

2023年全区旅游宣传营销工作计划 旅游景区营销全年工作计划(优质5篇)

计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。什么样的计划才是有效的呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

全区旅游宣传营销工作计划 旅游景区营销全年工作计划篇一

我局要求各县(市、区)旅游局把此次开展的火灾隐患大排查，与旅游星级饭店年度复核□a级旅游景区评定、旅行社执法检查有机结合起来，对各旅游星级饭店□a级旅游景区、旅行社营业场所进行排查。例如，6月10日，武夷山市旅游局联合消防大队对武夷山市18家旅游星级饭店进行消防大排查、大整治，根据检查情况反映，部分场所存在着消防设施损坏或配备不足，主要有灭火器、应急灯、疏散指示标志；部分酒店员工对消防常识和场所消防器材的操作使用不够熟练；部分酒店消防设施检查保养记录不完善，消防安全制度和消防安全责任落实不到位。对酒店存在的问题武夷山市旅游局要求酒店负责人及时整改到位。4月20日-26日，延平区旅游局组织行业管理股、市场开发股、安办等有关科室消防安全“五大”活动工作领导小组成员，深入溪源景区、三千八百坎景区、5家旅游星级饭店、10家旅行社进行深入细致的消防安全工作大检查，重点检查消防设备、安全通道等，检查期间下发整改通知书2份，责令限期整改，为延平区节假日旅游安全和全年消防安全工作打下了良好的基础。

(二)集中开展消防安全大宣传、大培训

我局针对近期火灾事故中暴露出公众消防安全意识不强、素质不高等突出问题，利用企业会议、标语、展板、墙报、员

工园地led显示屏、安全标志标牌、饭店客房电视和床头温馨提示牌以及服务指南等载体和方式，对游客、企业员工等，扎实开展消防安全知识教育和培训，开展灭火和疏散逃生演练，增强消防安全意识，提高火灾防范、避险防灾能力。例如，1月初，延平区旅游局联合消防大队专门召开了全区40余家高层宾馆酒店负责人参加的消防安全动员大会，着重通报了上海“火灾”惨案情况，阐述了高层防火安全工作的重要性，以提高大家的消防安全意识。同时，请区消防大队战士进行现场使用消防设施演练，讲授高层逃生方法及消防安全基本常识。同时，利用“安全生产月”等活动，印发《旅游企业消防安全知识》宣传单20xx份到各旅游企业，各旅游景区(点)通过采取悬挂主题横幅、宣传画等多渠道加大消防安全生产工作的宣传力度。使全区旅游企业的从业人员进一步增强了安全意识和做好消防安全工作的主动性。4月28日下午，武夷山市旅游局在远华国际大饭店召开了20xx年旅游行业管理暨“五一”小长假工作部署会，要求各旅游企业对消防安全进行宣传，在单位悬挂消防安全口号，做好企业人员的消防技能培训，认真开展消防演练。6月初，邵武金秋宾馆、大本营旅行社等企业，利用led电子屏幕滚动播出消防安全生产标语，取得了较好的效果。

(三) 集中开展大练兵活动

认真组织旅游企业参加消防部门的消防演练，切实形成有效处置突发事件的合力。加强多种形式消防队伍训练，要求旅游企业消防人员根据企业性质和火灾特点，配强装备，制定训练计划，科学施训，每年开展不少于1次实战演练。例如，6月12日，武夷山交通大酒店对员工进行消防安全培训、消防演练、学习《消防法》，并在学习活动最后还进行考核，通过培训和演练极大地提高全体员工的消防安全意识。6月11日，邵武市假日国际大酒店结合开展“安全生产月”活动，组织全体员工开展一场以“关爱生命，安全发展”为主题的消防演练活动，进一步增强了管理人员和酒店员工的应

急能力和消防意识。

据初步统计，全市已累计出动检查组15个，检查单位总数70家，排查旅游星级饭店28家，发现火灾隐患18处，整改火灾隐患18处。累计发放消防宣传品和资料5500余份，开展消防志愿服务活动33次，播出消防公益广告电子屏幕户外视频45块，为夯实我市旅游消防安全“防火墙”工作奠定坚实基础。

