

焦作市全域旅游发展总体规划

焦作市旅游局

上海同济城市规划设计研究院有限公司

2018. 12



项目名称	焦作市全域旅游发展总体规划
项目委托单位	焦作市旅游局
编制单位	上海同济城市规划设计研究院有限公司
规划资质证书编号	旅规甲 05-2003 [建]城规编第(141078)
规划资质证书等级	甲级
院长	周 俭 教授
项目负责人	严国泰 教授
项目组成员	夏林根、谢伟民、陈焕强、张乐、宋霖、徐佳芳、高一菲、王瑞
项目完成时间	2018 年 12 月 25 日

目 录

前言.....	1
一. 认识全域旅游	2
二. 全域旅游发展背景	3
第一篇 焦作市旅游发展现状.....	5
第一章 发展历史.....	6
第二章 资源利用.....	7
一. 资源调查评价	7
二. 景区建设现状	10
第三章 产业发展.....	16
一. 市场现状	16
二. 产业规模	17
三. 产业要素	19
四. 融合创新	20
第四章 政策环境.....	22
一. 政策机制	22
二. 服务标准	23
三. 人才建设	23
四. 旅游企业	24
第二篇 焦作市全域旅游发展评估.....	25
第五章 全域旅游发展总体要求.....	26
一. 指导思想	26
二. 基本原则	26
三. 主要目标	26
四. 重点任务	27
第六章 旅游发展规划评估.....	28
一. 规划的基本情况	28
二. 规划主要目标的落实情况	28
三. 规划主要内容的落实情况	29
四. 规划实施的综合影响	33
五. 评价建议	33
第七章 发展优势与问题差距.....	35
一. 发展优势	35
二. 主要问题	36
三. 对标差距	38
第八章 结论与建议对策.....	43
一. 评估结论	43
二. 建议对策	44
第三篇 焦作市全域旅游发展研究.....	48
第九章 发展路径研究.....	49
一. 规划解读	49
二. 发展重点	52
三. 发展路径	53
第十章 旅游市场需求研究.....	57
一. 旅游需求趋势分析	57

二.	焦作旅游市场分析	60
三.	旅游市场发展环境分析	61
四.	焦作客源市场定位与细分	64
第十一章	旅游产业发展与供给侧改革研究.....	70
一.	产业发展情况	70
二.	资源环境利用条件	72
三.	主要问题	76
四.	改革要点	80
第十二章	区域旅游发展研究.....	85
一.	中原城市群旅游发展	85
二.	南太行旅游发展	89
三.	黄河沿线旅游发展	92
四.	区域竞争力优势	94
第四篇	焦作市全域旅游发展规划纲要.....	96
第十三章	总体要求.....	97
一.	指导思想	97
二.	规划期限	97
三.	发展目标	97
四.	品牌建设	102
第十四章	全域旅游发展总体构架.....	103
一.	发展主线	103
二.	空间结构	103
三.	实施策略	105
第十五章	区域旅游发展协同指引.....	106
一.	落实“三个转变”的指导思想.....	106
二.	立足优势资源，搭建区域联合旅游品牌.....	106
三.	提升旅游能级，构建郑焦晋城市旅游带.....	107
四.	连接疏通并重，架设豫晋快速交通廊道.....	108
五.	跨界合作包容，共建区域旅游协作联盟.....	109
第十六章	市域旅游发展城乡统筹.....	110
一.	建设母港型的旅游城市	110
二.	焦博修一体化发展	111
三.	特色旅游村镇建设	112
第十七章	推进旅游产业融合发展.....	114
一.	推动旅游与城乡统筹发展	114
二.	推动旅游与农业、林业、水利融合发展.....	114
三.	推动旅游与工业融合发展	115
四.	推动旅游与文化产业融合发展.....	115
五.	推动旅游与康养产业融合发展.....	116
六.	推动旅游与新业态融合发展.....	116
第十八章	提升旅游产品品质供给.....	118
一.	打造遗产旅游品牌	118
二.	突破康养度假产品	119
三.	创新产品类型特色	120
四.	提升旅游产品品质	120
第十九章	提供优质共享公共服务.....	121
一.	旅游交通便利化	121
二.	要素设施品质化	122
三.	服务环境精细化	123

第二十章 实施系统精准营销工程	125
一. 制定营销规划	125
二. 实施品牌战略	125
三. 创新营销机制方式	125
第二十一章 保障规划有序有效实施	127
一. 加强资源环境保护	127
二. 体制机制与政策支持	127
三. 完善规划体系	128
四. 提升旅游企业竞争力	129
五. 强化全民共建共享	129
六. 加强人才专业支持	130
七. 推进区域协同发展	130
第五篇 焦作市全域旅游发展专项规划	131
第二十二章 景区建设规划	132
一. 景区建设与全域旅游发展	132
二. 目标与原则	133
三. 重点任务	133
四. 建设时序	137
五. 北部山地景区带建设规划	138
六. 南部黄河旅游带建设规划	156
七. 景区建设重点工程及项目	167
八. 景区运营管理	169
第二十三章 城市旅游规划	172
一. 发展任务	172
二. 发展背景	173
三. 发展问题	176
四. 发展策略	178
五. 城市旅游发展体系建设	181
六. 焦博修城市联合体旅游发展.....	183
七. 沁阳市旅游发展	193
八. 推进举措与实施建议	196
第二十四章 乡村旅游规划	199
一. 发展现状分析	199
二. 发展模式建议	200
三. 发展定位研究	202
四. 发展目标	204
五. 产品项目建设	205
六. 基础设施建设	210
七. 发展引导和保障	212
第二十五章 旅游业融合发展与产品项目规划	215
一. 产业融合发展理念	215
二. “旅游+”产业融合工程	216
三. 焦作特色旅游业融合发展	221
四. 旅游产品开发思路	224
五. 旅游产品开发重点导向	225
六. 旅游产品项目库	227
七. 四季与夜间产品	231
八. 精品线路	231
第二十六章 全域旅游环境营造	237
一. 意义作用	237

二. 目标策略	238
三. 重点内容	239
四. 专项行动	243
五. 共建共享	245
第二十七章 旅游公共服务提升规划	248
一. 总体要求	248
二. 规划布局	248
三. 旅游交通规划	249
四. 旅游服务要素提升规划	254
五. 旅游厕所升级改造	259
六. 智慧旅游服务提升	259
七. 旅游标识系统建设	260
八. 提升服务软实力	261
第二十八章 “世界太极城·中原养生地” 品牌建设规划	262
一. 建设焦作全域旅游品牌的意义	262
二. 品牌建设策略	262
三. 品牌产品建设与展示	265
四. 品牌宣传与推广	267
五. 品牌管理与维护	268
六. 品牌建设保障	269
第二十九章 各市县旅游发展指引	271
一. 市域统筹发展原则	271
二. 市县区发展指引	271
第三十章 旅游营销规划	279
一. 旅游形象宣传	279
二. 市场定位	280
三. 营销推广计划	281
四. 节庆营销	285
五. 其他营销方式	286
第六篇 示范区创建与行动计划	288
第三十一章 全域旅游示范区创建	289
一. 策略思路	289
二. 主要任务	290
三. 重点工程	291
第三十二章 三年行动计划	295
一. 分年度目标	295
二. 体制机制与政策保障三年行动计划	295
三. 重点产品项目建设三年行动计划	296
四. 系统营销三年行动计划	298
五. 基础配套与服务提升三年行动计划	299

前言

一. 认识全域旅游

2016年3月，人民日报发表《全域旅游的价值和途径》一文，对全域旅游给出了较为科学系统的定义。全域旅游是指在一定区域内，以旅游业为优势产业，通过对区域内经济社会资源尤其是旅游资源、相关产业、生态环境、公共服务、体制机制、政策法规等进行全方位、系统化的优化提升，实现区域资源有机整合、产业融合发展、社会共建共享，以旅游业带动和促进经济社会协调发展的一种新的区域协调发展理念和模式。

2016年7月，习近平总书记在宁夏考察时指出，“发展全域旅游，路子是对的，要坚持走下去。”

2017年3月，李克强总理在2017年政府工作报告中提出，要“完善旅游设施和服务，大力发展乡村、休闲、全域旅游。”

2017年6月，国家旅游局印发的《全域旅游示范区创建工作导则》中，更为具体全面地对全域旅游的定义做了阐述。全域旅游是指将一定区域作为完整旅游目的地，以旅游业为优势产业，进行统一规划布局、公共服务优化、综合统筹管理、整体营销推广，促进旅游业从单一景点景区建设管理向综合目的地服务转变，从门票经济向产业经济转变，从粗放低效方式向精细高效方式转变，从封闭的旅游自循环向开放的“旅游+”转变，从企业单打独享向社会共建共享转变，从围墙内民团式治安管理向全面依法治理转变，从部门行为向党政统筹推进转变，努力实现旅游业现代化、集约化、品质化、国际化，最大限度满足大众旅游时代人民群众消费需求的发展新模式。

国家旅游局先后公布了2批国家全域旅游示范区创建名单：2016年2月国家旅游局公布了首批国家全域旅游示范区创建名录，共计262个。2016年11月国家旅游局公布了第二批国家全域旅游示范区创建名录，共计238个。

2018年3月，李克强总理在2018年政府工作报告中明确“创建全域旅游示范区”。

2018年3月，为指导各地促进全域旅游发展，经国务院同意，国务院办公厅印发了《关于促进全域旅游发展的指导意见》，就加快推动旅游业转型升级、

提质增效，全面优化旅游发展环境，走全域旅游发展的新路子作出部署。

二. 全域旅游发展背景¹

1. 满足大众需求

全面建成小康社会进入决胜阶段，全面小康社会必然伴随着大众旅游的兴起。2017年，我国国内游达50.01亿人次，人均出游率达3.7次，旅游成为中国老百姓的必需品。全域旅游是应对全面小康社会大众旅游规模化需求的新理念、新模式和新战略。

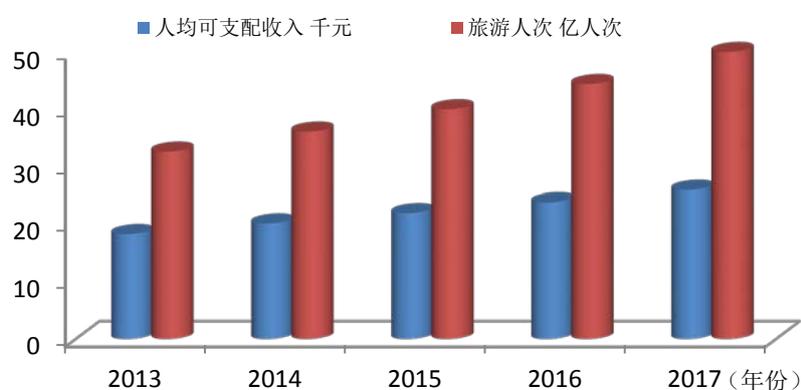


图1 国内人均可支配收入与旅游人次关系分析图

2. 适应经济新常态

经济新常态下，全域旅游贯通消费与生产领域，促进中国经济脱虚入实，发挥了“稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险”重要功能，成为中国经济一抹亮丽的风景线。2018年，我国国内旅游人数55.39亿人次，比上年同期增长10.8%；入出境旅游总人数2.91亿人次，同比增长7.8%；全年实现旅游总收入5.97万亿元，同比增长10.5%。全年全国旅游业对GDP的综合贡献为9.94万亿元，占GDP总量的11.04%。旅游直接就业2826万人，旅游直接和间接就业7991万人，占全国就业总人口的10.29%。

