# 最新项目方案策划做(实用15篇)

作者：心中的阳光 更新时间：2024-03-31

*“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”。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。项目方案策划做篇一为了贯彻落实学*

“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”。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

**项目方案策划做篇一**

为了贯彻落实学院20xx年寒假党委中心组扩大会议精神,鼓励管理创新，教育教学创新,学院决定开展”特色项目\"专项工作,并在一定时期内常态化。通过“特色项目”工作的开展，改革管理措施，提高管理水平，规范管理手段，提高工作效率，创新职业教育教学手段和方法，提高人才培养质量，实现学院内涵发展，达到转型升级、增效提质的奋斗目标和建设百年名校的梦想。

1、项目申报应在日常管理和常规工作做好的前提下，本着工作改革发展中急需解决的问题优先的原则，做到两不误，两促进。

2、项目的立项、结题评审力求做到公平、公正、客观、择优。

3、项目的开展坚持管理和教育教学改革，突出解决学院发展瓶颈。

4、工作中坚持互相配合、互相学习的原则。

“特色项目”作为部门期末考核的内容之一，按部门申报，每个部门申报一项。每学期开学的次月，将填写好的“特色项目”申报表，经部门分管院领导审核签字后，提交目标督查办公室。项目申报截至时间另行通知。

学院组织专门的立项或结题评审委员会对项目进行立项评审，部门现场进行演讲和答辩。立项平均得分大于或等于60分的为学院本学期立项“特色项目”。

“特色项目”在部门的期末考核中占3分，采用分段记分法，按时提交“特色项目”申报表得0.5分；经评审同意作为学院“特色项目”得0.5分；项目结题总分2分，结题评审时评审委员评审后决定得分。

（一）立项评审内容及权重（采用百分制：100分为满分）

序号评审内容占总分比重%评审等级

1项目创新情况20

2与学院改革和发展的结合度50

3结题目标的合理性10

4实施方案的可行性10

5项目的\'难易度10

说明：每个评审内容分为4个等级（abcd），a级记满分，b级得分占该项评审内容满分的80%，c级得分占该项评审内容满分的60%，d级得分占该项评审内容满分的40%。

（二）结题评审内容及权重（采用百分制：100分为满分）

序号评审内容占总分比重%评审等级

1项目与学院改革和发展的结合度50

2项目的难易度5

3项目的完成情况20

4项目实施效果10

4结题报告的完整性5

5项目的创新情况10

说明：每个评审内容分为4个等级（abcd），a级记满分，b级得分占该项评审内容满分的80%，c级得分占该项评审内容满分的60%，d级得分占该项评审内容满分的40%。

1、申报截止时间和结题报告提交时间每学期另行通知。

2、“特色项目”申报表和“特色项目”结题报告书由学院目标督查办公室统一制定，部门填写时在办公系统上下载。

3、评审前部门自行准备ppt和评委需要的申报表和结题报告书（份数另行通知）。

4、“特色项目”是部门期末考核的重要内容，部门主要领导要高度重视，认真研究和规划，确保项目申报成功。立项后积极推进，按期保质完成项目预定目标。

附件：1、“特色项目”申报表；

2、“特色项目”结题报告书。

**项目方案策划做篇二**

1.总建筑面积：

2.住宅面积：

3.商铺面积：

4.建筑密度：

5.绿地面积：

6.绿地率：

7.容积率：

8.总户数：

9.占地面积：

10.可销售的停车位数量：

1.自住型消费群（比例%）

（1）、年龄结构：

（2）、购买用途：自行长期居住

（3）、购买状况：一、二次置业

（4）、自住户习惯：对户型设计和交通状况有较高要求，喜欢小区环境为林木类生活环境。

（5）、注重条件重要性排序：价格水平，户型设计，配套设施及场所，物业管理，居住氛围。

2.投资型消费群体（比例%）

（1）、年龄结构：

（2）、购买用途：

（3）、购买状况：多次置业

（4）、投资者习惯：注重位置，周边配套及发展状况。

（5）、注重条件重要性排序：投资总额，升值潜力，收益的稳定性。

1.报纸：采用夹报彩页形式成本相对较低，但宣传效果较弱于报纸版面。

2.公交站台：大城市多数销售成功的楼盘项目都借助了这一宣传形式，它的效果覆盖面大，持续周期长，能够使客户脑中产生深刻印象，吸引客户上门咨询，也能做到人们相互的口碑宣传，拓宽项目的影响力。

3.工地围墙宣传：主要以楼盘工地围墙作为画面的载体，不仅美化公司周边环境，而且也能吸引路人的注意。建议爱琴海项目工地围墙宣传设计布围，加强logo、色彩、文案的视觉冲击，突出爱琴海国际公馆整体特点。

4.总站车辆的移动电视宣传，主要宣传对象是油田各厂区工人以及每天来往市区的乘客。

5.宣传彩页模式：主要突出项目的名称、项目标志、主题语、项目标准色和辅助图形加以表现形式形成独立的视图艺术效果，达到加深印象和形象的目的。

6.售楼中心宣传效果：展示中心字体与背景墙面色彩一致，不能起到强化视觉效果。建议改成蓝色字体，突出爱琴海国际公馆标示效果。展厅内模型以及展板上的资料摆放，突出情景与细节。

1.传统销售模式，既坐销形式。通过的宣传吸引客户电话来访、上门来访，置业顾问应认真对待每一位来现场的.客户，为其介绍项目的基本信息情况并突出项目卖点，对项目同类产品进行举例对，通过专业的讲解促使客户购买。针对投资的客户应引导其进行投资分析，为客户分析投资前景，本区域的发展规划，产品的优势、回报率，消除客户的疑虑，建立信任关系促成最终成交。

2.好邻居模式，通过已购买客户途径促使新客户购房，既老客户每介绍一位新客户购房，既给予老客户已购房款的反点优惠，老客户多介绍则多优惠。

3.买房中奖品，通过宣传买房中大奖的促销活动，吸引客户上门看房并最终促成购买。奖品制定需要能吸引客户眼球，提高其购买欲望）

1.市场调查及研究：

1）派出调研人员进行市场调查和问卷访问。

2）调查同类型市场，进行同类项目比较分析。

3）数据汇编整理，分析、撰写市场调查报告。

2.市场定位：

1）项目概况书，由公司提供。

2）产品定位：建筑、配套、结构、户型、绿化、道路、商铺等。

3）产品文化定位：产品品质，建筑风格。

4）市场目标定位：客户群定位。

5）价格定位：成本因素，市场因素，环境因素。

3.销售关系准备及建立：

1）销售面积确定

2）按揭银行洽谈

3）选定公司：实施策划思路，表现楼盘卖点。

4）选定宣传媒体

4.售楼资料：

1）售楼书

2）买卖合同

3）价格表

4）销售流程及买房须知

5）买房认购书

6）投资置业指南

7）物业管理六。

销售团队：

对于受聘人员能力要求：限女性，形象气质佳，口齿伶俐，反应迅速，思路清晰；愿意接受挑战，具有出色的沟通，领悟，执行能力，具有亲和力及独立的工作创新意识，团队感强。另外还要有上进心！能吃苦！

**项目方案策划做篇三**

经普查，现在需搬迁深山独居户和散居中户仍有户、口人，需要搬迁。

1、移民户搬迁欲望强烈。走出困境，摆脱贫穷，是他们梦寐以求、渴望已久的事，祖祖辈辈饱受交通不便、吃水困难之苦的山区群众。听到移民搬迁的消息，如同久旱逢甘露，表现出了极大的热情。他们的积极配合，将是移民搬迁能得以顺利进行。近几年移民搬迁试点的顺利实施，让搬出深山的群众尝到了甜头，也使深山区群众打消了种种顾虑，更加增加了他们搬迁的欲望。

2、具有一定的安置条件。一是随着近年来滩涂治理、基本农田和农田水利等基础设施项目的建成，新增和扩大了土地面积，为解决移民户的.口粮田奠定了基础。二是小集镇和工贸小区建设的快速发展，进一步拓宽了移民搬迁的领地，为移民户开僻了新的就业门路。

3、积累了丰富的移民搬迁经验。xx乡从xxx年开始开始实施财政扶贫资金易地搬迁扶贫试点工作，共搬迁户、人。加之xxxx年xxx县特大洪灾后也实施了灾民集中安置点建设，安排了户，口人，目前，搬迁新区呈现出了人下山、民心安、市场兴、产业旺的可喜局面。

