

邵阳职业技术学院

毕 业 设 计

产品设计	工艺设计	方案设计
		√

设计题目：圆沙洲的来信—厦门北纬 24°五日游

学生姓名：邹婷

学 号：201810301265

系 部：财会工商系

专 业：旅游管理

班 级：旅游 1181

指导老师： _____ 李时新 _____

二 0 二 一 年 六 月 五 日

圆沙洲的来信—厦门北纬 24°五日游方案设计

一、设计理念

1、抓住女性独有的魅力

在设计这条线路的时，我的目标人群是年龄18-30岁爱旅游的年轻女性，爱旅行的女生，她们眼界广阔，知识面宽；爱旅游的女性见过世面，经济独立，她们追求高品质高生活，在旅行当中会遇到合适的旅游伙伴一定为三观、性格、喜好都会合得来的人。

2、充分发挥女性的天赋

此次线路每个景点都十分的让人流连忘返，满足了天生女性的爱好就是美美美、买买买、吃吃吃、逛逛逛等体验，包括能够很好的感受到当地的风俗习惯和浓郁的文化氛围。

二、市场调研分析

爱美心理和追求时尚是女性消费者普遍存在的消费心理。心理学显示女性最终购物商品始终有一个特点，外观和包装是漂亮也是精美的。爱美的天性会把风景的旅游地为首选，通过购物和使用旅游产品，可以抒发自己的某种情感，展示自己的个性，获得某种心理的满足的精神需求。

厦门这个地方被誉为“中国十大旅游城市”之一，它的美食风味独特，以海鲜为主，具有清、鲜、淡、脆的特点，它处于亚热带，全年气候的温差不大，冬无严寒，夏无酷暑，气候非常的宜人，是个旅游的好地方，并且厦门的风景优美，民风淳朴，先后获得了“国家卫生城市”，“国家园林城市”，“国际花园城市”等称号。岛、礁、岩、寺、花、木相互映衬，异国建筑融为一体，四季如春的气候更为海的魅力锦上添花，被誉为“东方夏威夷”。著名的景点有鼓浪屿、厦门大学、南普陀寺、中山路步行街、沙坡尾等。

三、目标群体定位和需求分析

该产品的目标人群定位是 18-30 岁，有一定的经济能力且喜欢了解不同的风土人情，观赏风景，爱购物的女性。目前旅游成为了大家不可多得的一个放松心情的方式，大家对外出已经越来越受重视。对于平时学习压力大或者工作繁忙的大部分女性来说，几个朋友聚在一起去一个自己不熟悉的地方了解不同地域的风土人情，用旅游来放松前段时间的压力，用众多旅游途中的照片来纪念友情，用旅途中的难忘的时光来放松心情，学校女大学生和在企业工作经济稳定的女白领不仅需要面对同行的竞争压力，还有来自周遭舆论，父母的压力等，这也是导致广大女性朋友特别想要参加外出旅游的原因。

四、具体行程设计

日程	行 程 简 述	用 餐			住宿
		早	中	晚	
D1	早上 8：00 在长沙高铁南站集合，赴厦门（约 6 小时），抵达后,14:00 用中餐（用餐时间 1 小时），然后 15：00 前往【曾厝垵】（行车时间约 50min），【曾厝垵】被称为艺术村、或者家庭旅馆集中地，最让人着迷的还是它的文艺气息。游览【曾厝垵】（参观时间约 2 小时），18:00 晚餐。 夜宿 厦门思明区海景 1 号客栈。	自理	湘阁里辣	阿里元餐厅	轻住—海景 1 号客栈

D2	早餐后（8:30）前往【白城沙滩】（行程时间约 20 分钟），这里沙质金黄，湖广水色，风景十分优美，靠近厦门大学，是最热闹的沙滩。8:50 抵达，游览【白城沙滩】（参观时间约 2 小时），10:50 前往【厦门大学】（行程时间约 10 分钟），可以体验一下“一起看流星雨”的校园时光，游览【厦门大学】（参观时间 2 小时），13:00 午餐（用餐时间 1 小时），14:00 前往【南普陀寺】，南普陀寺是闽南乃至全国闻名的佛教寺院。南普陀寺是厦门当中最香火鼎盛的地方。游览南普陀寺（参观时间约 4 小时），18:30（南普陀素菜馆）用晚餐。 夜宿 厦门思明区 LOFT 复试家庭房。	自理	厦门大学学生食堂	南普陀素菜馆	LOFT 复试家庭房
D3	早餐后（8:30）前往厦门【猫咪博物馆】（行车时间约 20 分钟），一条街到处都是猫元素的装饰，各种各样的猫主题的趣味小摆件。游览厦门【猫咪博物馆】（参观时间约 2 小时），自由活动（约 1.5 小时）在这里你可以一头钻进文艺小店里沉沦。12:30 午餐（用餐时间约 1 小时），前往厦门市地标最高楼厦门【世茂海峡大厦】。游览【世贸海峡大厦】（参观时间约 4 小时），18:00 晚餐。 夜宿 厦门思明区厦门香墅呆拉庄园	自理	助屋	超级物种	厦门香墅呆拉庄园
D4	早餐后（8:30）前往【沙坡尾】，这里遍布着许多大中小埔头，大桥头、马鞍桥头、料船头等。游览【沙坡尾】（参观时间约 2.5 小时），前往【中山路步行街】（行车时间约 20 分钟），12:00 用午餐，午餐后游览【中山路步行街】（约 5 小时），中山路是厦门非常知名非常繁华的商业步行街，这里可以逛街购物，有沿街遍布的闽南风格骑楼建筑以及各种厦门小吃、特色商店。18:00 用晚餐（用餐时间约 1 小时），前往【鼓浪屿三丘田码头】（行车时间约 20 分钟）。 夜宿 厦门鼓浪屿	自理	堂宴老厦门私房菜	1980 烧肉粽四十年老厦门味道	厦门花田古厝旅馆

