

特别报道



主持人: 汪涌
张家界市文化旅游广电体育局党委委员

今天我们聚集在这里，探讨《中国旅游营销张家界》这本书，对话张家界旅游营销，这是文化旅游界的一件盛事。我相信，通过本次研讨和对话，不仅对这本书及读者是有意义的，对于张家界未来旅游营销也具有参鉴意义。请大家畅所欲言，发表真知灼见。

我的个人意见，从全书来看，讲范本是大胆的，而且是有底气的，此书是精心策划之作，讲营销而又不止是营销，而是从营销入手，看立标打样，看思想的变化，从24个案例看到了张家界旅游发展的艰辛历程，是一次对张家界30多年旅游发展的较好总结。

从营销案例中要看到思想、方法、工作的创新，要看到工作的融合、业态的融合、思想的融合，更好地引导+旅游，从融合发展中寻找人民对美好生活的向往的建设路径，只要上下一心，共同努力，张家界有理由、有信心讲可以做得更好。

张家界已经站在了新时代发展的高起点上，如何做好旅游工作，旅游智库研究院要在增强旅游体验感、提升旅游供给、提升旅游便捷、提供更好产品上多建言献策，提供更多好的创意，为张家界旅游发展当好参谋！



刘云
《中国旅游营销张家界范本》主编、市文化旅游智库研究院理事长

一本书就是一个传奇。《中国旅游营销张家界范本》从策划到编写、出版是一个多程序、多领域的复合型工作，需要从顶层设计到具体运行实施。市领导欧阳斌、吴文海、邓剑、汪涛对于该书的定位作了谋划，市文化旅游广电体育局多次在召开党工委会议上纳入议题研究并从人力、物力上予以保障。对于所入围旅游营销案例经过了专家论证、领导审定。而书名由模式到范本，由主编提出后，市政协主席欧阳斌与著名旅游专家魏小安先生一起商定的。张家界范本之于中国旅游营销史上权衡是无可厚非的，也是一种创新引领与地域文化自信的体现！而关于本书封面设计问题，我坚持用以笔峰作为暗底衬图，不直接上风景图片。从而，封面是素面朝天、格调清新、雅致，内容是图文并茂，丰富多彩。该书基本上实现了可读性、实用性、观赏性、典藏性于一体。中国旅游出版社有关负责人认为，无论是从编写体例、内容，还是装帧设计等让人耳目一新，是中国旅游营销实操干货！目前，《中国旅游营销张家界范本》将由出版社作为重点推广图书而在线上线下发行。



刘云主编的这本书，是好书，为营销界提供了里程碑式的材料，记录了十大类案例：山水旅游营销之经典（张家界地貌），创意旅游营销之爆款（飞



田贵君
吉首大学原副校长级督导员

代。但我们不能忘记，曾经撑起张家界营销半边天的那些遍布各客源城市的自主自费叫卖张家界，以成千上万的民间个体之力，进行张家界旅游营销广泛渗透的张家界特有的旅游营销现象。这是一种值得总结提炼的张家界精神，应该向当年的那些年轻人致敬。

提几点建议：第一是范本的精神在于提炼精神、传承精神，而非技术性的经验传播。有些案例的精神，要加以深度提炼，其精神意义已不仅仅是旅游经济效果；第二是营销创意的目的在于创新益己、兼或益人，而非示范他人；第三是张家界往后的产品创意与营销创意的重点在于珍惜品牌、审美永恒，而非片面追求时尚，放弃自我特色。



作为一名在张家界工作多年的记者和编辑，书中部分的事件采访



邓剑
市人大常委会副主任

旅游营销进行精神高度的提炼，通过相关的专家智慧碰撞，增加专家点评以提高理论水准，把张家界旅游营销精神共同上升到更高的高度；第二，书中的营销分类还可以进一步推敲，目前分为创意营销、事件营销、文化营销三个方面，但其实张家界的媒体营销、体育营销也是很特色的。第三，要更加突出张家界的旅游营销史上的核心人物，比如说吴冠中、陈复礼等等。最后要探索建立旅游营销体制机制，张家界有许多经典的案例，能够跻身中国旅游营销的前列，它的支撑是这种人才环境、体制机制环境等，才能竞相进发的。将来，该书修订再版时需要我们旅游人再去挖掘，真正做透做精做细，使之进一步完善。

这里面提几个方面的建议，第一，在案例之后，可对张家界



从一本书 对话 张家界旅游营销发展

《中国旅游营销张家界范本》研讨会侧记

文/全媒体记者宋美慧/唐晴/图/龚朝阳/邹鹏

张家界日报社文旅部副主任唐晴，市旅游协会民宿客栈分会副会长、栖漫民宿主赵瑜等专家学者，媒体界代表受邀参加研讨。

研讨会上，该书主编刘云介绍了主要内容和出版历程。该书由中国旅游出版社出版，市文化旅游广电体育局主办，市文化旅游智库研究院承办，中国旅游界著名学术专家魏小安和张家界市政协委员书记、主席欧阳斌作序，市文化旅游智库研究院理事长刘云主编，从创意营销、事件营销、文化营销三个方面，通过24个生动详实的营销案例，从背景-过程-效果-体例来介绍，对张家界旅游发展历史进行回顾，具有较强的可读性和启发性。