本次经初步调查统计，全县需要移民的深山独居户和散居户xxx多户、xxxx口人，涉及到除xxx镇以外的xxx个乡镇、xxx个行政村。按照“政府引导，群众自愿、就近迁移、统一规划、先易后难”的原则，xxx县的移民搬迁工作做到有计划、有步骤、分批分期地进行，先搞好试点，取得经验，逐步扩大。初步计划安排在xxx年完成xxxx户、xxx口人，项目涉及xx个乡镇，xxx个行政村。主要建设内容为建房xxxx间及配套的护堤、造地、道路、饮水及其它配套工程。

另有xxx等xx个乡镇的xx处群众已自发建成的搬迁安置点，没有项目资金，无法落实配套设施。xxx个集中安置点配套硬化道路xxxx米、护堤xxx米、引水管道xxxx米、排水渠xxx米等工程，配套道路、护堤、供水等工程，需申请以工代赈易地搬迁项目解决。

移民搬迁安置基本费用主要由四大项组成，即房屋建筑费、配套建筑设施费、水电路等配套设施费及搬迁安置费。

房屋建筑费。每户平均按新建砖混结构房屋100平方米，按xxx县农村当地最低建筑价格水平每平方米500元，需50000元，围墻、厕所等其它配套建筑设施xx元，水、电、路等配套设施3000元，搬迁费用和其它3000元，每户平均搬迁费用合计58000元。以上四项合计户均投资5.8万元,按每户4口人计算，人均投资1.45万元。完成1333户、5485口人共需投资7953.25万元。

鉴于以工代赈移民搬迁补助资金有限，根据国家和制定的搬迁扶贫补助标准，项目投资预算如下：

2、已建的6个集中安置点配套工程，总投资336万元，需申请以工代赈易地搬迁项目资金301万元。

两项总投资3078.5万元,其中申请以工代赈易地搬迁项目资金1946.5万元,地方各级配套及自筹1132万元。

移民搬迁典型的惠民工程，无论是建房，不是配套的护堤、造地、道路、饮水及其它配套工程。都离不开项目搬迁群众的参与，群众投入工程项目建设，使群众增加收入，体现了党和政府对群众的关心和爱护，同时也是保证工程顺利实施的重要措施。

（一）实施方案

本项目实施应充分考虑施工条件和特点，选择合理的施工方案和施工组织方法，周密安排、精心组织、科学施工，尽可能保持施工过程的连续、协调、均衡和经济，保证大坝建设工程按期优质高效地完成。

（二）工程管理和组织措施

1、工程管理

各项目实施乡镇抽调选派懂技术和管理人员，组成易地移民搬迁项目工程管理机构，对项目实施进行全过程管理，具体负责资金筹措、招标投标、占地拆迁、工程质量检测、工程财务管理及施工单位与相关各方面协调等工作。施工单位根据所承担施工任务的具体情况，应建立相应工程管理机构，配置足够的工程质量检测、试验人员和技术管理人员，按照质量要求，严格控制施工过程的各个环节，认真自检自纠，确保施工质量；监理单位的监理人员应公正独立地开展工作，确保工程三大目标（质量、进度、投资）得到有效控制。本项目实施单位、施工单位及监理单位三方既紧密合作，又各负其责，共同确保工程质量和进度，以及工程投资合理有效。

2、完善项目公示制度

实施计划下达后，及时把项目主要建设内容在政务公开栏中予以公示，积极组织项目区群众参与项目建设，工程完工后及时在项目建设所在地公开兑付劳务报酬，并将报酬发放情况张榜公布。

3、严格工程质量验收

工程竣工后，由施工单位编制竣工报告，上报主管单位，并组织工程技术人员到实地查验工程，以验收小组人员结论为依据，若工程质量符合标准及质量要求，只预留10%的资金作为质量保证金，待试运行结束后，确认无质量问题时，一次付清。若有质量问题进行改善处理后，确认无问题，按照规定结算。

**项目方案策划做篇四**

作者：李国贯

指导老师：易婷婷

1、概况：

浏阳河又名浏渭河，原名浏水。因县邑位其北，“山之南，水之北，谓之阳”，故称浏阳。浏水又因浏阳城而名浏阳河。全长234。8公里，流域面积4665平方公里。

2、旅游资源：

（1）自然资源

浏阳河：十曲九弯，两岸青山翠枝，紫霞丹花。

浏阳河漂流：浏阳河第一湾（浏阳市高坪乡境内）。

特产：浏阳花炮闻名中外，还有菊花石、夏布、湘绣、豆豉、茴饼、纸伞、竹编。

（2）人文资源

开福寺、马王堆汉墓、陶公庙、许光达故居、黄兴故居、徐特立故居、谭嗣同故居、浏阳文庙、浏阳算学馆、孙隐山等文物。

（3）红色旅游

走出了一大批党和国家的卓越领导人。走出了中国第一个为戊戌变法而流血牺牲的志士谭嗣同，走出了民国先驱唐才常、焦达峰。还走出了数十位挽民族之危亡、救生灵于水火的铁血将军和数万名革命烈士。可见，浏阳的“红色旅游”氛围浓厚，发展潜力不言而喩。

1、优势：

（1）浏阳市社会经济基础雄厚，城市经济实力不断增强。

（2）浏阳市的道路状况良好，区位条件比较好，可进入性较强。

（3）浏阳河旅游资源丰富，发展潜力强劲。

（4）优美动听的《浏阳河》，掠云越波，传遍了五湖四海，浏阳河的知名度较高。

（5）旅游产业蓬勃发展，国家将“红色旅游”提上日程，可以使浏阳河的“红色旅游”资源得到充分利用。

2、劣势：

（1）浏阳市整体形象缺乏明确定位，对外宣传不够。

（2）浏阳河景区的服务人员的服务意识比较薄弱，服务水平较低。

（3）浏阳河的旅游资源缺乏有效的保护，开发不足。

1、市场分析：一句“浏阳河。。。。。。”，伴随着中国的一代伟人响遍了祖国的每一个角落，传遍了世界各地，在我们每一个人的心中，对“浏阳河”都有一份额外的亲切和敬仰。因此，“浏阳河”的目标消费者群非常庞大。无论男女老少，都是“浏阳河”的目标消费者。港澳台喜欢文化交流的年轻人以及老一辈革命老人，亚洲甚至全世界热爱中国文化，喜欢到中国旅游的外国游客都有可能成为目标消费者。

2、最终目的：提高浏阳河的知名度，使浏阳河走出湖南省，唱响中国，走向世界。

1、目的性原则：

（1）把浏阳河打造成国内著名的休闲旅游景点。

（2）将浏阳“红色旅游”资源和其它“红色旅游资源”整合为经典“红色旅游”线路。

2、可行性原则：

（1）浏阳市的道路状况比较好，交通便利，旅游者可进入性比较好。

（2）浏阳河经过多年发展，有良好的口啤，现在正在不断完善之中，其发展潜力较大。

（3）浏阳市政府有足够的资金和信心把浏阳河“推出去”，走出省门。

3、特色化原则：

4、政府主导和市场结合的原则：

（1）政府主导，依靠浏阳市政府，甚至湖南省政府的强烈支持和推广。

（2）提高浏阳河的市场竞争力和综合实力。

唱响古今，璀璨浏阳！

主办：浏阳市政府

承办：浏阳市旅游局

协办：湖南卫视电视台

1、音乐晚会：其中有大合唱《浏阳河》版，以及抒情版的《浏阳河》，小品等。

2、放烟花：音乐晚会结束后放烟花。

3、征文比赛：要求参赛者围绕浏阳河这个主题写文章。通过这个征文比赛，来提高消费者（特别是年轻一代）对浏阳河的认知。在音乐晚会当晚会给优秀作品的参赛者颁奖。

4、举行音乐晚会当天浏阳市旅游局以6折的价格出学生票，以8折的价格给其它消费者。

5、以浏阳河的名义捐款20万给当地的慈善公益机构，在当天中午举办新闻发布会。并且把这一信息刊登在当地最有影响力的报纸媒体。同时，在湖南卫视播放这则新闻。

1、进行音乐晚会的前题宣传，在湖南卫视《娱乐天天报》播放音乐晚会的宣传片，以及在当地有影响力的报纸做音乐晚会的平面广告宣传，为期一周。

2、音乐晚会于xx年xx月xx号在浏阳河广场举行，从晚上8点开始到晚上10点结束，采用直播形式。请湖南卫视著名主持人李湘、汪涵联手担任主持。由湖南卫视摄制组担任整个晚会的制作以及后期编辑。

