

2-3 旅游形象口号设计

详案:

步骤一：引入任务 时间（20 分钟）

引入案例：

案例 1：2013 年“中国最佳旅游口号”评选

2013 年“中国最佳旅游口号”颁奖典礼暨“名动中国”旅游营销论坛在北京成功举办。颁奖盛典依次揭晓了 2013 年“中国十佳旅游口号”、“最受读者欢迎的旅游口号”、“最受外旅局首代欢迎的旅游口号”及“最具网络影响力的旅游口号”，“好客山东”、“北京欢迎你”、“晋善晋美”等二十条旅游口号在历经三个月的评选中脱颖而出，拔得头筹。来自全国 30 多家省市旅游局的相关领导、重点景区负责人及知名旅游策划人齐聚一堂，探讨中国旅游宣传、营销的发展与变化，集思广益推进中国旅游行业向着更好更高的方向前进。

评选活动在接受报名到读者投票、网络投票，网络舆情调查及专家意见收集的全过程中始终保持客观立场，保证评选结果实至名归，突出获奖单位优秀的旅游宣传工作，并真正起到良好的引导作用。本届评选共设置四组奖项，分别从中国游客喜好度、外国旅游局驻华首席代表意见、网络传播影响力三个角度发布单项奖榜单。此外，结合以单项奖评选结果，评选委员会综合了多位中国旅游业内专家的专业意见，最终评出“中国十佳旅游口号”。

十佳旅游口号

山东省	好客山东
北京市	北京欢迎你
山西省	晋善晋美
云南省	七彩云南，旅游天堂
宜兴市	中国陶都，陶醉中国
天津	天天乐道，津津有味
三亚	美丽三亚，浪漫天涯
河南	心灵故乡，老家河南
常熟	江南福地，常来常熟
清明上河园	一朝步入画卷，一日梦回千年

最受读者欢迎的旅游口号

泰州市	水城慢生活，尘世幸福多
万达长白山度国际度假区	原始森林，纯净呼吸
贵州省	国家公园省，多彩贵州风

最受外旅局首代欢迎的旅游口号

苏州市	游东方水城，品苏式生活
黄山	感受黄山，天下无山
武当山	问道武当山，养生太极湖

最具网络影响力旅游口号

周庄	中国第一水乡
张家界	潘多拉太远，张家界很近
江苏省	美好江苏
重庆市	非去不可

案例 2：日照向社会公开征集旅游形象口号公告和征集结果

关于征集日照市旅游形象宣传口号的启事

为全面展示日照市丰富的旅游资源优势，打造国际滨海旅游胜地，提升城市旅游品牌形象，推进我市旅游产业的快速发展，现面向全社会公开征集“日照市旅游形象宣传口号”。

1、应征内容：日照市旅游形象宣传口号。

2、要求应征宣传语体现日照市旅游的鲜明特点，富有感染力，文字表述简洁明快、响亮有力、韵律优美、易读易记、朗朗上口，主题深刻，易于传播（附有英语翻译更佳）。字数限制在 16 字内。

应征宣传语要反映出日照市拥有金沙滩、太阳文化、民俗旅游、新亚欧大陆桥东方桥 3、头堡、生态宜居城市、水运之都等“滨海”、“生态”、“休闲”、“运动”的地域独特性元素。

4、应征者须提供详实的“日照市旅游形象宣传口号”创意说明。

日照市旅游形象宣传口号征集评选结果

1、 游山登五岳，赏海去日照

- 2、 阳光之都,大海情怀——中国日照
- 3、 日照碧海,度假天堂
- 4、 日照归来不看滩
- 5、 阳光之城,海韵之都
- 6、 旅游圣地金海岸,中国日照山海天
- 7、 相约阳光之城,尽享海滨风情
- 8、 悠悠日照行,难忘金沙情

案例 3: 征集网正在征集旅游形象口号的公告

征集网(<http://www.zhengjicn.com/>)在每个时间段都会有 20 个左右的旅游形象口号征集的公告,教师可以选择其中两到三个奖金丰厚的征集启事,向学生展示,引起学生对形象口号设计的兴趣和欲望。

提问: 你对旅游形象口号设计有什么看法? 旅游形象口号设计有什么技巧?

