# 旅游营销策划方案范文

来源：网络 作者：夜幕降临 更新时间：2024-01-30

*旅游营销旅游营销战略是一个景区在现代市场营销观念的指导下，为了谋求长期的生存与发展，根据外部环境和内部条件的变化，对旅游市场所做的具有长期性、全局性的计划与谋略。以下是整理的旅游营销策划方案，欢迎阅读!旅游营销策划方案1前言：20年对于广东...*

旅游营销旅游营销战略是一个景区在现代市场营销观念的指导下，为了谋求长期的生存与发展，根据外部环境和内部条件的变化，对旅游市场所做的具有长期性、全局性的计划与谋略。以下是整理的旅游营销策划方案，欢迎阅读!

**旅游营销策划方案1**

前言：20年对于广东的旅游景区来说，是集体遭受了一次寒流：7月份，森美反斗乐园负责人因负债外逃，导致曾热闹一时的乐园被迫关闭;9月份，东方乐园因白云机场的集体搬迁，乐园重新调整定位而歇业;同样9月份，因遭受游客急剧下降之压力，世界大观改变发展战略，将改造成集美食娱乐、旅游购物、商务酒店等为一体的商业购物休闲中心。华南地区的一线品牌的集体震荡，也直接影响了许多二三线品牌的发展。如何在危机中求生存、求发展，是摆在二三线品牌经营者的一道思考难题。但是华南地区旅游景区的集体遭受寒流，并不代表市场萎缩。反而在这几年，随着人们的生活与物质水平的提高，国内的旅游市场份额在扩大。只要旅游项目具有可竞争性，发展的空间是非常地大。但市场的空间大，并不是说就可以盲目地投入。现阶段，无论是对于新的市场切入者还是已经进入市场者来说，其管理、营销策略、品牌宣传，都必须有其独到的、新颖性，才能在这个相对来说竞争激烈的行业分一块蛋糕。下面，笔者想浅显地谈谈中小旅游景区如何竞争中求生存与发展。

市场定位

投资旅游景区的，一直以来，跟风现象非常地严重。90年代引入国内的机械乐园，曾引起新一番投资机械乐园热。作为一种新鲜的项目，当时也确实引起了消费者极大的兴趣，特别是少年朋友这一特殊的消费者群体，更对机械乐园充满了极大的兴趣，可以说，青少年这一消费群体，烘热了机械乐园这一旅游项目。也引得更多的投资者进入这一行业。但机械乐园投资大，在项目更新上难以时时保持新鲜感。进而引发了机械乐园有闹哄哄中开张，落寂中退出的无言结局。几年时间下来，机械乐园倒闭的倒闭、歇业的歇业。这几年，随着人们享受意识的加强，久居都市，厌倦了都市熟悉的一切，倡导一种回归大自然亲近大自然的旅游消费观念，形成一种返璞归真热潮。正因为看准这一市场前景，华南地区各地，涌现出一批新的旅游景区，如以农庄项目为主的、以户外拓展运动项目为主的，其投资热情不亚于当年引发的投资机械乐园的趋势。面对此热潮，笔者想这批新兴的景区的命运，也必然会重蹈当年机械乐园的命运。盲目跟风在各行各业中都深深地体现出来。这种现象的出现，也说明目前的旅游项目投资者在市场运作上的一种投资短见。许多的投资进行此项目的投资，不是理性地进行市场环境的分析，而是一种近于盲目的市场进入姿态。也有些人看到什么热就投资什么，也有些人抱着捞一把就走的心态。如果单纯以这种目的来投资，注定这个企业的生命周期是短暂的。当然，大多数还是抱着创品牌路线，走百年经营的经营策略。目前，在旅游景区分化的今天，进行市场定位是非常重要的，只有进行市场定位，锁定目标消费群体，才能获得较大的发展空间。市场定位是建立在市场调查的基础上。旅游景区的调查，应收集当地人群的旅游消费习性、地域环境、交通情况，以及早期进入这市场的先行者，也就是竞争对手的情况(竞争对手的调查包括：旅游项目、经营策略、价格、消费人群、以及其合作伙伴-旅行社的情况。)只有对这些资料进行调查分析，才能制定有效地经营策略与市场定位。通过市场定位，找到空白市场，这样，中小旅游景区的发展空间才大，才能获得较宽松的发展环境。

