# 旅游产品策划书(优质10篇)

来源：网络 作者：空山幽谷 更新时间：2024-04-06

*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。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友...*

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。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**旅游产品策划书篇一**

希望本文对您有所帮助！

旅游产品策划书

旅游产品策划书（一）

一、总体思路

突出“一主六线”，即以两坝一峡旅游区一日游为主，辐射三峡·大坝·人家二日游、三峡大坝·高峡平湖二日游、梦里老家·清江山水二日游、关公显灵·道教圣地二日游、屈原·昭君故里二日游和长江三峡精华三日游六线。

二、线路设计

（一）一日游线路：两坝一峡旅游区一日游

行程安排：宜昌三峡游客中心（宜昌港）乘船出发——葛洲坝——三游洞——三峡人家——黄陵庙——三峡大坝——返回宜昌，散团。

（二）二日游线路

1、三峡·大坝·人家二日游

行程安排：

a线：

d1：宜昌接团——中华鲟园——西陵峡口风景名胜区（世外桃源、三游洞、三峡猴溪、西陵峡快乐谷），宿宜昌。

d2：宜昌三峡游客中心（宜昌港）坐船出发——葛洲坝——三峡人家——黄陵庙——三峡大坝，宜昌散团。

b线：

希望本文对您有所帮助！

d1：宜昌接团——中华鲟园——三峡人家，宿宜昌。

d2：宜昌三峡游客中心（宜昌港）坐船出发——葛洲坝——三游洞——西陵峡——黄陵庙——三峡大坝，宜昌散团。

2、三峡大坝·高峡平湖二日游

行程安排：

d1：宜昌接团——三峡大坝——观《盛世峡江》文艺演出，宿三峡坝区（三峡工程大酒店）。

d2：三峡坝区出发——高峡平湖风光——九畹溪——三峡竹海

或屈原故里，宜昌散团。

3、梦里老家·清江山水二日游

a线：

d1：宜昌接团——鸣翠谷——车溪——长阳土家原生态歌舞晚会，宿长阳。

d2：长阳出发——清江古城——清江画廊——宜都世界鲟鱼博览园，宜昌散团。

b线：

d1：宜昌接团——宜都宋山公园——古潮音洞度假山寨——奥陶纪石林——五峰，宿渔洋关。

d2：渔洋关出发——柴埠溪，宜昌散团。

4、关公显灵·道教圣地二日游

d1：宜昌接团——玉泉寺——关陵，宿远安。

d2：远安出发——鸣凤山——回马坡——灵龙峡或三峡大瀑布，宜昌散团。

希望本文对您有所帮助！

5、屈原·昭君故里二日游

d1：宜昌接团——屈原故里——链子崖——郭家坝轮渡——兴山县，宿兴山。

d2：兴山出发——昭君故里（昭君村）——三峡大瀑布——情人泉，宜昌散团。

（三）三日游线路：长江三峡精华三日游（宜—奉—宜三日游）

行程安排：

d1:宜昌三峡游客中心（宜昌港）出发——葛洲坝——西陵峡——三峡人家——黄陵庙——三峡大坝，宿船上。

d2:巫峡——小三峡——瞿塘峡——白帝城，宿船上。

d3：九畹溪峡谷观光——茅坪港或太平溪，宜昌散团。

三、奖励措施

（一）把“一主六线”旅游线路纳入到全市各旅行社必推线路中，将此作为旅行社等级评定和“十强旅行社”评选的重要依据。

（二）在“一主六线”旅游线路中所涉主要景区，在景点门票、宣传促销等方面配套与旅行社相适应的奖励措施。

（三）市旅游局加大“一主六线”旅游线路在主要客源地市场的宣传力度，出台旅行社“一主六线”旅游线路包机、专列奖励办法。

（四）市旅游局在二日游线路中，评选出年度最具魅力的一条旅游线路，并把该线路中的各景点优先作为评选年度十优景区的依据。

希望本文对您有所帮助！

附2：

《关于旅行社组织宜昌市“一主六线”线路旅游奖励办法》

为加快和推动世界水电旅游名城、鄂西生态文化旅游圈核心城市和三峡国家级旅游度假区的建设，加大宣传促销力度，更好地扩大宜昌旅游的美誉度和影响力，大力开发客源市场，吸引更多的游客和团队走进宜昌旅游，宜昌市旅游局决定，对2024年度组团来我市旅游的旅行社实行奖励，具体内容如下：

第一条凡依法注册、我市直接组团或与客源目的地合作组团的国际、国内旅行社均适用本奖励办法。

第二条凡旅行社以专列和包机的形式组织游客，由宜昌市所属旅行社负责地接，以宜昌市“一主六线”旅游线路为主要行程，行程中至少有一晚安排在本市星级酒店住宿，组织游览本市辖区内2处以上（含2处）主要a级旅游景区（点）旅游活动，均适用本奖励办法。

第三条对符合上述条件且人数不少于500人的旅游专列，每趟专列一次性奖励人民币2万元；对以宜昌旅游为目的地的专列，在宜停留2晚以上（含2晚）游览我市4处以上a级景点的，给予一次性奖励人民币3万元；每架次不少于100人的旅游包机（正常班机以外），国内游客一次性奖励人民币4000元，国外游客一次性奖励人民币6000元。以上奖励，线路不累计重复计奖。

