乐园营销策划方案 乐园策划实用范例(优质10篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

乐园营销策划方案篇一

主题公园是指围绕特定主题而规划建造的有特别环境和游乐项目的新型公园，是现代旅游业在旅游资源的开发过程中所孕育产生的新的旅游吸引物，是由自然资源和人文资源的一个或多个特定的主题组成，采用现代化的科学技术和多层次空间活动的设置方式，集诸多娱乐内容、休闲要素和服务接待设施于一体的现代旅游目的地。以下整理了主题乐园策划精选文案，仅供参考。这次漂亮的小编为您带来了主题乐园策划实用范例【优秀3篇】，希望能够给予您一些参考与帮助。

最新的儿童乐园活动策划：

活动主题：迎五一旅游大礼大回馈

活动目的：利用旅游大礼回馈，吸引广大顾客前来消费办卡，以提高销售营业额。

活动时间：5月1日至5月3日

奖项设置：

幸福之家豪华旅游套票（限3人）1名价值1000元情侣豪华旅游套票（限2人）2名价值500元广州近郊家庭旅游套票（限3人）3名价值150元活动细则：

1、凭当日进场小票即可获得抽奖券1张，填好后放进抽奖箱；

2、开奖日期设在最近一个星期的周末开奖，

一、市场分析

1、竞争分析：

目前在珠三角和深港澳旅游商圈和我司形成竞争关系的近有欢乐谷、世界之窗、东部华侨城，远有长隆景区、迪斯尼、海洋世界等。明年欢乐海岸的开放，以及居住证赴港政策可能会吸引周边年轻市场并进一步分流原有市场。

从上表中可以看出，虽然民俗村和世界之窗节庆活动都有鲜明的民族地域文化特色，但世界之窗的活动较时尚和年轻化。欢乐谷利用连锁景点的全面开放效应，在节庆活动中充分运用时尚元素，特别是近期的万圣节的举办，单一市场连续高速的增长，证明其主打8090后的市场策略运用得当。

结论，更加开放和时尚是景区活动策划的总趋势，我司活动的核心是土节洋做，将传统和时尚进行结合，将体验和互动进行整合，将节庆和项目进行叠加，求得较好的收益。

2、需求分析：

我司的客源按照比重分为本地、境外、省外、省内，其中本地市场中家庭需求注重风情体验，学生团队的需求注重教育娱乐，企业团队的需求注重时尚动感，境外团队注重传统文化体验和表演。随着这几个市场的需求在不断提升，我司的产品也不断被动式的进行更新，由于近年港澳和境外著名主题公园渐渐成为省内省外游客的普通目的地，同时少数民族地区与我司同质景点的大量开发，全民出游能力普遍提升，欣赏水平今非昔比，我司节庆产品需要不断提升才能满足游客的需求。

虽然我司目前的活动内容不断拓展，但我司目前品牌传达的概念仍以少数民族文化为主题，中国传统经典文化和各地特色鲜明的地域特色文化仍有广阔的开发空间，8090后已经进入本地主要消费人群，这一市场有明显的个性化需求特点，这类市场的开发将为巩固我司主要市场和开发未来市场提供有力支持。

二、资源整合与对策

1、内部资源：硬件方面结合景区改造，重新提炼受游客欢迎的主题，推出新亮点。软件方面加强表演的互动性，时尚元素，满足8090后游客的需求。

2、合作资源：加强与媒体、大客户、政府的合作，共同开发，共同分享。

3、国内重大活动：世博会，亚运会，特区成立30周年，借助这些活动扩大中国传统文化在旅游市场的影响□4□swot分析：

我司节庆活动策划的有利因素是近年来传统文化的国际地位和影响的提升给我司品牌的。未来的发展带来巨大空间，不利因素是由于缺少长期规划和拳头项目的推出，适合8090后的产品少，近期市场推广受到很大制约。5、产品对策：