品牌的宣传

在竞争激烈的旅游市场，品牌形象的建设已成为经营策略的重点。如何通过品牌形象的建设，培育市场、培育忠诚的消费者，是品牌建设的核心。中小旅游景区的品牌建设，相对于其他行业来说，还是处于一种萌发阶段，各地区都形成了区域性品牌。而没有行业中的强劲品牌。(当然，这里所指的是中小旅游景区而言，对于象“五岳”、张家界等因地形地貌形成的旅游景区，对于国内的人们来说，其不需宣传，我们从小接受的教育中都能了解其情况，这样又另当别论。)中小旅游景区相对来说，投资规模小，资金不是很充足。因此，在品牌的宣传上，无法与大品牌巨额广告费投入相比。但只是掌握诀窍，把有限地资金用在刀刃上，对其品牌有效地进行宣传，还是可取的。这其中有以下几点：

1、区域广告宣传：中小景区的主要客源，是在其景区附近的人群。因此，在广告宣传上，可选择区域性的媒体，集中优势，重点突破。在媒体的选择上，也是多样性。现在每个城市，针对每个行业，都有行业的DM杂志，选择DM杂志，一方面，其有针对性，免费投递到旅游社、高档写字楼、事业单位、住宅小区、酒吧等这些具有一定消费水准的准客户手中。另一方面，DM杂志相对于公开发行的媒体来说，广告宣传费用要低一些。但对中小景区的品牌宣传起到一定的作用。在节假日，可在报纸媒体上投入广告。这样，通过DM杂志的窄众传播与通过报纸媒体的大众传播相结合，能在区域品牌宣传上，形成强劲的优势。

2、软文宣传：这就要求中小景区与媒体建立起良好的关系，通过其媒体这一平台，把中小景区的游乐项目的优势、核心的业务，运用系列化的图文结合，向消费者灌输，从而引起其注意，进而产生游玩的欲望，以拉动消费市场。

3、户外广告宣传：户外的墙体广告，目前在一些城市在政策上是限制的，但失去这一宣传载体，并不是说户外的广告宣传就没有载体。我们还可以选择车体广告、候车亭广告等这一宣传载体。在选择这一类宣传载体时，也需考虑是否有针对性。一般来说，要考虑其客源量、地域性。

大卫·奥格威说“任何一个广告都是对广告品牌的长期投资，广告的诉求重点应具有长远性。”品牌形象的建立，不是一朝一夕就能完成的，而是一个长期的、系统的，因此，在品牌的宣传上，我们应进行系统性、阶段性地对品牌进行宣传。

市场开拓与营销策略

中小景区的市场目标群主要是开拓二个大的市场，一是针对旅游社，作为景区来说旅行社是主要客户来源;因此，景区在市场开拓上应把重点放在与旅游社合作渠道的建设上。如果能与各旅游社建设好合作关系，其市场份额也得到了保证。当然，与旅游社合作，关系到彼此的利润空间的问题，因此，景区在给旅行社定价时应充分考虑到这一点。二是散客。随着旅游意识的提升，散客的也日益成为一个庞大的市场。为抓住这一客源，景区必须靠营销活动，才能带动这一消费群体。

在景区营销策略上，一般实行事件营销、优惠促销。事件营销因为其特殊性，常常能引起公众的注意力。如某动物世界在20年春节举办“天启·星空马戏”;某乐园举行“生存技能大挑战”。又或者有利用别人的资源和优势，比如电信进行客户推广活动、国际什么节、什么挑战赛之类的事件营销以吸引着众多的旅游消费者，这种方法也能提升品牌的形象。而优惠促销则是一种比较普遍的营销手段，如实行折扣优惠，这种方式较常用，但操作的效果不是很明显。针对目标消费群体，运用有效地市场开拓与营销手段，才能进一步扩大市场份额。

提升服务质量

在竞争日益激烈的旅游市场上，作为旅游景区一方面要提升项目与园区环境建设的硬件设施，另一方面也要提升服务质量的软件设施。对于前者，各旅游景区都在加大力度投资建设，但相对于服务质量提升的意识，其景区的投资者在这方面还有待加强。百研资记认为对一些小型的景区的服务意识的感受总体上来说还差强人意。一些小型的旅游景区，因为其投资规模小，在人材管理运作上，考虑到成本问题，招收的一些素质不高的人，招进之后，又缺乏统一系统的培训，从而导致人员的服质意识不强，对待游客态度生硬，不懂得如何处理游客与景区之间存在的问题，从而也导致其景区的形象大打折扣。而游客对于其消费的景区的好恶，直接影响着人对人的口碑宣传。

