

最新旅游方案应该有项目(优秀10篇)

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

旅游方案应该有项目篇一

第一日，四川乐山一日游，

锦里由成都武侯祠博物馆恢复修建，作为武侯祠(三国历史遗迹区、锦里民俗区、西区)的一部分，街道全长550米，现为成都市著名步行商业街，号称“西蜀第一街”，被誉为“成都版清明上河图”。

清末民初建筑风格的仿古建筑，以三国文化和四川传统民俗文化为主要内容。古街布局严谨有序，酒吧娱乐区、四川餐饮名小吃区、府第客栈区、特色旅游工艺品展销区错落有致。

2005年锦里被评选为“全国十大城市商业步行街”之一，与北京王府井、武汉江汉路、重庆解放碑、天津和平路等老牌知名街市齐名。

九寨沟位于四川省阿坝藏族羌族自治州九寨沟县漳扎镇，是白水沟上游白河的支沟，以有九个藏族村寨(又称何药九寨)而得名。九寨沟海拔在2000米以上，遍布原始森林，沟内分布108个湖泊，有“童话世界”之誉;九寨沟为全国重点风景名胜区，并被列入世界遗产名录。2007年5月8日，阿坝藏族羌族自治州九寨沟旅游景区经国家旅游局正式批准为国家5a级旅游景区。

九寨沟山美，人美，水更美，可以满足游泳、绘画、摄影、休闲、健身员工的需要。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

旅游方案应该有项目篇二

20xx年春节黄金周即将到来，根据省、市假日办的统一部署，切实做好我区春节黄金周假日旅游工作，现就有关事项通知如下：

各单位要进一步强化旅游安全意识，落实安全责任制，加强安全监管，做好应急预案，确保春节假日旅游市场安全平稳。

一是加强重点部位的安全监管。各单位要加强对重点部位安全隐患的自查整改，做好特种设备的检查、游乐设施的维修保养，以及旅游节庆活动安全预案的演练，及时排除各类安全隐患，增强安全保障能力。

二是加强重点环节的安全监管。重点做好旅游车辆、游览环节的动态检查和维护，增强游览线路的沿线安全警示标识，严厉查处违章违规运营行为，确保不发生重特大旅游交通事故

故。

三是做好各项应急准备。春节期间，旅游接待压力将会增大，各单位要进一步完善应急预案和协调联动机制，做好灾害天气和各类突发事件的应急救助准备；加大对旅游从业人员的培训教育，增强安全意识和应急能力；扩大安全宣传教育的范围，提高游客的自我保护意识和自救能力。同时，各单位要坚持值班制度，保证24小时值守，确保联络畅通，及时有效应对各类突发事件。

各旅行社要加强对旅游合同的监管，严厉打击虚假宣传、擅自降低约定标准、思想汇报专题歧视性条款、超范围经营等不正当经营行为；各星级饭店要加强规范和管理，严把食品卫生安全关，禁止强迫和变相强迫消费，严查假冒伪劣商品；各景区（点）要加强对旅游从业人员的培训管理，杜绝导游无证上岗，引导文明服务。

各单位要深入挖掘春节传统文化内涵，举办丰富多彩的旅游节庆活动，促进假日旅游市场繁荣，满足大众旅游消费需求。针对不同消费群体，组织推出民俗旅游、乡村旅游、生态旅游、文化旅游等产品，倡导健康有益的假日旅游休闲生活，营造丰富活跃的假日旅游市场氛围。

各单位要按照国家旅游局、国家统计局联合制定的“黄金周”统计制度要求和市旅游局的统一部署，及时、准确、规范地向区旅游局报送有关统计信息。各单位负责人要严格把好统计数据质量关，确保统计数据的准确性。

各单位要建立健全节日期间信息沟通和应急响应联动机制。

二是要建立黄金周期间生产安全事故的预警机制，制定和完善有针对性的事故应急救援预案，并组织好演练；三是要建立安全生产信息报告制度。对黄金周期间发生的各类事故或异常情况，要按规定及时上报，妥善处理。