第四条旅行社组团活动需实行预申报制，即在团队抵达宜昌前，旅行社需将组团合同、专列和包机的批件等相关证明材料报宜昌市旅游局市场促进科，并提交复印件。

第五条根据各旅行社的申报，宜昌市旅游局组织对旅行社组

希望本文对您有所帮助！

团情况进行检查，以确认其真实性。

第六条旅行社在团队离宜后十日内，将组团合同以及有关星级饭店、a级景点的发票等相关证明该团队真实性凭据的原件和复印件报宜昌市旅游局市场促进科登记认定。

第七条本旅游活动结束，对所有资料审查并确认无质量投诉和遗留问题后，宜昌市旅游局市场促进科将对旅行社发出《团队奖励确认书》。

第九条本奖励办法20\*\*年试行。

第十条本办法解释权属宜昌市旅游局。

旅游产品策划书（二）

一、旅游产品销售渠道的定义：指旅游产品从旅游生产企业向旅游消费者转移过程中所经过的一切取得所有权或协助所有权转移的中介组织和一个人。

二、销售渠道的作用：

1、渠道的选择直接制约和其它基本策略

2、渠道决策需要其他企业的密切合作与协作

3、在分销渠道中，与商品服务使用权转移直接或间接相关的，还有一系列流通辅助形式。

三、旅游产品销售渠道的类型：

直接销售渠道：是旅行社直接将产品销售给旅游者，期间没有任何中间环节的介入。(途径:门市部直接销售和互联网直接销售)

间接销售渠道:是旅行社通过一个或多个中间环节（批发商，零售商，代理商）将产品销售给最终消费者。

希望本文对您有所帮助！

四、适用旅游中间商的作用将旅游产品更有效的提供给目标市场。通过中间商给旅游企业带来的利益超过了企业凭借自己的力量获得的利益：关系经验专长经验规模使供需平衡。

五、影响销售渠道选择的因素

1、目标市场的距离

2、目标市场集中程度

3、旅行社自身条件

4、旅行社的产品

5、旅行社发展的外部坏境

六、旅行社产品销售渠道选择方法

1、销售渠道长度策略:指产品从生产者向旅游者转移过程中经过中间层次的多少，一般地讲，在条件允许的情况下，短渠道优于长渠道。

2、销售渠道宽度策略:一般指旅游产品的树目和分布广度，其中包括自设网点、也包括代销网点。另外，也指直接经销和直接代销某企业旅游产品的中间商的数量。

七、旅游产品swot分析

一、优势:

希望本文对您有所帮助！

苍茫、碧流飞瀑、幽潭流深、空气清新，令人心旷神怡。主要自然景观类型有峰峦、山石、瀑布、竹海、气象、丹霞。融雄、险、秀、幽、奇于一体，是理想的旅游避暑胜地。这些红色旅游资源又大多与绿色旅游资源、历史文化旅游资源有机融合，相映生辉，可共同开发，优势互补，拓宽市场，更好地满足广大旅游者的多种需要，使的红色旅游增添了无穷的魅力，为红色旅游的可持续发展提供了保障。

二、劣势:

所开发的旅游产品只能以传统的观光产品为主，对游客的吸引力有限，自身产品吸引力有限的不足，即使可供游客参观游览的产品，其展示技术、手段与国际先进水平相比，存在着较大的差距，不能通过生动、形象的展示方式深刻地表现出历史的原貌和深厚的红色革命底蕴。红色旅游产业结构还不尽合理，表现在旅游要素发展的不协调，旅游互补性项目较缺乏，游客选择性旅游休闲不多，较为强烈的旅游消费需求得不到有效满足，如购物、娱乐等，井冈山缺乏有自己特色的旅游商品，与全国多数景区大同小异，另外游客白天游景点，晚上可看、可玩的地方却很少。

三、机遇:

希望本文对您有所帮助！

业文化，具有很大的推进作用，这是对红色旅游市场的拓展和延伸，也是红色旅游的存在和发展的重要社会基础，客观上为红色旅游的发展带来了极好的机遇。

四、威助

新的旅游产品的出现以及消费者自身需求倾向的改变，就会出现旅游者将目光投向其他旅游产品，红色旅游的功能较为单一，因而，要加强红色旅游与生态、休闲、历史文化旅游等方面的联合开发、加大市场促销宣传力度等，使红色旅游产品不断更新，扩大产品的知名度，吸引更多的旅游者，要开发红色旅游资源，除了其本身的资源优势外，人才是关键。不论采取什么样的手段、实施什么样的方案，归根结底都要靠人去把握、操作。因此，必须充分认识人才队伍建设对资源开发所产生的重大作用和深远影响，然而目前贵州旅游人才紧缺，尤其缺少战略性旅游策划人才，严重制约着红色旅游的深远发展。

八、根据本旅行社(森林假期)的情况及发展方向，做出以下销售渠道方法:

由于本旅行社才成立，受到了人力、财力、物力的限制，所以在旅行社经营未成熟期内，会选择直接销售渠道;随着经济的不断发展，旅行社从各个条件都以成熟后，会不断的扩大销售渠道市场空间，所以会选择间接销售渠道。因此，间接销售渠道会更近一步进入更大市场，加快旅行社发展。

九、产品售后情况预测

希望本文对您有所帮助！

行社应充分重视这些投诉，妥善处理。面对投诉，旅行社的明智选择应是把处理旅客投诉的机会变成一个改善工作的机会，变成一个宣传自己的机会。

2、好的回馈处理：对于在此次旅游行程感到比较满意的游客，我们应该给予他们感谢，在节日时寄送明信片，感谢他们对本旅行社的支持，信任。

**旅游产品策划书篇二**

今年是全面恢复旅游市场的关键一年。经过去年的大力宣传，目前，新三峡旅游形象开始在国内外产生一定影响，国家旅游局、省旅游局把新三峡旅游作为对外促销的重点，为我市旅游宣传促销提供了良好的外部环境。但是，我们也要看到，旅游业特别是入境旅游还面临着严峻的挑战。非典、禽流感对入境旅游市场恢复的影响也许会超过我们的预期。三峡旅游要恢复到历史水平，还需要我们进一步加大力度开拓国际国内旅游市场。

今年全市旅游市场开发要突出重点客源市场。国际市场要形成\"立足欧美日、巩固港澳台、拓展东南亚、开拓新市场\"的旅游促销格局。国内市场要进一步巩固以武汉为中心的华中市场，拓宽以北京为中心的华北市场、以上海、杭州为重点的华东市场和以广州、福州、厦门为重点的华南市场，着力开拓珠江三角洲地区客源市场，培育和完善假日旅游市场。具体工作有：

