



湖南石油化工职业技术学院  
Hunan Petrochemical Vocational Technology College

## 学生毕业设计成果

设计题目：平江石牛寨旅游节营销活动策划方案

---

专业名称：旅游管理

---

班级名称：高旅游 3172

---

学生姓名：钟永红

---

指导教师：汤理

---

责任领导：李红雨

---

二零二零年四月

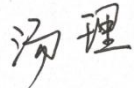
## 学生毕业设计成果真实性承诺书

本人郑重承诺：我所递交的毕业设计材料，是本人在指导老师的指导下独立进行完成的；除文中已经注明引用的内容外，不存在有作品（产品）剽窃和抄袭他人成果的行为。对本设计的共同完成人所做出的贡献，在对应位置已以明确方式标明。若被查出有抄袭或剽窃行为，或由此所引起的法律责任，本人愿意承担一切后果。

学生（确认签字）： 签字日期：2020.4.26

## 指导教师关于学生毕业设计成果真实性审核承诺书

本人郑重承诺：已对该生递交的毕业设计材料中所涉及的内容进行了仔细严格的审核，其成果是本人在的指导下独立进行完成的；对他人成果的引用和共同完成人所做出的贡献在对应位置已以明确方式标明。不存在有作品（产品）剽窃和抄袭他人成果的行为。若查出该生所递交的材料有学术不端的行为，或由此所引起的法律责任，本人愿意承担一切责任。

指导教师（确认签字）： 签字日期：2020.4.28

## 目 录

一、成果简介 .....	1
二、设计思路 .....	1
三、设计过程 .....	2
(一)平江石牛寨现存的问题.....	2
1、景区营销方式单一 .....	2
2、景区知名度不高 .....	3
3、淡季人流量少 .....	3
(二) 活动安排及活动介绍.....	3
1、活动主题 .....	3
2、活动时间 .....	3
3、场景布置 .....	3
(三) 宣传策略.....	5
1、新闻与媒体的途径加大知名度 .....	6
2、网络传播的途径加大知名度 .....	6
3、宣传栏的途径加大知名度 .....	6
4、中介机构宣传的途径加大知名度 .....	6
5、杂志报纸宣传的途径加大知名度 .....	6
(四) 策划活动经费.....	7
四、成果特点 .....	7
五、收获与体会 .....	8

# 平江石牛寨旅游节营销活动策划方案

## 一、成果简介

平江石牛寨景区位于湖南、湖北、江西三省的交汇处，在岳阳平江县石牛寨镇境内，是国家 AAAA 级旅游景区，占地面积 10 余平方公里，海拔 523 米。石牛寨淡季的工作人员有 45 人左右，旺季的工作人员有一百多人，景区的最大承载量是 10000 人，主要景区有玻璃桥、悬崖秋千、喊泉、步步惊心、石佛山观光栈道、石佛山观光索道、玻璃滑道、极速快跳、悬崖客栈、高山地下峡谷漂流等。石牛寨景区属于中汇率景区管理股份有限公司，总部在湖南省长沙市。具有着成熟系统，现在的主要客源量来自于湖南省境内，

平江石牛寨景区存在着诸多不足，比如营销方式单一，景区知名度不高，未创造品牌效益，人流量少，游客反馈少等等。针对平江石牛寨在营销中存在的问题，设计出了更加合理可行的营销活动解决方案，从而使石牛寨出现在更多人的视野里，吸引更多的游客来平江石牛寨游玩。