“五一”期间我局将餐饮服务食品安全保障工作当作当前的头等大事，制定了《2013年“五一”期间旅游景区餐饮服务食品安全专项整治工作方案》，成立了应急处理小组，并确保通讯畅通，做好了突发事件应急处置的准备工作。截至5月6日，我局共出动监管人员16人次，出动车辆2车次，检查旅游景区餐饮单位6户次。针对餐饮服务重要环节的餐饮服务许可证及从业人员健康持证、卫生管理制度的执行、食品原料来源及索证记录、食品加工、储存过程的卫生管理、餐饮具消毒等情况进行了全面检查，并对要求餐饮单位在“五一”期间大型接待活动要进行申报。同时我局还要求承办婚宴的餐饮单位做好群体性聚餐申报及留样工作，及时将申报表报我所备案，以防范食物中毒事件的发生。

本次检查总体情况较好，但也发现个别单位存在从业人员无证上岗、餐饮具消毒不规范等问题，针对存在的问题监管人员下达了监督意见书，提出了整改意见和要求，加强了相关卫生知识的宣传，并要求业主严格自律，加强内部管理，消除各种饮食安全隐患，确保“五一”期间消费者的餐饮消费安全。

x年是景区经营管理年，在上级领导的指导及兄弟单位的支持下，景区按照标准制定了严格的管理制度，落实了安全生产责任、规范管理，全体员工围绕着把景区打造成“人与自然和谐的欢乐谷”的目标而努力奋斗。

全区旅游宣传营销工作计划 旅游景区营销全年工作计划篇二

一季度营收2765万元，同比增长10%;利润408万元，同比增长110%;客运量92万元，同比增长;客运周转量13125万人公里，同比增长。

主要原因是公司化经营的大力的发展，新辟班线上线;其二是由于内部管理的加强，各项规章制度均得到严格执行，查处“三私行为”力度的加大。

二季度工作计划是：

一、全力以赴抓好五一端午假日运输工作。精心组织，确保旅客走好走了，科学调度，组织好加班工作，确保争产增收。

二、开拓农公客运市场。组织运务人员调研周边农村客运市场和所有未开通的省内县际班线，为公司经济发展增加新的增长源。

四、重点抓好汽车站站场建设。抓紧施工客运站建设工程，确保尽早投入使用。积极争取交通主管部门的支持和帮助，全面提升车站的档次，将汽车站打造成现代化、精品型车站。

五、整合修理资源，筹建修理基地。大力发展车辆修理和油材料供应，保证公司化经营的车辆修理和油材料供应的要求。协调解决修理厂用地与陶瓷市场的矛盾。

六、做好飞鹿驾校的筹备工作。充分利用当前站场资源，大力拓展增值业务，为公司增添新的增长点。目前驾校前期各项准备工作就绪，力争在学生放假前开学收人。

七、做好汽车站门前绿化岛整体迁移工作。由于当前绿化设计不合理，阻隔交通，给旅客零距离换乘带来诸多不便，影

响窗口形象，因此绿岛迁移刻不容缓，为此请求市局向市呈报，能给予协调处理。

八、做好交通安全工作和世博会维稳工作。公司从上到下，进行了周密的部署。增岗严查，做好登记工作。强化动态管理，安装gps监控系统，组建监控室实行有效管理，确保行车安全。确保不发生重大道路交通事故和治安事件，为世博会创造了良好的旅客运输环境和治安环境。此外，我们还将增开至上海班线，方便旅客出行。

