

【旅享课堂】后疫情时代旅游目的地品牌培育和市场营销

2022年12月3日,《旅游消费行为学》课程邀请河北广播电视台交通频率群旅游节目部主任,作题为《后疫情时代的旅游目的地品牌培育和市场营销》主题讲座。

刘主任,资深旅游媒体人,连续10年担任河北旅游形象推广大使,同时,也是河北省旅游协会目的地营销分会会长、河北途歌文化公司总顾问、河北省红色旅游协会副会长。刘主任擅长旅游营销与策划,策划推出野三坡国际音乐节、金山岭长城杏花节、巨鹿五彩杏花节等多个知名品牌的节庆营销活动。

刘主任用鲜活生动的案例,深入浅出的解读了旅游营销的发展现状,后疫情时代旅游消费行为的改变,诠释了后疫情时代旅游产品如何设计、策划、营销,以及旅游目的地的品牌培育和市场营销。

通过这次讲座,同学们对旅游业发展的美好前景充满信心,对旅游行业有了更深更全面的理解,增强了对所学专业的兴趣和动力,更加明确了自己的职业发展方向。

正在讲话: 刘主任

腾讯会议

刘主任公开课课件0617.pptx

后疫情时代下旅游消费的改变

疫情对旅游消费最大的改变,是消费习惯的改变。

| | | |
|--|--|---|
| 宅文化的兴起 常驻地休闲 | 计划性加强 无预约不出游 | 亲子游的刚需 |
| 旅游消费升级 散客、小团、自驾的、定制的这种一种旅游产品,可能会成为主流 | 目的地的选择上,偏向主题化、个性化、非标准化 景区+民宿 康养旅游、体育旅游、人文主题旅游 | 目的地选择方面呈现单一化 出游要求安全、安静 |
| 门票经济的终结 在二次消费上做文章 加速文旅综合体融合 | 遇见陌生人的冲动会减少 | 线上旅游营销 旅游地的线上体验 线上替代部分旅游市场 |

14:25 2022/12/3