



泰始明昌

Tai Shi Ming Chang

文旅战略 文旅战术 文旅装备 文旅执行

TSMC Cultural and Creative Tourism

终于有人 全面讲透 文旅品牌&文旅营销



—TSMC Cultural and Creative Tourism—



TSMC Cultural and Creative Tourism

文旅战略 文旅战术 文旅装备 文旅执行

10⁺
年文旅文化

TOP
CN / GLOBAL
1/10

超级
SUPER CULTURE
文化



分清【文旅品牌】和【文旅营销】

战略导向

做定位、立标准

目标是长期认可度、信任和忠诚度

文旅品牌

文旅品牌标志和标识 声誉和信任

文旅品牌文化 文旅品牌故事 文旅品牌

忠诚

文旅品牌定位 目标市场

执行导向

做转化、促成交

目标是短期和中期销售和市场份额

文旅营销

数据分析 客户体验 公共关系

数字文旅营销 销售策略 促销策

略 市场研究 广告宣传





文旅品牌定义

文旅品牌本质独特，展现灵魂与个性。

其互动策略旨在构建深厚情感纽带，增强客户忠诚与信任，每次接触都深化关系。这是对品牌与顾客情感共鸣的不懈追求与培育。

文旅营销激发

文旅营销是精心策划的销售传播，传递独特体验给受众。互动环节重激发购买欲，促转化，用情感共鸣与个性化沟通触动客户，促其行动，共创难忘记忆。





泰始明昌

Tai Shi Ming Chang



让中华文化走向世界

TSMC Cultural and Creative Tourism



文旅品牌包含

1. 文旅品牌标志和标识
2. 文旅品牌故事
3. 声誉和信任
4. 文旅品牌文化
5. 目标市场
6. 文旅品牌定位
7. 文旅品牌忠诚

文旅营销包含

1. 广告和宣传
2. 市场研究
3. 促销策略
4. 销售策略
5. 数字文旅营销
6. 公共关系
7. 客户体验
8. 数据分析



TSMC Cultural and Creative Tourism

TSMC Cultural and Creative Tourism

文旅战略 文旅战术 文旅装备 文旅执行



10⁺
年文旅文化

TOP
CN / GLOBAL
1/10

超级
SUPER CULTURE
文化



当【文旅品牌】与【文旅营销】的概念被混淆时,一系列不利后果将接踵而至:

1、文旅品牌身份模糊: 这种混淆使企业难以界定文旅品牌的独特身份、核心价值观及累积的声誉,进而造成品牌信息的混乱,让客户难以捕捉品牌的真正精髓与意义。

2、短视的营销策略: 过分聚焦于短期销售与市场扩张,而忽视了对文旅品牌长期建设的投入,无异于饮鸩止渴,最终可能削弱品牌在竞争激烈的市场中的持久力。

3、传播信息的不一致性: 文旅品牌与营销活动本应相辅相成,共同传递品牌的核心价值。然而,概念混淆会导致两者脱节,使传播信息显得杂乱无章,难以构建统一、鲜明的品牌形象。

4、客户体验的迷茫: 面对模糊不清的品牌信息,客户往往会感到困惑与不解,难以把握文旅品牌的真正目的与愿景,从而降低了品牌的吸引力和忠诚度。



5、声誉受损的风险：品牌身份的不清晰，将直接动摇客户对品牌的信任基石。当客户对品牌的真实价值和承诺产生怀疑时，品牌的声誉将遭受重创，影响深远。

6、长期竞争力的削弱：文旅品牌的建设是一个系统工程，需要长期的规划与投入。概念混淆将使企业错失构建品牌优势、巩固市场地位的良机，最终导致长期竞争力的显著下滑。

7、资源投入的无效性：在概念混淆的误导下，企业可能将大量资源错误地投入到短期的广告与促销活动中，而忽视了品牌建设的根本要素。这种资源错配不仅无助于品牌发展，反而造成了不必要的浪费。