1、积极组织参加xx月xx日-xx日在武汉举行的华中旅游博览会；

2、8月开展宜昌新三峡旅游\"华南行\"促销活动；

5、探讨与桂林、黄山等地开通航空连线,共同促销、客源互动的新模式。

继续推介高峡平湖三峡精华游、环坝·双神游、\"两坝一峡\"游、清江风情游、三国遗迹游、昭君神农游、宜昌都市游等七条三峡旅游新干线。重点推介高峡平湖三峡精华游、环坝·双神游、\"两坝一峡\"游三大旅游产品。以市场为导向，研究新线路，开发新产品，拓宽新市场，使游客有新体验。大力发展会展旅游、公务旅游、商务旅游、奖励旅游等高端旅游产品，改变以观光旅游特别是以长江三峡为主的单一产品格局，形成多品种、多形式、宽领域、复合型的产品组合。抓好百姓生活游主题年活动。20xx年是中国百姓生活游主题年。进一步加大\"农家乐\"旅游产品的开发，加强主要交通干线、城乡结合部的\"农家乐\"旅游培育工作，树立典型，带动全面。大力开发反映百姓生活、各具特色，包含民居、农事、饮食、服饰、娱乐、节庆和风俗等内容的旅游产品，促进\"农家乐\"旅游的规范健康发展。

以中央电视台等媒体为重点，大力宣传推广城市旅游形象。今年依据市委、市政府主要领导意见，将进一步加大力度宣传\"金色三峡银色大坝绿色宜昌\"城市旅游形象。具体工作有：

1、在cctv-1新闻30分《天气预报》中播放宜昌天气预报；

2、与央视cctv-4合办一期《走遍中国》节目；

3、在《中国旅游报》办城市旅游形象广告专版；

4、与凤凰卫视合办一期《九州深呼吸》节目。

精心举办好第五届中国宜昌三峡国际旅游节。第五届中国宜昌三峡国际旅游节、第四届网友旅游节、第四届三峡美食节将如期举行，各县市区还将举办屈原文化旅游节、昭君文化旅游节、长阳清江龙舟旅游文化节、当阳关公文化旅游节、枝江桃花艺术节、三峡车溪腊梅节、犭虎亭古战场三国文化旅游节、五峰柴埠溪大峡谷徒步游等节庆活动，打造城市品牌，整体带动全市旅游对外宣传。

1、建立宜昌三峡旅游信息中心（宜昌市旅游局网站），完善功能，构建宜昌旅游宣传网络平台。

2、充分发挥《中国旅游报》宜昌站的作用，加大新三峡旅游的宣传力度。建立旅游行业通讯员队伍，国际旅行社、高星级饭店、重点旅游景区（点）等旅游企事业单位要安排专人负责宣传报道工作。

**旅游产品策划书篇三**

1、旅游商品的范围： 文物复仿制品：

在遵守国家关于文物复仿制有关规定的前提下，开发、设计、制作的凉州各历史时期文物的复仿制品及设计样品。工艺品、纪念品：

立足多种材质开发的雕塑、编织、镶嵌、刺绣、饰品、剪纸、根雕、奇石等具有纪念意义和鉴赏收藏价值的各类工艺品、纪念品(包括纪念币)。服装、生活用品：

具有凉州地方特色的服装制品、生活用品及设计样稿等，包括亚麻、地毯等系列产品。绿色食品：

围绕凉州农副产品开发的保健品、营养补品、绿色饮品、名优土特产品。书画作品：

反映凉州悠久历史和深厚文化的各类书法、绘画、篆刻、刻字作品。图书、音像制品：

反映凉州历史文化、民俗风情、旅游资源的书刊、画册、邮票、明信片、歌曲、光碟等公开出版发行或内部印制的各类图书、音像制品。

2、评奖办法：

本次旅游商品大赛设以下奖项：

特等奖1名，奖人民币1000元;一等奖1名，奖人民币800元;二等奖2名，奖人民币500元;三等奖5名，奖人民币100元;另外，设优秀奖20名，最佳创意奖1名，最佳组织奖10名，均颁发给凉州区人民政府验印的获奖证书。

3、参赛要求：

(1)参赛作品应能够体现凉州文化特色、地域特色和人文特色;(2)参赛作品应能够代表本类产品，且具有一定的知名度和品牌价值;(3)参赛作品或设计稿应具备较强的创意，富含文化内涵。(4)凡参赛作品，要按统一要求，保送实物及设计创意说明，并填写旅游商品开发大赛报名表一式二份。说明材料要求文字精练，要点清晰，说明作品的设计构想及创意，字数不超过400字，用二号楷体字打印在a4纸上。

附送：

旅游产品策划方案

旅游产品策划方案

一、指导思想：

产品的整合、包装、增强旅游吸引力，整体联动宣传树立良好的旅游形象，以加大促销力度，组织招揽游客，以创新拓展经营提升，企业竞争实力，大力发展入境旅游，适度发展国内、国外旅游，全方位、多层次搞好旅游。

二、宣传总体目标：

旅游宣传的总体目标就是要通过旅游大整合，打造出几个世界级和国家级的旅游精品，从而促进整体旅游大发展，并为辽宁发展做出大贡献。

三、宣传阶段目标：

效应，如穿过我区的国道312线就没有充分利用，作为其东西交通大动脉，其巨幅广告牌几乎是空白。

1 1、现在景点的宣传费花得不少，饭店的宣传费也花得不少，但效果都没有达到。这里的核心问题就是要把这些点串成线，通过旅行社形成产品，促销产品，这样也需要多元化的联动。但是从操作角度来说，这种多元化的联动操作层面应该是一个旅游目的地的操作层面。比如说一个城市形成一个促销机制，大家都拿点钱，然后统一进行核算。现在很多地方都是市长带队出去宣传，各类企业跟进促销，其中以旅行社作为主导，才产生了一个相应来说效果比较好的局面。这些年来，应该说这个机制大体上已经形成，但是还不够完善。下一步这种局面需要强化，也就是说在目的地形象促销上是以地方政府为主，在线路的产品层面上以旅行社为主。然后把各类旅游企业纳入其中进行联动促销。整体形象包装设计分析：