(一) 及时启动假日旅游协调机制，督促各项工作落实到位。

(二) 组织开展节前安全检查，有重点和有针对性地组织应急预案的演练。

(三) 将假日期间的值班人员名单、值班电话和黄金周准备工作以传真形式报区旅游局行管科。

旅游方案应该有项目篇三

1. 增进家园感情交流，创造家园深入了解的机会。

2. 通过观赏春季各色鲜花及与小动物的'亲密接触，培养幼儿热爱大自然的情操。

番禺百万葵园

幼儿园全体小班，双语大班，国大一班。

xx年3月19日

上午8：10在明日之星广场集中上车，8：30准时出发，12：30集体乘车返回。

活动行程安排：

早上08：30广东碧桂园学校门口集中后乘车前往番禺百万葵园

约9：30抵达后，进入百万葵园组织班级亲子活动，随后参观游览百万葵园各景点。

报价：110元/对，餐费15元/人，自带幼儿60元/人，餐费15元/人。

标准：番禺百万葵园门票，旅行社责任险、旅游意外险、自备车。

另：请家长周末挑选一张最满意照片按10寸规格冲洗，周一带回园。我们将举行“亲子旅游摄影展”。

旅游方案应该有项目篇四

为提高员工福利，增广员工见闻，达到激励员工，提高员工凝聚力、向心力的目的，特制订本方案。

本方案适用于符合资格的员工参加公司组织的旅游活动。

人力资源部对本方案的制定、修改负责，行政部对本方案的执行实施负责。

（一）资格的认定

- 1、总经理、副总经理、总经理助理可参加每年一次4~5天的旅游；
- 2、区域经理助理、店经理可参加每年一次1~2天的旅游；
- 3、其余工作满一年的正式员工可参加每年一次1天的带薪旅游。

（二）出游时间：

- 1、出游时间根据实际情况设定；
- 2、除1天游外，出游期间所使用的时间公司和个人各承担50%。

（三）出游线路：

行政部根据实际情况在征求部分人意见的基础上进行设计，由总经理审批后确定。属1天游的，门店人员由门店经理组织安排；总部人员由行政部组织安排。

（四）出游费用：

1、旅行社规定行程所需的费用由公司负责；1天游费用定额为150元。

2、外地人员集中肇庆出发所产生的交通费用、住宿费用由公司负责；属1天游的由店经理组织在当地参团。

3、旅游人员自行购物或者自行参加其他游乐项目及自费项目所产生的费用自行负责。

（五）其他说明：

1、如有家属需要同行，公司总部审批，所产生的费用由其家属自行承担。

2、由于工作原因不能参加旅游的，可参加当年下一批次所组织的旅游。如果参加下一批旅游的档次比本人所能享受的档次高，经主管批准后可参加，但需要个人补足差额。如属个人原因不能参加当次旅游的，则公司不会再作任何补偿，但可补休出游时间的50%。

3、旅游福利并非是强制性的福利，是公司根据当年实际情况而提供给相关人员的一项人性化福利，必要时公司可以调整或取消。

旅游方案应该有项目篇五

在旅游产品开发中，通过现代营销理论，运用创新战略的思想，发现市场创新产品。

随着旅游业的迅速发展，旅游产品的供给非常丰富，旅游市场也相应变成了买方市场，旅游产品的替代竞争异常激烈。另一方面，现在的旅游市场需求总体呈现出细分化、差异化、复杂化、个性化。面对旅游市场需求的多样化及市场竞争的白热化，中国旅游最迫切、最根本的课题就是创新。创新是为了更好地满足顾客的需求和期望。关键是要提高旅游产品的竞争力。

通过市场细分，发现创新开发新品，是提高竞争力的有效途径。在目标市场营销中，营销者区分出构成旅游市场的各种不同群体间的差别，并从中选择一个或几个细分市场，为每个目标市场开发相应产品和制定营销计划。以有效市场细分为基础的目标市场营销战略，造就了旅游产品种类、旅游方式、旅游交易形式等的极大丰富，顺应了旅游者的多样化需求。

细分中，公司营销主管可从地理、人口、心理等方面列出影响产品市场需求和顾客购买行为的各项变数。对不同的潜在顾客进行抽样调查，并对所列出的需求变数进行评价，了解顾客的共同需求。并通过调查、分析、评估各细分市场，最终确定可进入的细分市场，并制定相应的营销策略。主要有：

- (1) 结构创新。从旅游产品的结构来看，产品结构创新主要是对现有旅游产品的补充，即选择性旅游产品的开发。对原有产品的组合状况进行整合，加强度假、商务、会议、特种旅游等多种旅游产品的开发，完善产品的结构。
- (2) 类型创新。产品类型是由旅游目的地的市场和资源的双向比较因素决定的，而旅游经营者和管理者的旅游观念是其形成的主观因素，产品类型直接决定了旅游目的地旅游业的性质和特点。产品类型的创新主要是对原有产品质量的全面提升和开发新产品。
- (3) 功能创新。运用最新的高科技手段多角度的开发旅游景点和休闲活动的文化内涵，对某些特殊景点和服务设施进行多功能化的综合设计；运用相应的宣传促销理念和手段改变或诱导游客，帮助旅游服务人员树立新的旅游理念，提高游客和服务人员的旅游文化档次，增强景点与游客的沟通。
- (4) 过程

创新。坚持以市场为导向，在不改变产品本身的情况下，对产品生产的过程重新认识、重新设计，以更有效的满足消费者的需求为出发点，强调过程对市场的适应力。(5)主题创新。就是在主体资源不变的情况下，根据旅游产品时尚周期理论的指导思想，随着市场形势的变化，适时推出新的产品，在动态中把握并引导旅游需求，充分依托市场，引领消费时尚，这一点对于主题公园等人造景观来说尤为关键。

运用细分原理，如果我们以年龄为变量，可以分儿童、青年、老年市场。传统的旅游中，往往以收入高、体能强的中青年为对象设计产品，而银发旅游则是一个亟待开发的市场。而通过旅游过程的再设计，提高对老年顾客的适应力，可以更好地为老年人服务。

