

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

“好客山东”旅游品牌打造策略

作者：山东省济宁市旅游局 陈晓霞 来源：中国旅游报 添加日期：10年02月26日

山东省“好客山东”旅游品牌的推出，体现了科学发展观的核心，抓住了山东旅游文化的根本，对优化旅游产业结构，合理配置旅游产业内部要素，有效提升旅游综合效益起到了积极的作用。山东要做大做强旅游产业，品牌建设上尚需加大力度，品牌建设和品牌创新未来的发展要积极实现从旅游品牌到旅游名牌的飞跃。

(一) 强化政府主导，实施名牌战略。旅游产业综合性强，覆盖面广，与旅游相关的部门29个，相关的行业108个，要充分发挥旅游业第三产业龙头带动优势，需要强化政府主导，由省政府牵头，组建一个由各市政府及相关部门组成的“好客山东”旅游品牌管理专门机构。实施“大旅游、大市场、大产业”的战略，深化旅游体制改革，加强宏观调控力度，鼓励全省各市与各市，旅游产业内部及部门间的联合，成立行业协作组织，促进全省旅游产业的协调发展。根据国际国内旅游产品发展的趋势、顺应时代潮流、按照“资源共享、统一规划、联合开发、共同受益”的原则，在已形成“山水圣人”、“黄金海岸”、“逍遥游”等精品旅游线路的基础上，进一步整合旅游资源，充分利用国际国内两个市场，适应市场变化，调整产品结构，拓展产品内涵，提升产品档次，实现旅游产品从观光型为主向观光旅游和度假休闲相结合转变。丰富完善旅游产业要素，积极促进文旅结合、体旅结合、商旅结合，发展体育旅游、文化旅游、购物旅游和美食旅游，丰富旅游产品。在全省范围内大力发展集群旅游产品，用大市场观念来培育集群旅游名牌。

(二) 整合品牌要素，形成名牌价值。旅游品牌要素不仅包涵“吃、住、行、游、购、娱”六大要素，而且还包涵独有性、特色性、垄断性旅游形象，以及特色旅游资源、旅游项目、社会风情、服务质量、社会安全、当地居民的好客程度、基础设施条件等各个方面。优化旅游产业结构，必须对旅游产业六大基本要素进行横向综合平衡，达到部门结构的合理配置。依托现有的资源和条件，细分旅游需求市场，形成河湖旅游、商务旅游、会展旅游、节事旅游、工业旅游、体育旅游、体验旅游、修学旅游等多元的旅游品牌体系，打造山东旅游产业集群。旅游产业集群由核心层、支撑层、相关辅助层组成，即以旅游目的地的吸引物和相关旅游企业作为核心层；以提供食、住、行、游、购、娱服务的相关企业和行业为支撑层；以目的地政府机构、非政府旅游组织及其他相关行业机构和企业为辅助层。山东要打造“好客山东”名牌，必须围绕这三个层次做旅游产业集群的文章，既要在产品和服务上下功夫，又要在旅游基础及服务设施上下功夫，同时，注重旅游创新，以国际化的方式将相关辅助层的供应者与要素供应层的供应者相联系，以产生显著的更一体化的景象和更高的经济乘数。尽管相关辅助层次产业的发展依赖于旅游者、核心层、要素供应者的需求的增长，但

推荐专题



低碳城市引领新



中国城市营销发



和谐发展城市巡



世博会一城市最佳

城市案例

- 成都新媒体推广成功案例分析
- 宜昌市长阳县（巴士天堂）策划案
- 云南江川县——城市策划案例
- 德州“中国太阳城”的诱惑——案例分
- 重庆合川城市策划草拟战略定位方
- “东方水城”——苏州城市形象的成功
- 中国第一风雅古城——扬州旅游品牌
- 案例分析：“海上丝路”与北海品牌城

城市图说



农村危房户的“五



画出我心中的世



摆水果摊的母亲



空中看云南旱情

是创新的思维和举措将会有效地促进三个层次的有机衔接和协调发展。

(三) 集群名牌培育, 旅游形象驱动。旅游发达国家和地区开发旅游产品的成功经验证明: 塑造整体旅游产品品牌, 形成区域整体旅游产品名牌效应, 将会吸引更多的旅游者前来旅游。山东旅游业已打造出的旅游品牌要在市场上获得更大的竞争力, 必须以“好客山东”旅游名牌为导向, 实现旅游品牌集群培育到旅游名牌集群的升华。针对目前山东旅游品牌发展现状, 集群旅游名牌的培育, 必须遵循系统化理论, 贯彻“大旅游、大市场、大产业”的战略思想, 将集群内所有的旅游产品进行统筹规划、作为一个整体来创意、规划、设计、开发、营销。在注重旅游品牌培育的同时, 要实施旅游形象驱动战略, 通过形象设计驱动使公众了解本地旅游发展的潜力和前景, 增强旅游意识, 形成品牌吸引力。这样, 既有利于旅行社进行线路组织和产品包装, 又有利于旅游地各旅游企业同心协力、相互合作、发挥整体优势, 为集群旅游产品高品位旅游形象的确立打下良好的基础, 有效推动集群旅游产业品牌培育及名牌的打造。

