

疫情防控常态化时代，文旅产业如何再次复苏？

这场 诸葛会 碰撞出不少 金点子

郑菊绒



▲曾甲长 市文化旅游智库研究院成员、张家界日报社文旅部主任、《旅游周刊》主编

一、针对湖南省出台的十项扶持政策措施延展，建议：
1、组建专班，针对旅游企业当前的痛点和困难，专题研究政策，对其进行指导，促使政策落地，解决企业实际问题；
2、通过市委宣传部分向省委宣传部汇报，统筹邀请省内媒体（包含县级及自媒体）和进驻湖南省的各媒体对张家界进行一次实地考察宣传；
3、出台有力措施，鼓励相关部门向省委组织部、共青团湖南省委及省总工会等部门汇报，出台政策，邀请全省各级党政代表团和国企到张家界开展红色教育或研学活动，鼓励将大型会议和商务性活动安排到张家界市。

二、建议出台以下相关政策：
1、建议向上级争取文化旅游产业孵化及发展方面的政策，探索成立乡村旅游振兴投资开发公司，探索土地资源的流转与整合；规划设计文化艺术产业带，提供优惠产业用地政策，吸引漫画、网络小说、美术、摄影、诗歌、音乐等领域创作人才低门槛入驻张家界，形成以特色民宿、艺术写生、文创产品研发、书画展示交易等为主要特征的艺术文化产业发展集群，构建独具张家界特色的新型产业业态。

2、建议出台媒体记者、旅游从业人员和网红为代表的对外营销奖励政策，鼓励全民对外宣传张家界。申请专项资金，建立长效奖励机制。



▲栗娟 市文化旅游智库研究院监事、吉首大学旅游与管理工程学院教授

应对当下难题的解决方案及对策：

一、首先要树立 公共安全旅游目的地 形象。让消费者知道张家界城市是安全的、可控的、应急管理是值得信赖的。利用新媒体（抖音、快手等）做好舆论引导及宣传。
二、打好几张牌。打好 清零 牌（安全牌）。借助信息技术实现疫情信息的公开化、透明化，实现码上预约、码上排队、码上入住、码上入景区的管理服务。打好 生态牌、文旅新业态牌。张家界不仅有国家森林公园、天门山、大峡谷等自然旅游产品，还有大湘西记忆博物馆、红二方面军长征出发地纪念馆、张家界博物馆等文博旅游产品。要多宣传新场景、新项目、新产品、新业态、新民宿旅游，打造文旅小镇，开展文创动漫展演活动等。打好 合作联盟牌，加大与湘西土家族苗族自治州、怀化市合作，比如推进与老司城的合作，推出 双遗产 旅游项目，世界自然遗产与文化遗产并游，提升文化内涵。

三、从短途旅游市场入手进行恢复市场的建设与营销。
发出 张家界人游张家界，湖南人游张家界 的倡议，号召张家界所有公职单位利用工会活动、党建活动在张家界本地有关服务企业进行消费。向省里面有关部门申请各项政策支持，鼓励湖南省旅行社积极送客来湘。

做好本地周边游市场产品的供给。设计推出一日游、二日周末休闲度假产品，结合乡村旅游、民宿旅游，盘活本地及周边市场。提升现有景区的服务质量、受关注度和影响力。如森林公园猴子的生态安全问题，可以借机引发全球全国的注意力，来探讨人类活动与自然和谐发展问题。加强张家界地质博物馆的价值挖掘，修正其英文解说错误，优化其英文解说词。



▲龙武 张家界镜岭方山居总经理

一、建议多点发力，除了宣传张家界各大景区以外，也可将民宿作为旅游目的景点推荐，在民宿宣传上给予政策支持；
二、建议着重宣传民宿的安全性，打生态牌，比如说山里的空气好。

