

全面提升 “浙东南·醉美山海”旅游品牌

2023年浙东南旅游联合会会员大会



◎ 记者 陈冲

7月10日—11日,2023年浙东南旅游联合会会员大会在台州三门县蛇蟠岛举行,来自浙东南旅游联合体台州、宁波、温州、绍兴、舟山共五地市文旅系统分管领导、处室负责人、联络员及浙东南旅游联合会会员单位负责人及市场营销人员参会。

浙东南旅游联合体自2004年成立以来,不断加强区域合作,打造区域旅游品牌,实现优势互补和共同发展,“浙东南·醉美山海”旅游线路已彰显出了巨大的品牌效应、经济效应和社会效应,正成为长三角文旅目的地的“黄金旅游线”。



五城全网联动大直播 台州送上互动礼包

本届轮值主席单位代表,台州市文化和广电旅游体育局宣传推广专班总负责人、四级调研员卜华胜,作了本届年度工作总结。他在总结中说,本届宣传推广活动以“奔‘富’浙山海 追‘光’浙东南”为主题,开展洛阳、合肥远程市场旅游推介促销,五城全网联动大直播,“百县千碗”美食体验官,五城自驾攻略创作大赛等全面立体的特色营销活动,各项活动均已圆满完成。



卜华胜表示,本次“浙东南远程推介及大直播”活动特别邀请洛阳日报、河南日报、河南新闻、河南在线、洛阳信息网等超9家洛阳媒体,以及安徽日报、合肥在线、新安晚报、合肥电视台等超13家合肥媒体,以视频、图文稿件报道等多样化的方式对活动开展宣传。活动还邀请了超38家新媒体渠道、25家新媒体大号,总计发布185篇图文和视频。除此之外,活动还邀请微博总粉丝超852.8万、全网总粉丝超2876.3万的直播达人对现场活动进行实时直播,直播观看量超482.6万;同时邀请微博粉丝超1838.4万、全网粉丝超8652.3万的8位文旅达人在微博、今日头条、搜狐、百度、携程、去哪儿、腾讯、马



蜂窝等对此次活动通稿进行发布,文章阅读量超3092.3万,同步创建#浙东南全网联动大直播#微博话题,话题阅读量超1427.1万,讨论次数超4531次。

会上,还举行了浙东南旅游联合体轮值主席单位交接仪式,本届轮值主席单位台州市文化和广电旅游体育局副局长於云国将“浙东南旅游联合体轮值主席单位”牌匾移交给下一届轮值主席单位温州市文化广电旅游局副局长马知遥。

温州市文化广电旅游局产业发展处副处长金莉莉在会上就2024浙东南联合体宣传方案进行了介绍。她表示,为了进一步加大浙东南五市文化旅游资源区域联动,加大省内市场、长三角客源市场推广,拓展境内外远程客源市场,全面提升“浙东南·醉美山海”旅游品牌,招徕更多游客来浙东南五市旅游,特制订“诗画浙东南·活力六重秀”浙东南旅游联合体2024年度市场营销推广方案。

同时,文化和旅游部智库专家、工信部工业文化发展中心专家、浙江省旅游发展研究中心研究所所长邓德智以“旅游目的地品牌营销再思考”为题进行了授课。

邓德智说,对于消费者而言,旅游更加注重感官体验,玩什么、吃什么、看什么并不重要,重要的是心情愉悦,获得内心的释放。换言之,“感官体验”才是吸引消费者关注的核心,要加强品牌的“三要素”构建,即为清晰的形象战略+实质的内容+鲜明的符号,而品牌营销要做到“四转变”,即从“营销城市”到“运营城市”;从“对外传播”到“由内至外传播”;从“目标受众”到“社群城市”;从“品牌营销”到“文化营销”。总之,城市品牌化思维是一种全域整合发展的理念。

此外,浙东南旅游联合会会员单位还进行了线路产品交流体验采风活动。

