店直接领取,或拨打电话坐等好蟹上门,点点滴滴,无不体现了“蟹都汇”作为全国知名大闸蟹专卖连锁机构的高品质。

礼品新时尚 欢乐齐分享

鲁女士是一家培训机构的管理人,她说:“九月份的时候,节日较多,总是不知送给老师们送些什么东西好,想来想去的,最后归结到酒、茶、月饼、化妆品上,总感觉没什么新意,去年听朋友说起‘蟹都汇’的礼券,感觉很不错,就尝试给老师们送了去,老师们都觉得新颖,独到,今年也就又来了。”来自外企的采购胡先生也表示,2008年“蟹都汇”进入济南后,每年中秋节,公

司就一直发的礼券,员工都觉得这个东西更实用、更时尚,采购部也轻松了,礼品经便化,螃蟹高质化,服务全国化,也难怪礼券潮流化。

中秋临近,“蟹都汇”第一批礼券正在火热销售中,“第一批”大闸蟹今日乘坐专机到济南蟹都汇两个专卖店了,大闸蟹的各位粉丝们,你们还hold住?

一点:黄台南路39号(花卉市场斜对面)电话:86959166
二店:济大路18-6号(威海银行对面)电话:86266098