

旅游类项目计划书(汇总10篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。大家想知道怎样才能写一篇比较优质的计划吗？以下是小编收集整理的工作计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

旅游类项目计划书篇一

子如文化园“开心农庄”景区的发展目标定位在集文化、生活、娱乐、教育、仿古和自然景观为一体的休闲度假场所，其开发的初步构想是确认建立一个有力的旅游中心区，集中为游客提供基础设施服务，并使游客进入景区后就能根据既定的旅游目标井然有序地进入景区周围景点。这一构想反映了国际开发机构广泛承认的开发原则，即建立使自然资源能够生存的土地开发大纲。此外，构想还针对子如文化园“开心农庄”的资源特色，力图突出红色、绿色主题。

二、开发原则

子如文化园“开心农庄”旅游景区确立“有效保护、合理开发、永续利用”的原则，把保护放在开发之前，开发要服从保护，避免破坏资源和缺乏特色的低水平建设，确保子如文化园“开心农庄”旅游景区“山清水秀、民俗体验、古香古色、红色教育、回归自然”的资源特色长盛不衰。

三、功能分区

根据子如文化园“开心农庄”及周边景区的实际情况，可分红色、古色、绿色三类旅游景点，六个功能区。

(一)红色

1、重庆市历史名人刘子如故里在园区有子如陵园。

- 2、子如陈列馆正在规化中(待建)
- 3、重庆市新农村建设示范片(民俗建筑群)
- 4、抗日文化馆。(待建)

(二)古色

- 1、五谷庙,

(三)绿色

- 1、大湾 蚕桑园
- 2、壶沙湾 果园
- 3、老箐冈 田园风光园(诗词歌赋吟颂台)
- 4、沙坝 生态农业观光园
- 5、古牛塘 传统农业体验园
- 6、陵园广场：(诗词歌赋吟颂台)
- 7、猫洞沟等 垂钓

功能区

1、旅游中心区

该区是子如文化园“开心农庄”旅游景区重点开发的区域，景区主要由大门接待区、中心商业区、旅游住宿区、娱乐区、公共野营地和公共开放空间、绿色空间等组成，其旅游方式主要以少量步行观光为主。该区为游客提供基本的旅游服务，同时，以此为中心将游客分散导入到各旅游区和景点。

2、度假休闲区

在子如文化园“开心农庄”景区建立竹楼房、杉皮屋、游泳池、钓鱼池和相关的旅游产品消费点，建设健身运动场所。

3、森林公园区

新木村3780亩林地及周边村庄已全部封山育林。

4、民俗风情文化区

五谷庙、锁呐、风筝、二胡、古风车、古推车、古水车、古米磨、古推磨等。

5、环境保护区

新木村辖区内严禁和拒绝各类污染环境的企业落户，村委将全村规划为环境保护区。

6、绿色消费区

现采、现摘、现品尝各种类无公害绿色食品。

四、绿色资源开发

新木村群众认识到，景区内的三色旅游资源是子如文化园旅游景区赖以生存的基础，破坏了资源就等于毁掉了新木村的明天，因此，子如故里人对于环境、生态、珍稀动植物的专项保护非常重视，特别为保持并增强汶子如文化园旅游景区“绿色圣境”的资源特色，新木村委会采取了一系列绿色行动。

1、村级发展远景规划

该规划将新木村的交通、水利、旅游景点全部纳入可持续发

展框架内。

2、政府重视和支持

万盛区政法委、宣传部、政法委、发改委、农委、精神文明办、旅游局、文化局、广电局、水务局、交通局、经贸委等领导来汶泉村调研时，都非常肯定和支持新木村的工作和规划蓝图。

3、景区见行动

新木村委和全体村民在牢固树立“八荣八耻”社会主义荣辱观和实践“三个代表”行动中，正在利用有效载体开展生态新木村、创业新木村、和谐新木村、发展新木村的各项活动。

五、项目策划

(一)分阶段景点建设

1、红色景点的修缮和建设

2、绿色景点建设

3、古色景点建设

旅游类项目计划书篇二

美丽的黄海之滨——盐城，一个与“盐”结缘、因“盐”而立的美丽城市。

此间仙鹤飞舞、神鹿畅游，更拥有我国最大的号称“大陆之肺”的神奇湿地。八百里芦苇沟壑、千万亩海涂霞光，沿途白桦成林、放眼一望无际，是对“最是天然盐阜景，入世出世两相宜”的现代闲适生活的最好诠释。

在美丽江苏生态的东北部，盐城以其最美妙、最悠长的黄金海岸线，历尽2100年沧海桑田，曼妙出绝妙的生态湿地之都，成就了独特的“东方湿地，水绿盐城”的稀世景观。此间，您可以体验养生生态的至高境界，呼吸天然氧吧的仙境空气，放眼萧散旷远的滩涂风光，淡定之情幽然升腾，诗意之念顿然飘忽。此间，看仙鹤曼舞、神鹿悠鸣，方可味此间有真意，欲辨已忘言的真谛！此间，享黄海海味之妙，品盐阜汤菜之神，方可味盐阜长寿惬意之妙！此间，听江淮地方妙剧，看盐阜地方风情，方可味淳朴善良进取之境！此间，寻千年盐渎之迹，探董永仙女迷踪，方可味神奇浪漫内涵之韵！有仙鹤神鹿为伴，承天仙孝子之奇，斯世岂不为神仙？！我们承诺：以一流的运作、一流的产品、一流的服务，为您体验神奇、感受仙境、独享生态之旅浓情奉献！盐城欢迎您！

盐城，东临黄海，西接淮扬，南临通泰，北至连云港，是“京沪东线”的重要节点，“北上海经济区”的重要成员。这里生态环境优美，文化底蕴丰厚，交通便捷，以“东方湿地之都，仙鹤神鹿世界”而闻名。

- 1、保持本旅游中心的利益增长，创造更多的经济价值。
- 2、提升本旅游集散中心的知名度和美誉度，塑造该公司的形象。
- 3、扩大市场占有率，在激烈的市场竞争中立于不败之地，巩固该公司在市场中的地位。
- 4、扩大本旅游中心的社会影响力，拥有固定的市场份额。

(一)目的:通过旅游项目在十一黄金周的首次上市，旨在推动本中心在旅游旺季及以后淡季也能保持销量及利润增长，同时更好地做好本中心的品牌，牢固在大众心中的地位。

(二)意义:通过此促销战略，初步进入这个项目，增加本旅游

集散中心的战经验，提升企业竞争力。

(三)时间:5月1号正式推出

(四)地点:盐城旅游上海推广中心，江苏新干线上海推广中心，盐城凯越体育旅行社。

“踏东方湿地之都，游仙鹤神鹿世界”宣传促销活动。

1、挑战自我，魅力四射，在上海的地铁站，车站，火车站等公共场所现场进行才艺表演，以现场人投票为主，前五名这将免费参加上海盐城一游。

2、旅游知识竞猜活动:通过抢答的形式竞答一些旅游知识点，答对者将获得盐城任意旅游景点的免费门票。

3、自行组织团队，10人以上(含10人)，可以对其打八折。

4、活力校园:在各大知名学校里举行活动，吸引更多的学生参与进来。

1、筹备费用

(1)上海到盐城费用0.5万元。

(2)盐城接待旅游客人0.8万元。

2、宣传费用

(1)宣传海报3000份0.5万元。

(2)电视广告3个月1.5万元。

(3)报纸广告3期0.7万元。

3、活动费用

(1)租用场地1万元。

(2)景点门票费用0.3万元。

合计4.6万元。

旅游类项目计划书篇三

1 1 旅游项目的考察汇报材料 3 篇 旅游项目的考察汇报材料第 1 篇 近日，我们对旅游相关项目进行了初步考察，包括共三县 11 个景点。

仅凭粗浅的文献调研和走马观花式的考察，要给旅游现状作出诊断并对其未来发展提出建议，难免主观成分居多，但为了进一步推进工作开展，我们先把需要论证的初步思路整理出来，望能抛砖引玉，不当之处，请予指教并提出宝贵意见。

