

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

乌海：发展旅游产业 打造城市旅游品牌

作者：乌恩 康小林 孟军 来源：乌海日报 添加日期：10年02月23日

编者按 伴随着我市经济和社会的迅猛发展，人民生活水平的逐年提高，发展乌海旅游业已经势在必行。一方面，城市居民游玩休憩，需要当地有设施完善的旅游景区；另一方面，一座功能完善的城市应该也必须拥有自己的旅游产业。因为旅游产业的功能已经不仅仅是供人休闲度假，它对于解决城市就业、拉动相关产业发展，提升一座城市的形象和知名度有着不可替代的作用。为此，市政府在《“十一五”规划》中已将发展旅游产业作为我市新的经济增长点。

那么，如何才能加快发展乌海旅游业？纵观外地特别是西部临近城市发展旅游业的成功经验，推出既符合自身实际，又具有鲜明地方特色的旅游品牌，是发展地方旅游产业的必要条件，也是旅游业做大做强的重要因素。目前，我市旅游业尚处在规划起步阶段，乌海旅游业到底应该怎样定位？究竟需要推出什么样的品牌？需要集思广益，吸纳社会方方面面的智慧。为此，市旅游局近日邀请北京以及我市有关专家学者和文化、新闻工作者，就如何打造特色鲜明的乌海旅游品牌进行座谈，本报摘要刊登与会人员的发言，以开阔思路，共谋发展。

乌海旅游要将资源和市场结合分析

乌 恩

黄河水利枢纽工程，对乌海市来讲是一个突变。乌海是一个传统旅游的非优势区，但水利枢纽工程的建设使城市建设围绕着水面来延伸，在城市里面建成100平方公里的水面，这在全国来说都是不多见的，这将成为乌海旅游资源的一个突变。资源的突变带来了其他很多方面的变化，甚至是战略上的变化，水库出现在城市里，会全面影响乌海的旅游。旅游提供的是核心价值，但带来形象和品牌的东​​西未必是可以带来体验满意度的东西，对形象的东西满意度不是很大，但从其他方面得到巨大满足，这个时候仍然可以得到传播。从旅游形象上来讲，水利枢纽的命名就是一个问题，取一个好名字事半功倍，比如沙湖的成功，其中一半得益于它的名字。

乌海一定要将资源和市场结合起来进行分析，水利枢纽的出现对于我们的资源劣势有一定的扭转，但有多大程度的扭转现在还无法预测。由于水利枢纽的出现，乌海的旅游发展要与人居环境的建设相结合。建议把滨河景观带周边建设成生活空间，这样商业也会跟着繁荣，以此吸引周边客源的到来。同时城市景观规划一定要从旅游的角度考虑，用城市的宜居环境促成市民以及周边的人们在乌海的消费。

旅游形象传播、品牌的传播、市场营销等，这些都要在前期规划中认清资源，在市场的主导下形成可以卖的旅游产品之后，将行动过程具体化。乌海近年来经济快速增长，水利枢纽工程出现，将会对乌海市旅游业的发展产生巨大的影响。（作者系北京林业大学旅游研究室主任、博士）

准确定位 科学规划 适度开发

康小林

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—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



农村危农户的“五



画出我心中的世



摆水果摊的母亲



空中看云南早情



云南干旱直击：有



乌鲁木齐再次出

城事声音

给乌海旅游业定位，首先应该弄清楚什么是我们这座城市的主脉文化和特色文化。其次，要梳理清楚乌海到底有哪些可供开发的旅游资源。第三、我们最终要打造什么样的旅游品牌。也就是说，如何以创新的思维，超常的构想，符合现代旅游业发展规律的运作，创造我们独有的旅游品牌。

先说乌海的文化。今年是乌海开发50年，建市32年。可时至今日，关于什么是乌海的主脉文化（或者说主体文化），多年来众说纷纭，莫衷一是。有黄河文化之说，有草原文化之说，有岩画文化之说，有企业文化之说，但始终没有一个政府定调、百姓认可、众所周知的定位。说黄河文化，理由是黄河流经乌海105华里。可黄河文化的故乡在陕西、山西，在中原。因为黄河从这里经过就说这里的文化主体是黄河文化，未免有些牵强；说草原文化，理由是这里是鄂尔多斯高原西麓，可这里既没有草原，也没有蒙古族聚居的村落，哪里来的草原文化，只不过在饮食方面有些牧区特点；说岩画文化，理由是我们这里岩画多且有特点，而在中国西北地区的山脉中到处都有岩画，怎么你这里的岩画就成了城市的主体文化；说企业文化，理由是这里先有企业后有城市，可那是过去的历史，再说哪座城市没有企业。

那么，什么是一座城市的主脉文化呢？我认为，一座城市的主脉文化就是那座城市的居民共同创造的生活模式、生活习俗以及对生活和生命的理解，是代代传承并随着时代发展不断赋予新的内涵的社会心理。因此，乌海的主脉文化是移民文化。乌海之所以成为乌海，移民文化使然。而书法文化、岩画文化、奇石文化、饮食文化等等，只是这座城市的特色文化。因此，弄清楚什么是乌海的主脉文化和特色文化以及它们之间的相互关系，对于定位乌海旅游业，打造乌海的城市名片和旅游品牌具有非常重要的意义。否则，我们连自己城市的文化都没有一个准确的描述和定位，旅游业的定位就会脱离实际。