建议我司节庆产品内容应注重传统与时尚的结合，产品种类方面既要兼顾少数民族文化和汉族文化，也要兼顾主流文化和地域性文化，产品档次上要提高游客的舒适度，产品结构上要充分整合运用内部资源和外部合作资源以形成产品合力，特别是要充分利用媒体和政府资源，建议向用合作可能的地区和媒体提前半年发出节庆合作邀请，不断丰富我司子品牌的影响力。

根据统计数据表明，09年学生、企业和海外市场份额损失较大，同时游客出游动机中休闲放松的目的已经超过对表演和

活动的需求，因此在强化娱乐互动和经典文化活动比重的同时，要重视游客舒适度的改善。以往部分节庆活动有投入成本高，活动回报时间短的问题，为提高活动投入产出比和增加淡季吸引力，建议将2017年的部分节庆活动进行整合，做成活动季的方式，本方案将全年活动时间分为六个重要阶段，即春节国庆两个黄金周，和四个活动季，具体如下。

春节深圳居民活动重点是探亲访友，。09年春节黄金周共接待入园游客78,953人次，其中本市游客占57%；团队以海外团为主，约占团队人数60%。由于产品老化，国内团队份额下滑，造成我司本市游客比例相对较高。针对现有条件和市场，在2017年的春节活动方案中，针对深圳移民城市来深探亲者多的特点，仍将突出传统庙会喜庆热闹风俗，以十足中国年味为卖点。

祈福季（3月6日-6月20日）

其中包含的主要节日为三八节、清明节、五一节、端午节。清明节和端午节都是中国传统纪念先辈、缅怀祖先的节日，有着深厚的大众认同感，但由于假期短，对长线游客吸引力有限。每年3-4月间是东南亚传统假期，考虑到海外游客的宗教信仰喜好，将这段时间的活动统称为祈福季。09年清明节接待入园人数为11,139人。其中散客以本市为主，占4成；团队以海外团为主，约占5成。09年端午节接待入园人数为9063人，其中散客以本市为主，超过半数，团队以海外为主，占七成强。活动策划应以传统文化为主打，以吸引海外团队和本市游客。

09年功夫节(5.1—5.3)共接待入园人数30,036人，客源以本市为主，占55%，团队主要为本省团，约占6成；相对清明端午，五一市场社会集团仍有较强的出游消费惯性，因此建议将其作为策划和投入的重点，功夫节作为多年培养的成熟节庆活动品牌，建议移至国庆，配合亚运会召开的氛围，丰富国庆黄金周活动。楚文化节作为地域文化节庆活动的尝试，

同时也考虑到湖北湖南作为外来人口大省的潜在客源。

泼水节（7.10--8.22日）

感恩节(8.28-9.28)

国庆节

其中包含的主要节日为聊斋夜、光棍节、圣诞节、元旦。聊斋夜、光棍节、圣诞节的主要目标消费群为本市或者周边地区的年轻消费群体，元旦主要消费群体为本市及周边地区的家庭或者散客，年轻市场潜力巨大。第四季度是大企业举办庆典的高峰，以上各类活动营造的狂欢气氛有助于吸引此类市场的关注。

一个成功的主题乐园除了有好的设计理念、完善的主题包装造景、合理的设备选型和搭配等硬件设施外，运营软件系统的建设也是主题乐园成功的决定性因素之一。那么，如何成功的完成主题乐园的营销策划方案，使之能为主题乐园带来意想不到的收益呢？主题公园营销策划从以下九个方面完善主题乐园的营销策划方案。

营销策划方案策略一：营销策略规划的成功化策略

经过年的大规模兴建后，主题乐园的竞争已呈现出了非常激烈的局面，要想塑造独特形象、建立知名度、吸引更多游客，从竞争中脱颖而出，必须要有完整而独特的营销策略规划。

营销策略规划要全面整体，就要考虑到主题乐园经营中方方面面的问题。比如淡、旺季的差别--旺季时如何赢得竞争对手，争取更多的市场份额；淡季时应采取什么样的措施，从而减少设备的闲置，提升营业收入。广告宣传媒体的选择，要尽量接近消费客群的兴趣取向。营销活动的策划，要丰富且独特。这些都是营销策略规划所应充分考虑的内容。