可见，城市旅游形象是当今城市旅游发展的新领域，没有鲜明、独特、整

**旅游产品策划书篇四**

突出“一主六线”，即以两坝一峡旅游区一日游为主，辐射三峡·大坝·人家二日游、三峡大坝·高峡平湖二日游、梦里老家·清江山水二日游、关公显灵·道教圣地二日游、屈原·昭君故里二日游和长江三峡精华三日游六线。

（一）一日游线路：两坝一峡旅游区一日游

行程安排：宜昌三峡游客中心（宜昌港）乘船出发——葛洲坝——三游洞——三峡人家——黄陵庙——三峡大坝——返回宜昌，散团。

（二）二日游线路

行程安排：

a线：

d1：宜昌接团——中华鲟园——西陵峡口风景名胜区（世外桃源、三游洞、三峡猴溪、西陵峡快乐谷），宿宜昌。

d2：宜昌三峡游客中心（宜昌港）坐船出发——葛洲坝——三峡人家——黄陵庙——三峡大坝，宜昌散团。

b线：

d1：宜昌接团——中华鲟园——三峡人家，宿宜昌。

d2：宜昌三峡游客中心（宜昌港）坐船出发——葛洲坝——三游洞——西陵峡——黄陵庙——三峡大坝，宜昌散团。

行程安排：

d1：宜昌接团——三峡大坝——观《盛世峡江》文艺演出，宿三峡坝区（三峡工程大酒店）。

d2：三峡坝区出发——高峡平湖风光——九畹溪——三峡竹海

或屈原故里，宜昌散团。

a线：

d1：宜昌接团——鸣翠谷——车溪——长阳土家原生态歌舞晚会，宿长阳。

d2：长阳出发——清江古城——清江画廊——宜都世界鲟鱼博览园，宜昌散团。

b线：

d1：宜昌接团——宜都宋山公园——古潮音洞度假山寨——奥陶纪石林——五峰，宿渔洋关。

d2：渔洋关出发——柴埠溪，宜昌散团。

d1：宜昌接团——玉泉寺——关陵，宿远安。

d2：远安出发——鸣凤山——回马坡——灵龙峡或三峡大瀑布，宜昌散团。

5、屈原·昭君故里二日游

d1：宜昌接团——屈原故里——链子崖——郭家坝轮渡——兴山县，宿兴山。

d2：兴山出发——昭君故里（昭君村）——三峡大瀑布——情人泉，宜昌散团。

（三）三日游线路：长江三峡精华三日游（宜—奉—宜三日游）

行程安排：

d1:宜昌三峡游客中心（宜昌港）出发——葛洲坝——西陵峡——三峡人家——黄陵庙——三峡大坝，宿船上。

d2:巫峡——小三峡——瞿塘峡——白帝城，宿船上。

d3：九畹溪峡谷观光——茅坪港或太平溪，宜昌散团。

（一）把“一主六线”旅游线路纳入到全市各旅行社必推线路中，将此作为旅行社等级评定和“十强旅行社”评选的重要依据。

（二）在“一主六线”旅游线路中所涉主要景区，在景点门票、宣传促销等方面配套与旅行社相适应的奖励措施。

（三）市旅游局加大“一主六线”旅游线路在主要客源地市场的宣传力度，出台旅行社“一主六线”旅游线路包机、专列奖励办法。

（四）市旅游局在二日游线路中，评选出年度最具魅力的一条旅游线路，并把该线路中的各景点优先作为评选年度十优景区的依据。

附2：

《关于旅行社组织宜昌市“一主六线”线路旅游奖励办法》

为加快和推动世界水电旅游名城、鄂西生态文化旅游圈核心城市和三峡国家级旅游度假区的建设，加大宣传促销力度，更好地扩大宜昌旅游的美誉度和影响力，大力开发客源市场，吸引更多的游客和团队走进宜昌旅游，宜昌市旅游局决定，对2024年度组团来我市旅游的旅行社实行奖励，具体内容如下：

第一条凡依法注册、我市直接组团或与客源目的地合作组团的国际、国内旅行社均适用本奖励办法。

第二条凡旅行社以专列和包机的形式组织游客，由宜昌市所属旅行社负责地接，以宜昌市“一主六线”旅游线路为主要行程，行程中至少有一晚安排在本市星级酒店住宿，组织游览本市辖区内2处以上（含2处）主要a级旅游景区（点）旅游活动，均适用本奖励办法。

第三条对符合上述条件且人数不少于500人的旅游专列，每趟专列一次性奖励人民币2万元；对以宜昌旅游为目的地的专列，在宜停留2晚以上（含2晚）游览我市4处以上a级景点的，给予一次性奖励人民币3万元；每架次不少于100人的旅游包机（正常班机以外），国内游客一次性奖励人民币4000元，国外游客一次性奖励人民币6000元。以上奖励，线路不累计重复计奖。

第四条旅行社组团活动需实行预申报制，即在团队抵达宜昌前，旅行社需将组团合同、专列和包机的批件等相关证明材料报宜昌市旅游局市场促进科，并提交复印件。

第五条根据各旅行社的申报，宜昌市旅游局组织对旅行社组团情况进行检查，以确认其真实性。

第六条旅行社在团队离宜后十日内，将组团合同以及有关星级饭店、a级景点的发票等相关证明该团队真实性凭据的原件和复印件报宜昌市旅游局市场促进科登记认定。

第七条本旅游活动结束，对所有资料审查并确认无质量投诉和遗留问题后，宜昌市旅游局市场促进科将对旅行社发出《团队奖励确认书》。

第八条以上对旅行社的数据统计以年度为单位，即从20xx年1月1日起至20xx年12月31日止，确认后奖金于次年2月集中一次性支付。

第九条本奖励办法20xx年试行。

第十条本办法解释权属宜昌市旅游局。

**旅游产品策划书篇五**

?魅力的一条旅游线路，并把该线路中的各景点优先作为评选年度十优景区的依据。

附2：

《关于旅行社组织宜昌市“一主六线”线路旅游奖励办法》

为加快和推动世界水电旅游名城、鄂西生态文化旅游圈核心城市和三峡国家级旅游度假区的建设，加大宣传促销力度，更好地扩大宜昌旅游的美誉度和影响力，大力开发客源市场，吸引更多的游客和团队走进宜昌旅游，宜昌市旅游局决定，对2024年度组团来我市旅游的旅行社实行奖励，具体内容如下：

