# 关于旅游网站策划书旅游网站策划书范本

来源：网络 作者：雪域冰心 更新时间：2025-06-03

*关于旅游网站策划书旅游网站策划书范本一信息传播化 媒体覆盖化 经济效益化二、销售策略：我们把目标市场定为珠江三角洲地区，深圳本地和港澳地区为第二市场，而外省游客主要在春节期间出现，靠本地宣传提高来访量。我们应当采取以下策略进行销售：1、确定...*

**关于旅游网站策划书旅游网站策划书范本一**

信息传播化 媒体覆盖化 经济效益化

二、销售策略：

我们把目标市场定为珠江三角洲地区，深圳本地和港澳地区为第二市场，而外省游客主要在春节期间出现，靠本地宣传提高来访量。

我们应当采取以下策略进行销售：

1、确定目标市场并划分主要的区域，根据不同的时期、不同的人群对兵马俑产生吸引的不同角度，采用平面宣传、文化挖掘、巡回展示等方式，进行市场营销。

2、借助兵马俑对香港市场的特殊吸引（特别是香港人、学生对中国古文化的向往），选择一至两家旅行社，通过合适的合作方式（让对方进行宣传和推广），打开香港市场。或采用合适的宣传方式（和媒体合作），打开香港市场。

3、细分市场，根据每块市场的特点和不同节令特点，区分营销、宣传受众的不同需求，采用不同的方法、相应的宣传策略，进行宣传和营销。

4、在价格方面，提高价格虽然能提高利润，但也可能因此减少客流，我们可以在稳定原价格的基础上，采用提高入园人数来提高收入，同时可通过让利等方式借助中间商的宣传拉动，达到市场覆盖化。

三、市场分析：

1、 市场选定： 1珠江三角洲 2广州 3深圳 4香港 2、 市场评估： 1珠江三角洲：营业额546万， 2广州：营业额1049万， 3深圳：营业额664万， 4香港：？ 注：a以上数据来自02年总入园人数106万人，营业额9555.3万元人民币。 的基础，有效细分的要求； b历史数据并没有香港市场，习惯将其和深圳市场划归一起。在这里将香港市场单另列出，是考虑到兵马俑在香港市场可能产生较好高效应，所以进行针对性的市场开拓。 3、 现状分析： 1广州： ◆客源总量： 人口810万人，港澳侨胞135万人 ◆人均收入： 1.6万元。年人均消费1.14万元 ◆市场特点： 团队组团分为散客，企业团体、地接团三大块。 散客出游多以旅行社组织出游为主要形式。时间上为一日游或二日游。 企业团体出游形式上有旅行社和自行出游两种方式。时间上也以一、二日为主。 地接团队市场，广州市内地接外省团队、境外团队深珠游。 今年地接内地港澳游团队出团量明显上升。

◆ 旅行社： a共计126家。 广州本地旅行社以往每年组织深圳游旅客，大约30--40万人次。 b散客组团社实行零团费的组团方式。 c旅行社团费和利润来源于景点门票团散差价和购物回扣。 d旅行社组织企业团体出游多有事先计划和安排，主导权在企业自身。 e以地接团队为主的旅行社，线路安排事先已定，导游现场推荐是否有效是加点能否成功的关键。

◆ 社团： a各省驻广州办事处共有160家。 b除企业自身组织的活动外，各类中介机构也会组织各种活动。 2深圳： ◆旅行社： 共计55家。 a深圳旅行社共接待人数为20万人次，其中50%为中转，25%为游广珠线为主。25%为游深圳为主。 b主要以地接外省团队（包括中转，出境，入境为主） c与明思克有业务往来的旅行社50家。占96%。03年9月接待6500人次，其中侨城中旅，报业国旅，机场国旅等旅行社来团量占9月总来团量的70%。 ◆酒店： a共有酒店200家，70%的酒店分布在罗湖、福田、南山三区。 b主要以酒店外地散客，会议团队为主。 c现与明思克合作的酒店有50多家，以二三酒店为多，占酒店总量的40%，销售方式以现付为主，

