# 推荐旅游景区活动运营方案(六篇)

来源：网络 作者：紫竹清香 更新时间：2024-02-17

*推荐旅游景区活动运营方案一本文分析导游讲解和旅游景区现状，就旅游讲解对旅游景区形象影响的原因进行研究，从而提出规范导游讲解内容，从而提升旅游景区形象。关键词：导游讲解;旅游景区;存在问题;解决对策导游讲解是指导游在带领游客游览景区过程中阐述...*

**推荐旅游景区活动运营方案一**

本文分析导游讲解和旅游景区现状，就旅游讲解对旅游景区形象影响的原因进行研究，从而提出规范导游讲解内容，从而提升旅游景区形象。

关键词：导游讲解;旅游景区;存在问题;解决对策

导游讲解是指导游在带领游客游览景区过程中阐述景区景物的景观形象特色，描述景区的人文形象，并对游客感兴趣的旅游元素和内涵进行深度挖掘和表达。优秀的导游讲解能为游客提供新的信息、满足游客多种多样的需求。导游讲解是对景观形象的描述，也是对景区建筑特色、历史典故、人文故事、地方民俗等特点进行描述，目的是为了让游客充分了解景区信息，欣赏人文和自然景观的同时了解形成原因，使旅游景区在游客心目中的形象得到美的升华，使景区的美景和游客的感受得到了完美的契合，从而在游客心目中形成良好的景区形象。

导游讲解是导游服务的主要内容，导游在游客的观光旅游中占据着举足轻重的作用，游客来到一个完全陌生的景区，导游负责安排游客们的衣食住行，游客对景区充满了好奇，导游利用自己的专业知识为游客进行深入浅出、妙趣横生的讲解与介绍，让游客的审美情趣得到满足，同时陶冶情操，放松心灵，沉浸在美好景色中。

1.影响游客的客观评价

旅游景区形象是在大量游客旅游体验之后形成的一个总体的口碑、品牌、传播度的综合，游客之所以外出旅游就是为了游览景点，而导游讲解的灵动、饱满、亲切、幽默直接影响到游客满意度。导游讲解水平高，就会得到游客的赞许;导游讲解逻辑不清、生搬硬套则会难以激发游客的兴趣，从而使游客对景区的印象就会下滑。

2.丰富旅游景区形象内涵

在游客心目中，导游自身的形象往往是和景区形象相关的。乐观、向上、阳光的导游形象结合生动的讲解，会使游客对初到的景区有一个好印象。优秀导游能将自然风光与人文历史结合起来，使讲解与游客心灵深处美的感悟发生共鸣，能让游客领略到景区得天独厚的自然风光和深厚的文化底蕴，从而使景区形象在游客中得到整体提升。导游通过讲解与人格魅力的展示，进一步完善了旅游景区形象的内涵与品质。

3.对旅游景区形象特色的宣传展示

一个旅游景区要想吸引游客，不仅要有独一无二的自然景观或人文景观还要有良好的旅游服务。众所周知，旅游服务最主要的就是导游服务，导游服务的灵魂是导游讲解，尤其对于人文气息较浓厚的景区如：北京故宫、颐和园、龙门石窟、岳阳楼等等。通过导游的讲解游客才能了解到建筑物背后的故事。虽然现在网络比较发达，有些信息可以在网上找到，但游客更希望通过导游的讲解了解到网络上没有的东西。一个优秀的导游会让游客与旅游景观融汇在一起，站在古人站过的地方，让游客发挥想像感受当年的气势磅礴。

随着现在经济水平的提高，很多家庭利用寒暑假带着孩子一起旅游，让孩子增长见识，开阔眼界，游览过程中，高质量的导游讲解能够让学生一族更亲近大自然，感受民俗文化，满足学生的求知欲和好奇心，对旅游景区也是一个很好的宣传作用。

1.讲解水平有待提高

一些导游在讲解的过程中不是采用讲解的方式，只是在向游客背诵导游词，经常造成游客听不清、不理解、跟不上思路。有些导游对游客提出的问题不能给出专业的回答，含糊不清、顾左右而言他。当游览到名胜古迹时，导游只讲一部分正史，为了吸引游客，在讲解中穿插着大量野史。使游客对景点的文化价值、历史价值都没有全面了解，导致游客扫兴而归。

