# 2024年旅游项目策划书(十篇)

来源：网络 作者：前尘往事 更新时间：2024-07-28

*人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。旅游项目策划书篇一生活一浪高一...*

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

**旅游项目策划书篇一**

生活一浪高一浪，漂流自由好浪漫

梅岭风景区是国家级森林公园，交通便利，旅游资源丰富；景区内溪流、泉瀑密集，溪涧蜿蜒流淌，清澈见底。大自然鬼斧神工，景区美不胜收，自唐朝以来，张九龄、王安石、欧阳修等文人墨客均在此留下了许多名诗佳作和人文景观，梅岭也成为古今游人慕游之处。

“梅岭漂流”是由政府招商引资，香港多伦多企业集团开发的旅游项目，是梅岭发展建设的重点项目，也是梅岭风景区旅游中的重要组分。

本案从主题“ 生活一浪高一浪，漂流自由好浪漫”入手，根据投资商的发展战略、功能定位和总体布局，对梅岭漂流进行项目定位及整套推广，旨在推崇生活新主张，告诉人们在拥有良好物质生活的同时，更应该去追求更高层的精神生活，而“梅岭漂流”就是最理想的上上之选。我们所要做的是让游人多方位、多层面地接触梅岭及梅岭漂流，然后在梅岭漂流中体验具有休闲的假日时光，获得身心愉悦的浪漫之旅，从而增进对梅岭历史文化、民风习俗的了解，提高企业的认知度与美誉度，为集团的后期运做打下坚实的基础，为企业赢得持续恒久的经济效益。

策划中我们严禁将任何人将自己主观臆想或兴趣爱好作为拟开发项目的主题，强加给消费者，这是导致项目失败的根源。可以肯定地说，项目策划不是策划师策划出来的，也不是开发商的主观偏好，它就在消费者的心里，它必须来源于当地的地脉、文脉和遵循此原则的深度开发。

1、 严格保护生态环境的原则（地脉）。

一个特定地域的自然环境、地貌特征及地质资源的综合，是大自然赋予的瑰宝，尊重客观规律合理规划， 严格保护景区的生态环境，才能保证有效开发和永续经营。

2、 生态与文化相结合的原则（文脉）。

一个特定地域（国家、城市、村镇等）在悠远的发展进程中都会形成有别于其他地域的社会人文背景及文化积淀，一段经久不衰的地方小曲、一款土得掉渣的手工艺品，甚至一堵说不上年代的土墙，都有可能成为有开发价值的文脉。这是项目的灵魂，准确地把握和分析所在地域的文脉，挖掘特色买点，才能找到合乎目标消费群体心理需求的主题，才能找到项目之所以存在的客观理由。

3、 旅游深度开发的原则

坚持高起点规划、高标准建设、高效能管理、高水平经营，加大资源整合和开发力度，建设一批具有较强产业拉动和辐射作用、适应旅游市场需求的大项目。以市场为导向，效益为中心，产品为基础，发挥传统旅游产品和资源优势，围绕“山、水、城、文、商”五大特色，加大产品开发力度，改善旅游产品结构，延续历史文脉，体现自然、人文景观和景区特色，提升景区的品质。

“充分发挥梅岭旅游资源优势，开展梅岭漂流特色旅游项目”是梅岭漂流生存发展的举措之一。这样做其主要目的是，一方面要考虑梅岭漂流名称和内涵的一致性，另一方面要考虑经营业务的不可替代性。对此我们已确定了以下这些为梅岭漂流的特色

1、 自然山水的原真性。

梅岭风景名胜区，是一座城郊结合、丘陵和山地结合的国内大中城市内罕见的多功能型风景名胜区，境内幽深的谷壑，蜿蜒的溪涧，奇异的岩石，旖旎的峰峦，缠绵的云雾，如梦的佛光，腾泻的瀑布，星罗的湖泊，构成了梅岭风景区\"雄、秀、奇、幽\"的自然特色。

2、 游客行为的主体性。

“自由自在，享受旅游” 游客行为的主体性的本质特征，“自由自在”指旅游景区给予旅客的一种尊重的、主动性的身心愉悦、完全放松的旅游活动环境，“享受旅游”指旅游景区给予游客的体贴入微、完全符合甚至超越旅客要求的一种完美服务。

3、 活动项目的适应性。

活动项目适应性是梅岭漂流得以正常生存的基本条件，活动项目能被游客迅速地产生适应性，是依赖于我们事先精确的市场调查和对消费群准确的定位，主体消费者的年龄、爱好、 审美、生活习惯都是 确定活动项目的重要部分，也是活动项目适应性的前提条件。

