

文本复制检测报告单 (全文标明引文)

№: ADBD2020R_2020081117082420200817114121101973024972

检测时间: 2020-08-17 11:41:21

检测文献: 吴湘红_201704110102_临湘五尖山探险营销活动策划方案

作者: 吴湘红

检测范围: 中国学术期刊网络出版总库

中国博士学位论文全文数据库/中国优秀硕士学位论文全文数据库

中国重要会议论文全文数据库

中国重要报纸全文数据库

中国专利全文数据库

图书资源

优先出版文献库

高职高专院校联合比对库

互联网资源 (包含贴吧等论坛资源)

英文数据库 (涵盖期刊、博硕、会议的英文数据以及德国Springer、英国Taylor&Francis 期刊数据库等)

港澳台学术文献库

互联网文档资源

源代码库

CNKI大成编客-原创作品库

个人比对库

时间范围: 1900-01-01至2020-08-17

检测结果

去除本人已发表文献复制比: 5.4%

跨语言检测结果: 0%

引 去除引用文献复制比: 5.4%

总 总文字复制比: 5.4%

单 单篇最大文字复制比: 3.1% (株洲神农谷新推出“丛林穿越”，你敢挑战吗？_株洲民生_新闻频道)

重复字数: [244]

总字数: [4540]

单篇最大重复字数: [142]

总段落数: [1]

前部重合字数: [56]

疑似段落最大重合字数: [244]

疑似段落数: [1]

后部重合字数: [188]

疑似段落最小重合字数: [244]

指 标: 疑似剽窃观点 疑似剽窃文字表述 疑似自我剽窃 疑似整体剽窃 过度引用

表 格: 0

公 式: 没有公式

疑似文字的图片: 0

脚注与尾注: 0



(注释: ■ 无问题部分 ■ 文字复制部分 ■ 引用部分)

1. 吴湘红_201704110102_临湘五尖山探险营销活动策划方案

总字数: 4540

相似文献列表

去除本人已发表文献复制比: 5.4% (244)

文字复制比: 5.4% (244)

疑似剽窃观点: (0)

1	株洲神农谷新推出“丛林穿越”，你敢挑战吗？_株洲民生_新闻频道 - 《网络 (http://www.zznews.go)》- 2018	3.1% (142) 是否引证: 否
2	长沙周边哪里有丛林穿越玩-石燕湖丛林冒险记_湖南拓展训练长沙拓展训练石 - 《网络 (http://blog.sina.com)》- 2019	1.2% (56) 是否引证: 否
3	教师对幼儿社会性退缩行为的干预研究-以小班为例 胡格格 - 《大学生论文联合比对库》- 2019-05-09	0.9% (41) 是否引证: 否

原文内容

临湘五尖山探险营销活动策划方案

专业名称:

责任领导:

班级名称:

学生姓名:

指导教师:

设计题目：
旅游管理
高旅游3171

吴湘红
姚琳
李红雨

二零二零年四月

学生毕业设计成果

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	2
三、设计过程	2
(一) 存在问题	2
1、景区影响力宣传不够	2
2、游客人流量不多	2
3、主题亮点不够突出	3
(二) 活动方案	3
1、活动主题	3
2、活动时间	3
3、场地布置	3
4、活动具体安排	3
5、宣传	6
6、经费预算	6
四、成果特点	7
五、收获与体会	8
参考文献	9

临湘五尖山探险营销活动策划方案

一、成果简介

五尖山位于岳阳，建成一九五八年，它是由五座山组成，聚文化，景观、探险、活动于一体。整个景区面积达到两千多公顷，其中森林覆盖率高达百分之九十以上。而且每年接待游客量一百多万人，以观赏，修养身心，探险活动为主要。

自然景观：五尖山海拔五百米以上，下雨天的瀑布、雾天的峡谷、惊险刺激的石壁、历史悠久的植被、五尖山丛林花草众多，四季分明，春天赏花、夏天避暑、秋天观瀑、冬天登山、给人探幽、观赏、接触大自然的无穷乐趣。