九、继续把旅客包车运输作为公司发展战略的一个重点来抓，进一步做大旅游包车服务市场。继续加大投入购买豪华大客车，准备购买4辆51座豪华大巴，用于旅游市场开拓发展。

十、按照海陵区的要求，积极做好老站拆迁前期调查摸底工作，积极与拆迁办进行对接，确保不吃亏。

全区旅游宣传营销工作计划 旅游景区营销全年工作计划篇三

大学生旅游这是整个旅游市场独立而又特殊的组成部分，大学生在有钱又有闲的前提下，对旅游表现出了较大的兴趣。调查显示，有90%的人表示喜欢旅游，其中非常喜爱的人占48%以上，远远高于其他人群；大学生全年用于旅游的支出大约300—500元左右，单次旅游成本在100—200元；全年平均旅游1—2次，旅游的目的主要是欣赏景观、休闲散心和增长见闻，在旅游地的偏好上，自然风光占有很大的比重，其次是滨海旅游、名胜古迹，再次为民俗风情；由于大学生在校闲暇时间较多，追求浪漫和体验型项目的心理需要，而经济方面的制约，支付能力不足，从而追求浪漫情趣、偏好山水风光及好热闹的现象更加明显。从旅游时间上看，大学生旅游主要集中在寒暑假，另外国家法定假日、随心情出游也占一定的比例，旅游时长一般为2—5天，多以省内短途旅游为主，影响大学生旅游地选择的因素主要是旅游地的宣传及朋友的

介绍，所以作为旅游景点应该主动出击，抢先占领这块市场。

有鉴于此，特开辟旅游板块，目的就是将优秀的旅游景点推荐给大学生，一方面方便大学生选择心仪的景点，另一方面不仅为景区带来了新的客源，同时大学生热衷与朋友分享的特性，也在客观上提高了景区的知名度。

(一) 旅游专版版面规划

(二) 客户分析

2、旅游景点：品牌包装、项目活动推广、广告发布

3、旅行社：广告发布

4、旅游其他服务业务(交通购物娱乐餐饮等)：广告发布及产品置换业务

三、对于企业宣传的优势：

1、一期45000份的发行量可以让更多的大学生了解和认识您的企业和产品。

2、具有很强针对性和灵活性的发行方式在最短的时间内让您的目标客户看到你的宣传内容。

3、丰富多彩的内容和美观新颖的设计风格，在第一时间锁定消费者的眼球，从而激起消费者的消费欲望，真正做到引领大众消费。

4、精美的制作必将吸引每一位看到报纸的读者，可想而知，它的阅读率和保存价值是非常高的，那么商家的广告宣传效果定是持续高效且长久的。

5、专业的企业策划队伍，为您的企业提供极具竞争力的策划

方案，必将实现企业效益的突飞猛进。

全区旅游宣传营销工作计划 旅游景区营销全年工作计划篇四

加强旅行社安全工作管理，确保各项旅游安全制度的贯彻落实，旅行社成立以总经理为组长、各部门负责人为副组长的工作领导小组，总经理是旅行社安全工作第一责任人，全面负责旅行社安全工作，对其他各成员进行具体分工，职责明确，责任到人，要做到分工合作，齐抓共管。努力提升广大游客满意度，推动旅行社在市场化竞争中创机制、转方式、促发展。

- 1、坚决杜绝以不合理的低价组织旅游活动，通过安排购物或另付费项目获取回扣以及其他侵害旅游者权益的违法行为。
- 2、坚决不与无资质经营旅游业务旅行社合作、不采用无运营资质旅游车辆、不使用无导游资格执业人员。
- 3、不强迫或者变相强迫旅游者购物，通过合同外加点收费等欺客宰客行为。
- 4、严格遵守国家法律法规，在旅游业务范围内经营，受委托招徕业务及时向旅游部门报备。

导游员在工作中要认真履行安全生产责任，努力完成责任目标：

- 1、导游员必须掌握旅游安全工作常识；
- 7、安全事故处理结束后，要及时将事故发生基本情况形成书面材料，报旅行社备案。

全区旅游宣传营销工作计划 旅游景区营销全年工作计划篇五

冰峪沟风景区位于庄河市北部山区距大连市内240公里。全区约有110平方公里。龙华、拦马、芙蓉三山屏蔽英纳、小峪两河盘绕。这里林木参天，山清水秀，峰回溪转，宛如江南风景，素有“辽南小桂林”之美称。但这里的风景既不同于桂林山水又不同于黄山云海，有其独特的风格和韵味。

