

小咖进课堂|营造旅游消费新场景，构建旅游消费新生态——后疫情时代的目的地营销

4月18日，旅游学院20级旅游管理、酒店管理、会展经济与管理专业举办了“小咖进课堂”云上教学分享会。本次云课堂有幸邀请了河北省政府参事室特约研究员、河北省文史馆特约研究员、河北省旅游协会目的地营销分会会长、河北省体育旅游专委会主任、河北广播电视台交通频率群旅游节目部主任刘晔作为主讲嘉宾。刘晔老师通过讲解后疫情时代旅游消费的改变，从全新的视角与同学们分享她对行业的见解，带领同学们逐步分析并了解旅游营销的研究现状。

一、提问题，引深思

刘晔老师询问了同学们是否对自己有一个清晰的职业规划，如何看待疫后旅游消费的改变，在这种大趋势下，如何做到旅游消费模式的转变等问题，从而引出课题，从全域旅游视角及品牌思维的培育、引领、策划设计创富视角来看，分为三个部分从国内旅游营销的研究现状，探析全域旅游视角下旅游营销的发展模式。

二、畅分享，寄厚望

刘晔老师指出2022年是《“十四五”旅游业发展规划》的起步之年，文旅融合的营销创新是关键，强调了后疫情时代下的旅游消费改变——疫情对旅游消费最大的改变，是消费习惯的改变。旅游要跟上时代步伐，跟着国家政策方针，保持活力，不断突破，发现时代需求，讲好中国文化故事。

迎来大众旅游时代，乡村振兴按下加速键，城市更新大势潮起，

红色旅游热潮来袭，亲子游的刚需，周边游、微度假的的兴起等等。旅游消费升级，人们在目的地上的选择越来越偏向于主题化、个性化、非标准化，典型的比如景区+民宿、活力体育游、人文主题游、美丽乡村游、绿色生态游、休闲康养游等，为同学们提供了更广阔的研究方向。旅游发展到了新阶段，不同于传统旅游模式，要注重后疫情时代旅游产品的设计、策划、营销、“旅游+”。新的旅游模式加快了产品重塑，催生了新业态，目的地盲盒，沉浸式赋能新体验，剧本杀加旅游，新国潮的时代红利，元宇宙开辟新空间等，告诫同学们要立足当下，抓住机遇勇敢迎接挑战。

针对加强顶层设计，打响全域品牌宣传口号，刘晔老师有四点建议：一是挖掘本土特色文化，赋予旅游 IP 独一无二的故事性；二是视觉系统，LOGO 和图腾；三是“线上+线下”运营模式，强化旅游 IP 特色；四是重视品牌衍生价值，构筑完善的产品体系。强调了文旅的天命是好看、好吃、好玩、好买、好享受，其中最重要的是人的温度和文化的厚度交织出来的故事力。打造文化 IP 不限于一款网红产品，一个流量明星，内涵成价值理念才是文化 IP 化的灵魂所在，内容传播等营销渠道只是服务的外在手段。真正把产业做起来才是做文旅真正的目的，也是我们能够创造经济发展的原动力。借助大数据分析，精准定位全域旅游的目的地，学会透过现象看本质，时刻把握文化为魂、景观为根、旅游为核。

二、提问交流环节

讲解之后的提问互动环节气氛活跃，同学们争先恐后地提出

自己感兴趣的问题，刘晔老师从亲身经历出发为同学们解惑，指导同学们规划职业方向、提升学习能力、认知就业趋势等。最后姚丽芬老师感谢刘晔老师精彩的案例分析以及细致耐心的回答，这极大地激发了同学们对将来从事旅游相关工作的自信和热情。

“小咖进课堂”教学活动系旅游学院落实高校立德树人根本任务的具体实践方式，本次分享会使课程内容更加充实，授课形式更加丰富，加深了学生对旅游管理理论知识的理解，为学生今后的专业学习指明了方向。

撰稿：普翠芬

