

文旅深度融合下漳州全域旅游营销策略 The All-for-one Tourism Marketing Strategy of Zhangzhou under Deep Integration of Culture and Tourism

张菊香^{1*}

Ju-Xiang Zhang

摘要

在文化产业与旅游产业逐渐深度融合的趋势下，旅游产业的发展迎来了新机遇。本文分析了漳州文脉及旅游资源，提出全方位运用新媒体营销、开展全国巡销活动、深化漳台旅游营销合作等措施，以期促进漳州全域旅游产业的发展。

关键词：文旅融合、漳州、全域旅游、营销策略

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

文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体，文化产业与旅游产业深度融合是当前大势所趋，是产业发展升级的重要途径。漳州全域旅游资源丰富，自然景观优美，人文景观丰富，历史底蕴深厚；在文旅融合的大背景下，如何进一步挖掘现有旅游资源，从地方特色文化出发，充分运用新媒体等渠道开展旅游营销，增强旅游竞争力，是漳州全域旅游营销工作需要解决的问题。

2. 漳州文脉和旅游资源分析

2.1 文脉分析

漳州是国务院公布的历史文化名城（1986年）。漳州文化底蕴深厚，历代名人辈出，包括明代《东西洋考》作者陆燮、清初“闽海才子”黄道周，近现代文化名人、大师许地山、杨骚、林语堂等。

¹ 厦门大学嘉庚学院管理学院副教授 14827686@qq.com*通讯作者

* 基金项目：2021年漳州市哲学社会科学研究规划课题：完善漳州国家历史文化名城保护机制研究，文史（社会管理）类 No.49；2019年厦门大学嘉庚学院预研项目：旅游真实性理论视域下地方性文化遗产旅游的可持续发展研究（YY2019W03）。

漳州地处闽南金三角，由于临海区位、两省三市交界的地理位置以及衣冠南渡、八姓入闽、明清海运等历史演变，使得漳州具有闽南文化、闽西文化、潮汕文化、闽越文化、中原文化与海洋文化等多元文化交融并存的特点，呈现出闽南文化地理单元中专属漳州地区的亚文化现象。例如漳州人文性格，以闽南人的精神特质为主体，又有与闽南其他地区“敢拼会赢”精神不同的“小富即夸、贪图安逸”的特质，总体表现出勤劳俭朴、崇道重教、乐天知命、安土重迁的独特文化。

漳州民间文艺丰富多彩，如布袋木偶戏、芗剧、锦歌、竹马戏蹈等。各类非物质文化遗产众多，具有代表性的有漳绣、八宝印泥、片仔癀、剪纸、克拉克瓷、华安玉、木版年画等。居民有汉族、畲族、高山族等 21 个民族；方言为闽南语、少数客家语及潮州话；民间信仰开漳圣王、保生大帝、关帝等。

漳州历史遗存丰富，南靖、华安土楼群被列入世界文化遗产名录，漳州月港是明代中后期海上丝绸之路唯一合法的始发港。行走古城，竹篙厝、胭脂砖、燕尾脊、圆枋脊等古老的建筑元素点缀着传统的院落大厝，伽蓝庙、徐氏家庙、番仔楼、教堂、古石板路……随处可见历史印记。

除了历史文物，漳州注重传统文化的传承，保护炭精画、打白铁、竹编等漳州传统手工艺，积极推动诏安书画、华安玉石、漳浦剪纸、长泰龙人古琴、平和奇兰等文化产业的发展。

2.2 旅游资源分析

漳州拥有金色的世遗土楼、蓝色的滨海资源、绿色的山川田园、红色的经典文化、五彩的花海林海等丰富资源，是千年历史文化名城和中国优秀旅游城市。漳州旅游资源种类丰富，据统计，共有世界文化遗产 1 处五个点，国家 5A 级旅游景区 1 个、4A 级 12 个、3A 级 3 个，乡村旅游点 75 个、旅游扶贫村 38 个、观光工厂 6 家、创建全域旅游示范区 3 个、全国红色旅游经典景区 3 个。漳州拥有一批享誉盛名的旅游景区，如南靖土楼、云洞岩、东山风动石、三平风景区、滨海火山国家地质公园等。

3. 文旅融合下漳州全域旅游品牌营销与传播

3.1 借助传统媒体营销传播

漳州市政府可以借助各种传统媒体，即电视、报纸、期刊、杂志、户外广告、车载广告、灯箱广告等方式，将全域旅游品牌及其蕴含的自然和人文特色传播出去。例如，与旅游杂志《旅游世界》合作，以软文形式推出旅游专题，详细介绍南靖土楼、漳州古城、滨海火山地质公园等代表性景区，面向旅行社、旅游自媒体大咖和旅游会展上发放和推介。在重点客源市场投放“滨海古城、花样漳州”为主题的车体广告；在福建经济电台、福建交通广播电台等，覆盖全省且受众面广的电台开展旅游宣传（肖红艳，2017）。