◆社团： a深圳各类企业十多万，小学180多所，中学60多所，幼儿园500多所 b以华为，中兴、迈瑞等企业为代表的300-500家高新企业是企业中最活跃的部分，每年企业的接待量较大 c政府机关和银行政券机构等具有一定实力的企业，每年接待量和招待费较多。 d工厂将在年终组织联欢活动和员工福利游 e学生春游和秋游活动 f以高新企业和政府机构接待是现阶段社团的主要收入，占社团总收入的60%—70%。仅华为一家平均每月就有600—800人。 g企业联欢活动相对活跃，但由于活动策划要求较高，加上景区内硬件有一定的局限性，成功率较低。 3珠三角：

◆市场总量： 人口6820万人， 流动人口1890万人，

◆ 人均收入： 1200元/月≮≯

◆ 集中地区： 东莞、佛山、汕头、湛江、茂名、江门。

◆ 发达地区： 东莞、佛山、中山、珠海、肇庆、江门。

◆市场特点： 有一定的经济基础，有旅游的习惯；

◆销售现状： 只开展了旅行社平台的业务

◆旅行社： a共计360家。 b东莞、佛山、中山、珠海、肇庆、江门占总量的三分之一共有旅行社106家。 c出游方式多为旅行社组织出游， d与明思克有业务往来的旅行社290家。 e该地区旅行社团队人数为占市场份额的15%。 f东莞、佛山、中山珠海、肇庆、江门等经济发达地区来团量占总来团量的80%。

◆社团： a东莞、惠州地区号称“工厂之都”有台资企业8000多家，世界500强企业16家。 外来人口590余万。 b人均年收入1。6万元。 c东莞、惠州地区的台资工厂，将年末组织员工旅游作

**关于旅游网站策划书旅游网站策划书范本二**

1、网站功能：

前台实现功能

（1）新用户注册

（2）密码修改功能

（3）分类信息搜索

后台实现功能

（1）用户注册信息管理

（2）分类信息管理

1）、旅游企业的旅游产品能够通过互联网得到广泛的、全面的宣传，让尽可能多的旅游企业、旅游者了解和熟知旅游企业的产品以及产品特色，旅游企业服务。

2）、能够通过互联网找到新的合作伙伴，拓宽市场销售渠道。

3）、能够通过网站和客户之间达成直接交流，收集客户意见。

4）、能够为企业的旅游产品提供直接销售的空间，旅游企业通过互联网宣传企业产品的过程中能够直接接收到网上的游客订单。

5）、能够帮助旅游企业在具体业务过程中提供便利、快捷、实惠的信息；互联网能够充分体现网络优势，帮助企业实现散客网上成团，即使散客不成团企业需要独立操作时。

2、栏目架构

**关于旅游网站策划书旅游网站策划书范本三**

一、前景分析

旅游市场分析

餐饮市场分析

二、网络市场分析

网络覆盖了全球，缩短了人们之间的距离，带来了许多主便，介是很多网站都没有能存活下来，很快被网络市场所淘汰，被淹没在网络浪潮之中。

1.许多站点不注重盈利点和盈利周期，只想着，不善于选择经营模式和盈利模式;

2.站点的信息更新速度慢，信息有吸引力不强;

3.没有自己的特点，定信不明确，缺少一定的气氛和感觉;

4.服务水平不高，功能不全;

5.没有抓住顾客的

三、网站的战略分析

(一)提供什么

1.要获得更大的发展，必须吸引大量网民、旅行社和宾馆饭店，为想来苏旅游的游客提供便利。

2.提供苏州旅游景点和宾馆饭店的分布图;

3.提供最新的旅游线路;

4.市场分析

5.介绍各类优惠信息。

(二)、成功的因素

1较好的商业动作模式及盈利模式;