经验表明，开发老年游线路要注意：一是线路设计要合理，旅行社要根据老年人的需求特点，科学设计旅游线路。可以概括为：大众实惠游和豪华游结合，以实惠游为主；传统游和特色游结合，以特色游为主。二是要重点强调特色游。旅游已经成为当今老人的一项重要休闲方式，老年游不仅要强调休闲、观光，更要丰富老年游线路，以特色占据老年游市场，从目前市场需求看，怀旧、猎奇、寻求心灵宁静、渴望亲情、康寿养生等特色旅游活动，广受老年人的喜爱。三是出游定价要合理。60岁以上的老人，大多养成了节俭的生活习惯，因此老年旅游必须低价入市，在保证盈利的情况下提高服务质量。四是导游要优质服务。对于老年游客这一特殊群体，服务更要趋向细致，倾注更多的情感因素，高品质的服务可以使游客成为稳定的客户，同时游客接受优质服务后产生满足感，将会以个人为中心向四周的亲朋好友辐射，这样的“口碑效应”让旅行社拥有一个潜在的顾客群体。五是食宿安排要注重老年人的习惯。住宿应尽量安排地处安静区域的宾馆，要安全、卫生、舒适，保证老年人休息好。六是安全问题要考虑。为了在旅途中避免意外事故的发生，旅行社应考虑整个行程以“缓”为主，交通工具的安全性要做严格的检测，医疗保健、旅游保险都必须到位。尤其是服务过程

要针对老年人的特点，有别于普通旅游团。游客报名表应当包含个人身体状况说明、紧急联系电话；将老年游团队的报价包含旅行保险及旅游救援费用；对老年游团队，旅行社应承诺派出中年导游、领队带团，以便与游客缩小年龄差距，方便言语沟通；旅游团应携带小药箱，方便事故发生时的简单救护。人数较多的老年团队，如专列等须配备随团医生。

根据国家政治、经济形势的要求，设计各种主题产品是明智之举。红色旅游就是一种。红色旅游资源概念应该包括那些弘扬爱国主义精神的一切革命活动中凝结的人文景观。红色旅游的传统市场主要为在校学生和中老年人。用传统政治优势，突出革命纪念地以及爱国主义教育基地的重要地位是抓住这部分客源市场的关键。但红色旅游不能仅靠政治使命、红色情结作为吸引力来源，应从战争、军事文化塑造新卖点，以此扩大红色旅游市场范围。

红色旅游一个鲜明的意义就是“教育”，而大众对旅游的直观理解是“娱乐”，如何将这两者结合起来？近来国际上有一种盛行的规划理念，就是“寓教于乐”，这一词横跨了教育和娱乐两方面，在教育中实现了娱乐的体验。红色旅游从性质上说，首先是历史文化类的产品。在“大文化”的视角下，用历史场景再现的方式，达到阐释现实的目的。这是一种以现实为基础行为的理性观，在尊重历史的前提下，再现历史场景，用现实的、现代的方式阐释历史，用现代人的理解来升华历史人物的地位。同时，现实要立足于历史，达到历史与逻辑的统一，才是理解现实的基础。

就红色旅游的红色内涵而言，革命斗争的历史事件、人物、地点及其革命精神传统是其客观内涵，当其作为旅游产品并要求其对旅游者产生吸引力时，旅游产品应成为“活”的产品，要充分发掘和适当运用其内涵。一是要充分运用现代声像技术给人以直接的真实的感观刺激，还可邀请一些事件的当事人或参与者、见证者直接现身说法，给人以历史的真实感；二是可撷取革命历史片段编成戏剧的形式，使其生动活泼，

给人留下深刻印象;三是可撷取革命历史片段,让游客参与模拟其人物、事件,突出旅游者的参与性,寓教于乐。这样,使红色旅游产品顺应当代游客的心理,从而达到红色旅游的目的。

“创新战略”一个很重要的提升点,就是价值创新。为游客创造全新体验,也是一种价值创新。体验就是“以身体之,以心验之”,它注重感觉和自身的参与,从感性的角度认识事物,是主体和客体相互融合,并且能够对个体产生特别影响。

旅游者花费了时间、经历,想要得到的就是体验。有了深度的体验,旅游者才会对这个地方产生深刻的印象,对旅游产品才会有深度的认识,而不是只是拍拍照片、走马观花式的经历。这是“以人为本”、尊重个体的表现。如何实现旅游体验,体验设计是一种价值创新的方法。用设计好的环境、背景、服务、产品,把旅游者布置在其中,让他们在旅游的过程中与场景合为一体,最终使旅游者感受到美好的体验,达到“人景合一”的效果。

