

关于威海海滨度假旅游的营销对策研究

文/张化祥 张少华

一、海滨度假发展简述

海滨度假作为一种全球性的朝阳型度假产品，富有国际和区域竞争力，经过近百年的发展，已经成为人们熟知和喜爱的旅游目的地类型。

在国外，海滨度假产品体系开发的已经比较成熟，出名的如西班牙的太阳海岸、夏威夷海滨等，其迷人的阳光和沙滩、良好的品牌效应吸引着世界各地的游客。在国内，海滨度假起步较晚，但发展迅速，如大家熟知的海南三亚，以其美丽的热带风景和气候吸引着游客；北方的大连，其“浪漫之都”的品牌形象吸引了国内外游客的目光。我国海滨度假发展虽然迅速，但与世界水平相比，仍有一定的差距。

二、威海海滨度假现状

威海建市以来，在国内外获得很多殊荣，如第一批全国环境保护模范城市、首批中国优秀旅游城市等，并被联合国确定为全球改善人居环境最佳范例城市和最适合人类居住的城市。目前，威海市正在打造的东方幸福海岸[2]，将是威海的一张气势恢宏的城市名片，这将吸引更多的国内外游客来此参观游览。

威海的海滨度假旅游主要集中在夏季，每年都有来自国内外的大量游客聚集在威海海滨，享受海滨度假的乐趣。威海国际海水浴场、威海公园、新外滩等这些海滨场所是外来游客休闲旅游的重点，威海在这些场所进行了规划和开发，但仍然有需改进的地方。

三、针对威海海滨度假的SWOT分析

本文结合实际对威海海滨度假目的地展开以下分析：

1、优势（Strength）

(1) 在国内外获得诸多荣誉，提高了威海城市的知名度，打造的东方幸福海岸，将赋予威海更丰富的内涵，会吸引更多旅游者的目光。

(2) 威海距韩国、俄罗斯等国较近，方便外国游客前来度假。

(3) 威海的国际海水浴场水质洁净、沙质优良，是国内比较优秀的天然海水浴场之一。

(4) 价格优势明显，不仅吸引国内游客，而且吸引了大量韩国、俄罗斯的游客前来度假。

(5) 威海市旅游资源丰富，如温泉、刘公岛、天鹅湖、韩国商品等，是海滨度假的有益的补充。

2、劣势（Weakness）

(1) 受气候条件影响，威海海滨度假旅游淡旺季明显；在旅游淡季，游客极其稀少。

(2) 海滨度假休闲娱乐项目开发的较少，不能给游客带来足够的快乐体验；威海夜生活较短，不能满足游客夜间海滨娱乐需求。

(3) 威海海滨度假目的地品牌效应没有形成，没有很好的品牌传播措施。

(4) 在基础设施、服务创新等方面不够完善。

3、机会（Opportunity）

(1) 随着经济和社会的发展，人们生活水平不断提高，外出休闲度假机会越来越多。

(2) 《山东海滨度假旅游规划》提出将沿海7市打造成为东北亚的度假旅游胜地[3]。规划立足山东3000公里海岸线的海滨旅游资源，倾力将山东沿海打造成东北亚地区黄金海岸，提出山东沿海地区概括性宣传口号是“山东海滨——真正属于你的海滨”。

(3) 环渤海经济圈的建设，给地处胶东半岛的威海提供了机遇，烟台、威海、青岛和日照可以实现联动营销。

(4) 近年来，和谐旅游、生态旅游的兴起。

4、威胁（Threat）

在环渤海经济圈中，威海周边城市如大连、青岛、秦皇岛、烟台等海滨度假开发的比较好，对威海海滨度假构成很大的威胁，使其难以形成竞争优势。

四、营销对策研究

通过对威海海滨度假目的地的SWOT分析，本文结合实际，主要在以下方面提出营销对策：

1、产品策略：在海滨度假的产品上进一步开发，增加吸引力。增加海滨休闲娱乐项目，提高游客快乐体验；提高服务质量，创新服务，给游客留下好的印象；完善海滨基础设施，为游客提供更完善的休闲场所；晚上开发一些娱乐、文艺节目，繁荣海滨的夜生活。

2、价格策略：在价格上可以进行套餐活动、打折活动。如国际海水浴场，就可以开发快艇、水上漂流套餐来吸引游客的参与；针对老人、学生和儿童可以进行打折优惠，如在新外滩的幸福门就可以实行该措施，这样会增加游客量。

3、促销策略：针对威海打造的以福文化为灵魂，以千公里海岸线为依托的东方幸福海岸进行广告宣传；开发有吸引力的旅游路线，提升游客的心理感受；通过赠送旅客纪念品、提供免费午餐等一系列的优惠措施，打动游客，让旅客感觉到物超所值。

4、渠道策略：做好对国内、国际旅行社的宣传和促销，维护好与他们的长期合作关系；完善交通设施，使有海滨度假需求的顾客可以到达威海。

5、品牌塑造和传播：威海要在胶东半岛以至环渤海一带取得竞争优势，必须有自己的特色，在品牌塑造上可以从以下几个方面入手：（1）以“人居威海”突破点，宣传威海优良的人居环境，与烟台、青岛、日照实现联动营销。（2）在和谐旅游上做文章，顺应我国现阶段构建社会主义和谐社会的潮流。（3）从生态旅游入手，倡导绿色、环保的旅游理念。在品牌的传播上进行整合营销传播，整合如普通广告、直接反映广告、销售促进和公共关系等并将之结合，提供具有良好清晰度、连贯性的信息，使传播影响力最大化（作者单位：山东大学威海分校商学院）

相关链接

关于威海海滨度假旅游的营销对策研究
古磁州文化遗产的保护与旅游开发研究
旅游业发展中的政府角色分析
浅谈九寨沟景区的科学管理
河北省滨海地区旅游开发的模式
黑龙江省旅游经济发展对策的研究
抚州市体育旅游资源的市场开发和利用
东北地区体育旅游资源优势与发展对策研究
莫莫格自然保护区湿地生态旅游资源的可持续发展
中小城市居民旅游理性消费观念建立的思考

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心