4、 绿色营销的包溶性。

“绿色营销”近年来被炒得沸沸扬扬，所谓绿色营销是指以保护环境和回归自然为主要特征的一种绿色营销活动。提倡绿色消费意识、实行绿色促销策略、采用绿色标志、培育绿色文化，重视资源回收利用和产品的环境性能，在营销中要注重生态环境的保护，促进经济与生态的协调发展，企业在获取自身利益的同时，必须考虑环境的代价。不能以损坏或损害环境，来达到企业赢利的目的。绿色消费意识，适应了人们保护和改善生态环境的主流意识，引发消费共鸣，从而有效的实现销售目的；同时吻合了集团追求旅游经济可持续发展的要求。

5、 文明服务的无限性。

文明的、良好的服务是建立消费信任的基础。也是追求利益持续化的基础。在旅游服务活动中提供服务者以其保质保量的服务满足着游客的需求，持续的优质服务发展会建立起一定的信任关系，产生的信任关系可以衍生，它所带来的效果和利益是可以无限放大。在岗位服务活动中，服务人员有人情味儿的友善服务和关心将会增加顾客的满足感、感激之情和信任感。这些超过了公平交换的“额外”的服务对于建立游客信任有着重要的意义。这是摆在梅岭漂流项目所有人员面前的共同任务，倡导文明服务，提高办事效率，进一步强化文明服务意识，树立良好的旅游形象。我们应该努力将岗位信任同社会信任联系起来，将职业道德建设同社会公德建设结合起来，去建设一个富裕、文明的、崭新的梅岭风景旅游区！

把这些资源组合优化以后，可以筹划成许多旅游产品，开设许多旅游项目，而且富有深远的意义！

**旅游项目策划书篇二**

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，前五十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。

**旅游项目策划书篇三**

xx市高新区管会承担着落实xx高新区信息化规划纲要精神、加快xx高新区信息化建设应用的重要职责，以云计算、物联网、移动互联网等先进的信息技术推广应用为契机，构建高新区域智慧公共服务平台，将政府主要管理职能、各项服务职能以及社会各领域的信息服务延伸到信息平台，促进高新区政府自身管理和服务，推进高新区智慧化发展；构建高新区智慧服务体系，进而为高新区民众创造更美好的生活，促进高新区的和谐、可持续成长。

成都xx作为信息化技术领航者，专注于云计算、移动互联网技术发展研究和探索，在云计算、移动互联网信息化领域上具有人才、资源、技术和研发等优势，可为客户提供一系列具有国际领先水平的信息化解决方案和服务保障。

双方战略合作本着“政府主导、社会参与、行业联动、企业实施”的原则，以“高起点、高标准、高规格、高品质推进高新区智慧信息化建设”为预期定位，力推进高新区城市智慧信息化工作的科学、高端、高效发展，把高新区打造成为全国智慧城市的试点示范高地，为推动和促进高新区又好又快地发展做出积极贡献。

以科学发展观为指导，以智慧应用为导向，以信息企业为载体，运用先进技术，深化推进信息技术在不同领域的普遍应用，着力创新社会管理方式和推进智能民生事业发展，加快智慧型商务、文化教育、医药卫生、城市建设管理、城市交通、环境监控、公共服务、居家生活等领域建设，全面提高资源利用效率、城市管理水平和市民生活质量，将高新区建成为一个信息网络通畅、科技应用普及、生产生活便捷、城市管理高效、公共服务完备、生态环境优美、惠及全体民众的智慧城市。

在本次合作中，乙方在自身经营范围内，可以为甲方提供咨询服务、需求调研、项目研发、部署实施等内容。服务内容包括：

1、高新管会将与成都xx共同商讨“智慧高新”信息化项目的建设计划；

2、成都xx将就“智慧高新”项目建设提出具体可行的设计、建设方案，并进行开发、实施。

“智慧高新”项目建设是一项庞而复杂的信息化应用工程，为了有效地保证项目的建设质量，将项目分阶段、分任务进行组织建设，整个项目建设的全过程划分为需求分析、设计、开发、实施和试运行、正式运行和维护阶段，每个阶段完成相应的\'任务，确保项目的建设。