研讨会上，与会人员畅所欲言，对《中国旅游营销张家界范本》进行精心点评，专家们以专业角度对该作品进行了高度的肯定，并提出了有深度、有高度、让人深受启发的意见建议。

大家一致认为，该书脉络清晰、案例清楚，图文并茂、效果突出，具有较强的阅读性和启发性。该书的出版是一种创意营销体现，是张家界旅游多元营销的又一力作。

该书在研讨过程中，引发了大家对张家界旅游营销探讨的兴趣。

现选登部分专家发言摘要，以飨读者。

9月18日，秋风送爽，天朗云清。

在风景如画的张家界栖漫·悦林谷民宿，伴随着袅袅书香的诗意图氛围，《中国旅游营销张家界范本》专题研讨会在张家界日报社旅游周刊联合主办。由市文化旅游广电体育局党委委员汪涌主持。

销售。

研讨会由市文化旅游广电体育局指导，张家界市文化旅游智库研究院与张家界日报社旅游周刊联合主办。由市文化旅游广电体育局党委委员汪涌主持。

市人大常委会副主任邓剑，吉首大学原副校长级督导员田贵君，吉首大学旅游学院院长鲁明勇教授、吉首大学旅游学院副院长粟娟教授，市文化旅游智库研究院理事长刘云，市文化旅游智库研究院成员、张家界日报社文旅部主任曾甲长，



栗娟
吉首大学旅游学院副院长

了张家界市在旅游高质量发展中寻找自我定位中的成功转型。

具体来说，一是定位转型。在国内外旅游目的地竞争中由跟随国内外旅游营销管理定位转型为引领国内外旅游营销管理定位，即由跟随者转为领导者的定位。二是市场转型。在国内外旅游市场竞争中，由风景名胜输出者转为风景名胜营销管理范本的输出者，即由景区生产者转为景区营销管理的高级设计师。

该书的出版是张家界旅游产学研团队以图书方式进行的第一次亮剑，也是张家界市旅游智库深耕旅游行业的理论结晶。

该书书写了张家界旅游近二十年发展史的精彩华章，通过鲜活的案例看到了张家界旅游人的干劲、闯劲、创劲和韧劲，让人在书香中真切感受到了仙境张家界，峰迷全世界。



《中国旅游营销张家界范本》这部著作，在我看来至少有3个方面的价值。

一个是它的史料价值。

它所载入的每一个案例，都是张

界历史上发生过的真实案

腾。搞旅游营销的人，最担心的是创意和灵感的枯竭。这本书从来不暗示你旅游营销应该怎么搞，它对你的思维方式并不约束，而只是用大量的案例启发你，让你自己掩卷思考、开卷有益。这个是很难得的。

最后一个，就是书籍本身的质量和营销价值。刘云先生编写有两个特点，一个是封面搞得好看，第二个是在书籍出版之后，对书籍本身的营销意识很强。（和其它书比较）这本书有比较大的改进，就是内容比封面更好看。尤其是中国著名文旅专家魏小安老师、中山大学张朝枝教授作序、留言，就很有新意和高度。没有读过书的朋友们，建议买来看一看。

宿的人来看的书，值得学习的地方很多。首先，因为我本人是2017年才回张家界，对张家界有很多不了解的地方，但通过这本书我能了解到很多张家界过往的历史，特别是旅游业的发展，这对我们民宿业主们来说非常重要。而像我这种旅游行业的“新兵”就很需要这样一本。另外一点就是，我建议在这些营销案例中，还可完善对网络营销案例的筛选和总结。

非常感谢各位专家领导能够选择在我们栖漫民宿开研讨会，这本书我认真阅读过，这是一本非常值得做民

唐晴
张家界日报社文旅部主任

证，经过作者精心推敲的文字以娓娓道来形式向读者展示了张家界数十年营销硕果累累之美。在个人层面，这本书还激发了我对张家界旅游营销的思考。它是一本具有良好的可操作性和较强的应用价值的书籍。在旅发大会即将召开之际，不失为一本承前启后的张家界旅游发展中旅游营销经典之作。

作为一名新闻工作者，同时我也会继续带着责任和使命，从细微处讲好张家界旅游发展故事，为续写好新时代张家界旅游营销史鼓与呼。

赵瑜
张家界栖漫·悦林谷民宿主

宿的人来看的书，值得学习的地方很多。首先，因为我本人是2017年才回张家界，对张家界有很多不了解的地方，但通过这本书我能了解到很多张家界过往的历史，特别是旅游业的发展，这对我们民宿业主们来说非常重要。而像我这种旅游行业的“新兵”就很需要这样一本。另外一点就是，我建议在这些营销案例中，还可完善对网络营销案例的筛选和总结。

整理：全媒体记者 唐晴 宋美慧