总结引入下面的知识讲解

步骤二: 讲解旅游形象口号设计的相关知识 时间(25 分钟)

(一) 口号定位

1、 地方特征——内容源自文脉

即要求口号的实质内容必须来源于地方独特性,来源于旅游地所在的地理文脉,只有充分挖掘和深刻分析旅游地的地域背景,发现和提取地方性元素充实到口号中,才能避免过于空泛。

2、 行业特征——表达针对游客

旅游口号的制定必须充分了解游客的心理需求和偏好,旅游地形象口号要强调和平、友谊、交流、欢乐等等。例如世界旅游日的口号就充分体现了旅游业的行业特征。

3、 时代特征——语言紧扣时代

旅游形象口号要有时代气息,要反映旅游需求的热点、主流和趋势。

4、 广告效果——形势借鉴广告

旅游口号必须首先打动旅游者的心,激发旅游者的欲望,要为旅游者永久而深刻地记忆,要能够广泛迅速地传播,即要有广告效应。因此,旅游口号要具备广告词的凝练、生动和影响力。

(二) 旅游形象口号的创意方法

旅游口号是旅游目的地形象创意构思的语言文学表现。一句有时代感、具独创性、寓意深刻、琅琅上口的旅游口号,往往能引起人们的无限遐思,产生意想不到的号召力。旅游口号是旅游目的地形象内外传播的焦点和重要载体,必须充分反映鲜明的主题和旅游地的独特个性。

1、 资源主导型:

这是一种非常普遍采用的旅游地形象宣传口号设计类型。如北京市的“东方古都、长城故乡”,浙江的“诗画江南,山水浙江”,山东的“齐鲁神韵,山水豪情”,江西的“红色摇篮,绿色家园”等。

2、“借船出海”型:

采用比附的设计手法,借助于知名度较高的旅游地来宣传自己。如苏州乐园的“迪斯尼太远,去苏州乐园”,巧借迪斯尼来宣传苏州乐园容易到达,可游性强的特点;海南三亚的“不是夏威夷,胜似夏威夷”;广东肇庆的“肇庆山水美如画,堪称东方日内瓦”等。

3、 利益许诺型:

如杭州宋城景区的“给我一天，还你千年”；山东曲阜的“旅游到曲阜，胜读十年书”等。

4、利益诱导型：

如西安的“走进历史，感受人文，体验生活”；上海的“上海，精彩每一天”；深圳锦绣中华的“一步迈进历史，一日畅游中国”。

5、古今对接型：

如浙江宁波的“东方商埠、时尚水都”。

6、意味深长型：

如黑龙江伊春的“伊春，森林里的故事……”，表现小兴安岭的森林景色和资源特色，同时为受众留下一定的想象空间；江苏的旅游宣传口号“梦江苏”；吉林的旅游宣传口号“呼吸吉林”。

(三) 全国知名旅游形象口号

1、河南公开征集旅游形象口号

(1) 主题口号金奖：

“中华之源 锦绣河南”

(2) 主题口号银奖：

“大河之南 锦绣中原”

“厚重河南 锦绣中原”

“惊喜河南——想不到的精彩”

