

2023年新旅游项目设计 观摩旅游项目心得体会(汇总5篇)

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。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

新旅游项目设计篇一

观摩旅游项目是一种旅游方式，它让人们有机会亲身体验不同地方的风土人情，了解当地的文化特色。本文将以观摩旅游项目为主题，结合个人经历和感受，探讨观摩旅游项目的好处以及对个人成长的影响。

第二段：观摩体验的历程

我记得去年参加了一次观摩旅游项目，在这个项目中，我选择了一趟带有历史文化背景的旅行。在此次旅行中，我参观了一些历史遗迹，接触了当地的传统手工艺和美食，还与当地居民进行了交流。通过亲身参与这些活动，我对当地的文化有了更深入的了解，也感受到了不同地方的风景和人情。

第三段：观摩旅游项目的好处

参与观摩旅游项目有许多好处。首先，观摩旅游项目能够开阔人们的眼界，扩大他们的知识面。在我参加的旅行中，我对历史和文化有了更深入的了解，也学会了如何欣赏不同地区的景色和特色建筑。此外，观摩旅游项目还能帮助人们体验不同的生活方式，增进对其他文化的尊重和理解。通过与当地居民的交流，我也学到了很多新的知识和技能。

第四段：观摩旅游项目对个人成长的影响

观摩旅游项目对个人成长有着深远的影响。参与这样的项目，我学会了独立思考和解决问题的能力。在陌生的环境下，我需要自己面对各种挑战和困难，这让我变得更加坚强和自信。此外，观摩旅游项目还锻炼了我的人际交往能力，通过与不同背景的人交流，我学会了如何与人建立良好的关系，并从中受益。

第五段：总结

通过观摩旅游项目，我深切体会到了开拓眼界、增长知识和锻炼自我成长的重要性。这样的项目不仅让我对其他地方的文化有了更深入的了解，也让我更加自信和坚定。因此，我鼓励更多的人参与观摩旅游项目，亲身体验不同地方的风景和人情，为个人的成长打下坚实基础。

新旅游项目设计篇二

近年来，随着人们生活水平的提高和文化旅游的普及，越来越多的人选择文化旅游项目作为休闲娱乐方式。我最近参加了一次文化旅游项目，在此记录下我的心得体会。

首先，文化旅游项目能够带给人们独特的体验和感受。在我参加的文化旅游项目中，我深深感受到了传统文化的魅力。在古城中漫步，我不仅欣赏到了古建筑的瑰丽与独特，还亲身体会了传统手工艺品的制作过程。这些传统技艺不仅需要熟练的技术，更需要匠人对传统文化的理解和继承。在这个过程中，我不仅见识到了传统文化的博大精深，还学到了许多实用的技巧。

其次，文化旅游项目有助于拓宽人们的眼界和视野。通过参加文化旅游项目，我有机会亲身体会不同地域和民族的风土人情。在参观博物馆时，我看到了许多珍贵的文物和历史遗

迹，了解到了不同文化背后的故事和意义。这些经历不仅让我对自己的国家文化有了更深刻的认识，也让我更加开阔了眼界，拓宽了自己的视野。在与不同文化相融合的过程中，我能够更好地理解 and 尊重他人的观点。

再次，文化旅游项目有助于增强人们的认同感和归属感。在参加文化旅游项目的过程中，我深刻感受到了传统文化对于当地人民的重要性和影响力。无论是参观古迹还是品味传统美食，我都能够感受到当地人民对于传统文化的热爱和守护。这让我感受到了一种归属感，觉得自己与这个地方有了某种关联。文化旅游项目不仅是我与传统文化的亲密接触，更是我与当地人民共同分享文化的过程。

最后，参加文化旅游项目还能够拓展个人的人际关系网络。在这次文化旅游项目中，我结识了许多志同道合的朋友，与他们一同分享文化的魅力。我们互相学习传统技艺，互相品味传统美食，一起探讨文化的内涵和意义。这样的交流不仅丰富了我的知识和经历，还让我在旅途中结交了许多有趣的人。这些朋友不仅在旅途中给予了我帮助和支持，更是我生活中的重要伙伴和知己。

总之，参加文化旅游项目是一次深入了解传统文化的绝佳机会。通过参加这次文化旅游项目，我深深感受到了传统文化的独特魅力，拓宽了自己的视野和眼界，增强了认同感和归属感，结交了许多志同道合的朋友。我相信，只有在亲身经历和体验中，我们才能真正理解和感受到文化的魅力。

新旅游项目设计篇三

小编为你准备了详细的旅游项目策划书，相信你看了以后不会再为旅游项目策划书而发愁了。

一, 旅游营销现状

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.

(一)旅游形象现状

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.

1, 游客认知度低:

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.

2, 旅游地认知意识淡薄:

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.

3, 旅游地内部认知不足:

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.

(二) 市场宣传现状

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.

1, 一手硬一手软.