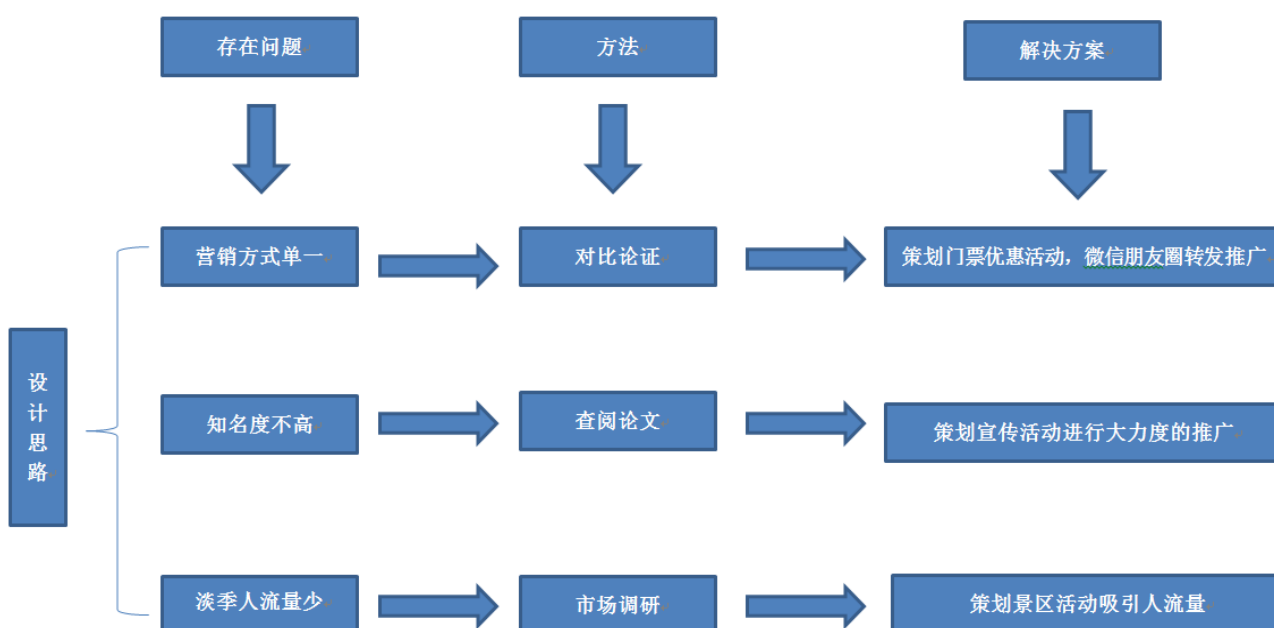


图 1 石牛寨图

## 二、设计思路

通过多年对江石牛寨景区的了解，查阅了多方的资料新闻、案例等，并通过对平江石牛寨工作人员的调查，来访游客的评价进行了星级评价，发现平江石牛寨在对外营销上存在着一些问题。

对于淡季的人流量少等问题，主要采取的是营销活动来解决这些问题。本次平江石牛寨的营销手段采取的是特色营销活动为主，也就是作出吸引眼球的活动让更多人参与进来，再按策划好的程序进行活动安排，本此营销活动中分为以下阶段：收集和分析创造策划活动方案，确定策划活动方案，进行市场调查，宣传招徕参加人群，广告营销经费预估，策划活动方案效果预估等等。+



### 三、设计过程

#### (一)平江石牛寨现存的问题

2015年到2018年，平江石牛寨景区成为网红景区，招揽了不少来自国内的游客。但是随着国家的政治经济发展，中国90%的游客对旅游景区的要求越来越高，也越来越严格。经过对平江石牛寨的研究，列出了以下问题：

##### 1、景区营销方式单一

平江石牛寨在过去几年的营销活动主要侧重在，活动性不够，任务未做成自己的品牌

## 2、景区知名度不高

经过对平江石牛寨游客的调查，近年来石牛寨的客源多来自于湖南省境内的游客，说明在国内的其他并没有真正进入国内群众的视野。

## 3、淡季人流量少

经过几年来对石牛寨景区的了解以及大数据鉴定，平江石牛寨旺季和淡季的区别较大，要么人数庞大，要么人数稀少。

### (二) 活动安排及活动介绍

#### 1、活动主题

多彩旅游节

#### 2、活动时间

5月19日全天

#### 3、场景布置

(1) 在平江石牛寨景区的广场上设置一个展示桌作为微信助力的兑换处

活动地点，游客将石牛寨宣传片转发朋友圈后通过排队参加活动进行兑换景区门票和索道通行票。

(2) 石牛寨展销会的场地设于平江石牛寨广场

#### 4、活动具体安排

(1) 微信助力赢景区门票，赢索道通行票

活动时间	5月19日全天兑换
活动地点	平江石牛寨广场
活动目标群体	不限
活动内容	①开发微信助力页面，点击关注再转发助力，从完成助力活动的名单中，抽取幸运者获得石牛寨景区门票或其他奖品，