营销策划方案策略二：广告宣传计划完善化策略

广告宣传是营销推广的第一环，几乎所有的主题乐园每年度都会做整体的宣传计划，且有相应的广告费投资预算。

广告宣传，包括主题形象广告片的拍摄、电视广告、报纸广告、电台广告、杂志广告、电视幕广告、电子看板广告、公交广告和网络广告。在每年的广告计划中，必须对各种广告宣传形式做最有效的组合搭配运用，并对广告宣传的效益做评估、分析，以做为下(季)年度广告宣传计划的调整依据。

值得强调的是，广告宣传计划完成之前，要充分分析主题乐园自身的目标客户群体。受众最广的媒体不一定是最适合的媒体。我们要依据策划活动的不同而选择相应的媒体。比如：我们策划了一个暑期学生优惠活动，在选择媒体时，就应该选择学生很容易接触到的媒体，如：互联网、青少年电视屏道等。

营销策划方案策略三：宣传促销资料全面化策略

为了促销和宣传，主题游乐园通常也会印制相应的宣传品，邮寄给潜在客户或是在园区内外挂置。像活动海报、直投杂志、活动竞赛的报名简章、看板制作、园区的pop制作、幕广告撰文、当日节目表等，皆是主题游乐园所要传达的信息或所要塑造的形象、理念传播给消费者和顾客的广告媒介。

宣传资料可以渗透到日常经营的每一个环节中，比如，在我们提供的导游图里，包含着主题乐园基本上所有的游乐项目设施。不仅可以帮助游客在游玩的时候对主题乐园有更清晰的了解与认识，还可以被游客带回去从而起到免费宣传的作用。另外，主题乐园本身的vi视觉传达系统要充分贯穿在整个园区和所有的宣传信息之内，使游客处处能够感受到。

营销策划方案策略四：节庆促销活动丰富化策略

节庆促销的手法常见于百货公司、大型商场或大型购物中心。主题乐园在营销上也可引用，因为节庆是全家出游的最好时机。从游客的消费结构来看，门票约占50%，其他的消费同样约占50%，抓住节庆做商品或门票上的促销，更能带动门票以外的商品及餐饮的消费。多方面的节庆促销活动必能为主题乐园带来更为丰富的收益。

做节庆促销活动策划时，我们要依据不同节日，策划特有的节庆游园活动。值得一提的是，圣诞节、情人节、万圣节等各种西洋节日在主题乐园的活动策划中越来越多的被运用，并给这种商业气氛带来了更多的人潮，应受到重视。

营销策划方案策略五：淡季折价促销策略

休闲产业尤其是游乐园型的产业受天气、季节性气候影响有明显的淡旺季之分。主题游乐园在客流量少、设备利用率不高时，可以实行门票打折的策略，以吸引游客上门。

游客因门票折价吸引来到主题乐园，花在餐饮、娱乐或购买旅游商品上的消费却不一定会降低。这也是刺激游客消费欲的又一个营销策略。

事实证明，淡季门票折价促销策略能够有效缓解淡季营业额降低的状况。

营销策划方案策略六：旅行社结合营销策略

主题游乐园与旅行社有着共同的利益基础。主题乐园可以与旅行社的其他旅游景点结合组成经典旅游线路，成为旅行社吸引游客的招牌；旅行社也常会为与之有密切合作的主题乐园带来顾客，且这些游客都有较强的消费力。因此，在营销推广上两者应相互结合，共同推进，以达到互惠互利的目的。国内许多主题游乐园已把这项合作营销视为推广营销的重点之一。

