

---

# 探析品牌塑造中益阳市全域旅游建设困境研究

邹杰婷<sup>1</sup>

(湖南工艺美术职业学院, 湖南 益阳 413000)

**【摘要】:** 随着旅游市场竞争的日益激烈,以往单个景点独立打造所形成单打独斗的局面已经发生改变,全域旅游方兴未艾,逐渐在旅游市场中崭露头角。益阳市作为兼有优美自然景观与历史文化底蕴的城市,在全域旅游发展的背景下,利用塑造旅游品牌的巨大优势,如何从当前的困境中跳出来,实现全域旅游的深入发展成为益阳市目前需要重点解决的问题。

**【关键词】:** 品牌塑造 益阳市 全域旅游 文化

**【中图分类号】** F326.12 **【文献标识码】** A

全域旅游作为旅游业发展的新概念,对催生旅游业新生机、实现可持续发展具有重要价值,其从景区观光向地域深度符合发展的趋势,更能够适应游客从群体性、团队性向分散化发展的客观现实。本文将基于品牌塑造,对益阳市全域旅游建设困境的解决展开探究。

## 1 品牌塑造中益阳市全域旅游建设的基本情况

### 1.1 全域旅游的概念与意义

近几年来,随着旅游景点的趋同化和产品的单一化,游客对旅游的热情有所下降,在为旅游业发展开辟新道路的过程中,“全域旅游”作为促进实现现有旅游资源整合盘活的新概念被引进新型旅游模式的构建中。全域旅游即在特定的地域范围内,有机整合该区域内的包括景点、生态环境、相关服务业与经济产业等在内的各种旅游资源,通过资源在该区域内的共享推动区域整体饮食业、运输业等相关产业的协同发展的发展模式。

全域旅游模式渗透了可持续发展理念与区域协调发展理念,“全域”不仅意味着旅游资源的全域覆盖,更意味着各行业领域的全面覆盖。首先,从旅游业自身发展的视角来看,“全域旅游”概念的提出丰富更新了区域发展理念,为旅游业的转型发展引入了新的模式,受此影响,游客的旅游热情能够重新激活,且旅游观念与消费观念也会发相应变化,有助于实现整个旅游行业的全面转型与重获生机。其次,从地域整体经济发展的视角来看,旅游业重获发展生机,周边的配套产业与旅游景区周边区域的经济都能够得到相应的发展。最后,从环保的视角来看,“全域旅游”倡导绿色发展的理念,力求创建高品质的生态旅游项目,因其与其他产业的联动,也会促进饮食、运输等行业的升级转型发展。

### 1.2 益阳市全域旅游建设的现状

在湖南省全面部署并推动“全域旅游”战略落实的大环境下,益阳市积极响应号召,为提高旅游服务品质,围绕全域旅游对各项旅游资源加以整合、开展招商活动引进投资、加强旅游项目的建设力度等,取得了不俗的成绩。以2017年益阳市汇整的资

---

**基金项目:** 益阳市哲学社会科学课题“基于品牌塑造的益阳全域旅游建设研究”(编号:2017YS35)。

料数据为例,仅上半年,益阳市共接待国内游客达 1903.46 万人次、接待入境游客达 7161 人次,两项数据分别同比增长了 78.49%、37.76%,旅游的综合收入更是实现了超 85% 的同比增长,达到 132.46 亿元的规模;但同样需要认识到的是,益阳市的旅游品牌塑造尚不明确,且在高达 1903.46 万人次的国内游客中,湖南省游客占比超过 70%,也就是说,益阳市全域旅游发展成果的取得,目前还主要是依靠省内游客的支撑,在旅游资源的号召力与吸引力建设方面还有很大的提升空间,也因此导致益阳市在全域旅游建设中遭遇困境。