第一条凡依法注册、我市直接组团或与客源目的地合作组团的国际、国内旅行社均适用本奖励办法。

第二条凡旅行社以专列和包机的形式组织游客，由宜昌市所属旅行社负责地接，以宜昌市“一主六线”旅游线路为主要行程，行程中至少有一晚安排在本市星级酒店住宿，组织游览本市辖区内2处以上（含2处）主要a级旅游景区（点）旅游活动，均适用本奖励办法。

————来源网络整理，仅供供参考

留2晚以上（含2晚）游览我市4处以上a级景点的，给予一次性奖励人民币3万元；每架次不少于100人的旅游包机（正常班机以外），国内游客一次性奖励人民币4000元，国外游客一次性奖励人民币6000元。以上奖励，线路不累计重复计奖。

第四条旅行社组团活动需实行预申报制，即在团队抵达宜昌前，旅行社需将组团合同、专列和包机的批件等相关证明材料报宜昌市旅游局市场促进科，并提交复印件。

第五条根据各旅行社的申报，宜昌市旅游局组织对旅行社组团情况进行检查，以确认其真实性。

第六条旅行社在团队离宜后十日内，将组团合同以及有关星级饭店、a级景点的发票等相关证明该团队真实性凭据的原件和复印件报宜昌市旅游局市场促进科登记认定。

第七条本旅游活动结束，对所有资料审查并确认无质量投诉和遗留问题后，宜昌市旅游局市场促进科将对旅行社发出《团队奖励确认书》。

第八条以上对旅行社的数据统计以年度为单位，即从20\*\*年1月1日起至20\*\*年12月31日止，确认后奖金于次年2月集中一次性支付。

————来源网络整理，仅供供参考

第九条本奖励办法20\*\*年试行。

第十条本办法解释权属宜昌市旅游局。

旅游产品策划书范文（二）

一、旅游产品销售渠道的定义：指旅游产品从旅游生产企业向旅游消费者转移过程中所经过的一切取得所有权或协助所有权转移的中介组织和一个人。

二、销售渠道的作用：

1、渠道的选择直接制约和其它基本策略

2、渠道决策需要其他企业的密切合作与协作

3、在分销渠道中，与商品服务使用权转移直接或间接相关的，还有一系列流通辅助形式。

三、

旅游产品销售渠道的类型：

直接销售渠道：是旅行社直接将产品销售给旅游者，期间没有任何中间环节的介入。(途径:门市部直接销售和互联网直接销售)

间接销售渠道:是旅行社通过一个或多个中间环节（批发商，零售商，代理商）将产品销售给最终消费者。

四、适用旅游中间商的作用将旅游产品更有效的提供给目标市场。通过中间商给旅游企业带来的利益超过了企业凭借自己的力量获得的利益：关系经验专长经验规模使供需平衡。

————来源网络整理，仅供供参考

五、影响销售渠道选择的因素

1、目标市场的距离

2、目标市场集中程度

3、旅行社自身条件

4、旅行社的产品

5、旅行社发展的外部坏境

六、旅行社产品销售渠道选择方法

1、销售渠道长度策略:指产品从生产者向旅游者转移过程中经过中间层次的多少，一般地讲，在条件允许的情况下，短渠道优于长渠道。

2、销售渠道宽度策略:一般指旅游产品的树目和分布广度，其中包括自设网点、也包括代销网点。另外，也指直接经销和直接代销某企业旅游产品的中间商的数量。

七、旅游产品swot分析

一、优势:

————来源网络整理，仅供供参考

俗情趣，更让游客形成一种永恒的传统感受和精神缅怀，其中绿色旅游资源也十分丰富，贵州赤水植被和景观资源丰富的生态名山，自然景观类型多样，内容齐全。区内层峦迭翠、林海苍茫、碧流飞瀑、幽潭流深、空气清新，令人心旷神怡。主要自然景观类型有峰峦、山石、瀑布、竹海、气象、丹霞。融雄、险、秀、幽、奇于一体，是理想的旅游避暑胜地。这些红色旅游资源又大多与绿色旅游资源、历史文化旅游资源有机融合，相映生辉，可共同开发，优势互补，拓宽市场，更好地满足广大旅游者的多种需要，使的红色旅游增添了无穷的魅力，为红色旅游的可持续发展提供了保障。

二、劣势:

————来源网络整理，仅供供参考

可看、可玩的地方却很少。

三、机遇:

随着红色旅游的蓬勃发展，地方对发展红色旅游都给予了高度重视和大力支持。贵州把遵义作为“新型旅游城市”的建设发展目标，并准备打造“红色旅游”品牌；国家“中部战略的实施，也将为红色旅游带来新的发展机遇。另外，随着党团组织和社会先进团体的发展，越来越多的人们要接受传统教育，这些都为红色旅游的进一步发展提供了新的契机。加红色旅游，对于塑造企业文化，具有很大的推进作用，这是对红色旅游市场的拓展和延伸，也是红色旅游的存在和发展的重要社会基础，客观上为红色旅游的发展带来了极好的机遇。

四、威助

————来源网络整理，仅供供参考

资源开发所产生的重大作用和深远影响，然而目前贵州旅游人才紧缺，尤其缺少战略性旅游策划人才，严重制约着红色旅游的深远发展。

八、根据本旅行社(森林假期)的情况及发展方向，做出以下销售渠道方法:

由于本旅行社才成立，受到了人力、财力、物力的限制，所以在旅行社经营未成熟期内，会选择直接销售渠道;随着经济的不断发展，旅行社从各个条件都以成熟后，会不断的扩大销售渠道市场空间，所以会选择间接销售渠道。因此，间接销售渠道会更近一步进入更大市场，加快旅行社发展。

九、产品售后情况预测

1、处理旅游投诉：旅游过程中，免不了会因为各种主观因素招致游客的投诉。投诉问题可能正是旅行社服务的薄弱环节，旅行社应充分重视这些投诉，妥善处理。面对投诉，旅行社的明智选择应是把处理旅客投诉的机会变成一个改善工作的机会，变成一个宣传自己的机会。

2、好的回馈处理：对于在此次旅游行程感到比较满意的游客，我们应该给予他们感谢，在节日时寄送明信片，感谢他们对本旅行社的支持，信任。

————来源网络整理，仅供供参考

————来源网络整理，仅供供参考8

**旅游产品策划书篇六**

队伍，国际旅行社、高星级饭店、重点，完善功能，旅游景区（点）等旅游企事业单位要安排专人负责宣传报道工作。

100人的旅游包机（正常班机以外），4000元，国外游客一次性奖励人民币6000元。以上奖励，线路不累计重复计奖。第四条旅行社组团活动需实行预申报制，即在团队抵达宜昌前，旅行社需将组团合同、专列和包机的批件等相关证明材料报宜昌市旅游局市场促进科，并提交复印件。第五条根据各旅行社的申报，宜昌市旅游局组织对旅行社组团情况进行检查，以确认其真实性。第六条旅行社在团队离宜后十日内，将组团合同以及有关星级饭店、a级景点的发票等相关证明该团队真实性凭据的原件和复印件报宜昌市旅游局市场促进科登记认定。第七条本旅游活动结束，对所有资料审查并确认无质量投诉和遗留问题后，宜昌市旅游局市场促进科将对旅行社发出《团队奖励确认书》。第九条本奖励办法20\*\*年试行。

;随着经济的不断发展，旅行社从各个条件都以成熟后，会不断的扩大销售渠道市场空间，所以会选择间接销售渠道。因此，间接销售渠道会更近一步进入更大市场，加快旅行社发展。九、产品售后情况预测 1、处理旅游投诉：旅游过程中，免不了会因为各种主观因素招致游客的投诉。投诉问题可能正是旅行社服务的薄弱环节，旅行社应充分重视这些投诉，妥善处理。面对投诉，旅行社的明智选择应是把处理旅客投诉的机会变成一个改善工作的机会，变成一个宣传自己的机会。

11 / 15 2、好的回馈处理：对于在此次旅游行程感到比较满意的游客，我们应该给予他们感谢，在节日时寄送明信片，感谢他们对本旅行社的支持，信任。

自今年x月在全党开展以“三个代表”为主要内容的保持共产党员先进性教育活动以来，分局按照统一部署和要求，在xx区委区政府的xx局系统内认真开展保持共产党员先进性教育活动。我作为一名普通党员，通过学习动员、分析评议、整改提高三个阶段的先进性教育活动，对为什么要开展先进性教育，什么是共产党员的先进性，怎样保持共产党员的先进性，如何体现共产党员的先进性有了更深刻的认识。在个人党性修养、宗旨意识，理想信念等方面有了一定的提高。现就本人在保持共产党员先进性教育活动中的主要情况汇报如下：一、加强学习，充分认识先进性教育的重大意义在学习教育阶段，分局发动了全面的宣传动员，本人按照区委区政府和xxx局保持共产党员先进性教育活动实施方案的要求，一是对市、区各级文件和领导重要讲话进行了认真的学习，把自己的思想统一到胡锦涛同志的讲话上来，端正态度，振奋精神，扎扎实实投入到保持先进性教育活动中去；二是按照分局学习计划和安排，参加机关支部的学习教育培训，研读《保持共产党员先进性教育读本》和其它相关文献，提高自己的政治理论水平和对先进性教育的认识。

在学习范文本站小编为你精选 望和迫切需要解决的问题作为我们努力工作的目标。要牢记党全心全意为人民服务的宗旨，做到权为民所用，利为民所谋，情为民所第，为人民群众办好每一件事，让人民满意。整改是一个长期的、坚持的过程，我会在今后工作学习中，时刻以一名党员的要求来严格要求自己，更好的体现一名党员应有的先进性，坚定共产主义远大理想与信念，树立全心全意为人民服务的宗旨，不断践行“三个代表”重要思想，不断

总结

经验，改进工作方法，推动xx局xxxxxxxx的建设和发展。

15 / 15

**旅游产品策划书篇七**

经营模式

1.信息内容

在美国，无论是哪种类型的旅游网站，其信息内容一般都涉及到如下几个方面：

景点、饭店、旅游线路等方面的信息。

旅游常识、旅游注意事项、旅游新闻、货币兑换、旅游目的地天气、环境、人文等信息以及旅游观感等。

与旅游相关的产品和服务信息，以及各种优惠、折扣。

航空、饭店、汽车租赁服务的检索和预定等。

2.服务功能

从服务功能看，不同的旅游网站的服务功能包括：

旅游信息的汇集、传播与交流。

旅游信息的检索和导航。

旅游产品和服务的在线销售，包括票务、饭店、餐饮、汽车、旅游组团等。

个性化定制服务，它已成为旅游网站，特别是在线预定服务网站必备的功能

客户基本信息：如姓名、电话、电子邮件、住址、护照/签证信息等。

信用卡信息：如卡号、有效期、卡的类别等。

旅游需求：如用户最希望何时开始旅游;最想搭乘哪个航空公司的哪个航班，经常飞行的次数;最喜欢租用那种类型的汽车;最愿意住在什么饭店等。这些信息反映了旅游线路的选择标准，服务器在存储了这些信息之后，就会根据这些信息帮助客户寻找相关的服务信息，并且这些信息可以随时进行修改和删除。

