

文旅深度融合下漳州全域旅遊營銷策略 The All-for-one Tourism Marketing Strategy of Zhangzhou under Deep Integration of Culture and Tourism

張菊香^{1*}
Ju-Xiang Zhang

摘要

在文化產業與旅遊產業逐漸深度融合的趨勢下，旅遊產業的發展迎來了新機遇。本文分析了漳州文脈及旅遊資源，提出全方位運用新媒體營銷、開展全國巡銷活動、深化漳台旅遊營銷合作等措施，以期促進漳州全域旅遊產業的發展。

關鍵詞：文旅融合、漳州、全域旅遊、營銷策略

Abstract

Under the trend of deep integration and penetration of cultural industry and tourism industry, the development of tourism industry has ushered in new opportunities. This paper analyzes the context and tourism resources of Zhangzhou, and puts forward some measures, such as using new media marketing in an all-round way, carrying out national tour marketing activities, and deepening the tourism marketing cooperation between Zhangzhou and Taiwan in order to promote the development of Zhangzhou's all-for-one tourism industry.

Keywords: Cultural Tourism Integration, Zhangzhou, All-for-one Tourism, Marketing Strategy

1. 引言

文化是旅遊的靈魂，旅遊是文化的載體，文化產業與旅遊產業深度融合是當前大勢所趨，是產業發展升級的重要途徑。漳州全域旅遊資源豐富，自然景觀優美，人文景觀豐富，歷史底蘊深厚；在文旅融合的大背景下，如何進一步挖掘現有旅遊資源，從地方特色文化出發，充分運用新媒體等渠道開展旅遊營銷，增強旅遊競爭力，是漳州全域旅遊營銷工作需要解決的問題。

2. 漳州文脈和旅遊資源分析

2.1 文脈分析

漳州是國務院公佈的歷史文化名城（1986年）。漳州文化底蘊深厚，歷代名人輩出，包括明代《東西洋考》作者陸燮、清初“閩海才子”黃道周，近現代文化名人、大師許地山、楊騷、林語堂等。

¹ 廈門大學嘉庚學院管理學院副教授 14827686@qq.com*通訊作者

* 基金項目：2021年漳州市哲學社會科學研究規劃課題：完善漳州國家歷史文化名城保護機制研究，文史（社會管理）類 No. 49；2019年廈門大學嘉庚學院預研項目：旅遊真實性理論視域下地方性文化遺產旅遊的可持續發展研究（YY2019W03）。

漳州地處閩南金三角，由於臨海區位、兩省三市交界的地理位置以及衣冠南渡、八姓入閩、明清海運等歷史演變，使得漳州具有閩南文化、閩西文化、潮汕文化、閩越文化、中原文化與海洋文化等多元文化交融並存的特點，呈現出閩南文化地理單元中專屬漳州地區的亞文化現象。例如漳州人文性格，以閩南人的精神特質為主體，又有與閩南其他地區“敢拼會贏”精神不同的“小富即誇、貪圖安逸”的特質，總體表現出勤勞儉樸、崇道重教、樂天知命、安土重遷的獨特文化。

漳州民間文藝豐富多彩，如布袋木偶戲、獮劇、錦歌、竹馬戲蹈等。各類非物質文化遺產眾多，具有代表性的有漳繡、八寶印泥、片仔癀、剪紙、克拉克瓷、華安玉、木版年畫等。居民有漢族、余族、高山族等 21 個民族；方言為閩南語、少數客家語及潮州話；民間信仰開漳聖王、保生大帝、關帝等。

漳州歷史遺存豐富，南靖、華安土樓群被列入世界文化遺產名錄，漳州月港是明代中後期海上絲綢之路唯一合法的始發港。行走古城，竹篙厝、胭脂磚、燕尾脊、圓枋脊等古老的建築元素點綴著傳統的院落大厝，伽藍廟、徐氏家廟、番仔樓、教堂、古石板路……隨處可見歷史印記。

