

2023南阳旅游景区营销策划

产品名称	2023南阳旅游景区营销策划
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

产品详情

一、跨区域人口流动被压缩下的在地消费爆发，在地消费成为主流。在近期，海外游市场放开比较缓慢，短期内出国旅游的消费仍然受疫情防控的要求，不太能快速崛起，国内循环仍是主流，短周边游和度假，仍是核心需求。

二、内循环下的资源导向性的核心客源地周边的高品质的度假产品大行其道。远途和出国的消费，都被回流到周边度假产品上和消费拉动上。大城市周边300公里内滨海、山地、草原、临水、主题乐园等度假产品大行其道。自贸区代购产业、消费型旅游产业等异常火爆。

三、抖音和快手、小红书，逐渐从传播平台，开始成为必要的“销售”平台。无论是建立各自的“护城河”思维还是寻找广告收益之外的商业变现，都已经在增加门票、餐饮等产品的销售，更别说各种直播带货、度假产品、旅游线路产品了。

四、90后/95后甚至00后，是更专业、更挑剔的消费者。他们可能很小的时候就跟随父母出国游、长线出游，见过各种“世面”。因此以原来的“微笑八颗牙齿”的标准产品匹配他们的需求，显然失灵和无效了。并且这些更有主见和意见生成力、传播力的游客，反作用了线路生成。

五、弱门票化是趋势，强服务型产品是必选项。当门票归零后，我依然有合理、有效的收费方式，让消费者能够进来消费，这才是景区竞争的极致条件！！

六、度假型客源的兴起。度假产品的兴起，对景区最大的冲击是从旅游阶段景区为中心，变成度假阶段房为中心后，景区被动“边缘”了，不是最大的散客主题的消费中心了。

七、景区投资人普遍处于浮躁状态。这几年的疫情，让绝大多数的文旅投资人处于一个“暴躁和挣扎”

之中，对内部管理的韧性、营销的中长期规划的耐心支撑等都显著降低了。