目前，漳州市政府已拍摄《五湖四海·花样漳州》城市旅游宣传片（约 1.5 分钟）、《大美福建：漳州旅游》（约 4 分钟）、《城市风采：福建漳州》（约 9 分钟）等城市形象宣传片，并在国内优酷、腾讯视频、爱奇艺视频、土豆视频，国外美国纽约时代广场等知名平台上播放，内容涵盖漳州古城、中山公园、云水谣、南靖土楼、东南花都、火山岛、风动石等著名景点，充分展现漳州城中有林、城中有花、城中有湖的“生态+”魅力。

漳州市政府可考虑拍摄新版的旅游形象宣传片，以“滨海古城、花样漳州”为主题，邀请专业团队拍摄，内容不仅涵盖漳州知名景区，还包括历史文化、民俗活动、传统

手工工艺品、美食等，全方位展现漳州深厚的文化底蕴和淳朴的民风民俗，展示漳州“高颜值、高人文”的花园城市形象，并在省内周边城市厦门、龙岩、泉州、莆田、福州等重点客源市场的电视台播放；此外，还可考虑邀请宋城集团打造“漳州千古情”，充分挖掘漳州古城文化，将历史上开漳圣王陈元光的传奇故事、月港“海上丝绸之路”的繁华商贸岁月、道教佛教等宗教文化传播的美丽传说等故事，以旅游演绎作品的形式呈现于舞台，让游客欣赏陶醉于漳州悠久的历史。

3.2 加大官方媒体宣传力度

官方网站是城市旅游目的地新闻资讯获取的重要渠道，同时也是城市旅游品牌和形象的展示窗口，可信度高。目前，漳州文化和旅游局网站（wlj.zhangzhou.gov.cn），主要传播旅游政务，面向旅游从业者和相关机构，发挥信息展示和信息实施披露等功能。为了更加有效传播漳州全域旅游资讯，提升漳州旅游品牌形象，建议漳州市旅游发展委员会网站设置“全域旅游”专栏，采用高清美图和视频短新闻，对漳州全域旅游资源和人文风情进行充分传播；同时页面设计增加层次感，色彩搭配增加美感与质感，使网站更加美观。

目前，漳州文化和旅游局在新浪设立了官方微博账号“花样漳州文旅之声”，主要以图文的形式介绍漳州旅游线路及美食。官方微信公众号名称亦为“花样漳州文旅之声”，包含“文旅之声”、“最新活动”和“咨询服务”三大板块，内设“周末游玩推荐”、“十佳系列”、“踏青赏花”、“展会展览”、“攻略搜索”等内容，详细介绍漳州全域景点、餐馆、玩乐等信息，提供旅游目的地攻略，内容以图文的方式呈现。建议官方微博和微信公众账号从以下两方面进行完善：

第一、增加短视频内容。基于当下网络用户视觉化的信息消费习惯，建议以游客喜爱的短视频方式介绍漳州全域旅游信息，短视频的时间以 30 秒至 5 分钟内为宜，具备较高推送频率，适宜游客在多场景下观看（易波，2021）。

短视频内容涵盖：（1）漳州本地特色民俗文化活动，例如开漳圣王巡安民俗、布袋木偶戏、歌仔戏表演、南音表演等，运用新中式古韵风格吸引游客；（2）涵盖漳州知名旅游景点，例如云洞岩、云水谣、风动石、南靖土楼等，运用文艺清新手法展现唯美画面；（3）涵盖漳州美食，例如沙茶面、海蛎煎、卤面、四果汤、咸豆花、麻糍、东山鲍鱼、南胜咸水鸭等，采用类似《舌尖上的中国》拍摄手法展现，让游客全面了解漳州这座城市的美丽文化与美景美食。

第二、增强内容互动性。例如，可以举办“漳州优质旅游线路设计推广活动”，积极鼓励海内外的旅行社、旅游 OTA 平台、旅游达人等，挖掘漳州全域旅游资源要素，结合团队游、自由行、自驾游等多种方式，设计不同主题的优质旅游线路；另外，可发起广大粉丝参与的互动活动，例如“穿越漳州”、“转角遇见历史”街拍短视频大赛、“漳州美食烹饪”短视频大赛等，粉丝上传自己拍摄的短视频，根据点赞率评选名次、发放奖金。

3.3 借力社会化新媒体营销传播

随着信息技术的发展，以互联网和移动网络为媒介的各类社会化新媒体，比如新闻资讯平台、社交平台、视频平台、OTA 平台、知识分享平台、直播平台等，已成为人们生活中重要的信息渠道源。漳州市政府要充分运用社会化新媒体开展营销传播，使漳州全域旅游信息更具互动性与共享性，提升漳州旅游品牌形象（马冰琼，2021）：

第一，可借助今日头条、腾讯新闻、网易新闻这些影响力大的新闻资讯平台，进行优质的旅游内容传播。可与新闻资讯平台合作，及时推送漳州旅游会展新闻、旅游节庆活动报道等内容，在移动互联网上获得更多关注度和曝光量，提高漳州旅游品牌知名度。