**项目方案策划做篇五**

活动方式:

1.展出不同厂家的各种月饼礼品盒、散装月饼,采取多种方式陈列,给人以丰富感。并联合厂家展开不同程度的优惠、赠送小礼品等促销活动。

可以按月饼馅划分陈列区域,如肉馅月饼、无糖月饼,水果馅月饼等。同时可以开设一些知名品牌月饼专柜。

2.推出中秋礼品组合套餐:把月饼跟其他保健品类礼品组合包装在一起,分为几档,如88元、188元、288元。

中秋节,人们购买礼品孝敬老人或赠送朋友,一般除了购买月饼外,还会买点其他什么礼品的,一般多是保健品之类的,将月饼和其他礼品组合在一起,既方便了顾客购买,在价格上也可以采取一定优惠。

3.现场制作月饼:去年的月饼风波可能在许多人心目中还留有阴影,为了让顾客去除这种心理,现场制作月饼是一好方法,可以联合厂家现场制作。

活动期间,购物满100元,送一个挂有月亮的钥匙扣,月亮钥匙扣形状多样,制作精致,上面刻有一些祝福语:如中秋快乐、祝美满、平安、快乐等话语以及一些描写中秋节和月亮的诗歌词句。

操作说明:

1.钥匙扣由商场定做,根据商场销售额确定定做数量,每个钥匙扣定做成本控制在一元以内。

2.在钥匙扣上刻上商场名称,也可以跟祝福语结合起来,如“xx商厦祝您中秋节快乐”。

3.凭购物小票到商场指定处领取,100元一个,200两个,依次类推。领取后在小票上盖章。

活动时间:xxx

限时抢购,抢购持续时间为“十分钟”,在抢购时间内购买的商品一律八折,在收款台进行打折计算,以收款处结算时间为准,以商场音乐时间为标志,当特定音乐响起的时候,即抢购时间开始。

操作说明:

事先不告知具体“抢购”时间,注意维持现场秩序。

注明一些商品不参加抢购,并在现场用海报告示。

此活动也可以采取在抢购时间内购买的商品返还30%付款金额的做法,凭购物小票上的金额和时间到服务台领取返还金额。

注:超市可以推出中秋节每日商品特价,每日推出两至三样特低价商品,通过特低价商品来带动其他商品的销售,这些特低价商品最好是跟中秋节有一定联系,跟其他商场相比,这些商品在价格上要具有绝对竞争优势。

购物满200元,凭购物小票可现场拍5寸照片一张,以作留念,现拍现取；

时间:中秋节当天；

地点:商场门口广场；

协办:某某影楼或某某胶卷公司；

操作说明:可现场布置一个场景,或搭建一个凉亭,营造出中秋古韵,或布置成一个现代团圆喜庆场景。最好是将商场名称拍进去,以后看到照片就能想起商场。

对于很多顾客来说,月饼都是要买的,各个商场的月饼种类、价格都差不多,因为一般顾客选择就近购买,那样比较方便。如何让顾客更方便,怎样吸引顾客从其他商场来本商场购买呢,就需要推出有特色的服务措施。

1.月饼电话订购:提前半个月在报纸上、商场布告栏、商场海报上公布月饼订购电话,凡购买月饼满100元以上,直接送货上门,单位集体购买可享有九折优惠。

2.月饼定做:跟厂家合作推出月饼定做服务,公布定做电话、具体定做方式。顾客的口味需求毕竟不同,也有一些特殊顾客会有一些特殊的要求,月饼定做既是商场服务内容的一种拓展,也体现了商家从细节处为顾客着想。

3.月饼代送、代寄:凡在市区的,直接代送到家;凡是外地的,通过邮局等快递方式邮寄到家。此项服务可以加收一定的服务费,如加收10元。生活在都市中忙碌的人们,也许您有种种原因,无法亲自将礼品送给您的家人、长辈、朋友,商场将为您代劳,将您的礼品转交给他们,并送上真挚的祝福。

其他活动简要:

1.中秋餐饮大餐:中秋节除了吃月饼外,一家人还要一起吃团圆餐,商场超市可以跟餐饮业互动,跟某餐饮大酒店合作,推出购物满300元送八折优惠券,或购物满多少,抽奖赠送免费餐饮券。

2.中秋良辰美景,当然少不了歌舞助兴,可联系一些业余歌舞组合到商场门口搭台表演,以营造出中秋热闹氛围。

**项目方案策划做篇六**

1、项目背景：

(2)熟知xx物流园及其周边情况，附近无形象正规且经营完善的洗车店;

2、项目定位分析：

(1)汽车清洗：湿洗干洗相结合;

(2)汽车美容：打蜡、抛光封釉等;

3、目标客户群的定位：

(1)进出物流园车辆：写字楼商户车辆、园区车辆;

(2)物流园周边车辆：柳辛庄居民、物流园附近其他居民及事务车辆;

(3)其他流动车辆：各类行经车辆。

1、选址分析：

2、附近洗车店及具体情况：

(1)xx购物中心对面(农行旁)：

(2)xx汽车4s店旁边：

人工洗车，2人，简单洗车，25元/次，一个车库面积，外场地停放3辆车;

(3)xx汽车4s店对面：

人工洗车，3人，简单洗车，25元/次，一个车库面积，外场地停放3辆车;

(4)xx铺加油站：电脑自动洗车;

(5)xx皮肤病医院(交通宾馆)旁：电脑自动洗车。

3、我洗车店的优势：

(1)地理位置优势明显：地处车辆流动集中位置，物流园中心地带;

(2)管理优势：实行优化及正规的管理方案;

(3)服务优势：发挥优质服务意识优势，为客户提供全方位优质的服务;

(4)发展优势：洗车店从基础开始定位，持续改进，谋发展。

1、资金来源：自投资;

2、计划初投资额：

序号项目数量金额投入原因

1场地租赁1项面积需求：

租金：元/月

2店面装饰1项店面的装修、桌椅家具布置

3高压清洗机1台必需设备

4吹干机1台必需设备

5吸尘器1台必需设备

6消防设备1台必需设备

7辅材及耗材1项其他小件物品

8宣传1项前期宣传投入

9总投资

3、计划月度运营投资额

序号项目数量金额投入原因

1员工工资店长工资：

洗车工工资及人数：

2水电费用

3其他运营费用

4车费

5总运营

1、管理方式：店长负责制;

2、组织机构：

(1)店长1名：负责统筹运营及日常财务状况;

(2)洗车工3名：负责洗车美容工作;

3、发展规划：

待洗车店稳定运营且保持一定收益增长，在原有基础上，可发展以下业务：

(2)汽车精品：

a汽车内饰精品——主要是指用于汽车内部装饰和布置产品常见内饰精品有：汽车香水座、坐垫、冰垫、脚垫、腰垫、地毯、座套、钥匙扣、公仔、风铃、窗帘、保温壶、太阳膜、防盗锁、安全气囊、车用衣架、隔热棉、门边胶、手机架、安全带、气压表、方向盘套、仪表装饰板等。

b汽车外饰精品——主要是指用于车外的装潢的产品，常见外饰精品有：晴雨挡、门碗饰件、外拉手贴件、挡泥板、车贴、汽车天线、雾灯框、汽车尾灯框等。

c汽车电子精品——主要是指用于汽车电子控制装置和车载汽车电子装置;常见电子精品有：gps导航、车载dvd、车载mp3、汽车音响、汽车逆变器、汽车加湿器、汽车氙气灯等。

4、推广策略：

(1)资料宣传：传单、广告粘贴;

(2)活动宣传：开业庆典、会员卡;

(3)网络宣传：支付宝、微信的宣传与支付;