▲朱海军 张家界木子堂客栈总经理、张家界纳百川副总总经理

我对疫后旅游市场复苏充满信心，并作如下建议：

一、建议有关机构下沉市场，建立奖励机制，制作高质量的宣传文案，在每个主要客源市场寻找网红、大V、自媒体等，进行铺天盖地的宣传；
二、建议促销小分队跟进，与当地批发商、办事处深入交流，引流很重要，建议拿出支持资金奖励市场前端的批发商和办事处人员，也倡导景区反哺旅行社；
三、活动造势深度宣传，比如办好诗歌节、音乐会、非物质文化遗产节、美食节等等，把传统的旅游旺季时间拉长，旺季损失淡季补；
四、建议除了专列包机奖励以外，可考虑对旅游直通车的奖励，两辆大巴就是一架飞机，这个力量不可忽略。



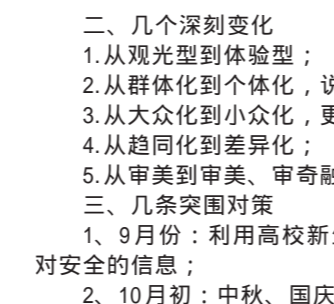
▲龚勋 湖南智美创旅规划设计院副院长

一、建议宣传 以美景致敬祖国，以服务诚邀天下。打造情感共鸣，体现服务型政府，要让来张家界的游客随时随地感受到真诚、方便、自由。
二、建议重视有消费能力的自由行散客，努力提升游客体验感。制作导游视频，介绍张家界旅游导航，引进一机游网络系统，让初来乍到的自驾、自助游客不用借助旅行社和导游，自己就能轻松玩转张家界。



▲朱岚武 市文化旅游智库研究院成员、吉首大学张家界学院副教授

一、几个思维逻辑
1.乐观与危机感并存思维，不宜过度悲观也不能盲目乐观。
2.功利与公益同在思维，要重引流又要让利、感恩中国。
3.可行与冒险兼容思维，要大胆创新又要政策上的合法合规。
4.短平快与长远兼顾思维，要迅速起效盈利又要决胜未来。



二、几个深刻变化
1.从观光型到体验型；
2.从群体化到个体化，说走就走、随心所欲；
3.从大众化到小众化，更加多元的市场需求；
4.从趋同化到差异化；
5.从审美到审美、审奇融合。
三、几条突围对策
1、9月份：利用高校新生开学、家长陪同的机会做好宣传，向社会传递张家界目前绝对安全的信息；
2、10月初：中秋、国庆营销的力度要加大，还可以给出更多盲盒；
3、10月中下旬：深度造势、制造事件、创意营销；
4、11月份：电商促销；
5、12月份：活动造势深度宣传，比如诗歌节、音乐会、非物质文化遗产节、美食节等。



▲兰国武 湖南六零空间旅游文化有限公司总经理

一、精准定位目标人群。市场目标人群定位在60岁以上。
二、产品包装。一是以康养、旅居、文化交流、民间赛事为主题，打造社交平台，提高游客体验度，既可增加游客过夜天数，又能带动全产业链综合消费；二是由于目前张家界机场、火车站的航班与列车暂未完全恢复，可将长沙、怀化作为旅游交通集散地开发出新的旅游线路，将游客引进张家界。



▲彭万林 湖南景瑞国际旅行社有限公司总经理

一、营造仪式感。可在室外举行张家界旅游恢复启动礼。
二、要有传播点。设计张家界旅游传播点，建议以音乐和美文的方式不断推介张家界的美和美景，同时也可以在线上开展创意活动，加大线上线下互动。
三、加强和知名新媒体、和国内主要短视频媒体平台的合作。可参考抖音官方 我在湖南拍春天 等户外直播活动。
四、充分抓住张吉怀高铁开通的契机，开发周边游、周末游产品，提前宣传秋、冬季旅游产品。