	<p>比如酱干，腐乳，十三村酱菜等等。</p> <p>②将石牛寨宣传片转发朋友圈，集 30 个赞即可免索道票。</p>
--	---

(2) 平江石牛寨展销会

活动时间	5 月 19 日 14: 00 开场
活动地点	平江石牛寨广场
活动目标群体	不限
活动内容	<p>在展销会上分区摆列特产区、纪念品区等进行特卖、特产区内有平江酱干、平江火焙鱼、时丰大糍粑、南江黄鳝、平江长寿熏腊肉、腊鱼、十三村酱菜、平江腐乳、山桂花蜂蜜、福寿源茶叶、平江茶油等，纪念品摆列平江石牛寨特色山水画，玻璃桥照片，平江皮影戏的小玩具等。</p>

(3) 悬崖探险赢大奖

活动时间	5 月 19 日全天
活动地点	玻璃桥，悬崖秋千的工作室
活动目标群体	不限
活动内容	<p>现场大抽奖，活动进行时，所有通过了玻璃桥或悬崖秋千（二选一）的游客均可参与抽奖，现场通过电脑的系统抽取活动奖品。抽奖活动一天分成了两轮，第一轮上午，第二轮下午。景区售票处，石牛寨广场处设置一个幸运抽奖活动，购票游客都可以参与抽奖，赢得旅</p>

	游景区提供的奖品。奖品是平江腐乳一瓶。
--	---------------------

#### (4) 平江皮影戏大型演出

活动时间	5月19日晚上19:00 开场
活动地点	古城楼
活动目标群体	不限
活动内容	皮影戏又称“灯影戏”或“影子戏”，是用兽皮，纸板等工具制作而成的人物剪影来表演故事的戏剧。表演现场是用一块幕布作为屏幕，再由两三个人在后面操作，加着浓浓乡音的奏乐，边讲着励志的故事情节，成了独具特色的皮影戏。现如今，带着浓浓特色乡情的平江皮影戏面临着失传灭绝的危险，此次演出是千载难逢的机会。

#### (5) 旅游节摄影大赛

活动时间	5月19日下午16:00 开场
活动地点	平江石牛寨广场
活动目标群体	不限
活动内容	面向全省摄影爱好者，举办平江石牛寨探险旅游节摄影大赛。参赛选手将摄影作品通过微信投稿，经平江石牛寨旅游景区初步筛选后，挑出100幅作品，将作品进行微信投票，得票前20名的，获得景区提供的平江酱干1到10斤不等。

### (三) 宣传策略

在旅游业中，一个旅游景区的知名度的高低直接影响旅游景区的销售额，只有利用好了广告投入，广告特色宣传，才能对旅游业进行一定的冲击。让平江石牛寨进入大众的视野的唯一办法就是宣传，可以利用口头宣传，书面宣传以及其他宣传方式对



石牛寨进行大面积的宣传，将平江石牛寨最好的一面带给大众，给大家留下深刻的印象。用宣传提高平江石牛寨旅游景区的知名度，才能拉动景区的消费，提高知名度才是平江石牛寨的发展必经之路。

### **1、新闻与媒体的途径加大知名度**

针对平江石牛寨景区的市场现况，应采取区域范围的广告宣传，比如平江电视台就是一个不错的选择。先由小范围的知情人士发展到大范围的知情人士，集中人群，加大最大的景区优势，重点突破，成为旅游景区的一道风景线。

### **2、网络传播的途径加大知名度**

- 1) 社交软件传播，有微信（微信群，朋友圈，订阅号等进行链接转发），QQ（QQ群，QQ空间，QQ邮箱邮件群发等），
- 2) 在百度贴吧，猫扑社区，搜狐论坛，新浪论坛等各大论坛发帖等等
- 3) 请旅游界大V博主撰写软文进行推荐并宣传。
- 4) 请抖音，快手等段视频软件的网红拍视频宣传。

### **3、宣传栏的途径加大知名度**

对于景区可能存在的潜在消费者使用广告宣传牌的方式宣传，可以在通往景区的路上设置广告宣传牌，在平江各大人流量大的显眼的地方设置广告牌。

### **4、中介机构宣传的途径加大知名度**

旅行社作为旅游业的中介机构，是旅游景区和游客之间最直接沟通的桥梁，应把重点放在与旅行社的沟通上，因此我们可以在广告方面加大力度，可以给旅行社优惠价格或其他增加旅行社利润的方法。