营销策划方案策略七：营销业务开发策略

虽然主题游乐园常和旅行社有联合营销的情况，但也应该打开自己的营销渠道，做业务的营销及开发。

主题乐园是一个具有特色的旅游产品，它可以很容易的做产品的包装或与其他业种业态相结合，使自己的营销业务更加广阔，营销渠道更为畅达。

例如：它可和铁路局、航空公司等做策略结盟，形成一个主题之旅；也可以和shoppingmall做组合营销，让顾客在购买商品的时候获得主题乐园赠与的门票优惠券。主题乐园的精彩画面也可以在shoppingmall广为传播；亦可和饮料公司结合，使自己产品的特色，通过饮料的营销渠道再次传播。

总之，主题乐园若已经发展到一定规模、具有较高的品质和较好的企业形象后，就已经拥有了一种无形资产，要善用这种无形资产，结合其他业种、业态，做关联业务的开发。一方面可以为公司塑造形象广告，另一方面也可以开发相关性衍生产品。

营销策划方案策略八：旅游卡和会员卡推广策略

目前，休闲度假旅游的风气日益兴盛。相关的企业及旅游公司已经开始发行旅游优惠卡。甚至有些主题游乐园或休闲产业也发行自己的会员卡。这些优惠卡或会员卡不仅是流通于市场上的一种无形货币，也是营销推广公司产品的一种宣传媒介。

但是，需要强调的是，旅游优惠卡或会员卡的发行，必须让持卡人或消费者有物超所值的感受。否则，会适得其反，破坏企业的形象。

营销策划方案策略九：与其他品牌商品联合营销策略

前面已谈到主题乐园本身若达到一定的规模、特色、品质、形象以后，事实上就已经具备了无形的资产，可以考虑和相关行业做联合营销，一起达到双赢、多赢的效果。

需要注意的是，这些结盟商品本身应具有正面的形象，且其形象与游乐园形象能够相得益彰，二者结合后能够起到相互提升和促进的作用，这样联合才会有意义。

以迪斯尼乐园为例，主题乐园本身和可口可乐公司、松下电器、航空公司等都有联合营销的关系，这对彼此的品牌形象和知名度的提升都非常有利，是一种互惠互利、共同促进的营销模式。

来源：网络整理免责声明：本文仅限学习分享，如产生版权问题，请联系我们及时删除。

content_2();

乐园营销策划方案篇二

本次活动以“我的中国梦”为主题，各班选定二个节目自行组织训练。

（二）时间安排：

1、各班在5月20日前上报参赛曲。

2、5月30日在学校举行庆祝活动。(如有时间变更，另行通知)

(三)评比方式

按照年级段评比，以分值形式计入计名次，各段取一、二等奖各一名。

乐园营销策划方案篇三

9.30－10.7日活动期间，在惠万家西门口，惠万家为您在南阳邀请来了精彩的文艺演出，高雅的演出风格，多种多样的文艺形式，让您在国庆节里大饱眼福！

2、我是中国人，国旗大派送：

国庆节当天，凡在我超市二楼一次性购物满38元，即可凭小票到一楼服务台领取小国旗一面。（限500面，送完为止）

3、秋装上市，名品服饰展示会

10月1日起，惠万家三楼时尚服饰馆，名品秋装隆重上市，休闲装、商务装、职业套装等新款名装靓丽登场，上百款服饰总有一款适合您的品位，敬请光临锦上花200秋装展示会。

4、名品夏装、换季打折，超低特价、最后清仓

活动时间：10月1日－－7日（7天）

10月1日起，在惠万家广场举办三楼名品男女夏装，换季打折活动，超低的价位，让您心动到家，带上您的家人，到锦上花西门名品服饰特卖场来淘宝吧！

由百货部安排三四楼各专柜，有出外卖的，统一安排处理。

5、国庆七天乐欢乐实惠颂：

6、购物有奖刮刮乐，惊喜大奖乐翻天：

在10.1－5日，凡在我商场二楼次性购物满38元，或是在一三四楼一次性购物满58元，即可凭购物小票参加国庆刮刮乐活动，获得刮奖卡一张，刮开涂层，便可获得对应奖品：

