

请输入关键字

首页

专题

报告

文章

景界

## 区域旅游规划

### 全域旅游时代下旅游目的地品牌思维打造新黄山

文/刘应杰 点击量: 7128

留言板

日前，在黄山市旅委公开征集的《2015-2017黄山市旅游营销策划》中，景域旅游营销服务有限公司凭着专业的视角和丰富的实操经验提交的竞标方案，获得国家旅游局专家的认可，一举夺标。

通过对黄山市旅游品牌及旅游产品现状的分析，景域营销提出了以“旅游目的地思维打造新黄山”的思路，以新品牌、新产品、新市场、新技术、新服务五个维度打造新黄山旅游目的地。

#### 旅游目的地品牌发展不均衡导致的“灯下黑现象”

通过梳理，景域营销认为黄山市旅游目的地存在品牌过于聚焦、子品牌大于母品牌、在消费者心目中尚未形成统一的品牌认识等现状。相似的例子还有很多，比如景域营销曾经服务过的江苏昆山市也有同样的困扰。周庄这座非常知名的江南水乡古镇素有“中国第一水乡”美誉，而就是这样一个世界知名的景区，几乎很少有人知道周庄古镇所在地是昆山市。

是因为黄山市和昆山市的其他旅游产品吸引力不足，不足以与黄山、周庄这样的旅游目的地的标志性景区均衡发展吗？

实则不然。黄山市古称徽州，境内有西递、宏村等古村落，也有道教名山齐云山，更是徽派文化的孕育地、发祥地；昆山市也不仅仅只有周庄古镇，美味阳澄湖大闸蟹正是昆山的美食特产，而百戏之祖——昆曲，也是起源于昆山。黄山风景区、周庄古镇等景区品牌的快速崛起，使得黄山市、昆山市其他旅游产品的品牌知名度迅速降低，失焦于黄山风景区、周庄古镇这样的知名景区品牌的光芒之下，这种现象，我们称之为“灯下黑”。

“灯下黑”带来的结果，便是单一景区过热，造成旅游目的地的不均衡发展，更严重的是造成旅游目的地旅游形态的单一：过度集中于观光旅游，旅游目的地区的休闲度假、周边游发展滞后，使得旅游目的地的旅游经济过度依赖于单一景区。而在休闲度假、周边自助游迅猛发展下，“灯下黑”现状显然已经严重制约旅游目的地旅游经济的全面发展。

## 度假旅游时代旅游目的地全域化的品牌诉求

景域集团旗下奇创旅游规划咨询近期在项目规划中，首次提出全域旅游“全景、全时、全业、全民”的“四全”规划模式。奇创旅游规划认为，“四全”发展模式，是一个有机的系统，其中，全景是吸引游客，全时是留住游客，全业是提升产业，全民是构建和谐社会，突破了传统旅游发展单一的局限性。在此基础上，景域营销提出了“全域旅游”时代的“全品牌”观点。即“全资源、全形象、全市场”的全新品牌内涵，是综合旅游目的地旅游资源提炼出核心品牌吸引力，强化旅游目的地整体品牌，其中全资源是全面整合整体资源，提炼品牌核心内容打造强势目的地品牌形象；全形象是全方位整合宣传内容与宣传渠道，统一发声、扩大声量，明晰形象认知；全市场是综合考虑各要素，360度整合品牌价值，全面对接游客需求，形成独特市场竞争+

全域旅游时代全品牌化是旅游方式从观光旅游、休闲旅游到度假旅游转变过程中游客对品牌的心理诉求转变的必然。

留言板

在传统的观光旅游时代，旅游目的地品牌的目标是吸引人们来一次；游客对此的心理需求是“我要去看看，我去过”；所以旅游品牌的诉求方式便是讲求旅游资源的江湖地位，比如“五岳归来不看山，黄山归来不看岳”。

在休闲旅游时代，旅游目的地品牌重视口碑，希望增加游客的重游率；游客对此的需求是能获得不同的体验；此时品牌的诉求方式是讲述产品的体验特色，比如“昆山，一个有戏的地方”。在度假旅游时代，旅游目的地希望品牌能形成黏性，希望游客能常来、留下来，最好能定居下来；此时游客的心理诉求在于品牌价值是否符合自己的理念，获得自己的认同；此时品牌的诉求则是最典型的价值观诉求。

## 从有戏到入戏，景域营销的旅游品牌价值观营销

景域营销在2013年底实操《昆山旅游度假区品牌策划》项目时，通过对昆山旅游资源及现有品牌的分析，认为昆山旅游度假区现阶段品牌营销的本质是整合五镇子品牌资源，形成度假型旅游目的地的统一形象认知，提升品牌价值。

景域营销在原有的昆山旅游口号“一个有戏的地方”，提炼出“玩入戏，活出味”这一极具煽动力的品牌口号，表达强烈的昆山旅游价值观诉求：倡导一种积极向上的生活态度，鼓励大家投入的面对生活才能有滋有味。“入戏”对接昆曲资源，“出味”对接大闸蟹的美味、古镇的原汁原味、淀山湖的高端品位。（详见中国旅游报2014年5月26日第6版《从有戏，到入戏：记景域旅游营销实战案例——昆山旅游度假区品牌策划》一文）

在《2015-2017黄山市旅游营销策划》的提案中，景域营销通过综合分析黄山的旅游资源，认为黄山就是古徽州；中国徽文化遍地开花，但唯有黄山才是徽文化的发源地；世界都在复刻徽派建筑，复制徽州生活，但唯有黄山才是原版徽生活。让徽生活走进游客的心里，让每一个游客都奔着体验徽生活的目的走

进黄山这个大旅游目的地，让黄山旅游生活化，从而创造黄山旅游新价值。

而接下来，景域营销将以黄山的品牌价值观为核心，从产品、市场、智慧旅游与旅游服务，以全域旅游时代下旅游目的地品牌思维打造一个新黄山，让游客知道：黄山，不只是黄山。

上一条：“全域旅游”规划实践与思考

下一条：花园城市新加坡之全域旅游

留言板

请输入验证码



提交

暂时没有相关评论!





上海市景域大道88号驴妈妈科技园  
邮编: 201803

Tel: (86) 021 6056 1656 / 6056 1658

Fax: (86) 021 6262 8070

Lvmama Technology Park, No.88 Jingyu Rd.,  
Shanghai

Business Line: (86) 400 110 1800/139 0184 8087

Website: [www.kchance.com](http://www.kchance.com)

机构法律顾问: 上海元照律师事务所 | 沪ICP备13011172号-6

Copyright 2016 KCHANCE.COM 旅游策划 | 奇创旅游规划设计咨询机构 版权所有

上海工商  

留言板