除了歷史文物，漳州注重傳統文化的傳承，保護炭精畫、打白鐵、竹編等漳州傳統手工藝，積極推動詔安書畫、華安玉石、漳浦剪紙、長泰龍人古琴、平和奇蘭等文化產業的發展。

2.2 旅遊資源分析

漳州擁有金色的世遺土樓、藍色的濱海資源、綠色的山川田園、紅色的經典文化、五彩的花海林海等豐富資源，是千年歷史文化名城和中國優秀旅遊城市。漳州旅遊資源種類豐富，據統計，共有世界文化遺產 1 處五個點，國家 5A 級旅遊景區 1 個、4A 級 12 個、3A 級 3 個，鄉村旅遊點 75 個、旅遊扶貧村 38 個、觀光工廠 6 家、創建全域旅遊示範區 3 個、全國紅色旅遊經典景區 3 個。漳州擁有一批享譽盛名的旅遊景區，如南靖土樓、雲洞岩、東山風動石、三平風景區、濱海火山國家地質公園等。

3. 文旅融合下漳州全域旅遊品牌營銷與傳播

3.1 借助傳統媒體營銷傳播

漳州市政府可以借助各種傳統媒體，即電視、報紙、期刊、雜誌、戶外廣告、車載廣告、燈箱廣告等方式，將全域旅遊品牌及其蘊含的自然和人文特色傳播出去。例如，與旅遊雜誌《旅遊世界》合作，以軟文形式推出旅遊專題，詳細介紹南靖土樓、漳州古城、濱海火山地質公園等代表性景區，面向旅行社、旅遊自媒體大咖和旅遊會展上發放和推介。在重點客源市場投放“濱海古城、花樣漳州”為主題的車體廣告；在福建經濟電臺、福建交通廣播電臺等，覆蓋全省且受眾面廣的電臺開展旅遊宣傳（肖紅豔，2017）。

目前，漳州市政府已拍攝《五湖四海·花樣漳州》城市旅遊宣傳片（約 1.5 分鐘）、《大美福建：漳州旅遊》（約 4 分鐘）、《城市風采：福建漳州》（約 9 分鐘）等城市形象宣傳片，並在國內優酷、騰訊視頻、愛奇藝視頻、土豆視頻，國外美國紐約時代廣場等知名平臺上播放，內容涵蓋漳州古城、中山公園、雲水謠、南靖土樓、東南花都、火山島、風動石等著名景點，充分展現漳州城中有林、城中有花、城中有湖的“生態+”魅力。

漳州市政府可考慮拍攝新版的旅遊形象宣傳片，以“濱海古城、花樣漳州”為主題，邀請專業團隊拍攝，內容不僅涵蓋漳州知名景區，還包括歷史文化、民俗活動、傳統

手工工藝品、美食等，全方位展現漳州深厚的文化底蘊和淳樸的民風民俗，展示漳州“高顏值、高人文”的花園城市形象，並在省內周邊城市廈門、龍岩、泉州、莆田、福州等重點客源市場的電視臺播放；此外，還可考慮邀請宋城集團打造“漳州千古情”，充分挖掘漳州古城文化，將歷史上開漳聖王陳元光的傳奇故事、月港“海上絲綢之路”的繁華商貿歲月、道教佛教等宗教文化傳播的美麗傳說等故事，以旅遊演繹作品的形式呈現於舞臺，讓遊客欣賞陶醉于漳州悠久的文化。

3.2 加大官方媒體宣傳力度

官方網站是城市旅遊目的地新聞資訊獲取的重要渠道，同時也是城市旅遊品牌和形象的展示窗口，可信度高。目前，漳州文化和旅遊局網站（wlj.zhangzhou.gov.cn），主要傳播旅遊政務，面向旅遊從業者和相關機構，發揮信息展示和信息實施披露等功能。為了更加有效傳播漳州全域旅遊資訊，提升漳州旅遊品牌形象，建議漳州市旅遊發展委員會網站設置“全域旅遊”專欄，採用高清美圖和視頻短新聞，對漳州全域旅遊資源和人文風情進行充分傳播；同時頁面設計增加層次感，色彩搭配增加美感與質感，使網站更加美觀。

