　　旅游宣传促销是提高旅游产品市场占有率，打造品牌，塑造城市整体形象，开拓旅游客源市场，提高旅游知名度，推动旅游业发展的重要手段。  
　　下面由学习啦为你整理旅游促销活动策划方案的相关资料，希望能帮到你。  
　　旅游促销活动策划方案范文一旅游景区的品牌营销宣传与活动策划方案(范本)一、品牌分析:XXX乐园属于新兴拓展运动项目的景区，是旅游市场新的切入者，自2003年进入市场，凭借其项目的创新性、游客的主动参与性、游乐项目的趣味性，吸引着众多的都市人群、莘莘学子前来乐园游玩。  
　　日接待量高峰期逾XXXX人/次，平均日接客量达XXX--XXX人/次，单人前来乐园游乐的达7次以上，目标市场定位正确。  
　　随着人们生活水平的提高，选择外出旅游的人群会越来越多，旅游市场的容量大，这几点来看，XXX乐园的市场前景非常大，也是非常乐观的。  
　　XXX乐园品牌属性最显著的特点就是“笑，在笑声中寓教于乐、在笑声中放松心身，调整心态，这是所有游玩者认知的共性，其品牌标识中文琅琅上口，易记，易联想，并且与乐园项目相吻合。  
　　因此，XXX品牌乐园功能有这几点：强健体魄、寓教于乐、青少年素质教育的培训基地;释放压力、调整心态、都市人群塑造团队精神的活动场所。  
　　乐园的运动项目重在主动参与，从参与中获得满足，获得快乐!这些特征，符合现今市场消费者的需求，所以，市场的份额相当大。  
　　其运动项目取得国家专权，属专利性的独创项目，市场仿制、雷同的机会相对来说，机率性较低，这样，乐园运动项目与其他旅游景点严格区分开来，有利于品牌的专一性，以及对品牌的宣传，提升品牌形象，创造一个良好的发展氛围。  
　　经过一年多的经营，XXX乐园已具备了一定的资金、人才、管理经验、媒体宣传策略的优势，并且地理位置、硬件措施良好。  
　　虽属旅游市场新的进入者，但凭借其以上几点优势，可以迅速占据市场，扩大市场的份额。  
　　二、品牌现状：1、品牌知名度低：前期XXX乐园虽有广告投入，但属零星，没有系统性，没有整体的规划，并且广告宣传没有抓住重点，没有特色，因此，市场的冲击力不大，其品牌没有在消费者心目中留下深刻的印象，并且影响其旅游消费的行为。  
　　在旅游市场，品牌知名度的高低直接影响销售额。  
　　因此，品牌知名度低是XXX乐园发展的一大障碍。  
　　2、市场认知度低：品牌时代，消费者选购消费品时，首先考虑地就是品牌的知名度，以及其产品在市场上的具体表现。  
　　XXX乐园目前品牌知名度低，没有形成良好的品牌的美誉度、认知度，所以，没有培育忠诚的消费者，只能借助零星的广告与同行的口碑来拉动销售，这样的发展模式对品牌的塑造极不利。  
　　因此，目前的工作重点，将放在品牌的提升，塑造品牌的知名度上。  
　　三、旅游市场分析：(仅限广东区)一线品牌：深圳华侨城欢笑谷，诉求主题：主题公园番禺长隆夜间动物世界，诉求主题：动物世界肇庆七星湖，诉求主题：自然景物百万葵园，诉求主题：葵花二线品牌：深圳明思克，诉求主题：航空母舰怀集世外桃源，诉求主题：现场表演采燕窝清远飞霞山，诉求主题：自然景观，佛像世界大观，诉求主题：主题公园，航空航天模型展。  
　　三线品牌：笑翻天乐园，诉求主题：拓展运动罗浮仙境，诉求主题：漂流祈福农庄，诉求主题：五谷四、品牌定位：细分市场以及独特的销售主张(USP)，是现今消费市场营销策略的特点。  
　　在认真考察XXX乐园的运动项目，以及细分消费群体之后，XXX乐园的品牌定位为：1、青少年心身成长的素质教育培训基地。  
　　目标人群：大、中、小学生。  
　　消费习性：具有较高的消费能力，容易接受新事物，对野外运动项目具有浓厚兴趣。  
　　 如宣传力度强，突出品牌特色，这一人群将成为XXX乐园的消费主体。  
　　2、都市白领释放压力调整心态的阳光会所。  
　　目标人群：都市繁忙的白领一族。  