2.自身知识储备较差

所谓导游充其量只是个领道的业务。相当一部分导游存在自身知识储备能力较差的现象，对旅游景点只是机械的、千篇一律的背导游词。更严重的有一部分导游人员对旅游业务的规范规程不了解，不熟悉。尤其是在处理突发事件或临时事件中，因为导游自身能力所限往往不能及时解决问题。另外在导游过程中，游客的层次水平都存在较大的差异，因此游客就旅游景点提出的相关问题也差别较大，而导游自身知识储备能力的不足造成了无法及时回答游客提出的问题。

3.讲解枯燥、千篇一律

很多导游在为游客讲解时缺乏语言的艺术性，尤其在各地的博物馆或纪念馆，大家不难听到如下的讲解：“现在游客们看到的是在××出土的××，它的长、宽、高、各是多少米”等。这样的导游讲解平淡无奇，单调呆板，没有必要的抑扬顿挫，听着让人想睡觉，游客更是记不住导游所讲。对于导游来说只是背诵导游词，至于游客听进去多少根本不在乎。

1.导游讲解要遵循原则

首先，导游活动必须遵守计划性的原则，带旅行团之前，导游首先要做到对景区的充分了解，做好资料的调查整理，保证能为游客进行完整、趣味、丰富的讲解。其次，导游在讲解过程中，应该尊重景区的实际情况，实事求是，在客观景观的基础上进行意境的再创造，为游客们讲述属于景区真实的历史与文化，不能因为个人利益而随意杜撰景区的故事，误导游客对景区产生错误的印象。

最后，导游还应做到科学安排旅游行程，使游客在有限的时间内充分享受旅行的美好过程。在旅游活动中经常会受到很多自然、非自然因素的影响，这些都是导游事先无法预料的，作为一名优秀的`导游，当面临这些突发情况时，要因地制宜根据游客的实际情况，选择最佳的方式继续进行导游讲解活动。

2.提升导游自身素质

导游要在平时要多积累关于景点的相关知识，要有发散思维，能由已经掌握的知识点联想到没有掌握的知识点。把知识点融入到导游词当中使讲解更加详细全面，而有些可以作为知识储备，应付较高层次游客所提出的一些问题。

另外，在讲解当中有的旅游者有兴趣对某一问题或者文化现象进行深层次的探讨。有时会出现导游跟游客知道的一样多，甚至还没有游客知道的多。这时作为导游要虚心和游客探讨，这样还能在和游客讨论中加深与游客的亲密感和距离。

3.丰富导游的讲解形式

在讲解过程中，诉说同一件事情有的导游会给游客留下难忘的印象，而有的导游说过以后游客反映平平，听过就忘。这其中一个重要的原因是有无讲解风格。要想形成自己的讲解风格，首先导游在平时需要多看看语言性强的节目，如相声、评书等。注意吸取各家诉事能力的长处。其次，导游在平时要多练习朗诵，声情并茂的朗诵能培养语感、提高发声水平。最后导游员在讲解时要善于使用无声语言，如肢体语言、目光语言、服饰语言等。所以，导游员平时还要多读名著，唐诗宋词、多听古典音乐，这在无形当中都会提升导游的气质。

本文通过研究目前导游讲解对景区形象的作用及目前导游讲解中存在的不足之处，提出改善意见。为规范我国导游业发展，促进景区形象建设都有着可操作性改善意见。导游人员注重个人素质与形象的培养，提升自我专业化，不断充实，通过提高导游员的自身素质，进而提升旅游景区形象，为旅游业的发展做贡献。

参考文献：

[1]肖建成.导游讲解对旅游景区形象影响浅析[j].经济师，20\_，05：241-242.

[2]宋炎.如何通过导游讲解来提升旅游景区形象的发展[j].知识经济，20\_，03：83-84.

[3]李文艳.导游讲解对旅游景区形象的影响研究[j].东方企业文化，20\_，12：225

[4]金梦媚，杨晓安.浅谈如何优化景区导游讲解--以乌镇为例[j].中国市场，20\_，29：159-161.

[5]沈炜.导游讲解对旅游景区形象的影响浅析[j].知识经济，20\_，07：92.

[6]于鸣.讲解员讲解对旅游景区形象影响的研究[j].旅游纵览(下半月)，20\_，02：57.