为了塑造的旅游体验,旅游产品创新与营销首先应该将体验主题化,以正面线索强化主题印象、淘汰消极印象,提供纪念品并重视对游客的感官刺激,这样才能使游客体验到与众不同的地方,并不断为游客带来新鲜的旅游感受,满足其个性化需求。主题的确应该植根于本地的地脉、史脉与文脉,对应主要客源市场的需求,凸显个性、特色与新奇。要整合多种感官刺激,调动顾客的参与性。体验的方式包括感官、情感、思考、行为和氛围五种模式。

我们再从采用深度营销的视角来剖析产品消费过程,从中找寻产品创新之道,一次产品的销售过程可以分为售前、售中、售后三个环节,也正是这三个环节构成了一个消费者购买到的完整产品。

180度产品创新设计理念对当下的旅行社企业尤为重要，纵观目前旅行社产品的研发，很少将前期的电话咨询标准应答、宣传广告创意设计及递进投放计划作为一个产品不可缺少的重要组成部分来进行研发，至于售后层面的增值服务更是鲜有涉猎。大多旅行社认为的旅游产品研发以从消费者交费甚至以消费者登上启程的交通工具为起点，以消费者返回客源地下飞机或下火车那一刻为终点，这就是我们旅行社所认知的产品过程。其实不然，一个极具独特价值的产品，一个投入巨资推广的产品，如果忽略了前台销售人员的咨询流程控制，给企业带来的损失也是无法估量的(据统计，70%的广告收益取决于咨询人员的专业程度)。如果一个备受青睐的产品，一项备受好评的服务，正逢进行售后服务跟进的时机却戛然而止，这给企业品牌提升和忠诚客户培养将造成多大的资源浪费呢！

1、市场调研

产品的创新，一方面要以现有的旅游资源为基础，另一方面要以国内游客的共同特点为基础。这些都离不开对旅游市场的调研。市场调研可以让产品设计者更加了解旅游资源的本质和国内游客的共同特点，从而有的放矢的进行旅游产品的创新。而不注重市场调研而设计出来的旅游产品，往往是设计者主观臆断的产物，其产品必然不会被市场接受。

2、注重产权保护

我们一些旅游企业缺乏创新的能力，往往在某种旅游产品很受市场欢迎时，抄袭、模仿这些独特、新颖的旅游产品，最终导致新品不“新”，独特不“独”，打击了产品设计者的积极性。我们可以通过旅游协会监督的方法，监督旅游产品的开发，营造良性竞争的环境。

3、高科技应用

科技产品的引入，可以满足游客多方面多层次的需求，深化游客的旅游体验。特别是体验型旅游产品的创新方面，先进的设备可以创造出近似真实的体验氛围，给予游客的感官充分的刺激。

4、人才培养

旅游产品的创新需要大量有理论知识和从业经验的专业人员。一些高学历的旅游专业人才虽然拥有大量的旅游专业知识，却缺乏旅游产品设计的实际经验；与之相对的是，大量旅游产品设计人员虽然有丰富的从业经验，却没有专业的理论指导。所以二者需要相互学习，以当前市场的需求为基础，并且通过理论预测旅游需求的变化，设计出满足消费者需要并且有柔性的旅游产品。

5、思维扩展

在进行旅游产品的创新过程中，开发人员的思维将决定着开发出来的旅游产品是否让消费市场接受。本文只是谈论了关于狭义的旅游产品的创新(游览产品、体验产品和旅游商品)，如果在饮食方面、住宿方面和交通方面进行创新开发，使产品不仅满足基本食、住、行的需求，更能满足游客旅游消费的需求，这样的基本生活消费品也就转化为了旅游产品。

企业对于寻求创新之道的需求从来没有比现在更迫切。竞争对手会迅速地觉察到新构想，并加以仿效。没有旅游公司可以停下脚步，只有那些不断致力于创造和革新的旅游公司才有机会拥有美好的未来。

旅游方案应该有项目篇六

促销的目的并不仅是为了销量。聚集人气、维护会员、卖新品、打击竞争对手、维护与品牌商的客情关系、提升终端形象、处理库存等都是促销的目的。有时是因为竞争对手在做

促销，所以我们跟进；有时是为了“讨好”一下你的供应商。

但是不要让一次促销承载太多的职能，如又处理库存又做毛利，类似这样的目标本身就是矛盾的，当精力和资源分散了，效果往往都不好。

二、促销的对象

讨好购买者，可以采取特价、派送、抽奖、回馈消费者的主题活动等；讨好使用者，可以采取包装内刮刮卡、开盖有奖等活动。促销资源是有限的，用力要集中，否则都讨好反而不一定有效果，要做好规划。促销可针对竞争对手的消费者、从未购买过我们产品的消费者以及我们产品的忠诚消费者展开。比如“妈妈班”邀请对象，除了现有会员外，要特别邀请非会员的潜在消费人群，这对提升你的业绩大有帮助。

三、促销的主题

为促销活动设计一个主题，使其师出有名，以掩饰我们做生意的本来意图及变相降价的负面影响。如以节庆贺礼、新品上市之名消除变相降价促销的负面影响。赋予活动一个恰当的主题，对吸引消费者参与的作用很大。促销主题，有点像散文的“神”，有了主题，我们在设计促销的其他环节如平面广告、产品组合、活动方式、宣传等方面就都能统一起来。没有了神，整个促销活动就会“魂飞魄散”。