3. 对接国家战略

全域旅游与习近平新时代中国特色社会主义思想和“创新、协调、绿色、开

¹ 部分内容摘自《全域旅游发展报告2017》，国家旅游局。

放、共享”的发展理念高度契合。全域旅游具有天然的与“一带一路、美丽中国、健康中国、生态文明建设”等重大国家战略以及机遇对接和融合发展的优势。最近几年，我国休闲农业接待人次和经营收入年均增长 15% 以上，住建部公布的首批 200 家特色小镇中有 70%与旅游业发展相关，旅游电商成为增长最快的电商领域，在线旅游消费占旅游总消费的 20%。

4. 旅游业深度调整和深刻变革

我国旅游业将继续处于黄金发展期，同时也是结构调整期、体制改革期、市场规范期及各类矛盾凸显期。旅游产业进入了一个深度调整和深刻变革期：一是景点旅游的边际效益下降，旅游产业在新的时期急需拓展全域发展空间，形成新的产能。二是出游方式上散客化趋势显著，游客自助游超过 85%，自驾游超过 60%，旅游空间行为出现全域化特征，导致旅游供给的全域化。三是游客散客化趋势导致了旅行社和导游核心业务被削弱，旅游主营业务发生了质的变化。四是旅游核心竞争力由景点竞争转向旅游目的地的综合竞争。

第一篇

焦作市旅游发展现状

第一章 发展历史

1999年，焦作市做出大力发展旅游业的决策；2000年，确立焦作山水旅游定位；2001年，完成焦作山水旅游新格局的构建；2002年，掀起全市创优高潮；2003年3月，“焦作山水”、“云台山”被评为中国旅游知名品牌；2003年底通过国家旅游局创优验收；2003年6月，正式申报云台山世界地质公园；2004年2月，联合国教科文组织正式命名云台山世界地质公园为世界首批地质公园。

通过强力实施旅游带动战略，焦作旅游业在短时间内实现了从无到有、从小到大、从弱到强的根本性变化，打造了世界地质公园、焦作山水（云台山、神农山、青天河等）、太极拳等具有影响力的主题品牌；成功创建了中国优秀旅游城市，实现了城市转型，树立了焦作崭新的对外形象，被誉为“焦作现象”。

近年来，焦作市通过积极培育“太极圣地·山水焦作”的旅游品牌，不断加大旅游产业投入，加快推进精品景区建设步伐，持续完善旅游基础设施和配套设施，强力开展旅游宣传促销，努力提高旅游服务质量，加快建设国际知名旅游城市等一系列措施，有力地促进了焦作旅游产业的快速健康发展。

第二章 资源利用

一. 资源调查评价

焦作市是一个旅游资源较为丰富的地区，旅游资源密度 0.95 个/平方公里。其中特级级与优良级占旅游资源总数 50.1%，拥有多种类型的自然景观旅游资源和在悠久的历史中形成的众多人文景观旅游资源²。

1. 自然资源

全市旅游资源自然景观主要分布于市区北部太行山南麓的山岳景观和沿黄滩涂湿地景观带。

(1) 地文景观

焦作市北部山区属太行山系，境内山体呈北东向展布，平均海拔 1000 米左右，山系断裂发育。云台山、青天河、神农山、峰林峡、青龙峡五大景区共同组成了中国云台山世界地质公园。

(2) 水域风光

焦作市水域风光主要以河溪和水库景观为主，观光河段主体景观主要有南部的黄河和中部的沁河，流经城市的大沙河、新河、运粮河、南水北调，以及北部山区中的子房河、青龙洞河等。水库主要有青天河、群英湖、锁蟒湖、子房湖、龙源湖等。其它水景观如流泉、瀑布、潭池等旅游资源主要分布在太行山区的第三阶层位。

(3) 生物景观

焦作是河南省森林的主要分布地区之一，是生物景观主要集中区。具有旅游价值的古树名木有潘安转柏、韩园的唐柏双奇、白皮松、白鹤松、千年红豆杉等以及众多的天然次生林木和竹林等。同时，焦作也拥有丰富的动物资源，最有名

² 引自《焦作市旅游资源详查报告》2003.9。

的是太行猕猴，是我国猕猴分布的最北界，在焦作的分布区有二处，一是东北部的青龙峡风景区一带，二是西北部的神农山风景区一带。

（4）天象与气候景观

焦作市的天象景观以北部山区最为突出，由于山区纵向峡谷的“峡谷效应”和物候期变等因素，春、夏、秋季有风云飞渡、彩虹、佛光和大面积、高纯度的红叶等不同的气候景观。其中，红叶观赏期长且稳定。另外，在焦作可欣赏到大河晚霞、悬河待月和太行红叶等奇异天象与物候。

2. 人文资源

焦作古称山阳、怀州，是华夏民族早期活动的中心区域之一，而且地处中原文化圈的核心区域，有丰富多彩的历史遗迹和深厚的历史文化资源。

（1）遗迹景观

焦作的遗迹景观以古城遗址最为丰实，主要城池有邰国故城、古周城故城、古怀城、山阳故城、府城遗址等；重要的文化遗址有子昌遗址、义井遗址、商村遗址、当阳峪窑址等。此外，以英福公司采煤业遗址及旧址建筑为代表的工业遗存保存数量较多，是焦作近代城市化的起步和现代城市之源，具备旅游综合开发利用的价值。

（2）建筑与设施类景观

市域内的建筑与设施类景观主要是寺庙、道观和古墓葬。寺庙道观主要有嘉应观、月山寺、妙乐寺、百家岩寺、沁阳北大寺、太平天国北伐军围攻怀庆府指挥部旧址等；古名人墓葬有韩愈墓、李商隐墓、朱载堉墓、许衡墓等；摩崖石刻造像三处，分别是百家岩石刻、青天河摩崖、窄涧谷太平寺石窟；重要事件纪念地有许河事件纪念地、抗日救国刻石；现代休闲文化地有焦作影视城和龙源湖水上乐园。还有大量的古代传说，如大禹治水的故事、后羿射日的故事、女娲补天的故事、竹林七贤等有关的遗迹。

（3）非物质文化遗产

焦作中原文化积淀深厚，传统技艺精深，积累了大量的非物质文化遗产，其

中国国家级非物质文化遗产有 13 项，包括当阳峪绞胎瓷烧制技艺、和氏太极拳、陈氏太极拳、月山八极拳、耍老虎、怀邦、四大怀药种植与炮制、苏家作龙凤灯、高抬火轿等。其余省级非物质文化遗产 70 项、市级 170 余项，非物质文化遗产项目代表性传承人国家级 17 人，省级 85 人，非遗项目和传承人数量，居全省前列。

3. 其他资源

(1) 旅游商品

焦作的旅游商品门类多样，主要有怀菊、怀地黄、怀牛膝、怀山药、当阳峪绞胎瓷、博爱竹编、月山啤酒、怀府小车牛肉、清化生姜、五里源松花蛋、武陟大米、武陟油茶、怀府驴肉，这些名优特产古时均为贡品。其中，怀菊、怀地黄、怀山药、怀牛膝并称四大怀药，享誉海内外。

(2) 人文活动

唐宋八大家之首韩愈、诗人李商隐、天文学家许衡、音乐家朱载堉在焦作长期活动，为焦作增添了不朽的风采。焦作市举办有焦作国际太极拳交流大赛、云台山国际旅游节和朱载堉文化节、韩愈研讨会以及分布在城乡之间的各种庙会等经济文化活动。

4. 焦作市重点旅游资源表

表 1 焦作市重点旅游资源（集合体资源）表

主类	重点旅游资源
地文景观	<ul style="list-style-type: none"> 云台山风景区、青天河风景区、神农山风景区、青龙峡风景区、峰林峡风景区、丹河峡谷；
水域风光	<ul style="list-style-type: none"> 黄河湿地、沁河、群英湖、锁麟湖、大沙河、运粮河、南水北调、新河、子房湖；
生物景观	<ul style="list-style-type: none"> 太行山猕猴、靳家岭红叶、博爱竹林；
遗址遗迹	<ul style="list-style-type: none"> 当阳峪瓷窑遗址、山阳城遗址；
建筑与设施	<ul style="list-style-type: none"> 太极体育中心、近现代工业遗产集群（英福公司旧址、采煤矿业遗址、中原公司旧址、焦作老火车站、焦作路矿学堂等）、蒙牛乳业工业旅游区、焦作影视城、缝山公园、许衡公园、森林动物园、冰菊种植基地； 嘉应观、妙乐寺塔、月山寺、圆融寺、净影寺、沁阳北大寺、胜果寺塔、天宁寺（沁阳市博物馆）、药王庙、巡返大圆通寺、窄涧谷太平寺石窟； 陈家沟村、莫沟村、一斗水村、寨卜昌村古建筑群、北朱村民居、于庄；

	<ul style="list-style-type: none"> • 朱载堉纪念馆、新华街“百年焦作”陈列馆； • 汉献帝禅陵、韩愈墓（园）、朱载堉墓、李商隐故里； • 南水北调工程、人民胜利渠渠首；
旅游商品	<ul style="list-style-type: none"> • 绞胎瓷、天目瓷、黑陶、山阳刺绣、檀溪堂漆器、博爱竹艺、孟州羊剪绒制品、孟州麦秸画、黄河澄泥砚； • “四大怀药”（山药、牛膝、地黄、菊花）、武陟大米、武陟油茶、延陵大葱、伊赛肉业、修武五里源松花蛋、沁阳怀府驴肉、博爱生姜；
人文活动	<ul style="list-style-type: none"> • 太极拳、八极拳； • 唢呐艺术、怀梆、二股弦、高抬火轿、苏家作龙凤灯、火龙舞、耍老虎； • 韩愈、竹林七贤、李商隐、董永传说； • “一赛一节”（国际太极拳交流大赛暨云台山国际旅游节）。

5. 资源评价

焦作的旅游资源评价可以归纳为：旅游资源丰富，类型较为齐全；自然资源突出，领先优势明显；文化资源富足，开发难度较大；总体分布均衡，空间结构清晰；同类资源集聚，组合优势良好；区域融合性佳，联动发展势强。具有两处世界级品质的旅游资源——南太行山和太极拳。其中北部以云台山景区为代表的焦作山水旅游品牌声名远播，已列入国内一线旅游目的地。南部黄河沿线组合构成的生态文化旅游资源集群，也具有较好的开发利用价值。除此之外，地方物产、工业遗存、乡村民俗等资源也具有开发潜力，符合全域旅游发展下的资源开发导向。