修改账户密码：密码遗忘时的提醒。

归纳起来，这种定制服务的作用主要有：

可以避免在预定过程中重复填写相同的信息，提高预定效率。

积累客户的消费量(比如飞行距离)，以此作为促销奖励的依据。

更有针对性地推送旅游信息，特别是当客户没有找到满意的解决方案时，可以委托服务器监视和跟踪，当有符合标准的信息出现时，及时用电子邮件的方式提醒客户。

根据选择的目的地，提供当地的天气、人文环境、旅游特色和货币兑换等信息。

3.获利环节

不同类型的旅游网站的挣钱环节有所不同，归纳起来有如下几种模式：

网站信息量大，信息质量高，能够获得较高的访问率，以此吸引网络广告。这是一般信息网站实现收益的基本思路。

提供网上交易功能，从中获得收益。目前在网上销售的产品和服务主要有飞机票、饭店预定、组建旅行团、旅游物品等。

为旅游服务单位提供网上展示服务，收取服务费用。

像许多社区网站一样，很多旅游网站的收入来源于赞助商和伙伴关系等方面。

4.网站推广

从旅游网站的特点看，旅游网站的推广可以有如下几种方式：

在综合性导航台、搜索引擎中注册网址。

在相关网站中设置图标广告链接。鉴于旅游消费者的分布十分广泛，所以一个旅游网站的旅游广告其实可以散布在各个领域，例如温泉浴场的网站广告可以放到美容美发的网站中去，商务旅游预定服务的广告可以放到站上。关键是根据受众特点进行选择，相互交叉是基本的思路和旅游网站广告的特点;而在服务功能方面能够互补的旅游网站之间的相互链接，也是推广网站的好办法。

与访问率高的导航台或搜索引擎独家合作，将预定服务融合在导航台或搜索引擎之中。

通过电子邮件刊物及网上定制服务吸引和维系受众。

值得思考的问题

综观美国旅游行业网站的经营模式，值得我们关注的有如下几点：

1.信息质量和数量

浏览expedia、travelocity、previewtravel、itn、americanairline等重量级网站，用户可以获得这样的印象：旅游资源、相关信息不仅数量巨大、准确性和时效性强，而且组织得非常好。

2.个性化定制服务

对于旅游者来说，一次旅游要考虑的因素是比较多的，既要看目的地的旅游特色、风俗习惯、安全状况，还要考虑交通、货币、时间和预算。定制服务面临的是每个消费者的不同需求，因而要能够根据不同的需求动态地、相对准确地提供比较全面的参考信息和组合。

网站的设计者要全面收集、提炼和整合不同消费者的需求特点，预先将这些信息加以细分，存储在数据库中供受众检索。由于涉及的方面比较多，建库时的数据关系就非常复杂，前期的系统分析和规划任务非常繁重。从我们考察的几个网站上可以看出，很多细节都考虑得非常周到，甚至没有想到的也替你想到了，用户从中可以学到很多技巧和知识。

3.品牌竞争阶段

如客户服务的质量、营销环节处理的好坏、广告宣传和形象的树立等，也就是要树立服务的信誉度和美誉度。从网站的个案研究中可以发现，很多交易是产生在回头客身上的，说明这些网站都具有较高的信誉度和美誉度，品牌的力量起着举足轻重的作用。在互联网上如果不能做大，就很难抢到更多的市场份额。

4.访问量是基础和关键

似乎对任何网站都是如此，但是对旅游网站来说尤其如此。任何交易都是要有一定数量的消费群体做基础的，也就是说在消费群体中只有一定百分比的访问者会成为交易客户。因此，消费群体的基数越大，产生的交易量应该更大。这就是为什么旅游预定网站要追求访问量，要花巨资去买断大门户网站的旅游服务，形成紧密合作的战略伙伴，要用品牌来与相关网站合作共同拓展市场，与相关网站进行有效的链接等等。

5.旅游预定服务的关键是优惠

旅游市场的巨大潜力也引来了大量的公司进入这个市场淘金。在激烈的竞争中，除了服务质量、旅游特色等因素之外，价格就是最重要的因素了。所以，机票变着花样地打折和优惠，饭店按照淡旺程度浮动价格等，都是竞争的产物，其目的无非是将消费者吸引过来。

而有了在线实时预定系统之后，优惠信息的传播速度加快了，覆盖的受众范围增大了。这样，实时捕捉这类信息，使其成为吸引受众的一个主要因素，就成为旅游在线销售有市场的基本原因。不仅如此，网站汇集信息的能力和高度实时交互的能力，也使网站更有吸引力。

2024旅游项目策划书【二】

一、背景分析

1、概况：

xx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xx。浏水又因xx城而名xx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

xx河：十曲九弯，两岸青山翠枝，紫霞丹花。

xx河漂流：xx河第一湾(xx市高坪乡境内)。

特产：xx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、xx文庙、xx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：中共中央总书记胡耀邦、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，xx的“红色旅游”氛围浓厚，发展潜力不言而喩。

二、区域优势/劣势

1、优势：

(1)xx市社会经济基础雄厚，城市经济实力不断增强。

(2)xx市的道路状况良好，区位条件比较好，可进入性较强。

(3)xx河旅游资源丰富，发展潜力强劲。

(4)优美动听的《xx河》，掠云越波，传遍了五湖四海，xx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xx河的“红色旅游”资源得到充分利用。

2、劣势：

(1)xx市整体形象缺乏明确定位，对外宣传不够。

(2)xx河景区的服务人员的服务意识比较薄弱，服务水平较低。

(3)xx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“xx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“xx河”都有一份额外的亲切和敬仰。因此，“xx河”的目标消费者群非常庞大。无论男女老少，都是“xx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xx河的知名度，使xx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xx河打造成国内著名的休闲旅游景点。

(2)将xx“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)xx市的道路状况比较好，交通便利，旅游者可进入性比较好。

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

(3)xx市政府有足够的资金和信心把xx河“推出去”，走出省门。

3、特色化原则：

《xx河》唱响了全中国，它特有的“诗歌”情怀是其它旅游资源缺乏的。因此，加强《xx河》的宣传和推广，让人们产生去xx河旅游的动机，4、政府主导和市场结合的原则：

(1)政府主导，依靠xx市政府，甚至湖南省政府的强烈支持和推广。

(2)提高xx河的市场竞争力和综合实力。

五、主题口号

唱响古今，璀璨xx!