在当今旅游景区项目处于同质的时代，其服务质量在很大的程度上决定着景区的市场份额。因此，对于中小旅游景区，想要快速发展与景区形象提升，必须

加大力度，提升服务质量，倡导一切以顾客为中心，才能在市场中占有一席之地。一个景区的发展，一是要有一个良好的外部发展环境，但同时，也必须加强内部的管理。两翼齐飞，才能塑造品牌形象，以品牌拉动带动市场的消费，才是景区的发展之道。

**旅游营销策划方案2**

旅游营销是通过分析、计划、执行、反馈和控制这样一个过程来以旅游消费需求为导向,协调各种旅游经济活动,从而实现提供有效产品，为大家分享了旅游营销的策划方案，一起来看看吧!

为了更好地宣传柞水旅游资源，打造三大会客厅，建设全域游示范县，全方位唱响“秦岭山水，美在柞水”品牌,不断提升我县旅游知名度、美誉度和影响力，特制定柞水县20\_年旅游宣传营销方案。

一、指导思想

以十八大和十八届五中全会精神为指导，深入贯彻《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》和《国务院关于推动特色文化产业发展的指导意见》，以“观山听水怡情、休闲度假养生”为功能定位，坚持“县做形象宣传，景区做营销宣传，全民做口碑宣传”的既定方略，突出精品景区建设、旅游品牌打造、文旅融合发展、旅游服务提升、市场宣传促销等工作重点，“全方位、全要素、全时空”建设秦岭会客厅、全域游示范县和秦岭国际生态旅游目的地。

二、目标任务

201x年是“十三五”的开局之年，更是我县旅游提档升级的重要时期，我们通过政府做形象、景区做市场，以节会节庆活动、旅游形象推广、客源地营销等三个层次营销渠道，全年筹集宣传费用20\_万元，加大宣传促销攻势，唱响柞水旅游品牌，努力实现年度接待人数600万人次以上，旅游收入达31亿元。

三、主要内容

(一)节会及节庆宣传：

1.节会宣传：继续组团参加由省、市组织的一年一度的西洽会、中国西安丝绸之路国际旅游博览会、杨凌农业高新科技成果博览会、秦岭生态旅游节、商洛核桃节等节会，分别在世界旅游日、中国旅游日举办打折优惠活动和专题活动宣传推介柞水旅游，通过参加各类节会大声势宣传柞水旅游。

2.景区节庆活动：

(1)牛背梁景区：

①201x秦岭杜鹃花节启动暨景丽酒店开业仪式;

②第五届中国秦岭生态旅游节之百名记者走进牛背梁采风行动、百家旅行社走进牛背梁采线活动;

③牛背梁杯有奖征文暨美术、摄影、书法作品大赛活动等;

④十元门票游牛背梁活动(通过国内专业旅游电商平台推出两期，每期10000人)。

(2)柞水溶洞景区：溶洞音乐会。

(3)九天山景区：

①国际滑雪场举办“风雨十年、有你一路相伴”感恩活动;

②秦岭第一观冰瀑节;

③“自驾净霾、公益有我”20\_年自驾中国万人植树公益周

④九天山滑雪节。

(4)秦楚古道景区：

①五月的高山杜鹃花节;

②金秋千人登山南北穿越探险活动。

3.秦岭生态旅游节系列活动：乡土朱家湾?住会呼吸的房子”——中央电视台《乡土》栏目专题活动:中央电视台《乡土》栏目走进朱家湾，组织民宿专家、旅游达人、网络大V体验当地民宿、美食、民风民俗，开展高端民俗专家问诊活动，拍摄一期“乡土朱家湾，住会呼吸的房子”纪录片节目，在CCTV-7农业节目播出，并通过农视网点播节目视频与游客进行线上互动。

(二)柞水旅游形象宣传：

4.电视广告：

(1)在商洛电视台《天气预报》栏目插播柞水旅游宣传广告，向广大观众展示“秦岭山水、美在柞水”;