第一阶段：需求分析及项目设计阶段

乙方对甲方相关部门进行深入和全面的调研，进行资料的收集、整理，完成有关数据信息的收集、归纳和分析整理，确定甲方需求，并对软件功能进行定义，形成需求文档，提交甲方确认；乙方在甲方需求确认基础上对功能进一步加以分析和细化，完成项目详细设计，提交甲方确认，进一步完善和策划，经双方共同确认后正式生效，作为后续软件开发、测试及验收的基础。

第二阶段：项目开发阶段

双方根据确认的设计结果，制定详细的开发计划安排，作为软件开发阶段的项目管理和监控依据；乙方严格按照开发计划进行软件的界面设计、系统编码及测试，保证项目按期交付。

第三阶段：项目实施和试运行阶段

开发完毕，乙方进行项目部署安装，指导协助甲方完成项目的测试、试运行工作，并在原需求设计整体不变的情况下进行局部完善修改。

第四阶段：项目正式运行和维护阶段

系统进入正式运行期，乙方为系统运维提供保障，并根据甲方业务需求，进一步进行扩展建设。

双方同意，本协议签订后，立即成立合作工作组和建议沟通机制，就本协议项下的具体合作事项时间进度安排进行商谈。

1、甲方负责提出具体需求，并在乙方进行软件开发过程中提供必要的支持。

2、甲方有义务协调乙方与甲方相关单位的关系，保障乙方正常的开发条件。

3、乙方负责详细需求调查、设计、开发、调试、培训、技术服务等，保证按照甲方提出的用户需求按时、按质完成开发任务。

4、乙方承诺为甲方的介入人员的交流、培训、监督和检查提供完全便利的条件。

5、甲方在协议期内发生需求变更较，引起协议中乙方设计开发内容调整时，双方对变更内容进行协商，协同解决，并形成备忘录。

1、支付方式：本项目的具体价格、费用根据项目建设阶段，分阶段进行支付。

2、付款方式：原则上每阶段首付款比例不低于50%，尾款预留不超过10%，具体的付款方式双方在每阶段协议中另行协商签署。

3、每阶段的费用根据双方签字确认的工作量评估报告的所需工作日计算、或者通过签订补充协议购买人天数来计算，每阶段的费用除具体工作量费用外，含20%管理费用、3%税费。

每阶段费用=工作日费用标准x开发所需工作日x人数。

工作日费用标准依据：15000元/22天=681元/天。

在乙方为甲方履行本协议、提供开发过程中产生的新成果物的知识产权归甲乙双方共有，未经许可，任何一方不得擅自许可任何第三方阅读、使用或复制。

（一）本框架协议之签署、效力、解释、履行及争议的解决均应适用中华人民共和国法律管辖。

（二）因本协议而产生或与之相关的任何争议，均应首先由双方友好协商解决。若争议发生15天后仍未能得到解决的，任何一方均有权将争议提请提交成都市仲裁员会仲裁，按照该会仲裁规则进行仲裁。仲裁裁决是终局的，对双方均有约束力。

（三）双方确认，双方之间的信任与相互合作是本协议得以履行和合作目标得以实现的重要基础，除本协议另有约定之外，一方在未经另一方事先认可的情况下，不应将本框架协议项下的全部或部分权利或义务转让给第三方，除非双方一致同意或本协议另有约定或法律规定，任何一方不得终止本协议。

（四）本框架协议的所有相关事宜双方均应本着平等互利、精诚合作的原则友好协商解决。

（五）双方合作研究的成果及相关具体合作内容、办法，在本合作意向协议框架下，另行协商签署。

（六）本协议书一式六份，双方各执三份，由双方授权代表签署并加斧章后生效。

5、旅游景区的公关宣传策划书案例

**旅游项目策划书篇四**

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，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————。

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。

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 ；

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。

（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。

**旅游项目策划书篇五**

一 项目背景：

浮戏山雪花洞风景名胜区是省级首批风景区，位于河南省郑州市西南５８公里处的巩义市新中镇，西距洛阳76公里，游览面积１２４平方公里，分为七个景区，主要自然与人文景观１２６处。总体特色为：峰险泉碧、幽静深邃、寨古洞奇，中原第一，以其山清水秀,寨古洞奇的自然人文景观获“中原小桂林”之称。 浮戏山自古闻名遐迩，《山海经》载：泉水欹危，映带左右，晨起伏而凭之，烟霞弥漫，万顷茫然，峰峦尽露其巅，烟移峰动，如众鸟浮水而戏天下奇观也。浮戏山在夏、商、西周、叫“阳城山”、“童戏山”、“越戏方”；春秋战国以“、九洲之险”、“洛阳屏障”闻名于世；《左传》称为“阳城”，《水经注》称浮戏山为“石城”；隋末以来历代农民起义军所修的古城寨堡在大小山巅之上都可觅得遗迹；抗日时期皮定军、徐子荣在这里建立了著名的豫西抗日根据地，现有革命遗址17处，是进行爱国主义教育的理想基地。以将军寨为首的30多座古城寨堡被国防科工委誉为“中国军事历史博物馆”、“中华第一城堡群”。

