

# 营销策略

YINGXIAO

CELVE

2 月上 2022

# 充分发挥旅游品牌在旅游经济发展中的作用研究

■ 孙宝强

(莒南县行政审批服务局, 山东 临沂, 276600)

## 一、引言

随着现代生活水平的不断提升,人们开始追求更高的精神需求和生活品质,而旅游能丰富人们的精神世界。在现代都市生活中,旅游是人们放松心情有效方式。一些城市为了发展经济,开发了各种形式旅游产品来吸引外地游客。同时,在旅游经济的发展过程中,一些旅游城市为了凸显自身的旅游资源优势,不断创建旅游品牌来提高自身的旅游吸引力。基于此,本文主要研究如何充分发挥旅游品牌在旅游经济发展中的作用。

## 二、旅游品牌在城市旅游经济发展过程中的重要性

### (一) 促进旅游经济的发展

地方旅游品牌知名度的快速提升,可以在很大程度上加快游客量的增长速度。游客到景点后通常会消费,因此,旅游产品的销售和旅游活动的组织,能大大促进旅游经济的发展。部分游客在旅游景点旅游消费时,会购买具有当地特色的旅游品牌产品,以加深对旅游品牌的印象,进一步理解旅游品牌的深层含义。因此,创建旅游品牌不仅对当地景区具有一定宣传作用,还对地区旅游经济的发展具有一定的促进意义。

### (二) 更加凸显当地文化特色

旅游品牌可以展示当地旅游景区的文化特色,能更好地满足游客的需求,从而帮助景区吸引更多游客,不断增加景区的收入。当下,旅游业已呈现出多样化、个性化以及多元化的发展趋势,旅游推荐方案不仅能节约游客的时间,还能为他们提供更合理、更高效的出行安排,给他们展示各种各样的文化特色以供选择。大部分游客之所以喜欢去一些著名的景区以及知名度高的旅游胜地,是因为这些地方是当地文化特色的体现,其旅游品牌对游客的吸引力更强。

### (三) 进一步提升旅游景区的旅游市场竞争力

要想进一步提升旅游景区的市场竞争力,使其与国际接轨,充分展示自身的特色,旅游景区就必须

创建旅游品牌。随着我国经济的迅速发展,一些国外旅游企业不断入驻我国,如一些国际旅行社、国际住宿酒店等,这些都能推动当地旅游业的发展。由此可知,国内旅游企业要想在激烈的竞争中生存,就必须顺应经济发展趋势,创建知名旅游品牌。

## 三、现阶段旅游景区进行旅游品牌打造的作用与现状

当前,在旅游城市景点发展过程中,旅游景区在对旅游品牌进行打造时,主要采取景区特色与文化、历史相结合的方式,通过不断挖掘旅游景区的历史和文化,丰富景点的文化内涵,从而赋予景区景点更加浓厚的文化气息和文化氛围。因为只有拥有浓厚历史文化氛围的旅游景区,才能在众多的旅游品牌中脱颖而出,凸显自身的特色,吸引更多的游客。现阶段,一些旅游品牌在发展过程中,因为发展时间较短,所以尚存在一些问题,如品牌特色不突出、经济关联薄弱、品牌创新营销不足、旅游产业亟须改善、品牌策略实施力度不够等,为此旅游品牌所发挥作用有限。

### (一) 品牌的特色不突出,思想与经济关联薄弱

一些旅游景区地处我国西部,人们的思想观念相对保守,比较欠缺市场经济意识,加之部分旅游企业对旅游市场的调研不充分,这些因素严重影响了旅游景区的商业经济及商业环境的发展,这样不仅会影响游客的观光体验,还会阻碍旅游经济的发展。同时,景区内的旅游资源未得到充分利用,从而使整个景区的发展未形成完整的旅游经济发展带。另外,一些景区的经济发展与思想关联薄弱,创新意识不足,在创建品牌时思考不全面,无法完全展示自身的特色,从而使自身发展受到限制,难以推进旅游经济的发展。

### (二) 品牌营销创新不足,服务细节亟待优化

要想充分发挥品牌效应,就必须对品牌进行宣传营销,而一些景区在这一方面的工作存在不足。旅游品牌的营销不仅可以提升旅游品牌的竞争力,

还可以促进旅游产业的持续发展。一些景区因为在宣传时采用的方式单一,宣传范围不广,所以导致游客对景区特色的认识度不高。同时,景区和游客之间的交流不够、景区不重视游客的建议、服务不到位等问题都是导致景区游客流失的重要原因。对此,景区亟需创新品牌营销,并积极优化服务细节。

