

区域旅游形象塑造与传播

——以辽宁省旅游形象策划与传播为例



云南贺婧陈燕

区域旅游形象的塑造与传播对旅游目的地的发展有着很重要的作用,区域旅游形象是指旅游者对某一地区旅游的综合评价和总体印象,它可以通过多种方式和途径来塑造。对于旅游目的地形象的策划需要从多个角度分析,设计出合理而有新意的区域旅游形象才能使旅游者对旅游地印象深刻,因而引发更广泛的社会效应。

一、旅游形象的界定与策划

旅游形象是区域的内在特色和外在表现的反映,包括地区旅游形象、旅游产业形象和旅游产品贡献形象三个方面。旅游目的地的形象感知是旅游者对旅游亲身经历的感受,很容易受公众媒介与亲友传播的影响,因此,旅游形象也会随之改变。区域旅游形象一旦形成,就会在旅游者心目中留下深刻的印象。人们对旅游目的地的认识通常是通过多种信息的传播而形成。这种信息传播作用既有稳定性也有可变性。对旅游者来说,旅游目的地的旅游形象会随着时间的推移而在游客心目中的期望值下降,导致旅游者兴趣的下降,因而最终改变区域旅游目的地在游客心目中的形象。这就要求不断地丰富旅游形象的内涵,塑造旅游目的地新的旅游形象。形象定位是通过针对目标市场的宣传推广,在公众心目中树立区域旅游目的地的独特形象。旅游形象定位要充分挖掘本区域自然旅游资源特性和人文底蕴,公众对于区域形象的消费是一种文化的消费,游客可以同时获得物质和精神感受的满足。

旅游形象策划是在对旅游地(如风景区和旅游景点)形象的传播意义的认识基础上,受企业形象策划的启发以及旅游开

发与旅游业迅速发展的推动等综合因素的作用而产生并成长起来的。区域旅游形象的策划包括很多方面的内容,比如地理学、历史学、民俗学、美学、经济学等学科。区域旅游形象是区域整体化的面貌,是区域全方位的形象,进行形象设计,可以将区域整体的精神与风貌等特征加以升华,塑造独特的旅游文化形象。区域旅游形象的策划应重点把历史性、现实性和发展性有机地结合起来,突出品牌的创新,实现整体与个性的统一。旅游形象策划包括理念基础 MI、行为准则 BI、视觉形象 VI 三个方面,其中视觉形象最具传播力和感染力,视觉形象以旅游点徽标、宣传口号以及标准色、象征图形与吉祥物等为基础,设计并渗透在旅游点的大门景、各种自然与人工旅游景观等直接对旅游者产生视觉冲击力的地方,以及户外旅游招牌、广告媒介、员工制服、旅游商品品牌及包装、相关旅游企业的建筑外观、办公室装饰、旅游车辆、事务用品等方面。“香港品牌—飞龙标志”将香港所扮演的商业枢纽,通过中国内地和亚洲其他门户,以及艺术文化中心的角色,在一个视觉化的整体构图中,用平面的设计手段表现出来,体现了视觉系统和理念系统的一致性。

工业化的迅速发展导致了人们受到工作的压力、环境的污染等因素的困扰,因而使人们寻找乡村田野、海滨浴场、温泉疗养等回归大自然的旅游活动。因此,区域旅游形象的界定就要与旅游者的需要结合起来。区域旅游发展的核心是要建立鲜明、独特的旅游形象,依靠旅游目的地的特有形象来吸引游客。区域旅游形象要解决旅游目的地的基本定位问题,即目

的地在游客心目中树立了什么样的形象,它是如何吸引旅游者前来旅游的。同时,也要注重广告效应,在旅游目的地的形象策划中要设计出能让旅游者印象深刻的广告词,而且要有广泛的传播效益,比如说“上有天堂,下有苏杭”就是一句很好的广告语。宣传口号是传播促销的有效途径,像海南日发总公司的基本宣传口号是“日照石山发万家”,旅游城的宣传口号是“全新的感觉,传统与现代的融合,置身于东方神仙世界,享受现代神仙休闲生活”,就是从理念基础到视觉形象的体现,给人们留下深刻的印象。

二、辽宁省旅游形象策划与传播

(一)旅游形象的策划

打造辽宁省旅游知名品牌,重点是进一步提高辽宁旅游在国内外的知名度,树立辽宁的整体形象。全力打造辽宁“金三角”旅游热线和辽西旅游热线,实现省内城市间、国内省际间和东北亚大区域的联合,全力推出涵盖森林公园、博物馆、名山、温泉等十个系列的景点景区,积极培育中、日、韩、朝、俄区域联合旅游市场,使旅游业成为辽宁省的新兴支柱产业,使辽宁省成为国际性现代化旅游强省,使旅游业成为带动开放型经济发展、成为提升生活品质的新兴产业。