景区烈士陵园是人们缅怀先烈的革命圣地。

景区森林覆盖率为89%，5公里以上的大峡谷18条；玉仙河贯穿全境，以小龙池为代表的日流量1.2万吨的溶泉30多个；集石英岩、喀斯特、黄土丘陵三种地貌景观于一体，荟萃北国江南风光于一区，绘成了“天集云色，地溶石花、山峰奇秀，潭泉生涯，石窍怪状，林色奇葩，庙宇星罗，胜迹幽雅”的古代八大名景。雪的发现，使古景又增新容，实为中华文明揽胜之名珠。

景区还是道教文化发祥地之一，各类道教文化遗迹遍布景区，以玉仙圣母庙为中心的200多座庙宇构成了深厚的道教文化内涵。

二 核心目标：

紧紧围绕浮戏山独特的自然景观和浓厚的人文历史，吸引广大游客前来观光游览消费，同时为其树立良好的旅游景区品牌形象，争取将其打造为河南省会郑州的核心旅游内容。策划一系列相关的焦点活动，进行层层推进式的全方位宣传，以增强经济效益和社会效益。

三 优劣势分析：

优势：

1 浮戏山本身拥有奇秀的自然景观和浓厚的人文历史气息以及道教色彩，这是最好的先天条件。

2浮戏山东临省会郑州，西临古都洛阳，可受这两地旅游的辐射影响。

3 河南省，郑州市市政府及相关单位对浮戏山旅游业的发展予以高度的重视和支持。

劣势：

1 巩义境内高档酒店较少，旅客食宿条件较差。

2 市区环境较差。

四 市场分析：

放眼整个中国境内，旅游资源极为丰富。具体到河南，虽旅游景点颇多，然而旅游业的收入甚微，主要原因有以下几点：

1 宣传力度不够。

2 片面地重视自然资源的开发，从而忽视了对宝贵的人文历史资源的开发与利用。

3 景区内诸多乱收费现象和高价商品对景区的形象造成了损失。

因此，要使浮戏山从众多旅游资源中脱颖而出，必须有独特新颖的品牌定位和大力的宣传，同时加强景区管理，协调与旅游业相关的其他产业活动。

五 项目内容：

（一）第一阶段：完善基础配套设施，开发乡村旅游，加大营销力度，增大游客量。

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；

3．对景区内现有游览线路上的泥石路进行改造或新建；

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．开发农家乐项目。

乡村旅游的实质是以生态农业、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。

项目名称：浮戏山生态度假庄园项目

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：手擀玉米面条、橡子凉粉、柴鸡蛋、“小金籽”玉米糁等。

（3）在风景区内建造1----2处木屋度假庄园。

目标消费者：年龄较大的成功人士和国内外游客

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。

8．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。

宣传模式：

（1） 在浮戏山举办一系列创新有特色的活动，吸引媒体和大众的注意；

（2） 提供给媒体一定的新闻素材，通过新闻报道扩大知名度，提高可信度；

（3） 将浮戏山的美景和特色制作成系列图片、短片，在各媒体杂志、报刊上发表；

（4） 定期举办以浮戏山为主题的摄影爱好比赛，对获奖者授予证书和一定的物质奖励。

（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．开发以浮戏山生态区为主题的溶洞、峡谷景观

对溶洞和峡谷内已有的天然奇石、石像和山峰进行命名并赋予相应的典故传说，并设置相应的说明性文字标志牌，内部设置指示路牌。

2.开发道教文化特色旅游项目

在山中较大的寺庙，如玉仙圣母庙定期举办道事活动，允许游客参与，通过艺术的审美，历史的回顾，使游客得到全方位的精神上、文化上的享受。

道教文化旅游路线：老庙、古庙等历史悠久的道教名胜古迹。

3．建设生态休闲活动中心

（1）设施建设：开发3----4个水面约500平方米的人工鱼池，同时因地制宜在溪谷（小龙池）中开发若干个天然鱼池，在鱼池周围配备有统一标识的遮阳伞、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。

