焦 作 市 人 民 政 府 公 报

2025年第3号（总第141号）

焦作市人民政府　　2025年6月30日

目 录

【市政府办公室文件】

焦作市人民政府办公室关于印发焦作市旅游“串珠成链”专项行动方案（2025—2027年）的通知（焦政办〔2025〕14号）……（3）

焦作市人民政府办公室关于印发焦作市旅游“串珠成链”专项行动方案（2025—2027年）的通知

焦政办〔2025〕14号

各县（市、区）人民政府，市城乡一体化示范区管委会，市人民政府各部门，各有关单位：

《焦作市旅游“串珠成链”专项行动方案（2025—2027年）》已经市政府同意，现印发给你们，请结合实际认真贯彻执行。

2025年6月27日

焦作市旅游“串珠成链”专项行动方案（2025—2027年）

为深入贯彻落实习近平总书记考察河南重要讲话精神，构建全域旅游发展新空间，建设文旅融合示范城市，把文旅产业打造成为支柱产业、民生产业、幸福产业，特制定本方案。

一、工作目标

围绕“山、河、拳、城”，以云台山为龙头，串联黄河、太极拳、北部山区、中心城区等核心资源，通过擦亮文旅品牌、打造消费场景、优化协同配套，推出高品质、多元化、多领域、多层级的文旅精品线路，构建“一核引领、两极支撑、三带协同”的全域旅游发展新格局。2025年，面向旅游市场重点推出五类深度游线路，精心培育30条细分旅游线路；全市年度接待游客超8000万人次，旅游综合收入达620亿元；2026年，全市年度接待游客超8200万人次，旅游综合收入达640亿元；2027年，游客在焦平均停留时间从1.5天延长至2.5天；全市年度接待游客达8500万人次，旅游综合收入达660亿元。

二、主要任务

采取亮珠、串珠、强链方式，打造一批吸引游客的景区景点、演艺节目、特色美食、精品酒店等项目，通过品牌提升、资源整合、线路设计，推动景区间、景城间、县域间联动发展，构建各有特色、优势互补、高质量发展的文旅产业新格局。

（一）实施“亮珠”行动，打造特色鲜明的文旅品牌。

1．做强城市新业态新场景。高质量建设麦田里田园综合体、百年矿业遗址公园等项目，改造提升南水北调文旅小镇、恩州驿古街、焦作高塔实景演出、太行盆景园等项目，打造城市网红打卡地。推进工业遗产保护与城市更新、公共服务深度融合，将西大井1919历史文

化街区、陶瓷文化创意园、平东里建设成为集文化展示和休闲娱乐于一体的工业文化体验街区。在城区谋划实施云台山主题文旅街区项目，打造山水文化与景城融合消费场景；加大对消费集聚区的升级改造，举办夜间文旅消费主题活动，打造一批夜游夜购夜娱场景。引导万达广场、丹尼斯、百货大楼、鸿运国际商城等传统商业综合体嵌入文旅小剧场、数字展览等新业态空间，让文化活动、非遗展演、创意市集、文艺演出常态化走进商圈。激活赛会经济、演艺经济、视听经济，精心办好“一赛一节”，积极承办国家级、省级大型体育赛事，提升会展、演唱会、文化艺术节的规模及成效，鼓励视听制作机构到文旅场所创作拍摄，打造“跟着赛事游焦作”“跟着音乐游焦作”“跟着微短剧游焦作”等文旅新品牌。（责任单位：市文化广电和旅游局、商务局、体育局、城管局、园林绿化中心，文旅产业投资集团，各县〔市、区〕政府、市城乡一体化示范区管委会）

2．壮大云台山龙头景区。谋划和实施一批“云系列”转型提升项目，加快推动凤凰岭森林动物乐园、猕猴谷心跳乐园、云台天瀑水资源优化利用、茱萸峰高空互动体验、黄楝沟奇幻漂流、子房湖生态文化艺术长廊等项目，进一步丰富产品供给、激发消费活力。密集开展创意策划、热点营销，持续打造“王维诗里的云台山”“14亿年云台地貌奇观”等特色IP，实现破圈出彩、圈粉引流。到2027年，景区实现年度接待游客1000万人次，旅游综合收入10亿元以上。（责任单位：市文化广电和旅游局，修武县政府，云台山景区管理局）