(2)拍摄柞水旅游形象宣传片。

5.户外广告宣传：重点在包茂和绕城、沪陕高速、西商高速、机场高速等设立跨线桥和单立柱等大型户外广告，长年宣传柞水旅游。

6.公交车体广告宣传：继续锁定目标市场保持传统形象塑造，继续坚持在目标市场的持续密集投放公交车体广告。计划全年投放360辆公交车体广告宣传。

7.传统纸媒宣传：

(1)在《中国旅游报》、《陕西日报》、《西安晚报》、《华商报》、《商洛日报》和《西北旅游》、《陕西旅游》等一大批具有影响力的媒体报刊宣传柞水旅游。

(2)设计印制柞水旅游宣传折页、旅游地图等旅游宣传资料。

8.旅游纪念品：设计制作有柞水代表意义的旅游纪念品在各种节会展会推介。

9.新媒体宣传：

(1)网络宣传：充分利用网络传播速度快、范围广、性价比高的优势，大力推广网络宣传，鼓励各大旅行社在网络上打柞水旅游的产品线路广告。

(2)旅游网站建设：建设好旅游资讯网，委托专业网站管理人员对资讯网进行运营维护，丰富资讯网的旅游项目和服务内容，搭建景区与游客之间的沟通桥梁，方便游客点击查询，提高服务水平。

(3)旅游微信营销：一是委托专业微信运营团队对我县进行打造，在公众平台上突出介绍我县的风土人情和自然风光，特别是特色景点、美食等，也包括当地的出行注意、消费须知、文化差异等。二是关注扫描二维码。通过不同渠道来植入微信平台信息，让感兴趣的用户通过扫描二维码或者搜索公共账号来主动添加。三是事件营销，集赞送门票。制定出“集赞优惠游”或者“集赞幸运大抽奖”等话题性很强的微信营销活动，让旅游信息范围的被大众所熟知，进而影响一些受众的心理，开发潜在客户。四是双剑合璧，线上线下联动。在线上进行宣传的同时，线下要配合线上的宣传做好对应的实体活动，做好实体活动的保障工作，让消费者切实的感受到微信营销的便利与优势，从而钟情于旅游微信。

(4)活动营销：“发现陕西之美”凤凰全媒体陕西行柞水段宣传活动。凤凰陕西联合凤凰总网、凤凰城市、凤凰各地方站等开启一场陕西丝路人文经济的探秘之旅，通过凤凰品牌影响进一步深度提升柞水旅游资源在国际社会的影响力。

(三)景区客源地营销宣传：巩固西安及关中地区一级客源市场，积极开拓延安、榆林及四川、重庆、湖北、甘肃、宁夏、山西、河南等周边省份为重点的国内旅游市场。

10.客源地户外广告：各景区根据自己的客源市场分时段在公交车体、高速跨线桥、电梯广告、钟楼地下通道LED灯箱、出租车车顶灯箱、地铁语音广告等宣传景区品牌、预热活动氛围。

11.杂志软文宣传：各景区在《陕西旅游》、《西北旅游》、《西安晚报》及《华商报》等杂志刊登广告宣传，及时发布景区发展建设成就和信息。

12.电视电台广告：与陕西电视台、陕西广播电台等新闻媒体合作，通过新闻播报、旅游专栏、专题采访、天气预报等形式，加大对景区的宣传推介。

13.网络宣传：各景区要加强网站建设，做到专人管理、实时更新。要搭建电子商务平台，做好网络分销商建设，与国内知名的专业旅游电商网站建立友好合作关系，使景区知名度大力提升的同时，不断开拓省外市场。

14.旅行社合作：各景区要借助旅行社优势推广景区，给予旅行社更加优惠的政策，并在可开发客源市场召开景区推介会，邀请省内外重要客源市场的大型旅行社走进柞水，建立战略合作关系，全力开发一级市场，逐步打开二级市场。

四、保障措施

(一)加强组织领导。县上成立以分管县长为组长，县政府办、宣传部、财政局、文广局、旅游局、各景区管委会等部门及各涉游镇和企业负责人为成员的旅游宣传促销领导小组，负责全县旅游宣传营销活动的组织实施、督促协调等工作。各成员单位要成立相应的组织机构，按照职责分工做好本单位的旅游宣传营销工作，同时强化协作配合，确保宣传营销活动取得实效。