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，使现代人，尤其是年轻人在饱受生活压力与工作压力下，从攀岩活动中获得成就感，舒解压力。

促销手段：每年举办一次攀岩或漂流比赛，来提高知名度。

5．联系学校组织学生定期进行革命遗址参观，加强爱国主义教育。

6.定期邀请国家相关科研人员对景区奇观异景进行勘察和研究，使其成为科研、教学胜地。 通过以上两个阶段的开发建设，景区将形成一个以生态为特色，集生态观光、休闲、度假、科研、教学为一体的“忘情山水，感悟道教，缅怀先烈，返璞归真”的旅游胜地。

六 预算：

1 基础设施建造 （农家旅馆、宾馆、游客休憩亭、医疗点、生态环保厕所）：200万

2 农家乐项目（森林木屋庄园建造及宣传）：150万

3 景区辅助设施（路标、指示牌）建造：30万

4 道事活动开销： 25万

5 生态休闲活动中心（鱼池及配套设施、野外拓展训练基地或驻扎营地）：125万

6 革命地维护、科研经费：75万 总计：605万

**旅游项目策划书篇六**

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。

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。

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。

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。

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

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。

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

网站建立好后，开始对网站在网络上发布，并且大力推广。

**旅游项目策划书篇七**

一、网站中心内容

本网站是一个商业旅游网站，以宣传公司和公司旅游路线、景点为主要内容，希望通过这个网站能够传播与交流旅游信息。

1、建立完善的电子邮件订购系统

2、建立完善的网上订购系统

3、树立企业形象

4、保持市场的领先地位

5、吸引更多的旅游客户

6、为现有的客户提供更优质的旅游服务

7、开发新的旅游景点

8、建立完善的网上服务系统

9、提高管理效率()

10、建立完善的售后服务系统

定位于喜欢旅行的当地游客和提供旅游资源的各旅游景点。

1、windows系列操作系统；

2、使用调制解调器或和宽带方式上网；

3、使用ie5或以上版本的浏览器，分辨率为800\*600像素，兼顾1024\*768像素；

4、需要flash和图片插件；

5、利用邮箱、搜索引擎进行信息传递。

1、公司简介2、旅游景点介绍3、网上订购4、问问堂5、在线咨询6、意见反馈

网站语言：简体中文

设计风格：以绿色为主色调，多使用旅游图片，力求能够表现出“环保旅行，绿色出游”的主题，达到有效传递信息的效果。

网站属性：垂直型网站

**旅游项目策划书篇八**

东里镇目前的旅游业现状是：资源优势明显，开发起步较快；景区形象模糊，市场营销缺位；旅游人才缺乏，设施很不完善；政府善于引导，发展前景看好。

旅游地形象认知包括三个方面的内容：游客认知，旅游地认知，旅游地内部认知，这三个方面组成旅游地的完整形象。东里镇旅游资源比较丰富，但是目前东里镇的旅游形象还比较模糊，旅游形象认知度低，对其今后的旅游发展很不利。

由于种种原因，东里镇在旅游形象定位等方面没有进行深入细致的研究，导致景区形象片面化，模糊化。游客对景区的认知大体上包括对景区的熟悉度和兴趣度。东里镇旅游资源丰富，但其旅游形象散乱，没有主打卖点，鲜明的口号，视觉形象，风情形象，历史文化形象，缺少系统的形象设计与提炼。加上当地旅游基础设施落后，接待能力差，东里镇在周边市场的知名度很低，旅游吸引力不强。大多数游客对东里的认识还仅仅停留在上唐山看佛雕，进果园摘水果，进村庄吃农家饭等等的低层面，限制了当地旅游的发展步伐。

旅游地认知只要是指当地居民对旅游业的理解程度。近年来，在政府的正确引导下，东里镇以建设工业强镇，商贸重镇，旅游名镇和农业产业化大镇为目标，实行农工商旅四业并举，经济发展势头良好，居民人均纯收入增长迅速。但是由于政府在旅游产业引导上做的还不够，当地居民对于发展旅游理解不够深入，观念意识还停留在传统商贸上。部分居民虽然能主动参与到旅游建设中，但并非旅游经济利益驱使，大多数居民还是被动接受。