(4)服务宣传：茶水等店内优质服务。

1、定价：

洗车：元/次打蜡：元/次抛光封釉：元/次

2、月度销售计划：

第一个月销售额：

第二个月销售额：

第三个月销售额：

3、月度经营成本：

第一个月成本：

第二个月成本：

第三个月成本：

4、综合收益：

店名、设备、人力、具体定位等。

xx物流园区洗车店项目基本切实可行，更多细节有待商榷。

**项目方案策划做篇七**

一、项目前景:

日前我省的牛肉大部分来自于广西、山东省，本省肉牛供应量处于较低水平。而广东近年来，随着机械化水平的提高，牛的耕田作用越来越小，很多农户不再养牛;许多地方的农民纷纷外出打工，留在家里的都是老幼妇孺，肉牛养殖劳动量大，一次性投入大，饲喂费工费时，饲养不方便;有的农村社会治安不好，农民怕牛丢失、被盗，不敢养牛;过去养牛是一家一户饲养，不利于环境的卫生，随着生活水平的提高，为了环境的清洁，很多农民不愿意养牛。

20xx年的肉牛价格再创新高，市场上活牛价格高达28~32元/公斤，育肥牛为34~36元/公斤，牛肉价格为42~46元/公斤。一头牛育肥3~5个月，纯利润达1000~1700元。农民养殖一头母牛，如果一年能产一头犊牛，就能收入1500~1800元。

二、市场分析:

现省内肉牛供应主要来源于广州从化，粤东、粤西等。供应的肉牛只占很少的一部分。省外的以牛肉供应为主，主要原因是活牛长途运输存在一定技术上的困难。而牛肉长途运输的保鲜成本也较高。因而省内肉牛的养殖成本最低。

三、风险分析:

肉牛养殖的风险主要是三方面:

1、价格风险:肉价市场的变动。以目前物价的上升和生活水平的提高，牛肉的价格波动较低，因此价格风险也较低。

2、疾病风险:目前牛口蹄病、结核病、布氏杆菌病、牛肺病为主要防疫对象。在牛饲料中添加中药可进行有效的防治，牛是疾病发作很少的饲养动物之一。

3、自然灾害风险:水灾、气温等风险系数不高。

四、经营选址:

广东省内目前肉牛养殖地方首选河源市。河源到惠州80公里，隔深圳才2个多小时的路程，至广州也是是一样。河源雨水充足、气候相宜、地势平坦。目前对当地申办各种农业种植、养殖有政策性的照顾。再者河源有充足的土地资料和饲料资源。

五、养殖方式:

国内牛市场上比较走俏的进口肉牛还有:夏洛来、安格斯、利木赞、海福特、皮尔蒙特等。这些进口品种具有瘦肉率高、生长速度快等优点，适合规模化、工厂化养殖;秦川牛，性情温顺、体格高大，前躯发达，具有遗传性能稳定、适应性强的优点，日增重率、屠宰率等各项生理指标均居我国黄牛之首，适合小规模养殖;西门塔尔牛适应性强，耐粗饲，易饲养，产乳产肉性能好，饲料报酬高，遗传性能稳定，是养牛业首推品种。

新型皇竹草是目前生长最快、营养价值很高的牧草，对牛的口适性好，产量高，能量转化率高，一亩皇竹草可养育肉牛5—7头;牛粪可直接沉塘喂鱼、黄鳝、晒干养蚯蚓;蚯蚓可养鱼，养鸭。既可减少污染保护环境，也可增加收入。

六、成本分析: 略

**项目方案策划做篇八**

　针对心理辅导员反映同学们在亲情、友情、爱情方面存在一些误区、茫然问题，为了更好地协调好同学们学习与生活齐发展。减少一些不必要的心理压力。同时，也可以更好地加深同学们的友谊。

20xx/9/19

东华理工本部图书馆西湖亭子

英语三班全体成员

1、先通过班委同意及准备好策划书，然后由团支书进行一个个宿舍进行调查大家的想法，大多数人通过了才实施。

2、由班长和组织委员带领大家来到活动地点，组织委员讲开场白。

4、在愉快、轻松的氛围中结束此次班会，由组织委员作总结。

同学们通过此次班会更了解班上同学的想法，为以后更好地相处奠定了一定的`基础。在情感问题上也有了更高层次的认知。相信这能更好地指导他们的实践。轻松愉悦的畅言也减轻了他们一定的压力，使同学们能更好地学习。

**项目方案策划做篇九**

为进一步做好车辆超限超载治理工作，加强源头监管，强化路面控制，继续巩固治理成果，建立健全长效机制，切实维护乡村道路的完好畅通，延长乡村道路使用寿命，保障人民群众的生命财产安全。根据县政府的统一安排，结合我镇实际，制定如下实施方案。

坚持“立足源头、依法治理、标本兼治、长效治理”的原则，按照政府主导、企业负责、部门共管、行业监督的工作格局，建立和完善以源头治理与路面控制相结合、部门协作与区域联动相结合、企业自纠与政府监管相结合、宣传教育与行政处罚相结合的长效机制，确保治超工作持续、稳定、有效开展。

开展源头监管，对黄沙、石料、矿产、建材等重点货源单位监管覆盖率达95%以上；严格控制非法超载运输车辆上路过桥，通过路面控制，杜绝超载超限车辆驶上乡村道路。建立源头监管机制，形成路面控制网络，有效遏制非法超限超载行为，使货运市场秩序逐步规范，公路通行能力明显提高，交通安全形势明显好转。

(一)20xx年6月上旬，成立车辆超限超载治理工作领导组，制定具体实施方案。

（二）20xx年6月中旬，组织治超单位、货源单位负责人、营运货车驾驶员、相关村负责人等参加动员会，以会代训，做好宣传发动，提高合理、守法经营的自觉性。镇出动宣传车宣传治理超限超载的必要性、重要性，营造浓厚的治超氛围。

（三）20xx年6月中旬以后，在乡村公路出入口设置限载、限高、限宽等警示标志和限行措施，农村公路管理办公室认真履行职责，各村（居）积极配合，加强养护管理，开展路面巡查，真正从源头上杜绝超限超载车辆驶上农村公路。

（一）成立组织，加强领导。镇政府成立车辆超限超载治理工作领导组，镇长任组长，分管领导任副组长，相关单位负责人和村书记为成员，加强对治超工作的指导。

（二）加强宣传，营造氛围。镇召开相关部门、各村（居）书记、重点货源单位负责人参加的动员会，贯彻学习省、市、县有关车辆超限超载治理会议精神。宣传开展治超工作的目的、意义，货源单位的责任，超限超载的危害性，以及相关处罚标准和措施。要求各村张贴宣传标语，力争通过广泛的宣传教育，大力营造浓厚的治超氛围。

（三）部门联动，通力协作。在镇政府的统一领导下，各村（居）各单位要各司其职，各负其责。镇公路养护办要利用各村养护工，监督重点货源单位，发现问题及时报告，公路管理部门、养护办、村要对超限超载车辆及时进行处理。

**项目方案策划做篇十**

1、生态优势：明正德年间（1506―1521），县令王伯令众自巴河口修筑江堤。自此积水成湖。昔日，湖区积水成灾，人们望天兴叹，故称“望天湖”。明清时期，湖水与长江相连，湖面上水波浩渺，渔船在长江和湖中往来频繁，渔船在长江和湖中往来频繁，打渔作业者昼夜不息。望天湖是浠水县第二大湖，位于巴河镇，湖区面积约万亩，流域面积169平方公里。望天湖无工业污染源，水质清澈，水产品质量上乘。

2、人文优势：望天湖历史悠久灿烂。古时，望天湖是长江北岸泛区之一，后因长江冲击成洲（伍洲）。相传清嘉庆乙卯（1819）科状元，陈沆应殿试时，嘉庆皇帝问他的祖籍，陈沆回答说：“家住火龙岗，门对望天湖。”又问他家里有多少人丁，陈沆回答说：“日有千人撒网，夜有万盏明灯。”自此，望天湖闻名遐迩。望天湖文化底蕴丰厚，明末阁老姚明恭，清朝状元陈沆，现代著名的诗人、学者、民主斗士闻一多均出生在望天湖边，可谓“名人湖”。

3、区位优势：望天湖地处巴河镇，与黄冈市驻地黄州仅一河之隔，与鄂州市隔江相望，与黄石市相距车程仅20分钟，与武汉车程仅1小时。公路发达，与黄州直通公汽，大广高速穿镇而过。水系发达，有长江及巴河水系，自古是水码头，在90年代仍有“汉九班”边通九江、黄石、黄州、鄂州、武汉。