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.

2, 宣传促销不敏感.

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.

3, 宣传促销手段落后.

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.

(三) 产品开发现状

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.

1, 旅游产品单一, 缺少包装.

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.

2, 旅游项目平淡, 缺少精品.

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.

3, 后续开发缓慢, 产品与市场脱节.

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2007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.

(四) 营销渠道现状

新旅游项目设计篇四

随着经济不断的发展，人民的消费观念也逐渐开始发生了变化。以前很多人只要一有钱就存在银行里，而不是花出去。到现在居民的消费观念开始变化，很多人已经开始将手中的闲钱构建自己更好的生活了。旅游就是居民消费的另一增长点，发展旅游对扩大内需有着巨大的作用。现在名山大川的旅游资源都已经被开发殆尽，我们应该发展新的旅游资源，乡村旅游成为了其中发展的很重要的组成部分。

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。

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，享誉中原；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——。

一、项目背景分析

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。

二、西沟生态村总体开发规划原则

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

三、景区远景规划目标

建设成为“河南著名、全国知名”的生态休闲避暑度假区；

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. 建一个世外桃源。

四、阶段性开发规划

(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）

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。

在我们国家，有很多的有特色的乡村遗留下来，特别是像安徽宏村、湖南凤凰村这样的乡村，在全国旅游中都是很重要的、很有名气的乡村。我们重点发展乡村游也是符合旅游发展的客观规律的，相信随着时代不断的发展，乡村旅游又可以成为带动国国民经济发展的一个重要组成部分。即为国家

经济作出贡献，又陶冶了城市人的情操，还增长了农民的收入，三管齐下，我们一定要把乡村旅游做到最好！

我在广告策划公司工作已经有很多年了，可以说自己通过这些年的努力，在广告策划方面有了自己独到的心得和工作能力，这些都是在我为顾客工作时锻炼出来的。刚开始工作的我也没有多大的能力，只是有着一颗好学上进的心，走到现在，除了自己一直刻苦努力外，还有领导和同事的帮助、关心。可以说，我在成长的路上很顺利。现在的我已经是公司的策划总监了。前一段时间我在公司中接过了一个策划，那就是饭店前期推广策划，我在经过市场调查后制作出了推广策划：

一、前言

据我们了解，阿兴记大饭店主要以其高档次的就餐环境和贴心的服务响誉业界。目前，阿兴记大饭店黄泥磅店发展态势良好，生意火爆，具有很大发展潜力。

我们力求全力打造阿兴记大饭店品牌价值，营造热点进行宣传，主要策划有意义的新闻事件及促销活动，以塑造阿兴记大饭店整体的品牌形象，并引起媒体的广泛关注，使目标市场的消费和品牌知名度得到全面的提升。

基于以上考虑，本次策划针对阿兴记大饭店奥体中心店开业前期做了一系列的推广策划，以奥体中心店开业为契机，旨在全面提升阿兴记大饭店在重庆餐饮业的形象，树立良好的口碑，力求将阿兴记大饭店品牌做得更大更强。

二、奥体中心店市场分析

阿兴记大饭店自黄泥磅店开业以来，风格各异的菜系和独具特色的服务，引领了重庆中餐餐饮潮流，赢得了广大消费者的青睐。由此，在渝北区创下了极好的成绩和口碑，从而带

来了良好的经济效益和社会效益，同时也对奥体中心店的开业打下了坚实的基础。

奥体中心店由于其特殊的地理位置，本身可对该店带来一定优势：

- 1、奥体中心是重庆知名的，众所周知的体育中心，所以人们很容易就会找到这里。
- 2、奥体中心经常会有重大体育比赛和演出活动在此举行，从而引来一部分食客。
- 3、由于周围建筑的兴起，该地段商业氛围必将增强，引来众多的消费群。
- 4、将来周边楼盘完工，必然带来旺盛的人气，其发展趋势乐观。
- 5、周边各企事业单位消费能力巨大。（如：移动、电信、重医、出版社、部队及众多高新企业等等）

然而，就目前来看，奥体中心店也存在一定劣势：

- 1、阿兴记大饭店还没有比较明确的vi标识和朗朗上口的广告语，没有比较识别系统，给人的印象不深刻。
- 2、目标客户会受到南方花园饮食街以及直港大道的竞争。

所处机会分析：

- 1、现目前重庆的餐饮名店很多，但其目标群体各有所异，如陶然居主要是属于大众消费，七十二行以家常菜为主，菜香源以怀古情调为主，而阿兴记大饭店的环境、菜品和服务都属于高档次饭店，与其他酒楼有一定差异，主要适用于商业