2、吉林旅游形象定位语、宣传口号

一等奖（1条）：呼吸吉林

二等奖（2条）：

古地秀山水 新天梦吉林

吉山吉水吉林美 吉祥吉利吉林游

三等奖（3条）：

登顶长白山 眺望大东北

观白山林海品大荒神韵 游三江秀水舒关东情怀

纵情绿色山水 寻梦多彩吉林

3、淄博旅游宣传口号

(1) 优秀奖内容为：

“灵秀之都 古韵淄博”。

(2) 10条参与奖分别为：

“齐都千古风犹在，陶城把酒话聊斋

瓷都足球源 齐风聊斋情

聊斋与古城齐名，陶瓷共足球一色

齐国故都观蹴鞠 聊斋故里赏陶瓷

千年齐故都，神秘聊斋城

观齐国故都风采，品聊斋文化神韵

齐都说聊斋，球乡赏陶瓷

游齐国故都 览聊斋世界 赏陶瓷名城

一脉齐文化，聊斋话天下-中国淄博欢迎您

独留齐国风韵，尽得聊斋灵秀

4、东营市旅游形象标识和主题口号

一等奖： 黄河与大海相约的地方——中国东营

二等奖：黄河入海的地方——中国·东营；世界湿地生态旅游圣地——中国东营

三等奖：黄河在这里入海 梦想从这里扬帆；神奇黄河口，魅力石油城；游兵圣故里，赏黄河奇观，览油城美景，品东营神韵。

5、扬州旅游宣传口号

“烟花水都、诗画扬州”、“烟花三月情、二分明月梦”、“访八怪故里、寻琼花芳踪”、“江南第一游、骑鹤上扬州”、“天下三分灵秀、二分尽在扬州”、“人居佳绝处、诗画新扬州”、“烟花月亮城、歌吹是扬州”、“精致扬州，享受生活每一天”、“古文水绿秀、扬州看不够”、“文化水都、扬舟天下”。

6、南宁公开征集旅游宣传口号获奖

“奇山秀水 风情南宁”、“歌海绿浪 情满壮乡”、“绿城寻歌梦壮乡”、“风情壮都 绿城南宁”、“绿城山水美 悠悠壮乡情”、“南宁：写满诗情绿意的请柬。”、“绿色梦境 多彩南宁”、“绿城携手东盟 山歌唱响世界”、“走进多情山水 拥抱绿城南宁”、“歌在壮乡，美在绿城，游在南宁”。特等奖口号——“奇山秀水绿南宁”

步骤三：布置任务 时间（10 分钟）

创设情境：

情境 1：日照市旅游局在网上公开征集日照市旅游形象口号，请大家积极参与口号设计，并投稿；（征集活动已结束，教学过程模拟进行）

情境 2：请为你的家乡设计旅游形象口号，并与当地旅游相关负责人沟通。

情境 3：中国征集网广告语、宣传口号征集区有很多旅游形象口号征集公告，请选择一个进行设计并投稿。

任务：

任务 1：设计日照市旅游形象口号，并投稿；

任务 2：设计你所在家乡的旅游形象口号；

任务 3：在中国征集网选择一个征集旅游形象口号的公告，进行设计并投稿。

因为之前的两个任务都是以日照市旅游形象为基础，所以在课堂上以完成日照市旅游形象口号的设计为主。其他两个任务由学生在课下完成。

步骤四：日照市旅游形象口号设计 时间（30 分钟）

学生以小组为单位，完成日照市旅游形象口号设计。

问题：①旅游形象口号的设计首先需要明确的主题定位，这需要结合之前的调研和分析任务，对日照市旅游形象的主题进行明确的定位，这需要教师对学生进行指导和提醒；

②学生初次接触旅游形象口号的设计，往往设计的口号不够简练，存在表达不清、主题定位不准、传播性不强等问题，需要教师进行指导，同时以鼓励为主。

步骤五：检查反馈 时间（10 分钟）

展示：教师请学生小组将成果在全班进行展示；

点评：小组之间互评，教师对学生的成果进行点评，指出优点和存在的问题；

考评项目		自我评估	小组互评	教师评估	备注
素质考评	课堂纪律 10	/	/		

20	网德意识 5				
	协作精神 5				
课堂展示考评 30		/	/		
成果考 评 50	成果的完整性 10				
	成果的内容 20				
	成果的创新性 10				
	成果的应用价值 10				
合计 100					

总结：教师对本次课的任务进行总结提升

旅游口号是旅游目的地形象创意构思的语言文学表现。一句有时代感、具独创性、寓意深刻、琅琅上口的旅游口号，往往能引起人们的无限遐思，产生意想不到的号召力。旅游口号是旅游目的地形象内外传播的焦点和重要载体，必须充分反映鲜明的主题和旅游地的独特个性。