的科学发展。目前，县政府拟与闻一多基金会结成长期的合作关系，秉承弘扬爱国主义，致力于科技文化教育事业的宗旨，共同打造闻一多基金会战略合作示范区和浠水经济社会发展的升级版。

望天湖总体上打的是乡村旅游牌，以名人效应、乡村田园、湖光山色、大别山民俗文化为旅游吸引物，吸引游客前来观光游览、休闲度假、考察学习、参与体验的旅游活动。

望天湖地域特色文化类型多样，其中主要包括：名人――湖畔诞生状元、宰相、诗人等众多名人，渔农――长江渔业文化，神农――农耕文化、风情――民俗文化等。一方面，以民俗文化为核心的文化得以展示和传承。一方面，以闻一多品牌知名度的缇高，进一步提升了望天湖文化内涵，两者相得益彰文。

对望天湖实行整体规划，规划布局凸显“文化”、“休闲”、“动感”、“自然”、“生态”的特征，体现重点突出、主次分明的原则，望天湖生态文化休闲旅游区神总体布局结构为“三区一带”：

文化小镇区：游客集散中心、信息中心、服务中心、休闲娱乐及度假中心，其功能定位与项目设置直接影响到游客进入旅游区的第一印象。重点以展示名人事迹和大别山民俗为核心风格，建设一个文化小镇，包括名人展厅（闻一多诗人、陈沆状元、姚明恭宰相，以及巴河流域的名人事迹展），一条大别山民俗风情街。

农耕体验区：以一定规模的文化广场形式体现，主建筑

风格和附属景观主要体现当地的特色文化，夜间烧烤及休闲的主场所，可作集会广场、开办文化活动、文化宣传展示。

水上娱乐区：以望天湖渔场及其附属设施为基础，利用其水域面积广、视野开阔、远景优美、水源充足等特色，打造以渔业文化为核心的水上娱乐、水上休闲。

一带：游船观光带，根据水系的现状特点，沿水系建设一条主观光游路。通过自然和人造景观整治，丰富景观内容、营造景区环境。如重建闻一多故居、陈沆状元府、姚明恭宰相府，环湖油菜花海等。

总投资约需5亿元，以闻一多基金会为平台，加大争资力度和招商力度，通过“以商养文、以文促商”，以旅游地产、望天湖系列水产品开发等筹措发展资金。

**项目方案策划做篇十一**

自xx年来，星火燎原行动已五赴恩施市盛家坝乡，开展了以暑期支教、社会调查、文艺汇演为主要方式的社会实践活动。在支教的过程中，看着一双双渴望知识的眼睛，看着他们瘦小的体型，看着他们求学路的艰辛……我们心灵深处被触动了。那里大多家庭都是隔代教育，留守儿童所占比例很大，家庭教育普遍缺失，造成了孩子精神世界的匮乏。因此，为了能够给予孩子们长期的帮助，也为了让我们大学生意识到自身肩负的社会责任，星火学社发起了“彩虹桥项目”。

理念：搭建爱的桥梁，奉献爱，传递爱，实现精神燎原；“手拉手，交朋友”，相互影响，完善人格，共同成长；播种梦想，提升自我，承担社会责任，体现社会价值。

意义：传播公益理念，促进社会和谐。我们倡导“用爱诠释责任”，让更多有爱心的大学生关爱社会弱势群体，和山区孩子建立朋友关系，尽自己所能，在孩子精神和物质上给予长期的帮助，使孩子们能够更健康快乐地成长。有了大学生的鼓励与关心，行走在成长道路上的孩子们精神动力更加丰富了，他们对知识的渴求和改变现实的愿望，也更加强烈了，艰难的脚步也更加坚定了。大学生无偿的付出感染了孩子，孩子把感恩的情怀付诸于生活学习上，表现在对父母的孝顺，对生活学习的热爱，对别人的尊重等等。大学生为孩子的天空增添了几缕阳光，大学生成为他们倾吐的对象，他们可以没有顾忌、尽情地发泄内心的苦恼和压力，这有利于处于青春期的孩子心理更加健康地成长。在长期互动中，孩子形成了积极向上的精神面貌并影响周围同学；大学生也潜移默化地受到人文教育，在作孩子榜样的同时，自律自省能力也会得到提高，并且意识到自身肩负的社会责任，而更好地把握现在！

策划：彩虹桥项目组：湖北经济学院星火学社成员

资助人：湖北经济学院学生

资助对象：恩施市盛家坝乡部分初中生和小学生

a。彩虹桥项目组

1。 传播公益理念，影响他人（星火人以及身边的人）。

2。 以一种谦和、不卑不亢的姿态面对资助人，应用良好的交流技巧和资助人建立友谊，表现出做公益应有的虔诚与胸怀以及星火人的大度。

3。 对资助人表达人文关怀，用星火的独特文化感染他们，对他们形成一种文化约束力。譬如以邮件的形式对资助人表达生日和节日的祝福；邀请资助人参与学社的活动；定期向资助人介绍星火的运行状况等。

4。 给予资助人鼓励和信心，创造机会让其感到做公益的快乐和价值。譬如开展座谈会等活动，促进资助人之间的交流，听取他们的想法和建议。

5。 建立反馈机制，把握资助双方的互动情况；发现问题，要及时沟通，用行动去解决问题。

b。资助人

1。 完全自愿的行为，不是出自任何外在的压力而做。

2。 需要理性对待。做公益不是一时的感情冲动，要考虑自己的承受能力。做一次好事不难，难的是做一辈子的好事。

3。需要用心对待。资助行动是一个长期的过程，需要用心去对待，才能真正帮助山区孩子。

c。资助对象：积极上进，懂得感恩。

d。资助形式

个人资助

联合资助（以寝室、班级、党支部等为单位）

e。资助内容

资金

书信

学习用品（书籍、文具等）

生活用品

我们希望不仅仅以资金为资助内容，因为这样对山区孩子的成长起不到根本性的作用，最终也达不到资助效果。

我们提倡重在精神资助，全方位对山区孩子进行帮助，孩子更需要的是来大学生的精神支持，最终让他们在心里种下一个梦想，树起生活学习的斗志、勇气，学会自力更生。

在对山区孩子进行鼓励（如通过信件、电话等）的前提下，一方面，辅之以一定的书籍（山里的孩子对于买书以及选书方面都存在困难，我们精心为孩子提供书籍，不但可以培养他们的读书意识，而且可以开阔他们的视野，让他们变得有理想，有思想。这也是物质和精神资助的一个平衡点）；另一方面，在特殊恰当的时刻（生日和过节时），我们给予他们物质上的帮助，重在让他们感受到我们的用心和其中的含义，这就做成了一种“精神”资助。

彩虹桥项目组作为资助人和资助对象之间的桥梁，会对资助人和资助对象进行跟踪服务。

首先，向全校发起倡议，全权负责资助人报名事宜，做好资助人基本信息的登记，确定其资助意向（选择资助对象的要求）以及资助形式和资助内容，并保持长期联系。

然后，在暑期的时候，奔赴恩施市盛家坝乡，和老师孩子们进行交流，对孩子进行家访，收集孩子的基本信息（包括其个人、家庭等情况），最终确定资助对象。并对已获资助的孩子进行回访。

最后，九月份开学后，我们将根据资助人的意向和资助形式，把适合资助人要求的资助对象的资料提供给资助人。资助人确定好资助的对象，和我们签订协议后， 彩虹桥项目正式运行。

