

数字红色文旅项目的市场推广营销战略研究

——以“寻根筑梦”红色文旅宇宙项目为例

黄祺皓 孙楚皓 王芮颜 倪诗云

延安大学, 中国·陕西 延安 716000

【摘要】随着数字技术的飞速发展和文化旅游市场的不断升温,数字红色文旅项目作为新兴的旅游形态,正逐渐展现出其巨大的市场潜力和文化价值。然而此类文旅项目的推广营销也需要有所创新才能顺应市场赢得关注。本文分析市场推广对于提升项目知名度、吸引游客兴趣、促进文化传承与经济发展的重要性,进而探讨数字红色文旅项目的市场推广营销战略,并以“寻根筑梦”红色文旅宇宙项目为例,提出切实可行的推广方案,以期推动数字红色文旅项目的持续发展,实现文化、经济和社会效益的多赢。

【关键词】数字红色文旅; 市场推广; 营销策略; “寻根筑梦”

基金项目和编号: 2023年陕西省大学生创新创业训练计划项目“寻根筑梦——基于三维重建及VR的红色文旅宇宙”(项目编号: S202310719100X)

鉴于文化旅游市场的蓬勃发展,数字红色文旅项目作为结合红色文化与数字技术的创新产品,正逐渐成为旅游市场的新宠。此类项目不仅能够为游客提供沉浸式的红色文化体验,还能够促进红色文化的传承与发展,具有重要的社会意义。大梅目前而言,数字红色文旅项目在市场推广方面仍存在诸多不足,如宣传渠道有限、目标群体不明确、营销策略缺乏创新等,导致项目知名度不高,游客参与度低。因此,如何制定有效的市场推广策略,提高数字红色文旅项目的市场认知度和影响力,成为当前亟待解决的问题。

1 数字红色文旅项目的基本概念

数字红色文旅项目是指将红色文化资源与现代数字技术相结合,运用数字化手段对红色旅游景点、故事、文物等进行创新性开发和展示的新型旅游项目。这类项目利用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、三维重建、交互编程等前沿技术,将红色文化的历史场景、革命故事以沉浸式、交互式的方式呈现给游客,打破了传统旅游模式的时空限制,为游客提供了更加丰富、生动、深刻的红色文化体验^[1]。

2 数字红色文旅项目市场推广的重要性分析

2.1 促进红色文化传承与普及

数字红色文旅项目的市场推广,对于促进红色文化的传承与普及具有重要意义。运用数字化手段,红色文化的历史场景、革命故事得以生动再现,使得游客能够在沉浸式体验中深刻感受红色文化的魅力。市场推广能够将这些优质的数字红色文旅项目推向更广阔的受众群体,让更多的人了解、认识并爱上红色文化,如此不但有助于增强国民的爱国情感和民族自豪感,还能够为红色文化的传承提供源源不断的动力。

2.2 推动红色旅游产业升级

数字红色文旅项目的市场推广,是推动红色旅游产业升级的重要途径。传统红色旅游模式往往受限于时空因素,游客体验相对单一。而数字红色文旅项目则打破了这一限制,运用虚拟现实、增强现实等技术手段,为游客提供了更加丰富、多元的旅游体验。市场推广能够吸引更多的游客关注和参与数字红色文旅项目,从而推动红色旅游市场的扩大和升级。同时,市场推广还能够促进相关产业链的发展,如VR设备、数字内容制作等,为红色旅游产业的全面发展注入新的活力^[2]。

2.3 增强项目竞争力与可持续发展能力

在激烈的市场竞争中,数字红色文旅项目的市场推广对于增强项目竞争力与可持续发展能力至关重要。运用有效的市场推广策略,项目能够提升品牌知名度和影响力,吸引更多的游客关注和参与,进而使项目在市场上脱颖而出,赢得更多的市场份额。同时,市场推广还能够促进项目与游客之间的互动和反馈,帮助项目团队及时了解市场需求和游客反馈,从而不断优化产品和服务,提升项目质量和用户体验。