3．擦亮太极拳世界名片。厚植太极拳发源地文化优势，举办太极拳传承发展交流大会和国际化赛事活动，推动太极拳高质量传承发展。加快陈家沟改造提升工程建设，大力实施“今夜·东沟”、太极拳文化体验中心等项目，挖掘太极拳蕴含的黄河文化、河洛文化，开发常驻陈家沟的精品太极拳演艺，打造太极·蜜雪文旅融合示范区。制定“全球太极”传承推广战略，持续开展“一带一路”中国太极文化世界行活动；推动以太极拳为题材的影视作品制作；开发面向不同年龄阶层的“轻松学太极”习拳产品，叫响“我在焦作练太极”品牌，推动太极拳数字化、年轻化、时尚化、国际化。（责任单位：市文化广电和旅游局、体育局，温县政府）

4．打造沿黄文化旅游带。系统推进黄河文化遗产保护和活化利用，深挖嘉应观、人民胜利渠、锁水阁等黄河治理史迹，创作黄河主题文艺作品、旅游演艺，讲好治黄兴水焦作故事。加快建设嘉应观、陈家沟、人民胜利渠3处核心展示园，以及太极文化集中展示带和一批特色展示点，打造大黄河之旅的重要承接点、目的地。做好黄河湿地国家级自然保护区生态保护，以“王园线”为轴线，整合提升沿线景区景点、文物遗迹、美丽乡村等资源品质，打造集生态屏障、文化弘扬、休闲观光为一体的沿黄生态文化廊道。（责任单位：市文化广电和旅游局、焦作黄河河务局、市交通运输局，孟州市政府、温县政府、武陟县政府）

5．实施“景区焕新”工程。提升神农山、青天河、市森林动物园、嘉应观、南水北调天河公园、大沙河生态公园、西大井1919文旅景区、韩园等重点景区旅游产品质量，增加餐饮住宿、文化娱乐、文创购物、旅游演艺等沉浸式、体验性、互动式二次消费项目，增强游客体验感、满意度。到2027年，重点景区能够提供常态化演艺活动；5A级景区二次消费项目达到8类以上，4A级景区达到5类以上。紧跟市场年轻化趋势，持续推出春游季、戏水季、登山季、红叶季、冰雪季等不同主题产品。统筹市

县两级文艺资源，让文化活动、非遗展演、创意市集、文艺演出常态化走进景区，形成“文化润景”的生动局面。（责任单位：市文化广电和旅游局，各县〔市、区〕政府、市城乡一体化示范区管委会，4A级及以上旅游景区）

（二）实施“串珠”行动，推出一批精品文旅线路。

6．重点打造深度游线路。分层级整合“吃、住、行、游、购、娱”资源，凝聚品牌合力，优化产品组合，重点打造五类2至3日深度游线路，形成规模效应。即：以云台山景区为龙头，加强景城、景区、景乡、景业联动，推出“云台山+”系列拳头核心线路；以太极拳发源地为轴心，辐射蜜雪大咖、四大怀药等IP，推出“太极拳+”系列研学寻根线路；以黄河文化和历史名人为主题，深挖文化内涵和时代价值，推出“黄河+”系列文化体验线路；以特色美食为媒介，开发“寻味怀川、怀药养生、太行风味、地道小吃”等多元主题，推出“美食+”系列非遗美食线路；以南太行民宿集群为支撑，串联太行一号公路沿线乡村和景区，推出“民宿+”系列休闲康养线路。（责任单位：市文化广电和旅游局、商务局、教育局、体育局、农业农村局，各县〔市、区〕政府、市城乡一体化示范区管委会）

7．联动打造跨区域线路。加强省内协同，与洛阳、安阳、三门峡等周边城市强强合作，组织实施门票互免活动；深化与郑州都市圈城市的联动宣传，推动区域文旅资源共享、市场共拓、品牌共建。强化省际联动，主动融入“行走河南·读懂中国”品牌体系，联合京冀晋三地开展太行山旅游联合推广活动，协同开发沿线文旅产品；持续加强与中国功夫之旅品牌推广协作体合作力度，推动陈家沟与少林寺共同打造“功夫之旅”品牌。深化对外交流，加强与国内重要入境旅游城市国际旅行商合作，将云台山、陈家沟等景区纳入中国入境旅游线路。（责任单位：市文化广电和旅游局，各县〔市、区〕政府、市城乡一体化示范区管委会）

8．精心培育细分线路。抓住旅游发展趋势和客户群体需求，打造一批亲子型、研学型、红色型、运动型、康养度假型、商务考察型、会务会展型、自驾露营型旅游线路，并根据市场变化及时优化调整。适应市场特点，打造一批周末型、小长假型、大长假型、公休型、疗养型旅游线路。顺应新时代个性化旅游发展趋势，聚焦“院子经济”，面向省内外企业推出民宿团建体验套餐，打造一批特色鲜明的旅游线路。积极发展“文旅+百业”“百业+文旅”，鼓励工业、农业、林业、水利、教育、体育等相关部门策划打造工业旅游、农业旅游、森林旅游、体育旅游、研学旅游等具有行业特色的旅游线路。（责任单位：市文化广电和旅游局，各相关单位，各县〔市、区〕政府、市城乡一体化示范区管委会）

9．有效串联各类活动。按照“一节点一方案、一方案一主题”工作要求，重点聚焦“春夏秋冬”四季主题和春节、五一、端午、暑期、中秋、国庆等重要节点，贯穿全年举办消费月、消费季等特色鲜明、形式多样的文旅活动，进一步丰富我市假日主题的标志性IP。创新办好云台山旅游节、神农文化旅游节、焦作红叶旅游推广季等大型活动，鼓励景区、园区、商区、街区在节假日策划举办商贸、演艺、体育等各类主题活动，打造全新节庆体验，带动文旅综合消费持续升温。（责任单位：市文化广电和旅游局，各县〔市、区〕政府、市城乡一体化示范区管委会，4A级及以上旅游景区）

（三）实施“强链”行动，补强延伸文旅要素链条。

10．强化旅游交通服务。加快实施一号旅游公路建设，形成以“太行云天、畅享运动”“黄河魂、古都韵、中国情”为主题的旅游公路品牌；推进高速公路服务区景区化改造，完善提升旅游驿站、观景平台、旅游厕所、停车场、充电桩等基础设施。结合市场需求，在节假日期间增开城区至云台山、神农山、青天河、陈家沟、青龙峡、陶三等重点旅游景区景点的旅游专线，探索开通“云台山—南水北调—陈家沟”旅游快线。提升水路和低空旅游的品质，大力推广宣传峰林峡国内水路旅游客运精品航线，创建青天河国内水路旅游客运精品航线，支持重点景区开发“低空观光”文旅产品。（责任单位：市交通运输局、文化广电和旅游局，各县〔市、区〕政府、市城乡一体化示范区管委会）

11．完善旅游配套要素。开发“焦作美食”，学习陕西“袁家村”模式，整合四大怀药、武陟砂锅、博爱杂拌、孟州浑浆凉粉、怀庆府驴肉、马村烧鸡等地方特色美食，在文旅街区、景区开设旗舰店、体验店、小吃专区，打造“美食体验综合体”，持续扩大“焦作美食”品牌的知名度和影响力。发展“焦作美宿”，引进一批高端星级酒店，推动旅游住宿精品化、集群化、特色化发展，构建多元化住宿接待体系，提升行业服务水平。设计“焦作礼物”，建立文化文物单位文创开发激励机制，推动太极拳、四大怀药等资源与服装、器械、饮品、配饰、伴手礼、玩具等领域开发联名款文创产品，建设“焦作礼物”文创名品矩阵。拓展配套服务，出台节假日、旅游旺季文博场馆延时开放、公共资源停车位免费向外地开放等专项措施；将山阳潮街、小蜗牛等街区部分道路作为分时制步行街试点，打造主客共享的文化旅游新空间。（责任单位：市文化广电和旅游局、公安局、商务局、市场监管局、机关事务中心，各县〔市、区〕政府、市城乡一体化示范区管委会）

12．提升智慧文旅水平。加强智慧文旅平台与“焦我办”的功能对接，推动“一键游焦作”“一周游一卡通”等服务上档升级，引进企业入驻平台，实现线上订单功能。开发“AI游焦作”数字应用生态，积极接入DeepSeek等AI大模型，帮助游客推荐线路、规划行程、预约咨询、在线导览等，实现信息精准匹配与个性化定制服务，提升游客到焦作旅游的便利化水平，满足游客全场景、全过程信息服务需求。（责任单位：市文化广电和旅游局、行政审批和政务信息管理局，各县〔市、区〕政府、市城乡一体化示范区管委会）

13．发挥旅行社纽带作用。聚焦市场需求，鼓励旅行社参与线路设计、产品优化、客源组织和服务衔接，分区域、分主题、分时段、分群体串联景区、住宿、餐饮、交通等分散资源，设计标准化或定制化的精品旅游线路，推动游客来焦“单点旅游”转化为“链式体验”；聚焦游客反馈，为旅游产品开发和线路优化提供信息支撑，形成“资源—服务—市场”的良性循环。制定奖补政策，对旅行社“引客入焦”和“推广两日游、三日游”进行奖励。支持市旅游协会发挥生态维护和行业自律作用，开展资源联动、人才交流、服务提升等活动，推动旅游行业健康有序发展。（责任单位：市文化广电和旅游局，各县〔市、区〕政府、市城乡一体化示范区管委会）

14．创新宣传营销推广。统筹策划全市标志性营销活动，围绕山水、黄河、太极、工业等文化标识，塑造视觉传播体系，打造多元化营销品牌矩阵。推出“一票游三日”“一票游焦作”等门票优惠活动，推动云台山景区与我市其他景区联动发展，游客互换。加强与携程、同程等OTA平台合作，多措并举推广焦作旅

游精品线路。邀请旅游专业媒体和网络达人到焦作采风创作，发布焦作旅游新攻略。积极开行“云台山号”旅游专列、包机，持续赴焦作高铁沿线的主要节点城市开展“乘着高铁游焦作”营销活动，每年到主要客源地进行旅游线路推介，推动区域联盟，促进跨区域旅游协作。抢抓240小时过境免签等入境政策机遇，进一步开拓我市入境旅游主要客源地旅游市场。（责任单位：市文化广电和旅游局，各县〔市、区〕政府、市城乡一体化示范区管委会）

三、保障措施

（一）加强组织领导。建立由分管副市长牵头，市文化广电和旅游局具体负责，市发展改革委、自然资源和规划局、住房城乡建设局、体育局等相关单位组成的“串珠成链”工作推进机制、项目联审联批机制、业态融合机制，统筹解决“串珠成链”工作中遇到的困难和问题。市直各有关部门、各县（市、区）政府要加强联动协调，解决多头管理、建设用地权属复杂等方面症结难题。

（二）加强资金支持。市发展改革委、文化广电和旅游局负责抓好行业培育，对上级政策性资金申报提供技术培训和支持，开展文旅领域设备更新，提升旅游公共服务和智慧化水平，培育发展新消费增长点。市财政局、文化广电和旅游局负责统筹市旅游发展专项资金，制定《焦作市旅游市场营销奖励办法》。市商务局负责推出消费减免、积分奖励兑换、凭消费票根互惠互免等优惠措施，推进景区与酒店、商超等联动消费，提升全域消费能级。市文化广电和旅游局负责做好旅游年票的策划设计和服务保障，鼓励机关企事业单位工会拓展使用会员会费为会员购买市域或景区旅游年票，激活文旅消费市场。

（三）加强政策扶持。市人力资源社会保障局负责做好旅游人才的“外引内培”，积极引进旅游领军人才、着力支持旅游骨干人才、全面培养旅游实用人才，推动旅游产才深度融合。市文化广电和旅游局负责制定促进文旅消费、扶持微短剧发展的工作措施，提升产品供给能力，丰富消费业态和场景。云台山、青天河、神农山、陈家沟等重点景区要发挥示范带动作用，带头做大做强做精旅游项目及线路产品，不断提升“串珠成链”的核心竞争力。

（四）加强市场化运作。市文旅产业投资集团负责整合各县（市、区）旅游资产和文旅经营实体，通过入股、控股等多种方式建立合作机制，进一步壮大市级文旅投融资平台，形成集团优势，为“串珠成链”创造条件、提供支撑。鼓励市文旅产业投资集团运用市场机制，统筹节会举办、景区运营、线路串联、品牌创建、宣传营销等工作，推动全市文旅产业转型升级，联动发展。