二. 景区建设现状

1. 概况

焦作旅游经过二十年的开发，在景区建设上成绩斐然。特别是以云台山为代表的焦作山水旅游景区，在国内旅游景区排行榜上有很高的认识度，是焦作旅游的品牌代言。截止 2018 年 11 月，焦作共有世界地质公园 1 处（中国云台山世界地质公园），5A 级景区 3 处（云台山、青天河、神农山），4A 级景区 4 处（嘉应观、圆融寺、焦作影视城、陈家沟）和 10 个 3A 级、12 个 2A 级和 1 个 A 级景区，这些景区是焦作旅游吸引国内外游客的主要吸引物。

除此之外，焦作还有为数不少的已开发的历史传说、名人文化、宗教寺观、乡村旅游、工业旅游等景区，也都具备一定的周边区域旅游客源市场吸引力。

2. 重点景区建设现状

(1) 云台山风景名胜区

云台山风景区总面积 50 平方公里³，风景资源以地质遗迹、瀑布等自然山水为主体，以泉、瀑等奇异水景为特色，以“竹林七贤”、诗人王维等历史人文为内涵，是山水型国家级风景名胜区，也是全球首批世界地质公园（“中国云台山世界地质公园”包括云台山、青天河、神农山、峰林峡、青龙峡五大园区）、全国首个 5A 景区、国家水利风景区和国家森林公园。代表性的景点包括红石峡、云台天瀑、茱萸峰、百家岩等。

云台山景区从上世纪 80 年代中后期开始论证考察，到 1999 年进入了大规模开发建设阶段，短短十余年间，云台山的游客满意度、品牌影响力和综合竞争力得到全面提升，客源市场半径从 300 公里扩展到 1500 公里，覆盖周边省份，辐射全国各地（2016 年云台山客源市场前十名：山东、山西、河北、江苏、安徽、陕西、北京、湖北、天津、上海），景区游客量逐年“井喷式”递增，2016 年全年接待游客 538 万人次，单日最高接待量近 10 万，收入达到 4.8 亿元，对地方财税贡献达到 1 亿多元，是河南省唯一进入纳税百强的旅游企业，景区员工也从 69 名发展到目前的近 2000 名，成为了河南省的龙头旅游景区。近年来，云台山景区通过“智能云台山”等“云系列”项目谋划建设，景区在智慧旅游、优质旅游等方面持续保持全国领先。

(2) 青天河风景名胜区

青天河风景区位于博爱县境内，面积 106 平方公里，由天井关、大泉湖、三姑泉、观音峡、佛耳峡、靳家岭、月山寺七大游览区组成，是世界地质公园、国家级风景名胜区、国家 5A 景区、国家水利风景区以及省级旅游度假区。

青天河景区是焦作开发较早的景区。青天河水库大坝 1983 年完工，1990 年就被评为省级风景名胜区，景区旅游发展较为成熟。因为景区开发早、设施配套完善，已成为了本地居民和周边游客热选的旅游景区。目前，青天河景区正着力

³ 引自《云台山风景名胜区总体规划》2015.10。

打造月山寺八极拳以及禅养文化和靳家岭红叶特色主题旅游项目的开发，充实景区休闲度假产品体系。

（3） 神农山风景名胜区

神农山风景区位于沁阳市境内，面积 90 平方公里，是世界地质公园、国家级风景名胜区、国家级自然保护区。因相传炎帝神农氏在此地辨五谷、尝百草、设坛祭天，故得名神农山。国家二类珍稀野生保护动物太行猕猴在景区数量众多；山上有名贵中药材 300 余种，珍稀植物 1200 余种；神农山也是道教上清派发源地，上清派创始人魏华存著述的《黄庭经》，开创了中华养生学之源。

（4） 陈家沟景区

河南焦作温县陈家沟因陈王廷创编太极拳及浓郁的太极拳文化而享誉中外，陈家沟景区主要景点有太极拳祖祠、拳谱堂、祖师堂、太极祖林、杨露禅学拳处、太极园、中国太极拳博物馆等。2007 年至今，陈家沟景区先后荣获了“中国武术太极拳发源地”、“中国太极拳发源地”、“中国太极拳文化研究基地”、“全国第三批历史文化传统村落”等称号。2014 年陈家沟成为国家 4A 级旅游景区。

上世纪 80 年代，温县成为全国首批甲级开放县。据媒体报道，从 1981 年 4 月到 1982 年下半年，陈家沟接待了来自日本、韩国、新加坡、马来西亚、加拿大和欧洲各国的 27 批外国代表团。这引起了政府和社会各界的重视，于是在陈家沟设立赛事、选派拳师出外交流，重新发扬传统武术。1992 年，温县被国家体委首批命名为全国武术之乡，自此每年都有太极拳爱好者前来拜师学艺、参观旅游。

目前，陈家沟有人口 3000 多人，700 多户，太极拳学校 4 个，家庭式武馆约 40 家。陈家沟景区在举办赛事和活动时人气较旺外，平时村子里游客并不多见，尚未成为成熟的旅游目的地。

（5） 焦作影视城

焦作影视城位于焦作市区北部，是以春秋战国、秦汉、三国时期文化为背景，集影视文化、历史文化、建筑文化于一体的大型影视拍摄基地。1995 年由中央电视台联合焦作市人民政府投资兴建而成，占地面积 3 平方公里，建筑面积

40 万平方米。2012 年焦作影视城被批准为国家 4A 级旅游景区。

影视城自建成以来已接待了国内外近百部影视剧，推动了焦作展出文化、表演文化、服务文化、节庆文化等的发展。由此，焦作影视城成为继无锡、横店影视城等国家 5A 级景区后的，与象山影视城、上海车墩影视基地等齐名的国内影视拍摄基地，一起构成国内影视拍摄基地第二大阵营。

随着时间的推移，影视城“景点和表演”的模式已经让旅游者产生视觉和审美上的疲劳，加之建筑服务设施的陈旧与维护不善、缺乏深度体验的旅游产品、服务特色单一、科技含量与创新不足等，都使得焦作影视城发展面临挑战。

3. 其他重点景区建设现状

■ 青龙峡景区与峰林峡景区

青龙峡景区位于焦作北部深山区，云台山以西，面积 108 平方公里。景区集峰、崖、岭、巅、台、沟、涧、川、瀑、洞等地貌于一体，尤以三个叠置在一起的三夷平面最为壮观。峰林峡景区位于青龙峡以西，面积 25 平方公里，景区内寺庙、古树、台地、丛林、花卉及大面积的原始次生林景观独特。

目前这两个景区建设由焦作云台山旅游发展有限公司进行统一开发运营，被划入云台山西区。但相比较东区的云台山景区，青龙峡与峰林峡两个景区的开发力度较小，产品游线组合与交通联系也不顺畅，整个云台山东西联动发展建设的格局并未形成。

■ 丹河峡谷景区

丹河峡谷位于沁阳市东北，距焦作市区 76 公里，总面积 76 平方公里。丹河蜿蜒曲折贯穿全境，周围群山环拱，有“豫北小桂林”的美誉。近年来，景区以夏季水上漂流为主要产品，并开发了神仙洞和宋寨等景点，共建成 60 余家家庭宾馆、800 张床位的九渡、牛笼嘴、杨庄河等民宿度假村。

■ 嘉应观

嘉应观是全国重点文物保护单位，始建于清雍正元年，是雍正皇帝为纪念在武陟修坝堵口、祭祀河神、封赏治河功臣的一处集宫、庙、衙署三体合一的龙王

庙，现属 4A 级景区。嘉应观抓住特色小镇建设的政策契机，目前已经积极推进民宿建设项目，并且与周边华夏幸福产业新城项目、人民胜利渠计划形成联动的旅游开发。

■ 韩园

韩园是全国重点文物保护单位、3A 级景区，是唐代著名政治家、思想家、哲学家、文学家和诗人韩愈的墓祠，始建于唐敬宗宝历元年。目前韩园在原有墓祠基础上进行了扩建，构架了较为完整的祠堂合院游赏体系。但是从文化体验的角度来看，韩园缺乏文化活态化的旅游产品引入，产品类型较为单一，对游客的吸引力不足。

■ 老家莫沟

莫沟村隶属孟州市西虢镇。2015 年 4 月，孟州市委市政府依托莫沟村的窑洞特色，打造了集特色民宿、休闲旅游、生态观光为一体的特色村庄，让城市居民领略到农村自然、质朴的田园生活，让农村居民享受到城市的公共服务。改造后，莫沟村日均接待游客规模可达到 3000 人，民俗窑洞能接待住宿游客 300 人左右。如今，走进村里许多游客感叹，这里留住了乡愁和青山绿水，找到了老家的感觉。

■ 宗教文化景区

焦作宗教文化遗存丰富。

圆融无碍禅寺是被佛学界誉为“民间东传佛教第一僧”的西晋僧人佛图澄国师所创建的 893 座寺庙之一，距今 1650 多年的历史。现在寺院属于 4A 级景区。目前圆融寺已经形成较为完备观山游赏体系，香客络绎不绝。

月山寺始建于金大定十七年，是中原四大名寺之一、八极拳的发源地，明代学者李濂在其所著的《明月山记》中曾提到“读道藏于天坛，读佛藏于明月”，句中的明月即指月山寺。月山寺依山而建，雄伟壮观，主要有连环井、七星塔、望景台等景点。目前景区依托八极拳文化资源，发展禅养修养等特色旅游。