第二，可借助爱奇艺、腾讯、优酷、哔哩哔哩、土豆、乐视、芒果等视频平台传播漳州全域旅游品牌形象。不仅可在平台上播放“滨海古城、花样漳州”旅游形象宣传片，还可以借力热门视频的内容植入，导流效果强，传播漳州旅游品牌形象。例如，在《向往的生活》、《极限挑战》等热门视频放映前，播放全域旅游品牌广告（即贴片广告），在热门视频中巧妙地植入隐性广告，如回忆漳州历史文化，讨论漳州旅游经历等。

第三，与携程网、途牛网、同程网等旅游电商平台（OTA）合作，充分借力他们的渠道和媒介的作用，开设漳州全域旅游专栏，展示与传播漳州旅游资源信息，借助各旅游电商平台的大数据，进行游客画像分析，共同开发漳州全域旅游的跟团游、自助游、亲子游和定制游等专业化、个性化的旅游产品；同时借助旅游电商平台的多元业务体系，为游客提供漳州旅游产品查询、预定、游记分享和美食、酒店住宿、交通等各类信息获取的一站式服务。

第四，在知乎、百度贴吧和豆瓣等知识分享平台上，发布漳州旅游资源概况、历史人文、民风民俗、生态自然和地理地域风貌等知识，传播漳州全域旅游核心资源和旅游环境；同时，可以组建专业的UGC采编团队，撰写发布集趣味与创新于一体的漳州全域旅游攻略、漳州特色玩法；或者是依托情感经历或真实故事，展现漳州旅游调性和旅游主张的旅记，提升漳州旅游品牌知名度。实践证明，类似故事化或者贴合热点的优质内容，往往能高度触发二次传播。

第五，可在抖音、快手、火山、西瓜等网络直播平台开展互动传播，邀请本土网红在直播平台“现身说法”，大力推荐家乡的特色文化、特色美景、特色美食，借助网红的粉丝影响力，展示漳州旅游的独特性和吸引力（刘乃睿与薛伟莲，2021）。

3.4 开展全国大型巡销活动

漳州市政府可组织各区文旅局及重点旅游企业、景区组团参加全国各大型旅游博览会、交流会等活动，加强对外宣传营销推广力度，促进旅游部门、企业与外地旅游业界的交流。例如，参加广州国际旅游产业博览会、高铁经济带旅游博览会等活动；同时，广泛地在国内一、二线城市开展“滨海古城、花样漳州”漳州全国大巡销，开展旅游推介营销，图文展示漳州古城、南靖土楼、东山马銮湾、云水谣、滨海火山公园等名景，图文展示漳州世遗土楼、滨海风光、祖地寻根、温泉休闲、观光农业等特色旅游线路，讲述漳州人文故事，现场发放宣传手册、提供游客咨询服务展示等，展示漳州特色文化旅游资源，传播“高颜值、高人文”的漳州魅力，提升漳州旅游的知名度。

3.5 深化漳台旅游营销合作

漳州地处福建南大门，与台湾隔海相望，是台胞主要祖籍地，也是著名侨乡。漳台两地语言相通、习俗相同、文化相连；台湾现有四大民间信仰，除妈祖外，关帝、保生大帝、开漳圣王三尊神祇的祖庙都在漳州。近年来，漳州发挥文化优势，开展对台文化旅游交流，如举办了海峡两岸花博会、漳台族谱对接成果展、开漳圣王文化节、林语堂国际学术研讨会等。

漳州市政府要进一步充分利用对台区位优势，秉持“两岸一家亲”理念，深化漳台

旅游营销合作：一是深化漳台旅游营销融合发展，策划“海峡两岸旅游节”系列活动，培育厦金精品旅游线路，打响“漳台旅游一体化”品牌，探索建立资源共享、人员自由往来、旅游客源互送、信息互通的“漳台旅游协作区”；二是争取台湾游客旅游便利化政策，继续争取台胞来漳旅游奖励、漳台自由行等政策；三是拓展台胞来漳旅游市场，重点推动海峡两岸青少年研学旅游，充分发挥旅游在增进两岸情感交流中的重要作用，也扩大漳州旅游在台湾的知名度和美誉度。

参考文献

1. 肖红艳(2017)。基于新媒体的城市旅游目的地整合营销探究-以洛杉矶为例(未出版之硕士论文)。北京：北京第二外国语学院。
2. 易波(2021)。基于抖音短视频的城市旅游营销研究-以信阳为例。行政事业资产与财务，10，39-40。
3. 马冰琼(2021)。新媒体下的广西文化旅游传播-评《旅游景区新媒体营销策略：基于旅游景区与旅游者的双重视角》。新闻与写作，6，116-116。
4. 刘乃睿、薛伟莲(2021)。“互联网+全域旅游”发展策略研究-以辽宁省大连市为例。科技与经济，34(3)，56-60。

收稿日期：2021-07-31

责任编辑、校对：柯郁馨、曾奕婷