(四) 突出资源优势, 打造特色名牌。高起点、高品位、高水平地开发和组合设计具备比较优势、自身特色鲜明的旅游产品, 实现产品的个性化、多元化、精品化、绿色化的有机组合。特色是旅游业的灵魂, 没有特色就没有市场, 就没有顾客和效益。要以个性化的旅游资源或产品为动力, 结合地方特点突出旅游资源的唯一性, 增强吸引力、竞争力、生命力。首先要深入挖掘地方传统旅游资源, 对其进行开发整合和科学配套, 使传统旅游资源焕发生机活力。第二, 要在全省范围内实现旅游资源“对接”, 以实现优势互补, 联动发展, 同时还要进行旅游产业链条与其他产业链条的对接, 形成科学的产业组合或重组。第三, 开发创新淡季旅游项目, 拉长旅游的时间季节链条。将创意理念贯穿到旅游产业发展的各个环节, 围绕特色文化和历史遗存开展产品设计和推广活动, 积极做好深度游山东等活动策划, 增强旅游营销的针对性和实效性。

(五) 增强品牌意识, 强化品牌管理。政府职能部门要树立企业观念、产品观念、市场观念、竞争观念、资本观念、产业链观念, 不断提高旅游业的产业化水平, 主动为企业提供优质服务环境, 为企业创造良好的经营环境, 帮助企业培育健康的市场环境。放宽准入政策, 吸引海内外投资, 加大对旅游基础设施建设的投资力度, 科学规划品牌, 在创新完善旅游资源或项目的同时, 要在行业管理和企业管理技术及环节管理技巧上下工夫。要以市场为导向, 以企业为主体, 增强品牌的驱动力, 提升产业的竞争力。以名牌塑造为核心, 增强旅游的吸引力, 以拉长产业链条为重点, 加大对相关产业的带动力, 以招商引资为突破口, 增强资本运作对旅游发展的支撑力。寻求同类产品的差异化特征, 树立自己的品牌个性, 增强品牌吸引力。品牌管理是着眼于企业的长远利益, 最终目标是形成“品牌资产”, 应对品牌进行专利权注册, 实现品牌忠诚, 提升品牌价值。在调查研究的基础上制定旅游品牌发展序列, 该支持的要支持, 该限制的要限制, 该禁止的一定要禁止。积极主动地向全社会大力宣传“好客山东”旅游品牌, 扩大品牌影响力, 提高旅游者对好客山东旅游品牌的认知度和忠诚度。推行旅行社诚信度等级评定, 抓好诚信旅游体系和品牌体系建设。做到讲究诚信, 保证质量, 管理得当, 销售有术, 从而赢得市场和顾客, 创造更佳的经济效益。

(六) 创新工作机制, 集聚发展动力。旅游业是社会化产业, 增创旅游业新优势, 需要集聚全社会的力量。要创新工作机制, 按照发展大旅游的思路, 在社会协作机制上寻求突破, 最大限度地调动、整合发展旅游的积极因素, 形成“旅游资源品牌+旅游企业品牌+旅游线路品牌+旅游饭店品牌+旅游服务品牌”的一个多层次、综合性的旅游产品品牌群。一是构建旅游发展协作机制。在业内要整合智力、资本、管理、资源等要素, 形成合作新机制, 以增强产业整体的核心竞争力。在部门间探索建立专题性、日常性的旅游综合协调机制, 共同解决旅游发展中存在的问题。在周边旅游城市间建立区域协作新机制, 在旅游产品开发、目的地营销、旅游战略组织等方面加强区域协作。二是完善旅游发展服务机制。建立市场主体服务新机制, 及时准确地为各类旅游企业提供专业化旅游经济发展态势预测分析和个性化旅游市场动态信息咨询, 帮助企业提高市场应变能力。三是形成旅游发展沟通机制。完善项目建设主体与市场营销主体的对接机制, 突出项目开发的主题性, 提高项目设计的参与度, 提高主体客源的认同感, 真正把建设成果转化为市场成果。完善旅行社与旅游景区的对话机制, 集聚景区和旅行社的营销力量, 整合产业链优势, 增强整体市场竞争力。四是推进改革开放发展机制。加大招商引资力度, 建立多元化投入、市场化运作的机制, 积极吸引国际资金、社会资本、民营资本进入旅游行业, 参与旅游开发建设和经营, 组建一批中外合资旅行社和外资控股、独资经营的旅游饭店, 并面向国内外开放旅游市场。加大改革力度, 推进全省旅游企业的资产重组, 使旅游产业逐步建立起归属清晰、权责明确、保护严格、流转顺畅的现代产权制度。大



云南干旱直击: 有



乌鲁木齐再次出

城事声音

- 外国青年不必蜗居也不做房奴
- 逃离一线城市 摆脱“伪幸福”
- 没有地铁的城市是一个不完整的城
- 到二线城市先思虑“再定位”
- 什么样的城市让生活更美好?
- 大城市与小城市的幸福计算公式
- 创建文明城市如何增强“软实力”?
- 对城市建设的深体会

力推进旅游景区、景点、饭店经营权的“拍卖”，对于新建重大项目，推行股份制公司市场运作。积极培育好客山东旅游品牌上市公司，发展资本经营，以资本为纽带将山东的旅游要素有机融合，创新经营模式，积极发展区域合作和网络经营、特许经营，不断壮大好客山东旅游品牌的竞争实力，将好客山东旅游品牌打造成更具竞争软实力的旅游名牌。

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

- “好客山东”旅游品牌打造策略

[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](#)

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05086808号

Copyright?2006-2009 All Rights Reserved