（注：对于不能确定资助对象的资助人，我们将根据双方的具体情况，向资助人推荐资助对象。）

资助人

权利：选择资助形式和资助内容；确定资助对象；要求其信息不外泄。

义务：提供真实信息；根据确定的资助形式与资助内容，履行“手拉手，交朋友”资助行动的协议，终止“手拉手，交朋友”资助行动必须事先通知彩虹桥项目组。

资助对象

权利：个人隐私受保护的权利和了解资助人的基本情况。

义务：尊重资助人，回馈资助人。

彩虹桥项目组

权利：保存资助人和资助对象的资料库；规范资助人行为，确定选择资助对象的标准；把握双方的交流动态， 根据实际情况的变化灵活做出相应的调整；组织有益的活动。

义务：

1、建立保护资助人和资助对象的个人隐私（公开资助人和资助对象的个人重要资料需要征求其同意）；更新资助人和资助对象的个人基本信息，并确保其真实性。

2、发挥桥梁作用，与资助双方保持沟通交流。

3、确定每月资助物资的固定邮寄时间，及时通知需要我们统一邮寄资助物资的资助人，作好接待工作，作好相关记录。并及时和山里联系，确保邮寄成功。

资助资金的运行方案

1．资助人事先与资助对象或其家长、老师取得联系，告诉他或他的家人、老师您对他的资助形式和资助内容，并告知您向其汇钱的具体事宜。

2．资助人汇款时，请选择有汇款回执的汇款方式，最好是信件回执，并请务必保存汇款单据。回执方式请选择投单（即信件）的回执方式，收款人姓名写资助对象的名字，收款地址写明学校的详细地址加上教师或校长名字再加上“转交”，附言栏（六个字以内不收费）写“用于资助费用”。

3．汇款金额：根据资助人和资助对象的实际情况自主决定资助金额。

4、建议资助人尽可能使用自己真实的汇款人姓名和地址，防止出现因匿名而无法处置的汇款。

5、汇款时间：每月月初。月初，有利于资助人对自己的财务进行管理，保证资助的顺利进行；而且便于集体资助形式的开展；也有利于彩虹桥项目组进行管理。

（注：校财务中心有针对公益活动资金的专门管理，不收取任何费用，独立运作。彩虹桥项目组会负责定期公开财务报表，接受大家的监督。）

资助学习用品和生活用品的运行方案

由资助人直接邮寄

资助物品注意事项：

1、资助人事先与资助对象或其家人或老师取得联系，告知其具体邮寄方式。

2、资助人邮寄捐赠的书籍、文具、衣物时，邮寄地址写明资助对象的详细家庭地址或学校班级的详细地址，收件人写明：父亲“转交”该孩子或教师“转交”该同学。

**项目方案策划做篇十二**

20\_年7月22―27日(暂定)

30人左右

(一)研究所介绍，各学科/团队研究进展，导师见面会，师兄师姐交流会。

(二)知名科学家讲座报告(院士、杰青、优青、\_\_\_\_和\_\_\_\_入选者等)。

(三)参观和体验实验室和野外实验站(分专业)。

(四)在导师指导下进行科研实践。

(五)推荐免试研究生复试。

(一)农学、生命科学、农业资源与环境、地理信息科学、农业经济与区域发展及相关专业大学三年级本科生，同等条件下教育部重点建设高校学生优先。

(二)对研究所相关专业研究有浓厚兴趣，有志于从事相关领域科学研究事业，有较好的`科研潜质。

(三)本科期间学习优秀，“985”、“211”院校学生综合成绩排名年级前40%，普通院校学生综合成绩在年级前20%，无补考记录，未受过任何纪律处分，能正常获得本科毕业证书和学士学位证书。

(四)具有较强的英语能力，通过大学英语四级考试，同等条件下通过大学英语六级考试学生优先。

(一)《20\_年暑期夏令营申请表》一份(附件下载)。

(二)学生证、身份证复印件。

(三)英语四、六级成绩单等外语水平相关证明复印件。

(四)本科阶段成绩单和学科或专业排名证明原件，加盖学校成绩管理专用公章。

(五)其他证明材料，发表论文、获奖证书等复印件。

(一)申请时间：20\_年6月26日―7月6日

(二)申请方式：

申请人须在7月6日下午5点前将所有申请材料电子版(合并成一个pdf文件)发送至邮箱，邮件标题和材料电子名称请按照“姓名+本科院校+专业”格式。申请材料纸质版请在报到时一并提交。

(三)资格审核：

我所综合考虑申请人整体情况、各学科方向报名人数等因素，择优确定拟录取申请人名单，将于7月5日底前完成资格审核，并将录取结果在\_网站通知公告上公布并邮件或电话通知本人;未录取者不再另行通知。

(一)夏令营期间，统一负责提供饮食、住宿和报销京外营员来京的往返车费(限火车硬座、硬卧或高铁二等座，需提供车票)。往返城市需一致，其他交通方式不予报销。

(二)统一为学生购买在京期间人身意外保险;在所期间应遵守研究所和实验室规定，签订科研实践活动安全协议。

(三)学员必须全程参加夏令营活动，实践合格者将颁发“资源所20\_年暑期夏令营”结业证书。

联系人：

联系电话：

邮箱：

地址：

邮编：

**项目方案策划做篇十三**

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，亨誉中原;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)景区内有林果种植特色农业。

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、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、建一个世外桃园。

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)

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。

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。

品牌:西沟生态度假旅游庄园。

项目:西沟生态村发展项目

内容:

(1)观赏山村田园风光，亲手采摘农家果蔬。

(2)吃住在农家，体验山村饮食文化:品尝有当地特色的绿色民俗风味的“山村农家小吃”，如:擀面皮、决面汤、山豆角咸大米饭、山野菜糊涂面条、小奥馍、发面锅盔等。

10.请专业营销咨询机构或广告公司对景区进行专业策划、宣传。

(二)第二阶段:细分旅游市场，针对特定顾客群，开发特色旅游景点及设施。

1.开发以西沟生态村为主题的峡谷景观

峡谷的命名:

对峡谷内已有的天然石像、山峰，进行命名并赋予相应的典故传说。并在峡谷内设置相应的说明性文字标志牌。峡谷内设置指示路牌.

2.开发道教、佛教文化(周易文化)特色旅游项目

道教、佛教文化旅游，即以现有的道教佛教文物古迹(老爷顶、宝泉庙、平甸玉皇大地、西沟庙、小寨庙)为依托，借助一定的物质手段，利用优美的自然风光以及独具特色的园林环境，再加上观光游客和香客受到的艺术感染或各自的精神寄托，通过艺术的审美，历史的回顾，得到全方位的精神上、文化上的享受的一种旅游活动。

整合景区内道教文化旅游。设计一条道教文化旅游路线:老爷顶、平甸玉皇大地、西沟小寨山、东寨托福寺、等历史悠久的道教名胜古迹。

3.建设生态休闲活动中心

具体方案:

(1)设施建设:开发3----4个水面约500平方米的人工鱼池，(潭头、西沟、小庄沟)同时因地制宜在溪谷中开发若干个天然鱼池，在鱼池周围配备有统一标识的遮阳伞、特色石凳等设施。

(2)目标顾客群:政府机关、企事业等单位有钓鱼爱好的离退休老干部、其他专业或业余垂钓爱好者。

(3)山果超市1---2个(潭头、西沟)

4.开发攀岩、远足、探险、漂流、露营等户外运动项目，建设野外拓展训练基地

(1)攀岩、远足、探险

休闲生活与探险运动现代人随着经济起飞，物质生活不再匮乏，相对的，对于生活品质要求的声音与想法也越来越多。生活的品质已不再仅是要求温饱而已，更重要的是希望建立工作与身心健康、休闲品质、家庭亲子关系等相对的平衡。攀岩、远足、探险活动，则可以完全满足这些声音与需求，并且完全没有危险性。除了以上这些好处外，这些活动更因为没有体型、性别及年龄上的限制，因此无论男女老少皆可享受攀登的乐趣。目前现代人在饱受生活压力与工作压力，他们可以从攀岩活动中获得成就感，舒解压力。

目的:吸引年轻的，追求刺激与冒险的消费者

成立“探险俱乐部”，组建“远足俱乐部基地”，

在合适的地点建造攀岩基地。

促销:每年举办一次攀岩比赛，来提高知名度。

(2)漂流、露营

对峡谷的某些地段进行适当改造，因地制宜地开展一些局部的漂流项目。

在峡谷沿途附近，寻找几块较平坦的空地作为露营基地。每个露营地都有相应的本地人或训练有素的工作人员，对露营者提供必要指导和应急服务。

通过以上各种户外运动项目的开展，将景区局部区域建设成为一个野外拓展训练基地，为省内外的工商企业训练员工队伍团队精神、凝聚员工队伍、提升员工素质服务。

5.开发“森林木屋度假庄园”项目

(1)规划概述:依据峡谷开发附加价值高的特色住所

(2)具体产品的开发

产品:在风景区内建造1----2处木屋度假庄园。

目标消费者:年龄较大的富翁和国内外游客

概述:在风景区内建造1---2处木屋度假庄园，每处仅建造10套木房子。每间房子都有独立的门院，菜地。度假庄园的组建以产权式为主。

品牌:度假庄园

6.建立“体验贫困”专区

有道是“千金难买少年贫”，少年时代的苦痛经历是一笔财富，对人的健康成长和意志磨练非常有益。

当今许多家庭因为生活条件非常优越，子女长期生活在安逸的环境中，从不知道什么是苦和累，这对他们的健康成长尤其是优良意志品质的形成十分不利。一些高层次家长已经认识到了这一点，非常渴望能有一个特定的艰苦环境来教育和磨砺孩子。“体验贫困”专区正是针对这一需求而开发的。