3 数字红色文旅项目市场推广营销战略

在数字化时代背景下,数字红色文旅项目作为文化旅游产业的新兴力量,其市场推广营销战略的制定与实施显得尤为重要。有效的营销策略不仅能够提升项目的知名度和影响力,还能促进红色文化的传承与发展,实现经济效益与社会效益的双赢。下面将以“寻根筑梦”红色文旅宇宙项目为例,从以下几个方面详细探讨其市场推广策略:

3.1 明确市场定位与目标群体

市场定位是项目推广的基础,它决定了项目在市场上的

独特位置和价值主张。对于“寻根筑梦”红色文旅宇宙项目而言，其市场定位应聚焦于红色文化的数字化体验与传播，旨在运用科技手段让红色文化焕发新的生机，吸引更多年轻人的关注与参与。此定位不仅符合当前文化旅游产业的发展趋势，也契合了年轻人对于新颖、有趣、富有教育意义旅游产品的需求。

在明确市场定位的基础上，项目需进一步细分目标群体，以确保推广活动的精准性和有效性。首先，青少年学生是红色文化传承的重要对象，也是项目应重点关注的群体。他们对新鲜事物充满好奇，乐于探索未知，且易于接受数字化体验。因此，项目应针对这一群体的特点，设计寓教于乐的活动和课程，如红色文化VR体验、线上红色知识竞赛等，以引导他们深入了解红色文化，培养他们的爱国情怀和民族精神。其次，中青年旅游爱好者，他们具有一定的消费能力和旅游经验，对于文化旅游产品有着较高的要求和期待^[3]。项目应针对这一群体的需求，提供丰富多样的红色文化体验产品，如红色旅游线路、红色文化主题酒店等，以满足他们对红色文化深度体验的需求。同时，运用线上线下的互动活动，增强与这一群体的互动与沟通，提升他们的参与度和忠诚度。此外，项目还应关注文化研究者、教育工作者等潜在群体。他们对于红色文化有着深入的研究和浓厚的兴趣，是项目推广的重要合作伙伴。项目可以通过与他们建立合作关系，共同举办学术研讨会、文化交流活动等，提升项目的学术价值和影响力。同时，利用他们的专业知识和影响力，为项目推广提供更多的支持和帮助。在明确目标群体的过程中，项目还需深入分析他们的消费习惯、兴趣爱好、旅游偏好等特征，以便制定更加精准的推广策略。例如，针对青少年学生群体，可以利用社交媒体平台进行精准投放广告，或者与学校合作开展红色文化教育活动；针对中青年旅游爱好者群体，则可以运用旅游平台、线下旅行社等渠道进行推广，提供个性化的旅游产品和服务；针对文化研究者、教育工作者等群体，则可以运用学术期刊、文化论坛等渠道进行宣传和推广。

3.2 多渠道整合营销

在数字化时代背景下，多渠道整合营销已成为提升项目知名度和影响力的关键手段。对于“寻根筑梦”红色文旅宇宙项目而言，构建一个覆盖线上线下的全方位宣传网络，能够有效确保项目成功推广。

官网作为项目在网络上的根据地，在搭建官网时，需从内容栏目规划、页面设计等方面做细做实，确保框架合理、信息丰富。官网应呈现VR场景中的主要亮点，吸引用户眼球，并展示未来更新计划，激发用户期待。同时，官网的SEO优化至关重要，涉及高质量内容的持续更新、关键词的合理布局、内链的精心构建，以及与VR技术相关性

高的友情链接交换，都是提升网站权重和搜索引擎排名的有效手段。官网的用户体验也需不断优化，确保用户能够轻松找到所需信息，享受流畅的浏览体验。同时，百度百科等权威百科平台，因其高权威性和可信度，成为用户获取信息的首选。为项目名称、项目领导、网站名等创建词条，客观阐述项目及VR场景体验情况，不仅有助于提升项目知名度，还能增强用户信任感。此外，软文发布，撰写带有VR技术及VR场景关键词的软文，选择知名度高和垂直类的媒体平台发布，能够精准触达目标用户群体，运用软文传播项目亮点和特色，引导用户关注并了解项目，进而促成转化。与此同时，新浪微博和抖音作为当下热门的社交媒体平台，拥有庞大的用户基础和强大的传播能力。在新浪微博上，可以设置VR相关关键词、更新项目动态、与用户互动等方式，能够提升项目曝光度，增加官网外链，引导用户深入了解项目。而抖音平台则以其短视频形式为项目提供了生动的展示窗口，发布VR项目宣传视频、VR场景展示视频等，以优质内容吸引用户关注，提升项目知名度。最后，微信公众号作为移动互联网时代的重要营销渠道，也需充分利用。开通官方微信公众号并进行运营，提供相关信息和查询服务，同时坚持内容为王，推送项目动态、活动信息以及用户关心的内容，培养用户粘性，使之成为公众号的忠实粉丝^[4]。