　　消费习性：消费能力强，平时工作繁忙、压力大，难得有释放的机会，因此，XXX乐园是其理想的游乐园地，抓住这一消费群体，对扩大市场份额，具有战略意义。  
　　五、媒体宣传：(一)宣传媒体：1、主流媒体：《羊城晚报》、《广州日报》、《南方日报》。  
　　2、辅助媒体：《南方都市报》、《新快报》、《信息时报》、《文化娱乐周刊》、《可乐生活》、《广州青年报》，以及珠三角周边地区的媒体。  
　　(二)宣传方式：1、软文：占宣传的80%，主要塑造品牌。  
　　2、平面广告：占宣传的10%，主要针对旅游旺季或重大活动。  
　　3、印刷品(单张、海报)：占宣传的5%，配合重大活动。  
　　4、户外与灯箱广告：占宣传的5%，主要塑造品牌。  
　　(三)、宣传策略：1、宣传重点时期：暑假、五一、十一、春季、夏季。  
　　2、宣传方式：系统性，连续性，从品牌塑造、项目介绍、游客心理、素质教育几个方面入手。  
　　3、百研资讯认为一个项目与一个产品，都有其进入期、成长期、高峰期、衰退期的四个生命周期，在不同的时期，广告的侧重点各有不同。  
　　在产品的进入期，主要是向人们告之有这个产品与品牌;在成长期广告宣传是培育品牌的忠诚顾客。  
　　目前，笑翻天乐园品牌还是处于市场的进入期，因此，这一时期的广告主要是告之消费者，有这个乐园，有这些项目，以及由此项目带来什么样的收获。  
　　这是我们目前的工作重点。  
　　(四)、宣传广告语：XXX，锻炼人的乐园!(五)、选择媒体：以平面媒体为主，DM邮递媒体为辅,配以其它的宣传方式。  
　　六、活动策划：目前，照乐园的经营状况与经营规模来看，还没有达到每个时期都能举办活动，因此，在综合考虑乐园的实际情况之后，我们将把精力放在这几个时期上。  
　　(一)、五一、十一旅游黄金周活动策划：(具体方案待定)1、市场特征：五一、十一黄金周是每个商家必争的一个销售高峰期时期，各种促销手段、打折方式层出不穷，消费者在这个时期，面临着多样多种的选择，所以，这个时期的策划活动必须是新颖的，独创性的，才能吸引消费者的目光。  
　　2、人群特征：有充裕的时间、精力、财力，来考虑选择是否旅游、购物。  
　　3、活动的目标群：都市人群。  
　　(二)、夏季的学生夏令营活动策划：(具体方案待定)1、市场特征：暑假是学生难得的休整时期，作为整天埋在书堆中的学子来说，这是一个非常宝贵的自由支配时间的时期;但作为家长来说，却是忧喜参半的时期，喜是看到忙碌的孩子，终于有了休息的时间，忧是这个时期，自己的孩子缺乏老师的管制，造成孩子无所事事，可能会走上岐途。  
　　如果这个时期，能组织一些有意义的活动，作为孩子，作为家长，都会支持!2、人群特征：有充足的时间，有一定的消费能力。  
　　3、主要目标群：放假的学生。  
　　七、预计收益：(略)八、广告投放预计费用：(略)安徽旅游发展面临的难题及对策安徽位于我国中东部，承东启西，发展旅游有区位和资源比较优势。  
　　1979年7月，邓小平同志视察黄山，提出“要有点雄心壮志，把黄山的牌子打出去。  
　　奏响了安徽旅游发展的序曲。  
　　2001年5月，江泽民同志视察黄山，赋诗赞美，极大地推动了安徽旅游业发展。  
　　以胡锦涛同志为总书记的党中央提出全面落实科学发展观、构建社会主义和谐社会后，安徽旅游业掀起了新的发展热潮。  
　　近年来，在安徽省委、省政府的高度重视下，旅游业呈现高速发展的态势。  
　　2006年全省接待入境游客80.3万人次，国内游客6158.7万人次，旅游总收入411.55亿元，与2005年相比分别增长了27.0%%、31.5%%和33.4%%，增长幅度在全国排第6位，实现了“十一五开门红。  
　　但是，安徽旅游接待总量和旅游收入在全国仅排第19位和第18位，在GDP中的比重更是排在第22位，与资源和区位优势不相称。  
　　旅游在发展中面临一些矛盾和问题，其中有的是全国共有的，有的存在于中部省份，有的是本省特有的。  
