90后旅游市场开发视角透析

90后旅游市场开发视角透析 90后旅游市场开发视角透析 90后旅游市场开发视角透析 文章来源
  
行销手段方式滞后,品牌效应低目前红色旅游的行销手段主要依靠报刊媒体、影视综艺节目和课外书籍来传播信息,然而“90后”主要通过网络途径,如人人网、微博、QQ等了解资讯,这样造成“90后”对红色旅游的信息难以接收。再加上还是旅游景区多数专业人才奇缺、服务质量差、游客满意度低、旅游宣传少,导致“红色旅游”这一旅游产品未能有效植入广大“90后”群体的心田,这对于正在推进“90后”红色旅游的发展造成了严重的阻碍。
  
产品形式表现单一,体验项目少“90后”是国家和民族活力青春的象征,生性喜欢体验与参与,希望在参与活动中寻找乐趣和记忆。可是当前中国红色旅游产品开发一方面多静态展示,展厅装饰、展示方式几乎一成不变,缺乏体验、娱乐等方面的设计;另一方面旅游项目吸引力低,有些景区虽开展了“穿红军服”、“唱红军歌”等参与性活动,但多数还只是停留在拍照、节目观赏等浅层次上,很难对“90后”产生强烈吸引力。
  
文化内涵挖掘不够,时代气息薄红色旅游是国民休闲教育活动之一,在国内主要是以中国共产党建立后的革命纪念地、纪念物及其所承载的革命精神为载体,吸引人们进行参观游览,旨在实现学习革命精神,接受革命传统教育和振奋精神的主题旅游活动。由中国共产党、广大人民群众在革命战争中共同创造出的具有时代特色和中国特色的先进文化,是人民对红色文化最直观的理解。
  
物质文化是红色文化的载体,精神文化是红色文化的核心,制度文化则是红色文化的灵魂,红色文化是中华民族共有精神家园的重要支撑。当前中国红色景区宣传的大多是单纯的、教条式的爱国主义教育,缺少景区特色的文化内涵挖掘。
  
改革开放三十年来,人们的生活质量发生了翻天覆地的变化。传承红色文化,必须跟上时代的步伐,开拓创新,让红色文化与新时代对接,找到新的表达方式与人们的实际需求相结合。
  
从音乐到书籍,从电影到戏剧,红色文艺作品是红色精神的真实反映,有着深厚的群众基础,是传播红色文化的重要手段。在新时代,文艺工作者要更多地推出富有时代气息的红色作品,以吸引更多的“90后”关注,让红色文化真正能够在一代又一代人心中传承下去。
  
打造“90后”行销队伍,树立优质品牌要解决行销对“90后”市场开发造成的问题,就要从突出特色,符合市场需求,创造亮点,整合资源,打响红色旅游品牌。
  
(1)营销队伍的建设是支柱,人才是一个景区塑造品牌和开发市场的重要工具,是营销创意的产生的主要来源。行销队伍可致力于为“90后”量身定制产品和线路,对旅游资源和产品系统化、科学化和个性化营销。
  
古田会议景区可以专门设立营销部门,并以制度保障、激励他们的创意营销和成果,联合政府和企业进行奖励。
  
(2)营销观念的转变是灵魂,一是要认清“90后”的个性和旅游需求是独特的,开发的红色旅游产品要符合“90后”的个性需求。如武乡县打造中国唯一的“体验式”红色旅游主题公园———八路军文化园和游击战体验园,这对“90后”是倍感新鲜和吸引力的。
  
古田会议景区业也可为“90后”量身定做像武乡县又富有本地特色的富有体验性、趣味性、知识性的产品;二是要顺应旅游需求,也要引导和创造消费需求。景区要深入调查探究“90后”的消费热点及发展趋势。
  
打造让传统和时尚结合的商业圈,如怀旧与潮流并举的厦门“老知青”红色饭馆深受年轻人的欢迎。
  
(3)营销手段的进步是引力,一是要针对“90后”爱上网的特征,要积极地进行网络营销和电子化商务建设,进驻微博、开设QQ认证空间等实时发布最新的旅游信息和优惠措施。如古田会议景区与腾讯微博联手面向全国微博网民公开征集《我要去古田》为主题的歌曲和微视频,吸引微博用户和“90后”的关注。
  
二是要利用学生带动学生,与高校学生联合会社团组织合作,寻找高校学生代理营销,培养一流的高校学生服务和营销团队。古田景区可与福州大学城等高校联合举办夏令营等活动以扩大影响力。
  
三是积极利用价格优惠、增加产品附加值等方式吸引“90后”参与红色旅游。
  
(4)营销内容的整合是根本,针对“90后”的体验需求开发出动感趣味的旅游产品和开发出别样的旅游线路。营销内容要彰显“90后”主要需求,也要体现“吃、住、行、游、购、娱”等综合个性化需求上。
  
开展立体化的区域旅游合作宣传,与当地其他相关产业进行捆绑宣传,共同造势。如到福建龙岩提出“访古田圣地,览客家土楼,游冠豸山水”,积极推进中央苏区旅游资源的区域协作,打造跨越粤东、闽西、赣南的最长红色旅游线路。
  
无形之中树立“90后”心目中独特的红色旅游品牌。把古田会议旧址所在的古田镇红色旅游,和周边的五龙村乡村旅游、梅花山中国虎园游览、红豆杉园生态旅游连成一片向“90后”整体营销。
  
全面整合旅游资源,丰富体验内容对红色旅游资源的开发,不能采取简单、粗放的发展模式,要突破“红色”限制,必须走复合型开发之路,不要拘泥于纯粹的“红色”旅游,一方面,即将红色旅游资源与自然生态、历史文化、民族风情等紧密结合起来开发特色鲜明的旅游项目,如将我省古田会议遗址与永定土楼相串联,将土楼文化与古田会议净胜相结合,让游客在获得视觉享受的同时得到精神上的升华。且逐步改善和提高展馆档次,改变展览形式,使表现手段更加科学化、现代化;另一方面,利用多样化的旅游资源,丰富红色旅游产品的活动内容,红色旅游要主动串联度假休闲、保健养生、会议会展形成当地旅游产业链,增加红色旅游产品的趣味性、参与性和生动性,开设一些体验式、参与式、模拟式的旅游项目,把红色旅游做“活”、做“新”、做“特”,才能增强红色旅游的吸引力,让旅游者尤其是“90后”能积极参与其中,迎合“90后”的爱好需求。
  
创新青春红色文化,赋予时代内涵红色文化要延续生命力和活力就必须注入时代精神,将历史与当代结合,不断拓宽红色精神的领域和实质。因此红色旅游针对“90后”旅游市场开发应与时俱进,提升品质。
  
使“90后”在一个个活动、一场场体验、一个个故事里体验红色文化精髓、领会自强不息、团结奉献、乐观无畏的红色精神。休闲时代的步伐渐行渐近,红色旅游如何在轻松娱乐为主的时代青春永驻呢?一些旅游界资深人士纷纷表示,红色旅游不单单是一种颜色,应积极走体验式的修学旅游路线,以品牌化战略开拓国内外两大市场。
  
在休闲时代的红色旅游,应该是多色彩的、是富有创新与青春气息的,就是“有绿也有黄”。只有把红色人文景观和当地的绿色自然景观、把革命传统教育与当地的黄土文化结合起来,才能开发出有生命的红色旅游产品,进而促成红色旅游的可持续发展。
  
面对时代的飞速发展及由此产生的激烈的文化碰撞,培养“90后”用红色文化武装自己,坚守红色理念,用奉献和力量前行在社会主义的红色大道上。
  
  
点击下载该文档word版：
  
  
  
  
类似文档请点击tags标签查看，或者站内搜索：