

# 最新旅游景区营销方案(汇总5篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

## 旅游景区营销方案篇一

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）；

（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；

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！

## 旅游景区营销方案篇二

本队作品主要以徽州人的生活圈为主题。旅游的景点分别是非常能反映古徽州的百姓生活习性的西递宏村，古徽州的商人的徽商故里屯溪老街，和古徽州官员的李鸿章的故居。西递宏村体现的是古徽州劳动人们的勤劳和智慧，徽商故里屯溪老街是古徽商诚实经商的作风和实力雄厚的标志，李鸿章故居代表的是徽州人的雄心壮志。百姓商人官员分别是古徽州的三个阶级，这三者的事迹就是古徽州的历史，这三者的生活就是古徽州的文化。从宏村到徽商故里，再到李鸿章的故居，看的不只是风景，品的不仅仅是美食，是古徽州的历史和文化。

### 二。对象

喜爱和想对安徽文化进一步了解的游客

### 三。线路及旅游日程安排

早上六半从合肥旅游汽车站坐车出发点11点到达宏村，11点半在宏村塔川秋韵客栈就餐品尝当地丑鳊鱼毛豆腐等特色美食。1点开始游览，2点半结束，2点半乘坐去往徽商故里——屯溪老街的汽车，下午四点半到达屯溪老街，开始游览屯溪老街。六点半结束，在黄山老街口客栈就餐和住宿。第二天早上7点半乘坐回合肥的汽车，11点半到达合肥，12点在李鸿章故居附近的天庭商务酒店就餐，2点钟开始游览李鸿章故居。4点半游览结束。

### 四。目的景点介绍

第一站。徽民——宏村

宏村，位于安徽省黄山西南麓，距黟县县城11公里，是古黟桃花源里一座奇特的牛形古村落，古取宏广发达之意，称为弘村。山因水青，水因山活，南宋绍兴年间，古宏村人为防火灌田，独运匠心开仿生学之先河，建造出堪称“中国一绝”的人工水系，围绕牛形做活了一篇水文章。九曲十弯的水圳是“牛肠”，傍泉眼挖掘的“月沼”是“牛胃”，“南湖”是“牛肚”，“牛肠”两旁民居为“牛身”，村中两个古树，白果树和红杨树是“牛角”。湖光山色与层楼叠院和谐共处，自然景观与人文内涵交相辉映，是宏村区别于其他民居建筑布局的特色，成为当今世界历史文化遗产一大奇迹。全村现完好保存明清民居140余幢，承志堂“三雕”精湛，富丽堂皇，被誉为“民间故宫”。著名景点还有：南湖风光、南湖书院、月沼春晓、牛肠水圳、双溪映碧、亭前大树、雷岗夕照、树人堂、明代祠堂乐叙堂等。村周有闻名遐迩的雉山木雕楼、奇墅湖、塔川秋色、木坑竹海、万村明祠“爱敬堂”等景观。

## 第二站。徽商——屯溪老街

屯溪老街俗称老街。位于黄山市府所在地屯溪区中心，西起明建横江石拱大桥——镇海桥，东止牌坊碑记，全长1273米，宽4.8—7米。以徽州古民居建筑风格闻名。保存完好，店铺鳞次栉比，房屋檐口挑出80—100厘米，可避雨遮阳。这里全是马头墙、小青瓦、白粉墙；砖木结构的铺面，精巧玲珑的楼阁、镂刻精美的花纹图案，加上小门、大堂、天井、屋与屋之间的深窄小巷，错落别致，热闹繁华，显示了徽派建筑格局的古朴典雅，别有情趣。

“古代街”上设有茶楼、酒肆、书场、墨庄，古趣盎然，吸引了众多的中外游客前来观光、购物。屯溪老街作为唯一的“国家历史保护街区”，每年吸引了近600万的国内外游客，老街的建筑群不仅延袭了宋代风格，同时也继承了徽州民居的传统建筑风格，规划布局，具有鲜明的徽派建筑特色：白粉墙，小青瓦，鳞次栉比的马头墙，淡雅古朴；建筑内雕梁