四、促销的产品

促销产品可以是新品、销得的、销得最差的、知名度的、门店主推产品、直接针对竞品的策略性产品等，这和促销的目的直接挂钩。

如果做销量，那么用销得的产品来做活动最有效果；

打击竞品肯定用策略性产品；

做消费者沟通则用公司的主推形象产品。

促销时应根据不同类别产品的特点、市场拓展阶段、消费群结构、销售政策等因素，对主攻产品、助攻产品与应节产品/潜力产品进行有效组合，在终端形成交叉销售，相互带动销量提升。

五、促销的时间

促销在什么时间进行，进行多久，是个重要问题。

一个促销档期若跨两个周末，平均日销量一般会比只有一个周末好。如果做买赠、特卖，还要在促销协议中明确标注限量，否则在促销期间出现赠品/特价产品断货，就会面临消费者投诉的风险。促销时间应考虑节日（如双休日）与假日（如妇女节、儿童节、五一、十一等）之间的联系，整体推广态势以及竞争对手促销活动的周期，在促销时间上掌握切入点，从而有效借势和造势。

六、促销的地点

就促销地点的选择而言，如果是单店，就只用考虑店内店外的问题。如果是多店，就要考虑门店的选择、促销活动的联动效果，以及在时间、人和配合方面的问题。供应商主导的促销（会有政策支持）对门店的选择往往很重视，你若想争取供应商的资源，就去迎合他们。他们大多喜欢人流量大，形象好，地理位置好，并且店方对他们品牌较重视，有较强烈的合作意愿，愿意配合他们促销、备货、陈列、让利、宣传、定价等的门店。

七、促销的形式

促销形式主要是解决促销优惠方式、执行方式以及促销参与条件和起止条件的问题。主题促销应确定促销的目的与对象，考虑公司本阶段推广的重点，并以此目的来选择的组合形式，避免发生促销目的与形式不符的现象。可采用的形式有：买赠、降价、捆绑销售、派送、特殊陈列□dm□抽奖、现场活动等，每种形式都能设计很多创新的玩法，是创意的一个因素。而且各种形式可以在一个活动中组合使用。

文档为doc格式

旅游方案应该有项目篇七

随着城市化进程的加快，社会竞争的日趋激烈，人们愈向往走出喧闹的城市投奔自然，以期返朴归真、陶冶情操、宁静安神，乡村旅游应运而生。

黄山市乡野风光迷人，古村落星罗棋布，有着世外桃源般的意境，一座座青山绿水环抱的村落中，点缀着幢幢粉墙黛瓦、飞檐翘角的徽派建筑，村前田园遍布，到处弥漫着茶香、果香和稻香……“人尚古衣冠”的淳朴民风依然在这里延续，博大精深的徽州文化深深浸润着这方热土，是中外游客回归自然、体验风情的美好家园。

“古徽州、新黄山”将成为我市旅游发展的主旋律，如何打造好古徽州、特别是古徽州乡村旅游品牌，将是我市旅游业跨越式发展的又一个重点。古徽州乡村迷人的魅力、丰富多彩的民俗风情、和谐安详的人文环境，为打造“古徽州”乡村旅游品牌创造了良好的条件。要借助第xx届中国黄山国际旅游节期间举办的古徽州乡村旅游系列活动(古徽州乡村旅游线路推介、黟县乡村旅游考察、中国乡村旅游论坛举办、中国乡村旅游联盟建立等)，进一步烘托出古徽州乡村旅游品牌。

皖南古村落——西递、宏村被列为世界文化遗产，成为万众瞩目和心向往之的地方；黟县有“桃花源里人家”之称，让人

产生美好的憧憬。黟县理应成为古徽州乡村旅游品牌的核心，要加大以西递—宏村世界文化遗产地为龙头、其它特色各异古村落和外围乡村景点为辅助，整合包装风景游览、文化考察和休闲度假兼备的古徽州乡村旅游产品，打造古徽州乡村旅游品牌，引领徽州乡村旅游走向世界。

主题定位：中国画里乡村——徽州

水墨大徽州，江南挑花源

桃源意境以区别于江浙风情，并突出“水墨”色彩的艺术境界和徽文化底蕴，树立集自然生态美、生活方式美、文化艺术美于一体的大徽州文化乡村旅游目的地形象。

宣传口号：我的家园——徽州

进一步整合古徽州乡村旅游资源，打破区域及行政壁垒，在国内外市场炒热古徽州十大乡村精品旅游线，打造古徽州乡村旅游盛宴，营造黄山市乡村旅游目的地整体的良好形象。

- 1、徽州文化乡村游
- 2、新安山水徒步游
- 3、世界文化遗产探古游
- 4、祁门生态风情游
- 5、休宁乡村福地游
- 6、新安江山水画廊游
- 7、徽州古民居民俗风情游
- 8、徽风徽韵，乡音乡情——走进徽州之旅