1、至今给人们的最一般的印象一是棺木二是铁路枢纽，三是工业城市，如柳工、五菱等。初始印象仍是死在，以及历史上享誉天下的名贵棺木，其次是现代知名工业品牌，如柳工、五菱、金嗓子、两面针等等。很少人想到来旅游，也很少人知道有什么精彩、独特的旅游吸引物，从而产生旅游冲动。

2 上产生了为之配套服务的吃、住、行、购、娱等第三产业。这种城市经济结构脱胎于工业化社会，是工业化社会自发形成的，已经不能满足后工业社会的要求。上海从典型的老工业城市，向以金融为核心、信息、商贸、交通与旅游并重的新兴城市转型，是一个与时俱进的典范。而仍处于产业结构调整初期，工业社会的传统理念已成为经济特别是旅游产业发展的重大障碍，旅游产业在国民经济中应有的位置以及它对城市、乡镇后续发展的巨大作用尚未被各级政府和全社

会所认同，这是造成在旅游发展战略制订以及实施运作方面，与、存在较大差距的根本原因。

3、一直都未将自己的发展目标，定位为成为乃至全国知名的旅游目的地（相反，它一直被视为重要的旅游客源地），因此，在多年的区域规划、基础建设与产业发展中，也就未能遵循旅游产业发展的自身规律，通过政府的主导来强力推动旅游目的地的策划、规划、设计、建设与营销。

4、新近编制的旅游产业总体规划，已经确立了将作为旅游目的地进行规划的理念。但政府是否能将旅游产业视为更具战略意义的产业结构调整的动力源和经济增长极，并加大规划和策划力度，加强政策引导和投资支持，是旅游能否快速突破的关键。

3 题。比如：环境污染、布局失衡、建筑高密、建筑物结构与色彩、历史文化遗存的保护等等。

2、在这个工业城市里，公园成为城市居民休闲、娱乐、健身的自我空间；道路承载了太大的物流；文化艺术尚未得到充分展示与发展；非物资生产的价值认同度不高；客流停留时间较短。

3、对历史文化名城的文化保护与建设投入不足，体现城市旅游功能（特别是占据现代旅游主流位置的度假休闲功能）的软硬件条件较差，与优秀旅游城市的实质内涵存在较大距离。

三、产品老化与资源低层次低程度开发问题 1、早期建设的景区景点如鱼峰山的刘三姐传歌处和连通马鞍山的缆车，大龙潭的民族园(苗家深处、侗族鼓楼等)，贝江榄口渡口及勾滩苗寨的游赏方式等等项目，产品老化严重，游客参与性低，驻留时间不足，消费环节贫乏，急需进行升级换代。

4 一条优美的水景风光带（比美于阳朔）。

四、资源潜力巨大，尤以民俗风情为独特性卖点 1、虽目前尚未真正成为旅游目的地，但通过这次短暂的考察，我们认为：拥有优越的旅游资源条件和区域市场通道，完全具备成为知名国际旅游目的地的可能性。

2、城区具备良好的旅游接待基础，具备饱含岭南文化意味的闲适、平和的氛围，具备包括住宿、游览、购物、餐饮、娱乐在内的旅游产业主要链节（需要重新分别加以精心设计和提升），具备一些已经具有一定知名度的景区景点，通过对资源、景观、产品、服务、形象、品牌等产业要素的全新整合，完全可能形成城市度假休闲观光旅游的强烈吸引力。同时，龙潭、都乐、洛维等区域，经过创新策划和设计，具备整合成为休闲度假胜地的充分条件。

3、三江侗族建筑艺术（知名品牌程阳风雨桥、芭团风雨桥、马胖鼓楼）、大歌（多声部合唱艺术）、节庆民俗及侗寨美丽并且具有新鲜原生形态的独特魅力；金秀圣塘山万亩变色杜鹃美景（大瑶山）与世界知名的瑶族风情，融水元宝山美景（大苗山）与原生态苗寨风情，贝江水景及勾滩苗寨风情基础，刘三姐传歌成仙的动人传说与壮族对歌，都是别具魅力的民族风情。虽然周边竞争对手较多，但没有一个地方拥有如此全面生动的四民族原生态的生活方式及浓郁的民俗风情。这就使得打造中华民族风情旅游胜地成为可能。

5 五、突破僵局需出奇制胜，战略与魄力尤其重要 1、目前旅游，仍处于局势未开的僵局状态。从何下手，才能迅速突破，形成独特性卖点和核心竞争力，通过核心理念、总体形象和龙头项目，四两拨千斤，带动全局，快速产生综合效益和良性循环，是旅游目前面临的首要问题。

2、规划是一个长期性的指导文件，但对政府而言，一年初见成效，三年大见成效是必然选择。因此，尽快推动旅游产业发展，必须确立目的地形象，形成中心主题；锁定重点目标客源市场，推出主打旅游产品及线路安排；运用先进的整合

传播营销战略，策划并实施具有广泛影响力的活动，使炒作与促销形成轰动效应，从而出奇制胜；同时围绕中心主题，策划精品项目，加紧招商引资和投资建设。

3、我们认为，从当前的实际出发，市政府应抓紧作好以下工作：

6 第五，制定营销战略与营销实施方案，包括战略、营销渠道、促销活动、宣传与炒作计划等等；第六，开展形象传播、营销（包括促销）、节事活动及项目招商引资运作。

第七，旅游大篷车是迄今为止我国全程旅游策划、整合营销最成功的范例，它开创了国内旅游宣传促销的先河。的形象营销，可充分借用大篷车这种吉普赛人巡游的传统民族理念，一路放歌、一路起舞、一路宣传，一路收获，这种载歌载舞的巡游方式也是切合风情的总体形象的。

年旅游大篷车活动采取市场运作，以 280 万元将冠名权出让给两面针集团公司，这次大篷车活动标志为 4 大特色：以山水为代表的自然风光，以银滩为代表的北部湾风光，以苗、瑶、侗、壮为代表的少数民族风情，以及中越边关风貌。

因此，等于作了冤大头，花了 280 万元，对自己没有任何形象宣传。风情应该设计进大篷车巡游中，这是非常实际的资源。

有许多知名企业，如，两面针集团、柳微、五菱、金嗓子喉宝（最切合风情歌舞之乡），因此，通过冠名权的方式也是营销的重要选择之一。

六、、、旅游已全面开花，挤压之下，旅游上台阶已成必然在、、、这条轴心带上，是旅游龙头，作为支柱产业，7 已经成功进行了二次启动，进入了新的良性循环阶段；将旅游放在了带动性产业的位置，以旅游来推动消化，开发热的遗

留问题，形成新的发展态势；以民歌节为促销手段，结合城市建设，在没有旅游资源的条件下，闯出了一条独特的路子；居于桂南之间，在周边旅游热流的传温下，在政府主导的推动下，在创新理念的带动下，一两年之内必将上一个大台阶。

（二）旅游形象与营销的策划思路 一、重点客源市场：

1、与的捆绑销售战略：

着眼于大旅游圈，与进行线路串联及产品组合的捆绑营销，以珠江三角洲、港澳旅行商为主要分销商，以旅行商为辅助分销商，以散客市场销售为主要销售渠道，以旅游分销为重要辅助销售渠道，调整产品以便适应旅行商和其他旅行商及散客市场的要求；在进行促销与宣传炒作，从而由引进客源；引进旅游专业人才、管理经验与资金，开发景区景点和旅游纪念品。

成立旅游协作委员会，桂前柳后，以为红花，作绿叶，签定联合营销协议。

8 2、风情营销战略：

不可能与竞争卖山水，的独特性卖点就是民族风情，因此，旅游营销，必须采用风情营销，以民族风情带江滨-鱼峰山-马鞍山，带龙潭-洛维，带贝江-苗寨，带三江侗寨，带圣塘山-瑶寨。而风情营销，必以人为主题，以民俗为依托，以风光为背景，以景区为舞台，以活动为情节，用活生生的民俗风情文化，快乐地营销吃、住、行、游、娱、购。

