晋中市旅游发展委员会

关于2018年旅游营销工作实施方案

2018年是国家旅游局确定的“全域旅游年”，也是打造太行品牌的起步之年，更是我市创建国家全域旅游示范市实现千亿旅游产业目标的关键之年。旅游营销作为加快旅游产业发展、促进产业提质增效的重要举措，必须高点定位、创新思维、瞄准重点、上下联动、全面发力，以晋中旅游整体形象宣传为切入点，打好旅游营销攻坚战，叫响“晋商故里·家国晋中”口号，完成年接待国内外游客9000万人次以上，旅游总收入突破900亿元的奋斗目标任务。根据2018年全市旅游营销工作计划，特制定2018年旅游营销工作实施方案：

一、基本思路

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真落实市委经济工作会议和全省旅游工作会议及全市旅游工作座谈会精神，以晋中旅游形象宣传为主题，按照走出去与请进来相结合、整合营销和自主营销双兼顾、网络营销和传统营销齐推进、线上线下同链接为主多种营销模式的工作思路，全力实施立体营销战略，巩固周边客源市场，拓展边远潜力市场，触及国外市场，进一步扩大“晋商故里·家国晋中”品牌的知名度和影响力，吸引更多的游客来晋中旅游，不断提高晋中旅游产业发展的质量和效益，促进全市旅游产业又好又快发展。

二、营销重点

近年来，在市委、市政府的高度重视下，在县（区、市）委、政府和市直有关部门大力支持下，在旅游业界共同努力下，全市旅游宣传促销的力度不断加大，晋中旅游的知名度和影响力得到明显的提高。遵照市委、市政府主要领导关于我市旅游产业发展重要指示精神及《晋中市国家全域旅游示范区创建实施指南》、《晋中市“十三五”旅游发展规划纲要》、《晋中市“十三五”旅游品牌整合营销策划》精神，2018年将突出抓好以下几方面的旅游营销：

1. **电视媒体和纸质媒体宣传**

西安作为我市重要目标客源市场，计划利用西北中心城市西安电视台特有优势，进行晋中旅游形象宣传，不仅能让西安市民了解和熟知晋中，还能辐射带动以西安为主的周边市场，取得叠加的宣传效果。同时，为广泛深入宣传我市旅游发展成就，利用晋中电视台和晋中报社进行晋中旅游形象宣传，营造全市上下关注旅游、支持旅游、宣传推介旅游的浓厚舆论发展氛围，加快全市国家全域旅游示范区的创建进程，不断提高晋中旅游的质量和效益。

**（二）户内户外广告宣传**

户内户外媒体宣传是一种比较直观的宣传形式。近年来我委以北京为中心的华北市场、上海为主的华东市场、广州为主的华南市场为重点，持续投放晋中旅游形象宣传广告，进一步提升晋中旅游知名度和影响力。2018年计划借助中心枢纽城市辐射面广、带动性强优势，突出几大区域旅游客源市场拓展。一是以北京为主的华北市场宣传。计划在北京西站和首都国际机场等首都门户窗口投放晋中旅游形象宣传版面及视频宣传广告。二是上海、天津、深圳作为我市重点拓展旅游客源市场，是全国经济最为发达的城市群体和经济圈，公民收入水平高、出游意识强、旅游市场潜力大。计划借助上海、天津和深圳南来北往客流量大、影响力强的独特区位优势，在天津、上海和深圳地铁投放晋中旅游形象宣传广告；三是计划继续借助高铁动车组这一媒体宣传和推介旅游资源产品的良好平台，在京石太高铁线上冠名“晋中号”动车组。四是随着近年来自驾游游客比例的逐年增长，太长高速作为贯穿我市的一条重要交通线路，车流量巨大。计划利用高速公路服务区广告牌视觉距离近、接触频次高、直观效果好的特点，进行晋中旅游形象及资源的宣传展示。