目前，漳州文化和旅遊局在新浪設立了官方微博賬號“花樣漳州文旅之聲”，主要以圖文的形式介紹漳州旅遊線路及美食。官方微信公眾號名稱亦為“花樣漳州文旅之聲”，包含“文旅之聲”、“最新活動”和“諮詢服務”三大板塊，內設“週末遊玩推薦”、“十佳系列”、“踏青賞花”、“展會展覽”、“攻略搜索”等內容，詳細介紹漳州全域景點、餐館、玩樂等信息，提供旅遊目的地攻略，內容以圖文的方式呈現。建議官方微博和微信公眾號從以下兩方面進行完善：

第一、增加短視頻內容。基於當下網絡用戶視覺化的信息消費習慣，建議以遊客喜愛的短視頻方式介紹漳州全域旅遊信息，短視頻的時間以30秒至5分鐘內為宜，具備較高推送頻率，適宜遊客在多場景下觀看（易波，2021）。

短視頻內容涵蓋：(1) 漳州本地特色民俗文化活動，例如開漳聖王巡安民俗、布袋木偶戲、歌仔戲表演、南音表演等，運用新中式古韻風格吸引遊客；(2) 涵蓋漳州知名旅遊景點，例如雲洞岩、雲水謠、風動石、南靖土樓等，運用文藝清新手法展現唯美畫面；(3) 涵蓋漳州美食，例如沙茶面、海蠣煎、鹵面、四果湯、咸豆花、麻糍、東山鮑魚、南勝咸水鴨等，採用類似《舌尖上的中國》拍攝手法展現，讓遊客全面瞭解漳州這座城市的美麗文化與美景美食。

第二、增強內容互動性。例如，可以舉辦“漳州優質旅遊線路設計推廣活動”，積極鼓勵海內外的旅行社、旅遊OTA平臺、旅遊達人等，挖掘漳州全域旅遊資源要素，結合團隊游、自由行、自駕遊等多種方式，設計不同主題的優質旅遊線路；另外，可發起廣大粉絲參與的互動活動，例如“穿越漳州”、“轉角遇見歷史”街拍短視頻大賽、“漳州美食烹飪”短視頻大賽等，粉絲上傳自己拍攝的短視頻，根據點贊率評選名次、發放獎金。

3.3 借力社會化新媒體營銷傳播

隨著信息技術的發展，以互聯網和移動網絡為媒介的各類社會化新媒體，比如新聞資訊平臺、社交平臺、視頻平臺、OTA平臺、知識分享平臺、直播平臺等，已成為人們生活中重要的信息渠道源。漳州市政府要充分運用社會化新媒體開展營銷傳播，使漳州全域旅遊信息更具互動性與共享性，提升漳州旅遊品牌形象（馬冰瓊，2021）：

第一，可借助今日頭條、騰訊新聞、網易新聞這些影響力大的新聞資訊平臺，進行優質的旅遊內容傳播。可與新聞資訊平臺合作，及時推送漳州旅遊會展新聞、旅遊節慶活動報道等內容，在移動互聯網上獲得更多關注度和曝光量，提高漳州旅遊品牌知名度。

第二，可借助愛奇藝、騰訊、優酷、嗶哩嗶哩、土豆、樂視、芒果等視頻平臺傳播漳州全域旅遊品牌形象。不僅可在平臺上播放“濱海古城、花樣漳州”旅遊形象宣傳片，還可以借力熱門視頻的內容植入，導流效果強，傳播漳州旅遊品牌形象。例如，在《嚮往的生活》、《極限挑戰》等熱門視頻放映前，播放全域旅遊品牌廣告（即貼片廣告），在熱門視頻中巧妙地植入隱性廣告，如回憶漳州歷史文化，討論漳州旅遊經歷等。

第三，與攜程網、途牛網、同程網等旅遊電商平臺（OTA）合作，充分借力他們的渠道和媒介的作用，開設漳州全域旅遊專欄，展示與傳播漳州旅遊資源信息，借助各旅遊電商平臺的大數據，進行遊客畫像分析，共同開發漳州全域旅遊的跟團遊、自助遊、親子遊和定制遊等專業化、個性化的旅遊產品；同時借助旅遊電商平臺的多元業務體系，為遊客提供漳州旅遊產品查詢、預定、遊記分享和美食、酒店住宿、交通等各類信息獲取的一站式服務。