旅游地内部认知是指当地旅游部门，旅游从业者如何看待当前的旅游发展状况。东里政府部门发展旅游的决心很大，并且已经组建了旅游部门，配备了有一定能力的专门人才，在旅游产业发展规划上做了不少工作，然而政府对发展旅游的重视程度还不够，产业规划和项目建设步伐明显滞后，投入的人，财，物力不足，尤其是在市场营销方面。虽然东里镇已经启动了\"做东里旅游明白人\"并开始实施，但是还没有具体到旅游产业化发展的程度，比较明显的就是唐山等现有景区的经营管理十分落后。

广泛深入地开展宣传促销活动是拓展旅游市场，推进旅游业快速发展的一项重要举措。旅游业是一个注意力经济，旅游宣传促销实际上就是花钱赚吆喝，赚眼球，吸引游客的注意。但是东里镇目前市场宣传促销还比较落后。

硬：一心一意搞景区基础设施建设。软：目前还没有制定可操作的市场宣传促销计划。目前，淄博及周边地市新景区如雨后春笋般涌现，东里镇如果等所有旅游景区和配套设施建成后再进行宣传促销，那就相当于将市场和机会拱手让给竞争者。

相关部门对旅游市场敏感性不高，宣传意识薄弱，存在等待，观望的心态，而不是主动去迎合旅游市场的需要开展宣传，旅游发展日程被迫一拖再拖。

旅游宣传促销是一项综合性比较强的工作。在选准市场之后，需要利用宣传手段和促销手段有针对性地开展促销，及时，全面地把景区以最快的速度推荐给游客。东里镇目前基本上依靠一些传统的渠道对外发布旅游消息，针对性不强，渠道过窄，不能有效吸引游客的注意。

东里镇旅游产品开发可以这样来概括：旅游产品单一，缺少包装；旅游项目太平淡，缺少精品；后续开发缓慢，与市场脱节。

东里镇前期旅游规划已经完成，但是大部分旅游资源还未经开发，还没有设计出具有自身独特魅力的旅游产品。目前，东里镇可以开展的旅游项目只有唐山佛雕园文化观光，农家乐旅游，而且这些旅游项目很粗糙，在细节上的包装做的还不够。

东里镇目前比较成型的唐山佛雕文化园传统宗教氛围比较浓厚，并有中国第一水晶观音坐镇，但以佛雕观赏为主题的规划思路将本身所具有的宗教文化冲淡。而中国果汁第一品牌汇源加工厂，沂河水镇休闲，乡村旅游等资源在一定程度上被忽略。

市场在变化，游客的需求也在不断变化，景区产品开发也需要不断改进，而旅游产品的生命周期有限，旅游产品开发就需要不断变化。随着休闲度假时代的到来，大众对于休闲度假类旅游产品需求将会持续走高，国家旅游局也提出了2024年为城乡旅游年，大力发展城乡休闲旅游。东里镇处于沂蒙山区，沂河两岸，水岸休闲，山野休闲资源比较丰富，但是目前还仅仅局限于传统观光旅游产品开发，乡镇休闲度假类产品设计还没有形成完整的思路。

旅游营销渠道是旅游产品与市场相对接的桥梁，也是旅游景区赖以发展的支柱之一。当下，经济快速发展，旅游需求也在不断变化，如何将自己的产品以最有效的方式销售给游客在很大程度上影响到景区和旅游产品的生命力。东里镇经济发展比较迅速，也受到了外界的广泛关注，但是营销渠道很窄，以人际传播网络为主开展营销的现象很普遍。东里镇没有旅行社，没有旅游宣传网站，报纸，电视，电台等传统媒体没有利用，公关和节事活动尚未开展，可以说旅游宣传基本上还没有开展起来。

**旅游项目策划书篇九**

20xx相约xx，清凉一夏。

为了丰富广大员工的文化生活、完善公司福利，感谢各位员工辛勤的付出 和努力的工作。通过本次活动促进员工之间的相互了解，增强相互之间的团结及友谊。

1、加强团队凝聚力与团队协作能力;

2、激发职员参与公司各项活动的热情;

3、加强和巩固职员对公司的管理制度、企业理念、产品知识等的熟悉;

4、休闲娱乐，缓解工作疲劳;

xx漂流，xx一天游(仅作参考)

20xx年5月1日

全体职员工

行政管理部

xxx旅行社

1、在东莞驶往xx的两个钟头的路程中，在车上组织全体职员及领导猜谜、男女同事集体对歌;

2、就地组织全体参与的娱乐活动，包括文艺节目表演、企业知识竞答;

1、车上2小时的猜谜与唱歌由导游及领队主持，全体同仁积极互动;

