

威海烟墩角



从“表白圣地”看城市品牌塑造

□温涛

每年冬天,上万只大天鹅从遥远的西伯利亚飞抵威海越冬,成为这个海滨城市冬日最动人的风景,最浪漫的符号。

此次威海城市品牌创意,以天鹅为切入点,通过核心关键词“37.5。”体现因爱的幸福温暖,进而推出了“向祖国、向亲人、向朋友、向爱人、向自己”五大表白主题,共计30多个表白打卡点和6条表白旅游线路,打造全新的“中国表白圣地”品牌。

该品牌的主创方山东大学广告研究中心主任臧丽娜教授说,我们每天表达很多,但真正

对亲人、爱人、朋友的表白很少。以天鹅为创意切入点,突出“表白”的关键词,也为品牌注入情感因素,这样也能引起更多的共鸣,拉近旅游者与城市之间的距离。

看到威海这个创意的时候,一个直观感觉,是它跟以往突出城市功能、自然文化资源特色等的城市品牌不同,让人眼前一亮。

旅游目的地品牌突出文旅内涵,而城市品牌则更着重突出城市特色和核心内涵,或者说城市与众不同的精神气质、独一无二的品牌个性,是具有唯一性、排他性和权威性的城

市的个性、灵魂与理念。所以,推广一座城市品牌实质上是售卖城市的精神。在这方面,有很多成功的典型,例如宁波“书藏古今,港通天下”、西安的“最中国,看西安”、杭州的“生活品质之城”、南京“国际和平城市”等,都准确地呈现了各自的独特品质,令人过目难忘,心生向往。

但城市品牌的塑造还是新鲜事物。国内有很多城市,自然、文化资源都很丰富,但往往因为定位不当,导致城市品牌要么左右摇摆模糊不清,要么盲目模仿千人一面。

近年来各地对于城市品牌越



“因为一个人,爱上一座城,那么,在这个冬天,如果让您选择一座城市,去对心爱的人表白,您会选择哪里呢?”

这是前几天威海“37.5°表白圣地·情暖威海”城市品牌和冬季新品的推介词开场白。

老字号厂区游览有趣有料,还增长见识

“冬游齐鲁”再增新选项

入冬以来,省内不少工业游景点却迎来了比平时明显增多的客流量,青岛啤酒、烟台张裕、周村烧饼等老字号厂区人头攒动,政企考察、研学参观、团队游、自由行等,客群结构十分丰富。依托独特的建筑厂房、生产流程、文化体验开发的一系列观光游览项目,正越来越受到游客追捧。

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 王逸涵

边参观边品尝 感受背后的文化魅力

每逢周末节假日,一辆辆载着各地游客的大巴车源源不断地驶进东阿县阿胶街78号的“阿胶世界”停车场,戴着不同颜色帽子的团队游客,在景区内汇成了一道风景。“平时常吃阿胶,最近天冷了得进补嘛,想看看工艺制作是啥样的。”来自河北邯郸的吴女士告诉记者,自己平时周末总会带着家人一起来周边城市逛逛,这次来还希望更深切地感受一下中医药养生文化。在东阿阿胶体验旅游部品牌总监姜凯看来,游客对“阿胶世界”的工业游感兴趣,一是对历史文化积淀的好奇,二是对消费产品的现场感知。

步行园区,多项具有体验感的旅游项目深受游客喜爱。在生产体验长廊,游客透过可视化玻璃,配合讲解员的介绍,能近距离观察到阿胶从生产到包装的各个环节,还可以一边参观,一边品尝刚刚下线的各种阿胶美食,或去体验店内亲自尝试DIY熬胶的乐趣。在采用“胶香弥漫”的设计风

格的阿胶探秘长廊内,游客可通过视频特效技术、体验互动设计、近距离观赏等方式,全方位立体式体验近三千年的阿胶养生文化。此外,这里的“毛驴王国”也颇受青睐。一头头乌黑锃亮的东阿黑毛驴活泼健硕,在饲养员的牵引下,游客还能体验骑驴活动,来场“亲密接触”。

见证产品全流程 动手调配乐趣足

近年来,济南市一些知名企业也成了炙手可热的工业游景点。在力诺智慧园感受工业发展,到百脉泉酒业体验酿酒过程,去宏济堂了解中医的博大精深……相比于景区旅游、老城游览等传统旅游业,济南的工业旅游虽起步较晚,但发展态势十分强劲。