第四，在知乎、百度貼吧和豆瓣等知識分享平臺上，發佈漳州旅遊資源概況、歷史人文、民風民俗、生態自然和地理地域風貌等知識，傳播漳州全域旅遊核心資源和旅遊環境；同時，可以組建專業的UGC採編團隊，撰寫發佈集趣味與創新與一體的漳州全域旅遊攻略、漳州特色玩法；或者是依託情感經歷或真實故事，展現漳州旅遊調性和旅遊主張的旅記，提升漳州旅遊品牌知名度。實踐證明，類似故事化或者貼合熱點的優質內容，往往能高度觸發二次傳播。

第五，可在抖音、快手、火山、西瓜等網絡直播平臺開展互動傳播，邀請本土網紅在直播平臺“現身說法”，大力推薦家鄉的特色文化、特色美景、特色美食，借助網紅的粉絲影響力，展示漳州旅遊的獨特性和吸引力（劉乃睿與薛偉蓮，2021）。

3.4 開展全國大型巡銷活動

漳州市政府可組織各區文旅局及重點旅遊企業、景區組團參加全國各大型旅遊博覽會、交流會等活動，加強對外宣傳營銷推廣力度，促進旅遊部門、企業與外地旅遊業界的交流。例如，參加廣州國際旅遊產業博覽會、高鐵經濟帶旅遊博覽會等活動；同時，廣泛地在國內一、二線城市開展“濱海古城、花樣漳州”漳州全國大巡銷，開展旅遊推介營銷，圖文展示漳州古城、南靖土樓、東山馬鑾灣、雲水謠、濱海火山公園等名景，圖文展示漳州世遺土樓、濱海風光、祖地尋根、溫泉休閒、觀光農業等特色旅遊線路，講述漳州人文故事，現場發放宣傳手冊、提供遊客諮詢服務展示等，展示漳州特色文化旅遊資源，傳播“高顏值、高人文”的漳州魅力，提升漳州旅遊的知名度。

3.5 深化漳台旅遊營銷合作

漳州地處福建南大門，與臺灣隔海相望，是臺胞主要祖籍地，也是著名僑鄉。漳台兩地語言相通、習俗相同、文化相連；臺灣現有四大民間信仰，除媽祖外，關帝、保生大帝、開漳聖王三尊神祇的祖廟都在漳州。近年來，漳州發揮文化優勢，開展對台文化旅遊交流，如舉辦了海峽兩岸花博會、漳台族譜對接成果展、開漳聖王文化節、林語堂國際學術研討會等。

漳州市政府要進一步充分利用對台區位優勢，秉持“兩岸一家親”理念，深化漳台

旅遊營銷合作：一是深化漳台旅遊營銷融合發展，策劃“海峽兩岸旅遊節”系列活動，培育廈金精品旅遊線路，打響“漳台旅遊一體化”品牌，探索建立資源共享、人員自由往來、旅遊客源互送、信息互通的“漳台旅遊協作區”；二是爭取臺灣遊客旅遊便利化政策，繼續爭取臺胞來漳旅遊獎勵、漳台自由行等政策；三是拓展臺胞來漳旅遊市場，重點推動海峽兩岸青少年研學旅遊，充分發揮旅遊在增進兩岸情感交流中的重要作用，也擴大漳州旅遊在臺灣的知名度和美譽度。

參考文獻

1. 肖紅豔（2017）。基於新媒體的城市旅遊目的地整合營銷探究—以洛杉磯為例（未出版之碩士論文）。北京：北京第二外國語學院。
2. 易波（2021）。基於抖音短視頻的城市旅遊營銷研究—以信陽為例。行政事業資產與財務，10，39-40。
3. 馬冰瓊（2021）。新媒體下的廣西文化旅遊傳播—評《旅遊景區新媒體營銷策略：基於旅遊景區與旅遊者的雙重視角》。新聞與寫作，6，116-116。
4. 劉乃睿、薛偉蓮（2021）。“互聯網+全域旅遊”發展策略研究—以遼寧省大連市為例。科技與經濟，34(3)，56-60。

收稿日期：2021-07-31

責任編輯、校對：柯郁馨、曾奕婷