人文景观：五尖山著名的有清代修建成的百步梯、东吴的寺庙道观、全球第一中西文化合璧、古今文合璧。有着第一文化格调的博物馆，湖南省名人雕像以及文人雕像立于馆周秀岸上面。有着讲学、书本、文物与一体的纪念馆。

在五尖山景区中存在着诸多问题，例如景区的知名度不够、宣传力要加大、景区安全设施等问题。针对五尖山景区活动中所拥有的明显问题，设计出合理的优化方案，其中有，通过更多渠道进行宣传，加强景区知名度、增加景区亮点。以此以来达到景区的一个营销额和游客的满意度。

图 1五尖山景区

二、设计思路

收集网上资料，查看设计活动方面的方案、课本、案例、以专业知识、实践活动对景区做策划，主要是假期亲子活动为主题，在国庆长假期间促进家长与孩子之间感情，享受亲子时光，让孩子放松心情游玩，家长带孩子在森林中探索、在闯关中成长、观赏美景之时游玩惊险刺激的丛林穿越。锻炼与探险完美结合、尽情放松心情。

现代社会，越来越多的人处在钢铁水泥森林的重重包围中，渴望真正的内心释放，如何对这类人群进行减压成为当下研究的热点。森林探险主题公园的建成，将给这类群体一个好的去处。优美的环境，刺激的探险，快乐的欢笑这些将会成为他们最难忘的记忆，森林探险活动比赛，攀爬，高空行走等，比赛场地是有专门的训练场地，还有很多训练设施器材，像空中绳索手套等，提供不一样的亲子组合及攀岩、跳越这些刺激项目。从小树跳大树上。树林探险比赛是通过在树上搭建障碍平台、阶梯、潘网、滑道、等设施，让亲子参与到树上放飞自我的活动。

设计思路→	查看方案，案例	知名度不高	优化→	多做宣传推销景区卖点
	现场实践	人流量低		多做福利活动
	询问反馈	主题不突出		跟随每个节假日来调整主题

设计思路→ 查看方案, 案例知名度不高优化→ 多做宣传推销景区卖点

现场实践人流量低多做福利活动

询问反馈主题不突出跟随每个节假日来调整主题

表 1五尖山探险活动设计思路

三、设计过程

(一) 存在问题

1、景区影响力宣传不够

可以在网络朋友圈空间朋友圈发链接点赞, 在人多的地方发传单, 景区门口贴海报, 也可以通过主播微博等现在流行的热度高的方法进行宣传。

2、游客人流量不多

通过发传单网络传播以外, 景区多做活动, 在节假日的时候多多推送一些福利, 抓住游客的心, 玩也可以赢奖品。

3、主题亮点不够突出

游客景区了解不够, 做活动同时要把主题突出, 比如活动内容, 福利, 活动意义, 跟随每个节假日来调整主题。

(二) 活动方案

1、活动主题

《五尖山亲子探险活动》

2、活动时间

2020年5月1日8:00点-2020年5月1日18:00点

3、场地布置

景区门口挂上活动大海报, 进来通道上挂满风车, 在周围挂满气球, 突出亲子主题, 报名处, 买票处放上亲子照片, 在场地内准备垃圾袋, 方便游客散场清理垃圾, 景区路上多塞垃圾筒以防游客乱丢, 天气太热以及活动过后提供饮用水, 在比赛区域挂起红线做结界, 树上挂起横幅, 提示牌做上装饰。做好指示牌要游客有序排队, 观众席在比赛两侧。工作人员分配到位, 避免出现突发情况。现场播放一些营造气氛的战歌。

4、活动具体安排

(1) 丛林穿越

上午8点开始活动, 在比赛之前, 以家庭为代表一个人抽签, 一次分为红, 黄, 蓝, 白三对, 各自带好袖章以后以裁判声说开始就可以往前跑。家庭组队形式为主, 每组两大一小。过程中考验默契与配合。

溜索:挂好绳索以后小孩先过再到大人, 下面是茂密的灌木, 只有一条安全绳带着腾空飞过去。完成这一关通过才能进入下一关, 大人小孩乘着绳索滑下去, 穿越树林。锻炼勇敢的意志。

人生阶梯:在高空中走台阶考验平衡感, 两手抓紧两边的安全绳, 看向前方, 勇敢地踏上征程, 小心翼翼地一步一步, 直到走完所有阶梯。

攀网:有秩序的爬到绳索上面, 绳网上面非常摇晃, 非常的有意思, 在网上侧边行走一步一个脚印。

丛林朝阳:在轮胎上行走只能走两边、其中要跑的快, 特别考验人的承受能力在网上侧边行走一步一个脚印。

斜桥:抓好上方绳索, 脚下是木头搭接起的道路, 考验平衡与速度。

注意事项:活动中攀网、溜索这些项目, 是可能会擦伤, 碰伤、要带好安全装备, 如果有恐高症, 心脏病, 高血压、等疾病的游客、**孕妇, 60岁以上老人和1米以下儿童不可以参加活动, 如果发生意外需要游客自行承担后果。**

最后齐心协力用时最短者获胜, 参与者都可得礼品一份。

奖品	套餐一	套餐二
一等奖	零食大礼包	口味饼干一盒
二等奖	书包一个	文具一套
三等奖	女生玩具	男生玩具
参与奖	家庭合影一张	

奖品套餐一套餐二

一等奖零食大礼包口味饼干一盒

二等奖书包一个文具一套

三等奖女生玩具男生玩具

参与奖家庭合影一张

表 2探险活动丛林穿越获胜的礼品

(2) 绝地反击

每一个孩子其实都是一个天生好奇爱冒险的探险家, 亲子活动通过这种户外探险来增进亲子关系, **增加每个家庭之间的感情, 提高和增强家长与孩子之间的信任度, 提高孩子的社会交往能力。**帮助家长营造与孩子间的交流。当天下午2点开始野战游戏, 真人CS野战游戏是一种模仿军队作战的游戏, 一共40人, 每4人一组十组, 参加者都穿上各款军服, 手拿玩具模拟枪, 家长带小孩奔跑在丛林中, 家长在活动中可以教给孩子野外知识, 在活动中学习成长。从家长孩子到扮演将领士兵的角色。加上音乐效果, 带上孩子乘风破浪开启爸爸带小孩的冒险之旅。

游戏规则:每人穿好各色迷彩服, 一人一把模拟枪, 游戏开始后在游戏区域内寻找其他队队员并且击败, 家长做为领导要保护好自己孩子, 活动两大两小, 最后孩子最多队伍获胜。

击中淘汰后把模拟枪关闭, 拿起袖章, 交给管理人员即可离场。

离场以后可以走到休息区等待游戏结束。

不可以3米以内射击。

亲子游戏体验默契与配合, 家长保护孩子为主。

在比赛过程中不可以脱下保护罩。

注意事项:小孩年满8岁即可参加, 游客未穿戴安全装备谢绝参与体验, 否则发生任何意外均由游客自行承担; 穿好装备后, 不得自行调整装备或自行解开, 如感到不适, 请及时告知工作人员。在安全教练认为体验游客具备参与体验的资格以前, 游客不得擅自体验。

参与者都可得礼品一份

奖品	套餐一	套餐二
一等奖	家庭照片印花迷彩体恤一件	家庭合影
二等奖	杯子一个	小风扇一个
三等奖	飞行棋一幅	跳棋一幅
参与奖	玩具枪一把	

奖品套餐一套餐二

一等奖家庭照片印花迷彩体恤一件家庭合影

二等奖杯子一个小风扇一个

三等奖飞行棋一幅跳棋一幅

参与奖玩具枪一把

表 3 探险活动绝地反击获胜的礼品

(3) 五尖山滑道

在玩完一天刺激惊险的游戏过后, 精力疲惫, 组织大家从山顶乘索道下山, 五尖山滑道, 在滑道中欣赏沿途风景呼吸新鲜空气。滑道作为集惊险、娱乐、代步、于一体的综合性游乐设施, 乘客穿梭在森林中, 又融入大自然中, 又可以欣赏大自然美景, 又在盘旋滑道中, 体验惊险刺激, 自然景区投资低, 效果好的新起之秀, 五尖山滑道更是一种新奇的代步工具。滑道的安全性大家可以完全放心, 一家人带小孩都可以玩。滑道安全保护措施都是有保障的。滑道表面光滑, 速度很快非常凉快, 不会中间有断开。滑道两边都围栏起来, 以防游客会偏离轨道。

5、宣传

(1) 网络宣传

激情澎湃集赞赢大奖, 国庆节期间朋友圈转发链接超多福利

朋友圈攒齐20个心可免费获得滑道票一张, 朋友圈攒齐50个心可免费获得滑道和丛林穿越门票, 朋友圈攒齐55个心可免费获得五尖山门票全套。

门票领取时间: 2020年5月1日

门票领取注意事项: 所有门票均凭手机链接页面到指定地点领取, 一个微信号限领一张; 临湘本地人登山游玩带身份证可免入公园门票; 本活动最终解释权归五尖山国家森林公园所有。

(2) 传单宣传

在步行街、地铁出口、公交站人多的地方发传单。提高发传单人员的整体形象, 让路人第一感觉会接传单看。则可以让游客关注工作号自行了解。发传单手速加快, 尽量每一个人都发到。或者关注公众号领取小礼品等方式。

(3) 海报宣传

海报尽量以图片为主, 让客人以实物图作为参照。字与字之间不要太拥挤字体也要大一点, 让游客一眼看到, 尽量突出主题。

6、经费预算

项目名称	单价	数量	金额	备注
传单	1	1000	1000	张
飞行棋	10	1	10	副
跳棋	10	1	10	副
小风扇	15	1	15	个
杯子	15	1	15	个
海报	5	100	500	张
亲子照片	20	1	20	张
横幅	50	1	50	幅
印花T恤	1	1	50	件
玩具枪	100	10	1000	把
气球	1	100	100	个
风车	1	100	100	个
奖品礼品费	1000	30	3000	一等奖-四等奖
工作人员费	200	10	2000	加班费, 劳务费
其他费用	5	50	250	饮用水, 垃圾袋
总计			8110	

项目名称 单价 数量 金额 备注

传单 1 1000 1000 张

飞行棋 10 1 10 副

跳棋 10 1 10 副

小风扇 15 1 15 个

杯子 15 1 15 个

海报 5 100 500 张

亲子照片 20 1 20 张

横幅 50 1 50 幅

印花T恤 1 1 50 件
 玩具枪 100 10 1000 把
 气球 1 100 100 个
 风车 1 100 100 个
 奖品礼品费 1000 30 3000 一等奖-四等奖
 工作人员费 200 10 2000 加班费, 劳务费
 其他费用 5 50 250 饮用水, 垃圾袋
 总计 8110

表 4五尖山探险活动经费预算

四、成果特点

整个景区网络海报宣传, 对景区景点各方面介绍, 国庆长假期间家长带孩子一起放松旅游。通过活动比赛增加游客量, 促进亲子关系, 刺激惊险接触大自然, 国庆期间大大增加了景区热度。表明宣传活动是合理化的, 实行这种方案以后可以扩大景区知名度, 加大了公司利润, 使得孩子在闯关中锻炼成人在森林中欣赏美景。开发孩子的脑筋。就是体验亲子活动过程中又能锻炼孩子的意志, 也能促进孩子的手动能力各队亲子上阵, 家长孩子平等共赢团结协作与平常生活中不一样。亲子活动有着个性化。只有有与孩子沟通意愿, 在家里和外出无时无刻都可以跟孩子交流, 此次探险活动给亲子双方都带来欢乐。在亲子活动中既让孩子体会到闯关和成长的乐趣, 也让家长体会到参与沟通的幸福。景区人流量多的问题也得到解决, 让景区更具有知名度, 吸引更多潜在客户。网络上的宣传和广告成本也也是非常便宜的, 可以给景区带来更好的收益。