　　以科学发展观为指导，推动对这些矛盾问题的认识、研究和解决，有利于推动旅游经济又好又快地发展，有利于加快旅游业发展步伐，有利于建设旅游产业大省并向旅游经济强省推进目标的早日实现。  
　　一、旅游发展的膨胀期与“原料供应不足矛盾突出，后发优势难以释放，必须因势利导、乘势而上当前中国正处于人均GDP达到1000—3000美元的消费型经济大规模增长的阶段，从世界各国的经验来看，这个阶段的旅游产业会迅速膨胀。  
　　在目前全球局部地区并不太平的形势下，中国保持了安全旅游目的地形象，旅游业将在相当长的一个时期内处于发展的黄金期，对于安徽来说更是如此。  
　　安徽作为一个中部省份，经济发展与沿海发达地区相比还处于发展的起步阶段，属于后发地区。  
　　旅游经济亦是如此，省委书记郭金龙在全省旅游发展大会上指出，安徽旅游业发展整体上尚处于初级阶段。  
　　当前，安徽承接东部资本西进和长三角地区强大的旅游市场需求，正在加快旅游发展。  
　　但是旅游产品加工“原料供应明显不足，特别是土地供给的紧张，在一定程度上减缓了旅游项目推进的速度，这对已发展成型的发达地区影响可能很小，但对像安徽这样的后发地区旅游发展的影响较大，不少重大旅游项目因迟迟拿不到土地使用权证而推迟旅游促销活动策划方案范文二旅游景点市场营销策划书范文针对旅行社的销售一、销售目标：1、四川省内旅行社2、四川周边省市旅行社二、销售策略： 我们把目标市场定为四川省内旅行社，绵阳周边城市做为第二市场，而外省游客主要在春节期间出现，靠本地宣传提高来访量。  
　　我们应当采取以下策略进行销售：1、确定目标市场并划分主要的区域，根据不同的时期、不同的人群对亲子游场馆产生吸引的不同角度，采用平面宣传、文化挖掘、巡回展示等方式，进行市场营销。  
　　2、细分市场，根据每块市场的特点和不同节令特点，区分营销、宣传受众的不同需求，采用不同的方法、相应的宣传策略，进行宣传和营销。  
　　3、在价格方面，通过让利方式借助旅行社的宣传拉动，达到市场覆盖最大化。  
　　 三、市场分析：1、市场选定：2、营销策略：1、总体目标：通过高层次的营销企划和多种有效的营销手段，在较短时间内大幅度地提高知名度，使其在旅游市场竞争中占据高位的市场份额。  
　　2、阶段目标：(可分出四个阶段)第一阶段：展示期在此阶段，我们处于形象宣传的展示期，为开展、元旦及旅游黄金周打下基础。  
　　此阶段的时间预计：一个月时间。  
　　b.此阶段针对的市场区域：建议区域为：绵阳江油广元 c.在此情况下针对目标群：1.力争使公众了解特色及其蕴涵的文化。  
　　2.争取权威媒体、公众人物、政府代表前来感受独特魅力并发表评论。  
　　3.加强广告(报纸电视、网络等)力度，增加活动次数，从而强化其参与意识。  
　　4.发展已知客户，进而扩大客户宣传面。  
　　5.从本身特色出发，配合景点风光，加强硬件建设。  
　　d.在此情况下针对中间商(旅游公司)：1.提升产品展示的位置(如在旅游公司的门前设置展版)。  
　　2.增加对旅游公司的反点及回扣，促进其提高供游量。  
　　3.与其共同在市场区间开展文化节等品牌促销活动(如图片展)。  
　　e.价格定位：以票促宣。  
　　第二阶段：市场开发期：在此阶段，宣传造势已见成效，展会信息都已宣传到位，客源量日渐增长。  
　　a.此阶段的时间预计：两个月时间。  
　　b.此阶段针对的市场区域： 建议区域为：成都德阳遂宁c.在此情况下针对目标群：1.保持客户群体，刺激消费。  
　　2.积极向还没有去旅游过的消费群体展示特色。  
　　3.强大的媒体版面占有率。  
　　4.争取其它旅游景点的消费者前来参观d.在此情况下针对中间商：1.提出市场比率，增加回报，积极支持其工作;2.维护品牌形象，使其抓住潜在客户;3.提高服务意识。  
　　e.价格定位：灵活把握尺度，寻求任何有益的合作。  
