

2023南阳景区旅游形象怎么塑形

产品名称	2023南阳景区旅游形象怎么塑形
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

旅游形象口号宣传的zui佳效果，是N多年看不到你的广告，但“江湖上”仍然有你的传说，“镇江，一个美得让您吃醋的城市！”和山西省的“晋善晋美”就是这样的效果。

在旅游形象宣传市场，常常会感受到动机和效果不统一的“错位”情绪——恨铁不成金，人海不识君！一边为自己的“品牌”打造不惜重金，年年岁岁持续投入，一边羡慕“好客山东”“壮美广西”“福往福来”等旅游形象口号的精&准巧妙；一边努力宣传自己的旅游形象，一边倾听着与自己的旅游形象口号相同或相近的宣传词语，承受着在市场上不是“第1”，或不是“唯一”的尴尬与遗憾。还有一种情况是认识到自己砸钱打造的“品牌”一直成色不足，但为了给巨额广告投入找一个注脚，仍然在自称“金字招牌”的氛围中长期“自嗨”。

凡此种种，不一而足。其核心问题是因为旅游形象的确立自始就没有“营销前置”“运营前置”的理念，因此，就出现了没有辨识度、没有区隔度、没有战略高度、没有核心吸引力的“先天不足”。品牌形象的策划没有深刻认识到旅游品牌形象的价值直接影响到产业使命和区域经济发展，思维还没跳出“玩概念”“拼词汇”“傍大款”的认知层面，因此在市场上我们可以看到“撞衫”“撞脸”或还要让人去猜想的“不知所云”的作品。这种情况下，理性、智慧的选择本应该是形象“提升”或思路“换道”，做到及时止损，但此时仍然不乏碍于“人情世故”，让没有战斗力的形象口号在市场上疲劳作战的案例。

每一个旅游形象口号都背负着区域经济发展的重大责任和历史使命，不同时期都有不同的抱负、担当和市场责任，每一次提升都是因市场诉求变化而赋予新使命的唤醒。

纵观旅游市场的形象宣传，从zui初的大而美之，再到目前的聚焦务实，经历了自我否定、自我完善、破茧成蝶、彰显区域个性之魅的过程，优&秀的旅游形象宣传口号迭代频出，着力于为旅游市场营销加持赋能。随着市场的不断变化，许多省级和地市级的旅游形象宣传口号也在不断地调整和完善，以变应变，去适应或引领市场变化中的新需求。

旅游形象口号的作用是“塑形”，这个“形”自始就要突出区域形象的唯一性和排它性，否则就会被市场所共用、共享。比如“大美”，新疆、青海、陕西还有很多地市级旅游宣传都在用；“好地方”，新疆、无锡、扬州也都在用。无锡曾经在央视打出的广告是“无锡是个好地方”，无锡机场到达厅就能看到“无锡是个好地方”的形象宣传，2022年初央视就播出了“扬州是个好地方”旅游宣传专题片。这就是旅游人“谁不说俺家乡好”的共性思维，因此都不分伯仲，且无可厚非，忌互怼褒贬。

旅游形象口号的严谨要体现在每一个字都要惜字如金，每一个词都要系出“名正”。旅游形象口号的每一个词汇都应该能找到鲜活的生活律动和丰富的文化支撑，不要盲目地去学步、效颦。