9、追寻伟人足迹、亲临皖南事变发生地之旅

10、领袖祖籍地、徽州千年古村文化寻迹游

古徽州乡村旅游产品的推出，要注重古村落体验类乡村度假产品开发，满足摄影和绘画等艺术创作者、建筑学者、修学旅游者、背包旅游者、自驾车旅游者等的需求；以西递、宏村等重要古村落的民俗节庆活动为载体，在古村落中开发徽派建筑游、徽菜美食游、新安医学保健游、徽商寻踪游、徽州名人寻踪游、“徽墨”“歙砚”考察游、保健旅游、黄山名茶之乡游等旅游产品；注重展示“活”的徽州文化传统，包装三雕艺术表演、婚俗表演、叠罗汉、傩舞、抬阁等徽州民俗表演等。

五、黟县乡村旅游考察线路设计

黟县旅游主题定位：中国最艺术的乡村

黟县旅游主题口号：世界文化遗产，桃花源里人家——黟县

辅助口号：徽风清韵今犹在，水村山郭尽桃源——黟县

中国魅力名镇——西递宏村

以黟县政府所在地碧阳镇为旅游中心，设计考察线路(因为是考察，就较多地考虑了地域的关联性，忽略了不同开发主体的操作性)：

1、西递—宏村—塔川

2、西递—南屏—关麓—(屏山)

3、宏村—(龙池湾)—卢村木雕楼—塔川

在这三条乡村考察旅游线路中，要体现出：

- 1、美丽和谐的田园风光
- 2、古朴神秘的古村落
- 3、别具特色的民俗风情
- 4、丰富多彩的文化活动
- 5、富于特色的工艺品展示
- 6、体验旅游的情境设计

注：括号里的景点视时间而定。

各参观点特色展现与项目安排：

关麓：体现中国神奇连体建筑，展示米塑传统工艺；

屏山：体现“小桥、流水、人家”的山乡风韵，上演婚嫁习俗；

龙池湾：体现中国农耕文化，黟县民歌风情表演；

卢村木雕楼：体现徽州木雕艺术的精华，上演凤舞；

塔川：体现皖南美丽的秋色。

旅游方案应该有项目篇八

结合季节和幼儿年龄特征的需要，让孩子亲近海洋，探索海洋世界的奥秘，了解海洋生物与人类的关系，学会用多种方式创造性地表达对海洋世界的感受。开展亲子活动，共同体验集体亲子出游的愉快情感。

- 1、通过和爸爸妈妈一起参观海洋馆，让孩子近距离了解充满

趣味又令人惊奇的.海洋世界，体验活动所带来的乐趣，增进与家人之间的情感。

2、促进家长与幼儿园、家长与幼儿、家长与家长之间的沟通与交流。

时间□20xx年x月x日(星期五)

地点□xx海洋馆

方式：集体参观和分散亲子游戏相结合。

价格：大人150元/人小孩150元/人一大一小288元

参加对象：

中班段幼儿及家长(自愿报名)

领队老师□xx

负责人□xx

配备后勤人员：

医生一名、各班一名辅助老师。

1、班级教师对幼儿进行春游活动安全教育，增强幼儿安全防范意识和自我保护能力。

2、保健医生携带好急救用品。以防幼儿突发事情。

3、春游活动期间一切行动听指挥，准时出发，准时返校。

4、全体幼儿必须穿好校服，背好书包。

5、活动时要做到井然有序，教育幼儿不拥挤、不追跑、不打闹。上、下车有序。在车上不能大声喧哗，不能将头和手伸出窗外。

6、注意言行文明，爱护公物，不随地乱扔垃圾。

7、在每一次集合时班主任和导游做好清点好幼儿人数工作，确保幼儿安全。

旅游方案应该有项目篇九

一. 活动背景:

金色九月，我系学生干部队伍迎来了一批新的力量，为我系分团委、学生分会注入了新鲜的血液。

分团委、学生分会是一个大家庭、一个团队。做好团队的内部建设，对我们今后工作的开展具有一定的积极意义。作为分团委、学生分会的一员，学习如何与团队中的其他成员进行沟通、协作，彼此之间相互信任、理解，这是至关重要。

为了增进部门之间、学生干部之间的相互理解、共同协作，建设一支高质量高素质的学生干部队伍，为今后工作的开展打下良好的基础，我系心促部特策划了本次团训活动。

二. 活动主题:沟通、理解、合作—共建和谐团队

三. 活动对象:我系辅导员老师，分团委学生分会各部门部长

四. 活动时间:20xx年10月29日下午五点

五. 活动形式:团体出游

六. 活动流程:

1、前提准备:。

- (1) 讨论确定活动环节，包括骑单车游潮州新八景和凤凰洲烧烤
- (2) 联系多人单车店家和烧烤店家，做好经费预算工作
- (3) 讨论并确定本次活动的路线
- (4) 确定烧烤后游戏环节的内容
- (5) 由于活动时间确定在傍晚时分，出于安全性和时间的考虑，取消了骑单车游潮州活动。
- (6) 付定金，联系西区烧烤店准备烧烤食物。购买活动所需的东西
- (7) 借相机，方便我们可以合影留念。
- (8) 统计参与人员的空闲时间，确定一个大家都有空的时间来开展本次活动
- (9) 活动当天提前到达凤凰洲，做好准备工作。