(二)落实工作责任。各有关单位要根据本方案总体要求，编制单项活动具体实施方案，进一步细化工作任务，夯实工作责任，明确完成时限，确保旅游宣传工作落到实处。县旅游局要做好柞水旅游品牌系列宣传活动的组织和策划工作，各景区景点要组建营销团队，主要做好客源市场开拓系列宣传活动，要与招商引资相结合，分赴周边省市开展旅游宣传营销，直接进驻客源市场，景区景点要加强与知名旅行社的联系与合作，主动出击，重点加强与与目标市场旅行社和新闻媒体展开对接，充分发挥旅行社作为整个旅游活动的设计者、组织者的作用。统一景区门票对旅行社的折扣优惠，支持周边区县的旅行社共同宣传推介柞水旅游，确保各项宣传活动的顺利完成。

(三)积极筹措资金。按照全年营销计划，需投入旅游宣传促销资金20\_万元，其中政府投资695万元，企业自筹1305万元。县财政部门要及时拨付旅游宣传专项资金;县旅游局要想方设法，争取各方投入，筹措旅游宣传资金;各涉游企业要按照全县总体部署，结合实际，安排专门资金搞好宣传促销活动，保障全县宣传营销活动顺利开展。

**旅游营销策划方案3**

一、项目名称：红色旅游景区(景点)配套设施建设项目

二、项目单位：东河区旅游局

三、项目概况：

近年来，随着旅游业的不断发展，东河区也正在逐渐发展成为一个新兴的文化旅游城区，前来我区观光旅游的国内外游客也日益增多。随着红色旅游的兴起，红色旅游景点也当然成了观光旅游者的必然选择。

东河区红色旅游资源丰富，有王若飞纪念馆、福徵寺和南海湿地景区的红色收藏馆。项目实施，将对革命历史文化遗产的挖掘、整理、保护、展示和宣讲达到全国先进水平，成为主题鲜明、交通便利、服务配套、吸引力强，在省内外有较大影响的经典红色旅游目的地，这对把东河区打造成为宜游城区起到重要的推动作用。

王若飞纪念馆：王若飞纪念馆，原称泰安客栈，座落于包头市东河区通顺街3号。1931年9月，王若飞同志以中共西北特别委员会书记的身份，从共产国际来到内蒙古，领导内蒙古地区和我国西北地区的革命斗争，在此期间，就住在泰安客栈。同年11月21日晚，因叛徒出卖，在客栈3号房间被捕。

泰安客栈原是一座四合院落，东西长42.7米，南北宽43米，占地面积1836.1平方米，共有房间28间。为纪念王若飞同志1931年在内蒙古地区从事革命活动的光辉业绩，包头市政府于1962年在原泰安客栈旧址成立了王若飞纪念馆。1964年、1995年分别被列为内蒙古自治区重点文物保护单位和自治区爱国主义教育基地。1991年包头市政府对纪念馆进行了修复，修复后的纪念馆占地面积163.7平方米，其他房屋皆被居民占用。1996年包头“5.3”地震，纪念馆受到严重破坏，后按照修旧如旧的原则，由包头市环西工贸有限责任公司出资对纪念馆进行修复改造，于1999年11月14日王若飞同志诞辰103周年之际举行了纪念馆重新扩展开馆仪式。

王若飞纪念馆现占地面积552.79平方米，共有房间6间，其中正房4间为展厅，东西房各一间为接待室和办公室。院内新添已故国家领导、周恩来、刘少奇、朱德、乌兰夫为“四〃八”烈士题词的石刻碑廊及王若飞半身雕像和王若飞生前的题词碑刻。纪念馆常年展出革命文物20余件，珍贵图片260余张，纪念性报刊书籍100余份。