3.3 创新营销手段与沉浸式体验

在数字化时代背景下，传统的营销方式已难以满足现代消费者的多元化需求。对于“寻根筑梦”红色文旅宇宙项目而言，创新营销手段和沉浸式体验成为提升项目吸引力、增强用户黏性的关键所在。项目应紧跟数字技术发展的步伐，充分利用VR、AR、大数据等前沿技术，打造独具特色的营销手段和沉浸式体验，以吸引更多用户的关注和参与。一方面，VR技术的运用为项目带来了前所未有的沉浸式体验，运用VR头盔等设备，用户可以身临其境地参观革命历史遗址，感受革命先烈的英勇事迹，仿佛穿越时空，置身于历史的长河中。这种独特的体验方式不仅让用户能够直观地了解红色文化，还能激发他们的情感共鸣，加深对红色文化的理解和认同。例如，项目可以设计一系列VR体验场景，如模拟红军长征的艰难历程、重温抗日战争的英勇瞬间等，让用户通过亲身体验，感受革命先烈的伟大精神和崇高品质，以吸引用户的注意力，还能提升项目的教育价值和纪念意义，让用户在娱乐中接受红色文化的熏陶。另一方面，结合互动游戏、知识竞赛等形式，项目可以进一步增加用户的参与度和趣味性。例如，设计一款以红色文化为主题的互动游戏，将红色文化知识融入游戏剧情中，让用户在游戏中学习、体验革命历程。游戏可以设置不同的关卡和挑战任务，鼓励用户不断探索、学习，提升他们对红色文化的兴趣和热情。同时，项目还可以定期举办红色文化知识竞赛，邀请用户参与，通过

答题、抢答等形式, 检验用户对红色文化的了解程度, 并设置丰厚的奖品以激励用户积极参与。这些创新手段不仅能够提升用户的体验感, 还能增强项目的互动性和传播性, 让用户在参与中感受到红色文化的魅力。此外, 项目还应充分利用社交媒体中的KOL进行推广营销。KOL在社交媒体上具有广泛的影响力和粉丝基础, 他们的推荐和分享往往能够迅速扩大项目的知名度和影响力。因此, 项目可以与具有影响力的KOL建立合作关系, 邀请他们体验项目并分享自己的感受和评价, 以触达更多潜在用户, 提升项目的曝光度和关注度。

3.4 品牌建设与口碑传播

品牌作为项目长期发展的核心竞争力, 其建设与维护对于提升项目知名度、吸引用户关注及促进口碑传播至关重要^[5]。对于“寻根筑梦”这一基于三维重建和VR技术的红色文旅宇宙项目而言, 运用有效的品牌建设与口碑传播策略, 能够更好地展现项目的独特魅力, 增强用户粘性, 进而实现可持续发展。“寻根筑梦”项目是一个融合了红色文化、三维重建技术及虚拟现实(VR)体验的创新文旅项目。该项目旨在以高精度的三维建模和VR技术, 重现革命历史场景, 让游客身临其境地感受红色文化的魅力, 实现科技与文化的深度融合。在品牌建设与口碑传播方面, “寻根筑梦”项目应着重于以下几点:

明确品牌定位和核心价值: 项目应明确自身定位为红色文旅领域的创新者, 致力于通过科技手段传承和弘扬红色文化。同时, 强调项目的核心价值——即提供沉浸式的红色旅游体验, 让游客在体验中学习历史、感悟文化。