六、组织形式

主办：xx市政府

承办：xx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《xx河》版，以及抒情版的《xx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xx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xx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xx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xx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。

**旅游产品策划书篇八**

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。

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

**旅游产品策划书篇九**

流与合作，开拓国际旅游市场；

5、探讨与桂林、黄山等地开通航空连线,共同促销、客源互动的新模式。

二、产品开发工作

范健康发展。

三、媒体宣传工作

进一步加大力度宣传”金色三峡 银色大坝

绿色宜昌”城市旅游形象。具体工作有：

1、在cctv-1新闻30分《天气预报》中播放宜昌天气预报；

2、与央视cctv-4合办一期《走遍中国》节目；

3、在《中国旅游报》办城市旅游形象广告专版；

4、与凤凰卫视合办一期《九州深呼吸》节目。

四、旅游节庆工作

旅游文化节、当阳关公文化旅游节、枝江桃花艺术节、三峡车溪腊梅节、犭虎亭古战场三国文化旅游节、五峰柴埠溪大峡谷徒步游等节庆活动，打造城市品牌，整体带动全市旅游对外宣传。

五、旅游信息化工作

1、建立宜昌三峡旅游信息中心（宜昌市旅游局网站），完善功能，构建宜昌旅游宣传网络平台。

队伍，国际旅行社、高星级饭店、重点旅游景区（点）等旅游企事业单位要安排专人负责宣传报道工作。

**旅游产品策划书篇十**

今年是全面恢复旅游市场的关键一年。经过去年的大力宣传，目前，新三峡旅游形象开始在国内外产生一 定影响，国家旅游局、省旅游局把新三峡旅游作为对外促销的重点，为我市旅游宣传促销提供了良好的外 部环境。但是，我们也要看到，旅游业特别是入境旅游还面临着严峻的挑战。非典、禽流感对入境旅游市 场恢复的影响也许会超过我们的预期。三峡旅游要恢复到历史水平，还需要我们进一步加大力度开拓国际 国内旅游市场。

一、市场开拓工作

今年全市旅游市场开发要突出重点客源市场。国际市场要形成“立足欧美日、巩固港澳台、拓展东南 亚、开拓新市场”的旅游促销格局。国内市场要进一步巩固以武汉为中心的华中市场，拓宽以北京为中心 的华北市场、以上海、杭州为重点的华东市场和以广州、福州、厦门为重点的华南市场，着力开拓珠江三 角洲地区客源市场，培育和完善假日旅游市场。具体工作有：

1、积极组织参加xx月xx日-xx日在武汉举行的华中旅游博览会；

2、8月开展宜昌新三峡旅游“华南行”促销活动；

5、探讨与桂林、黄山等地开通航空连线,共同促销、客源互动的新模式。

二、产品开发工作

继续推介高峡平湖三峡精华游、环坝·双神游、“两坝一峡”游、清江风情游、三国遗迹游、昭君神农 游、宜昌都市游等七条三峡旅游新干线。重点推介高峡平湖三峡精华游、环坝·双神游、“两坝一峡”游三 大旅游产品。以市场为导向，研究新线路，开发新产品，拓宽新市场，使游客有新体验。大力发展会展旅 游、公务旅游、商务旅游、奖励旅游等高端旅游产品，改变以观光旅游特别是以长江三峡为主的单一产品 格局，形成多品种、多形式、宽领域、复合型的产品组合。抓好百姓生活游主题年活动。20xx年是中国百姓生活游主题年。进一步加大“农家乐”旅游产品的开发，加 强主要交通干线、城乡结合部的“农家乐”旅游培育工作，树立典型，带动全面。大力开发反映百姓生活、各具特色，包含民居、农事、饮食、服饰、娱乐、节庆和风俗等内容的旅游产品，促进“农家乐”旅游的规 范健康发展。

三、媒体宣传工作

以中央电视台等媒体为重点，大力宣传推广城市旅游形象。今年依据市委、市政府主要领导意见，将 进一步加大力度宣传“金色三峡 银色大坝 绿色宜昌”城市旅游形象。具体工作有：

1、在cctv-1新闻30分《天气预报》中播放宜昌天气预报；

2、与央视cctv-4合办一期《走遍中国》节目；

3、在《中国旅游报》办城市旅游形象广告专版；

4、与凤凰卫视合办一期《九州深呼吸》节目。

四、旅游节庆工作

精心举办好第五届中国宜昌三峡国际旅游节。第五届中国宜昌三峡国际旅游节、第四届网友旅游 节、第四届三峡美食节将如期举行，各县市区还将举办屈原文化旅游节、昭君文化旅游节、长阳清江龙舟 旅游文化节、当阳关公文化旅游节、枝江桃花艺术节、三峡车溪腊梅节、犭虎亭古战场三国文化旅游节、五峰柴埠溪大峡谷徒步游等节庆活动，打造城市品牌，整体带动全市旅游对外宣传。

五、旅游信息化工作

1、建立宜昌三峡旅游信息中心（宜昌市旅游局网站），完善功能，构建宜昌旅游宣传网络平台。

2、充分发挥《中国旅游报》宜昌站的作用，加大新三峡旅游的宣传力度。建立旅游行业通讯员 队伍，国际旅行社、高星级饭店、重点旅游景区（点）等旅游企事业单位要安排专人负责宣传报道工作。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn