

企业项目 2-1

竹洞天风景区形象策划方案设计

一、任务说明：

日照竹洞天风景区位于日照城区西端的将帅沟毛竹园，总面积 1000 多亩，其中毛竹面积 200 多亩，其他竹子面积 400 多亩，水域面积 400 多亩，是南竹北移的成功典范，被国家旅游局评为“全国农业旅游示范点”。

竹洞天风景区以竹文化为主要特色，有“江北第一竹”的美誉，景区绿化面积在 80% 以上，生长着毛竹、淡竹、斑竹、箬竹、紫竹、钢竹、金镶玉竹等 100 多个竹子品种。同时辟有专门的竹子品种展示区域，既是一个天然氧吧，又是一个生态植物园。在北方具有鲜明的特色和吸引力，是以海滨旅游为主题的日照旅游的一个亮点。经过近几年的策划和宣传，景区在区域内已经形成了一定的知名度和影响力。但是，对于省外的大多数游客来说并不知晓。为了进一步扩大景区的知名度，景区营销部经理周福运（我院 2004 届毕业生，学生可以多与其进行沟通）委托我院《休闲旅游策划与营销》课程，为景区设计景区形象策划与营销方案。

二、企业要求：

- 1、设计景区主题宣传营销口号，要充分体现景区的竹文化和休闲特色；
- 2、设计景区 logo，标示简明、大方、易懂，必须是原创；
- 3、结合景区资源和特色，设计景区主题活动；

4、形成景区形象策划与营销方案文本，要有整套的景区营销方案。

三、策划步骤：

1、成立策划小组，选择小组组长，讨论工作步骤和具体的分工；

2、到竹洞天风景区了解景区的资源现状和特色（要做好记录），以及主要的客源市场情况、景区现有的营销口号、标志和活动；

3、采取小组讨论、资料查询、头脑风暴等方法，设计景区的形象口号；

4、采取小组讨论、资料查询、头脑风暴等方法，设计景区logou；

5、采取小组讨论、资料查询、头脑风暴等方法，设计景区主题活动（也可以是景区节庆活动策划方案）；

6、形成景区形象策划方案文本。

四、效果要求：

1、景区宣传口号简介、易记、表达准确；

2、景区标示要求简介、大方，能够给人深刻的印象；

3、主题活动要与景区特色切合，参与性强，有吸引力；

4、口号、标示、活动设计要比现有的出色：

竹洞天风景区现有口号：“畅游竹洞天，一生保平安”、“江北第一竹”、“品茶赏竹、休闲娱乐”；

竹洞天风景区现有标示：无

竹洞天风景区现有活动：竹洞天竹文化节（无影响力）





企业项目 2-2

龙门崮风景区形象策划方案设计

一、任务说明：

日照龙门崮风景区地处日照市东港区三庄镇龙门崮山，东距日照海滨 40 公里，西距莒县浮来山 30 公里，占地面积 16 平方公里。景区内松林枝繁叶茂，湖水清澈见底，风光秀丽，原生态资源丰富，历史传说众多，厚重，是一处自然天成的生态旅游区，崮顶海拔 416 米，有“鲁南海滨第一崮”之美誉。

龙门崮风景区开发时间较晚，目前只为当地人知晓。但是，景区深厚的文化底蕴、独特的生态资源，必将使其成为未来休闲旅游的一个重要目的地。为了做好景区的规划建设和市场开拓工作，景区营销部经理赵玉伟（我院 2005 届毕业生）委托我院《休闲旅游策划与营销》课程，为景区设计景区形象策划与营销方案。

二、企业要求：

- 1、设计景区主题宣传营销口号，要充分体现景区的资源 and 特色；
- 2、设计景区 logo，标示简明、大方、易懂，必须是原创；
- 3、结合景区资源和特色，设计景区主题活动；
- 4、形成景区形象策划方案文本，要有整套的景区营销方案。

三、策划步骤：

- 1、成立策划小组，选择小组组长，讨论工作步骤和具体的分工；

2、到龙门崮风景区了解景区的资源现状和特色（要做好记录），以及主要的客源市场情况、景区现有的营销口号、标志和活动；

3、采取小组讨论、资料查询、头脑风暴等方法，设计景区的形象口号；

4、采取小组讨论、资料查询、头脑风暴等方法，设计景区logou；

5、采取小组讨论、资料查询、头脑风暴等方法，设计景区主题活动（也可以是景区节庆活动策划方案）；

6、形成景区形象策划方案文本。

四、效果要求：

1、景区宣传口号简介、易记、表达准确；

2、景区标示要求简介、大方，能够给人深刻的印象；

3、主题活动要与景区特色切合，参与性强，有吸引力；

4、口号、标示、活动设计要比现有的出色：

龙门崮风景区现有口号：“畅游龙门崮，健康又进步”；

龙门崮风景区现有标示：无

龙门崮风景区现有活动：龙门崮滑索节（过于单调）





附：旅游景区形象设计项目单

基础项目设计：

1、标志设计

- 标志及标志创意说明
- 标志墨稿
- 标志反白效果图
- 标志标准制图
- 标志预留空间与最小比例限定
- 标志特定色彩效果展示

2、标准字体

- 全称中文字体
- 简称中文字体
- 中文字体标准制图
- 全称英文字体
- 简称英文字体
- 英文字体标准制图

3、标准色（色彩计划）

- 标准色（印刷色）
- 辅助色系列
- 背景色使用规定
- 色彩搭配组合专用表
- 背景色色度、色相

4、象征图形

- 象征图形彩色稿（单元图形）

- 象征图形延展效果稿
- 象征图形使用规范
- 象征图形组合规范
- 5、专用印刷字体
- 专用印刷字体
- 6、基本要素组合规范
- 标志与标准字组合多种模式
- 标志与象征图形组合多种模式
- 标志与标准字、象征图形、组合多种模式
- 基本要素禁止组合多种模式

应用项目设计：

- 1、办公事务用品设计
- 名片
- 国内信封（大、中、小）
- 国际信封（大、中、小）
- 信纸
- 便笺
- 传真纸
- 合同夹
- 合同书规范格式
- 档案盒
- 档案袋
- 文件袋
- 文件封套夹

- 薪资袋
- 工作记事簿
- 笔记本
- 电话记录簿
- 通讯录
- 备忘录
- 员工手册
- 文件题头
- 直式、横式表格规范
- 公文包
- 聘书
- 奖状
- 公告、通知格式
- 考勤卡
- 识别卡（工作证）
- 临时工作证
- 请假单
- 桌签
- 及时贴标签（财产编号贴）
- 意见箱
- 稿件箱
- 徽章
- 票据夹
- 票证单据格式

- 各类参观门票
- 2、环境指示系统设计
 - 整体色彩规划
 - 景区导引指示牌
 - 停车场区域指示牌
 - 景区平面布局示意牌
 - 景区总体介绍牌
 - 活动式招牌
 - 方向指引标识牌
 - 公共设施标识牌
 - 布告栏
 - 立地式道路导向牌
 - 立地式道路指示牌
 - 立地式标识牌
 - 欢迎标语牌
 - 立地式道路导向牌
 - 地面导向线
 - 地面标志设置规范
 - 警示标识牌
 - 公共区域标识牌
 - 玻璃门防撞贴
 - 楼层标识牌
 - 科室牌
 - 接待台及背景板

- 精神口号标牌
- 内部参观指示牌
- 各部门工作组别指示牌
- 内部作业流程指示牌
- 3、服装、服饰规范
 - 管理层男装（西服礼装\白领\领带\领带夹）
 - 管理层女装（裙装\西式礼装\领花\胸饰）
 - 春秋装衬衣（短袖）
 - 春秋装衬衣（长袖）
 - 员工男装（西装\蓝领衬衣\马甲）
 - 员工女装（裙装\西装\领花\胸饰）
 - 冬季防寒工作服
 - 外勤人员服装
 - 工作帽
- 4、旗帜设计
 - 景区旗帜
 - 桌旗
 - 路灯刀旗
 - 吊旗、挂旗
 - 大型集会活动旗帜
- 5、旅游纪念品设计
 - 纪念徽章
 - 纪念币
 - 纪念门票

- 邮册
 - 景区大型画册
 - 折扇
 - 纪念礼盒
- 6、公关礼品设计
- 贺卡及函套
 - 邀请函及函套
 - 明信片
 - 一次性纸杯
 - 茶杯、杯垫
 - 打火机、烟灰缸
 - 旅行包、皮带
 - 签字笔
 - 手提袋
 - 钥匙牌
 - 鼠标垫
 - 名片盒、名片夹
 - 礼品表
 - 礼品伞
- 7、车体外观设计
- 公务车
 - 面包车
 - 班车
 - 大型运输货车

小型运输货车

集装箱运输车

特殊车型

8、广告宣传规范

宣传画册封面规范

宣传画册内页版式规范

年度报告书封面规范

年度报告书内页版式规范

宣传折页规范

直邮DM宣传页版式

台历、挂历规范

报纸广告系列版式规范（整版、半版、通栏）

杂志广告规范

海报版式规范

系列主题海报规范

灯箱广告规范

公交车体广告规范

双层车体车身广告规范

横竖条幅广告规范

大型氢气球广告规范

霓虹灯标志表现效果

网络主页版式规范

分类网页版式规范

光盘封面规范

大型路牌广告版式规范

擎天柱广告规范

墙体广告

建筑楼顶广告规范

立地式 P O P 规范

悬挂式 P O P 规范

9、展览展示系统

标准展台、展板形式

特装展位示意规范

标准展位规范

样品展台

样品展板

产品说明牌

资料架

10、VI 样本部分

标志样本

标准字体样本

标准组合形式样本

象征图案样本

标准色样本

辅助色样本