旅游项目的考察汇报材料第 2 篇 尊敬的各位领导、同志们：

一、项目进展情况（一）四面山生态旅游项目进展情况 1、高起点规划。

投资 180 万元聘请北京土人景观与建筑规划设计研究院

9 制作四面山景区详细规划。规划面积约 1.24 公顷，主要包括规划概念方案成果、重点地段深化建筑方案及景观方案至修建性详细规划、四面山头道河片区及四面山总体规划确定的旅游接待点修建性详细规划、景区重要节点景观设计、农房风貌设计等。

同时，投资 100 万元聘请北京大学文化产业研究院对全区旅游文化产业进行高质量、高档次的策划，负责编制《重庆市江津区旅游及旅游文化产业发展项目策划》，该策划包括《旅游及旅游文化产业发展策划》和《旅游营销策划方案》。

2、高标准招商。

10 养殖基地。目前已签订投资意向性协议。三是大力实施四面山森林景观工程建设项目。项目总投资 3 亿元人民币（向农发行贷款 2 亿元，自筹 1 亿元），分三年建设景观森林工程建设项目、通道森林工程、水系森林工程等。该项目已纳入重庆市森林工程林业贷款的五个项目，目前已完成《四面山景观型低改及通道（水系）森林工程建设项目建议书》，重庆林科院正在制作可行性研究报告。

3、高品位宣传。

一是积极参加国重庆三峡国际旅游节、中国重庆都市旅游节、旅游产业博览会和旅游交易会、推介会、洽谈会等，将江津旅游推向市场。二是举办大型旅游活动吸引游客，先后成功举办四面山文化旅游节、塘河龙舟文化节、石蟆清源宫庙会、红色经典歌舞晚会、七夕东方情人节等活动。三是积极参加评选并成功入围重庆游客最喜爱的十佳景区和新巴渝十二景。四是与《重庆日报》、《重庆晨报》、《重庆晚报》、重庆电视台、四川电视台等强势媒体合作，定期对江津旅游进行宣传报道。五是在成渝高速路、九江大道等公路上制作 4 块

大型户外广告,完善区内主要交通干道叉路口指示标牌。六是重新制作江津旅游风光片、旅游宣传图片、旅游画册等。

4、高质量保障。

11 一是突出理顺管理体制,确保景区政令畅通。今年 5 月,重庆市新华集团退出四面山景区的开发经营后,江津区委、区政府按照简政放权、围绕中心、提高效率、特事特办的原则,对全区旅游管理体制进行重大调整,由区委常委兼任四面山管委会书记、主任,区旅游局局长兼任四面山管委会常务副主任,重点打造以四面山为龙头的大旅游江津。按照管理、执法不重不漏的原则,四面山管委会在四面山景区范围内行使区委、区政府授权的 19 个行政职能部门的相关行政审批权和执法权,在景区内实行统一规划、统一建设、统一开发、统一管理、统一执法。一是突出交通设施建设,确保景区方便进出。投资硬化綦江至傅家公路 5.3 公里、二洞口至飞龙隧道公路 7.8 公里、土地岩景区公路和中山至斑竹园公路 20 公里,新建珍珠滩至太子洞游步道 4 公里,回购 10 辆景区观光车,新购 5 辆景区自备车,对 152 艘游船的船容船貌进行维修整治,切实改善交通条件,提高景区可进入性。四面山飞龙庙至贵州三岔河出境旅游公路、四面山小洪洞至四川合江乾坤山庄出境公路已完成测设前期工作。二是突出开发保护并重,确保景区服务优质。投资 250 万元新开发珍珠湖、土地岩两个新景点,切实加强对朝源观和灰千岩壁画维护,规范景区标识标牌和公共信息符号,规范旅游商品商品市场,改善景区通讯条件,加大景区文化娱乐设施建设。对 80 多家宾(旅)

12 馆进行升级改造,新评定 2 家三星级饭店,2 家四星级宾馆,1 家四星级农家乐,使四面山日接待能力达 10000 人/日。三是突出市政设施建设,确保景区环境优美。四面山污水处理厂建设已完成了立项和设计,已启动建设程序;建设垃圾集中堆放站 2 个,垃圾填埋场 1 处,完成公厕配备 3 所增加环卫工人 10 人,基本实现景区卫生全天保洁;对

公路沿线、街道等栽种行道树，扩大绿化面积；配套完成城镇公用绿地面积 3000 平方米；此外大力实施天然林保护、退耕还林和集镇绿化工程，提高森林覆盖率和集镇建筑绿化率。四是突出安全设施建设，确保景区安全有序。完成全区宾旅馆、农家乐安全设施调查摸底，进一步完善安全管理制度、安全预案。加强消防安全工作，在游客集散地配备灭火器、消防栓等 250 件（台），完善了在受灾地段、重点部位的安全警示标志、防护栏等设施，新建四面山山门、长廊等 5 处景区数字监控系统，新设置 4 个医疗点，新建 1 座防火瞭望台，维修护林防火道 25 公里，新建 40 块护林防火宣传碑等。截止目前，整个四面山生态旅游项目总投资达 1 亿元。

13 展中心、饮食中心、娱乐中心、康体保健中心、运动中心、商业中心等旅游度假服务设施。项目规划总建筑面积 130 万平方米，规划用地 3000 亩，计划 3 年建成。

恒大“金碧天下国际会议旅游度假中心”于 2007 年 3 月开工建设。截至目前，累计完成投资近 6.2 亿元，其中今年上半年完成投资 2 亿元。项目已用地 530 亩，建筑面积 12.95 万平方米，其中低层住宅（独立小别墅）102 栋、近 3 万平方米，现已封顶并完成部分外装修。会议和会展中心、饮食中心、娱乐中心、康体保健中心、运动中心、商业中心和酒店共 8.46 万平方米，现已封顶且砖砌体全面完成，即将进行外立面装修，同时种植大树 250 余棵，预计 2009 年 9 月可营业。

14 五星级酒店，目前正在考察调研。

二、存在的问题 目前，我区两个重点旅游项目面临着一些困难和问题。一是四面山旅游产品开发缓慢。今年 6 月前新华集团经营期间，很少对四面山景区进行开发建设性投资，主要凭现有资源进行经营，虽然该集团聘请深圳锦绣时代策划公司对四面山开发建设进行了整体策划，但一直没有付诸实施。二是主要公路建设进展缓慢。綦江至付家公路原定于去

年底建成通车，由于建设单位资金不到位等原因，目前工程进度很慢，建成通车尚待时日。三是恒大“金碧天下旅游度假中心”项目用地十分困难。该项目规划用地 3000 亩，现仅供地 530 亩，由于土地不能及时到位，严重影响了项目建设。四是渝川黔生态旅游金三角没有得到实质性推进。

15 川佛宝出境公路；四面山飞龙庙至习水三岔河出境公路），并积极争取上级的支持，纳入重庆市省际交通出境干道予以规划建设。

（二）建议：重庆市政府相关部门加大督促力度，将綦（江）傅（家）公路尽快建成投入使用，形成渝南精品环线旅游。将江津区德国亨嘉现代农业园纳入重庆市 2009 年旅游重点项目。

（三）请求：重庆市级部门大力支持，尽快解决旅游项目土地问题，使恒大“金碧天下国际会议旅游度假中心”早日建成投入使用。

旅游项目的考察汇报材料第 3 篇 一、龙华镇概况 龙华镇位于龙门县中部，惠州市北部，距龙门县城 20 公里，距惠州市区 95 公里，距广州市区 97 公里，距东莞市区 75 公里，深圳市区 130 公里，省道 s119 线穿镇而过，广河高速公路横贯东西，境内设有两出口一服务区，是珠三角的一小时生活圈。龙门河（西林河）贯过镇境，全镇总面积 402 平方公里，是全县面积最大的乡镇。下辖 20 个村民委员会和 2 个居委会，2016 年末户籍人口 4.12 万人。龙华镇土地属冲积土壤，土质疏松肥沃，雨量充沛，气候温和，森林覆盖率 76%，土特产有龙门年桔、功武萝卜、长滩米粉、西溪竹笋、三黄胡须鸡、山坑螺等。

二、旅游项目情况

16 （一）规划先导，框定旅游发展主线。

结合区域优势，科学划分功能布局，推进一城两区建设：龙华片区重点发展新型轻工业和特色农业观光产业，促进我镇经济平稳较快发展，沙迳片区重点发展旅游休闲度假产业和生态农业产业，逐步建成岭南特色生态文化小镇。

（二）抢抓机遇，加快项目建设步伐。在紧抓惠州建设成为绿色化现代山水城市的契机下，旅游项目正面临良好的发展机遇。我镇在推进旅游发展的同时，注重打造一批具有我镇特色的旅游项目，提高我镇整体旅游质量，擦亮我镇生态旅游品牌。目前我镇现有和在建旅游项目 3 个：1、香溪生态文化小镇项目（香溪堡）香溪生态文化小镇项目，是在原有香溪堡旅游度假区基础上，进行升级改造的生态旅游项目。该项目由惠州市合立方投资有限公司投资建设，计划用 10 年时间投资 20 亿元，规划文化旅游、生态农业、养生保健三大板，以香溪河为主线观光为主线，结合保健、养生、休闲、水上娱乐等要素，打造成集水上休闲娱乐、现代生态农业观光、分时度假营地、保健养生为一体的旅游度假圣地。目前项目完成了项目指挥部建设、功武杏春书室古建筑修复、乡村自行车驿站建设、香溪堡乡村客栈规划建设及香溪堡景区设施更新等，正进行旅客服务中心改造、南平酒店改造和完善其他基础设施，项目进展顺利。

17 三、加强洽谈，做大做强旅游项目。

目前我镇在谈项目 7 个，分别是广东龙华凤居旅游医养特色小镇项目、清明上河园旅游度假区项目、广东少林寺项目、鸟鸣谷生态旅游项目、达鑫温泉酒店项目、南昆山森林野舍度假村、云天温泉度假山庄项目。

1、广东龙华凤居旅游医养特色小镇项目 项目选址在龙华西溪村，由惠州市富绅集团投资建设。项目总投资 8 亿元，项目规划用地规模 800 亩，另外租用自然山林 6000 亩。项目规划打造集森林观光、休闲旅游、医疗养生、健康养老于一体大型综合性生态旅游项目。建设内容包括：度假村入口

和游客服务中心、会议餐饮、水上乐园、天然养生洗浴区、健身区、休闲养生馆、花样桑拿区和森林养生木屋区等配套设施。2017年6月30日，我镇与富绅集团签订投资协议，目前该项目正在制定规划设计方案。

2、清明上河园旅游度假区项目 该项目选址在我镇花竹鱼允岛，由龙门县汇泰实业有限公司投资建设，项目规划用地面积约800亩，计划投资10亿元，建设包括农业观光、清明上河园（文化主题园）、休闲度假、国防教育、水上乐园、12.3公里一河两岸生态观光六大主体。目前项目进行土地脱钩前期洽谈工作。

18 化投资有限公司投资建设，项目总投资30亿元，控制用地1万亩，建设用地300亩，打造以少林寺文化为核心，集生态旅游、农业观光、养生保健于一体的宗教文化旅游胜地。目前该项目处于洽谈当中。

4、鸟鸣谷生态旅游项目 项目选址在龙华镇花竹村地段（银坑），总投资6000万元，由龙门县鸟鸣谷投资发展有限公司投资建设。项目规划建设集生态观光、休闲娱乐、农庄度假为一体的旅游度假村。项目已完成立项，地块通过以租代征的方式，同农户签订合同，完成了土地脱钩工作。目前项目正在制定规划设计方案。

5、达鑫温泉酒店项目 项目由东莞市达鑫实业发展有限公司建设，总投资3亿元，规划在高沙村，打造集生态旅游、温泉酒店、保健养生、餐饮美食为一体的旅游度假村项目。目前该项目初步选址地块已确定，正与公司协商土地规模调整的四至和面积。

6、南昆山森林野舍度假村 该项目选址龙华镇沙迳长滩村青王山，由深圳市前海梧桐咨询管理有限公司投资建设，项目占地面积约300亩，计划总投资人民币5亿元，规划建设：度假村入口和游客服务中心、会议餐饮、水上乐园、天然养

生洗浴区、健身区、休闲养生馆、花样桑拿区和森林养生木屋区等。目前项目正在制定规划设计方案。

19 7、云天温泉度假山庄项目 项目选址高沙联兴居，总投资1.5 亿元，由东莞市云天实业投资有限公司投资建设。目前项目正在制定规划设计方案。

旅游考察心得体会

怎样写旅游考察心得（）

旅游考察心得感受

旅游考察学习心得体会

蔬菜批发市场考察汇报

旅游类项目计划书篇四

本站发布旅游项目开发策划书范文，更多旅游项目开发策划书范文相关信息请访问本站策划频道。

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，享誉中原；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）；

（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) 景区内有机果种植特色农业。

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；

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、建一个世外桃源。

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！

旅游类项目计划书篇五

九寨沟黄龙位于四川省阿坝藏族羌族自治区，是我国公布的第一批国家级重点风景名胜区。1990年，九寨沟被列为“中国旅游胜地四十佳”之首，1991年被列入联合国《世界风景名胜录》，1992年12月又由联合国教科文组织批准，正式列入《世界自然遗产名录》，从此登上世界旅游的宝座，成为中外游客向往的神奇的“梦幻世界”。

因沟内分布着9个藏族村寨而得名，海拔2000~3000米，属高山深谷碳酸盐堰塞地貌，以翠海（高山湖泊）、叠海、彩林、雪山、藏情“五绝”驰名中外，被誉为“梦仙境”和“童话世界”。主景长沙有六公里，面积6万多公顷，有长海、剑岩、诺日朗、树正、扎如、黑海六大景观，呈“y”字形分布，以水景最为奇丽，泉、瀑、河、滩将108个海子连缀一体，碧蓝澄澈，千颜万色，多姿多彩，“水在树间流，树在水中长”，有“黄山归来不看岳，九寨归来不看水”和“世界水景之王”之称。

九寨沟特别美丽，国家中唯一获得“世界自然遗产”的“童话世界”。九寨沟的山水形成于第四纪古冰川时期，海拔

在2000—3200之间，现保秋天里的九寨沟存着大量第四纪古冰川遗迹。九寨沟的地下水富含大量的碳酸钙质，湖底、湖堤、湖畔水边均可见乳白色碳酸钙形成的结晶体，来自雪山、森林。

九寨沟的活水泉又异常洁净，加之梯形状的湖泊层层过滤，其水色愈加透明，能见度高达20米。翠海、叠瀑、彩林、雪峰、藏情，被誉为九寨沟“五绝”。水乳交融，美不胜收。现代肖草《九寨沟》诗：“放眼层林彩池涟，鱼游云头鸟语欢；飞瀑洒落拂面来，九寨山水扬海天”给予真实诠释。黄龙飞瀑位于入山不远处，但见千层碧水冲破密林，顺坡而下，突然从高约10米、宽约60余米的岩坎上飞泻而来。几经起伏跌宕之后，形成了数十道梯形瀑布，景象壮观之极。有的如珍珠断线，自半空中滚落而下，银光闪烁，有的如水帘高挂，雾气升腾，云蒸霞蔚；有的如丝匹流泻，舒卷飘逸，熠熠生辉；有的如珠帘闪动，影影绰绰，姿态万千，令人神往。黄龙不仅景色优美，自然资源也极其丰富。这里的动植物物种资源丰富，高等植物达1500余种，多为中国特有物种，属国家一至三类保护的有11种。珍稀动物有大熊猫、金丝猴、牛羚、云豹、白唇鹿等国家一至三类保护动物。

所以推荐同学们到九寨沟去游玩！

游程设计

本次游程准备需要一周，可以利用十一国庆黄金周或暑假期间

九寨黄龙六日游

行程推荐：

第一天，上海乘飞机往成都双流机场飞行时间约3小时，入住宾馆。在酒店休息片刻。晚上可以去成都著名的锦里、玉林、

合江亭、人民南路等酒吧集中地区，在属于你类型的酒吧消遣一晚。文化类、时尚类、音乐类、绘画类等等，完全任由你当时的心情。

第二天，早晨睡到自然醒，然后将行李寄存在前台，去逛一下成都最繁华的商业街——春熙路。中午可以去吃上一顿正宗的川菜，再返回酒店拿好行李后，乘坐飞机，路线成都—川主寺（飞行时间约45分钟）—黄龙（约56公里。车程1.5小时左右），在黄龙游览人间瑶池——黄龙风景区，畅游争艳池，迎宾彩池，飞瀑流辉，金沙铺地，洗身洞盘景池，黄龙寺，五彩池等奇观（游览约3-4小时）。后乘车到九寨沟口入住酒店——九寨天堂国际会议度假中心，可以稍做休息，或是试一下九寨天堂国际会议度假中心的温泉，能够让您得到彻底的放松，缓解一下旅途的疲劳，期待明天的童话之旅。

第三天 九寨沟（从九寨天堂国际会议度假中心至九寨沟口20公里）

九寨沟游览：早餐后前往游览人间仙境、童话世界——九寨沟风景区，进入景区后换乘景区观光车。游览诺日朗瀑布、树正群海、长海、五彩池、珍珠滩、五花海、箭竹海、熊猫海等景点。九寨沟是由翠海、叠瀑、彩林、烟云、雪峰以及奇异多彩的藏族风情组成格调自然且风韵独具的仙境。九寨沟的景观主要分布在树正沟、日则沟、则查洼沟三条主沟内，这三条沟略似“丫”字形。景区内九寨沟最宽、最高、最雄伟壮观的三大瀑布：珍珠滩瀑布、诺日朗瀑布、熊猫海瀑布，景区内共有一百多个高山湖泊及数十处高低不一的流泉飞瀑等景观。最美最奇特的是九寨沟的水，清冽透底，变幻无穷。（景点游览时间约7小时左右）。晚餐后可自费参加有浓郁藏家风情的藏家烤羊晚会（70分钟左右）（走进藏家180/人）。

第四天，早餐后，选择另一条路线上九寨沟，可一路欣赏美丽的上季节海、中季节海、下季节海，聪明的您一定可以看出它们的小秘密。随后参观则渣洼藏族村寨，体验藏族风情。

游毕后，携程专车还在老地方等您，将您送回酒店休息。

第五天：早餐后从九寨沟口出发前往川主寺黄龙机场，途中参观九寨沟中药材基地仙山大药房（参观时间45分钟左右），土特产店（参观时间45分钟左右），水晶地矿（参观时间45分钟左右）工艺品店藏羌工艺馆川主寺店（参观时间45分钟左右）。在这些地点可以进行自由购物，选一些自己喜欢的纪念品，作为纪念带给朋友和家人，四个购物点由旅行社选择三个参观游览，后乘机返成都。

1. 用车：空调旅游车，飞机经济舱 花费1500元。

元（11月16日至3月30日）；环保车90元（4月1日-11月15日）；环保车80元（11月16日至3月30日）。黄龙门票200元（4-11月15日）索道上行80元，下行40元（11月16日至3月底执行优惠）牟尼沟70+3元 叠溪地震湖5元 红军纪念碑8元 九寨沟神仙池景区 门票：100元/人 观光车，90元/人 电瓶车：40元/人 九寨沟全程自助游一日游地图。对身高在1.30米以下儿童免门票和车票。对革命伤残军人、60岁以上老年人、离休干部请凭有效证件购优惠门票，另购车票。

3. 住宿：九寨沟内四星，其余三星标准住宿 花费：1000元。

4. 用餐：6早6正花费200元。

5. 导游：当地全程导游服务 花费：200元。

6. 其他如购物，娱乐等，都由自己安排，视自己情况而定。

总预算：4000元。

适用人群：由于本次旅游行程花费还是不低的，对于一些人或许不太能够承受，而且需要较长的时间或休假，所以本次旅游的适用人群是一些上海的白领或者教师，最好是一些青

年白领情侣，适合新婚夫妇进行蜜月之旅的一站。

旅游类项目计划书篇六

张家界位于湖南省西北部，自然风光无比秀丽，是我国第一个国家森林公园的诞生地。也被国家旅游局批准为国家首批aaaaa级旅游景区，本文从张家界的旅游现状出发，深层次挖掘民俗旅游文化的热点，以求推动当地旅游事业快速发展。

(1) 我国旅游业现状。随着人们生活质量的提高，生活品味的升华，我国旅游模式会逐步向休闲度假及专项旅游方向发展，单纯的观光旅游将不能满足广大游客的要求。

(2) 张家界现状及张家界民俗风情旅游现状。长期以来，张家界政府着力开发以武陵源为主体的自然旅源，形成了高品位的国际知名品牌。但由于过度倚仗武陵源，对人文旅游资源缺乏足够的认识和开发力度，致使旅游产品单一，影响了张家界旅游业的持续发展。

(3) 张家界土家族。第五次人口普查时，土家族人口数已达570.42万人，其中张家界土家族人口数为101.56万人，将近占全国土家族人口数的1/5。所以，张家界土家族是一个庞大的群体，而张家界土家族文化则是张家界一笔巨大的财富。

(1) 强化人文旅游资源开发：真正把人文特色融入旅游中去，旅游业才能持续发展。

(2) 增加旅游文化内涵：张家界市人文旅游资源与自然旅游资源一样丰富，浓郁的民俗风情，众多的名胜古迹，丰富的人文景观却长期待字闺中。

(1) 优势□s□□第一，张家界景区自然风光无比秀丽，成为了张家界市的城市名片；第二，社会稳定，经济基础雄厚，经济实力不断增强；第三，交通状况的不断改善，尤其是省

道g5513建设，极大的缩短了与长株潭城市圈的距离。

(2) 劣势[w]第一，多为山地地形，景区基本上形成了一个相对独立的地理单元，经济腹地小；第二，过多的依靠武陵源和天门山景区，旅游形式单一，人文旅游尚未得到重大开发；第三，景区服务人员结合人文风情的意识较为薄弱。

(3) 机会[o]第一，旅游业的快速发展，成为了整个张家界市的支柱产业，必然会得到政府和当地相关企业的支持；第二，张家界的土家民俗资源丰富，具有很大的发展潜力。

(4) 威胁[t]第一，自然资源的过度开发，应该注意适度适量，促进生态的人文的共同发展；第二，离凤凰古城近，发展人文旅游有可能出现同质化现象，很难突出自己的特色。

(1) 采用整合提升模式

在原有的宝峰湖景区魅力湘西节目，将舞台露天设置在山水之间，使音乐效果融入宝峰湖秀丽的山水之间，将原生态音乐、独特民族服饰、独特民族绝技结合山水景色打造山水人文盛宴，同时在活动中穿插民俗游戏互动活动，让游客融入其中，感受土家人的风土民情。

(2) 采用主题附合模式

第一，在宝峰湖景区充分利用基础设施，建成旅游纪念品购物街，为实现规模效益，可以将小吃、民族服饰、民族建筑等融为一体；第二，在已经建好的土家风情园外围建设土家吊脚楼式的客栈，体验土家人生活的方式，让游客不仅仅一游而过，而是切身的感受。

