

# 《文旅发展大趋势 用户洞察新思维 文旅营销新矩阵》

主讲：王成慧老师

## 【课程背景】

近年来各地通过深入挖掘地方文化资源，提供独特的旅游体验，开发建设文旅项目，吸引了大量游客，为当地经济发展注入了新的活力，创造了大量就业机会。在行业发展中，一些文旅项目凭借独特的地理环境、自然生态景观和丰富的文化资源，取得了较好的成绩。例如，杭州西溪印象城以其独特的江南水乡风情吸引了大量游客，成为杭州的一张文化名片。苏州同里古镇则通过保护传统建筑和推广苏州文化，成为了苏州市的重要旅游景点。但也有诸多文旅项目由于仓促上马、缺乏特色、业态单一、运营混乱、资金链断裂等种种原因，这些特色旅游项目既没有留住人气，也没有保住自己，令人唏嘘！同质化严重、过度商业化、产品单一是当前阻碍文旅项目发展的“三座大山”。经典文化旅游项目的广泛复制致使“千景一面”“千镇一面”“千村一面”，弱化了旅游地的原生吸引力；资本的逐利性打乱了文旅项目建设发展的正常的生命周期，同时也打破了文旅地应有的自然美感、文化氛围、古朴韵味和生活气息，降低了游客的消费体验；对文旅资源的挖掘和整合深度不足“扼杀”了打造新消费的可能，也阻滞了参与体验型产品的创新开发。在近年来诸多特色旅游景区景点和文旅小镇整改淘汰的背景下，文旅项目又该如何摆脱“死亡”困境，实现破局？

通过分析我国文化旅游产业发展面临的新机遇新挑战，学习文旅公司新赛道选择、新场景打造和新媒体营销矩阵的构建，掌握文旅营销新模式新策略，剖析借鉴国内旅游景区和旅游目的地新媒体营销的创新策划与新颖打法，探讨旅游景区和旅游目的地如何才能深植于在地文化的深入挖掘，朝着定位差异化、商业适度化、功能复合化的方向发展，如何才能通过创意营销策划，实现立竿见影的传播突破，打造真正“独一无二”的文化体验。

## 【课程收益】

了解我国文化旅游产业发展面临的新机遇新挑战  
学习文旅新场景打造和新媒体营销矩阵构建  
学习游客洞察的主要思维和方法  
掌握文旅新媒体营销策划思路与关键点  
剖析文旅创意营销方案设计与执行的做法

## 【课程对象】

地方政府分管文旅领导、文化旅游局负责人、文化旅游企业中高层管理者、战略管理人员和一线经营者。

## 【课程时间】

1天（6小时/天）

## 【课程方式】

专题讲授、案例讲解、实操演练、小组研讨等，并通过大量情景案例和案例的分析讲解使教学过程寓教于乐、深入浅出、贴近实际。

## 【课程大纲】

### 第一篇章 文旅发展新格局新战略

#### 一、文旅发展新格局

- 1.城市大休闲，乡村微度假
- 2.升级老项目，拓展新项目

- 3.强化老要素，融入新要素
- 4.世界级景区，综合式产品
- 5.发展夜经济，活跃夜旅游
- 6.运用新科技，拓展智慧游

课堂讨论：营张家口崇礼翠云山、承德滦平金山岭如何开展智慧旅游？

- 7.亲子驱动力，风口研学游

课堂讨论：西柏坡研学基地发展中存在哪些问题？

- 8.多业态融合，康养大赛道

课堂讨论：“翼旅春晖养老项目”产品打造与品牌定位

## 二、文旅战略新转型

- 1.以导游为中心的旅行社转型
- 2.以城市化为中心的酒店转型
- 3.以目的地为中心的景区转型
- 4.以沉浸式为中心的演艺转型
- 5.以营地为中心的自家车转型
- 6.以旅居为中心的度假区转型

