

景区宣传及营销方案(精选5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

景区宣传及营销方案篇一

阳春三月，草长莺飞。正是在这样的季节里，满怀着对美好未来的憧憬，我们共同迎来了充满希望的20xx年。春天里，让我们放飞心情，走进自然。

一、活动主题

放飞心情，走进自然

二、活动目的

为进一步加强员工间的交流与沟通，增强员工凝聚力及集体荣誉感，公司拟定于3月份组织蓟县两日游活动。

三、活动时间

20xx年3月某日

四、活动地点

某旅游景区

五、活动对象

公司全体员工自愿报名参加，可带一名家属

六、活动分工

1、请各部门秘书统计外出游玩的人数，并于3月某日报主办部门。主办部门根据汇总人数进行分组，并召开小组长会议，每组由小组长负责。

2、由主办部门负责确定旅游线路、安排住宿事宜及联系往返车辆，并将集合时间及地点及时通知各小组组长，由各小组组长负责通知本小组人员。

景区宣传及营销方案篇二

根据国家旅游局、四川省旅游局和成都市旅游局下发的《“品质旅游、伴你远行”旅游公益宣传活动方案》文件精神要求，全面贯彻落实好成都市“2012年全国旅游服务质量提升年”活动，结合我市旅游业发展实际，特制定本实施方案。

一、活动主题

品质旅游、理性消费、文明旅游

二、活动方式和具体措施

（一）途径宣传旅游公益广告片

（二）开展文明旅游、理性消费进社区活动

充分利用2012年4月第二周为全国“文明旅游、理性消费”进社区宣传活动契机，组织各旅游企业深入社区，向消费者宣传如何提防低价陷阱，共同关注文明旅游及安全维权等事项。

（三）组织媒体、记者报道“品质旅游、伴你远行”质量万

里行活动

6月10日-7月10日配合实施好我县“品质旅游、伴你远行”相关收集采访信息，为质量年营造良好氛围，于7月10日前将此活动开展情况上报成都市旅游局。

（四）落实志愿者进旅游景点活动

在9月19日-27日，配合成都市旅游局做好高校旅游专业，旅游学校志愿者学生结合世界旅游日宣传活动，深入景区、景点宣传“品质旅游、理性消费”，并发放宣传品。

（五）多方面、全方面宣传

在活动期间，采取固定宣传点、公益广告栏广泛宣传“品质旅游、伴你远行”活动，动员旅行社、饭店、景区（点）、火车站、车站等人员相对集中的地方定点宣传。

【范例】

旅游早已经成为我们生活中一项必不可少的活动了，在经济大发展的前提下，越来越多的人选择在空闲的时间参加旅游活动。这些都是促进我们国家经济再发展的重要途径，也是扩大内需，提高人们生活的必要措施，相信我们的国家旅游产业一定会在经济发展的带动下更快速的发展！

一、序言

随着社会的进步，经济的发展，人们的生活

二、活动背景及目的活动背景：

xx山景点的免费开放，给居民出行旅游带来了极大的方便，但同时也带来了很大的卫生隐患，随着游客数量的爆炸式激

增，提倡绿色旅游，文明旅游已经刻不容缓。公益的事情靠的是全社会各阶层人的共同努力，作为大学生，我们很有必要参与到这么一项全民活动中来，鼓励用暑假的时间推出这么一项公益活动。

活动目的：

1、通过制作千纸鹤，带动气氛，宣传环保节约的的绿色旅游理念；

3、通过景点管理部门的支持，引起大的反响，达到“文明岳麓，文明长沙”的目的；

4、通过用废纸进行写毛笔字，争强大家的环保意识和突出活动主题；

5、我们通过手把手的教折纸鹤及写毛笔字更是调动了全员参与的主题

6、通过活动宣传，增强中南大学社会实践俱乐部的知名度

三、活动可行性分析

近年来，随着民众出行频率上的上升，旅游景点的管理日益成为一个严重的问题，而岳麓山的免费开放，无疑加大这一管理难度，因而引起各个部门的关注与重视，通过一些措施，民众的环保意识日益增强，因而此次活动正好为游客环保理念打一针强心剂；另外，游客旅游的目的是为了享受大自然的自然风光，内心对文明旅游绿色旅游都是很支持的：此次是公益活动，不会受到排斥；经费花费比较少，具体可行。