2、活动过程

- (1) 29日下午五点在伟南楼集中，大家一起步行到凤凰洲
- (2) 分组开始烧烤活动
- (3) 烧烤结束后开始我们的游戏环节
- (4) 活动总结
- (5) 步行回学校，途中注意安全

3. 具体游戏

游戏一电波的速度

时间:10分钟

人数:不限, 越多越好。

道具:秒表。

概述:这个一个快速而且简单的小游戏。它可以使整个小组协同工作, 并给他们带来欢笑。

目的:

1. 增强小组凝聚力。
2. 激励小组挑战自己、超越自己。

准备:

步骤:

1. 让所有队员手拉手站成一圈。
2. 随意在圈中选出一个人, 让他用自己的左手捏一下相邻同伴的右手。问第二个人是否感受到了队友传递过来的捏手信号, 这里我们把它称为“电波”。告诉大家收到“电波”后要迅速把电波传递给下一个队友, 也就是要快速地捏一下下一位队友的手。这样一直继续下去, 直到“电波”返回起点。
3. 告诉大家你将用秒表记录“电波”跑一圈所需要的时间。然后大喊:“游戏开始!”, 并开始计时。
4. 告诉大家“电波”传递一圈所用的时间, 鼓励一下大家, 然

后让大家重新再做一次电波传递，希望这次传递能更快一些。

5. 让队员们重复做几次电波传递，记录下每次传递所用的时间。

6. 等大家都熟练起来之后，变更“电波”的传递方向，使电波由原来的沿顺时针方向传递变为沿逆时针方向传递。

7. “电波”沿着新方向被传递几次之后，再一次让队员们逆转“电波”的方向，同时让队员们闭上眼睛或是背向圆心站立。

8. 在游戏快要结束的时候，为了使游戏更加有趣，悄悄告诉第一个人同时向两个方向传递“电波”，而且不要声张，看看这样会带来什么有趣的效果。

讨论问题示例：

- 为什么“电波”传递方向突然改变后，“电波”传递速度会变慢？

- 为什么闭上眼睛后，“电波”传递速度会变慢？

- 在“电波”沿两个方向同时传递的情况下。“电波源”对面的队员们感受如何？

变通：可以用其他方式传递电波，比如轻轻敲打同伴或是吹口哨。

游戏二糖衣炮弹

时间：30分钟-1小时

人数：不限

道具：

- 两种颜色的纸团，每个队员5块颜色相同的纸团。
- 两种颜色的头巾，每个队员一条头巾，头巾的颜色要与队员手中的果汁软糖的颜色相同。
- 哨子。

概述:这是几个适合在树林里玩的游戏之一。

目的:

1. 让两个小组展开竞争。
2. 增强团队精神。

准备:

在游戏开始前，选择一块比较大的游戏场地作为“战场”，两个小组将在这个战场中展开战斗。理想的情况下，战场中最好有比较多的能够隐蔽的地方。你可以通过在树上绑上彩带来标记战场的边界。

步骤:

1. 选出几个队员做监护员之后，把剩下的队员分成两组。两个小组不但要求人数相同，而且在运动能力和身体灵活性方面也要大体上水平相当。
2. 根据果汁软糖的颜色给两个小组命名。如果你买的是白色和红色的果汁软糖，那么把一个队称为白队，另一个队称为红队。把白色的头巾发给白队，红色的头巾发给红队。给白队的每个队员发5块白色的果汁软糖；给红队的每个队员发5块红色的果汁软糖。
3. 告诉所有队员边界的位置。告诉他们在游戏中，两个小组

将各占据边界的一端，游戏开始后，两个小组都要快速向对方阵地前进，抢先到达对方阵地的小组获胜，注意这里的到达指的是整个小组全部到达对方阵地。

4. 宣布游戏规则。听到吹哨后各小组才可以开始前进。在前进的过程中，可以用手中的果汁软糖向对手“射击”。被对手击中的人必须至少静止30秒后方可移动。被击中3次的队员必须返回起点，重新开始。不允许用果汁软糖“射击”对手的头部或脖子。每个小组都可以反复使用落在地上的果汁软糖，但是必须是与自己小组颜色相同的果汁软糖。一旦某个小组成员到达了对方的阵地，他就彻底安全了，不会再受到软糖的威胁。