(1)目的:通过这个产品，满足一部分人特定的需求，同时也可以间接帮助贫困山村脱贫。由于此产品在省内很少，所以新闻性较强，易于形成新闻抄做的卖点，这对我们开发整个风景区，会起到良好的宣传作用。

(2)方式:让有条件的家庭和想体验贫困的人，进行一段时期的实际体验。制定一套体验活动程序和相关标准，严格按照标准操作。如:体验人必须穿上当地人的衣服、同吃同住，并与当地人一起干农活等等。

1.建设高科技生态农业观光园

建设\*果蔬种植基地，组建生态农业观光园供游客参观。游客同时可亲自采摘、品尝或购买绿色无公害果蔬。

这些无公害果蔬既可作为商品提供给景区内的宾馆、饭店，在产量具备一定规模的情况下，还可以成为城区各超市无公害绿色食品专柜的紧俏商品。

在风景区的开发过程中一定要坚持环保、生态效益至上的理念，发挥高科技环保产业的优势，加大环保设施投入，加强景区环境管理，杜绝白色污染，在景区开发全过程中、全范围内时刻关注环境保护，传播环保理念，宣传环保知识，倡导环保行为，形成环保至上的景区特色管理文化。

将整个景区建设成为青少年学习环保知识、增强环保意识、塑造环保行为的教育基地。

通过三个阶段的开发建设，景区将形成一个以生态为特色，集观光、探险、休闲、度假为一体的“河南、全国知名”的旅游胜地。

**项目方案策划做篇十四**

本次活动主要是针对商业广场、样板间落成、3、4#号楼开盘及五一黄金周的`促销为主。全力助推在本地市场的知名度，促进楼盘迅速销售快速回笼资金，为即将到来的xx房产6、7、8月份的销售淡季一个缓冲及xx金秋时节置业旺季做前期销售奠定好的基础。

促销对象主要是针对最后一批在xx过冬，即将返程的候鸟群客户，那大城市刚需居民及周边农场、乡镇想改变生活质量搬迁市区等的本地置业人群。

1、 商业广场、样板间的正式开放，儋城壹品全新面貌迎接业主的到来

2、 3、4#楼正式开盘，经典生活诚挚奉上，5月1日至5月7日每天5套特价房，限时抢购。

1、黄金周献礼，回馈客户;

4、每天特价房源，限时限套抢购;

5、现场促销氛围营造

广场放置遮阳伞及休闲桌椅，免费开放wifi，免费提供饮料、咖啡、爆米花，增加人气，放置音响，播放音乐结合广场喷泉，形成一个典雅的休闲区。

6、促销活动时间及地点;

促销活动时间;一口价房源时间为五一黄金周7天。折扣加送装修大礼包活动截止与20xx年8月30日。

促销活动地址：市区为主，周边农场及乡镇为辅;

**项目方案策划做篇十五**

乡村民俗文化体验的定义：

本来这是个旅游项目，用体验主要想表达人的参与与感受这一核心概念。乡村不仅包涵农村农民农业这三个概念，作为一个更有文化内涵的词语，他还包括乡土文化，乡村民俗，乡村自然风貌，乡村历史等等。笔者结合一些资料以及自身的经历，对乡村民俗文化体验下如下的定义：以乡村为载体，以乡村民俗为内容的文化旅游。

黎平的概况：

黎平侗乡之都”黎平，古称“黎平府”，位于贵州省黔东南边缘，地处湘、黔、桂三省(区)交界处，东接湖南靖州、通道县，南连从江县和广西三江侗族自治县，西倚榕江县，北靠锦屏县、剑河县，系侗乡腹地、侗族文化的中心。全县辖15个乡10个镇，403个行政村，面积4441平方公里，总人口49。8万人，侗、苗、瑶、壮等少数民族占82%，其中侗族人口占70%，约35万人，是国家对外开放县。

城关德凤镇是黎平县人民政府驻地，是一座始建于明洪武年间的古老山城，已有600多年的历史，现今仍保留完美的翘街古建筑群和历的黎平会议会址，是全县政治、经济、文化中心和交通枢纽，是省级历史文化名城。

侗都黎平自然资源丰富，素有“杉木之乡”的美誉。山上林木葱茏，四季长青，森林覆盖率58。44%，木材、楠竹蓄积量分别居贵州省第一、二位。盛产松脂、茶叶、中药材、桐油、黄金、大理石、高领土等。

侗都黎平是得天独厚的旅游胜地。山川秀丽，景物宜人，冬无严寒，夏无酷署，年平均气温15～250c。是旅游、观光、度假之佳地。有全国重点文物保护单位、省级重点文物保护单位;有中共中央政治局黎平会议会址、民族英雄何腾蛟墓，有目前世界上最古老、堪称“古木化石”的杉阴沉木，有誉为民族建筑奇葩的花桥、鼓楼，有侗族信奉的女神“萨岁”，有侗族人民崇拜的英雄人物吴勉的遗迹、遗址。南泉山、五龙山、弄相山、老山界，山峰奇秀，或寺庙巍峨，景中有景，或原始森林，遮天蔽日。八舟河景区，自然风光旖旎，喀斯特地貌奇特，仙人岩、桂花台、鸬鹚架等地风景宜人;飞龙洞、烟霞洞、仙人洞、十二湾、地扪洞等地底溶洞巧夺天工。高屯天生桥，桥宽130米，拱高30余米，巨岩飞跨120余米，连接两岸峭壁，已被列入吉尼斯世界之最。

黎平是侗族民间文学艺术的海洋，是侗戏的发祥地。侗戏鼻祖吴文彩的陵墓已列为省级重点文物保护，其家乡被命名为“侗戏艺术之乡”。尚重以及洪洲琵琶歌，三龙侗族大歌，肇兴鼓楼文明遐迩，这里有丰富多彩的民族节日，千姿百态的民族歌舞，瑰丽奇美的民族工艺品。作为侗乡腹地，一块在历史与未来交叉点上的民族文化宝地，吸引着络绎不绝的旅行家、文学家、艺术家前来寻幽探奥、采风创作。正因为如此，黎平这片土地获得了“侗乡文化发祥地”、“艺术原生地”、“歌的海洋、诗的家乡”的美誉，今人心弛神往。

为什么在黎平做民俗文化乡村体验(旅游)?

由于地理位置的特殊性以及考虑现有资源的合理开发，黎平政府将民俗生态旅游作为我县未来经济发展的龙头。黎平最有开发空间的旅游资源是民俗文化，而且民俗文化主要集中在乡村。由于交通不便等因素，使得这些乡村几乎仍能保持其自然自发的发展状态。黎平做民俗文化乡村体验(旅游)有利于以下几个方面：1，有效利用现有资源;2，提高农民的生活水平带动整体经济的发展;3，调节城乡发展的不平衡。

现有的乡村民俗文化资源：

侗族历史发展探索与体验：侗族起源探索体验，侗族乡村历史发展变迁考察，侗族蛊毒(侗蛊)文化探险，侗族乡村生存体验等。

现对相关项目做一下说明：

民俗特色零距离体验

侗族是一个友善的民族，她的文化独特神秘，了解侗族的文化就得了解侗族人的民风民俗，而这就得深入的了解，不能以旅游浏览心态进行，而是用心体验。我们推出民俗特色零距离体验这个项目目的就是让您真正了解一个民族文化的深层根据。零距离--进入侗族人民的生活中去，和他们一起生活学习甚至劳动;体验--免去形式化的作业，给你一个真实的侗族民俗影象，让您体验到她独特的文化魅力。