妙乐寺、胜果寺等寺庙也在积极推进重建、扩建工程。妙乐寺在现存的国宝

寺塔周边进行寺庙扩建工程，增加文化的展示、体验等多种旅游活动。胜果寺则通过重建工程，成为修武县集中收藏展示历史文物的博物馆，为城市居民和游客提供服务。

第三章 产业发展

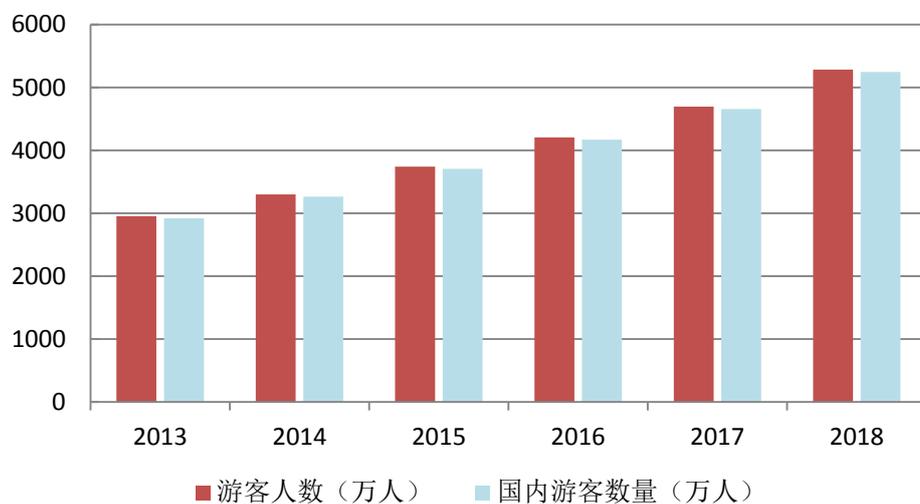
一. 市场现状

1. 规模与结构

1999年，焦作市年接待游客为51万人次，旅游综合收入仅1.48亿元。

2018年，全市共接待海内外游客5283.44万人次，实现旅游综合收入433.45亿元。国内游客5245.59万人次，国内旅游收入422.6亿元；国内一日游游客2098.24万人次，国内一日游收入155.10亿元；国内过夜游游客3147.35万人次，国内过夜游收入267.5亿元；入境一日游游客19.61万人次，创汇4627.96万美元；入境过夜游游客18.24万人次，创汇12109.65万美元。

从游客数量来看，焦作旅游游客总量稳步增长，其中国内游客是保增长的主要贡献，且一直保持较为稳定的占比。



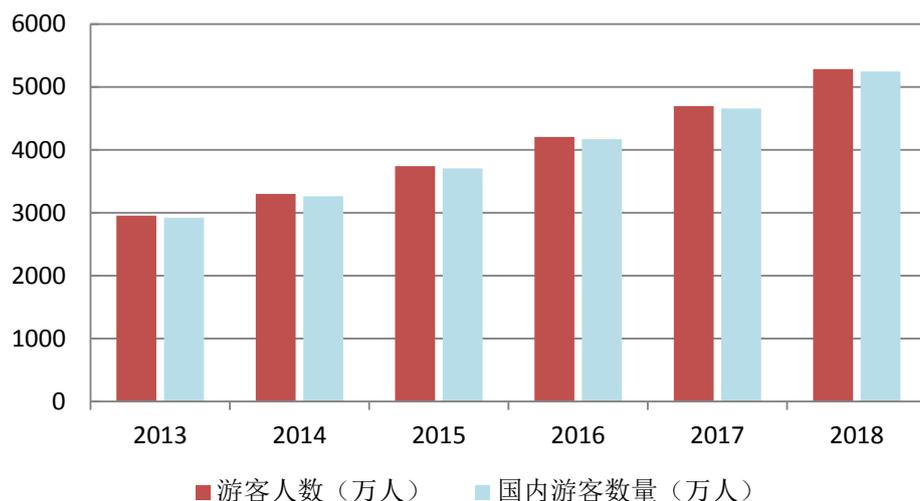


图 2 2013-2018 年焦作游客人数分析统计图

2. 定位与营销

在市场开发方面，确立了“山水焦作”的市场定位。焦作的周边地区，如河南省内、山东、北京、天津、河北、山西等都是以文化旅游资源为特色的地区，自然风光类旅游资源禀赋不足，山水旅游资源更是稀少。同时，周边地区交通发达，人口接近三亿，是个巨大的旅游消费市场。焦作把握了这一难得的市场机遇，以“山水旅游”为市场定位，开发山水资源，迎合了市场需求，取得了巨大成功。

焦作从四个方面形成了一套独特的营销方式：一是通过价格政策撬动了大众旅游市场，利用奖励政策带动了旅行社参与目的地营销的积极性；二是通过组织旅游专列提供便利化的出游服务，将服务延伸到客源地，销售渠道建设取得成功。三是通过聚焦式、爆炸式的投入（如地铁，央视黄金档）迅速提升市场知名度和影响力，取得了极佳的宣传效果。四是通过细腻的情感服务（“不让一位游客在焦作受委屈”、“感动每一位游客”）塑造了良好的市场口碑，用真情赢得市场。

二. 产业规模

(1) 社会经济发展情况

2017 年，焦作全市地区生产总值达到 2342.80 亿元，比上年增长 7.4%。固定资产投资 2453.77 亿元，增长 11.6%；社会消费品零售总额 784.34 亿元，增长 12.2%；进出口总量 148.64 亿元，比上年增长 15.6%。

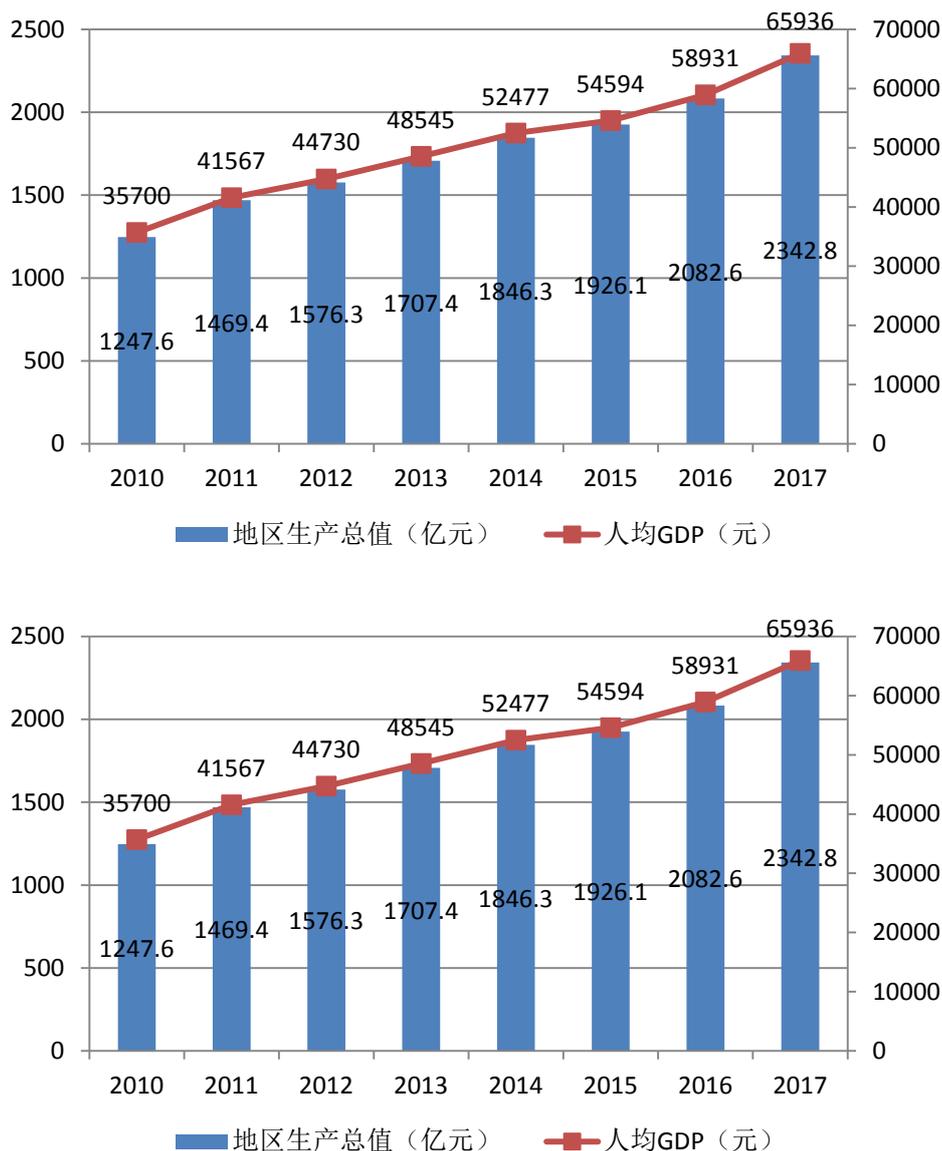


图3 2010-2017年焦作市地区生产总值变化一览表

焦作市产业结构逐步优化。三次产业结构由2010年的8.0:65.8:26.2调整为2017年的6.4:59.3:34.3。第三产业增加值811.43亿元,增长9.1%,第三产业占生产总值的比重进一步提高,比上年提高0.3个百分点。

(2) 旅游产业现状规模

焦作经济持续向好,旅游业对焦作产业转型发展贡献卓绝。2018年,全市共接待海内外游客5283.44万人次,实现旅游综合收入433.45亿元。据焦作市旅游局统计数据显示,国内游客仍是焦作旅游的主力军。2018年,焦作的国内游客为5245.59万人次,国内旅游收入422.58亿元。其中,国内一日游游客2098.24万人次,国内一日游收入155.10亿元;国内过夜游游客3147.35万人次,国内

过夜游收入 267.5 亿元；入境一日游游客 19.61 万人次，创汇 4627.96 万美元；入境过夜游游客 18.24 万人次，创汇 12109.65 万美元。

三. 产业要素

焦作目前的旅游产业体系基本构建，产业配套有待完善，在“吃、住、行、游、购、娱”等六大传统旅游要素的基础上，随着信息化的不断发展，数字信息化也成为旅游发展的基础要素。

旅游餐饮方面，有旅游接待能力的餐厅约有 80 余家，主要集中在云台山景区内、县城、云台山镇。游客餐饮设施档次较低，游客餐饮消费较低，旅游餐饮数量和质量均需提升。

旅游住宿方面，拥有星级酒店 29 家，旅游直接从业人员约 4.4 万人，间接从业人员约 26.2 万人，良好的旅游接待服务设施为进一步开拓市场提供了条件。另外，近几年焦作对民宿产业发展加大了扶持力度，使得特色民宿、精品民宿如雨后春笋般全面开展。目前已有云上的院子、老家莫沟、云武堂等特色民宿项目，并已经形成了一定的品牌效应，对提升景区住宿服务能力和水平起到了示范带头的作用。

旅游交通方面，目前焦作旅游对外交通线路已初步形成，利用原有铁路建设基础构建与郑州联系的高铁线路，并在修武、博爱、武陟都设有站点；高速公路建设目前已基本形成省内交通的快速联系，与山西的高速联络线也已列入计划当中；市域内的旅游交通建设方面，目前正在积极推进景城绿色通道道路建设。

旅游产品项目开发方面，目前云台山景区、青天河景区、神农山景区、陈家沟太极文化旅游园区、焦作影视城等焦作主要的旅游景区，观光游览产品项目开发较为成熟，并且形成了较为稳定的市场规模。

旅游购物方面，有专门的旅游商品生产企业和旅游商品超市。主要旅游商品有松花蛋、咸鸭蛋、山野菜系列、干果系列、野生果汁、山药罐头、香椿罐头、连翘茶等。旅游商品尚未实现品牌化、精品化的开发，旅游商品较为初级。

旅游休闲娱乐方面，焦作目前还没有形成真正意义上的休闲娱乐业规模积聚

的场所。在中心城区比较大型的城市休闲娱乐设施包括万达广场，在修武县城规划建设运粮河历史街区、云台小镇等项目，在博爱县城有不少城市绿地公园，但分布较为分散，目前都还没有形成休闲娱乐旅游业集聚发展的态势。

旅游信息化方面，焦作已建有旅游官方网站、官方微信公众号和旅游微博自媒体发布平台，重点景区和涉旅场所基本实现了 WiFi、通讯信号、视频监控覆盖，并运用互联互通的旅游大数据，建成焦作智慧旅游指挥调度中心、智慧旅游大数据云平台、监督管理平台、全域营销平台、公共服务平台等，方便游客市民。

四. 融合创新

近年来，焦作旅游产业也在不断突破，从“农业+旅游”、“工业+旅游”、“文化+旅游”、“体育+旅游”、“城建+旅游”等多个方面入手，将旅游与其他产业嫁接。

“农业+旅游”方面，焦作因为农业基础和条件较好，依托农业资源优势，以传承乡村文化、展示乡村文明、唤起乡村记忆为主线，在农旅融合方面的产品初具规模和知名度。目前已有“老家莫沟”、修武台湾农民创业园、云台冰菊、博爱樱桃沟、马村光伏农业园、孟州禾正茂丰润园等特色农业项目建设。并将农旅融合发展与脱贫攻坚工作结合，扶持修武县裴庄村、沁阳市九渡村、武陟县南张村、孟州市古周城村等贫困村发展乡村旅游，让贫困家庭吃上“旅游饭”，走上致富路。

“工业+旅游”方面，焦作是百年煤城，现存近现代工业遗产遗址丰富，且处于城市产业转型期，为工业与旅游产业的融合发展奠定了基础和环境。在工业遗产旅游的挖掘利用方面，焦作市文物部门先后将原英福公司钱庄旧址、职员住宅收归文物部门管理，并将其开辟为“百年焦作”陈列展览馆和焦作市地方文化展览馆，集中展示近代焦作的历史文化。此外，焦作还在加快蒙牛乳业、伊赛肉业等 A 级旅游景区提升，培育佰利联、多氟多等工业旅游新产品，并且计划将现状废弃工业用地进行再利用，将工业+旅游+创意等融合发展，开发文创产业。

“文化+旅游”方面，深度发掘名拳、名人、名寺、名药等焦作历史文化旅

游资源，推动陈家沟、朱载堉纪念馆、韩园、影视城等 A 级景区上档升级，加快“四大怀药”、绞胎瓷等系列文化旅游商品开发，大力发展文化创意、影视动漫等关联产业。焦作在文化旅游开发上渐渐看到潜在的资源优势和价值，但目前还是主要通过景区景点与设施建设来进行文化遗产的旅游利用，但对于文化创意、文化体验、文化拓展等旅游相关产品、新兴产业与衍生活动等的策划较弱。

“体育+旅游”方面，焦作积极推进国民体育健身事业，并将其与旅游节庆活动相结合，举办了“中国·焦作国际太极拳交流大赛”等体育主题活动，通过活动来打造旅游产品，提高焦作旅游的吸引力。正在谋划建设的南太行国家登山健身步道项目，未来将可以承办国内外各种登山、骑行、健步走、马拉松等体育旅游赛事，促进体育与旅游的互动融合。

“城建+旅游”方面，在中心城区的重点建设项目上，例如南水北调纪念公园、城市绿道与慢行系统建设、大沙河与新河整治、修武运粮河街区改造等工程上，积极融入旅游要素和内容，对环境景观的建设也从服务旅游者的要求综合考虑，通过一系列的水系河道、景观道路、街巷街区的建设，提升城市的旅游服务能力和风貌形象。

第四章 政策环境

一. 政策机制

1. 创造了持续驱动的发展模式

焦作找到了一条通过政府主导、科学营销、品牌建设、优质服务、全民参与的方式来发展旅游产业的新路子，并以旅游产业发展带动整个国民经济产业结构调整和社会和谐发展。政府站在宏观角度总控市域旅游发展，担负引擎功能；同时从市场角度来自然调节发展重点和产品导向，着重控制方向；另外通过科学营销、品牌建设、优质服务、群民参与推动前进作用。

2. 构筑了较为完善的旅游政策体系

政府主导、营销引爆、服务跟进、政策支持，是焦作旅游业十年的基本经验。在我国宏观产业政策相对不尽完善的条件下，焦作相继出台了一系列的旅游规范和政策：先后制定了行业规范性文件、不同行业的行业标准和自律公约，完善了旅游业相关规定，推进了旅游业的规范化、标准化建设；二是出台了数十项支持旅游业发展的指导性文件，构建了旅游发展的强大动力；三是制定了不同时期的旅游相关优惠政策，形成了拓展市场的多方合力。

3. 形成了多层次宣传聚集效应

焦作缔造了“云台山传奇”，形成了“焦作现象”，引发了国内外的高度关注，极大提高了焦作旅游的知名度和影响力。从 1999 年以来一直受到国家、省内各级领导、新闻媒体的关注，多次来到焦作进行参观考察和宣传报道焦作旅游的成功经验。广泛的宣传形成了强大的公共传播效应，进而引发旅游客源市场的关注和聚焦，游客、投资也相继而至。

4. 行政机制在全域旅游背景下的再更新迫在眉睫

发展全域旅游将旅游提高到了城市主导产业的风口浪尖，因此旅游局也理所应当成为执行全域旅游发展的重要单位。

目前焦作旅游局主要负责制定全市国内旅游、入境旅游和出境旅游的市场开发战略并组织实施；组织全市旅游整体形象的对外宣传和旅游市场的开发工作；负责全市重大旅游活动的组织与实施；指导全市驻外旅游办事机构的业务工作。组织全市旅游资源的普查、规划、开发和相关保护工作；指导全市重点旅游区域、旅游目的地和旅游线路的规划开发，引导休闲度假；监测全市旅游经济运行情况，负责旅游统计及行业信息发布等。

在全域旅游建设过程中，旅游部门需要与其他相关管理部门通力合作，协调工作，但是受制于现行行政体制的制约，旅游部门要实现和发挥全域要求的各项职能，并协调和对接其他行政职能部门，显得捉襟见肘。因此在未来的规划建设当中，全域旅游发展的体制顶层设计需要及时跟进。

二. 服务标准

焦作市在旅游行业认真贯彻国家标准、行业标准，制定和完善地方标准，引导旅游企业建立特色化企业标准；采取树立标杆、鼓励先进、试点先行、全行业覆盖的模式，认真贯彻实施国家标准、行业标准，科学制定和完善地方标准，努力在旅游公共基础、景区、餐饮、住宿、交通及旅行社、导游、旅游购物、旅游娱乐等重点领域实现相关旅游标准的全覆盖。2013 年颁布了《焦作市旅游标准化工作管理办法》，2015 年焦作市成功创建成为国家级旅游服务综合标准化示范市。

在景区标准化建设方面，云台山景区更是走在了全国景区的前列。自 2006 年开始了标准化建设以来，先后完成了《云台山风景名胜区管理局标准化管理体系》、《云台山风景名胜区服务标准化体系》、《地质公园地质遗迹保护规范》、《景区内旅游客运交通管理规范》等的编制和组织实施，2014 年由云台山景区编制的《旅游景区数字化应用规范》经国家标准化委员会发布成为国家标准。

三. 人才建设

焦作开创了我国党政一把手抓旅游的先河。通过主要领导亲自抓、分管领导具体抓、其他领导配合抓，一级抓一级、层层抓落实的工作机制；培养和造就了

一批具有责任意识，有能力、有水平、有勇气、有魄力的干部队伍。同时，焦作用了不到十年的时间，依托旅游产业平台，通过创新思维和在实践中摸索，培养了一支既敬业又专业，也能适应市场变化的旅游经营管理人才队伍。

焦作拥有一批数量大、质量高的旅游服务从业人员。在焦作旅游发展的历程中，旅游服务人员规模效应已经形成。同时，通过各项行业服务技能的培训活动，极大提高了旅游服务从业人员的整体素质和专业技能，更是涌现了像最美导游韩滨这样一群焦作旅游的模范人物。

但同时也要看到，旅游人才不足和从业人员素质偏低的情况，尚未得到明显改善，适应旅游新业态发展的专业化人才储备不足。一是旅游专业人才普遍匮乏。旅游业作为一种新兴产业，其人才培养机制尚不够健全，尤其是河南省和焦作市都缺乏专门培养旅游人才的高水平旅游学校及旅游专业，旅游专业人才数量太少，远远不能适应新时期旅游经济发展的需要。二是现有的旅游工作人员大多不是科班出身，缺乏系统的专业培训，由于人员、经费等原因，更谈不上在职培训和提高，造成了人员和资源都在吃老本的现象，在很大程度上影响了焦作市旅游业的创新和可持续发展。

四. 旅游企业

截止到 2018 年，焦作全市拥有 A 级旅游景区 30 家，星级酒店 27 家，旅行社 97 家。

第二篇

焦作市全域旅游发展评估

第五章 全域旅游发展总体要求

一. 指导思想

全面贯彻党的十九大精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真落实党中央、国务院决策部署，统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局，牢固树立和贯彻落实新发展理念，加快旅游供给侧结构性改革，着力推动旅游业从门票经济向产业经济转变，从粗放低效方式向精细高效方式转变，从封闭的旅游自循环向开放的“旅游+”转变，从企业单打独享向社会共建共享转变，从景区内部管理向全面依法治理转变，从部门行为向政府统筹推进转变，从单一景点景区建设向综合目的地服务转变。

二. 基本原则

发展全域旅游要坚持统筹协调、融合发展，因地制宜、绿色发展，改革创新、示范引导的原则，将一定区域作为完整旅游目的地，以旅游业为优势产业，统一规划布局、优化公共服务、推进产业融合、加强综合管理、实施系统营销，有利于不断提升旅游业的现代化、集约化、品质化、国际化水平，更好满足旅游消费需求。

三. 主要目标

旅游发展全域化。推进全域统筹规划、全域合理布局、全域服务提升、全域系统营销，构建良好自然生态环境、人文社会环境和放心旅游消费环境，实现全域宜居宜业宜游。

旅游供给品质化。加大旅游产业融合开放力度，提升科技水平、文化内涵、绿色含量，增加创意产品、体验产品、定制产品，发展融合新业态，提供更多精细化、差异化旅游产品和更加舒心、放心的旅游服务，增加有效供给。

旅游治理规范化。加强组织领导，增强全社会参与意识，建立各部门联动、

全社会参与的旅游综合协调机制。坚持依法治旅,创新管理机制,提升治理效能,形成综合产业综合抓的局面。

旅游效益最大化。把旅游业作为经济社会发展的重要支撑,发挥旅游“一业兴百业”的带动作用,促进传统产业提档升级,孵化一批新产业、新业态,不断提高旅游对经济和就业的综合贡献水平。

四. 重点任务

一是推进融合发展,创新产品供给。做好“旅游+”,推动旅游与城镇化、工业化以及商贸业、农业、林业、水利等融合发展。二是加强旅游服务,提升满意指数。以标准化提升服务品质,以品牌化提升满意度,推进服务智能化。三是加强基础配套,提升公共服务。扎实推进“厕所革命”,构建畅达便捷交通网络。四是加强环境保护,推进共建共享。推进全域环境整治,大力推进旅游扶贫和旅游富民。五是实施系统营销,塑造品牌形象。把营销工作纳入全域旅游发展大局,坚持以需求为导向,实施品牌战略。六是加强规划工作,实施科学发展。将旅游发展作为重要内容纳入经济社会发展规划和城乡建设等相关规划中,完善旅游规划体系。七是创新体制机制,完善治理体系。推进旅游管理体制改革,加强旅游综合执法,创新旅游协调参与机制。八是强化政策支持,认真组织实施。进一步加强财政金融、旅游用地、人才保障和专业支持,优化全域旅游发展政策环境。

第六章 旅游发展规划评估

一. 规划的基本情况

2012年,焦作编制完成了《焦作市旅游产业发展总体规划(2012-2020)》(以下简称《旅游发展规划》)。该规划是指导焦作全市旅游业发展的总体规划,从战略全局高度,统筹规划全市旅游业发展,统筹协调相关领域构建大产业格局,统筹指导各县市旅游业科学规划与健康发展,具有战略性、整体性、指导性、综合性和统筹性等特征。

二. 规划主要目标的落实情况

在《旅游发展规划》中,提出焦作市在规划期末建设成为中国顶级、世界知名的国际化旅游名城的总体目标。同时,规划还提出了培育三大国际旅游品牌、打造两个全国知名的大型旅游区、打造全国知名上市公司、建设中原时尚休闲名城等具体工作目标。

截止到2017年末,单从旅游业的主要数据来看,规划预测的国内外旅游人数、旅游收入等指标均为达到,特别是实际入境旅游人数(2017年37万人次)只有规划预测值(81万人次)的一半还不到,距离规划提出的“国际化旅游名城”总体目标差距较大。

从具体工作目标来看,“焦作山水”、“太极故里”等旅游品牌培育成效明显,以云台山为龙头的太行山水旅游区建设持续推进,“一赛一节”等旅游节事活动影响扩大,陈家沟、老家莫沟等特色旅游村镇建设如火如荼,不少方面都达到了或接近了规划提出的目标。但在培育三大国际旅游品牌中的“中原时尚休闲名城”、打造两个全国知名的大型旅游区中的“建设黄河文化大型精品旅游区”、打造全国知名上市公司等一部分具体工作目标上,也存在完成不理想或是根本就还未见真正实施行动的情况。

三. 规划主要内容的落实情况

1. 空间布局

(1) 规划要求

《旅游发展规划》提出焦作市旅游产业发展可以按照“一心、四带、六节点”的结构进行布局，形成一体化发展格局。其中，“一心”指焦作国际知名旅游城市（市区）；“四带”指太行山水国际旅游风光带、黄河太极文化旅游带、南水北调中线生态观光带、沁河生态旅游带；“六节点”指修武、武陟、温县、博爱、沁阳、孟州等六个县城为基础，以特色资源和服务为依托，形成合理职能分工的旅游目的地体系。

(2) 落实情况

从市域旅游发展的现状格局来看，“一心、四带、六节点”的空间布局还未达到规划预期要求，个别节点的规划布局有待商榷。

近年来，焦作城市旅游建设的重点主要项目涵盖商业综合体（万达广场等）、文博场馆（太极文化体育中心、南水北调文博馆等）、滨水公园（南水北调滨水公园、新河滨水绿道建设、大沙河滨水绿道等建设）、道路升级、旅游厕所改造几大方面，虽动作不小，但总体而言仍未改变焦作市区缺乏旅游产品亮点、吸引力不足、留不住游客的问题。焦作市区在城市旅游发展的服务堡垒作用尚未发挥，土地用地空间紧张，公共服务设施配套和交通基础设施的现有水平难以发挥综合性旅游城市功能，承接区域旅游发展的视角还没有提上日程。此外，焦作城市发展提出中心城区、修武县（城区）与博爱县（城区）一体化发展，特别是修武、博爱县城因城际铁路设站而成为了重要的门户，但“焦博修一体化”的发展过程中还未深入思考城市旅游发展分工协作的对策。

在“四带”的建设方面，第一，太行山水国际旅游风光带仍是云台山一家独大，近年来围绕云台山景区，周边的特色小镇、美丽乡村等项目也逐渐兴起，云台山对修武县城以及周边乡村的辐射带动作用也日渐显现，大云台的空间格局正在形成；但规划提出的太行山水旅游风光带的其他诸如峰林峡、青龙峡、青天

河、神农山等景区，仍缺乏相应的政策、产品与项目来合力打造太行山水品牌。第二，黄河太极文化旅游带目前还处于各市县分头开发的状态，例如陈家沟、嘉应观等景区虽然具备旅游接待条件，但面向市场具有强吸引力和产业链的成熟旅游产品项目匮乏，整个沿黄和太极文化旅游开发不成规模。第三，南水北调中线生态观光带目前建设抓手主要在城区公园的建设上，沿线其他旅游及相关资源都还未纳入开发视野。第四，沁河生态旅游带建设没有实质性的建设推进内容。

在“六节点”的建设上，博爱县、修武县有较好的旅游资源条件、发展现状和城市建设基础，在高铁和城际铁路等重大交通条件利好的情况下，旅游产业推动城镇化的速度较快，县城已具备了成为旅游集散地的功能，正向旅游目的地转型升级推进。武陟县与郑州隔黄河相望，受超大城市发展动力外溢的影响，县城发展的动力不如黄河嘉应观及武陟城际铁路站所在的武陟(华夏幸福)产业新城，更具承载旅游业发展的空间和想象力。沁阳、孟州两市二产基础较好，全市旅游业发展的推进速度相对较慢，个别项目有创新亮点；但就城区而言，沁阳市中心城区为“怀庆府”老城所在，历史古迹遗存保留不少，在旅游开发上具有很高的利用价值，可惜至今没有受到应有的重视。温县一直以来紧抓太极文化旅游品牌的打造，主要的旅游项目落地建设在陈家沟，县城作为节点的旅游功能和产业特色定位不够明晰。

2. 旅游产业

(1) 规划要求

《旅游发展规划》提出以“大旅游、大市场、大产业”为发展理念，形成太极文化产业、有机健康食品产业、文化艺术品产业等几个产业板块。同时主打山水与文化两张牌，建成空间合理配置、类型丰富多彩、功能互为补充、主题鲜明又各具特色的集“山水观光、康体养生、黄河文化、度假旅游、专项旅游”等多元一体的旅游产品体系和品牌体系。

(2) 落实情况

分析焦作旅游产业的发展现状，与景区相关的食宿、交通等仍旧是最主要的业态，例如云台山景区内部就集中了大量的酒店、民宿等设施。这首先从空间上

限制了旅游产业的规模，特别是缺乏产业由景区向城乡的引导外延。其次，从多产业协同发展而言，太极文旅产业仍处于设施建设阶段，还不具备构成与云台山为核心的景区观光旅游一般的产业优势。另外，健康食品、文娱艺术等产业还缺少从旅游视角全程参与、为旅游者服务的系统化产业链培育，能体现产业融合的旅游产品项目与旅游商品也不多。而现在与未来备受重视的康体养生、黄河文化等旅游产品开发还未能形成取得突破。

3. 规划重点项目、任务的执行进展情况

(1) 景区建设

《旅游发展规划》提出了深化打造云台山龙头景区、加快建设培育十一个旅游景区的旅游景区建设要求。其中十一个旅游景区是指神农山一二仙庙旅游区、青天河—丹河峡谷旅游区、嘉应观、圆融寺、焦作影视城、净影寺景区、韩愈园、黄河滩湿地生态文化旅游区、南水北调科技馆/纪念馆、陈家沟太极文化风景区以及朱载堉纪念馆等。

从景区建设发展的实际情况来看，云台山作为 5A 景区，各项建设、管理和服务水平一直以来都是焦作旅游景区的翘楚，也早已成为国内景区建设学习的示范。规划中提到其余重点建设的十一个景区中，作为 5A 景区的青天河以及 4A 景区的嘉应观、圆融寺、焦作影视城、陈家沟等景区，均具备有较为成熟的旅游接待服务条件。总体而言，这些景区目前仍是焦作旅游的主要吸引物。但包括 5A 神农山景区以及青龙峡、峰林峡、丹河等景区，由于各种原因在景区建设发展中还存在一些问题，影响了焦作旅游景区体系的布局结构，特别是北部规划构想的太行山水国际旅游风光带的建设。

需要重点指出的是，《旅游发展规划》中提出的黄河沿线、宗教文化等景区的开发都还较为薄弱，缺乏有吸引力和价值的产品项目建设，特别是沿黄景区开发建设的迟滞，一直以来都没有取得突破。

(2) 城镇体系建设

《旅游发展规划》提出重点打造一个现代山水园林旅游名城、培育五个旅游县城、打造一批特色旅游专业镇和一批特色旅游专业村的发展重点。

这其中：

针对中心城区提出的“活化文化老城”、“建设一个现代园林山水旅游新城”的重点项目和任务，除了南水北调中线（城区段）的滨水景观游憩带正在实施外，其余大部分项目任务没有实施。

针对修武、沁阳、温县、武陟、博爱提出的培育五个旅游县城的任务，均有一些项目落地，总体评价修武和博爱两个县城因为全域旅游示范区的创建和城际铁路与未来高铁站的建设契机，获得了较为长足的发展。

针对打造特色旅游专业镇和专业村的任务，规划提出的陈家沟太极文化小镇、神农山田园养生度假小镇、云台旅游综合服务特色镇、詹店游客集散中心镇等4个特色镇与青天河渔村、丹河峡谷民俗村、博爱竹村、寨卜昌明清商业风情村、陈家沟太极文化艺术村、净影寺新村、温县铁棍山药生产村等7个特色村的重点项目，从实施情况来看不甚理想，具有实质性落地和推动的主要集中在陈家沟村一地，其余旅游特色村镇目前还多停留在规划上。

（3） 交通集散体系

《旅游发展规划》中提出，结合焦作下辖县市的建设，打造六个具备综合服务功能的特色服务基地，承接各个方向入焦游客；两条快速通道干线，分别是南太行旅游快速通道和沿黄河湿地旅游景观通道；四条城市—景区射线公路建设及旅游化改造。

从建设实施情况来看，目前修武、温县已经具备一定规模和服务能力的旅游服务基地建设，分别位于修武城际铁路站前区和温县陈家沟景区入口。博爱的旅游服务基地将依托未来高铁焦作西站布局，沁阳、孟州、武陟的旅游服务基地还未有明确选址和规划意向。从旅游快速通道干线的建设情况来看，目前南太行绕城高速公路（河南省“十二五”规划的林州至焦作高速公路的组成部分），路线起于修武县与新乡辉县交界处，沿北部太行山浅山区向西，与郑焦晋高速公路相接，项目已进入前期工作办理阶段。因沿黄公路是在县乡道基础上连通的道路，为区域慢行交通，因此，沿黄河（旅游）通道目前还未全线贯通。从四条城区至景区公路的建设现状来看，修武县目前正在实施云台山—修武县城的旅游景观公

路建设工程；其他三条城景间的公路尚未有明确的建设计划。

(4) 其他设施建设

《旅游发展规划》中提出的住宿、餐饮等设施建设重点，多为引导性意见和建议，就目前而言仍具有指导意义。

四. 规划实施的综合影响

1. 促进了旅游业持续健康发展

焦作市政府高度重视旅游业发展，深刻理解旅游业对城市转型发展的重要作用。集合市域内三市四县的力量，形成了旅游产业齐抓共管的整体局面。焦作旅游业在《旅游发展规划》的目标指导下，持续健康发展。

2. 推动了旅游业稳步转型提升

根据《旅游发展规划》的总体安排，围绕景区转型、业态丰富、形式创新的一系列旅游产品项目不断涌现，例如特色小镇、特色乡村、南水北调园区等一批重大旅游建设项目的谋划与实施，使得焦作旅游的吸引力和旅游产业的能级不断获得提升。

3. 实现了以旅游为引领的城乡统筹发展

在《旅游发展规划》的总体要求下，焦作市大力推进城乡基础设施的提升和完善，尤其是中心城区和修武、博爱等县城，道路、景观、河道、公园等公共设施建设工程“多管齐下”。通过紧锣密鼓的工程项目建设推进，目前在焦博修一体化背景下的焦作市区，在城市形象、综合交通、城市公建配套等多个方面的旅游配套支撑有了大幅度的提升，其他市县也紧跟步伐，围绕旅游业发展需求，积极推进配套设施与工程项目的落地实施。

五. 评价建议

1. 总体评价

经过六年多的旅游规划的组织实施，该规划对焦作的旅游发展的引领发挥了

一定作用。

从《旅游发展规划》的实施成效来看，主要表现在三个方面：一是旅游人数、旅游业经济总量持续提升，国内一流旅游目的地、河南省旅游业率先发展示范区的发展目标初步实现。二是旅游品牌建设成果进一步得到巩固，以云台山旅游为引领，陈家沟太极文化游、老家莫沟乡村游、一赛一节等焦作旅游品牌知名度不断扩大。三是保障全市旅游业发展的一系列公共服务建设、宣传营销推广、旅游环境整治等工程切实推进，全市旅游业建设发展环境得到持续优化。

2. 规划建议

（1）符合新时代全域旅游总体发展的要求

结合《旅游发展规划》实施评估的主要结论，建议在全域旅游发展政策指导下，根据焦作旅游业未来发展的重要任务和重大问题，与《焦作市全域旅游发展总体规划》做好衔接，建立符合新时代焦作旅游业发展的各项机制、政策和规划内容体系，保障规划实施。

（2）加强对市县区旅游发展的指导

要进一步强化全市旅游发展规划对焦作市各市县区旅游发展的指导作用，包括规划编制、产业引导、发展重点以及重大旅游项目设施建设等的要求和指引，为全市旅游产业的统筹协调发展提出明确的方向和实现的途径。其中，要将焦作市区（焦博修一体化下的中心城市）的城市旅游综合服务功能提升，作为焦作旅游发展破题的关键，推动焦作旅游“再起飞”。

（3）增强规划的法定性和实施保障

规划要进一步精炼内容和体例，形成具有与旅游发展规划法律地位相符的可执行力。加强规划的实施指导，建立与相关规划的衔接更新以及旅游发展规划本身的动态评估机制。

第七章 发展优势与问题差距

曾经创造了“焦作模式”的焦作旅游，随着大众旅游时代到来，同样面临着旅游创新供给不足、与其他产业融合不够、体制机制不完善等问题。发展全域旅游，需要重新审视和问诊焦作在全域旅游发展目标下的问题与不足，从而为全域旅游发展总体规划的制定明确目标导向和问题导向。

一. 发展优势

1. 豫晋旅游联动以及服务郑州发展的地理优势区位

焦作位于陕西与河南交界位置，地理位置得天独厚。随着区域旅游联动的进一步加强和过境交通设施建设的进一步完善，焦作与周边区域的联系将进一步加强，作为区域旅游的节点城市，在交通转运、服务配套、旅游度假等设施建设能级上优势条件明显。此外，焦作与郑州隔黄河相望，郑州市是我国中部地区重要的中心城市、特大城市、国家重要的综合交通枢纽、中原经济区核心城市，总人口近 1000 万，不仅市场潜力巨大，而且承接特大城市功能疏解的需求，也将给焦作的各项产业特别是旅游业的发展带来更多机遇。

2. “云台山”旅游品牌的引领和贡献

焦作因云台山的旅游发展而闻名，云台山至今仍是引领中国景区旅游发展的标杆。站在新的旅游发展时代背景下，焦作已经在思考如何利用好这一品牌，进一步提升、扩大和输出云台山旅游品牌的价值和吸引力，以云台山景区发展为统领，整合周边的景区、乡村、康养旅游等产品项目，做强“大云台”旅游 IP。

3. 黄河旅游与城市旅游的发展潜力巨大

以云台山为代表的北部南太行山水，以陈家沟太极文化、嘉应观、南水北调穿黄工程等为代表的南部黄河文化构成了焦作旅游的核心资源，特别是南部黄河一线，旅游空间腹地大、资源类型多、辐射市场广，是未来焦作旅游谋划全域发展的重要发力空间。与此同时，焦作作为中原城市群境内北倚太行、南邻黄河的

地级市，不可多得的优势与城市建设基础相叠加，为城市转型发展、打造城市旅游目的地创造了非常优越的条件。

二. 主要问题

根据《国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见》中提出的全域旅游发展的主要目标，规划从旅游发展全域化、旅游供给品质化、旅游治理规范化以及旅游效益最大化四个方面，来分析焦作发展全域旅游的主要问题。

1. 旅游发展全域化程度不足

全域旅游鼓励创造各种多样化的空间，来增加旅游消费的场所和途径，实现旅游发展的全域化。长期以来，焦作乃至全国的旅游业都主要依托各类景区，包括风景区、主题公园、文物点等开发以观光旅游为主导的旅游产品和旅游活动。在休闲旅游和度假旅游时代，要突破以景区为构架的市域旅游发展模式、空间格局以及产业形态，协同城市旅游、乡村旅游的发展，实现旅游发展全域化从景区为重点转向旅游目的地建设。

长期以来，焦作的旅游都依靠云台山发展的红利，因此在文化旅游、乡村旅游、城市旅游和围绕旅游产业转型发展的休闲度假旅游产品开发上，有所缺失。焦作目前仍然处于景区驱动的旅游发展阶段，旅游产业发展和城乡体系发展双轨制限制了全域旅游的实施脚步。而焦作旅游业发展与城乡发展的关联度不够，城市与旅游的融合发展不足，旅游业发展的转型创新与深层次动力不足。旅游建设力度虽大，但是建设思路和对未来旅游产业发展的认识与敏锐度尚需提高。

目前焦作全市的旅游景区和旅游基础设施建设更新如火如荼，但主要的布局空间和重点项目仍然围绕以景区为中心展开，焦作旅游最大的短板，也就是城市旅游，包括市区和各县市区的中心城区的旅游发展仍然进展不大，尚未从城市自身打造成旅游吸引物的角度来进行全域旅游发展的总体筹划。城乡基础设施、公共服务设施等建设暂时未能与全域旅游的发展紧密结合。

在全域旅游发展的软环境方面，不仅是景区的环境卫生和全域的城乡环境风貌需要整治，在提升旅游公共服务、志愿服务、服务智能化等方面，焦作面临如

何营造良好的全社会发展旅游氛围，塑造一个旅游城市整体形象的问题。

2. 旅游供给品质化水平不高

全域旅游要求旅游目的地在旅游硬件建设、旅游产品、旅游要素、旅游服务等方面的供给，都要提升到一个较高的发展水平和品质高度。要根据现状旅游资源、旅游吸引物和旅游产品的特点，旅游服务与配套设施的建设水平，从供给侧入手，以政策制定、公共服务配套共享、旅游消费便利化等为突破和抓手，构建完整的旅游供给服务体系，以满足旅游者对旅游品质提升的需要。

从硬件建设和产品开发来看，以云台山为代表的焦作山水旅游，文化性和外延产品链不够，正面临着越来越多周边同类型景区的竞争，需要在旅游产品、业态和服务的供给上，寻求特色与品质的突破。除此之外，目前的焦作旅游缺乏推陈出新的明星产品和具有很好市场感召力与品质吸引力的旅游产品，以及适应时代变化和市场变革的创新性旅游产品、定制型旅游产品、内涵型旅游产品，能吸引远距离甚至国际旅游市场的产品严重不足。

从旅游公共服务来看，因为焦作旅游目前的客源主要来自于河南、山西等周边省市，受制于客源市场的需求局限，旅游公共服务的配套缺乏在城乡一体化和区域统筹发展指导下的提档升级，还是围绕传统的观光和景区旅游发展模式，以投资建设为主导，对如何提升旅游消费、旅游便利化程度上的公共政策保障、服务供给等重点不足，这将制约焦作全域旅游发展的长足进步。

3. 旅游治理规范化有待强化

从全域旅游发展的目标来衡量焦作旅游现有体制机制、规划发展等顶层设计，可以看出目前仍欠缺推动、促进和保障焦作全域旅游发展的行政体制、规划融合机制与政策法规保障。

从市县各级全域旅游规划、专项规划到重点项目的规划等，还缺乏在“多规合一”等机制下的各部门统筹协调，旅游规划的执行力和落地性还不够，缺乏的完善规划评估和实施督导机制。

旅游综合执法的能力和知晓度还待提高，已建立的各级旅游警察、旅游巡回

法庭、工商旅游等执法部门的高效运转能力需要加强，还没有让广大游客切身感受到焦作放心旅游环境建设的成效。

4. 旅游效益最大化亟待突破

焦作目前旅游产品大多仍停留在观光产品阶段，供给结构改革与创新的力度不明显，形成旅游新产品新业态的大项目、好项目少。市场关注度不够聚焦，由此也使得产品开发的效益不能有效提高。

从获取旅游效益最大化的视角出发，单一类型和特点的旅游产品项目的市场吸引力和经济贡献都有限，而目前焦作比较或缺的是旅游度假区、特色小镇、旅游综合体等集合体型的旅游产品项目谋划。