2、首先到达xx景区后跟随导游游览美丽的湖光山色，欣赏青山夹着碧绿宁静的江水，仿佛沉静在美的画中，全身心的放松，感受这一刻的宁静吧。3、午餐后在导游的带领下来到xx漂流景区，依次先更换好衣服，在指定地点按顺序登车，前往漂流起点，经验票后领取救生设备、划桨、头盔。并按要求穿好救生衣，在救生员指引下开始漂流。漂流过程请服从救生员指挥。

交通:全程空调旅游车(按45-53座车，600人，共安排11辆旅游大巴)一车安排一个导游及一个公司领队

门票:旅行社购买景点首道门票

餐饮:正餐十人一桌，八菜一汤

导游:优秀中文导游服务

保险:旅行社责任险(旅游意外险建议客人购买)

1、在旅游过程中，请大家随时注意自身安全，如无特殊原因，请勿擅自离团自由活动。全程必须服从旅行社统一安排。

2、在游览过程中请大家务必遵守时间，听从导游和领队安排。

3、去旅游前请大家准备点现金、身份证，以备旅途中使用。旅行中务必小心保管自己的行李、手机、钱包、相机及其他贵重物品。

4、如有晕车、晕船等现象者，请提前备好药品。并在出行时提前告诉导游和领队。以防途中发生异常反应。

5、旅行中，每次出发或返回时，请各小组组长认真确认本组成员是否到齐。如有任何异常请知会领队及导游。

6、旅行时，请大家特别要注意服装和鞋子，尽量要轻装出行，少带杂物，以减轻负荷;鞋子要选用球鞋、旅游鞋，勿穿高跟鞋，以免造成行、走登山不便和有碍安全。

7、大家在游览景区、景点时应注意无照游商围追兜售和宰客欺客的现象。这些无照商贩经常向过往行人和旅游团队兜售水果、饮料和小纪念品，请大家谨慎购买。

8、大家在景区游览时要注意景区内的各个标识牌，避免造成走失或迷路等不必要的麻烦。必要时请用笔记录下来，以便查看。

9、大家在景区游览时如果要暂时离开团队，如去洗手间，请告知导游、带团负责人、组长或其他团友。

1、多带套衣服:漂流不可避免会“湿身”，上岸后没有干衣服换是很难受的。参加漂流不要穿皮鞋，平底拖鞋、塑料凉鞋和旅游鞋都可以。坏天气水上冷，好天气水上晒，要注意防寒防晒，太名贵的服装鞋帽最好不要用于漂流。

2、上筏只带饮用水，另手机、证件和现金……怕水的东西都不要带。

漂流注意事项

★游客参与漂流请先更换好衣服，在指定地点按顺序登车，前往漂流起点，经验票后领取救生设备、划桨、头盔。并按要求穿好救生衣，在救生员指引下开始漂流。漂流过程请服从救生员指挥。

★游客漂流前请将自己的贵重物品保管好或交保管室保管，一切怕湿物品不要随身携带。

★游客在漂流过程中不得脱掉救生衣等救生设备，遇有急流险滩时双手紧抓

游艇两边的扶手，禁止在非游水区游泳。

★漂时不要做危险动作:一般来说，漂流河段都是比较安全的，只要不自作主张随便下船、不互相打闹、不主动去抓水中的漂浮物和岸边的草木石头，漂流筏不会翻。一旦“翻船”也没关系，憋住气，小心不呛水就行，因为你穿有救生衣;

★漂流船通过险滩时要听从船工的指挥，不要随便乱动，应紧抓安全绳，收紧双脚，身体向船体中央倾斜;

★漂流过程中注意沿途的箭头及标识，它可以帮助你找主水道及提早警觉跌水区。

★近视的朋友请记住用小绳子固定眼镜

领队:

导游:(一)(二)(三)

小组组长:第一组长:xx第二组长:xx第三组长:xx第四组长:xx第五组长:xx

xx空中漂流，xx一天游

行程特点:领略中国最出名漂流之乡万种激情，探出人生感悟真谛，感受岭南温泉文化，品尝广东第一鸡，品味北江小三峡渔家风味餐。

8:00

于指定时间地点集中出发，途经广深高速、北二环高速、广清高速到达美丽的广州后花园——清远市。一路上参与开心娱乐节目。全程高速约2、5小时。

11:00

前往码头乘船游览xx，它位于升平镇以南1公里处的北江河上，平静、莲碧、倒影、绿意构成一幅百里北江山水画廊，两岸连绵的青山夹着碧绿宁静的江水，还有许许多多曲折幽深的库湾，形成一幅湖光山色的崭新图景，如画廊般连绵百里，慷慨地呈献在世人面前。

