

文旅产业整合方案范文 第一篇

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

文旅产业整合方案范文 第二篇

一、规划主题

1. 黑衣壮活态文化大全“黑衣壮”已经成为广西旅游文化的品牌，是吸引游客云集那坡的宣传亮点。
2. 壮族医药大全壮医药作为传统文化，近年有渐成保健诊疗文化热点之势。
3. 桂西风光、天籁神韵依托于秀丽、典型的桂西自然风貌，山环水涌，与狮山相对，有龙山相拥，时而阳光灿烂，时而雨雾缭绕，极其奇丽神秘，也是山水观光的佳境。

二、开发原则

1. 因地制宜原则，根据当地的实际情况，依靠当地固有的资源，突出黑衣壮和壮药的特色。
2. 特色原则，开发出独具个性的黑衣壮民俗旅游产品和壮药特色，深度挖掘黑衣壮文化与壮药内容。
3. 文化原则，深度挖掘黑衣壮深厚的文化内涵，从多学科，如民俗学、社会学、文学、艺术学、人类学等角度来研究黑衣壮，发掘民俗内容，丰富民俗旅游项目的文化意蕴。
4. 多样化原则，文化村的开发针对游客需求的多样性，开发多形式的旅游产品，满足不同游客的不同需求，不仅有观光型，还有参与型、娱乐型、健身型、生态型等旅游产品。

三、性质与定位

1. 项目性质，文化村以自然生态环境为基础，以黑衣壮和壮药为特色，突出黑衣壮民俗风情和壮药健身保健，以黑衣壮民俗风情体验和休闲健身为主要功能的特色民俗文化旅游村。
2. 形象定位，黑衣壮民俗风情、壮药大观。

四、景区划分和旅游项目策划

1. 景区构成，文化村划分为一园、一区、一村、一庄，即黑衣壮民俗文化大观园、壮医药种植保健诊疗区、黑衣壮民俗生态村和黑衣壮民俗文化山庄。

2. 项目策划

(1) 黑衣壮民俗文化大观园

①景区示意门——上劳山公路与xx—那坡公路连接处，内收x米，简易示意性建筑，壮族文化特色，石结构或竹木结构，无顶盖。占地面积15平方米。

②壮族特色景区大门、停车场——中心景区入口处，永久性砖石(仿竹木)结构或竹木性过渡建筑，壮族文化特色，设有售票处、小商品零售店。附近设停车场，占地面积xx平方米，建筑面积25平方米。

③多情山歌迎宾门——大门与中心区之间，壮族特色亭门或风雨桥式建筑，建筑面积xx平方米。表演山歌迎客。黑衣婆娑的村姑，声名远扬、极具文化个性和民族亲和力的多声部黑衣壮山歌，令游客耳目一新，精神振奋。

(2) 图腾神话传说文化园——中心区第一景观，壮族特色亭门或风雨桥式建筑，占地xx平方米。建立图腾门楼一座，在路面、两边，设置壮族图腾崇拜符号建筑物，如铜鼓、青蛙、凤鸟、花山壁画神像、古壮字以及在那坡发现的各种图形、景象，设一个亭子表演壮族师公信仰礼仪。目的是以神圣、神奇、神秘的文化底蕴，将游客带入肃穆、崇敬的文化圣殿。

(3) 人生礼仪园——中心区重点景观和活动项目。占地xx平方米。由一组壮族干栏式建筑环绕着一个中心广场构成。主要展示黑衣壮的衣食住行、生老病死的人生礼仪，给游客带来一次人生文化的巡礼。

①花婆送子礼——干栏式民居内，建筑面积xx平方米，表现生育礼俗和取名习俗等：门插艾草、红蛋相贺、甜茶敬客等。

②欢腾的歌坡——中心广场，总面积xx平方米，可容纳xx多人，表演以歌交友、以歌择偶的礼仪：山歌对唱、抛绣球、歌舞表演、狮子舞等。

③热闹的婚礼——干栏式民居内，表演黑衣壮婚俗：族内婚、入赘的习俗，喝喜酒、背新娘。

④祥和的日子——干栏式民居群、间间相通，曲折有致。每一间展示一项内容，服饰展览表演、黑衣壮锦织染示范、壮族特色饮食品尝、壮族信仰文化体验、古壮字碑林(壮族经书)知识简介等项目。

文旅产业整合方案范文 第三篇

景区增设滑索、攀岩、悬崖秋千、野外拓展训练、山地自行车越野、观光气球等多元化山地体验。优化餐饮住宿硬件条件，根据不同文化特色打造红色主题农家…………

…………

县域文旅产业融合发展调研报告范文（3）

xx“两山论”提出后，如何走出一条符合x实际的“两山论”道路便成为x县委、县x探索攻坚的重大课题。中国特色社会主义进入新时代，旅游性消费正成为人民对美好生活需要的重要内容，也日益发展为拉动经济发展的强力…………

本文通过实地走访x县文化旅游景点并与负责人座谈，向县人大、文旅局等有关部门请教学习，以及现场采访游客等方式，分析x县文旅产业融合发展现状…………

一、x县文旅融合发展路径探索

x隶属湖南省x市，地处南岭山脉，位居楚尾粤头，系湘江、珠江两江之源，县域总面积x平方公里，辖x个乡镇、x个农林场所、x个国家森林公园、x个省级工业园区，x个建制村（社区），总人口x万。近年来，x县坚持把…………

文旅产业整合方案范文 第四篇

（一）活动背景

旅游业是战略性产业，资源消耗低，带动系数大，就业机会多，综合效益好。改革开放以来，我国旅游业快速发展，产业规模不断扩大，产业体系日趋完善。旅游作为第三产业，在当今社会发挥着越来越重要的作用，如何充分利用发展机会积极发展旅游业，是目前所有旅游行业提高竞争力的核心。

本次展览旅游活动策划主要侧重于对商丘旅游的策划与设计，景点作为旅游活动中得不可缺少的一部分，其质量的高低直接影响着游客的重游率及宣传效果。本次庙会策划与设计，注重充分挖掘商文化历史文化内涵，将火神文化融入到庙会中，同时与商丘现代文化融合，体现着古典文化与创新的紧密结合，将商丘推向旅游的前端。

本次策划主要划分为三部分：

- （1）景点内涵延伸区；
- （2）传统旅游纪念品地区代表展览区；

(3) 庙会纪念品创新区。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/958062070137006052>