一等奖：29英寸康佳纯平彩电一台；

二等奖：澳柯玛洗衣机一台

三等奖：电饭锅一台；

参与奖：洗衣粉一袋或是醋一瓶。

100%中奖！

国庆节，逛商场，顺便还能拿大奖！

7、黄金周，结婚季、浪漫而甜蜜！

曾经，因为那次的怦然心动，如今，我要对你实现我的承诺，那就是，给我一个机会，让我一生一世对你好！亲爱的，我们结婚吧！让锦上花和紫梦为我们共同见证，天长地久，此情不渝！

凡是在黄金周期间结婚的新人，且在我商场一次性购物满500元以上，即可获赠xx县紫梦婚纱摄影名店提供的20寸免费艺术照一张。

8、您来购物我送礼：

凡在10.6－7日在我商场二楼一次性购物满48元，或是在一三四楼一次性购物满88元的顾客朋友，凭小票即可到服务台领取洗洁精一瓶。（小票不拆分不累计，每张小票限领一个单品）

四、广告宣传：通过各类媒介做好活动推广的宣传。

乐园营销策划方案篇四

1.邀请家长参与学校、学生活动。使学校、家长、学生有一个相互交流的机会。

2.举行表彰仪式，使每位少先队员感受到自己的光荣，记住这个难忘的六一。

3.各班组织各种形式的表演活动，使学生度过一个愉快而有意义的六一。

乐园营销策划方案篇五

（一）投壶：准备六个啤酒瓶，至少三十根筷子。每人次4次机会。参与即得1分。后根据投进的数目逐次加分，5分封顶。

（二）弹球：准备三个一样大小的纸箱子，以及15个乒乓球。每人次4次机会。参与即得1分。后根据进箱子数目逐次加分，5分封顶。

（三）贴鼻子：准备三张较大的图（没有鼻子的）以及三个鼻子，学生用布条将眼睛蒙起来，将手中的鼻子贴在图中的脸上。根据学生贴的鼻子是否正来判断分数。参与既得1分，5分封顶。

（四）夹弹子：准备四份，每份为10颗玻璃弹，给定时间，在规定时间内夹完即得满分。参与得1分，夹一颗得0.5分，5分封顶。

（五）绕球过路准备四个球板个四个乒乓球，将乒乓球放在球板上，带球绕过8个凳子，参加即得1分，根据绕过的凳子数给分，一枚0.5分，5分封顶。

乐园营销策划方案篇六

活动预期：通过同城儿童友谊派对活动，为小朋友及家长间建立一个互相交流的平台，在潜意识里促进小朋友及家长把___儿童乐园作为一个交流的大本营，对树袋熊儿童乐园品牌起到无形的宣传作用，最显著的效果是要促进会员卡的办理。

活动地点：__市_____3楼树袋熊儿童乐园

活动内容

1自我介绍+表演才艺

2超市购物游戏，在乐园里面的过家家超市里，有很多种水果跟蔬菜，由妈妈交待孩子要购买的水果跟蔬菜，看哪位小朋友拿的准确且快又多，第一名的小朋友有礼品奖励，锻炼孩子的认知能力跟反映速度。

2互换玩具(或书籍)，与原本陌生的孩子打成一片，在轻松活泼的环境中提高与同伴沟通交往的能力，感受玩具交换带来的喜悦与快乐。培养孩子的分享意识、增进孩子间的感情。

3活动结束，每个小朋友都要赠送一个带有___logo的气球。

本周主题活动结束，同时告知下次活动主题跟活动时间，以便小朋友跟家长做好准备。寒假期间每周日都要推出一期不同主题的公开活动，培养孩子们的动手、社交等能力。同时，微信关注“___儿童主题乐园”公众号并转发新年祝福语送精美小礼品。数量有限，先到先得。

感谢大家对___儿童乐园的关注与支持，本乐园已全面覆盖wifi,免费热水，免费杂志和扑克。家长们再也不用担心孩子在玩耍的同时大人们无聊了。

乐园营销策划方案篇七

以家庭为单位,根据游戏规则,以游戏的形式参加各组游戏活动：

游戏一：运西瓜

游戏玩法与规则：家长和小孩双手各握一根体操棒，棒上放西瓜(皮球)，走到终点，绕过小椅子后返回起点线，先到的家庭为胜。(负责人：)