2.有价值的咨询信息，有价值的市场分析

3.公平合理

4.网上订购

5.网站人员文泛，便于操作管理

6.充分利用网民的参与、商家参与及互动全作

7.网站立足于人们感兴趣的旅游和饮食

8.网民可直接从本站订餐、组团旅游

(三)、凭什么盈利

是集咨询、娱乐、体闲、商务于一体的旅游网站，

集顾客商家为一点的区域，是人们茶余饭后的体闲区，是现代生活的首选，帮人员潜力极是庞大，它给旅行社、宾馆饭店带来如下利益：

1、获取巨大的经济效益和社会效益。

2、知名度迅速提升。

3、为经销商带来更多的顾客。

4、协助商家进入网络行业，使个商家的服务更加的全面。

5、同时，也给顾客带来各种优惠和利益及方便。

四、网站栏目架构

1.吴地文化

2.苏州景点

3.预订服务

4.天堂论坛

5.旅游常识

6.饮食文化

7.咨询广场

8.会员注册：个人注册和商家注册

9.服务区

五、网站设计

网页的版面设计直接影响到网站的效率。避免与其他网站的雷同，以致于被埋没在网络的大海之中，故本网站将全方们设计一个具格令人回味的界面。

1.优化视图设计，插入动画，但数量不能太多

2.图文并茂，色彩图片、合理搭配，在保持网页整体一致性的情况下追求属于本网站独特品味，造出一些亮点。

3.网让导航栏的设计，使整个网站的组织形式清晰，并保证页面不单调

4.网站设计真正做到以服务顾客为核心。

5.及时和定期与日俱增新信息。

六、风店的特点

个性化，应用灵活，功能强大，可扩展性、实用性强。宣传效果佳，成本低廉，服务优，维护有保障，便于操作，立足于服务，立足于提高人们的生活水平。

七、网站的维护

1.时时监控，若软硬件出现问题，及时进行评估并在24小进内解决。

2.第天备份数据，优化数据库设计

八、运营事宜

1宣传工作与各大网站建立链接，注同搜索引擎

2.与商家保持联系，取得他们的支持，获取网页素材和市场信息

3.通过制作成功的风站扫提供的信息提高网站人气，配合商家的有关活动，增加网站的可信度。丰富网站内容，加大推广力度，吸引苏州人和来苏旅游的人的眼球。使网站在短期内能运转起来，以便为将来网站盈利作准备。

九、财务分析

(一)、支出

1.维护费用

2.设备费用

3.人员工资

4.推广费用

(二)、收入

1.广告收入

2.注册收费vip

3.出售旅游用品

4.代理业务

**关于旅游网站策划书旅游网站策划书范本四**

一、前景分析

旅游市场分析

餐饮市场分析

二、网络市场分析

网络覆盖了全球，缩短了人们之间的距离，带来了许多主便，介是很多网站都没有能存活下来，很快被网络市场所淘汰，被淹没在网络浪潮之中。

1、许多站点不注重盈利点和盈利周期，只想着赚钱，不善于选择经营模式和盈利模式;

2、站点的信息更新速度慢，信息有吸引力不强;

3、没有自己的特点，定信不明确，缺少一定的气氛和感觉;

4、服务水平不高，功能不全;

5、没有抓住顾客的

三、网站的战略分析

(一)提供什么

1、要获得更大的发展，必须吸引大量网民、旅游景点、旅行社和宾馆饭店，为想来苏旅游的游客提供便利。

2、提供苏州旅游景点和宾馆饭店的分布图;

3、提供最新的旅游线路;

4、市场分析

5、介绍各类优惠信息。

(二)、成功的因素

1较好的商业动作模式及盈利模式;

2、有价值的咨询信息，有价值的市场分析

3、公平合理

4、网上订购

5、网站人员文泛，便于操作管理

6、充分利用网民的参与、商家参与及互动全作

7、网站立足于人们感兴趣的旅游和饮食

8、网民可直接从本站订餐、组团旅游

(三)、凭什么盈利

xxx是集咨询、娱乐、体闲、商务于一体的旅游网站，

集顾客商家为一点的区域，是人们茶余饭后的体闲区，是现代生活的首选，帮人员潜力极是庞大，它给旅行社、宾馆饭店带来如下利益:

1、获取巨大的经济效益和社会效益。

2、知名度迅速提升。

3、为经销商带来更多的顾客。

4、协助商家进入网络营销行业，使个商家的服务更加的全面。

5、同时，也给顾客带来各种优惠和利益及方便。

第二部分

四、网站栏目架构

1、吴地文化

2、苏州景点

3、预订服务

4、天堂论坛

5、旅游常识

6、饮食文化

7、咨询广场

8、会员注册:个人注册和商家注册

9、服务区

五、网站设计

网页的版面设计直接影响到网站的效率。避免与其他网站的雷同，以致于被埋没在网络的大海之中，故本网站将全方们设计一个具格令人回味的界面。

1、优化视图设计，插入动画，但数量不能太多

2、图文并茂，色彩图片、文字合理搭配，在保持网页整体一致性的情况下追求属于本网站独特品味，造出一些亮点。

3、网让导航栏的设计，使整个网站的组织形式清晰，并保证页面不单调

4、网站设计真正做到以服务顾客为核心。

5、及时和定期与日俱增新信息。

六、风店的特点

个性化，应用灵活，功能强大，可扩展性、实用性强。宣传效果佳，成本低廉，服务优，维护有保障，便于操作，立足于服务，立足于提高人们的生活水平。

七、网站的维护

1、时时监控，若软硬件出现问题，及时进行评估并在24小进内解决。

2、第天备份数据，优化数据库设计

八、运营事宜

1宣传工作与各大网站建立链接，注同搜索引擎

2、与商家保持联系，取得他们的支持，获取网页素材和市场信息

3、通过制作成功的风站扫提供的信息提高网站人气，配合商家的有关活动，增加网站的可信度。丰富网站内容，加大推广力度，吸引苏州人和来苏旅游的人的眼球。使网站在短期内能运转起来，以便为将来网站盈利作准备。

九、财务分析

(一)、支出

1、维护费用

2、设备费用

3、人员工资

4、推广费用

(二)、收入

1、广告收入

2、注册收费vip

3、出售旅游用品

4、代理业务

**关于旅游网站策划书旅游网站策划书范本五**

互联网正在慢慢地改变生活，这已经不仅仅是概念的演绎，在生活工作的各个方面，都留下了互联网的印记。旅游业也不例外，据统计，网上旅游业销售额已经占到全球电子商务销售额的20%以上。随着假日旅游、自助旅游、各种主题旅游的兴起，旅游网站也焕发着春天般的气息，一个好的网站对旅游资源的宣传和游客出行计划都有着积极的意义，让游客们有备而来、尽兴而归。通过网站开展相关旅游资源的电子商务整合和旅游资源的管理都将会是旅游业不可回避的现实。

）

(1)新用户注册

(2)密码修改功能

(3)分类信息搜索

(1)用户注册信息管理

(2)分类信息管理

首页导航条:美容、瘦身、养生、最新信息、留言板、关于我们、联系我们、会员登录等。

美容:提供各种健康美白、护肤、保养信息等。

瘦身:提供各种健康纤体、瘦身、保健信息等。

养生:提供四季生活养生信息。

最新信息:提供及时的新品信息。

留言板:为了更好的与网民交流，为了让客户在网络上有一个可交流的地方，我们打造一个网上交流的bbs论坛系统，使客户与客户，我们与客户之间可以针对某一问题进行交流，从而增加网站的人气。

关于我们:提供在网站购物相关的帮助信息。

联系我们:利用e-mail客户可以直接和我们联系。

会员注册、登陆系统:用户可进行在线注册，免费成为会员。注册成会员后可以在网站的登录位置进行登录。

网站要达到让客户了解我们网站的各种信息的目的，以及通过网络宣传我们的网站，进一步实现盈利的目的。并且对网站进行推广，促使客户数目的增加。

系统采用winxpserver+iis+sqlserver+aps作为平台，开发成本低、功能强大，完全满足客户需求，将客户的理想转化为现实。

在设置口令的时候尽可能复杂，单纯的英文或者数字很容易被暴力破解。某些系统服务功能有内建账号，应及时修改操作系统内部账号口令的缺省设置，防止别人利用默认的密码侵入系统。

我们还要时刻关注微软官方站点发布的补丁程序。通常在微软公司发现了某些有可能影响系统安全的漏洞之后，都会在它的官方网站中发布系统补丁，这时应该在第一时间中下载安装最新的补丁，及时堵住系统漏洞。

使用windows20\_/xp过程中还需要经常查看系统日志文件，因为这个文件会完整记录一段时间之内所有的网络活动情况，通过查看系统日志能够得知是否有人对系统尝试攻击以及攻击的结果，便于我们进行针对性的弥补。

最行之有效的网络安全防护手段就是安装一款防火墙软件。目前这种防火墙软件很多，比如天网防火墙、nortoninterfirewall、zonealarm等，它们不仅可以防ping、防止恶意连接，而且在遇到恶意攻击的时候还会有独特的警告信息来引起注意，并且把所有的入侵信息记录下来。