　　四、工作计划预案：区域负责人：1.维持原有客源，巩固品牌形象。  
　　2.制定区域工作计划(含宣传和活动)。  
　　3.开展创新营销，针对所辖区域的特性进行推广宣传活动，提前报计划。  
　　4.与旅行社保持互动联系，共商秦俑展工作。  
　　5.灵活、适当利用价格变通，进行快速销售。  
　　旅游团队优惠政策办法一、景区门票挂牌价格二、景区门票优惠办法1、旅行社团队基本人数为10人以上(含10人)，持我公司营销中心确认的团队优惠确认单(确认单上必须加盖旅行社业务章)、旅行社团队计划书、国家旅游局颁发的有效导游证方可享受购票优惠。  
　　2、线路产品组合：一张全票(一个成人可带二个小孩进入景区)3、凡经我公司营销中心确认的团队，均按照小孩3岁以上90元一人的优惠购票。  
　　大人30元/人。  
　　三、景区门票确认程序1、旅行社须提前24小时将《旅行社出团计划书》传真至我公司营销中心，或者直接在QQ里报团进行确认。  
　　需注意事项：1)报团队人数;2)包团还是散客拼团;3)导游姓名、性别、电话;2、经过确认的团队人数允许有增三的变化，对增严格控制，对减没有控制，但必须保证实际购票的人数不低于上述规定的团队基本人数(10人)。  
　　3、团队门票一经售出，非景区原因概不退票。  
　　四、不享受团队购票特定人员的优惠办法1、12岁以下均按儿童优惠90元购票，3岁以下的免门票。  
　　2、军残、70岁及以上的老年人凭身份证与军残证免票进入。  
　　3、有效的旅行社经理资格证、导游证免票进入。  
　　五、年度返利1、500-999人，返利4元/人。  
　　2、1000-2999人，返利6元/人。  
　　3、3000-4999人，返利8元/人。  
　　4、5000-9999人，返利10元/人。  
　　5、10000-19999人，返利13元/人。  
　　6、20000人以上，返利16元/人。  
　　门票返利条件：1、按实际购票人数返利。  
　　返利兑现方式：发票联复印件、回执单及旅行社证明旅游促销活动策划方案范文三一、指导思想深入挖掘我县旅游资源，全力打造精品旅游线路，以喜庆、祥和、健康为原则，以“特色风情小镇旅游为主线，进一步加大旅游宣传促销推介力度，广泛开展融趣味性和娱乐性于一体的旅游文化活动，树立我县良好的旅游整体形象，成为广大游客出游的最佳旅游目的地，有效拉动2017年春节黄金周旅游需求，促进我县旅游产业及区域经济的快速发展。  
　　二、活动主题年年来澄迈 岁岁“游不同三、活动时间2017年1月31日至2月6日四、活动主要地点“四个风情小镇、金江县城、盈滨半岛旅游度假区、海南永庆寺五、活动内容2017年春节黄金周期间，我县组织开展的活动主要有：“四个风情小镇特色文化活动，专线游和自驾游，文明旅游活动，民俗风情文艺展演，新春诵经祈福法会，沙滩摩托艇海上竞技游乐活动等。  
　　六、活动安排(一)加强春节期间旅游市场监管工作。  
　　为确保春节黄金周旅游市场的繁荣稳定，提高旅游接待服务质量，杜绝节日期间重大、特大旅游安全事故的发生。  
　　在春节前后，由县旅游委牵头，联合安监、药监等相关职能部门组成联合执法检查组，对全县旅游景区(点)、宾馆酒店等旅游企业，开展节前安全生产、旅游服务质量等大检查。  
　　重点整治旅行社不履行合同约定、降低服务标准、以低于成本报价招来旅游者并向导游转嫁经营风险等行为;导游人员服务意识差、强迫游客购物和参加自费项目、擅自改变行程等行为;咖啡店、特产店等旅游购物点以次充好、以假乱真、价格虚高和高额返佣的问题;旅游餐饮店用餐标准低、餐质差、存在食品安全隐患问题等。  
　　牵头单位：县旅游委责任单位：福山咖啡文化风情镇管委会、县安监局、县食药监局、县交通局、县公安局、县工商局、县卫生局、县物价局、县消防大队(二)活动宣传报道。  