**推荐旅游景区活动运营方案二**

2月25日，炎帝故里风景名胜区召开20xx年总结表彰暨20xx年工作动员大会。会议通报了20xx年度景区工作的情况，全面总结了20xx年的工作，并安排部署了20xx年度的景区工作规划。

会议指出，20xx年是全面完成“十二五”规划的收官之年，是5a创建的关键之年。景区干部职工积极响应党工委、管委会提出的“四地建设”的奋斗目标，紧紧围绕创建国家5a级景区工作，团结协作，勤奋工作，开拓创新，无私奉献，在党的建设、宣传营销、活动开展、经营管理、设施完善、园林绿化、招商引资、安全稳定等各项工作中取得显著成绩。20xx年12月景区被中国全国归国华侨联合会授予“中国华侨国际文化交流基地”称号。

会议要求，20xx年紧紧围绕创建国家5a级旅游景区和建设谒祖圣地的总目标，始终遵行面向市场化、大众化和民俗化的发展方向，以大规划为龙头、以大创建为抓手、以大营销为突破、以大管理为基础，进一步提高景区的认可度、知名度、向往度，努力将景区打造成华中地区旅游目的地、全国爱国主义教育基地、海峡两岸交流基地、中国华侨国际文化交流基地、世界华人谒祖圣地。

一、是紧盯一个目标，即10底成功创建5a级景区。

二、是发挥两大优势，即发挥管委会的资源优势、发挥公司的市场运作优势。

三、是突出三大重点，即活动宣传、提档配套、招商开发。

四、是实现四大突破，即社会效益的大突破、营销方式的大突破、外延拓展的大突破、机制创新的大突破。

一、是全国旅游大环境，旅游成为新常态、新消费。

二、是随州旅游小气候，尤其是随县全域旅游能产生扎堆效应。

三、是5a创建新起点，全市创建工作实现了大联动、大协作，重点已经启动。

四、是鄂旅投等企业的再引入，充分利用鄂旅投在旅游开发中的优势，扩大景区体量，增加旅游业态，丰富游乐功能。

五、是人力因素再聚集，有政府支持、有文化积淀、有干部职工努力，景区工作定能迈上新台阶。

一、是坚持明确责任抓落实，按照分工抓好日常工作的研讨、分解。

二、是坚持目标导向抓落实，以问题为工作的导向，发现问题、研究问题、解决问题。

三、是坚持倒逼机制抓落实，以时间倒逼，挂图作战，凡事一鼓作气，久久为功，必成大器。

四、是坚持现场督办，平时工作现场督，月例会现场开，看效果、比实效。

**推荐旅游景区活动运营方案三**

(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)

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。

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。

品牌：西沟生态度假旅游庄园。

项目：西沟生态村发展项目

内容：

(1)观赏山村田园风光，亲手采摘农家果蔬。

(2)吃住在农家，体验山村饮食文化：品尝有当地特色的绿色民俗风味的“山村农家小吃”，如：擀面皮、决面汤、山豆角咸大米饭、山野菜糊涂面条、小奥馍、发面锅盔等。

10.请专业营销咨询机构或广告公司对景区进行专业策划、宣传。

(二)第二阶段：细分旅游市场，针对特定顾客群，开发特色旅游景点及设施。

1.开发以西沟生态村为主题的峡谷景观

峡谷的命名：××××××

对峡谷内已有的天然石像、山峰，进行命名并赋予相应的典故传说。并在峡谷内设置相应的说明性文字标志牌。峡谷内设置指示路牌.

2.开发道教、佛教文化(周易文化)特色旅游项目

道教、佛教文化旅游，即以现有的道教佛教文物古迹(老爷顶、宝泉庙、平甸玉皇大地、西沟庙、小寨庙)为依托，借助一定的物质手段，利用优美的自然风光以及独具特色的园林环境，再加上观光游客和香客受到的艺术感染或各自的精神寄托，通过艺术的审美，历史的回顾，得到全方位的精神上、文化上的享受的一种旅游活动。

整合景区内道教文化旅游。设计一条道教文化旅游路线：老爷顶、平甸玉皇大地、西沟小寨山、东寨托福寺、等历史悠久的道教名胜古迹。

3.建设生态休闲活动中心

具体方案：

(1)设施建设：开发3----4个水面约500平方米的人工鱼池，(潭头、西沟、小庄沟)同时因地制宜在溪谷中开发若干个天然鱼池，在鱼池周围配备有钓鱼台统一标识的遮阳伞、特色石凳等设施。

(2)目标顾客群：政府机关、企事业等单位有钓鱼爱好的离退休老干部、其他专业或业余垂钓爱好者。

(3)山果超市 1---2个(潭头、西沟)