**（三）新媒体宣传**

重点围绕“晋商故里‧家国晋中”品牌主线，对“晋商故里‧家国晋中”旅游品牌进行全面的梳理分析，运用“互联网+目的地”的思维，以网络新媒体为载体，针对晋中核心旅游资源进行系统性的挖掘和整理，结合“晋商故里‧家国晋中”品牌策划两次线上线下的旅游互动营销事件，通过活动，引发对晋中品牌形象、旅游线路产品、旅游景区景点、旅游文创产品、旅游商品等全方位开展推广营销，其中艾瑞综合排名前十的门户网站不少于五家，知名大型OTA平台如携程、去哪儿、飞猪、途牛、马蜂窝等不少于一家，境外新媒体平台Facebook、Twitter、Instagram、Youtube等不少于四家，利用微博、微信、H5小程序、直播平台、短视频平台等方式和手段进行推广营销。

**（四）会展节庆活动宣传**

在积极组织全市旅游管理部门和重点涉旅企业参加2018年北京国际旅游博览会、中国北方旅游交易会和上海中国国际旅游交易会以及各省市举办的专业会展活动的基础上，重点围绕全市各种节庆活动如平遥国际摄影大展、平遥中国年、平遥国际电影节、平遥国际雕塑节等开展旅游宣传推介活动，扩大晋中的影响力和知名度。

**（五）行内对接宣传**

旅游经济是一种外向性经济，抱团取暖、合作共赢已成为旅游业界一大共识。近年来，我委一方面积极联合旅游企业走出去宣传和推介我市旅游资源和旅游产品线路，另一方面积极邀请外省旅行商来考察旅游产品，不仅加强旅游业界的交流和互动，构建了政府搭台、企业唱戏良好运行机制，更主要的是扩大晋中旅游的外宣度，提升晋中旅游形象的影响力。2018年，计划走出去赴河南部分城市进行旅游宣传推介，积极邀请省外旅行商来晋中踩线、洽谈业务，扩大交流

和对接的广度和深度，建立长效互送客源合作共赢机制，提高行内对接工作绩效。

**（六）兑现和完善奖励政策**

2014年为鼓励市市内旅行社内引外联积极性，市旅游局、财政局联合出台了《晋中市旅游大宗接待奖励办法》，起到了一定的市场拉动效应。2018年，我委聘请第三方审计机构对2014-2017年申请旅游大宗奖励的旅行社进行了审核评定，兑现2014年-2017年奖励政策，同时在广泛吸纳基层意见和建议的基础上，借鉴省旅发委和其他各市旅游奖励办法的成功经验做法，对《晋中市旅游大宗接待奖励办法》作进一步修改和完善，发挥鼓励引导的作用，促进旅行社内引外联，提高晋中在旅游市场中的占有率。

**（七）旅游宣传品设计**

计划根据不同市场需求、不同游客兴趣，对现有我市旅游宣传资料进行改版，进一步创意策划设计公众和游客携带方便、有收藏价值、爱不释手的旅游宣传品。

1. 营销预算

旅游营销预算1590万元

1、高铁宣传

北京西站LED大屏           120万元

京石太高铁冠名            140万元

2、地铁宣传：

天津地铁12封灯箱          140万元

深圳地铁12封灯箱          100万元

上海地铁12封灯箱         220万元

3、电视台及报社宣传

西安电视台               35万元

晋中电视台               80万元

晋中报社                20万元

4、网络媒体宣传            200万元

5、户外广告宣传

太长高速服务区灯箱广告牌        20万元

北京西站户外灯箱            80万元

1. 机场宣传

北京机场                70万元

1. 走出去推介、宣传资料策划印制、年前正在实施项目、大宗旅游奖励及第三方评估费用等 365万元

四、营销项目采购和监管

（一）旅游营销项目的采购工作由委政府采购工作领导组下设的采购小组负责。

（二）旅游营销项目的查验工作由委政府采购工作领导组下设的查验监督小组根据合同规定要求具体组织实施。查验监督小组可委托第三方中介机构对旅游项目的实施进行全程跟踪和查验，第三方中介机构对项目中标商的实施情况出具查验情况报告，作为项目查验合格与否的重要依据。查验监督小组一方面要组织相关专家或相关人员对项目实施情况进行跟踪或现场查验，可根据项目特点和验收需要，采取会议审查验收、实地考核验收、项目函评验收等一种或多种形式进行；另一方面监督第三方中介机构的查验，做好全程的项目跟踪监督服务。

（三）项目实施完毕后，查验监督小组综合各方面意见，对该项目的实施情况作出综合评价，报委党组研究通过后方可认定该项目验收合格。