　　1、通过悬挂宣传横幅、电子屏幕播放宣传标语、广告、在主要交通要道口设置宣传展板、在公共汽车上播放宣传片等方式，营造浓厚的舆论氛围。  
　　2、通过电视台、报刊、政务网、澄迈旅游网、微博等形式，播放2013年春节黄金周旅游宣传促销推介活动广告、澄迈风光宣传片和澄迈发展变化记录片等，并在春节期间组织动态新闻报道，切实做好春节前后媒体的采访和报道工作3、在《海南日报》、《南国都市报》等省内主要报刊，对我县旅游，特别是“四个风情小镇旅游情况进行宣传;在海南电视台、海口电视台、南海网、中国日报网等媒体，进行系列跟踪宣传报道;组织省内导游及摄影记者来“四个风情小镇采风观光，举行专题研讨会，大力开发“四个风情小镇文化内涵。  
　　牵头单位：县委宣传部责任单位：县新闻办、县电视台、县旅游委(三)活动安排及具体分工。  
　　1、“四个风情小镇开展特色文化活动。  
　　福山咖啡文化风情镇：组织青少年陶艺爱好者在福山咖啡文化风情镇开展陶艺创意比赛(青少年和少年组)，进一步丰富青少年的业余活动，激发其亲自动手制作陶艺的乐趣，热情，培养认知能力和动手能力。  
　　海南地中海文化风情小镇(澄迈县红树林生态公园)：举办“爱在红树湾，欢乐过大年 富力?红树湾新年欢乐嘉年华。  
　　一是举办主题嘉年华活动，向所有到场客户提供互动游戏、表演、特色小吃等，并提供特色礼品抽奖。  
　　二是现场以抽奖形式提供“免费旅游(100名海口、澄迈两日游名额)和“金秋礼品(100份澄迈特产礼品)、高尔夫体验(成功购房业主可获赠免费18洞红树林高尔夫球体验券。  
　　)、购房特惠(成功购房业主可获报销往返机票5000元封顶、赠送价值4888元海南豪华五日游，入住国际品牌五星级酒店)。  
　　三是集生态保护、科普教育、自然野趣和休闲浏览于一体的澄迈县红树林生态公园实行对外开放，在木栈道上观看澄迈县红树林生态公园生态环境，为广大游客增添一个亲近自然、享受幸福生活的地方。  
　　四是以世界长寿之乡为主题，利用海南富力地产北京、哈尔滨等省外展点资源推介澄迈，进一步打造高端旅游房地产品牌;在景区内多形式开展一系列旅游房地产宣传促销推介活动，加快构建对外交流合作平台。  
　　海南欧洲文化风情小镇：举行高尔夫邀请赛，邀请广大高尔夫爱好者和球队参加，使其走进澄迈、共同感受美妙的绿色生态之旅。  
　　台湾风情小镇：在台湾风情小镇公园举行游园活动，进一步提升景区整体形象，扩大影响力、综合竞争力和对外知名度，开园试业迎接游客。  
　　牵头单位：“四个风情小镇责任单位：福山镇、桥头镇、大丰镇、县民宗局、澄迈县人民政府台湾事务办公室、县旅游委2、专线游和自驾游。  
　　(1)专线游：以“特色风情游为主题，旅游线路为：欧洲文化风情小镇――海南地中海文化风情小镇(澄迈县红树林生态公园)――台湾风情小镇――福山咖啡文化风情镇(侯臣咖啡文化村)。  
　　在欧洲文化风情小镇参观环境优美、规模宠大的旅游房地产和以欧洲文化为主题的旅游度假小镇、主题公园等，感受挥杆高尔夫球场并体验练习高尔夫球;在富力?红树湾，在木栈道上观看澄迈县红树林生态公园生态环境、自然保护区和旅游房地产;在台湾风情小镇感受台湾文化的独特魅力，领略“十大主题园和“四大风情园的台湾风貌;在福山咖啡文化风情镇(侯臣咖啡文化村)感受咖啡文化并品尝咖啡。  
　　在福山咖啡文化风情镇还安排观看5d影片、参观福山咖啡文化馆和咖啡文化体验。  
　　(2)自驾游：各旅行社组织通过《南国都市报》、《海南特区报》等报刊征集读者参加的自驾游。  
　　具体路线为：一是“特色风情镇旅游专线。  
　　二是海南永庆寺――老城草莓园 ――封平约亭――福山咖啡文化风情镇――福橙果园――红坎岭陶艺园――美榔双塔。  
　　(即在海南永庆寺或金山寺参加祈福活动，老城草莓园摘草莓，参观历史文化古村―封平约亭，福山咖啡文化风情镇参观咖啡文化馆、观看 5d 电影、玩泥巴、品咖啡，摘福橙，观赏陶艺品、参观美丽乡村)(3)免费接送游客：一是以“专线观光休闲游为主题，旅游线路为：海口宾馆――海南永庆寺、欧洲文化风情小镇、澄迈县红树林生态公园等旅游景点――福山咖啡文化风情镇。  