4.开发攀岩、远足、探险、漂流、露营等户外运动项目，建设野外拓展训练基地

(1)攀岩、远足、探险

休闲生活与探险运动现代人随着经济起飞，物质生活不再匮乏，相对的，对于生活品质要求的声音与想法也越来越多。生活的品质已不再仅是要求温饱而已，更重要的是希望建立工作与身心健康、休闲品质、家庭亲子关系等相对的平衡。攀岩、远足、探险活动，则可以完全满足这些声音与需求，并且完全没有危险性。除了以上这些好处外，这些活动更因为没有体型、性别及年龄上的限制，因此无论男女老少皆可享受攀登的乐趣。目前现代人在饱受生活压力与工作压力，他们可以从攀岩活动中获得成就感，舒解压力。

目的：吸引年轻的，追求刺激与冒险的消费者

成立“探险俱乐部”，组建“××远足俱乐部基地”，

在合适的地点建造攀岩基地。

促销：每年举办一次攀岩比赛，来提高知名度。

(2)漂流、露营

对峡谷的某些地段进行适当改造，因地制宜地开展一些局部的漂流项目。

在峡谷沿途附近，寻找几块较平坦的空地作为露营基地。每个露营地都有相应的本地人或训练有素的工作人员，对露营者提供必要指导和应急服务。

通过以上各种户外运动项目的开展，将景区局部区域建设成为一个野外拓展训练基地，为省内外的工商企业训练员工队伍团队精神、凝聚员工队伍、提升员工素质服务。

5.开发“森林木屋度假庄园”项目

(1)规划概述：依据峡谷开发附加价值高的特色住所

(2)具体产品的开发

产品：在风景区内建造1----2处木屋度假庄园。

目标消费者：年龄较大的富翁和国内外游客

概述：在风景区内建造1---2处木屋度假庄园，每处仅建造10套木房子。每间房子都有独立的门院，菜地。度假庄园的组建以产权式为主。

品牌：\*\*度假庄园

6.建立“体验贫困”专区

有道是“千金难买少年贫”，少年时代的苦痛经历是一笔财富，对人的健康成长和意志磨练非常有益。

当今许多家庭因为生活条件非常优越，子女长期生活在 安逸的环境中，从不知道什么是苦和累，这对他们的健康成长尤其是优良意志品质的形成十分不利。一些高层次家长已经认识到了这一点，非常渴望能有一个特定的艰苦环境来教育和磨砺孩子。“体验贫困”专区正是针对这一需求而开发的。

(1)目的：通过这个产品，满足一部分人特定的需求，同时也可以间接帮助贫困山村脱贫。由于此产品在省内很少，所以新闻性较强，易于形成新闻抄做的卖点，这对我们开发整个风景区，会起到良好的宣传作用。

(2)方式：让有条件的家庭和想体验贫困的人，进行一段时期的实际体验。制定一套体验活动程序和相关标准，严格按照标准操作。如：体验人必须穿上当地人的衣服、同吃同住，并与当地人一起干农活等等。

(三)第三阶段： 发挥产业互补优势，大力开发观光生态农业，形成绿色环保产品产业链

1.建设高科技生态农业观光园

建设\*果蔬种植基地，组建生态农业观光园供游客参观。游客同时可亲自采摘、品尝或购买绿色无公害果蔬。

这些无公害果蔬既可作为商品提供给景区内的宾馆、饭店，在产量具备一定规模的情况下，还可以成为城区各超市无公害绿色食品专柜的紧俏商品。

2.将高科技环保产业与风景区的开发结合起来，打造中国杜绝白色污染的自然风景区，(用当地的精条编制包装)开展生态旅游，建设环保教育基地

在风景区的开发过程中一定要坚持环保、生态效益至上的理念，发挥高科技环保产业的优势，加大环保设施投入，加强景区环境管理，杜绝白色污染，在景区开发全过程中、全范围内时刻关注环境保护，传播环保理念，宣传环保知识，倡导环保行为，形成环保至上的景区特色管理文化。

将整个景区建设成为青少年学习环保知识、增强环保意识、塑造环保行为的教育基地。

通过三个阶段的开发建设，景区将形成一个以生态为特色，集观光、探险、休闲、度假为一体的“河南著名、全国知名”的旅游胜地。

1.红色景区趋同化现象严重。现在很多红色旅游景区基本上都是模仿当年的建筑，各景区之间的风格差异较小，这就使得一部分游客不禁发出了“红色景区咋都一个样”的疑问，进而产生了“游一当十”的心理，影响了红色旅游市场的良性发展。