## 2 品牌塑造中益阳市全域旅游建设困境分析

### 2.1 市场宣传不到位

在推进全域旅游的过程中,益阳市在营销宣传模式上仍旧在很大程度上沿袭着传统,在宣传的对象、方式与范围上呈现出单一化的问题。首先,在旅游宣传对象上,益阳市的很多旅游景区之间还处于彼此独立的状态,每个景区都只介绍本景区内部值得游玩的景点,而这样做带给游客最直接的观感就是可玩景点少、游玩项目单一、吸引力不足,很难吸引回头游客。其次,在旅游宣传方式上,益阳市仍旧将旅行社与社区作为主要的宣传营销渠道,基本是通过组织参与旅游交易会与招商会、设置广告牌等的具体方式进行宣传,遍地撒网,方式单一且潜在消费人群的转化率低,无法吸引更多游客。最后,在旅游宣传范围上,益阳市将宣传范围主要锁定在本市、本省以及附近的省市如湖北省等,宣传范围小,没有将其推广到全国各个省市,这也是益阳市全域旅游战略推行后,大部分游客来自于湖南省省内的重要原因。

### 2.2 旅游市场定位模糊

一个地区要发展旅游业,确定区别于其他地区的旅游市场定位是首先需要解决的问题,因为它在极大程度上决定了该地区旅游资源投入与分配的合理性,以及是否能够最大限度地发挥其对区域经济的带动作用,对于之后旅游业发展主题形象的设计、配套产业设施的完善、投资方向与推广方向的确定。当前,之所以出现大量游客对国内旅游景点的热情大打折扣的情况,主要是因为很多旅游区域对自身的市场定位模糊,没有成功塑造品牌形象,导致游客对很多旅游景点的印象模糊,产生千篇一律的旅游感受,益阳市在全域旅游建设中就存在这一问题。益阳市在宣传中,没有充分认识到市场定位明确的重要性,多是将景区中的景点实体作为宣传因素加以推广,对自身的旅游形象未作出明确的规划和合理的定位,景区之间缺乏关联性,没有明显区别于其他旅游景区的特征和标志,难以给游客留下深刻印象。

### 2.3 旅游资源开发不充分

旅游资源的整合和充分开发是旅游业蓬勃发展的重要保障,益阳市的旅游发展虽在一系列措施后取得了一定的成就,但因为缺乏资源的整合与开发,导致后劲不足,旅游业的长期持续发展难以为继。首先,旅游资源零散分布。益阳市为了推进全域旅游的发展,先后编制了一系列的旅游规划和专项规划,并初步建立起了多层次的全域旅游发展格局,但部分城镇城府和旅游企业没有实现良好对接,导致旅游资源未能得到充分的整合,以碎片化的形式呈现给游客,旅游吸引点不足。其次,旅游业的配套产业建设不尽如人意。益阳市在打造品牌形象时,没有将旅游与当地的经济、文化与工业等充分融合,与其他产业、产品缺乏统一的规划性营销,导致旅游产品缺乏新意、旅游服务水平不高,严重影响了益阳市全域旅游发展对外形象的塑造。

## 3 品牌塑造中益阳市全域旅游建设方案

### 3.1 加大市场宣传力度

第一,在宣传对象上方面,在凸显每个景区特色性的基础上,探寻景区之间的关联性,基于益阳市的传统文化与历史积淀,赋予每个景区以文化底蕴,不再单纯地通过介绍景区外在客观的情况来推广景点。在介绍特定景区的同时对其他景区的景点润物无

