

旅游地品牌构建的分析与思考

——以内蒙古多伦县为例

冀嘉璇

天津外国语学院高级翻译学院 天津 300000

[摘要]随着旅游业持续快速的发展,迎来了旅游目的地品牌竞争时代,构建旅游目的地品牌已经成为一种必然趋势,亦成为我国文化输出战略的重要内容。多伦县地理位置优越,旅游资源丰富,本文从培育内蒙古多伦县旅游地品牌的SWOT分析入手,探寻多伦旅游地品牌的定位,提出培育多伦旅游地品牌的建议。

[关键词]旅游地品牌;培育;途径探索

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.10.416

随着经济社会的不断发展,旅游业已经成为经济发展新的增长点,旅游业对经济的拉动性、社会就业的带动力以及对文化与环境的促进作用日益显现。现代旅游产业的发展,已由旅游资源的竞争发展到旅游产品的竞争,并向旅游目的地品牌的竞争快速推进,实施旅游地品牌战略已成为当今旅游开发的必然选择和新的趋势。

一、打造旅游地品牌的意义和作用

旅游品牌在形式上表现为两种形态:公共品牌和企业品牌。公共品牌为旅游地所共享,而非属于某一旅游企业,所以称为旅游地品牌。旅游地品牌是区域旅游开发成果和旅游业发展水平的集中体现,它同某个具体旅游产品或旅游产品群相关联,旅游地品牌在提升旅游地整体形象,巩固和拓展旅游市场方面起着重要作用。在某种意义上说,旅游地之间的竞争往往表现为旅游地品牌的竞争。打造旅游地品牌的意义和作用主要体现在三个方面:

1、旅游地品牌能够作为所在地区的标志,达到广泛宣传的目的。有了旅游地品牌,旅游地就能被更多的人所熟知,对于所在地的发展有直接的作用。

2、旅游地品牌能够使得旅游地向着其主要的特色进行不断的发展,因为旅游地品牌一般都是基于旅游地最大的特色、最大的特点所凝练出来的,这种特色标识的形成使得该旅游地会不断尝试发掘其旅游项目,可以更好的促进其旅游业的发展。

3、旅游地品牌成为旅游地重要的标识,经过长期的不断发展,会形成一种品牌效应。所以旅游地品牌建设的目的,就是使人们只要看到旅游地品牌标识,就会产生一种美好的联想。

二、培育多伦县旅游地品牌的SWOT分析

(一) 优势(S)

1、良好的地理位置与便利的交通条件

多伦县位于内蒙古中部、锡盟东南端,全县总面积3863平方公里,人口11万,辖3镇2乡。背靠大草原,面向京津冀,坐落在以“引滦入津”闻名遐迩的滦河之畔,是内蒙古自治区距离北京最近的一座草原边城。

2、悠久的历史资源与深厚的文化底蕴

多伦有悠久的历史 and 灿烂的文化,早在新石器时代就有人类活动,1998年在多伦县水泉村附近发现了新石器时代的细石加工场所,并出土了大量由玛瑙、硅质岩打制而成的尖

状器、刮削器、针状器、石核、石叶等石制器物,其数量之多实属罕见,精制程度也叹为观止。1933年著名爱国将领吉鸿昌将军率抗日同盟军收复多伦,使多伦成为我国抗日战争收复的第一座军事重镇。多伦县丰厚的历史文化积淀,成为多伦人勇往直前、创新发展的不竭动力。

3、良好的生态环境与丰富的旅游资源

多伦旅游资源十分丰富,境内有美丽的国家4A级景区——多伦湖,亚洲最大天然榆树林——榆木川,宁静秀美的姑娘湖、神秘莫测的地下森林等,独具魅力的自然生态景观让人心驰神往、流连忘返。

(二) 劣势(W)

1、旅游季节短,旅游与文化及相关产业融合度不高,旅游开发缺少拳头产品,核心竞争力有待形成。

多伦县地处内蒙古高原南缘,属高寒地区,一年四季最适宜的旅游时间仅限于五月至十月之间,事实上,真正旅游黄金时间就是七月至九月,仅有三个月。

近年来,我县旅游业虽然有较大发展,但目前旅游业仍处于观光型的初级层次,存在“重山水、轻文化”现象旅游与文化及相关产业融合度不高,文化带旅游、旅游促文化的发展机制还未真正形成。

2、投融资渠道较窄,市场化运作程度较低

旅游业是一个投入大、回报周期长的特殊产业,资金投入不足已成为制约我县旅游业发展的瓶颈。无论是从旅游景点数量、配套设施建设,还是从旅游资源的发掘上来说,我县旅游投入不足问题已十分突出,资源优势还没能转化为产业优势和经济优势。

3、旅游配套设施不够完善,旅游环境尚未成熟

旅游设施是开展旅游活动的基础,也是旅游地经济发展的重要环节。旅游景点的吃、住、行、游、娱、购等要素是相辅相成、共生共荣的,没有这些要素的配合,就会大大降低旅游景点对人流、资金流的吸引力,没有人流、资金流,发展旅游就无从谈起。

(三) 机会(O)

当地政府对旅游地品牌的打造予以高度重视

1、建立健全体制机制,强化政策保障

成立了“多伦县创建国家全域旅游示范区工作领导小组”,统筹全县全域旅游工作;成立文化市场综合行政执法局,承担旅游市场执法职责,维护旅游秩序;开通12301全国

旅游服务热线,设立政府服务热线、旅游投诉举报电话等投诉举报平台。

2、加强旅游宣传,着力提升多伦旅游的影响力

拍摄了《多伦旅游宣传片》,利用抖音、快手等各大新媒体平台不间断、轰炸式宣传我县文旅产业发展的崭新面貌。“坝上古城、草原水乡”、“北京正北、多伦最美”、“茶道古城、生态多伦”等旅游宣传口号叫响全国。通过央视、旅游卫视、体育频道等主流媒体和人民网、网易等网络媒体对我县举办的一系列品牌赛事进行宣传报道,及时在多伦门户网站、微信公众平台、今日头条发布和更新旅游活动信息及宣传报道。积极参加各大知名媒体专访和全国各地旅游推介会,通过推介会和各类旅游宣传营销活动,进一步细化了多伦旅游宣传,提升了多伦旅游的知名度。

(四)威胁(T)

多伦从地形上是被崇山峻岭所包围的,从行政区域上也是被河北省和内蒙古赤峰市的克什克腾旗形成了半包围态势。想要进入多伦县,东线只有经过承德地区,西南线也必须经过张家口地区或丰宁地区,东北线又被克什克腾旗所阻隔,也就是说,只要承德、张家口、丰宁和克什克腾旗把京津冀方向的游客留住,多伦县将成为旅游的真空气带。

而近几年周边的省市也紧锣密鼓地开始打造各自的旅游品牌,特别是河北省张家口市、承德市、丰宁县和内蒙古赤峰市克什克腾旗旅游业迅猛发展,比如河北省的塞罕坝机械林场加速发展,现已成了全国的典型,名声远扬,他们深度开发自己的旅游资源,在森林探险旅游、民俗体验旅游等方面取得了不俗的成绩,景区管理和不断升级,至使游客大增。

三、培育多伦县旅游地品牌的策略

(一)多伦旅游地品牌的定位

品牌应该是独一无二的,在对本地旅游资源进行品牌定位的过程中,必须对本地旅游资源进行综合分析,寻找出消费者对本地旅游资源最深层次、内在的本质需求。

对旅游地品牌进行定位的首要问题是确定旅游地在游客心目中的整体形象。只有让形象深入人心,得到众人的认可才算达到品牌塑造的目的,仅仅凭旅游目的地的主观臆造是不够的。如何才能准确的塑造旅游地的形象?简单说就是:对内看资源,对外看市场。对内要找出自己在“产品特性”方面的核心优势。对外要分析区域市场内的“需求状况”和“竞争态势”,并且找出自己跟其他景区之间的“关键差异”。然后,将这种核心优势和关键差异准确地传达给消费者。

(二)有关多伦旅游地品牌建设的几点建议

旅游地品牌建设主要包括品牌创建、品牌推广、品牌传播和品牌形象维护等,它是一项系统工程。多伦县虽已具备开发旅游地品牌的优势条件,但现有旅游产品结构单一,文化内涵不足,旅游活动参与度低,难以满足游客的多向性和个性化需求。同时整个区域旅游资源的整合性差,没有形成品牌优势,难以形成营销合力。打造多伦旅游地品牌,应以市场为导向、以政府为主导组织品牌建设。

1、以政府为主导,引进专业的品牌策划团队,组织开

展旅游地品牌的设计、塑造,对“坝上古城,草原水乡”、“北京正北、多伦最美”、“茶道古城、生态多伦”等旅游品牌形象进行重新审视和凝练,在注重外在形象设计的基础上,不断提高旅游品牌的文化价值,能够体现多伦县的地域文化、旅游文化以及民俗文化等等,以此打造多伦旅游地的全新形象。

2、围绕品牌定位继续加强旅游配套设施建设,全面整合旅游资源,完善服务体系,增添发展活力。

实现旅游资源整合,有利于促进旅游地资源特色的形成和强化,便于旅游形象的塑造,所以在旅游品牌建设上必须围绕着主题品牌,合理规划开发旅游资源,发展相应的系列产品和配套设施,完善服务体系,不断增添发展活力。多伦的旅游资源比较分散,需围绕所创建的旅游地品牌进行旅游资源的整合。

3、围绕品牌定位建设和完善旅游行业品牌

旅游行业品牌与旅游地品牌是密切相关的,旅游地品牌具有公共品牌的特点,是该地区所有的旅游行业所共同享有的。一个地区的旅游品牌受到青睐,该地的旅游行业可以从受益,树立值得信赖的旅游行业品牌对于旅游地品牌的打造也有积极作用。所以建设和完善旅游行业的品牌也是至关重要。

4、实行政府主导,健全管理体制为品牌建设保驾护航

一是充分发挥多伦县旅游部门的职能,通过协调整合各相关部门的工作,共同参与我县旅游行业管理,使我县旅游产业成为政府主导、市场运作、社会参与的朝阳产业。二是健全旅游行业管理体制,完善旅游管理办法,加快旅游市场整治,营造旅游平安环境。落实部门监管责任,依法严厉打击宰客拉客、虚假广告、价格欺诈和强迫购物消费等行为。

结论

旅游目的地品牌的建设,应采取“以市场为导向,以政府为主导”的方针,在整个品牌过程中,政府要起到率先、打头的作用,不但要对公用品牌进行定位、传播、推广,更要搭台子,让当地众多的企业一起来“唱戏”。在营销上要建立全员营销,把原来分散的力量聚集起来才能更好的形成合力,才能有效的应对激烈旅游市场的竞争,公用品牌才能更快、更好的建立起来。

参考文献

- [1]王金玉.试论旅游目的地的定位[J].辽宁经济职业技术学院辽宁经济管理干部学院学报,2004,(3).
- [2]郭英之.旅游目的地的品牌营销[J].旅游学刊,2006,(7).
- [3]李翠玲.支柱产业培育视角下的区域旅游品牌建设研究——以昌吉州为例[D].中国科学院大学,2016.149.
- [4]钟洁.区域旅游品牌建设研究——以鄱阳湖生态旅游区为例[D].北京林业大学,2012.1-92.
- [5]任月海、李振岭.历史上的多伦.内蒙古大学,2009.11.

作者简介:

冀嘉璇(1999年1月12日)女,回族,籍贯:内蒙古自治区锡林郭勒盟多伦县,研究方向:翻译学。