我们使用网页程序asp、jsp等网页技术来完善网站建设，并使用photoshop来修饰图片。

网站的页面设计:我们的网页主要采用的是以粉红色为主色调，淡紫色为辅助颜色，在此种颜色的基础之上还要添加一些绿色为基调。总之主要的就是体现女性的青春活力，吸引更多的浏览者进入观赏，并积极地进行讨论。而且能让他们在我们的网站上找到他们所要了解的知识，既要迅速又要快捷。

网站页面制作先进技术应用:我们将采用先进的jave技术、vbscript等等来对所要进行的网站进行编程以及系统的设计。

内容风格:网站的内容时尚新颖，简洁明朗，方便快速浏览，具有当今美容潮流的风格。我们所涉及的美容、瘦身、养生等知识能够以最新的内容吸引留言者的观赏，掌握最新的动态以及现今对于美容瘦身以及养生各种最新的讨论和评价，使整体上感觉很真实，而不是一味的吹捧等。除此之外，我们还会在我们的网站上投放一些现当今比较流行的音乐，让浏览者一边听着优美的音乐一边观赏我们的网页，有种赏心悦目的感觉，给他们留下深刻的印象，以增加我们的访问量。当然在以上的基础之上，我们要把动态和静态网页做好。

我们将对数据库进行管理、备份、灾难恢复。

我们会对网站的内容进行及时地更新和调整，并对新产品进行及时的发布

在网站发布前我们会进行周密的测试，以保证正常浏览和使用。

(1)服务器-稳定性、安全性等

(2)程序、数据库测试

(3)网页兼容性测试――浏览器、分辨率等

(4)其他测试

1)注册3721网络实名，并可参考竞价排名。

2)加入百度、google等国内大型网站搜索引擎

网站的友情链接系统可以与国内外的广大化妆品网站联系起来，让我们了解别人，也让别人了解我们，交换友情链接不但可以提高网站的访问量，而且可以带来无限的商机。链接的方式很多，我们采取文字与logo交换。文字简便，logo图片直接。

1)在国内电子公告栏bbs发布信息

2)通过e-mail，向广大网民发布网站信息

各项规划任务的开始完成时间、负责人等。

**关于旅游网站策划书旅游网站策划书范本六**

甲方：

授权代表：

地址：

邮编：

电话：

乙方：

授权代表：

地址：

邮编：

电话：

为了利用\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_网站在全国的网络优势，扩大当地旅游产业和名优土特产的对外宣传，甲、乙双方本着平等互利、优势互补、精诚合作、共同发展的原则，就合作事宜，达成以下协议，并共同遵守：

第一条、合作方式

1、乙方作为平台的技术服务提供方，向甲方提供相应的技术支持服务。

2、甲方平台与乙方平台进行集成，向乙方提供相应的技术支持服务。

3、乙方提供其客户服务系统作为用户统一的咨询、投诉受理中心。

4、乙方负责平台业务整体的市场策划、推广、媒体宣传等，在乙方对甲方产品的宣传和推广中，与甲方协商确定其产品的优惠定价、折扣比例等。甲方全力配合乙方的推广活动。

第二条、合作项目

乙方可使用甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_网站，网址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，为所在地的旅游特产行业和商家提供服务。甲方可使用乙方\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_网站，网址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，为甲方及其合作伙伴提供服务。

第三条、合作时间

本协议有效期为\_\_\_\_\_年，自\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止。如需续签，双方应在本协议到期前\_\_\_\_个月内协商，否则视为终止协议。

第四条、甲方的权利义务

1、甲方应在甲方媒介中宣传推广合作渠道，在合作渠道上大力推广乙方产品，以达到双方满意的营销效果。

2、甲方媒介不得展示、刊登法律法规禁止的信息和内容，亦不得侵害他人的权利（包括但不限于知识产权、肖像权、\_\_\_\_\_专用权等），且甲方有责任对甲方网站的经营及内容进行审核和管理，以确保甲方网站的合法性。