福徵寺(包头召)：福徵寺蒙语称“布持苏木”，汉语称“包头召”。是当时包头嘎查(村)的第一寺庙，建成于清朝康熙年间，距今已有300年历史。福徵寺是土默特蒙古族巴氏家族的家庙，每年举办春祭、秋祭等庙会活动，也是各民族民事、商贸的议事中心，同时也是中国共产党在包头早期开展革命活动的场所。1925年，中国共产党在包头的第一个党组织-----包头工委在福徵寺诞生;1929年乌兰夫等一大批热血青年从苏联回国，中共西蒙特委成立，福徵寺成为共产党人赴苏联名誉共产国际联系的中转站，并成为中国革命不可没的党的秘密联络站、传递情报、开展活动、输送党的干部。福徵寺1964年被包头文物管理处命名为文物保护单位。寺院占地8000平方米。从1983年，被中共包头市委命名为爱国主义教育基地，目前，该寺院在包头市委部的重视和支持下正在加紧恢复原貌建设。

南海湿地景区红色收藏馆：红色收藏馆坐落于南海湿地景区内，总占地面积为1000余平米，总体为木质结构。是由中国收藏家协会徽章委员会会员、内蒙古收藏家协会会员牛牛先生与南海湿地景区共同创办。共设三个展馆：第一展馆为塑像陈列馆：馆内展出了塑像99尊，的一尊为石膏全身立像3.4米，最小的一尊为玉质全身立像仅3.6厘米，材质包括(铜、铁、铝、钢、瓷、石膏、紫砂、橡胶、塑料、玻璃等);第二展馆为红色年代语录、像章馆：馆内展出了像章、语录、选集、像章模具、红卫兵袖章、各种革委会旗帜等，馆内并复原了二十世纪六七十年代家庭生活的一个场景，真实再现了当年老百姓生活的方方面面;第三展馆为红色年代生活用品馆：馆内展出了、刘少奇、周恩来、朱德的黑白照片200余幅，铁皮画、摆件、挂件、绣品、连环画、各种计划经济时期的证件等生活日用品。在国家倡导红色文化大发展、大繁荣的形式下东河区委、政府把加快红色旅游发展作为推动我区旅游业发展的一个重要的支撑点，但因红色景区景点长期以来基础设施薄弱，旅游配套设施匮乏，因此，必须切实加强红色旅游配套设施建设，才能为促进青少年的爱国主义教育和革命传统教育起到了积极的作用。

四、项目建设内容：

(一)王若飞纪念馆建设内容

1、底店收购

2、现有展厅恢复旧貌设计制造

3、收购底店改建费

4、革命文物征集

5、展厅陈列更新设计制造

6、图像影音资料的悼念及播放设备经

7、制作王若飞铜像

8、设计制作泰安客栈原貌沙盘模型

9、周边道路硬化、绿化、亮化工程

10、纪念馆防火、防盗、防雷击等“三防”工程

11、配套费、人防费

(二)福徵寺(包头召)

1、布馆工程:电子多媒体、悬浮成像、激光幻影成像、三维电子沙盘、触摸屏、中央音响、全彩户外等

2、展馆加固、维护、改造1200平方米

3、中央空调系统

4、消防系统：火灾自动报警系统、应急照明系统、消火栓系统等2套

5、监控系统2套

6、旅游公厕1座120平方米

7、无障碍通道

8、标识牌2个

9、文化墙64米

10、绿化1000平方米

11、停车场1000平方米

(三)南海湿地景区红色收藏馆

1、红色收藏馆整体红色氛围的营造，包括外景的布置及灯光、音响、影像设备。

2、购置反映“红色”年代的服装及道具。

3、加大投入媒体的宣传力度，利用广播、电视、报纸及网络进行有利推广。

4、建设娱乐休闲园。

5、建设旅游环保厕所。

6、建设多媒体设施及增加景区标识牌。

五、项目投资估算：

(一)王若飞纪念馆

此项目预计投资450万元，主要用于以下十一个方面：

1、底店收购费200万元

2、现有展厅恢复旧貌设计制造费30万元

3、收购底店改建费50万元

4、革命文物征集费20万元

5、展厅陈列更新设计制造费30万元

6、图像影音资料的悼念及播放设备经费20万元

7、王若飞铜像10万元

8、设计制作泰安客栈原貌沙盘模型10万元

9、周边道路硬化、绿化、亮化工程10万元

10、纪念馆防火、防盗、防雷击等“三防”费用20万元

11、配套费、人防费50万元

(二)福徵寺(包头召)

