



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

吸引消费者 关键在 提炼文旅卖点



—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

01 什么是文旅产品卖点?

文旅产品卖点, 简而言之, 是那些能够精准吸引消费者目光、激发其购买欲望的独特特质或显著优势。其核心在于两大要素: 差异化与优势凸显。通过精心提炼卖点, 我们能够有效地在竞争激烈的市场中脱颖而出。

卖点提炼的逻辑路径

- 1、深入目标市场调研:** 首要任务是洞悉行业现状, 识别消费者的真实需求与未被满足的痛点。
- 2、竞品分析:** 细致研究同行业文旅产品, 取其精华去其糟粕, 避免重蹈覆辙, 同时寻找差异化的创新点。
- 3、放大自身优势:** 结合自身的独特资源与能力, 将这些优势转化为吸引消费者的亮点。
- 4、精准定位与锁定:** 基于文旅产品的定位与消费者核心需求, 精准提炼并锁定卖点。



02 卖点提炼角度

价格

服务

效率

质量

权威背书

认知重塑

情感连接

创新文旅产品

社交需求

价值共鸣

产业优势

附加价值

渠道优势

TSMC





03 卖点提炼的五大框架

- 1、需求点+消费者利益点：**明确表达消费者的需求，并直接展示文旅产品如何满足这些需求，如“追求健康，选择我们的绿色生态游”。
- 2、痛点+消费者利益点：**直击消费者痛点，提供针对性的解决方案，如“厌倦城市喧嚣？来我们的田园度假村，享受宁静与放松”。
- 3、文旅产品特点+消费者利益点：**具体阐述文旅产品的独特优势及其对消费者的实际益处，如“独家文化遗产体验，让您深入了解历史精髓”。
- 4、直接给出消费者利益点：**直截了当地呈现消费者最关心的利益，无需过多铺垫，如“一键预订，尽享无忧旅行”。
- 5、需求场景重塑：**通过创新场景设定，重新激发消费者的潜在需求，如“在星空下露营，与爱人共度浪漫之夜，只在我们的星空营地”。





04 卖点提炼的避雷指南

避免卖点冗杂：过多的卖点反而稀释了焦点，导致消费者无从选择。

确保卖点与文旅产品紧密相关：卖点需真实反映文旅产品特性，避免夸大其词或与实际不符。

遵循社会公德：卖点不得违背社会公共利益及道德规范，确保正向引导消费观念。