### (三) 品牌策略实施力度不够, 发挥作用有限

一些景区的品牌策略实施力度不足,无法充分发挥其促进经济发展的作用。同时,在一些景区中,政府和旅游企业之间的关系不协调,使得各自发挥的作用有限。在不完善的管理下,旅游企业的作用不突出,这直接束缚了景区的发展。在此背景下,旅游企业要有针对性地对品牌的实施策略进行调整与完善,及时更新自身形象,增加品牌营销周期,充分突出品牌特色,协调好政府和旅游企业之间的关系,以获得更好的发展。

## 四、促进旅游品牌在旅游经济发展中充分发挥作用的有效举措

### (一) 树立良好的品牌效应, 建立符合市场经济的品牌观念

当前,一些景区的相关管理者应该认识到自身的不足,并提高对品牌的重视度。在旅游品牌营销时,需要对品牌进行正确的定位,通过健全完善的旅游品牌,让景区走上品牌发展的道路,从而更好地促进景点旅游产业发展。在创建景区品牌时,首先应当在品牌中融入当地的特色文化或习俗,同时也要跟随时代潮流,丰富旅游文化内涵,展现品牌文化价值,通过建立文化产业体系,打造文化品牌,保护文化资源,引领文化潮流,切实提升景区的文化价值。景区在打造自身的文化品牌时,需正视文化的差异性,充分凸显特色,如此,才能紧跟时代发展步伐,提升市场竞争力,让品牌脱颖而出。

### (二) 建立健全相应的旅游营销机制, 充分推动旅游经济的发展

首先,要提升品牌的沟通效力,旅游企业既要确保品牌信息及时传递和更新,还需对游客与产品进行全面定位,同时,相关人员需要与游客沟通,听取他们的建议与意见,并对旅游品牌作出针对性调整,从而让景区的品牌形象切实符合景区特色。只有实现有效的沟通,才能逐步完善旅游产品,提高旅游企业的生产力,更好地吸引游客,并提升旅游品牌所带来的经济效益。其次,要建立完善的营销体系,在营销过程中,对自身的品牌形象进行整合、定位,以确保营销的完善性。具体可从以下方面入手。

一是加强旅游管理部门和旅游企业之间的交流与沟通。旅游企业应当和旅游管理部门进行及时沟通,正确定位消费者的整体消费水平,树立良好的旅游企业形象,为景区旅游发展奠定良好的基础。二是整合提升服务形象。景区应重视游客的建议,努力提升旅游服务水平,打造旅游的良好口碑,提高游客对景区的信赖度、满意度,塑造积极向上的旅游景区形象。三是优化旅游环境和保证游客安全。对景区内的设施、娱乐场所等进行优化,保证游客的安全,并有效结合当地的民风民俗为游客提供独特的观赏感受,打造旅游品牌的特色产品,为旅游景区增值。

### (三) 创新旅游景区的旅游品牌打造战略

首先,旅游管理者应重视旅游企业之间的合作,并充分发挥它们在旅游品牌打造中的积极推广作用。同时,政府也应大力支持并帮助旅游企业的发展,正确认识旅游品牌的效力,着重通过产品的创新、重塑来最大限度地发挥旅游品牌的效力,引导企业对游客的消费水平、偏好进行定位,有效促进品牌的推广。其次,提升品牌旅游产品的整体观念。旅游产品涉及游客的吃、住、行等方面,因此,在这些方面尤其需要注重质量及服务效率,切实提升旅游产品的信用度。景区要增强品牌的效力,就必须重视旅游产业链的整体性。最后,在打造旅游品牌形象时,由于旅游产品的周期特点,需不定期对品牌形象进行更新,对营销手段、营销产物进行调整,从而加强品牌效力的周期性。比如,组织旅游节日庆祝活动、邀请相关名人对景区景点进行宣传讲解,将景区景点的文化融入旅游产品中。只有不断创新旅游品牌打造战略,才能保证旅游景区品牌的长久延续。

### (四) 完善旅游景区基础服务设施, 营造良好的旅游景区氛围

好的旅游环境能为旅游产品的口碑增色,因此,相关人员需要切实把控服务细节,细节决定质量,质量决定效应。同时,还应将景区的旅游经济融入当地经济发展过程中,依托市场经济的良好发展趋势来推进景区经济的发展,形成符合景区旅游市场经济环境的运营体制。在旅游景区中,可以将文化与经济发展结合,让游客既能享受现代服务的舒适感,也能体会历史文化的奥秘和精髓,并加深对当地特有的历史和文化的认知。积极开发文化旅游产业,延长旅游产业链,构建更好的旅游服务体系。

