

第三届“中国大学生文商旅经营与策划虚拟仿真大赛”必选

项目“虎门渡口项目”策划方案要求

一、核心要求

虎门渡口策划方案需紧扣“文商旅融合”主题，围绕文化内涵挖掘、商业模式创新、旅游体验设计三大核心展开系统规划。方案必须结合参考资料和调研统计的数据（如 5km 范围内 42.59 万常住人口、25-44 岁人群占比 60%等）和政策文件（如《粤港澳大湾区文化和旅游发展规划》）作为支撑，确保方案的可行性。同时要注重创意与落地的平衡，既要体现创新思维（如分时租赁、会员积分等创新模式），又要考虑实际操作（如功能分区与四季活动的具体安排），避免空泛概念，切实打造出兼具文化价值、商业可持续性和旅游吸引力的文商旅融合项目。

二、策划内容

1. 文化内涵提炼

提炼历史内涵：提炼虎门渡口的工业文明（如 1988 年首批双层轮渡）、海防文化（鸦片战争遗址）、大湾区交通枢纽意义。结合“老厂房改造”“码头记忆”等元素，设计文化符号（如渡轮主题雕塑、历史时间轴地砖）。打造“湾区青少年国情教育实践基地”，联动《鸦片战争海防遗址公园总体规划》，提出“国史教育馆”等建筑的文化教育内容和意义。

2. 商业模式设计

明确收入来源：门票（研学活动）、租赁（文创市集摊位）、餐饮住宿（青旅、主题餐厅）、活动赞助（音乐节、电影节）。其他创新运营思路，例如：景区分时租赁，白天研学场地，夜间转为剧场/酒吧（参考 2#多功能剧场设计）。

3. 旅游体验设计

例如：水陆联游设计“海防文化+生态观光”联游线路：虎门渡口 → 天后宫 → 横档岛（手册提及景点），搭配新能源游艇航线。或国史教育 AR 技术应用，开发“虎门时光机”AR 小程序；AR 国史寻宝游戏：在集装箱市集设置虚拟打卡点，集章兑换优惠券。

4. SWOT 分析

优势(S)：地理中心位置、政策支持（南沙方案）、历史 IP、年轻客群（25-44 岁占比 60%）；劣势(W)：非节假日客流波动、周边竞品（如广州塔）；机会(O)：大湾区文旅爆发、政府补贴；威胁(T)：同类项目同质化、经济下行影响消费意愿。

5. 营销策略

目标市场：描述核心客群，次级客群描述，亲子家庭等市场群体。

营销活动：春季：湾区青年艺术节（联合音乐机构）；夏季：水上运动联赛（联动 AQUAX 桨板品牌）。

营销推广：小红书/KOL 合作：聚焦“工业风打卡”“宠物友好”标签。校企合作：与广深高校共建研学基地，国史教育主题科普基地，稳定工作日客流。

三、策划方案撰写要求

策划方案撰写中可参考的资料不局限于大赛提供的素材，但禁止抄袭和剽窃他人创意，否则一经查出取消比赛资格。

原则上策划方案不超过 20 页，建议包括以下内容（非硬性要求，可以根据自身情况增减）：

- （1）封面（项目名称）；
- （2）目录（各部分标题和页码）；
- （3）项目概述（项目定位，创新之处）；
- （4）项目详细规划（文化提炼、旅游设计、盈利模式）；
- （5）市场分析（目标市场、客户需求、竞争分析等）；
- （6）营销策略（推广计划、预期市场反应、合作伙伴等）；
- （7）财务计划（预算和资金需求、收益预测和财务分析、投资回报分析等）；
- （8）风险评估（潜在风险、风险管理策略等）；
- （9）附录（参考文献、图表、其他支持材料等）

四、“虎门渡口项目”策划方案评分规则

策划方案成绩由专家评委打分决定，专家评委共 12 名，由 3 名旅游规划专家、3 名地方政府代表、3 名市场营销专家和 3 名财务分析师构成。方案评分包括以下四个组成部分：

- （1）项目创意与创新性（30 分），由旅游规划专家评委打分；
- （2）项目实用性与落地可行性（25 分），由地方政府代表评委打分。
- （3）市场分析的深度与准确性（25 分），由市场营销专家评委打分；
- （4）财务计划的合理性（20 分），由财务分析师评委打分；

每个评委均将在通读整个规划方案之后，针对自己负责的部分打分。规划方案各部分成绩等于负责该部分的专家打分的均值，方案总成绩等于各部分成绩之和。