四、活动大致安排

活动名称：环保小纸鹤，千人大比拼！

活动主题：绿色旅游

活动时间：2012年7月10日

活动地点□xx山

主办单位□xx大学社会

协办单位□xx山管理部门

活动内容：

活动宣传阶段（2012年7月5日）：一. 在从西大门到观光长廊沿途设温馨标语，提醒上山的游客活动的地点和时间，同时宣传环保绿色的理念；二. 同时在观光长廊的两侧拉上横幅“环保小纸鹤，千人大比拼”，引起游客的注意；三. 同时利用多媒体播放一些关于岳麓山，关于环保的歌曲民谣，为活动造势。

活动实施阶段：一. 利用平时收集的废纸制作千纸鹤，挂在屋檐或者树枝上，并带动游客们叠制千纸鹤，同时宣传环保理念；二. 举行“环保知识有奖竞答”的游戏，进一步宣传环保的理念；三. 温馨寄语——让游客对此次活动留言，提出在旅游景点管理上的意见和建议。

五、活动所需资源

人力资源： 3人，充当活动各环节主要负责人

中南大学生若干，协助本组织完成各环节工作

物力资源：大型横幅一张（共10小张）

温馨小标语若干（贴在沿途）

麦克风一套

遮阳伞一把

旧白纸若干

小贴士若干

红纸三张

六、活动具体实施

1、活动前期准备：与活动相关的单位进行沟通、组织宣传（包括志愿者招募）。

设立一个应急小组，由三人组成，用于应对突发状况。

（1）7月5日10点，开始张贴宣传单，悬挂横幅四条，横幅内容为“环保小纸鹤，千人大比拼”。具体安排是在西大门到观光长廊沿途处张贴温馨小贴士，横幅挂在观光长廊附近的路上方。这方面的工作由三人负责落实。

（2）7月5日11点，在遮阳伞附近设置一个绿色驿站，制作并挂制千纸鹤，并放音乐吸引人参与，分别由三人负责。

2、实施阶段

（1）12点，第一项活动：宣传绿色环保，千人制作纸鹤送祝福，在我们的带领和宣传下，发动游客制作千纸鹤，并送祝福。

（2）第二项，环保知识有奖竞答。宣传带动游客积极参与，提高其环保意识；

（3）第三项

活动留言：穿插在前两个活动中进行，在游客想离开时，对我们此次活动写下自己的意见和建议。

3、后期活动：

- (1) 开会总结
- (2) 张贴感谢信
- (3) 写活动总结
- (4) 进行活动成果展示

若为阴雨天气则推迟展示时间。

这一次策划，已经将我们要做好的事情基本做好了，要考虑的事情也已经基本做好了，这些都是我们在不断的发展中做好的，这些都是我们一直以来不断的前进之后得到的成果，这些都是我们曾经的骄傲和自豪，相信自己一定能够做好！

景区宣传及营销方案篇三

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。

景区宣传及营销方案篇四

生态旅游(ecotourism)是指“为了解当地环境的文化与自然历史知识，有目的到自然区域所做的旅游，这种旅游活动的开展在尽量不改变生态系统完整的同时，创造经济发展机会，让自然资源的保护在财政上使当地居民受益”。

生态旅游产品是一种满足旅游者在旅游活动过程中的精神、文化、生活需求的物质实体和非物质形态的服务，它是旅游者支付一定的金钱、时间和精力所获得的一种特殊的经历和体验。广义的生态旅游产品由吸引物（景观）、设施和服务三类要素所构成。本文中的生态旅游产品指的是以生态旅游资源为中心吸引物，按生态学目标和要求，以实现环境优化组合、物质能量的循环、经济与社会协调发展而又具有较高观赏价值的旅游产品，是狭义的生态旅游产品即生态旅游吸引物，有时可以粗略地等同于通俗意义上的生态旅游景点(区)。

二、海南xx生态旅游产品的营销环境分析

营销环境是生态旅游产品市场营销取得成功的因素之一。任何生态旅游产品营销主体的营销活动都是在一定的时空环境下进行的，都要受到内部和外部条件的制约，这一系列条件，就是生态旅游产品营销主体的营销环境。只有主动地、充分地使营销活动与营销环境相适应，才能使生态旅游产品的营销活动产生效果。