“游客来了,可眼观酿酒全过程,耳听企业文化、动手体验酿酒乐趣、最后在唇齿间品尝自己酿好的美酒。”百脉泉酒业自2009年开始发展工业旅游,如今已经成为济南工业旅游代表之一。工厂分南北两个厂区,整个过程参观下来,游客可全程了解酒的生产过程,在游客中心还设有DIY区域,里面有各种基础酒,同时配有配方,游客可亲自动手



游客参观阿胶博物馆 王逸涵 摄

调制自己喜欢的酒型。作为济南首家工业旅游示范企业、全省首批工业旅游示范点,佳宝乳业自2004年起就自发组织开展工业旅游,多次组织“到佳宝看牛去”“万人游佳宝”“佳宝工业园生态观光”等活动,从牧场奶牛,到产品生产线,再到最后的产品,消费者能够在工业园参观了解乳制品加工生产的每一个流程。

我省推出五条 冬季观光工业线路

11月26日,第二届山东省工业旅游联盟大会在聊城东阿阿胶世界举行。会上,山东省工业旅游联盟向联盟全体会员发出《冬游齐鲁优惠倡议书》,推出工业博物馆之旅、工业遗产之旅、休闲康养之旅、美酒美食之旅、文化艺术之旅5条高性价比的冬季观光工业线路。倡议充分利用“好客山东”贺年会的品牌优势,创新开发贺年礼、贺年宴、贺年游、

贺年乐、贺年福“五大产品体系”的工业旅游产品。倡议联盟会员单位在淡季门票价格的基础上,在非节假日期间实行门票降价让利,并针对学生、银发等特殊群体,出台优惠措施。

据了解,目前我省共有国家工业旅游创新单位3家、国家级工业旅游示范点39家、省级工业旅游示范点337家、省级工业旅游示范基地20家,全省工业旅游商品研发基地达100家以上,涌现出青岛啤酒、张裕集团、东阿阿胶等一批工业旅游龙头企业,形成了一批较为成熟的工业旅游线路和品牌。

在10月22日举行的第三届中国工业旅游产业发展联合大会上,济南市、青岛市荣获“网友最喜爱的十大工业旅游城市”称号,东阿阿胶股份有限公司、烟台张裕文化旅游发展有限公司、青岛啤酒博物馆荣获“网友最喜爱的十大工业旅游企业”称号。

来越重视。尤其是在文旅融合的大背景下,城市和旅游目的地更注重自身文化内涵的挖掘。2020年,文旅融合进一步加深,目前很多地方也开始调整修改目的地形象,例如四川从“四川,不仅有熊猫”,改为“天府三九大,安逸走四川”,福建的“清新福建”变成“全福游、有全福”。

城市品牌的塑造和推广是系统工程,并不是喊几句口号那么简单。除了个性的挖掘,也需要更多情感、人文因素的注入和推动,才会让城市的品牌更持久,更亲切,更具魅力,更有温度。从这一点来说,威海的“表白”尝试,也是在全省开了个好头。

□旅游资讯

青岛大学 文旅案例库上线

本报济南11月29日讯 (记者 乔显佳)11月23日,“青岛大学文化和旅游融合发展教学案例库”正式上线,并举行了文化和旅游融合发展教学案例研讨会。

据了解,以文旅融合为主题建设教学案例库,在全国高校中尚属首次。该案例库由青岛大学文化旅游高等研究院携手浪潮集团、大快搜索等机构联合搭建,今年7月被文化和旅游部列入“2019年度文化艺术和旅游研究项目信息化发展专项”,并予以重点支持。

案例库中首批载入62个经典案例,涵盖目的地营销、文化旅游城市创新、旅游文化演艺、文旅节庆、研旅游、红色旅游、旅游购物、非遗利用、主题文化酒店、露营文化、古镇旅游、夜晚旅游、文化旅游规划等十多个热点领域,以及“好客山东”、古北水镇、长恨歌演艺、桂林两江四湖、台儿庄古城、青岛啤酒节、海景花园酒店、东阿阿胶、蓬莱古城等备受行业关注的文化旅游运营管理案例。



扫描二维码

了解更多出行锦囊