

<<纵论江河>>

图书基本信息

书名：<<纵论江河>>

13位ISBN编号：9787503242991

10位ISBN编号：750324299X

出版时间：2011-11

出版时间：中国旅游出版社

作者：贾云峰

页数：270

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<纵论江河>>

### 内容概要

- “好客山东”如何面对高铁时代?
- “经典上海”世博会有哪些不为人知的幕后故事?
- “焦作现象”云台山如何迅速成功?
- “公益邯郸”李连杰为何零片酬签约中国景区?
- “中国太阳城”德州怎样一鸣惊人?
- “大黄河之旅”三门峡如何启程?
- “中国旅游第一博”如何开办1年，点击率突破2000万?.....

这些近两年引起旅游界瞩目的事件营销，其实都来自被称为旅游传播业“黑马”的团队——贾云峰和他的德安杰，他们用独特的思考方法——旅游创新传播学，在旅游创新方面创造了出色的成绩，荣获“中国最具影响力旅游策划机构”和“中国旅游最佳营销案例奖”。

他们还在创造着一个又一个令人惊喜的传奇。

他们一直在路上.....

<<纵论江河>>

作者简介

365天，200天在行走；2年，穿越世界35个国家；这就是贾云峰，中国著名旅游创新传播专家、德安杰环球顾问集团总裁，中国休闲旅游文化研究中心主任。  
获“2009中国十大杰出旅游策划人”、“2010中国旅游策划杰出人物”、“2010—2011年度中国会展产业金手指奖”、“2010—2011年度中国会展产业金手指奖”、“2010—2011年度中国会展产业金手指奖”、“2010—2011年度中国会展产业金手指奖”等。

## <<纵论江河>>

### 书籍目录

代序 创新，一种超越平凡的力量

第一章 中国五大省(市)旅游局局长创新营销实录

第一节 [好客山东]

沂河：乐迎来客汇齐鲁——对话山东省旅游局党组书记、局长于冲

第二节 [经典上海]

黄浦江：海上传奇东方颂——对话上海市旅游局党组书记、局长道书明

第三节 [原味陕西]

渭河：盛世之都耀人文——对话中共陕西省委候补委员、陕西省旅游局局长董宪民

第四节 [多彩贵州]

乌江：天险孕育多彩贵州——对话贵州省旅游局党组书记、局长傅迎春

第五节 [七彩云南]

金沙江：金沙砺流淬溅七彩风情——对话云南省旅游局局长喻顶成

第二章 主题线路访谈

第一节 [三峡之旅]

长江：滚滚东逝造就山河壮丽——对话中国旅游协会、中国旅行社协会原秘书长，著名旅游营销专家李维瑜

第二节 [丝绸之路]

黄河：九曲万里演绎中华文明——对话中国旅游协会、中国旅行社协会原秘书长，著名旅游营销专家李维瑜

第三章 蓝色休闲

海洋：江河归流有容乃大——对话中国旅游研究院学术委员会主任魏小安  
跋 策划，让旅游目的地生命长久怒放

## &lt;&lt;纵论江河&gt;&gt;

## 章节摘录

于冲：山东在品牌推出这几年的时间，我们做了很多工作，在传播上怎么让“好客山东”的品牌能够传播覆盖面更广？

在这方面，我们主要是采取了一个“联合推荐、捆绑营销”的办法，把山东现有的这些旅游资源、现有的这些旅游促销资金集中起来。

我们在央视和一些主流的平面媒体，也包括网络媒体，来集中打造“好客山东”的品牌。

你可能看到了在央视一台、四台和九台，每天都会播放宣传片，既展示山东的品牌形象，又同时展示我们山东的17个市和许多著名的景区、著名的企业，它们的一些品牌和形象。

通过这几年的打造，应该说山东品牌传播的广度、高度，都收到一定的效果。

央视曾对山东旅游品牌的国内覆盖面做了一个统计，大概达到了9.2亿人次，应该说传播面是比较广的。

贾云峰：近几年来，我一直在努力把旅游与新媒体结合起来，我们要让旅游传播得更快更准，效果最大化，并且可监控。

我们现在已经进入互联网时代，进入互联网的第一个特征，就是传播的速度快，而且可以使景区、使旅游目的地和游客实现零距离的接触，同时网络游客有互动。

我注意到，山东主要是加强了同网络的合作，一个是本身网站的建设，投入了很大精力。

而且在国内搞了第一个多媒体的旅游营销系统，可以实现虚拟地呈现山东旅游文化，使更多人通过网络了解到了山东，这一点做的真的很棒。

于冲：我们做旅游，时刻都在提醒自己要跟上时代，尤其要跟上游客的习惯，否则我们的传播无法与游客真正地实现对接。

贾云峰：这个观念很好。

中国有很多地方都在积极地寻求传播的途径，但是我跟他们说网络、说新媒体，他们都并不是真的理解，这就不行。

游客的习惯和需求变化其实很快，如果我们搞旅游的人不知道游客在想什么，那么我们也就抓不住游客。

我一直倡导旅游策划要从游客出发，从大家的需求出发，现在游客的需求和习惯，就是和新媒体紧密联系的，所以，我们一定也要随之进步。

……

## <<纵论江河>>

### 媒体关注与评论

一个人的策划只能叫“创意”，一个团队对一个旅游目的地的理性分析的系统工程，才叫旅游策划。

——山东省旅游局党组书记、局长于冲                      本书让旅游策划具有了“呼吸感”，好的策划是针对活生生的当下生活，对旅游目的地科学论证，全面整合！

——上海市旅游局党组书记、局长道书明                      本书中所谈到的优秀营销案例，都不是一次单纯点爆，而是以文化为基础，以市场为肌理，所形成的具有长效影响力收益的可持续传播。

——中共陕西省省委候补委员、陕西省旅游局局长董宪民                      你会被这本书饱含的激情和新锐思想所感染，那些纯技术的问题，都变得富有诗意，旅游策划是人文精神和完美实战融合的产物，应该如艺术品一样充满和谐感。

——贵州省旅游局党组书记、局长傅迎春                      “用奢侈品的营销理念来推广旅游目的地”，我被这句话感动，它引我深思。

——云南省旅游局局长喻顶成                      任何一个事业做到一定程度，就会升华为一种艺术。如果在做研究的过程中感觉到有一种艺术，一种境界，自然就会有一种乐趣，获得很大的欣慰感。

——中国旅游研究院学术委员会主任魏小安

<<纵论江河>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>