声地加以推广,使游客能够在游玩了该景区之后萌生继续游玩益阳市其他景区的欲望,真正带动全域经济的协同发展。第二,在宣传方式方面,不再局限与传统的广告牌、旅行社路线和贸易会等推广方式,加大投资与扶持力度,实现营销方式的多元化,如旅游网络媒体宣传、旅游体验宣传与旅游互动宣传等方式的综合采用。通过旅游网络媒体宣传实现线上线下的联合推广,选择影响较大的平台适时投放旅游宣传片;通过旅游体验宣传,组织游客参与安化黑茶等的采摘烘焙体验活动,优化游客的体验感;通过旅游互动宣传,带动游客参与到旅游知识竞赛和旅游景点拍摄比赛互动中,既能够加深游客对景点的印象,也能够通过这部分游客的宣传增强景点对外的吸引力,树立良好的口碑。第三,在宣传范围方面,一方面,将宣传的范围从附近省市扩展到全国范围乃至国外,通过地域间的风情差异、地貌差别、经典特色形成差别化的吸引力;另一方面,还应当将市内居民划入宣传范围,通过向其宣传全域旅游知识让其了解政府政策以及与其切身利益的利害关系,引领市内居民配合全域旅游建设,提高居民认可度的同时,促使居民自发参与到全域旅游建设工作中,树立对外的良好城市形象。

### 3.2 明确旅游市场定位

湘潭大学商学院教授在“社科专家服务团益阳行”活动会议上强调,“没有文化作为基础的旅游,是不可持续的旅游,是没有灵魂的旅游”。缺乏文化内涵的旅游是浮于表面,不能对游客真正形成吸引。益阳市的历史悠久,文物古迹留存丰富,完全可以以“历史文化名城”的市场定位推广全域旅游。益阳市既有益阳弹词、花鼓戏、小郁竹艺、快板等民俗文化,又有回族文化、土家文化、苗族文化等少数民族文化;既涉及佛教、道教、伊斯兰教等宗教文化,又不乏会龙山、白龙寺、碧云峰等名胜古迹。这些文化内涵资源都是可以充分挖掘并利用起来的,且对外来游客的吸引力要远高于自然景观的吸引力。益阳市除了是一个历史文化名城外,还是一个山水城市,因水而兴,依江建城,所以也可以以“山水城市”的市场定位推广全域旅游。益阳市可以打出“休闲旅游”的旗号,重点发展以洞庭湖为核心的生态文化。如可以打造沅江五湖生态水城,融汇文化展示、观光旅游与政务服务,综合提供水上运动、湿地旅游、商业购物、休闲接待等多种服务。

### 3.3 整合开发旅游资源

益阳市在明确自身市场定位的基础上,需要对全域旅游资源进行整合。首先,要充分利用自身的资源优势,深入开发益阳市的旅游资源。益阳市可以在新资江十景着力打造国家级景区,以石门坎、飞瀑流泉、会龙山等自然观光景区塑造旅游品牌。其次,利用自身文化优势,打造益阳市旅游文化景观,益阳市作为周立波、曾士峨、段德昌等的诞生地,文化底蕴是其他地域所不可比拟的,有物质文化遗产如周立波故居、周扬故居、陶澍故里等具有地方特色的民居与群落,有非物质文化遗产如益阳弹词、花鼓戏、小郁竹艺等,这些文化资源都可以成为已验证发展全域旅游大力开发推广的文化景观。再次,发展特色旅游产品。当前缺乏核心特色旅游产品是阻碍益阳市全域旅游进一步发展的重要原因,在这种情况下,益阳市需要发展特色旅游产品,打造专属文化名片。例如,可以将安化黑茶作为重点旅游产品进行推广,将茶文化作为益阳旅游发展的文化符号,提升旅游市场竞争的文化软实力。最后,完善益阳市配套产业建设,将各项相关产业连成一线,探索全域旅游发展的全产业链条,凝聚产业合力,开展统一规划,全面提升旅游的服务质量和水平。

#### 参考文献:

- [1]王昆欣. 全域旅游发展的若干思考[J]. 旅游导刊, 2018(01).
- [2]宋瑞. 如何看待和发展“全域旅游”[J]. 旅游导刊, 2018(01).
- [3]张艳菊, 蒲莎莎, 水文静, 等. 全域旅游:时代背景、研究内容与研究展望[J]. 生产力研究, 2018(01).