D5	早餐后(8:30)，前往鼓浪屿的最高点【日光岩】，游览【日光岩】（参观时间约 1 小时），前往【菽庄花园】（行车时间约 30 分钟），原本是台湾富豪的私家花园，后来改建为公园，面积也扩大了很多， 适宜女生拍照。游览【菽庄花园】（参观时间约 2 小时）。12: 00 用午餐，从鼓浪屿前往厦门北站(行车时间约 1 小时)，返回长沙。	自理	2 0 2 私家小厨	无	无
线路标价(RMB)：2399 元/人					
报价已含	门票： A. 世茂海峡大厦 120 元/人 B. 鼓浪屿船票 35 元/人 C. 日光岩 50 元/人 D. 菽庄花园 30 元/ 人 共 235 元/人 餐费： 9 正 x50 元/人=450 元/人 共 450 元/人 住宿： 轻住·海景 1 号客 栈 146 元/晚 LOFT 复试家庭房 62 元/晚 厦门香墅呆拉庄园 300 元/晚 厦门花田古厝旅馆 170 元/晚 共 339 元/人 交通： 当地 空调旅游车 5600 元/车 来回高铁票 470 元 x2 /趟 x30 人=28200 元 共 1127 元/人 导服： 200 元/2 导 x5 天=2000 元 共 67 元/人 其他保险： 10 元/人 10 元/人 300 元/团				
线路说明	提供标准：(30 人团队) 费用包括： (1) 住房：当地特色民宿（4 晚） 轻住·海景 1 号客栈（146 元/晚） LOFT 复试家庭房（62 元/晚） 厦门香墅呆拉庄园（300 元/晚） 厦门花田古厝旅馆（170 元/晚） (2) 用餐：9 正（450 元/人） (3) 交通：全程空调旅游车（5600/台） (4) 门票：世茂海峡大厦：120 元/人 鼓浪屿船票：35 元/人 日光岩：50 元/人				

	菽庄花园：30 元/人 (5) 导游：地陪+全陪 (6) 保险：10 元/人(最高保额 30 万旅游意外险) (7) 我社保留在不减少行程景点的前提下，有权调整行程顺序的权力； (8) 游客意见以接受委托地接社发放的游客（或代表）填写的《宾客意见表》为准，有服务不满意的地方，敬请在当地提出其合理要求，以便在现场核实、及时处理，否则视为满意。回程后再变相投诉不予受理！感谢理解！
友情提示	1：出团时请务必带上有效身份证件，请自备常用药品(预防感冒,腹泻等疾病)、防晒用品，晕车药等；贵重物品随身携带，以免丢失，请不要在车内吸烟、吐痰或丢弃垃圾；旅途中不要过量饮酒，自由活动时，请结伴出行，不要走的过远，请注意保管好自己的财物，如有财物丢失，旅行社不承担责任； 2：在旅游期间，旅客因个人原因中途离团或不参加计划内的某项团队活动（含酒店、用餐、景点等），视为自动放弃，扣除相应费用，给旅行社造成损失的旅游者应当依法承担赔偿责任；离团期间安全问题由客人自理，并在离团前签订离团证明，如有问题，我社将协助解决，但不承担责任。

五、产品推广策略

1、品牌包装

互联网时代，人们想了解任何方面的事情，都可以通过网络查询，通过搜索引擎搜索就可以轻而易举的获取到你想知道的事情。但是，如果你的准客户在搜索你的品牌时，网上没有信息，或者是信息很少，那就会对你的品牌印象上大打折扣，就算你的旅游线路再好，价格再有优势，大家在网络上都找不到你，肯定会降低你的成交量。所以，做网络推广手要的就是做品牌包装，你的品牌信息丰富，正面信息很多，那就会提高客户对你的好感，我们之前专门讲过产品包装策划方案的内容，大家可以添加下方微信免费索取。

2、旅游线路网络推广方法

可以在抖音，小红书，马蜂窝等软件上推广提供相对的攻略。

3、软文推广方式

软文推广是比较有效果的网络推广方案，可以运用书写软文的方式宣传自己，还可以加大客户引流，可以根据行业关键词书写软文，但是软文质量一定要高，软文营销推广效果才好。

4、口碑营销

这也是非常不错的方式，可以通过用户之间的口碑宣传，吸引目标客户注意到我们的品牌，实现轻松引流。