5. 游戏规则讲解清楚之后，让两个小组各占据边界的一端，给他们5分钟的时间做战略战术部署，然后吹哨，开始游戏。

游戏三。爆球运动

人员安排：分成两组，每组人数一样（每组不超过20人）

道具：红黄蓝绿气球各十个

概述：这是一个会使队员们汗流浹背的游戏，在整个游戏过程中，大家将会不停地跑，不停地笑。

步骤：1. 将每组均分两队，给每个队员发代表自己队颜色的气球

2、让队员把气球藏在自己身上，可以绑在背上等地方

3、给各组队员三分钟的时间讨论策略

4、等所有队员的气球都藏好后，主持人宣布游戏开始

5、两队的队员可以在规定范围内跑动，攻击别的队的气球

6、看哪组的气球最快爆光，哪组的气球还能坚持到最后。

讨论问题示例：

- 你们在游戏过程中碰到了什么问题？怎样分析问题的？每个人都做了什么？
- 大家在游戏的过程中是像一个整体呢，还是像一盘散沙？
- 游戏开始前多花一点时间计划是否会有助于提高成绩？

游戏四。花解语情

时间：20分钟

1、将所有成员分成4小组，根据主持人所给的花语解析图，给各个组员选择适当的花，写在卡纸上，最好能画出来，并适当说明原因，附上祝福的话语。

2、所有成员互相交换纸花，看自己收到最多的花是什么，就能大致知道他人对你的评价如何。

3、结合暖身活动中主客观的优点评价，两者取得统一后，就能帮助你更全面地认识自己。描述一下重新认识到的自己，跟大家谈谈你的心里话。

七. 活动经费预算：

若考虑全部人都参加的话，即包括三位辅导员，分团委助理书记和学生分会主席，31名部长，总计36人。

凤凰洲门票，由烧烤阿姨带能收半票，即 $2 \times 5 \times 36 = 90$ 元

烧烤用具，若只租用烧烤炉，每炉要20元 $\square 20 \times 4 = 80$ 元

烧烤食物，每人大概14元，即 $14 \times 36 = 504$ 元

零食水果类，20元

饮料预算： $6 \times 4 = 24$ 元

总计：726元

八. 预期效果

旅游方案应该有项目篇十

“6·16”安全生产宣传咨询日活动是20xx年全县“安全生产月”的“十大行动”之一。按照《全县20xx年“安全生产月”活动方案》的要求，为增强全民应急意识、提升公众安全素质、提高防灾减灾救灾能力，县旅游局制定本活动方案：

一、指导思想

为了进一步贯彻落实省市安监部门“安全生产月”文件精神，加强旅游安全教育，提高广大市民法治意识、安全防范意识和自我保护能力，通过开展这次宣传教育活动，深入宣传旅游法规、文明旅游、紧急预案、投诉平台等旅游安全重点工作及安全知识，向全体市民朋友明确了旅游安全的重要意义，提升公众安全素质，增强全民应急意识，有效防范和坚决遏制各类旅游安全事故发生，推动全县旅游安全生产形势持续稳定发展。

二、举办时间：

20xx年x月16日08：30——10：30

三、举办地点：

县人民广场

四、牵头单位：

县旅游局

五、责任单位：

蕲春县旅游协会、蕲春县导游协会、蕲艾产业协会。

六：活动安排：

总统筹□xxx□xxx

总协调□xxx□xxx

后勤□xxx□xxx□xxx□xxx

秘书长□xxx□xxx□xxx

七、工作措施

1、宣传造势□x月13—15日为宣传发动阶段，通过开会或旅游微信平台向全社会发布消息，引导旅行社、酒店、景区和健康企业积极参与这项活动中，广泛发动群众参与这项活动，为安全旅游营造浓厚氛围。

2、活动安排

(1) 14号。由海旅行社张锦锦牵头，统计参加此次宣传活动的旅游企业名单和人数。

(2) 15号。由五洲旅行社程发牵头，组织旅游企业勘探现场，提前准备宣传活动的座椅和帐篷、统一制作各旅游企业宣传

横幅。

(3) 16号上午7:30。所有旅游企业提前进场，按照提前指定进入活动区间位置。

(4) 每个参与旅游企业最少选派一人参加活动。由两人指定发放县旅游局准备的宣传资料，各企业也可自行发放各自宣传产品。

(5) 10:30活动结束后，由红太阳吴润国牵头后勤清场事宜。

八、有关要求：

1、“安全第一，警钟长鸣”希望我们每一个旅游企业都能够参与进来，五洲为此次活动总集合点和联络处，华海和百事通为具体联络员。

2、这次活动既是一次宣传旅游安全活动，也是一次展现蕲春旅游企业形象的大好机会，各旅游企业要提前做好充分地准备，对待游客要热情、周到，要提前准备热水和茶叶，建议由龙之行、巅峰、宝中、徐东具体接待。

3、考虑到天气逐渐炎热，旅游企业可以定制一批矿泉水和扇子等礼品进行宣传发放。

4、各企业制作的宣传展架要统一摆放，路程较远的企业提前一天把宣传品送至人民广场各旅行社和门市部寄放，由五洲旅行社程发统筹。

5、宣传活动要体现蕲春旅游人的素质，建议由红太阳、普天行、悠悦、东方国旅负责搬运桌椅；散场后建议由海、康辉、易游天下、海外四家企业派人清扫现场。

文档为doc格式