2、福徵寺建设情况

此项目预计投资20\_万元，主要用于以下十一个方面：

1、布馆工程:电子多媒体、悬浮成像、激光幻影成像、三维电子沙盘、触摸屏、中央音响、全彩户外等500万元

2、展馆加固、维护、改造1200平方米300万元

3、中央空调200万元

4、消防系统：火灾自动报警系统、应急照明系统、消火栓系统等2套200万元

5、监控系统2套150万元6、旅游公厕1座120平方米150万元

7、无障碍通道50万元8、标识牌8个100万元

9、文化墙64米50万元

10、绿化1000平方米100万元

11、停车场1000平方米200万元

(三)南海湿地景区红色收藏馆

此项目预计投资470万元，主要用于以下七个方面：

1、红色收藏馆整体红色氛围的投入，包括外景的布置及灯光、音响、影像设备150万元。

2、服装及道具购置费20万元。

3、媒体宣传推广30万元。

5、娱乐休闲园50万元。

6、旅游环保厕所20万元。

7、多媒体设施及增加景区导览图、路标指示牌200万元。

六：项目资金筹措：

申请上级资金及自筹

七、项目效益分析：

通过红色旅游项目建设，深刻挖掘革命史实，紧扣爱国主义教育、革命传统教育主题，以丰富多彩的形式全面、准确、客观地反映革命史实，使广大游客在身心放松的同时，增加对历史的了解，对伟人的敬仰，进而增强了自身的使命感、责任感，取得良好的社会效益。随着游客的增加，红色旅游的经济效益也相应被拉动起来，达到了社会效益和经济效益的统一，最终实现了红色旅游的良性发展。

**旅游营销策划方案4**

随着经济不断的发展，人民的消费观念也逐渐开始发生了变化。以前很多人只要一有钱就存在银行里，而不是花出去。到现在居民的消费观念开始变化，很多人已经开始将手中的闲钱构建自己更好的生活了。旅游就是居民消费的另一增长点，发展旅游对扩大内需有着巨大的作用。现在名山大川的旅游资源都已经被开发殆尽，我们应该发展新的旅游资源，乡村旅游成为了其中发展的很重要的组成部分。

乡村旅游，以农民为市场经营主体，以农民所拥有土地、庭院、经济作物和地方资源为特色、以为游客服务为经营手段的农村家庭经营方式。换言之，乡村旅游是以乡野农村风光和活动为吸引物、以城市居民为目标市场、以满足旅游者娱乐求知和回归自然等为目的的一种旅游方式。无论如何理解，乡村旅游作为一种旅游形式，其在旅游业中的产业关联带动、吸纳当地就业和促进改革开放、脱贫致富等诸多方面，都能够发挥独特而显著的作用。

西沟生态村简介:

西沟生态村位于两省(河南、山西)、三县(辉县、修武、陵川)交界处的薄壁镇境内，面积20平方公里，平均海拔在800---1500米之间。森林覆盖率95%，河水流径10余公里，是重点生态林和太行猕猴保护区。

西沟生态村主要特征是：高山林立、奇峰怪石;峡谷万丈、壁立陡峭;泉涌溪流、瀑大潭深;古树参天、鸟语花香;野果遍坡，桃梨满园;深秋时节，红叶漫山;名贵药材，亨誉中原;自然冰雕，别有洞天。生态村内现有景点：潭头瀑布、西沟四级瀑、龙浴湖、黑龙洞、黄龙潭、龙王寨、青苔岩、小寨河、千年龟石、香炉石，还有众多奇峰待命名，这里集雄、秀、奇、幽于一体，揽山、水、林、洞于一沟。专家赞誉西沟生态---贵在原始，美在天然----。

一、项目背景分析

旅游产业的发展必须依赖于一定的旅游资源。旅游资源虽包罗万象，但无外乎自然资源和人文资源两类。我国众多的旅游胜地中，有的以自然资源突出为特色，有的以人文资源突出为特色。随着人们思维方式和审美情趣的改变，自然资源成了旅游中魅力的优势资源，并直接影响着该地区经济的发展。而西沟生态村却隐藏着与世隔绝的自然资源。

(一)国家对旅游产业开发的政策形势

当前国家正在大力提倡发展旅游产业，争取把中国发展成为旅游强国，目前我国旅游产业的规模位居世界第7位，但与世界旅游强国还有很大差距，发展旅游业已经成为我国一项基本产业政策。为适应加入世贸组织的要求，中国旅游业将尽快改变政府的主导地位，变政策调节为市场调节，以加速与国际旅游市场的接轨步伐。