(3) 改变景区以往解说模式

要突出介绍土家的民族风情，举办篝火狂欢会，让游客与土

家人一起感受民族风情。

(4) 开展丰富多彩的风俗游

第一，在春节期间，开展和土家族人一起“杀年猪”、“腌腊肉”、“推豆腐”、“过赶年”的民族风俗；第二，在阴历四月七或者四月十七，开展和土家族人一起过“牛毛大王节”，来更深层次的展示土家风俗；第三，在阴历六月初六时，开展和土家族人一起过节日“六月六”，传说六月六是茅岗土司遇难的日子，血染了龙袍，土家为纪念他，就在这天把好衣料、衣服拿出来晒，俗称“晒龙袍”。

(1) 电视宣传；

(2) 平面宣传；

(3) 旅游宣传；

(4) 政府宣传；

(5) 车体广告。

(1) 广告方面

第一，在湖南电视台支持本省旅游业发展的大环境下，根据湖南卫视黄金档广告收费标准，首先预算电视宣传的成本在100万左右。第二，由于报纸等广告所花成本较低，而且传播范围广，见效比较快。计划投放在《南方周报》的版面规格为24.5×31（半版横），彩色图片，投放四期，预算费用在40万左右。第三，由于在网络上投放广告费用过高，所以计划预算费用应在100万左右；另外，在车体广告上宣传的范围只是较近地区，辐射广度有限，所以预算应在10万元以内。

(2) 项目新建方面

第一，计划投资700万左右修建完善土家风情居民式宾馆工程及相关设施。第二，由于可充分利用宝峰湖已发展好的基础设施，而只是将小吃和土家特色饰品等小店迁入，所以此处计划预算50万元。

通过将一系列土家特色小店纳入宝峰湖“魅力湘西”项目之中，共同利用基础设施，使前来观光的游客减少各方面成本从而实现双赢。在经济效益实现之时，不仅能增加张家界经济的发展，更是带动了当地的经济。充分利用“魅力湘西”舞台，实现资源利用的最大化。而土家风情园在此次项目中则是融入了众多土家风情元素，极大地丰富了民俗风情的内容，扩大张家界土家文化的影响力。

旅游类项目计划书篇七

旅游业是战略性产业，资源消耗低，带动系数大，就业机会多，综合效益好。改革开放以来，我国旅游业快速发展，产业规模不断扩大，产业体系日趋完善。旅游作为第三产业，在当今社会发挥着越来越重要的作用，如何充分利用发展机会积极发展旅游业，是目前所有旅游行业提高竞争力的核心。

本次展览旅游活动策划主要侧重于对商丘旅游的策划与设计，景点作为旅游活动中得不可缺少的一部分，其质量的高低直接影响着游客的重游率及宣传效果。本次庙会策划与设计，注重充分挖掘商文化历史文化内涵，将火神文化融入到庙会中，同时与商丘现代文化融合，体现着古典文化与创新的紧密结合，将商丘推向旅游的前端。

本次策划主要划分为三部分：

- (1) 景点内涵延伸区；
- (2) 传统旅游纪念品地区代表展览区；

(3) 庙会纪念品创新区。

商丘作为中原文明发源地，其旅游纪念的开发与设计有其自身的优缺点与机会和威胁。以下分析，为开发提供参考。

1、 优势分析：

旅游文化资源丰富。商丘古城是全国重点文物保护单位，中国历史文化名城之一，又名归德府城，建于明正德六年，距今已有近500年的历史。商丘古城是一个很有特色的八卦城，水上城、城摺城。它的设计充分体现了中国古代天人合一的哲学思想。城墙、城廓、城湖三位一体，圆形的外城郭和护城湖环绕着方形的内城，使古城呈外圆内方的古钱币造型，有商丘作为华夏之邦商品、商业、商文化发祥地之隐喻。九十三条街道形如棋盘，隐含九三阴阳圆满和谐之数。东西两门错街而建，是为避金木相克之理。

古城内目前尚保存有大量的文化遗产和文物古迹，有远古时的燧人氏墓、帝喾陵、阚伯台、宋微子墓、梁苑的平台、清凉台、三陵台、金果园和官竹等，还有隋堤、八关斋、六忠祠、三圣庙、娥媚台、中五台、小南海等有据可查的古迹100多处，具有很高的旅游价值。

2、 劣势分析：

1. 对其自身优势宣传力度不够，宣传方式比较单一
2. 旅游配套设施不够完备
3. 景点规划不够合理，缺少一些特色旅游线路，景点整合性不好

(二) 活动目的及意义

- 1、在本景区的介绍中尽量多提及与其相关的景区，引起游客兴趣。
- 2、打造几条快捷的旅游线路，将景区联系起来，使游客能在较短的时间内游览不同的景区。
- 3、印制精美的当地综合性景区宣传册，免费发给游客，游客就会带回家中，无形中对其家人和朋友起到了了宣传效果及带动作用。

(三) 活动目标及主题

芒砀山：芒砀山文物旅游区，位于豫、鲁、苏、皖四省结合部，是豫东边陲一座新兴的汉文化旅游胜地。占地十二平方公里，内括四大景区，三十个旅游景点，是中原“一线五点”旅游开发的重点。其中价值较高的有梁孝王墓、梁孝王王后墓、柿园西汉壁画墓、僖山金缕玉衣墓、僖山西汉梁王墓、汉代梁王室陵墓群、僖山画像石墓等。该陵墓群为全国重点文物保护单位，国家级“aaaa”级旅游景区。柿园汉墓中出土的“四神壁画”被中外专家、学者赞誉为“敦煌前之敦煌”，西汉梁孝王刘武之妻李王后陵以其庞大的规模及非凡的价值，被誉为“天下石室第一陵”。为纪念高祖刘邦斩蛇起义而立的石碑夜晚用灯光直射即可看到高祖的灵光幻影，被誉为“天下奇观”，吸引游客竞相探秘。除此之外还有水滸英雄聚义的三星道观，位居芒砀山峰顶的三国猛将张飞筑寨伐魏的张飞寨，春秋时期孔子周游列国在此避雨晒书的夫子崖，巍峨壮观的文庙，挺拔秀丽、精雕细刻的郭塔，抗日文化价值极高的抗日民族英雄鲁雨亭纪念馆等。

黄河故道国家森林公园：黄河故道国家森林公园位于商丘市梁园区北部的黄河故道区域内，距市区11公里，规划区总面积约65平方公里。由森林公园中心园区、天沐苑景区和天泉湖景区3大景区共20多个景点组成。被国家旅游局评为国家aaa级旅游景区。黄河故道国家森林公园的中心园区，林木

茂密，百鸟争鸣，野生动物出没其中。故道南岸绵延横亘着被誉为“水上长城”的美誉。天沐苑景区天沐湖有水面12000多亩，天泉湖景区天泉湖有水面5000多亩，平均水深2米左右。两处湖面碧水荡漾，湖水清澈见底，湖内鱼翔浅底，湖边芦苇茂盛，一年四季候鸟栖息，成为独特的“北国水乡”。黄河故堤平均高出地面13米，构成了独特的黄河故道“悬河”景观。商丘黄河故道国家森林公园是以绿为主，极具观赏的生态自然旅游区，同时也集中了休闲游乐、动植物观赏、高效农业示范等多种功能，集旅游观光、生态保护、休闲娱乐、科普宣传为一体的旅游性国家森林公园。

火神台：有着千年历史的火神台庙会已经成为商丘市春节文化活动的亮点。

1、 活动日程安排：

考虑到旅游重在宣传旅游景区和地方文化，以及旅游活动具有季节性的特点，故活动安排在12月31日—1月2日之间，为期三天的展览，在以参展商、参与者为服务主体，欢迎零散游客参与的理念下，将展览的优势发挥到极处，使其影响到寒假人们的旅游动向，为商丘的旅游淡季创收，避免旅游资源的浪费与闲置。

活动问题及细节

由于庙会重在宣传旅游特色既文化特色，在制作过程中应本着顾客就是上帝的原则，将产品做的精细，美观。旅游纪念品在展览过程中要防盗窃，减少损失。此外对其他紧急状况能够及时处理，保证整个活动的顺利进行。