画栋，徽派建筑砖、石、木三雕特色展现得淋漓尽致。街面建筑大都为前店后坊，前店后仓，前店后住的格局，呈现出江南城镇古老的风姿。

### 第三站。徽官——李鸿章故居

李鸿章(1823-1901)字子黼，号少荃，安徽合肥人。是近代历史上一位颇具争议和个人魅力的晚清重臣。李鸿章故居位于淮河路中段，坐北朝南，气势宏伟，晚清建筑风格，占地2500平方米，建筑面积1900平方米，是合肥现存规模最大、保存最完整的名人故居。1998年安徽省人民政府公布为安徽省重点文物保护单位，1999年9月27日正式对外开放。李家的祖先由江西迁来合肥的肥东，自李鸿章这一代起开始发迹。李鸿章兄弟六人，他排行第二，其余五人也身居高位，在当时非常地显赫。他们聚族而居，深宅大院可以覆盖淮河路中段的半条街，时称“李府半条街”。李鸿章故居，仅为其中一部分，是典型的晚清江淮地区民居建筑，布局整齐，结构严谨，雕梁画栋，精美豪华，占地面积20xx平方米，由南向北依次分为大门、前厅、中厅，三进为二层阁楼，后两进楼下有回廊相通，楼上装有美人靠回廊相连，俗称走马楼，因供李氏家眷居住，又称“小姐楼”。故居复原陈列用大量的珍贵图片与实物展示了李鸿章风云变幻的一生，由这位极具争议性的人物身上，揭示了中国近代史上一段鲜为人知的苦难、曲折而又悲壮的历程。历经百年的风风雨雨，李府依然保留独有的风貌。改革开放后，合肥市政府对李鸿章故居采取保护措施，在原地修复重建，成为现在大家看到的模样，只是现存规模已不到原来的十二分之一。故居自南向北依次为门厅、过厅、中厅、小姐楼。

### 五。预计经费(以十人计算)

车费50\*2(合肥到黄山)+20(宏村到屯溪)

门票15(李鸿章故居)104(宏村)屯溪老街免费住食150(大概)



## 六。注意事项及建议

### 旅游景区营销方案篇三

以科学发展观为指导，以深化安全生产月活动、推动实施安全发展战略为主线，以强化红线意识、促进安全发展为主题，注重实效，促进辖区安全生产状况持续稳定好转，为推动全区安全生产形势持续稳定好转提供有力的思想保证、精神动力、文化条件和舆论支持。

#### 二、活动时间及地点

- 1、活动时间：6月3日、
- 2、活动地点：社区活动室
- 3、活动主题：强化红线意识，促进安全发展。

#### 三、组织机构

组长：卢丽华富祥社区书记

副组长：刘丽富祥社社区副书记

成员：郑素艳社区副主任

张新美社区副主任

赵丹丹社区助理

金先锋社区助理

潘莹统计员

李程就业助理

#### 四、活动内容：

- 1、开展安全生产大检查。检查重点是：安全生产责任制的贯彻执行，规章制度的建立完善，安全防范措施的落实，加强对居民区楼道内堆放物不合理摆放的处理，查隐患、查事故、查整改。
- 2、强化人员密集场所安全监管和专项整治。

#### 五、工作要求：

- 1、加强领导。社区建立组织机构，精心部署。
- 2、营造氛围。充分发挥社区宣传作用，加强正面引导。
- 3、增强实效。结合我辖区实际情况，创新活动形式和内容，增强活动实效。