游戏二：盲人打鼓

游戏玩法与规则：家长或幼儿带上老虎头饰蒙上眼睛，在距离10米远的地方手拿鼓槌，沿直线向前，击中挂在墙面上的鼓为赢。(负责人：)

游戏三：摸瞎子

游戏玩法与规则：爸爸或妈妈蒙上眼睛，用双手去摸，从三个孩子中正确地摸出自己的孩子，被摸的孩子不得发出声音，以摸中者为胜。(负责人：)

游戏四：夹小球

游戏玩法与规则：家长与小孩两两合作，轮流夹玻璃球，孩子和家长用筷子夹，从盘子里夹到对面桌子碗里，中途掉下返回再开始，一分钟内夹30个为胜。(负责人：)

游戏五：比比谁的眼力好(投环)

玩法每人有4个胶圈，投进一个便得到一份小奖品，投进两个以上得一张兑奖卷。(负责老师：)

乐园营销策划方案篇八

1、六年级学生统一穿着整齐，是校服。各中队长在活动开始前到队室领中队旗。

2、加强学生纪律礼仪教育，注意会场秩序，给予同伴喝彩，争取组织奖。

3、比赛要求全员参赛。

4、各年段组奖项设置：一等奖1名；二等奖2名；三等奖3名。组织奖1名（按二等奖计）。

5、具体分工：

各年段比赛活动由级部主任全权负责：安排主持人，评委评分，当日分会场组织，各班节目串联，主持词的撰写。大队部提供辅导小主持人的培训。

摄影负责人：

整体统筹：

6、活动结束后，将活动材料整理交至大队部，各年级组并负责场地的卫生打扫。

7、资料收集。整理材料（活动程序，童谣、朗诵、歌曲文稿一份a4纸）上交少先队。

乐园营销策划方案篇九

一、活动目标：

1、丰富20__年1月份的教学活动，让孩子们感受中国传统节日

“春节”，了解春节的一些风俗习惯。

2、通过系列手工和美术活动，发展孩子的动手动脑能力。

二、活动时间：

20__年1月份。

三、活动形式：

微型课程、手工美术活动。

四、活动内容安排：

美术手工课程：绘画——糖果手工——做鞭炮、剪窗花、做灯笼。

课程内容设置：让孩子了解新年的来历，学习拜年礼仪，学说新年吉祥话、学习歌曲《新年好》，在春节期间的安全教育“安全在我心中”，内容：春节期间要注意饮食；合理安排好饮食与休息；不要燃放烟花爆竹、远离烟花爆竹；走亲访友要有礼貌，跟好家人。

环境布置：进行新春环境布置、花灯展示、欣赏活动。

乐园营销策划方案篇十

1、全体教师和全体家长积极为幼儿创设欢度“六一”的节日环境与氛围，共同鼓励幼儿积极参与“六一”节的各项准备活动。

2、、以班级为单位做好参加活动的准备工作：

(1)家长邀约(负责：李红梅)各班教师提前邀请家长参与活动，

并做好准备工作。每个家庭，要求至少1名家长参加活动，最好是爸爸妈妈都能来园参加。

(2)节目编排(负责：孙颖)：考虑各个节目的内容及形式等合理安排节目顺序，保证活动有序进行。

(4)安全工作(负责：刘颖)：为确保活动顺利进行，教师要努力维护现场秩序及安全(提醒要表演的班级提前两个节目等待)以及去表演路上幼儿的安全问题，让幼儿度过一个安全、快乐、难忘的儿童节。保证节目有序的进行;安排厨房阿姨在表演活动时帮忙照看幼儿等事宜。

(5)节目串联词的编写(负责：阳阳)：应开动脑筋考虑各个节目的衔接，利用或优美或俏皮的话语让每个节目自然的过渡。