3、甲方应指定相应的商务、技术人员经常与乙方进行沟通和协调，除保证合作渠道的正常运行外，就推广宣传、页面调整及其他技术合作方面的工作进行沟通和推进。

4、本协议有效期届满或提前终止后，甲方应立即停止使用乙方通过本协议授权其使用的一切内容。

第五条、乙方的权利义务

2、乙方有权决定合作渠道中的内容，且所有由合作渠道推广的产品均由乙方提供，乙方具有所提供服务及产品的最终解释权。

第六条、收益分配

电商网站运营的收益分配：协议期内，乙方运营的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_网站所得的相关收入，甲方获得其中的\_\_\_\_\_%；乙方获得其中的\_\_\_\_\_%。

第七条、违约责任

1、甲乙双方应按照本协议约定严格履行义务，任何一方违约，应承担违约责任，给对造成损失的，应赔偿对方损失。

2、除本协议另有约定外，任何一方中途退出合作，需提前\_\_\_\_个月通知对方。经双方协商一致后方可解除本协议。因此给对方造成经济损失的，应全额赔偿对方的损失。

第八条、其他

1、如果任何一方未能行使或者及时行使其在本协议项下的任何权利、权力或优先权时，不应视为弃权；而对任何权利、权力或优先权的单独行使或部分行使亦不得妨碍日后其对任何权利、权利或优先权之行使。

2、本协议以中文制成，一式\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_份，具有同等法律效力。

甲方：

签约日期：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日

乙方：

签约日期：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日

**关于旅游网站策划书旅游网站策划书范本七**

一、建站前的市场分析

随着社会生活的不断提高，人们在对生活的满足感不只存在于物质生活上了，越来越注重精神生活的享受。同时对信息需求也愈来愈大。信息需求是信息消费的四个基本阶段之一，信息消费的过程包括信息需求、信息获取占有、信息吸收处理和信息创造4个阶段。信息消费始于信息需求，信息需求是引发信息消费的原动力，是信息消费者必备要素。顾客的需要在随着生活水平的不断提高在提高也，但是现在很多时候还不能满足顾客需要的。

同时现在很多有足够金钱能力的人，都会去乡下买房子，居住，只是因为乡村的空气好，所以开发一个有特色的乡村旅游网，及所有设施一体化，不仅能够使游客开心的游玩，而且也能够带动该市的经济发展。

建站前首先应调查好许多问题：

1、公司自身条件分析、公司概况、市场优势，可以利用网站提升哪些竞争力，建设网站的能力（费用、技术、人力等）。

2、市场主要竞争者分析，竞争对手上网情况及其网站策划、功能作用。

二、网站目标定位

网站名称：苏州乡村旅游网

网站客户：全国各地的游客

网站栏目：首页、苏州景点、苏州交通、苏州饮食

网站功能：给游客提供一个旅游的天堂，让游客都能够开心的游玩，而且带动当地的经济发展

盈利模式：通过对在景点门票和一些其他服务类场所收费来达到盈利。同时还有手工制品销售

网站特色：集吃、喝、玩、乐、行于一体，而且有淳朴的乡间风情。

三、网站内容及形式规划

该网站以苏州本土的美丽景点为依托，把苏州的古老美展现在世界各国游客面前，让他们可以在游玩的同时，认识到并且注意到苏州的美，而且网站也更多的介绍苏州的景点，食宿和交通。让游客可以在最短的时间找到自己所需要的。网站总体格调呈温馨的颜色，给参观网站的游客一种温暖的感受。背景色也都采用暖色调，网站也设置了标语“欢迎您的到来”，显示了我们网站的诚意。

1、根据网站的目的确定网站的结构导航。

一般企业型网站应包括：公司简介、企业动态、产品介绍、客户服务、联系方式、在线留言等基本内容。更多内容如：常见问题、营销网络、招贤纳士、在线论坛、英文版等等。

2、根据网站的目的及内容确定网站整合功能。

如flash引导页、会员系统、网上购物系统、在线支付、问卷调查系统、在线支付、信息搜索查询系统、流量统计系统等。

3、确定网站的结构导航中的每个频道的子栏目。

如公司简介中可以包括：总裁致词、发展历程、企业文化、核心优势、生产基地、科技研发、合作伙伴、主要客户、客户评价等；客户服务可以包括：服务热线、服务宗旨、服务项目等。

