



## 2011年旅游营销掀起武当山旅游热潮 游客量和收入增幅均超50%

■ 通讯员 张震 姜元波

本报讯 2011年武当旅游再次实现新跨越，全年的游客接待量达354.6万人次，旅游收入18.6亿元，与去年同比分别增长54.2%、57.6%，也是2003年的14倍和8.5倍，增幅创下历史新高，其中，亮点频现的旅游营销功不可没。

### 亮点一：品牌导向

依托央视、中国旅游报、航空媒体等高端媒介及其强大的传播平台，平均每天10余次的音视频广告，多姿多彩的平面推介，持续不断的广告攻势造就了武当山旅游品牌，“问道武当山，养生太极湖”正成为国内外游客出行风向标。

### 亮点二：主题促销

无论是传统客源市场西安，还是新兴市场成都、广州，亦或是东北、华北，特色鲜明、内涵丰富、具有强烈感官冲击力的武当山主题宣传促销活动，掀起了热烈的“武当旅游风”，西安的大巴车团接踵而至，广州的高铁团源源不断，成都的自驾游纷至沓来，东北、华北的首发专列相继开来，全年武当山共接待旅游团队和专列达26000个。

### 亮点三：名人效应

名人游名山，相得益彰。名导陈凯歌来了，国际功夫巨星李连杰也来了，还有众多的政要名人、明星艺人、书画名家、草根明星等纷纷来看武当、拍武当、画武当、说武当、写武当，他们俨然成为武当旅游的宣传大使，感召着广大



“转山转运”祈福法会。

的粉丝和更多的普通游客来武当追访他们的足迹。

### 亮点四：营销创新

“武当跑酷”，将中外体育交流赛事与武当旅游捆绑宣传；看武当寻宝小说《天道密码》赢百万大奖活动则是文学与旅游的结合，虚拟游戏与实体活动的合璧，“报点”和“爆点”频出，赢得了广泛的关注，成为武当旅游宣传的创新之举，为今后武当旅游宣传开启了新天地。

### 亮点五：影视营销

文化品牌带动武当旅游。央视拍摄《问道武当》、《太极武当》的精品纪录片进一步以用中、英、法三种语言向全球播送；央视拍摄的武当首个专题MTV《乐动武当秋季音乐汇》唱响武当；电视剧和电影《大武当》从一开拍就吸引了世人的眼球。精品文化的传播对武当品牌的塑造和旅游的大热功不可没。

### 亮点六：活动促销

暑期武当山成功举办的“十万学子闯武当”活动赢得了广大学子的共鸣，也被湖北省旅游局局长张达华誉为“淡季促销的典

范”；冬季举办的鄂豫陕三省十二城“转山转运”活动，“千人首发团”以增值的活动体验带动了广大游客热情。大型的淡季促销活动有力保障了武当旅游淡季不淡的局面。

### 亮点七：网络营销

网络时代的旅游宣传离不开网络，先后开通官方微博、武当山英文国际网站、官方旅游门户网站，通过新浪视频直播了“武当太极拳国际联谊大会”开幕式等活动，策划开展丰富的网络活动，通过权威发布和与游客进行互动，提升游客的旅游体验和口碑。

## 2011年全国游客满意度排名出炉 中西部地区提升较快

中国旅游研究院日前在成都发布了“2011年第四季度及全年全国50个样本城市游客满意度调查报告”，公布了国内50个城市满意度排名，东部地区城市游客满意度较高，中西部地区游客满意度提升较快，地区间差距呈减小趋势。

2011年全年样本城市游客满意度前十位为：苏州、宁波、厦门、成都、杭州、无锡、桂林、黄山、北京、上海。排名后十位的为：延安、秦皇岛、南昌、福州、乌鲁木齐、三亚、承德、呼和浩特、遵义、合肥。

从发布的数据中可以看出，东部城市旅游服务质量在全国样本城市游客满意度中持续领先，九成样本城市的满意度水平有所提升，近八成样本城市的游客满意度已达到“基本满意”水平以上，东部地区城市游客满意度较高，中西部地区游客满意度提升较快，地区间差距呈减小趋势。

据新华网

## 节前南航推出特价机票 襄樊飞广州230元

■ 通讯员 李宏胜

本报讯 春节临近，航空市场迎来旺季。为满足广大市民春节出行需要，中国南方航空公司于春节前推出部分航线的特价机票。

从2012年1月9日至1月21日期间，南方航空加开襄樊至广州航班，并推出最低2折机票230元（正班也可享受此折扣），票价低于火车硬卧价格，起飞前三天随订随售。详情欢迎咨询十堰德胜航空服务有限公司，咨询电话0719-8686860 8660032。

**湖北武神国际旅行社有限公司** 许可证号：L-HUB06115  
Hubei Wushen International Travel Service Co., Ltd

海南双飞六日游

厦门五日游

桂林五日游

云南双飞八日游

¥3880元—5780元

¥3380元—3480元

¥1980元

¥3180元—3980元

腊月二十七至除夕  
大年初一至大年初三

电话：0719-8881382 8882305 8877766 8883137 8881170 地址：十堰市人民南路1号亨运宾馆