(四) 主要负责人与参与者

本次展览活动主要负责人为活动的主办方，参与者主要有参展商、与会者、以及临时观众(零散旅游者)。

(五) 总结

庙会发展直接影响到旅游业快速的发展，设计出符合地域特色、品种多样、做工精良的旅游纪念品不仅能繁荣旅游纪念品市场，而且也会促进旅游业的发展，繁荣我省经济，对社会的发展具有重要意义。

旅游类项目计划书篇八

甲方：

法定代表人：

联系方式：

地址：

乙方：

身份证号：

联系方式：

联系地址：

合同签订地：北京市 区

根据《中华人民共和国合同法》的有关规定，双方本着平等互利，共同发展的原则，经充分友好协商，签订本协议。

1. 甲方定期向乙方发布各类旅游资讯供乙方选择参加或按照乙方要求定制旅游产品，产生的旅游费用在乙方账户扣除；（旅游产品包括机票、酒店、景点门票等）

3. 其他用卡退卡条件详见公司记名旅游储值卡使用规则。

二、 付款期限：本协议签订后三个工作日内。

三、 为便于记名储值卡客户用卡权益保护，甲方组织乙方和其他记名储值卡客户（共50名）成立有限合伙企业。

四、 在本合同第三条所述合伙企业成立后，甲方现股东承诺将其所持有的甲方股权的5%无偿赠予乙方联合的有限合伙企业，（所赠与的股权乙方享受收益权，但不参与甲方经营和决策）由乙方全体合伙人按份共有（即每人拥有甲方0.1%的股份），乙方合伙人权利义务按照合伙协议的约定予以确认。

东或甲方指定的'投资者或投资机构对合伙企业所持股权予以回购；每股回购价格为甲方前三年平均每股可分配利润的五倍，乙方承诺无条件同意该回购约定并积极协助办理相关股权转让手续。

六、 退出机制：

1. 三年内退出，按未消费部分余额退还。

2. 三年以后退出，按每股可分配利润市盈率5倍退出。

3. 如企业上市，按上市公司标准退出。

七、 乙方退卡后，甲方按本协议做出的所有承诺无效。

记名储值卡客户成立有限合伙企业，有限合伙企业成立后，由有限合伙企业另行和甲方签订新合同，本合同甲乙双方权利义务由新合同予以承继，本合同解除，甲乙双方承诺新合同双方权利义务与本合同约定一致。

同签订地北京市 区人民法院诉讼解决。

甲方（盖章）：

法定代表人（签字）：

联系电话：

年 月 日

乙方（签字）：

年 月 日

旅游类项目计划书篇九

旅游项目策划书，策划书即对某个未来的活动或者事件进行策划，并展现给读者的文本，下面是小编带来的旅游项目策划书，欢迎阅读！

———辉县西沟生态村开发策划书

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，是国家级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，享誉中原；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最具魅力的优势资源，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);

(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最佳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“河南著名、全国知名”的生态休闲避暑度假区；

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. 建一个世外桃源。

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)

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:*****

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屿统一标识的遮阳伞、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）

(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。

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。

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。

刘振海(初稿)

2009.7

一、背景分析

1、概况:

浏阳河又名浏渭河，原名浏水。因县邑位其北，“山之南，水之北，谓之阳”，故称浏阳。浏水又因浏阳城而名浏阳河。全长234.8公里，流域面积4665平方公里。

2、旅游资源:

(1)自然资源

浏阳河:十曲九弯，两岸青山翠枝，紫霞丹花。

浏阳河漂流:浏阳河第一湾(浏阳市高坪乡境内)。

特产:浏阳花炮闻名中外，还有菊花石、夏布、湘绣、豆豉、茴饼、纸伞、竹编。

(2)人文资源

开福寺、马王堆汉墓、陶公庙、许光达故居、黄兴故居、徐特立故居、谭嗣同故居、浏阳文庙、浏阳算学馆、孙隐山等文物。

(3)红色旅游

走出了一大批党和国家的卓越领导人:中共中央总书记、国家副主席王震、全国人大副委员长彭佩云、中顾委主任王首道等。走出了中国第一个为戊戌变法而流血牺牲的志士谭嗣同，走出了民国先驱唐才常、焦达峰。还走出了数十位挽民族之

危亡、救生灵于水火的铁血将军和数万名革命烈士。可见，浏阳的“红色旅游”氛围浓厚，发展潜力不言而喻。

二、 区域优势/劣势

1、 优势：

(1) 浏阳市社会经济基础雄厚，城市经济实力不断增强。

(2) 浏阳市的道路状况良好，区位条件比较好，可进入性较强。

(3) 浏阳河旅游资源丰富，发展潜力强劲。

(4) 优美动听的《浏阳河》，掠云越波，传遍了五湖四海，浏阳河的知名度较高。

(5) 旅游产业蓬勃发展，国家将“红色旅游”提上日程，可以使浏阳河的“红色旅游”资源得到充分利用。

2、 劣势：

(1) 浏阳市整体形象缺乏明确定位，对外宣传不够。

(2) 浏阳河景区的服务人员的服务意识比较薄弱，服务水平较低。

(3) 浏阳河的旅游资源缺乏有效的保护，开发不足。

三、 策划目的

1、 市场分析：一句“浏阳河。。。。。”，伴随着中国的一代伟人响遍了祖国的每一个角落，传遍了世界各地，在我们每一个人的心中，对“浏阳河”都有一份额外的亲切和敬仰。因此，“浏阳河”的目标消费者群非常庞大。无论男女老少，都是“浏阳河”的目标消费者。港澳台喜欢文化交流

的年轻人以及老一辈革命老人，亚洲甚至全世界热爱中国文化，喜欢到中国旅游的外国游客都有可能成为目标消费者。

2、 最终目的:提高浏阳河的知名度，使浏阳河走出湖南省，唱响中国，走向世界。

四、 策划原则

1、 目的性原则:

(1)把浏阳河打造成国内著名的休闲旅游景点。

(2)将浏阳“红色旅游”资源和其它“红色旅游资源”整合为经典“红色旅游”线路。

2、 可行性原则:

(1)浏阳市的道路状况比较好，交通便利，旅游者可进入性比较好。

(2)浏阳河经过多年发展，有良好的口碑，现在正在不断完善之中，其发展潜力较大。

(3)浏阳市政府有足够的资金和信心把浏阳河“推出去”，走出省门。

3、 特色化原则:

4、 政府主导和市场结合的原则:

(1)政府主导，依靠浏阳市政府，甚至湖南省级政府的强烈支持和推广。

(2)提高浏阳河的市场竞争力和综合实力。

五、 主题口号

唱响古今，璀璨浏阳！

六、 组织形式

主办：浏阳市政府

承办：浏阳市旅游局

协办：湖南卫视电视台

七、 主要活动

1、音乐晚会：其中有大合唱《浏阳河》版，以及抒情版的《浏阳河》，小品等。

2、放烟花：音乐晚会结束后放烟花。

3、征文比赛：要求参赛者围绕浏阳河这个主题写文章。通过这个征文比赛，来提高消费者(特别是年轻一代)对浏阳河的认知。在音乐晚会当晚会给优秀作品的参赛者颁奖。

4、举行音乐晚会当天浏阳市旅游局以6折的价格出学生票，以8折的价格给其它消费者。

5、以浏阳河的名义捐款20万给当地的慈善公益机构，在当天中午举办新闻发布会。并且把这一信息刊登在当地最有影响力的报纸媒体。同时，在湖南卫视播放这则新闻。

八、 具体操作

1、进行音乐晚会的前题宣传，在湖南卫视《娱乐天天报》播放音乐晚会的宣传片，以及在当地有影响力的报纸做音乐晚会的平面广告宣传，为期一周。

- 2、音乐晚会于xx年12月31号在浏阳河广场举行，从晚上8点开始到晚上10点结束，采用直播形式。请湖南卫视著名主持人李湘、汪涵联手担任主持。由湖南卫视摄制组担任整个晚会的制作以及后期编辑。
- 3、节目开始，首先以vcr的形式回顾浏阳河，画面重点突出浏阳河的时代性，以达到引发观众的共鸣，促使观众尽快进入晚会的主题。
- 4、接着，何炅和李湘进入电视屏幕，并发表开幕词和介绍特别嘉宾，以及介绍晚会的流程。
- 5、接着，主持人李湘介绍浏阳河的旅游资源和浏阳市其它的“红色旅游资源”，强化观众对浏阳河作为“红色旅游资源”的认知。
- 6、接着，超级女声冠军尚文捷作为表演嘉宾，演唱其参赛成名曲《爱》以及演绎《浏阳河》。
- 7、接着，现场举行“浏阳河征文比赛”的颁奖仪式，并且简单介绍这个征文比赛的情况。
- 8、接着，汪涵访问浏阳市旅游局局长，以其权威的观点来诠释浏阳河的定位以及发展战略。
- 9、接着，由在浏阳河工作的员工表演小品——《浏阳河的爱》。
- 10、接着，汪涵现场访问游览过浏阳河的旅游者，通过旅游者的口叙提高浏阳河的品牌价值。
- 11、接着，大合唱《浏阳河》——由专业人士组成的合唱团。让观众重温经典，以此刺激消费者的旅游动机。

12、接着，主持人总结，发表感谢词以及提出新的希望。

13、最后，放烟花庆祝晚会圆满成功。

九、宣传推广

1、电视广告：找专业人士拍一则浏阳河的广告。分别在湖南卫视每周的《快乐大本营》以及每天晚上的黄金剧场的广告时段播放；在凤凰卫视《时事直通车》的广告时段播放。每次十五秒，为期两周。

2、报纸广告：在湖南当地有影响力的报纸投放平面广告。为期一周。

3、公关宣传：以浏阳河的名义赞助各种喜庆活动。如赞助xx年1月举行的《湖南超女跨年演唱会》，积极参与当地慈善活动。

4、网络宣传：在新浪网、携程网的首页播放浏阳河的网络广告。为期一周。

十、资金支出/收入`

1、支出：

(1) 音乐晚会：约300万人民币。

(2) 其它活动及播放广告：约150万人民币。

(3) 总计：约450万人民币。

2、收入：

(1) 广告：约250万人民币。（音乐晚会找商家赞助，包括冠名赞助和其它赞助）。

(2) 门票：约300万人民币。

(3) 总计：约550万人民币。

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，是国家级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，享誉中原；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最具魅力的优势资源，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);

(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最佳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“河南著名、全国知名”的生态休闲避暑度假区；

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. 建一个世外桃源。

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最好！

一、前言

据我们了解，阿兴记大饭店主要以其高档次的就餐环境和贴心的服务响誉业界。目前，阿兴记大饭店黄泥磅店发展态势

良好，生意火爆，具有很大发展潜力。

我们力求全力打造阿兴记大饭店品牌价值，营造热点进行宣传，主要策划有意义的新闻事件及促销活动，以塑造阿兴记大饭店整体的品牌形象，并引起媒体的广泛关注，使目标市场的消费和品牌知名度得到全面的提升。

基于以上考虑，本次策划针对阿兴记大饭店奥体中心店开业前期做了一系列的推广策划，以奥体中心店开业为契机，旨在全面提升阿兴记大饭店在重庆餐饮业的形象，树立良好的口碑，力求将阿兴记大饭店品牌做得更大更强。

二、奥体中心店市场分析

阿兴记大饭店自黄泥磅店开业以来，风格各异的菜系和独具特色的服务，引领了重庆中餐餐饮潮流，赢得了广大消费者的青睐。由此，在渝北区创下了极好的成绩和口碑，从而带来了良好的经济效益和社会效益，同时也对奥体中心店的开业打下了坚实的基础。

奥体中心店由于其特殊的地理位置，本身可对该店带来一定优势：

- 1、奥体中心是重庆知名的，众所周知的体育中心，所以人们很容易就会找到这里。
- 2、奥体中心经常会有重大体育比赛和演出活动在此举行，从而引来一部分食客。
- 3、由于周围建筑的兴起，该地段商业氛围必将增强，引来众多的消费群。
- 4、将来周边楼盘完工，必然带来旺盛的人气，其发展趋势乐观。

5、周边各企事业单位消费能力巨大。(如：移动、电信、重医、出版社、部队及众多高新企业等等)

然而，就目前来看，奥体中心店也存在一定劣势：

1、阿兴记大饭店还没有比较明确的vi标识和朗朗上口的广告语，没有比较识别系统，给人的印象不深刻。

2、目标客户会受到南方花园饮食街以及直港大道的竞争。

所处机会分析：

1、现目前重庆的餐饮名店很多，但其目标群体各有所异，如陶然居主要是属于大众消费，七十二行以家常菜为主，菜香源以怀古情调为主，而阿兴记大饭店的环境、菜品和服务都属于高档次饭店，与其他酒楼有一定差异，主要适用于商业宴请，这部分目标市场是相当有消费潜力的，所以应抓住市场推广宣传。

2、袁家岗地区、九龙坡区、大渡口区及高新区现在还没有和阿兴记大饭店同档次的饭店，所以非常具有市场竞争力，应好好把握。

3、阿兴记大饭店奥体中心店结合奥体中心的有利地位，开展相关公关活动，造势宣传。

由此，我们可以看出奥体中心店是非常具有竞争优势的，在将来周边商圈氛围营造出来后，其发展形式非常乐观。现目前需要做好的就是其推广工作，为以后打下良好基础。

三、推广策划内容

(一)、理念策划

1、阿兴记大饭店卖点的梳理和提炼

阿兴记大饭店优质的服务和高档次本身可以作为卖点，但需要包装突出和强化。

2、阿兴记大饭店广告语创意

重庆市很多餐饮名店都有自己的广告语，如谭氏官府菜的“食中至尊、味之颠峰”；陶然居的“民以食为天、美食在陶然”；菜香源的“闻之口生津、菜香源头寻”；顺风123的“快意人生好滋味”等。阿兴记大饭店也应有融入自己文化特色的广告语，让人眼前一亮，回味无穷。

3、设计新的vi形象

据我们了解，目前阿兴记大饭店还没有整体的vi系统，这样让人不容易识别记忆，且对其高档次的定位也没有一个明确的表现，所以设计新的vi形象，是让阿兴记大饭店对内对外的视觉形象给人焕然一新的感觉，并以此体现自身文化品位。

4、对外品牌形象的宣传和推广

主要包括媒体推广、口碑效应和公关活动。（可融合以上几点共同展开）

(二)、全方位策划

1、策划最具影响力的中心活动

根据阿兴记大饭店的核心形象和 target 市场，创意策划出一个与之相关并能强化它们的中心活动出来，这种中心活动原则上每年举行一次，举行时是非常盛大的，是阿兴记大饭店的特有节日。围绕着这中心活动则是一些相关的中小型活动，可以每季或每过一段时期举行一次。久而久之，人们会成为

习惯，新的核心形象也就更深入人心了。

2、新闻运作的创意策划

由于广告直接效应的总体下降，新闻运作的地位大大提升，有效运用新闻炒作可起到事半功倍的效果。（如：组织员工参加有意义的公益活动）

3、公关运作的创意策划

公关活动，不仅能打响知名度，更能提升美誉度，所以，在新形象的塑造中，公关活动将起很大的作用。

4、广告宣传的创意策划

媒体广告宣传要有良好的创意作为支撑。

5、促销方式的创意策划

旅游类项目计划书篇十

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，是国家级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，享誉中原；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

誉西沟生态一贵在原始，美在天然。

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最具魅力的优势资源，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）；

(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) 景区内有机果种植特色农业。

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。

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最佳社会效益和经济效益的原则

建设成为“河南著名、全国知名”的生态休闲避暑度假区；

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、建一个世外桃源。

（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□xx

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）

(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□xx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。

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。