4、确定网站内容的实现方式。

如产品中心使用动态程序数据库还是静态页面；营销网络是采用列表方式还是地图展示。

四、网站运营计划

运营目标：让到来的顾客都可以找到自己所需的，让网站在短期内盈利，并且可以不断扩大。

运营措施：通过打广告，发传单等方式来提高网站的知名度，并在刚开始阶段，提供一些打折的优惠活动来吸引消费者。

五、费用预算

1、企业刚建站时所用的费用；

2、宣传网站所需投入的广告宣传费；

3、职工的工资等

六、网站维护

1、对服务器及相关软硬件的维护，对可能出现的问题进行评估，制定响应时间。

2、数据库维护，有效地利用数据是网站维护的重要内容，因此数据库的维护要受到重视。

3、内容的更新、调整等。

4、制定相关网站维护的规定，将网站维护制度化、规范化。

5、说明：动态信息的维护通常由企业安排相应人员进行在线的更新管理；静态信息（即没用动态程序数据库支持）可由专业公司进行维护。

七、网站测试

在网站发布前，对网站进行测试：

1、测试文字、图片是否有错误

2、链接是否有问题；

3、对数据库和程序的测试

八、网站发布和推广

网站建立好后，开始对网站在网络上发布，并且大力推广。

**关于旅游网站策划书旅游网站策划书范本八**

甲方：

授权代表：

地址：

邮编：

电话：

乙方：

授权代表：

地址：

邮编：

电话：

为了利用\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_网站在全国的网络优势，扩大当地旅游产业和名优土特产的对外宣传，甲、乙双方本着平等互利、优势互补、精诚合作、共同发展的原则，就合作事宜，达成以下协议，并共同遵守：

第一条、合作方式

1、乙方作为平台的技术服务提供方，向甲方提供相应的技术支持服务。

2、甲方平台与乙方平台进行集成，向乙方提供相应的技术支持服务。

3、乙方提供其客户服务系统作为用户统一的咨询、投诉受理中心。

4、乙方负责平台业务整体的市场策划、推广、媒体宣传等，在乙方对甲方产品的宣传和推广中，与甲方协商确定其产品的优惠定价、折扣比例等。甲方全力配合乙方的推广活动。

第二条、合作项目

乙方可使用甲方\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_网站，网址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，为所在地的旅游特产行业和商家提供服务。甲方可使用乙方\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_网站，网址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，为甲方及其合作伙伴提供服务。

第三条、合作时间

本协议有效期为\_\_\_\_\_年，自\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止。如需续签，双方应在本协议到期前\_\_\_\_个月内协商，否则视为终止协议。

第四条、甲方的权利义务

1、甲方应在甲方媒介中宣传推广合作渠道，在合作渠道上大力推广乙方产品，以达到双方满意的营销效果。

2、甲方媒介不得展示、刊登法律法规禁止的信息和内容，亦不得侵害他人的权利（包括但不限于知识产权、肖像权、商标专用权等），且甲方有责任对甲方网站的经营及内容进行审核和管理，以确保甲方网站的合法性。

3、甲方应指定相应的商务、技术人员经常与乙方进行沟通和协调，除保证合作渠道的正常运行外，就推广宣传、页面调整及其他技术合作方面的工作进行沟通和推进。

4、本协议有效期届满或提前终止后，甲方应立即停止使用乙方通过本协议授权其使用的一切内容。

第五条、乙方的权利义务

1、乙方根据双方合作的需要，为甲方开放指定网址后台和权限，以用于甲方下载合作渠道推广代码、查看合作渠道产生的订单及佣金、获悉最新活动及合作条款变更等信息。

2、乙方有权决定合作渠道中的内容，且所有由合作渠道推广的产品均由乙方提供，乙方具有所提供服务及产品的最终解释权。

3、对于因不可抗力或乙方不能控制的原因造成的网络服务中断或其他缺陷，乙方不承担任何责任，但将尽力减少因此而给用户造成的损失和影响。乙方保留随时更改上述免责及其他条款的权利。

第六条、收益分配

电商网站运营的收益分配：协议期内，乙方运营的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_网站所得的相关收入，甲方获得其中的\_\_\_\_\_%；乙方获得其中的\_\_\_\_\_%。

第七条、违约责任

1、甲乙双方应按照本协议约定严格履行义务，任何一方违约，应承担违约责任，给对造成损失的，应赔偿对方损失。

2、除本协议另有约定外，任何一方中途退出合作，需提前\_\_\_\_个月通知对方。经双方协商一致后方可解除本协议。因此给对方造成经济损失的，应全额赔偿对方的损失。