▲蔡建刚 吉首大学旅游与管理工程学院院长助理、副教授、博士、硕士生导师

一、几点认识
关于旅游业地位问题。旅游需求和消费不属于 必需品，旅游业的正向作用只有在社会经济稳定发展的情况下体现出来，但不能因此而质疑张家界旅游业的地位和作用，旅游业敏感但绝不脆弱，问题的关键是如何来提升、升级我们的旅游业，比如说重视旅游商品产业的加工环节，提升旅游的 制造属性。
关于旅游营销问题。传统的节事营销、会展营销等存在聚集风险，景区价格营销的吸引力有限，因此传统的营销形式要有突破。就内容而言，张家界当前的营销应该重点放在 安全上，任何美食、美景的宣传都抵不上城市安全的宣传。

二、几点建议
一是要持续强调 张家界安全，市、区（县）要全面介绍对疫情所采取的紧急措施、防控工作等，并加强与旅游者的沟通交流，传递关心关爱，将健康、负责的理念更好地融合在旅游服务之中，同时要强化公共卫生检查程序与景区预约、人流管控，做好重大流行疾病的防控工作，塑造安全可靠、文明有爱的旅游形象，重振旅游信心。
二是构建符合我市旅游业发展实际、应对重大突发事件的现代旅游治理体系，进一步完善政策体系，并将应急管理规划纳入城市整体可持续发展和营销管理战略，为疫后旅游流量获取与市场动态把握抢占先机。
三是适时邀请全国旅游专家相约张家界、研究张家界、体验张家界，通过旅游大咖向全世界传递 张家界安全 的信息，并宣传张家界的绝版美景、高端体验。



▲谢渤 市文化旅游智库研究院成员、张家界天门山旅游股份有限公司营销总监

在保持传统宣传力度之余，讲好张家界故事。要发力提升张家界整个城市的魅力，做好农产品等特产的特色文章。



▲刘云 市文化旅游智库研究院理事长、北京联合大学旅游学院特邀研究员

我认为，当前乃至相当长一个时期要主打武陵源生态效应牌。因为 好山好水好空气，负氧离子高就是最好的广告语。武陵源核心景区恢复好了，全市旅游市场也就活起来了，这就是 大河涨水小河满 的道理。此外，结合张吉怀高铁开通而促进区域性合作，要 做实、做强、做好！



▲邓剑 市文化旅游广电体育局党组书记、局长、市文化旅游智库研究院院长

各位专家从理论和实践的角度，对疫后旅游市场恢复提出了很多宝贵意见和建议。其中，有许多金点子和好建议，是可以供市委市政府决策参考的。咱们的方向和目标是一致的，都是希望张家界更美好。

一、认识问题
1.对张家界市委、市政府的决策要积极贯彻执行；
2.旅游营销策划无止境；
3.旅游营销策划无界限。
二、问题差距

1.官方和民间因为所处环境不同、认知不同等多重因素，存在观点不一致是可以理解的。作为智库成员，我们也要理解政府在出台政策时的具体环境、时代背景等因素。应该说，绝大多数政策的出台，事先都是经过了认真调研和慎重考虑的；
2.目前，我们的旅游营销往往还停留在传统思维上，对新媒体和智慧旅游的创新运用还不够。不是说传统的就不好，而是传统与现代结合得不够好。比如推介会，就有利于情感交流，有利于深度了解外面的市场环境，是很难被替代的；
3.要注意传统营销感性和理性的差异，注意搞好感性思维和理性思维的结合；注意全局与局部的差异，在看待全市旅游问题时，要站在全局的角度来思考。
三、对文化旅游智库研究院的要求
1.智库是社会团体组织。大家的政治站位要高，决策前可以百花齐放，集思广益，充分表达自己的观点，积极为党委、政府献计献策。一旦形成了决策，还是必须统一思想，统一行动；
2.智库成员之间，还需要相互加强交流与合作，群策群力，认真思考并解决张家界现在面临的难题，当好参谋；这次座谈后，希望专家们把好的想法和创意整理出来，找平台落地，做好表率，为张家界旅游可持续发展做出贡献。