　　春节期间，每天发一班车(免费接送游客)，上午9：30从海口宾馆出发，参观海南永庆寺、海南欧洲文化风情镇、澄迈县红树林生态公园等具有澄迈特色的各旅游景点;在福山咖啡文化风情镇品咖啡、看5d、参观福山咖啡文化馆和咖啡文化体验，下午5：30从福山咖啡文化风情镇原路返回海口宾馆。  
　　二是在春节期间开展“四个风情小镇专线游，每半小时滚动发车。  
　　线路为：福山咖啡文化风情镇――台湾风情小镇――海南地中海文化风情小镇(澄迈县红树林生态公园)――欧洲文化风情小镇――海南永庆寺牵头单位：县旅游委责任单位：福山咖啡文化风情镇管委会、老城镇政府、福山镇政府、桥头镇政府、大丰镇政府3、开展文明旅游活动。  
　　春节期间将有大批自驾游和自游人到我县观光旅游，县旅游委与团县委联合组织志愿者在各旅游景区为游客提供优质服务，扎实开展服务游客、文明劝导、环境保护、旅游宣传等服务。  
　　牵头单位：团县委责任单位：县旅游委、各有关学校4、民俗风情文艺展演。  
　　一是在金江县城、旅游景区(点)等地开展澄迈歌曲、黎苗族竹竿舞、民俗展演、老年八音乐队表演、琼剧演出为一体的具有澄迈特色的文艺表演。  
　　二是在县文化馆、各镇、福山咖啡文化风情镇开展“送春联下乡活动，组织书法家、书法爱好者现场为群众写春联;在福山咖啡文化风情镇开展旅游新春游园活动。  
　　活动内容为猜谜语、对对联、旅游知识抢答、游戏、黎族竹竿舞、咖啡体验等，进一步打造大型的旅游交流平台; 鼓励县城各社区组织琼剧演出;开展萝卜蹲、夹球赛跑、两人三脚、趣味跳绳、掰手腕等趣味互动游戏。  
　　牵头单位：县文体局责任单位 ：福山咖啡文化风情镇管委会、金江镇政府、老城镇政府、福山镇政府、县旅游委5、新春诵经祈福法会。  
　　将传统的“福文化特色与现代旅游结合，形成春节文化新民俗。  
　　在金山寺开展各类祈福活动，祈求风调雨顺、吉祥如意、平安幸福;在永庆文化旅游景区举办“万盏吉祥灯供祈福活动(以十万盏供灯的功能，祈求社会各界人士在新一年平安幸福)和以“欢乐海南、吉祥永庆为主题的新春庙会。  
　　牵头单位：县民宗局责任单位：金江镇政府、老城镇政府、盈滨半岛景区管理公司、海南永庆寺、金山寺6、沙滩摩托艇海上竞技游乐活动。  
　　沙滩摩托艇配套设施到位，组织安排好专业救生员及技术人员，确保摩托艇及游客安全。  
　　并举行专业驾驶员进行海上摩托艇表演，为初次体验摩托艇的游客提供技术指导。  
　　牵头单位：盈滨半岛景区管理公司责任单位：海南老城经济开发区管委会七、有关要求(一)高度重视。  
　　各有关镇政府、有关部门要高度重视此次旅游宣传推介活动，将其作为宣传澄迈“世界长寿之乡、提升澄迈旅游形象、做大做强我县长寿旅游产业的重要工作来抓，精心组织，周密部署，切实制订好具体的实施方案。  
　　(二)认真组织实施。  
　　各有关镇政府、有关部门要履行工作职责，扎实有效开展各项有关活动。  
　　特别是在春节黄金周前夕，由县旅游委牵头，联合安监、工商、交通、药监等有关部门，对全县范围内的旅游景区(点)、重点旅游接待酒店开展旅游安全生产专项执法大检查，彻底排除我县旅游企业各种安全隐患问题，有效保障春节期间的旅游安全。  
　　(三)加强沟通。  
　　各有关镇政府、有关部门要加强沟通，通力配合，切实组织好在福山咖啡文化风情镇、永庆文化旅游景区等景区，旅游宣传促销推介活动。  
　　(四)广泛宣传。  
　　各有关镇政府、有关部门，特别是县委宣传部、县新闻办、县旅游委要加大本此次旅游宣传推介工作力度，充分挖掘旅游工作亮点，在《海南日报》、《南国都市报》、海南电视台等省内各家大媒体，广泛宣传我县春节黄金周旅游宣传促销推介活动。  
　　猜您喜欢：