**旅游项目策划书篇十**

我公司于20xx年xx月受上市公司xx股份(xx)委托，编制xx山的项目策划、总体规划及详细规划。目前，项目策划已经完成，正在进行详细规划的编制。

xx山拥有中上水平的自然资源，但仅在x盆地周边，就有峨眉山、青城山、九顶山、西岭雪山、瓦屋山等多座名山。xx公司提出，蓥华山作为旅游产品，必须是一流的，必需有面向国际市场的基础。为此，我们对资源进行了深度的挖掘，并就产品定位与主题提升，绞尽脑汁。经过反复研究与验证，最后确定了\"中华第一禅山\"的定位。

为了使项目策划成为可行的、可操作的成果，我们把\"禅\"区分为禅宗与禅文化两部分，对禅宗的运作策划了沿人脉关系为主线的操作线路，对禅文化的景观、情境、建筑、小品、活动、导游词等等，进行了具体的策划，“禅”这一极为抽象的宗教哲学概念，转化为可参观、可体验、可参与、可接触的旅游产品与旅游文化。

最后，围绕景区开发，我们提出了以滑雪场为启动点，以高山景观为观赏核心，以禅宗、禅文化为核心吸引力、以休闲度假社区为未来盈利增长点的投资分期与开发计划，完成了项目商业模式的策划，使投资商完全把握蓥华山开发运作的关键所在。

在此，我们将蓥华山策划的案例，简要叙述，以飨读者。

蓥华山位于xx省xx市境西北，距市区xx公里，景区范围xx平方公里。地处市域西北，与xx、x、xx相连，地处川西平原与青藏高原的过渡地带(龙门山构造带)上，属岷山山脉南段(九顶山段)向东南延伸的一条支脉，亦为什邡山地之主脉，山顶海拔xx米，区内最高海拔x米，最低海拔x米。

蓥华山景区属于龙门山国家地质公园，于19x年开始开发，但旅游产业未形成规模。如何科学地发展，则是在全面开发前必须考虑的问题。先研究策划，再规划设计，以此为基础，实施开发建设和运作经营，则成为发展旅游业必须遵循的工作轨迹。本策划即是对如何开发蓥华山景区提出的建议性方案，并前瞻性地涉及到今后的设计和运作层面，旨在理顺、明晰相关理念，指导今后一系列工作能够科学地展开。

蓥华山资源评价：

优势：蓥华山的自然资源具有一定的独特性，其高山自然景观类型较丰富。在海拔xx米以上，有高山草甸、高山野玫瑰、杜鹃林、原始森林以及冰雪资源等，蓥华山峡谷神奇险峻，天象景观变幻莫测。这些高山观光产品，在全国山岳型景区中，价值非常高。四季旅游资源的概念清晰，春游―春赏杜鹃、赏春水，夏游

―高山观景、滑草、避暑，秋游―秋观红叶，冬游―冬看雪景。同时什邡本地是禅宗八祖--马祖的故乡，具有很好的文化底蕴。

劣势：蓥华山的自然资源(高山景观和飞水岩瀑布群)本身禀赋虽较高，但因其位于龙门山脉，有银厂沟、欢乐谷、九顶山、九龙沟等多加景区共存;特别是在资源大省xx的背景下，峨眉、青城、西岭雪山、四姑娘山、巴朗山、贡嘎山、千佛山、金佛山等十多座山岳景区，仅靠自然资源、一般性恢复佛教道教文化等，都难以形成独特吸引力，更不要说成为世界级旅游产品;独特资源的可进入性差;可用土地的不足使得一些好的项目创意和景区设计不能够付诸实施，只能在现有土地局限的基础上进行建设开发。

结论：

如果仅从自然资源本身来说，蓥华山的自然资源与周边相比，不具有垄断性的资源优势;如果仅从宗教角度来说，蓥华山很难超过峨眉山和青城山的宗教文化;所以通过自然景观与文化的完美结合，可以将蓥华山xx流的资源打造成为国内一流的景区。

我们的解决方案是：通过挖掘禅文化，对参禅悟道产品进行极致打造，深度策划现代运动休闲项目，结合对蓥华顶高山观景的打造与包装宣传，形成具有独特吸引力的综合旅游度假区。

旅游项目策划书范文案例分享出国留学网已经给大家分享了，大家可以了解一下，对当地人来说，大力发展旅游业对当地的经济发展是非常好的。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找