案例：旅居云南——有一种叫云南的生活

- 7.以烟火气为中心的休闲转型
- 8.以生活为中心乡村民宿转型

## 第二篇章 打造文旅消费新场景

### 一、新生活新消费催生新场景

- 1.新生代新生活引领新需求
  - 新生代新消费取向
  - 沉浸式体验新需求
- 2.新消费催生文旅消费新场景
  - 文旅新场景的表现形式
  - 文旅新场景的业态特征
  - 文旅新场景的核心要义

案例：台湾后壁乡土沟村农村美术馆——文化艺术赋予乡村新场景

### 二、新场景推动文旅新融合新发展

- 1.“场景化”，文旅融合的大趋势

案例：百年渔村西岛——基于乡村生活的跨界创意

课堂讨论：德丰宁疏林草原生态休闲旅游度假的场景是什么？

- 2.“场景化”，全域旅游的下半场

案例：广州小洲村艺术场景设计

- 3.“场景化”，产业重构的新生态

课堂讨论：如何延伸冰雪旅游产业生态？

- 4.“场景化”，景区旅游的升级版

案例：河南济源五龙口景区的场景化升级

- 5.“场景化”，城市更新的新走向

### 三、新理念新技术造就文旅新场景

- 1.文化赋魂

案例：又见平遥——把晋商文化和百年平遥古城演绎

案例：浙江绍兴越王古都慢文化设计

课堂讨论：七里坪旅游地产的文化场景打造

2.业态赋形

案例：杭州西溪湿地的渔夫之旅

3.科技赋能

案例：无锡华莱坞景区则以影视产业+元宇宙技术

4.创意赋新

案例分析：中国陶唐都城文化遗址小镇创意设计

案例分析：江西兴国无极村的设计思路

5.生活赋美

案例：锦江夜游梦回锦官城

### 第三篇章 掌握用户洞察新思维 构建文旅营销新模式

#### 一、用户洞察需要新思维

1.问题思维

——锁定目标顾客（两大市场——我们真正了解银发市场和 Z 世代吗）

——找到顾客问题（案例：桃花山庄的产品打造）

——打破沟通障碍（案例：哈尔滨冰雪旅游出圈）

2.价值思维

——文旅产品价值三要素

——文旅产品情绪价值三因素：生理唤起+认知标记+心理账户

——文旅产品情绪价值三个付费点：保障感、愉悦感、彰显感

3.内容思维

——创意营销（案例：河南济源五龙口的创意营销方案）

——内容种草（延伸分析：怎样运用新媒体进行旅游景区和目的地内容种草）

4.数据思维

——延伸分析：以数据思维做好景区营销方案

——延伸分析：2024 抖音旅游数据分析

5.社交思维

——游客的情感需要有哪些？如何提供情绪价值？

案例讨论：开封万岁山景区“王婆说媒”策划案例解读

案例讨论：“贵州村超”引爆旅游

6.场景思维

案例讨论：贵州朱砂小镇如何进行体验产品设计与营销推广

案例讨论：“淄博烧烤”火爆的背后逻辑与如何持续

案例讨论：“天水麻辣烫”现象剖析

7.跨界思维

案例：寻找柳州螺蛳粉小镇——美食与旅行的完美融合

8.玩具思维

#### 二、新媒体营销需要新战略

1.主题设计共情化，触动游客痛点

案例分析：大堡礁——世界上最棒的工作

2.内容设计娱乐化，激发游客笑点

案例讨论：南方小土豆

3.种草质量达人化，实现引流高效

案例讨论：欲说还休董宇辉

4.投放时间精准化，紧抓社会热点

5.媒体选择矩阵化，搭建分层传播

6.营商环境服务化，营造游区舒适点

案例：四川省洪雅县康养旅游的服务战略

案例：从“提灯定损”谈运营环境

7.话题持续互动化，增加游客黏性

**三、从 10 个网红案例分析如何做文旅新媒体营销**

1.重庆洪崖洞案例

2.河南中原小九寨案例

3.北京野生动物园案例

4.西安大唐不夜城案例

5.河南老君山案例

6.西安摔碗酒案例

7.四川稻城亚丁案例

8.江西武功山案例

9.青海茶卡盐湖案例

10.武汉欢乐谷案例