《本文为word可编辑版，若不需要以下内容，请删除后使用，谢谢您的理解

原生生物的主要类群》习题

一、选择题

1、桃花的下列结构中，经过发育最终成为果实的是（ ）

A、子房 B、子房壁 C、 胚珠 D、 受精卵

2、呼吸作用的实质是（ ）

A、分解有机物，贮存能量 B、分解有机物，释放能量

C、合成有机物，贮存能量 D、合成有机物，释放能量

3、旱地里的农作物被水淹没后，要及时排涝，主要是为了促进（ ）

A、叶的光合作用 B、叶的蒸腾作用

C、根的呼吸作用 D、根的吸水

4、农业生产中对农作物进行合理密植主要是为了（ ）

A、提高作物对水分的吸收 B、提高作物对土壤中无机盐的利用率

C、提高作物的蒸腾作用 D、提高作物的光合作用

5、下列关于光合作用原料的叙述中，不正确的是（ ）

A、光合作用的原料是二氧化碳 B、光合作用的唯一原料是二氧化碳

C、二氧化碳和水都用于制造淀粉 D、二氧化碳和水都是光合作用的原料

6、晚上，将金鱼藻放在盛有水的试管中，将试管先后放在离白炽灯如下距离处，在相同时间内试管内产生气泡数量最多的是（ ）

A、10厘米 B、20厘米 C、30厘米 D、40厘米

7、贮藏蔬菜、水果要保持低温，这是因为（ ）

A、温度低，减少细菌病害 B、温度低，呼吸作用弱，有机物消耗少

C、温度低，促进光合作用积累 D、温度低，蒸腾作用弱

二、实验探究题

1、下面是验证“绿叶在光下制造淀粉的实验”的具体步骤，请回答有关问题：

① 把盆栽的天竺葵放在黑暗处一昼夜。

② 用黑纸把一片叶的一部分的正面和背面盖住，然后移到阳光下，照射3小时～4

小时。

③ 剪下遮光的叶片，去掉黑纸。

④ 将叶片放在盛有酒精的小烧杯中，再放入大烧杯内隔水加热，叶片颜色逐渐由 变成 。

⑤ 取出叶片，用清水漂洗干净。然后放在培养皿里，向叶片滴加碘液。

⑥ 稍停片刻，用清水冲洗掉碘液。这时可以看到，叶片遮光部分呈 色，没有遮光的部分呈 色。

（1）步骤①的作用是： 。

（2）步骤④中酒精的作用是： 。

（3）这个实验说明了： 。

2、有一次小明上街买回来一袋黄豆芽放在阳光下，下午去打开一看，发现许多黄豆芽 变成了 “绿豆芽”，小明觉得奇怪，他把这一发现告诉了同学们，他们决定把问 题搞清楚，请你和他们一起去探究。

（1）你的问题是：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_能影响叶绿素的产生吗？

（2）针对你提出的问题，请作出假设：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_对叶绿素的产生有影响。

（3）设计实验方案：

A、取一定数量的新鲜的黄豆芽分成两份，分别放在甲、乙两个容器中。

B、把甲放在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_下培养，把乙放在\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_处培养。

（4）该实验的预期效果是：甲中的黄豆芽\_\_\_\_\_\_\_绿，乙中的黄豆芽\_\_\_\_\_\_\_。