项目特点：该项目完成时间至少为一个星期，该项目一年四季都可进行，由于该项目需要您与侗族同胞零距离交流，您对地方语言的学习是必需的，侗语很容易学会，您还得需要一颗一样善良包容的心。

乡村休闲渡假

乡村美景人人都向往，侗乡的美景更是美得另人窒息。处在大山深处的侗乡，以其得天独厚的地理优势将给您展现一个真实人间天堂。侗乡的山美水美人更美。早上您再也听不到喧闹的车声，安静之中您可能会到天籁般的歌声，有田园生活理念的侗乡人将给您一个非同寻常的旅途。

项目特点：该项目主要体现乡土特色，有休闲渡假的时间空间，让您做真正的旅行的主人，活动开始由地陪(类似导游)安排，等熟悉环境后一切diy。该项目要求时间比较长最长几年，最短的也得一个月，只有这样才能体验到侗族人家独特的乡土气息。可能的话您可以和侗族同胞一起体验其至纯至美的田园文化---山棚文化。(山棚文化另作介绍)

侗族大歌欣赏

侗族大歌是世界罕见的民族音乐艺术。她以其独特的无伴奏，多声部的音乐形态为世人所知，您可以不懂歌的内容，因为真正的音乐是没有语言的艺术，您的耳朵将会给您所要的答案。在这里--三龙--您将真正地零距离聆听美妙的音符，也许没有太多的装饰，没有华丽的舞台，是歌声装饰着一切。

你可能觉得侗族大歌随便哪个侗乡都有，您可能发现她的唱腔基本上是一样的，不错。这说明侗族大歌是从某个地方传唱出来的，她就是三龙。((三龙侗族大歌的发祥地已作详尽介绍)我们将带您走进三龙去聆听的侗族大歌。

项目特点：由于该项目需要很多的歌手参加，而歌手并不是经常聚集在一起。侗族大歌男女老少都能参加，原则上每个月都可以进行，但农历十二月正月来更合适，因为那时人们比较有时间。由于出场费是固定的，比较适合团体旅游，当然如果您是一个音乐人士，可以按照您的要求进行。该项目进行时间较短，费用比较高。但请您相信物超所值，听了您不会后悔的。

节日体验

节日是特殊热闹的日子，这些节日每年举行的时间都有所不同。侗族人民对节日很是重视。乡村平时是安静的，大家对难得的节日很兴奋，对每年的几个节日都很珍惜。如果是你的话，你也会有同样的心理。节日主要是体现侗族的民族宗教文化理念。三龙地区的节日大概有侗族春节(大节也最热闹)，二月初七初耕节(教牛犊第一次耕田)，三月三芒粑节(关于牛的文化节)，四月的吃新节(关于水稻的文化节，大节)，五月五雄黄节(关于蛇与安全的节日)，六月的重粑节(大节)，七月的甲戌节(那天属甲戌，关于牛的节日，很有文化内涵，很有趣，乃大节也)等，这些节日将另作具体介绍。

项目特点：该项目时间安排比较灵活，有些节日每年举行时间都有所变动。欲来参加此项目的游客朋友得先咨询活动时间(08556050147，九龙村村委会)，我们也将不定期对活动时间进行更新提示。节日是了解一个民族文化的窗口，善良的侗族人民盛情地欢迎您的到来。

旅行推荐与设计

该项目考虑到您的个人喜好，可能您旅行的时间比较仓促，可能是您对旅行有独特的要求，可能您觉得通过推荐然后自己进行自助旅行很有帮助，旅行推荐将为您量身打造，我们将给您实在，经济的咨询服务。

项目特点：该项目比较适合个人自助旅行，你到一个陌生的地方旅行可能感觉茫然，请千万别只看宣传，当然你时间比较充足的话你可以在我们家乡先住上一段时间，在一些地方住久了才知道很多地方真的得去走一趟!

旅行路线设计

可能您已经了解很多的景点地方可以去，但由于您时间比较仓促，或者不知道哪个地方一定得去，哪个地方得先去，就是说您对旅游路线还比较模糊，把您的问题交给我们吧!我们将给您一个让您放心的答案。

项目特点：该项目针对个人及团体，我们设计公开，并结合您的兴趣与条件进行设计。

自助咨询

此项服务完全针对有冒险精神的自助旅游者。贵州地处山区，天气多变，地理环境(人文环境)比较特殊，如果您在旅途中需要什么必要的帮助，我们的电话随时为您开通。

项目特点：天时地利人和是每个人的理想追求。自助旅行咨询对您的疑问进行全面解答，包括衣食住行玩，当然必要的安全保障也是必需的。我们服务费用价格合理，完全体现为您服务的理念。

体验地陪

要了解一个地方的方方面面，首先得找个人，这个人一定得很了解该地区状况。他陪免去了导游随时出现的专业用语，和您交流的将是一个和您一起旅行的朋友--对您很有帮助的朋友。他可能只会说不太流利的普通话，或许只会说家乡话侗语，不过请别介意，能够陪您旅行才是硬道理。

项目特点：由于地陪对您的帮助是多方面的，所以费用相对较高也是应该的。

自驾旅行咨询服务

为满足更时尚旅行消费，我们很乐意为您的自驾旅行提供咨询。侗乡的路况并不是很理想，酒窝路比较多，但越不好走的地方，值得珍惜的可能越多，您可能是骑自行车，驾摩托车或者是乘越野车，我们将给您提供路况、景点、加油站及休息地等等提供实在的信息与帮助。

项目特点：信息第一，服务还是第一。

民俗音乐艺术采风咨询

将免费提供咨询服务。

项目特点：请您准备好记录的工具，我们将给您推荐当地有名的歌师，让歌师带您走进侗族音乐艺术的殿堂。

民族考察咨询

多的专家学者对侗族文化进行考察研究。

项目特点：我们将按照您的要求，给您提供力所能及真实详细的信息和帮助。

乡村民俗文化体验(旅游)发展状况：

黎平地处云贵高原，交通并不便利，黎平近几年才把民俗生态旅游作为发展的重中之重，景点建设正在进行，乡村级公路正在完善，当地文化保护意识不够，侗族文化汉化比较严重，侗族乡村的轻壮年基本上到外地打工，基本上是小孩及老弱病残者，这些都给项目开发带来一些不便，但是由于有了政府的大力宣传及经济扶持，民俗文化和乡村文化还有很大开发空间，黎平机场顺利通航运营。乡村民俗文化体验(旅游)的发展打好监视的基础。

黎平民俗文化乡村体验(旅游)的消费群体特征：

与大众旅游相比，民俗文化乡村体验是一项概念性很强旅游项目，消费群体主要集中在大城市，主要是中高层次收入的社会群体，乡村工作着，摄影工作者，作家，户外运动发烧友，以及对自助游有浓厚兴趣的社会群体。

还有就是从大众化旅游消费走出来的消费群体，由于对大众化旅游的运作模式感到不满意，如集体行动忽视个人的特殊需要，不重视旅行者的感受，使得旅行者成为旁观者等。他们很可能转而乐衷于比较有个性的旅游。

探秘是人类与生俱来的本性——好奇心，一种对未知世界探索的驱动力。其动机就是人们都有探新求异的心理，一个村寨的历史、地理是都市知识阶层、青年旅游者的追求，神秘、偏僻、古老的地方，就是他们的乐园。探新求异、远方崇拜是人们旅游的一个重要动机，文化的差异性，文化的时空距离是人们产生文化探秘的重要动机，这也给乡村民俗文化旅游提供消费群体的可能，他们文化层次较高，感受性很强，对生活有独到的认识。我们暂且把他们称为体验试群体。

总之消费群体集中在中高文化程度对旅游有独到理解的大城市市民。

项目展开时间：一年四季，暑寒假比较理想。

资金来源：

该项目资金主要投向基本上不能回收的软项目上，银行贷款基本上行不通，资金来源主要是集体融资，合伙投资，外商投资，企业赞助投资政府扶持等。

ci策划提醒：强调体验，突乡村民族特色。

广告宣传：做好服务工作，向旅行者推销概念，让他们给我们做广告宣传;路牌广告;小册子宣传。

运作人员：项目主管，地陪导游，本地后勤工作人员。3人以上。

开发地点：一期在三龙地区。二期册在更为偏远自然环境民俗文化更好的山区。

策划时间：20xx年10月

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com