### **5、杂志报纸宣传的途径加大知名度**

可以利用日常人民常看到的新闻报纸，以及行业内利用的DM杂志，采取措施针对性的送到旅行社里，或者是写字楼，小区住宅，工作单位等场所，新闻报纸和DM杂志跟别的广告方式相比，更快捷，费用更低。

#### (四) 策划活动经费

项目	数量	单价	合计
电视广告	1	5000	5000
网络广告	5	1000	5000
宣传栏	3	50	150
旅行社	不限	0	0
DM 杂志	1	3000	3000
摄影机	1	10000	10000
电脑	2	4000	8000
投影仪	1	10000	10000
投影幕	1	1200	1200
椅子	100	5	500
展示桌	1	500	500
皮影戏幕布	1	200	200
奖品 (平江酱干)	50 斤以上	20/斤	1000 以上
总价	44550 (人民币肆万肆仟伍佰伍十元)		

#### 四、成果特点

此营销策划方案是根据平江石牛寨的实际情况积极开展的营销活动,针对石牛寨景区营销方式单一、知名度不高、淡季人流量少的问题,进行的一系列景区营销活动,取得了圆满的成功,不仅如此,在此次营销活动中举办的活动还可以继续在景区中推广,形成景区的常规活动。通过举办微信助力赢景区门票,赢索道通行票,石牛寨山水画义卖,悬崖探险赢大奖,平江皮影戏大型演出和旅游节摄影大赛等营销活动,让越来越多的国内外游客了解,吸引到一大批的游客前来平江石牛寨景区游览参观,扩大了平江石牛寨对外开放的范围,加大了景区的知名度;增加了旅游景区配套项目,在这次活动中,为景区增加了更多的旅游景区配套项目,针对六大旅游要素,景区为

吃住行游购娱增加了餐厅，酒店，小吃店等等；充分发挥了电视、互联网、报纸等新闻媒体的作用，突出宣传平江石牛寨的特色资源、特色产业、特色产品。

## 五、收获与体会

一个优秀的营销方案就是旅游景区生意好坏的关键，在现如今科技发达的时代，旅游行业又非常的脆弱，我们能做好的就是做好自己，稳中求进才是发展之道。在此次的毕业设计制作中，老师给我带来了非常多的帮助，作为一个刚踏入社会的年轻人，这篇毕业设计也让对旅游业有了一个初步的了解。同时我也发现了自己的很多不足的地方，在制作毕业设计时会找不到材料，找不到思路等等。生命在于不断学习，出现这些问题的主要原因还是由于自己的学习能力不够。现临近毕业，我必须更加努力学习，变成更优秀的自己。

## 参考文献

- [1] 骆廷. 互联网时代下旅游目的地营销策略研究——以四川海螺沟景区为例[J]. 全国流通经济, 2019(22): 150-152.
- [2] 高冉冉. A 景区智慧化建设优化研究[D]. 山东师范大学, 2019.
- [3] 李晨芳. 旅游景区类微信公众平台运营现状及营销策略研究——以陕西省为例[J]. 旅游纵览(下半月), 2019(05): 17+19.
- [4] ARSTANBEKOV YZATBEK. 吉尔吉斯斯坦伊塞克湖景区旅游服务营销策略研究[D]. 兰州理工大学, 2019.
- [5] 朱琳. 西峡老君洞旅游景区营销策略研究[D]. 河南财经政法大学, 2019.
- [6] 刘江珊. 登封市文化旅游资源产业化研究[D]. 山东大学, 2019.
- [7] 马甜甜, 李瑞. 丰图义仓景区营销推广策略研究[J]. 产业创新研究, 2019(03): 33-34.
- [8] 曹慧格. 浅议旅游景区酒店的营销策略[J]. 现代营销(信息版), 2019(03): 229.
- [9] 陈琚. 天柱山旅游风景区整合营销传播策略研究[D]. 安徽财经大学, 2019.
- [10] 杨杏月. 旅游景区品牌形象的塑造与传播研究——以清新福建品牌推广为例[J]. 黑河学院学报, 2019, 10(02): 70-71+155.