第八条、其他

1、如果任何一方未能行使或者及时行使其在本协议项下的任何权利、权力或优先权时，不应视为弃权；而对任何权利、权力或优先权的单独行使或部分行使亦不得妨碍日后其对任何权利、权利或优先权之行使。

2、本协议以中文制成，一式\_\_\_\_份，双方各执\_\_\_\_份，具有同等法律效力。

甲方：

签约日期：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日

乙方：

签约日期：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_\_\_日

**关于旅游网站策划书旅游网站策划书范本九**

一、前景分析

旅游市场分析

餐饮市场分析

二、网络市场分析

网络覆盖了全球，缩短了人们之间的距离，带来了许多主便，介是很多网站都没有能存活下来，很快被网络市场所淘汰，被淹没在网络浪潮之中。

1.许多站点不注重盈利点和盈利周期，只想着，不善于选择经营模式和盈利模式;

2.站点的信息更新速度慢，信息有吸引力不强;

3.没有自己的特点，定信不明确，缺少一定的气氛和感觉;

4.服务水平不高，功能不全;

5.没有抓住顾客的

三、网站的战略分析

(一)提供什么

1.要获得更大的发展，必须吸引大量网民、、旅行社和宾馆饭店，为想来苏旅游的游客提供便利。

2.提供苏州旅游景点和宾馆饭店的分布图;

3.提供最新的旅游线路;

4.市场分析

5.介绍各类优惠信息。

(二)、成功的因素

1较好的商业动作模式及盈利模式;

2.有价值的咨询信息，有价值的市场分析

3.公平合理

4.网上订购

5.网站人员文泛，便于操作管理

6.充分利用网民的参与、商家参与及互动全作

7.网站立足于人们感兴趣的旅游和饮食

8.网民可直接从本站订餐、组团旅游

(三)、凭什么盈利

xxx是集咨询、娱乐、体闲、商务于一体的旅游网站，

集顾客商家为一点的区域，是人们茶余饭后的体闲区，是现代生活的首选，帮人员潜力极是庞大，它给旅行社、宾馆饭店带来如下利益：

1、获取巨大的经济效益和社会效益。

2、知名度迅速提升。

3、为经销商带来更多的顾客。

4、协助商家进入网络行业，使个商家的服务更加的全面。

5、同时，也给顾客带来各种优惠和利益及方便。

四、网站栏目架构

1.吴地文化

2.苏州景点

3.预订服务

4.天堂论坛

5.旅游常识

6.饮食文化

7.咨询广场

8.会员注册：个人注册和商家注册

9.服务区

五、网站设计

网页的版面设计直接影响到网站的效率。避免与其他网站的雷同，以致于被埋没在网络的大海之中，故本网站将全方们设计一个具格令人回味的界面。

1.优化视图设计，插入动画，但数量不能太多

2.图文并茂，色彩图片、合理搭配，在保持网页整体一致性的情况下追求属于本网站独特品味，造出一些亮点。

3.网让导航栏的设计，使整个网站的组织形式清晰，并保证页面不单调

4.网站设计真正做到以服务顾客为核心。

5.及时和定期与日俱增新信息。

六、风店的特点

个性化，应用灵活，功能强大，可扩展性、实用性强。宣传效果佳，成本低廉，服务优，维护有保障，便于操作，立足于服务，立足于提高人们的生活水平。

七、网站的维护

1.时时监控，若软硬件出现问题，及时进行评估并在24小进内解决。

2.第天备份数据，优化数据库设计

八、运营事宜

1宣传工作与各大网站建立链接，注同搜索引擎

2.与商家保持联系，取得他们的支持，获取网页素材和市场信息

3.通过制作成功的风站扫提供的信息提高网站人气，配合商家的有关活动，增加网站的可信度。丰富网站内容，加大推广力度，吸引苏州人和来苏旅游的人的眼球。使网站在短期内能运转起来，以便为将来网站盈利作准备。

九、财务分析

(一)、支出

1.维护费用

2.设备费用

3.人员工资

4.推广费用

(二)、收入

1.广告收入

2.注册收费vip

3.出售旅游用品

4.代理业务

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！