## 五、打造优质旅游品牌的措施

### (一) 结合游客实际需要, 建设基础配套设施

在旅游经济发展的过程中，景区吸引人的地方在于景区景点的建设，特别是景区基础配套设施的建设，这需要结合景区游客的实际需要来进行建设。结合景区特色加强景区的基础配套设施建设，能在确保基础设施功能的同时，充分强化旅游景区的旅游功能，这也是旅游景区基础设施建设的最终目的。当然，在旅游景区基础设施建设的过程中，要走出去，多借鉴别的景区的先进工作经验，然后结合自身的特色，合理化打造独属于自己的景区品牌。以上是当前景区建设必须遵循的建设原则，只有结合游客实际需要来建设基础配套设施，才能实现景区品牌的科学化、现代化。

## （二）政府助力，提升品牌优势

在景区旅游经济发展过程中，旅游景区的建设和品牌打造离不开政府的大力支持。景区的建设不仅要借助企业的知名度和经济技术的支持，还要借助政府部门出台的相应管理办法。相应的管理办法一方面能对景区开发建设起到一定的保护作用，另一方面能更好地推动景区的建设和开发，给予政策性的支持。管理办法是景区建设不可或缺的制度保障，特别是一些景区在开发建设中涉及生态环境的保护，这都需要政策性文件的支持和推动。只有拥有相关政策的支持，才能更好地促进景区的建设与后期旅游开发建设的管理。

## （三）加强产业融合，转变产业结构

一是发展特色产业。旅游景区可以根据自身地理条件的优势，依托丰富的农业产业资源发展产业合作社，打造农特产品，开展加工体验活动。同时，也可以开展农业餐饮、休闲农庄等休闲活动，并结合本地“特色旅游节”等特色节庆，形成本地特色农业品牌带动当地旅游品牌的发展。

二是发展特色文化产业。一些旅游景区拥有丰富的历史文化，蕴含深厚的红色文化底蕴，这些为旅游景区文化产业的发展提供了丰富的资源。当地可通过开设特色文化民俗展览，建立相应的文化博物馆，表演特色民俗情景剧等，打造特色文化品牌，发展文化产业。

三是加大创新旅游产品，鼓励带动当地居民开展农副产品深加工，增加农产品附加值，通过旅游业和文化产业、农业、工业的融合，促进产业转型升级。

## （四）注重旅游营销推广，提升旅游景区知名度

一是善用“互联网+”，拓展营销渠道。旅游产

业的发展离不开品牌营销以及广告推广。旅游营销是扩大销售、提升经济效益的主要途径。旅游景区在进行旅游宣传推广时，应当认识到自媒体时代背景下，政府建设、产品推广、公益广告、知识宣传等都离不开互联网平台。为此，旅游景区应当充分挖掘互联网资源，通过公众号、短视频、微博号、网页置顶广告等方式进行宣传，提升知名度。通过政府“形象营销”、企业“产品营销”、居民“服务营销”、游客“口碑营销”的“四位一体”营销方式，能切实提升旅游品牌在旅游发展中的知名度，从而吸引更多的游客到来。

二是加强现代化信息基础设施建设，实现合作资源共享。景区的基础设施建设应考虑到景区后续的发展，而旅游发展规划应当在考虑到旅游后续发展规划的基础上进行基础设施建设。为此，旅游景区可以效仿其他旅游景区的成功之处，在注重传统的旅游基础设施建设的同时，积极建设互联网、创新产业等相关基础设施，并建设现代信息创业孵化园，创意培训中心等，以此助力旅游景区实现传统旅游与现代化互联网创新产业的深度融合，为景区的日后发展奠定良好基础。同时，还可以通过互联网进行产业整合，招商引资，发展旅游专线，发展线上销售、线上预约、线上统计等活动。另外，还可以通过建设网上博物馆，线上播放馆藏历史典故，并根据定位自动讲述景点故事。以上方式既能有效优化游客的观光体验，又能帮助游客更好地了解旅游景区历史。

## 六、结语

旅游景区在旅游经济发展过程中，必须结合当地旅游特色打造相应的历史文化品牌，树立适合自身实际发展情况的目标，打造当地旅游景区特色。只有突显自身的旅游发展优势，才能更好地促进景区旅游经济的发展，并推动城市经济的快速发展。现阶段，人们对旅游景区的选择倾向于地标化和网红潮流化，因此，旅游景区发展必须依靠当地特色，树立品牌效应，发展旅游经济。

【作者简介】孙宝强（1984—），男，山东莒南人，本科，中级经济师，莒南县行政审批服务局，研究方向为经济类。