## 旅游景区营销方案篇四

我们此次营销目的是通过对西藏旅游的大力宣传，让更多的游客了解西藏的风土人情，从而吸引大量的潜在游客，占取更大的市场份额，使公司利益化。

### 二、营销环境分析

#### 1、微观环境

在现今社会，越来越多的旅游社进行了各种各样的假期旅游活动，同行间竞争较大，降低价格、假期优惠以及各种各样的新颖计划也是漫天都是，这给旅游社带来了巨大的压力，同时也带来了更大的改进动力。

不过，在旅游社竞争激烈的同时，吸引的客群却是越来越大，

人们可以花很少钱就可以去外地旅游放松心情，这种意识普遍的让人群将注意力放在了旅游上，平价旅游也格外的受到顾客们的欢迎。现在越来越多的外国友人热爱中国文化，喜爱中国的风土人情，享受这种跨国旅游，也有许多中国人愿意出国旅游，从中，公司也可获得更多的利润。

## 2、宏观环境

中国交通的发展日益成熟，各种团队优惠政策适用于旅游行业，同时本公司也与一些交通公司签有优惠合同，纵横各个旅游景点。

随着中国交通的日益成熟，中国经济的发展更是日新月异，中国人民的腰包逐渐丰满，使得很多人都愿意去各地旅游，享受各地不同的风情。

## 三、swot分析

### 1、优势

(1) 暑假的七月到九月是西藏户外旅游的时间，西藏除了雄伟壮丽的自然景观外古老而又绚丽多彩的藏民族文化更是令人惊叹不已，从文部古象雄文化遗址到雍布拉康、古格王国遗址、布达拉宫、大昭寺等，在长期的历史发展中形成了自身独特的风俗习惯，这些均向世人昭示着永恒的魅力和神秘的诱惑。

(2) 发与游客简单的藏语的中文读音，满足游客能够自主和当地群众简单沟通的心理。

(3) 加强服务态度，对导游进行培训，力使每一位游客对我们的服务感到满意。

### 2、劣势

(1) 每年除了暑假之外的其他时间到西藏部分交通不便利的地区旅游并不是很理想。

(2) 部分游客不喜欢到语言不能自主交流的地方旅游。

(3) 已经有旅游社开发了西藏旅游。

### 3、机会

由于青藏铁路的运行时间尚在十年之内，其中的利益很大，我们应该在这个时候加紧对西藏旅游的开发，同时加大对西藏旅游的发展，逐渐占到西藏旅游的龙头。

### 4、威胁

在青藏铁路刚刚运行之时就已有旅游公司注意到了这其中的利益，也对其进行了计划并且实施。同时我们对西藏的了解也不如其他公司，具有很大的挑战。

## 四、市场调研

为了更好的完成这次市场营销任务，特做了相关的市场调研，并通过进行对数据分析、整理。

## 五、stp分析

### 1、市场细分

因客群月收入不同，将旅游路线分为价格高、中、低三大类，使客群更好的接受，也可以根据客群的旅游目的，例如购物、体验风土人情还有瞻仰文化等分为几类。

### 2、确定目标市场

市场调研可看到，西藏旅游的主要客群在于月收入2500元以

下，因此，我们的主要市场在于低价旅游，当然我们也不可以放过高价旅游。

### 3、市场定位

由于是初步开展西藏旅游，由此，我们应该脚踏实地的来，提供的服务必须是的，我们公司应先进行导游的培训，对于游客的要求要做到，令游客满意，成为旅游市场上服务的旅游公司。

## 六、营销战略与策略

(1) 打响本公司的牌子，使更多人在心中侧重本公司。

(2) 将本公司的服务提升到完美，提高游客的回头率，也吸引更多的游客。

(3) 时刻关注同行的动向，时刻做到改进。

(4) 因地制宜的选择导游风格，使游客更好的体会到当地的风土文化。

(5) 做一些合理的假期优惠政策，在各个假期都能吸收大量的游客。

(6) 每隔一段时间就做一些市场调查，第一时间掌握市场动向，并在第一时间改进营销策略。

## 旅游景区营销方案篇五

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）；
- (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。

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。

- 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）