宴请，这部分目标市场是相当有消费潜力的，所以应抓住市场推广宣传。

2、袁家岗地区、九龙坡区、大渡口区及高新区现在还没有和阿兴记大饭店同档次的饭店，所以非常具有市场竞争力，应好好把握。

3、阿兴记大饭店奥体中心店结合奥体中心的有利地位，开展相关公关活动，造势宣传。

由此，我们可以看出奥体中心店是非常具有竞争优势的，在将来周边商圈氛围营造出来后，其发展形式非常乐观。现目前需要做好的就是其推广工作，为以后打下良好基础。

三、推广策划内容

（一）、理念策划

1、阿兴记大饭店卖点的梳理和提炼

阿兴记大饭店优质的服务和高档次本身可以作为卖点，但需要包装突出和强化。

2、阿兴记大饭店广告语创意

重庆市很多餐饮名店都有自己的广告语，如谭氏官府菜的“食中至尊、味之颠峰”；陶然居的“民以食为天、美食在陶然”；菜香源的“闻之口生津、菜香源头寻”；顺风123的“快意人生好滋味”等。阿兴记大饭店也应有融入自己文化特色的广告语，让人眼前一亮，回味无穷。

3、设计新的vi形象

据我们了解，目前阿兴记大饭店还没有整体的vi系统，这样

让人不容易识别记忆，且对其高档次的定位也没有一个明确的表现，所以设计新的vi形象，是让阿兴记大饭店对内对外的视觉形象给人焕然一新的感觉，并以此体现自身文化品位。

4、对外品牌形象的宣传和推广

主要包括媒体推广、口碑效应和公关活动。（可融合以上几点共同展开）

（二）、全方位策划

1、策划最具影响力的中心活动

根据阿兴记大饭店的核心形象和目標市场，创意策划出一个与之相关并能强化它们的中心活动出来，这种中心活动原则上每年举行一次，举行时是非常盛大的，是阿兴记大饭店的特有节日。围绕着这中心活动则是一些相关的中小型活动，可以每季或每过一段时期举行一次。久而久之，人们会成为习惯，新的核心形象也就更深入人心了。

2、新闻运作的创意策划

由于广告直接效应的总体下降，新闻运作的地位大大提升，有效运用新闻炒作可起到事半功倍的效果。（如：组织员工参加有意义的公益活动）

3、公关运作的创意策划

公关活动，不仅能打响知名度，更能提升美誉度，所以，在新形象的塑造中，公关活动将起很大的作用。

4、广告宣传的创意策划

媒体广告宣传要有良好的创意作为支撑。

5、促销方式的创意策划

新旅游项目设计篇五

第一段：引言（100字）

旅游业是一项不断发展的行业，随着人们生活水平的提高，旅游需求也逐渐增加。作为从事旅游工作的人员，我们需要不断提升自己的专业能力和服务质量。参加旅游项目培训成为提高自身素质的重要途径。近期，我参加了一次旅游项目培训，收获颇丰，在此与大家分享我的心得体会。

第二段：理论学习（200字）

在培训期间，我们首先进行了相关理论知识的学习。通过系统的课程安排，我们了解了旅游市场的发展趋势、目前的市场状况以及旅游项目管理的相关理论。这些理论知识对我们的日常工作具有重要指导作用，让我们能够更好地把握市场动态，提供更优质的服务。在学习过程中，我深感只有不断学习才能不断进步，只有不断跟上时代的脚步，我们才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

第三段：实践训练（300字）

学习理论知识只是培训的第一步，实践训练的环节才是真正检验我们能力的时刻。在培训期间，我们参观了一些成功的旅游项目，实际操作了一些旅游活动，并对每个环节进行了模拟练习。通过实际操作，我们更深入地理解了旅游项目的运作流程和操作技巧。同时，也意识到了在实际工作中可能遇到的问题和挑战，培训让我们能够提前预见问题，并制定相应的解决方案。

第四段：沟通合作（300字）

旅游项目的顺利进行，离不开团队的协作和良好的沟通。培训期间，我们通过团队合作的形式，完成了一些组织活动和团队建设训练。在这个过程中，我们学会了团队合作的重要性，学会了互相理解和支持。只有团队成员之间密切配合，才能确保旅游项目的顺利进行。这种团队合作的经验将对我们工作中的团队合作产生积极的影响。

第五段：总结感悟（200字）

通过这次旅游项目培训，我深刻地认识到自身的不足和需要提高的方面。旅游行业的发展很快，市场需求也在不断变化，只有不断学习和提升自己，才能适应行业的发展需求。通过学习理论知识和实践训练，我不仅提高了自身的专业能力，还发展了自己的沟通合作能力。在以后的工作中，我将继续努力，不断学习和实践，为旅游业的发展做出更大的贡献。

总结（100字）

通过旅游项目培训，我不仅学到了专业知识和技能，还培养了良好的团队合作和沟通能力。这次培训让我明白了持续学习的重要性，只有不断提升自己，才能在竞争激烈的市场中立足。我相信，只要保持学习的心态和积极的态度，我们一定能够在旅游行业中不断进步，创造更好的成绩。