2.有些红色景区基础配套设施跟不上。如江西红色旅游资源虽然遍布全省各地，但主要集中在井冈山、赣州瑞金等革命老区，而这些地方都是经济欠发达的地区，普遍存在着产业结构单一、资金短缺等问题，致使在面对突如其来的红色旅游热潮时，在吃、住、行、娱、购、游等方面的综合配套服务设施落后的问题凸显了出来。

3.红色资源整合力度不够。许多红色景点未能很好地与当地自然资源、风土人情相结合，削弱了其经济利用价值。如有“英雄城”之美誉的南昌，所在红色旧址缺少秀丽的山水风景，影响了外地游客前来参观。另外，现行体制下造成的地域分割也增加了不同区域资源整合的难度，影响了红色旅游目的地的聚集效应。

4.资源开发单一，缺乏新意。一些红色旅游地在经营上还停留在遗址参观、简单的图片和物品展示阶段，如井冈山的旧址和“红都”瑞金、南昌八一起义纪念馆等都是这样，展示的内容雷同，形式单调。旅游者在游览此类景点时均以参观为主，缺乏参与效应。

5.红色导游员和解说员素质偏低。红色旅游属于新兴产业，当前红色旅游从业人员素质不一，良莠不齐，有些红色导游员和解说员所编解说词不能充分反映景区的红色文化内涵，泛泛而谈，缺少针对性，令人感到枯燥乏味。

6.红色旅游市场波动幅度较大，发展不稳定。红色旅游发展带有明显的政治色彩，整体上呈现为波浪式发展态势，其高潮主要集中在纪念日前后和黄金周期间。另外，由于政策导向的作用，红色旅游市场有时会大起大落，如20\_年是红色旅游年，井冈山的接待量达到高潮，而20\_年是乡村旅游年，井冈山的接待量突然下降，这给红色旅游的健康发展带来了不利影响。

1.强化品牌意识，打造红色旅游品牌。目前，包括北京、上海、陕西、贵州在内的全国许多省市都在开发红色旅游资源。在这种激烈竞争的环境中，江西的红色旅游市场一定要在全国叫响“红色摇篮”这一品牌，并使之成为红色旅游中最具震撼力和核心竞争力的品牌。

2.提升旅游品位，打造红色旅游新亮点。近年来，江西各红色旅游基地大力推进红色旅游文化节事开发，提升旅游品位。如井冈山完成了“星火燎原——岁月井冈山”大型红色主题歌舞节目和“红色歌曲——唱响井冈山”大型红歌会。同时，江西正着力于高标准打造旅游新亮点，如红色文化研习游，革命摇篮体验游，红色故都寻访游等红色旅游新亮点。

3.加大资金投入，完善红色旅游配套设施。各红色旅游景点都要进一步改善景区的公路状况和相关配套设施，不断提高参观游览的安全性和舒适度。另外，在设施建设过程中，要大力引进现代科学技术，如利用声、光、电等把单调的资源陈列变得活灵活现，使人如临其境，印象深刻。

4.加强红色旅游区域间的合作，整合红色旅游资源。各地要积极主动地搞好区域之间的协调、配合工作，在项目选择上统筹兼顾，形成合理分工和相互促进的格局，防止各自为政、争抢项目、自成体系和低水平重复建设。

5.加强对红色导游员和解说员的培训，进一步提高其综合素质。相对于山水风光游，红色导游员和解说员的要求更高。他们不仅要通晓当地的革命史，还要了解整个区域乃至全国的革命发展脉络。因此，对他们要严格要求，定期培训，不断提高其服务质量。

6.稳定红色旅游市场，不断拓展发展空间。发展红色旅游是加强青少年革命传统教育、促进革命老区经济社会发展的重要举措。红色旅游区所在地政府要建立健全综合协调机制，制定相关的法律、法规政策，进一步拓展国内市场和国外市场，不断推进红色旅游的健康、持续、和谐发展。

参考文献：

[1]邓燕萍:《“泛珠”背景下的江西旅游资源开发研究》.载《井冈山学院学报》（哲学社会科学）20\_年第9期

[2]余凤龙陆林:《红色旅游开发的问题诊断及对策——兼论井冈山红色旅游开发的启示》，载《旅游学刊》20\_年第4期

注：本文中所涉及到的图表、注解、公式等内容请以pdf格式阅读原文。

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！