关于“冰峪”名称的来历，人们也许不会和古战场联系起来。相传，唐朝薛仁贵东征时，曾在这里安营扎寨。唐太宗李世民到此抚军，见这里确是“一夫当关，万夫莫开”之地，便赐名“兵御”，又称“冰峪”。当地的农民曾在沟里发现大批古代行军锅及铸造兵器的遗址。

丰富的植物与山体资源和众多人文传说，使冰峪沟变得更加神秘。为拓展冰峪沟文化内涵，提升冰峪沟风景区知名度，必须强化对景区的对外宣传力度，同时组织丰富多彩的景区节庆文化活动和特色文化活动。通过对外宣传，提升冰峪沟的知名度；通过各种节庆活动的开展，放大节庆效应，打造冰峪沟特色旅游品牌，使冰峪沟变成游客旅游的首选地、生态旅游旅游的胜地。通过节庆活动的开展，提升景区的知名度、凝聚人气、吸引客源。

1、做好冰峪沟旅游风景区的对外宣传工作

旅游景区的宣传和推广是景区进入经营阶段后非常重要的工作内容和环节。它的成败直接关系到景区的经济和社会效益问题。为此，许多景区管理者不惜重金拓展推广渠道，加大宣传力度，把景点让目标市场的客户知晓，获得最大的市场效果。

(4) 参加各类的旅游推介会；

(5) 在发行量大的报刊上刊登宣传广告；

(6) 与旅行社合作共同宣传。

其他宣传推介形式，如名片宣传、短信宣传□dm广告等。

推出广告的时间，一般选在景区节庆活动和旅游旺季到来之前进行，因为这些时间段都是进行旅游推介的重要时间节点。广告具有一定的滞后性，其效果会经过一段时间才能反映出来，而我们可以利用这段时间加强与旅行社的合作，来强化广告效应吗，推出具体的旅游线路来增强其可操作性，以增强游客来旅游的信心。

2、在景区开展丰富多彩的节庆特色文化活动。

在景区组织大型节庆活动，以节庆活动促进旅游，是迅速提高旅游景点知名度的有效方法。如山东潍坊的风筝节、河北吴桥的杂技节等等，引起世界关注，对其旅游区的国际旅游形象是一个很好的宣传。文化是旅游节庆活动的灵魂。

(1) 继续举办“冰灯会”和各种冰上娱乐活动。

(2) 组织青少年夏令营活动，以带动庞大的青少年客源。

(3) 在每年的8月份，组织冰峪沟旅游节，邀请媒体，对ing欲购风景区作深度宣传报道。

3、加强对冰峪沟旅游产品的进一步开发，为游客展现更多冰峪沟的魅力点。

景区内的山属千山余脉，石英岩结构，是黄河以北罕见的保存完整的喀斯特地貌；景区内植被丰富，森林覆盖率达90%以上。在1740公顷原生型生态森林里不仅有高寒山区植物，而且还有亚热带植物。峪的水主要是指流经景区内的两条河：

英纳河、英纳河支流小峪河。英纳河如一条白色的绸带，沿着冰峪盘旋而去。这些旅游资源都为冰峪沟旅游产品的开发提供了很大可能性。

4、迅速做好对冰峪沟风景区文化产品的开发，做好古色文化、民俗文化、生态文化、休闲文化、美食文化等文章。加大景区内员工对冰峪沟旅游资源的知识培训，让景区内的员工都能知晓冰峪沟的风土人情、人文历史、民间故事和传说。

5、建议建设冰峪沟民俗风情陈列馆，陈列、展示冰峪沟的人文历史、出土文物等。让游客充分了解冰峪沟的人文历史和民俗风情。

6、协助开发具有冰峪沟特色的纪念品。