(二)国际国内旅游业发展的趋势

1.21世纪世界旅游的发展对景区内涵提出了新的要求。众多旅游专家一致认为，生态、绿色、极限、人与自然、度假、文化、体育等将是未来旅游业的主题。

2.中国旅游景点的开发将从以政府为主导转变为以市场为主导。

3.旅游市场越来越呈现出细分化的特点。

(三)西沟生态村资源开发现状分析

1.成功点

(1)对自然生态环境的保护良好(景区内的水、空气、植被等未受污染和破坏)

(2)近三年来具备一定的知名度(在河南省内)

2.不足点

(1)配套设施几近空白(住宿、饮食、娱乐等设施匮乏)

(2)景区自然景观尚未开发(峡谷内没有步道和安全保护);

(3)景区运营机制未制定(国家所有国家开发的运行模式难以适应市场需求);

(4)尚未市场定位。

(四)景区旅游资源优劣势分析

1.优势

(1)景区有丰富的水资源，适合开展一些水上项目，;

(2)峡谷内有多处适合速降和攀岩运动的天然石壁;

(3)具备良好的植被覆盖，生态环境良好;

(4)景区内有林果种植特色农业。

2.劣势

(1)景区内峡谷较窄，地势复杂，汛期水大无路可行。

(2)景点地理位置相对较偏，交通不便。

二、西沟生态村总体开发规划原则

坚持保护生态、倡导环保，实现可持续发展的原则

坚持突出特色的原则

坚持传统特色与现代理念相结合的原则

坚持统筹规划，分步实施的原则

坚持在保护环境的前提下追求社会效益和经济效益的原则

三、景区远景规划目标

建设成为“河南、全国知名”的生态休闲避暑度假区;

1.发展特色运动，如短矩离剌激漂流、拓展等，使自然景区成为河南知名的野外拓展训练基地;

2.成为河南省乃至全国知名的青少年生态环保教育基地。

3、建一个世外桃园。

四、阶段性开发规划

(一)第一阶段：立足景区现有景点，完善基础配套设施，开发乡村旅游，加大营销力度，实现景区游客量的较大增长。

1.在景区内统一规范若干个农家旅馆

2.在景区附近建设一座集住宿、餐饮、停车、娱乐于一体的宾馆;(潭头、平甸)

3.对景区内现有游览线路上的泥石路、栈道进行改造或新建;

4.沿游览路线开设数个游客休憩亭，兼营饮品、副食和地方特色小吃;

5.新建景区内的邮电通讯、水电等基础设施;

6.新建景区内的简便医疗点一个、生态环保厕所若干间;

7.建一烧烤一条街

8.设置两处篝火场。

9.开发乡村旅游(农家乐项目)

考察国际上流行的绿色旅游、旅游农业等不同的旅游方式，其实质都是以生态农业、生态林业为背景或载体、人们环境保护意识和旅游回归自然的生活质量意识的加强而发展起来的。因此，大力发展乡村旅游对生态环境的保护尤为重要，应视为取得发展的根本要求和基本保证。如新加坡为了对有限的土地进行综合开发和高效利用，有关部门将高科技引入农业并与旅游事业相结合，兴建了10个农业科技公园，游人不仅可以漫步其中，而且可尽情品尝，如同生活在仙境中，让人大饱眼福和口福。还有日本的观鸟旅游和观光农园及务农旅游、马来西亚的农林旅游区、澳大利亚的牧场旅游、美国的农场旅游、法国的远离城市的绿色旅游、意大利的乡村度假旅游、德国的“森林轻舟”旅游等等。乡村旅游的内容涵盖了上述多种旅游方式，甚至比其更为广泛。

在我们国家，有很多的有特色的乡村遗留下来，特别是像安徽宏村、湖南凤凰村这样的乡村，在全国旅游中都是很重要的、很有名气的乡村。我们重点发展乡村游也是符合旅游发展的客观规律的，相信随着时代不断的发展，乡村旅游又可以成为带动国国民经济发展的一个重要组成部分。即为国家经济作出贡献，又陶冶了城市人的情操，还增长了农民的收入，三管齐下，我们一定要把乡村旅游做到!

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！