要设计出有新意的旅游形象标志,旅游特色在图案上表现得要鲜明、要简洁。旅游标志的设计需按照主题形象策划方案加以形象化的提炼创意。结合辽宁旅游资源的特色和丰富的文化内涵进行高度概括,使公众和旅游者有较强的认同感。可采取社会征集、公众推荐、专业公司策划、专家评审等办法广泛征集旅游标志。

在东北振兴的大背景下,对于老工业基地企业来说,工业旅游无疑是发展旅游的一个新思路。工业旅游作为新兴的专项旅游项目,具有文化性、知识性、可参与性、现场性等特点。可以把重点放在工业旅游的购物方面,在原产品的基础上,在外包装、数量和服务上进行改进,形成工业旅游购物与普通购物的区别,还可以把纪念品转化为企业宣传品,在一般旅游纪念品上附加该企业标识,制作要精致且值得保存。沈阳世园会的召开对全省的旅游起到了一定的促进作用,通过这次世园会也是一个宣传辽宁旅游的机会,可以从

全省旅游景区着手,设计具有地方特色的旅游精品路线。同时可借鉴省内在这方面搞得较好的区域景点。大连金石滩以大海、阳光、蓝天、沙滩、鲜花、绿地为主体形象,在海滩、礁石和神力雕塑公园的环境下分为绿色中心(高尔夫、地质景观、海上运动)、蓝色中心(浴场、游艇俱乐部)、银色中心(狩猎俱乐部、国际会议中心、别墅)三个分区,此设计把大连的区域旅游形象塑造得新颖鲜明。

(二)旅游形象的传播

1.媒体的传播。塑造辽宁省区域旅游形象,是全省旅游宣传的中心环节,必须充分利用各种传播方式,通过公共关系传



播途径,精心策划旅游形象的推广活动。旅游宣传应与全省总体形象和各部门的宣传相结合,形成全省旅游宣传的整体力量,通过政治宣传、文化宣传、交通宣传、环保宣传、外事宣传等部门的互相配合和有机结合,形成全方位的形象宣传。应选择相关的、权威的媒体组织进行形象传播,要注意文字与声讯媒体的结合,把商业广告与新闻宣传结合在一起,产生整体形象传播效应。邀请中央电视台拍摄播出辽宁省旅游专题节目,与《人民日报》及海外版、《经济日报》《中国旅游报》等组织联系旅游专版,同时有效占领各个宣传版面,邀请中央各大新闻媒体赴辽宁采访。借助辽宁电台的新闻和专题节目开展宣传。在全国范围选择一些特殊的公众,不定期地向他们寄送宣传资料和最新信息,充分发挥他们的口头宣传作用,以树立辽宁省旅游业的良好口碑。五一、十一、春节前连续在沈阳、大连和国内主要客源地区组织面向公众的旅游形象推广活动。可以组织辽宁省旅游知识大奖赛活动,加深社会

公众对辽宁旅游业的认识和了解。市场促销是推广辽宁旅游整体形象的重要手段,与媒体宣传密不可分。为了有效地开展辽宁省旅游形象的市场促销活动,根据不同客源市场的消费取向,组织赴国外、省外的大型联合促销活动,突出整体优势和旅游形象;有针对性地参加国外、国内及区域性的旅游展销会,整体展示辽宁旅游形象。

2.旅游节庆活动。每个旅游目的地都有本地的节庆活动,例如海灯会、端午节、椰子节、妈祖庙会、风筝节、冰灯会等,大型的节庆活动是非常吸引游客的。在旅游区域主题旅游形象的塑造中,旅游主题节



庆活动往往和主题旅游形象紧密结合,因为一个鲜明的主题节庆活动往往能够在人们心目中塑造一个积极的形象。通过主题节庆活动的策划和宣传,人们能通过记住几句简单的口号、几条容易记的词语就把旅游区的名字同一种直观形象联系在一起。把辽宁省宣传成为一个充满吸引力的地方,树立地区文化多样性和友好热情的形象主题。举办具有特色的旅游节庆活动,例如大连服装节、大连啤酒节、沈阳冰雪文化节、体现满族风土人情的活动,使这些活动成为旅游目的地永久性的旅游识别标志,同时配以一系列具有地方特色的纪念品、旅游地特产、风情画册等吸引游客。

全新塑造区域旅游形象,借鉴旅游地形象搞得好的值得借鉴的地区好的做法和经验,打造辽宁旅游新形象。同时,充分发挥地方特色,更重要的是推广,从而保证一个地区的旅游形象品牌工程在完整的体系中运行。

(作者单位:云南民族大学人文学院)