五、收获与体会

在学习了5年专业知识以后, 在毕业之时自己设计东西, 设计过程中会遇到很多问题, 第一次亲身做自己的设计。在教室跟同学一起讨论, 老师一起指导, 过程中遇到的问题都向老师请教, 两周的时间, 我的毕业设计已经大功告成, 最后要面对的是毕业就业了, 在学校最后之余和同学们老师们在一起创造是一份美好的时光, 希望在未来的日子里大家也能想起这段日子。

我的毕业设计题目是五尖山活动经营策划, 景区活动是宣传景区不能缺少的部分, 通过这次亲身设计方案, 让我觉得景区发展离不开活动宣传, 人流量和资源保护, 这次的策划看起来是简单, 做起来还是有些费力的, 真正自己设计还是有点差距的, 自己知识量有局限, 只能通过同学老师的讨论, 过程不简单但是大家一起齐心协力, 和同学一起交流讨论, 累并快乐着设计东西中让我意识到了自己还有很多要学习的地方, 学校的生涯已经结束, 只能在以后的工作中更加努力学习。当然这次过程中, 不仅锻炼了意志、认真思考的能力, 同时自己主动完成任务也提高了, 希望在以后的日子里大家能在工作中脱颖而出。挥洒自己的汗水, 努力工作, 在自己喜欢的领域有自己的一席之地。

参考文献

- [1] 谢江红. 基于新媒体平台的绥宁侗寨市场营销策略创新研究——以大团侗寨为例[J]. 时代经贸, 2019(26):37-39.
- [2] 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.
- [3] 张淑文. 5A级旅游景区发展路径研究[J]. 河北企业, 2019(07):84-85.
- [4] 高冉冉. A景区智慧化建设优化研究[D]. 山东师范大学, 2019.
- [5] 孙兴伟. 基于新常态下旅游经济的发展[J]. 商讯, 2019(16):129-130.

指 标

疑似剽窃文字表述

1. 越来越多的人处在钢铁水泥森林的重重包围中, 渴望真正的内心释放, 如何对这类人群进行减压成为时下研究的热点。
森林探险
2. 孕妇, 60岁以上老人和1米以下儿童不可以参加活动, 如果发生意外需要游客自行承担后果。
3. 游客未穿戴安全装备谢绝参与体验, 否则发生任何意外均由游客自行承担; 穿好装备后, 不得自行调整装备或自行解开, 如感到不适, 请及时告知工作人员。在安全教练认为体验游客具备参与体验的资格以前, 游客不得擅自体验。

说明: 1. 总文字复制比: 被检测论文总重合字数在总字数中所占的比例

2. 去除引用文献复制比: 去除系统识别为引用的文献后, 计算出来的重合字数在总字数中所占的比例

3. 去除本人已发表文献复制比: 去除作者本人已发表文献后, 计算出来的重合字数在总字数中所占的比例

4. 单篇最大文字复制比: 被检测文献与所有相似文献比对后, 重合字数占总字数的比例最大的那一篇文献的文字复制比

5. 指标是由系统根据《学术论文不端行为的界定标准》自动生成的

6. 红色文字表示文字复制部分; 绿色文字表示引用部分; 棕灰色文字表示作者本人已发表文献部分

7. 本报告单仅对您所选择比对资源范围内检测结果负责



✉ amlc@cnki.net

🌐 <http://check.cnki.net/>

👤 <http://e.weibo.com/u/3194559873/>