再说乌海的旅游资源。实事求是地说，我们有的资源别人都有，别人没有的除了岩画之外，四合木和硅化木很难成为旅游上的卖点。因为这两种东西既没有观赏价值，也不会产生广泛的关注效应；除非是研究这方面的专家，一般游客很难对此产生兴趣。那么，什么是乌海可供开发的旅游资源？我认为，最具开发价值的只有召烧沟岩画（又称桌子山岩画）、金沙湾和黄河湿地。

说到旅游资源，我们一方面承认资源匮乏，一方面又要在不具有显著优势的资源上做文章，这样势必会陷入曲高和寡、差强人意，投入很大、效益不高的尴尬境地。这样的教训我们已经有过。那么，如何才能打造乌海旅游业呢？我认为必须跳出乌海看乌海，以创新的思维，超常规的构想，打造我们的旅游品牌。

首先应该打创意牌。比如我们去年成功举办的“金沙湾汽车越野拉力赛”，既是一次影响很大的赛事，也是一次旅游景区宣传和城市形象公关。还比如我们今年文化节上中国文联和中国书协命名乌海为书法城，今后完全可以围绕书法这个地方特色文化，举办全国性的书法比赛，由此而先让城市出名，然后才能吸引旅客的关注，看看来这里还有什么可看的地方、可参与的活动。这种由赛事带动的旅游业，对于我们这个名不见经传的西北小城市来说，是发展旅游业的最佳途径。因此，我认为我们应该开动脑筋，穷尽思路，围绕着举办我们这里才有的、影响广泛的全国性赛事上做文章。潍坊有风筝节，大连有服装节，满洲里有中俄蒙远东地区选美大赛，我们为什么不可以举办一个国内独一无二的热气球飘飞节。据了解，目前世界上只有个别国家曾经举办过热气球比赛，国内在这方面还没有形成热度。如果我们赶快做这方面的工作，也许乌海会成为国内热气球比赛之城。那时旅游业自然就会被带动起来。否则，你就是在哪里修建了金銮殿恐怕也不会有人来。因为你的金銮殿再好也好不过北京的故宫，因为旅游业只承认一流和独一无二，任何模仿都很难成功。就像张贤亮的银川镇北堡影视城走红以后，宁夏银南地区也搞了一个宁夏影视城。结果是东施效颦，既没人去又赔钱。因此，从这个意义上说，发展乌海的旅游业切忌模仿，切忌旅游景区性质上的趋同性，比如你做沙漠旅游再做也做不过月亮湖、做不过响沙湾，更做不过巴丹吉林。还比如你做蒙古风情园，再做也搞不过武陵，更做不过呼伦贝尔和锡林郭勒，因为乌海不是草原文化的故乡。

其次，必须摒弃小打小闹的和不切实际的构想。在国内旅游业特别是西北旅游业已经日趋成熟的今天，如果我们仍在没有优势的旅游资源上做文章，多点布局，遍地开花，恐怕最终不会形成气候，只能自得其乐。

第三，开发休闲度假旅游景区。乌海旅游资源的开发应该定位在赛事带动旅游业上。因此，旅游点的开发和建设要以休闲度假为主要内容，在此基础上辅之于观光和参与。我建议应集中财力对金沙湾、汗森葡萄酒庄、黄河湿地和桌子山岩画这四个景区进行开发建设。将其打造成集度假观光、休闲垂钓、参与娱乐的具有浓郁地方特色和风情的景区。另外，甘德尔山和即将动工的乌海水利枢纽工程将可能是乌海旅游业的一个新的转折点。（作者系乌海广播电视台资深记者）

- 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

孟 军

乌海地处三大沙漠的交汇中心，应该讲是沙漠之城，因此应该打好沙漠这一品牌，利用沙漠可以搞健康之旅，在每年的七八月份，当沙子被晒热的时候搞一个沙疗，在沙地上保证每天下午三点到五点晒两个小时，很有可能治疗风湿顽疾。打健康之旅牌，以此来吸引周边以及南方甚至是国外的游客。现代人第一关注的就是自己的健康，第二就是孩子的教育。建议在沙漠里搞夏令营，培养孩子沙漠探险的精神，现在的孩子身体很健康，但心智不一定健康，自理能力、团结能力都很差。所以如果我们每年在七月到九月之间，搞沙漠探险夏令营，孩子们一定可以从中学习到很多东西。

其次将乌海夜文化搞起来。运用宣传手段，把我们的美景拍成一系列的宣传短片，经常在电视节目里播放。在将来条件允许的情况下，旅行社先把本地的一、二日游先搞起来，让乌海本地人先去熟悉这些景点，最关键是把把这些文化普及我们自己。

乌海旅游文化的特色最重要的是与乌海人的情感、精神面貌结合起来，打文化旅游牌发展经济，让经济来促进乌海整个文化品位的上升，所以我们将来更多的要在媒体里宣扬这种精神。在节目里做一些专家访谈类节目，让广大的市民都来了解乌海旅游。（作者系乌海电视台记者）

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

- [辽宁朝阳旅游的营销思考](#)
- [鄯善县城市旅游品牌战略策划方案](#)
- [齐齐哈尔：城市旅游品牌形象再度提](#)
- [青岛：借助事件营销实现城市旅游品](#)
- [乌海城市品牌定位的策划思路](#)

[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