



《2021年张家界市旅游市场营销计划》出炉 七大举措十大活动促进市场全面恢复



杨洁同演员章金莱、汪粤在张家界的合影。(资料图)

尘封38年的往事： 《三打白骨精》与张家界

本报记者 杨旭东 实习生 孙艺心

从1986年到现在,《西游记》已开播35年了。这部电视剧的经典在于它的观众几乎覆盖了从60后到90后,甚至是00后,成为一代又一代人的集体记忆。

谈起电视剧《西游记》的精彩情节,三打白骨精是让观众印象十分深刻的一集。86版《西游记》中《三打白骨精》的成功无疑有两点:一是恐怖气氛的营造,它曾是很多人的童年噩梦;二是情感的塑造,它曾让多

少人潸然泪下!

而38年前,当时还是孩子的19位张家界人也参与了《西游记》的演出,同时剧中那个云雾缭绕、奇峰嶙峋,仙气很重的地方,就是在张家界国家森林公园金鞭溪所拍摄。

时隔多年,当年的取景点是什么样子?拍摄过程又有哪些艰难曲折?近日,记者联系到了当年跟随中央电视台《西游记》剧组在张家界拍摄《三打白骨精》的工作人员石国云老先

生。

1983年4月16日,以总导演杨洁、中央电视台文艺部副主任张奎带领的中央电视台《西游记》剧组一行52人,在张家界国家森林公园拍摄《三打白骨精》近20天,我有幸能跟随剧组参与拍摄。石老回忆道,4月12日清晨,剧务组来到原大庸县委宣传部联系具体拍摄事宜。

(下转6版②)

盘活资源 创新经营 茅岩河全力推动 旅游+ 产业发展

本报记者 潘鑫

近日,春节的气氛渐渐浓了起来,城市各处已经开始张灯结彩。由于响应国家防疫要求,全国各地都在倡导就地过年,张家界的旅行社多已放假休息,旅游景区也没有往年的热

闹。然而,张家界茅岩河旅游开发股份有限公司(文中简称茅岩河公司)的工作人员却比往年更加忙碌。

上行政班的同志们做起了微商,在朋友圈为九天洞藏着的茅岩酒做起

了代言,营销战线的同志们把卖旅游的劲头用来推销酒,抓住中国大年这个好机会为公司创收。仅仅春节前个月功夫,他们已经通过酒的销售营收10余万元。

(下转6版③)

本报讯 2月4日,记者从市委旅工委办获悉,为提前谋划后疫情时代旅游市场营销工作,促进我市旅游业全面恢复,推动我市旅游高质量发展,《2021年张家界市旅游市场营销工作计划》已于近日发布。

2021年,我市将以粤港澳大湾区、京津冀、长江经济带、成渝经济圈等国内市场和省内、武陵山片区等周边市场为营销工作重点,实施特定假日旅游营销、特定人群旅游营销、活动营销、媒体营销、产品线路营销、渠道营销和联合营销、加大奖励力度等七大举措,开展十大“旅游+”“+旅游”活动,并在组织、政策、机制、经费四大方面做好保障,助力全年全市旅游接待人次、旅游收入与2020年同比分别增长30%、40%。

活动是历年来张家界备受海内外游客关注的重要原因之一。2021年,我市将举办张家界市第三届网红直播旅游节、第二届车友荣耀哈弗SUV张家界越野挑战赛、庆祝中国共产党成立一百周年系列红色旅游活动、第四届张家界民俗文化月活动、张家界首届电竞旅游节、中国户外休闲健身大会、首届张家界美食文化节、张家界第二届半程马拉松赛、第五届中国张家界国际旅游诗音乐节、第五届冬游张家界系列活动等十大“旅游+”“+旅游”活动。

在特定节假日旅游营销方面,要营造浓厚的节日氛围,鼓励支持各景区、景区内交通工具、旅游演艺等在节假日期间推出门票优惠政策。

针对特定人群,在做好疫情防控工作的同时,鼓励支持各景区、景区内交通工具、旅游演艺等开展湖南人游张家界营销活动及张吉怀高铁开通后的特殊时间段内开展高铁旅游营销活动,推出活动优惠政策。

产品和线路营销方面,继续加强主打产品营销,加大红色旅游产品、乡村旅游产品营销,以《江山如此多娇》热播为契机,开发张家界牧笛溪村等一批乡村旅游产品,推出张家界乡村旅游精品线路,为乡村振兴助力;探索“旅游+”和“+旅游”新产品,大力发展体育旅游、自驾旅游、会展旅游、婚庆旅游、研学旅游、康养旅游、美食旅游、城市夜游等新产品,推出精品线路,加强产品包装和创新,大力发展私人定制等特色旅游产品线路。

渠道营销和联合营销方面,继续开展小分队营销,适时组织旅游营销小分队赴全国31个省(市区)开展精准营销活动,重点对接行业协会、商会、工会、旅游专业机构、大中小学、村(居)社区等,重点做好与佛山、张掖、鹤壁、长沙等城市的交流与合作;张吉怀高铁开通前,赴沿线城市、武陵山片区开展旅游营销活动;

(下转6版①)