设计独特的品牌标识、口号和视觉风格: 结合项目特点, 设计具有红色文化元素和科技感的品牌标识, 如采用革命时期的经典符号与现代VR技术元素相结合的设计。同时, 提出简洁有力的品牌口号, 如“VR重走革命路, 寻根筑梦忆往昔”, 以突出项目的特色和愿景。在视觉风格上, 注重色彩的搭配和画面的冲击力, 以吸引用户的注意力。

利用口碑传播增强项目影响力: 鼓励游客在体验后通过社交媒体平台分享自己的感受和评价, 形成口碑传播效应。可以设置分享奖励机制, 如积分兑换礼品、优惠券等, 以激发游客的分享热情。同时, 项目团队也应积极回应游客的反馈和建议, 不断优化产品和服务质量。

加强与外部机构的合作与交流: 积极寻求与媒体、行业协会等外部机构的合作机会, 参与行业展会、举办主题论坛、接受媒体采访等方式, 提升项目的知名度和影响力。在合作过程中, 充分展示项目的创新成果和特色亮点, 树立行业标杆形象。

持续关注用户反馈和市场变化: 建立有效的用户反馈机制, 及时收集和处理游客的意见和建议。根据市场变化和用户需求调整和优化营销策略和产品服务。以不断迭代升级产品和服务, 满足用户日益增长的需求和期待, 提升用

户的满意度和忠诚度。

4 结束语

数字红色文旅项目作为文化旅游产业的新兴力量, 其市场推广营销策略的制定与实施对于项目的成功至关重要。通过明确市场定位与目标群体、多渠道整合营销、创新营销手段以及强化品牌建设和口碑传播等策略的运用, “寻根筑梦”红色文旅宇宙项目有望在激烈的市场竞争中脱颖而出, 实现文化、经济和社会效益的多赢。

参考文献:

- [1] 陈树江. 文旅融合视角下红色档案开发策略研究——以卢龙县“一渠百库”档案为例[J]. 档案天地, 2024, (11): 41-44.
- [2] 徐芳. 新质生产力赋能文旅产业高质量发展[J]. 中共山西省委党校学报, 2024, 47 (03): 62-67.
- [3] 任婧, 梁译文. 数字经济助推文旅产业发展的基本逻辑与优化路径——以S省为例[J]. 行政与法, 2024, (10): 106-117.
- [4] 游丽江. 福建数字文旅发展现状与高质量发展路径[J]. 厦门城市职业学院学报, 2024, 26 (02): 90-96.
- [5] 徐怡. 激发数字消费潜力引领文旅高质量发展[N]. 雅安日报, 2024-09-27 (006).
- [6] 戴维, 郜红合. 红色文化创意产品设计研究综述[J]. 湖南包装, 2024, 39 (05): 179-181+215.
- [7] 李霜, 李云露. 文旅融合视角下江西红色旅游演艺项目可持续发展的对策研究[J]. 匠心, 2024, (10): 139-141.
- [8] 谢寒. 文旅融合背景下湖南红色旅游文创产品创新设计研究[J]. 美与时代(上), 2024, (10): 136-139.
- [9] 卢蝉. 文旅融合视域下会宁县红色文旅产业高质量发展的现实问题及优化路径[J]. 西部旅游, 2024, (18): 69-72.
- [10] 刘静然, 丁芸. 视频+文旅: 产业生态的全面重塑[J]. 国际品牌观察, 2024, (12): 41-45.
- [11] 钟梦劼. X公司“数字文旅”业务营销策略研究[D]. 电子科技大学, 2024.
- [12] 李静文. 数字文旅助力乡村振兴[J]. 文化产业, 2023, (29): 130-132.
- [13] 周静. 新媒体视域下安徽文旅融合发展研究[J]. 新闻研究导刊, 2023, 14 (02): 117-120.
- [14] 童梦. 虚拟沉浸式体验营销在文旅地产的应用研究[D]. 中南财经政法大学, 2021.
- [15] 刘倩. S公司X文旅项目运营模式改进研究[D]. 西北大学, 2021.
- [16] 秦先普. 文旅创新要努力挖掘中国文化, 打造民族强势IP——访整合营销专家、时趣SVP赵赫[J]. 中国广告, 2021, (03): 26-27.