1、优势(superior)

xx生态环境保护完好，旅游资源得天独厚[]xx地处热带，森林覆盖率达到65%以上。美丽的石梅湾、日月湾、南燕湾和神州

半岛，配上优质的温泉、洁白的沙滩、宽阔的海域、碧蓝的海水、千姿百态的动植物，是休闲、度假、疗养、观光、科学研究、教育、探险的选择。同时xx还是多民族地区和东南亚侨乡，在其土地上衍养生息着19个少数民族和21个国家、地区归侨，形成了独特的地方民风民俗和浓郁的东南亚风情。良好的气候条件，众多的热带植物，配上独特的民俗风情和优越的地理位置（位于三亚和海口两个城市之间交通四通发达），使得xx生态旅游具有很强的吸引力。

2、劣势(weakness)

（1）缺乏科学合理的规划□xx生态旅游景点多而杂，布局不合理。生态旅游尚处于低层次、粗放型的发展状态，造成了旅游资源的极大浪费。

（2）旅游配套产品稀少，旅游花费结构不尽合理。在旅游者的旅游花费中，用于住宿、餐饮、长途交通、游览等基本旅游消费的支出所占比重达高于发达国家30%~40%的比重；而非基本旅游消费支出所占比重仅，趋近了国际上30%的最低警戒线水平。

（3）客源市场不均衡。在20xx年接待旅游过夜人数中，接待国内旅游过夜人数约万，客源主要来自广东、北京、上海；接待境外旅游者仅18658人，港澳台同胞为23618人，且从20xx年起国外旅游人数呈逐年下降趋势。表明客源市场重国内轻国外的现象较为突出。

（4）无序竞争久禁不止。由于旅行社数目的剧增，使得旅行社企业之间的竞争越来越激烈，有些旅行社为了生存，采用了“零”团费、“负”团费的办法将旅游收益转嫁到导游和旅游车驾驶人员身上，依靠景点门票和购物的回扣或宰客增加旅游收益的现象时有发生，严重地影响了旅游者的旅游质量和败坏了旅游目的地的旅游形象。

3、机会(opportunities)

(1) 生态旅游业面临着巨大的市场需求。据专家预测，在未来的一个时期，随着城乡居民收入水平的提高和闲暇时间的增多，对旅游的需求将会越来越大，特别是国家采取鼓励发展的“假日经济”政策，假期的延长，为人们出门旅游提供了的机会，而生态型度假休闲旅游将是人们（特别是城市居民）的一大需求。

景区宣传及营销方案篇五

国庆节是祖国妈妈的生日，为了让幼儿了解十月一日是国庆节，知道*是中国的*，中国的*雄壮有力，是中国首都的象征，长江、黄河是中国的象征。幼儿园将通过让幼儿了解多个民族传统习俗文化，激发幼儿喜欢各民族的情感；与同伴共同欣赏各地游览的照片，领略祖国山河的秀丽；收集展览各地特产宝藏，让幼儿们知道祖国地大物博。

1、知道我是中国人，了解中国的名胜古迹和重要的人、事、物，萌发幼儿爱祖国的的情感。

2、知道我国是个多民族的大家庭，并让幼儿了解各民族的传统文化，激发幼儿喜爱各民族的情感。

20-x——20--

各班活动室

1、我是中国人

2、我爱我的祖国

a知道10月1日是祖国妈妈的生日，10月1日我们又叫国庆节

b感知祖国的地大物博(认识中国的首都：中国的两大河，中国有56个民族。中国的*，我们的*)

c幼儿分享照片及收集的物品

3、送给祖国妈妈的生日祝福

a制作*

小托班：粘贴画

中班：撕贴画

大班：线条画

b学唱*

1、国庆七天假期里如果您带孩子旅游，请把祖国的大好河山及孩子活泼可爱的游览瞬间用镜头记录下来，来园时注明：风景拍摄地、宝宝姓名。可以教会孩子口头介绍游览过的地方，以便来园和小朋友分享。

2、幼儿收集各地土特产、服饰的包装盒、袋等，举办“祖国特产展”、“民族服饰展”，师幼共同讨论展览的位置、物品的分类等。

心动不如行动，我们用自己的方式祝福祖国生日，我们也用自己的方式帮助孩子们更多的认识我们的国家，我们的孩子也因这种方式而多了感受大好河山的机会。期待您的参与！