城市旅游的开发滞后，使得城市的各类住宿、餐饮、会议、购物、娱乐设施要素没有发挥综合效益，留不住人的局面尚未打破，旅游产业链条较短，对全市经济的带动作用不明显。

此外，一些困扰景区、旅游企业经营管理的体制机制问题还尚待解决；市县两级的旅游投融资、资本运作平台还没有完善；旅游企业融资渠道和市场主体的积极作用没有发挥。

三. 对标差距

1. 标准解读

2016年1月，在全国旅游工作会议上形成了四个基本标准为准入门槛，共8个方面1000分的《全域旅游示范区创建验收标准》，总分750通过验收。2016年9月，国家旅游局公布了《国家全域旅游示范区认定标准（征求意见稿）》并正式向社会公开征求意见，该认定标准包括国家全域旅游示范区认定的五个方面的基本要求、八个方面的认定条件，并要求国家全域旅游示范省（自治区、直辖市），要求所辖设区市（州）70%以上达标；国家全域旅游示范市（州），要求所辖县（市、区、旗）70%以上达标。2017年5月17日，国家旅游局印发《全域旅游示范区创建工作导则》，进一步提出了创建原则、创建目标、创建任务、评估管理等内容。

综合《全域旅游示范区创建验收标准》、《国家全域旅游示范区认定标准（征求意见稿）》来看，两个“标准”对全域旅游示范区的创建和认定，从政策制度、旅游规划、综合贡献、产品市场、基础设施、公共服务、旅游环境、产业融合、旅游要素、营销宣传等各方面提出了具体的要求和评判标准，为全域旅游示范区在创建阶段的工作树立了明确的标准。通过两个“标准”指导全国 500 个全域旅游示范区创建单位的具体创建实施工作，起到了积极的推动作用。《全域旅游示范区创建工作导则》则在两个“标准”指导示范区创建的基础上，总结创建以来的问题和经验，进一步在体制机制、旅游产品、公共服务、营销推广、市场监管五个方面提出了更高的要求。而在这些方面的注力，将引导各示范区探索发展全域旅游的好经验、好模式，以达到通过示范区的先行先试和示范带动作用，促进和引导全域旅游发展。

2018 年 3 月 22 日，国务院办公厅发布《国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见》，为指导各地促进全域旅游发展，进一步强调了全域旅游发展的指导思想、基本原则、主要目标，以及八个方面的重点任务。要求“充分认识发展全域旅游的重大意义，确保全域旅游工作取得实效，实现旅游发展全域化、旅游供给品质化、旅游治理规范化、旅游效益最大化等目标”。进一步对全域旅游发展做出了部署，标志着全域旅游正是上升为国家战略，更强调在创新产品供给、加强公共服务、实现系统营销、创新体制机制以及政策支持等方面进一步推动全域旅游健康发展，而这些方面的建设发展也应当作为实现真正全域旅游这一宏伟目标的有益途径。

2. 焦作发展全域旅游差距分析

（1）融合发展与产品供给

全域旅游应当实现旅游与城镇化、工业化、商贸、农业、林业、水利、交通、环保、国土、气象、科技、教育、文化、卫生、体育等各产业的融合发展。全域旅游产品应当具有良好的品质，并且有其壮大的市场主体。

就目前来看，焦作旅游在融合发展上，缺乏文化体验、休闲度假等产品业态，旅游产品还主要停留在以云台山为主要目的地的景区观光旅游上，但围绕南太行

的观光旅游也尚未形成与乡村旅游、民俗节庆旅游等产业的融合发展，旅游产业链不够完整，创新的旅游体验与新业态产品还不多，更缺乏具有焦作特色的旅游企业。

(2) 旅游服务与游客满意度

全域旅游应当具备标准化、品牌化、智能化的旅游服务，建立有公益性质的旅游志愿服务工作站，以及完善的导游服务、培训、监督、管理体系，并有便捷的游客咨询平台、评价平台，游客满意度较高。

焦作在旅游标准化方面取得的成绩较好，但一些景区还是存在旅游服务滞后于旅游景点景区和旅游品牌的建设的情况，主要是没能形成个性化、定制化的旅游服务要求；在旅游服务职能化方面，虽已开发了焦作全域旅游相关的微信公众号平台，但对如何在这些智慧旅游平台上真正实现高效、快速、便捷、优质的焦作旅游整合服务提供，还不够深入，体验性和友好度都不强；焦作市的全域旅游志愿服务暂时还停留在初期阶段，实施力度不够，达不到全域旅游的要求。

(3) 基础配套与公共服务

全域旅游应当完成“厕所革命”，实现城市、乡村、景区旅游厕所、旅游厕所数量充足、干净卫生，并且拥有畅达便捷的交通网络、完善的集散咨询服务体系已经规划的旅游引导标识系统。

焦作市的旅游集散中心建设是短板，目前市中心城区还未形成与城际、市内、景区、乡村间交通无缝衔接的旅游交通集散服务体系；旅游交通、旅游厕所、旅游集散体系覆盖便捷程度还达不到全域旅游的要求；北山区域虽已规划建设国家步道，但其中景区与其他城市和乡村旅游点的联通，还存在较大问题；城市中的绿地和骑行专线的建设也只停留在计划阶段，相应的运动、健身、文化、教育为一体的复合功能主题旅游线路未能建设；针对全域旅游的自驾车旅游标识系统建设亟待跟上。

(4) 环境保护与共建共享

全域旅游要求对区域内的旅游环境资源进行保护，并开展完成全域的环境整治工作，形成良好、安全、便捷的旅游环境。通过全域旅游的建设发展，还应当

通过旅游扶贫实现旅游富民，并营造良好的社会环境。

焦作市在全域旅游示范区创建阶段已经开始对市域内从城市、乡村、景区等各个方面的旅游资源进行了梳理和保护，但对除旅游资源之外的整体旅游环境整治工作还有待进一步加强；焦作市还应当尽早增设专门的旅游警察，充实旅游执法队伍人员数量，优化旅游执法队伍人员结构，以确保旅游环境的安全；在全域旅游发展过程中，还应加强特别是对焦作乡村的旅游扶贫计划，真正让贫困人口受益，并加强对老年人、残疾人等特殊群体的旅游服务，营造“全域旅游，全民共享”的焦作旅游新气象。

（5） 系统营销与品牌形象

全域旅游要求对营销进行合理的规划，有着丰富的营销内容、完善的营销机制、创新的营销方式并构成系统的营销体系。并且要求形成特色鲜明、具有影响力的旅游目的地形象，拥有多层次、全产业链的品牌体系。

焦作在全域旅游示范区创建的过程中，围绕“太极圣地 山水焦作”、“世界太极城·中原养生地”等品牌形象持续推动旅游宣传营销工作，在推介方式上还未能转变为对焦作这一全域旅游目的地的整体营销；焦作的云台山水、太极文化，其影响力、知名度还仅停留在中原地区，远未形成世界知名的品牌形象，而依托其打造的云台山国际旅游节、陈家沟太极交流赛事活动，虽为宣传和推广焦作的全域旅游助力，但也未能形成产业型的品牌体系，有待进一步加强。国际旅游的宣传营销一直以来都是短板，亟待有所突破。

（6） 旅游规划与科学发展

全域旅游要求实现旅游规划与社会经济发展规划、城乡建设、土地利用及其他规划的协调，并编制有旅游产品指导目录，制定相应的专项规划或行动方案，并对规划进行评估以及对实施进行督导。

焦作各风景区（点）大都编制了相关的风景区规划、旅游规划、森林公园规划等景区专项规划，但由于各规划侧重表达不同，多规统筹的难度较大。全市和重点市县区的全域旅游的规划尚处在编制阶段，还未能对焦作的全域旅游发展形成实质性的指导；而在公共服务、营销推广、市场治理、人力资源开发等专项的

规划上，焦作市还为将其提上日程，未能形成完善的焦作旅游全域规划和科学发展指导。

(7) 体制机制与治理体系

全域旅游要求进行旅游业统筹协调的管理体制改革，并落实旅游的综合执法，创新旅游协调的参与机制，并建立统一受理的旅游投诉举报机制，加强旅游投诉举报处理，实现文明旅游。

目前，由于常年施行的景点景区内部规划管理体制的局限，景区周边及全社会的旅游资源、环境开发管理等体制和措施上的难以跟上，一时间还未能改变；部门之间的联动仍需进一步加强，与全域旅游发展相适应的旅游综合管理机构建立不足，市旅发委等全市旅游行政管理服务职能尚未健全，而公安、工商、司法等部门构建管理对全域旅游的覆盖程度已有认识但融合不足，全域旅游还未实现真正的依法治理，相关部门对涉旅领域的执法检查也有待进一步严格。

(8) 政策支持与组织实施

全域旅游要求财政金融对旅游发展的大力支持，在用地等实现对旅游的保障，并为全域旅游的发展提供相应的人才队伍建设，在基础理论、应用研究和学科体系等方面实现对全域旅游的支持。

焦作企业、社会资金等多元资本投入旅游建设的力度不高，相应的激励政策也还需进一步细化落实；现有旅游企业中，政府、企业与其他投资或利益主体并未形成成熟的股权划分制度等；市级层面的年度土地利用机会与城乡规划编制调整中，还没有充分和主动与旅游发展需求相对接，实现旅游用地供给的适度扩大；对相关旅游行业的人才保障的支撑、科研经费的支持等方面也明显滞后。

第八章 结论与建议对策

一. 评估结论

就目前焦作全域旅游的建设发展来看,前期经历了全域旅游示范区的创建阶段,其工作内容主要参照《全域旅游示范区创建验收标准》、《国家全域旅游示范区认定标准(征求意见稿)》两个“标准”所给出的各项具体指标,在政策体制改革、上层规划设计、管理措施转变、设施要素配套、产业供给融合、服务共享共建等方面都拟定了相应的发展建设内容,具有一定的针对性、创新性、完整性,应进一步贯彻执行和深入实施。

综合来看,焦作的旅游产业现状还比较多的集中在景区投资建设为主导的发展模式上,取得的成绩斐然但也同样面临发展的瓶颈,以观光为核心产品的旅游消费对旅游产业的经济贡献和增长拉动在减缓。与此同时,也应看到焦作已经培育了一些注重旅游消费升级的产品业态开发,特别是在农旅融合、民宿等产业要素上的发力与突破,为焦作旅游产业的变革发展注入了动力,开拓了思路。总体而言,围绕全域旅游新时代背景要下的焦作旅游发展,需要围绕融合发展、创新产品、多元供给、提振消费,实现从山水旅游到全域旅游的发展转型。

但全域旅游作为新时代我国旅游业改革发展的新理念与新模式,并非一蹴而就,也并非仅完成了创建工作就能宣告完结,而是应当作为长期坚持的发展战略,直至全域旅游发展的全面实现。就目前焦作全域旅游示范区的创建工作过程来看,相关建设内容虽基本满足了创建和认证标准,但要确立以旅游业为优势产业,通过对市域内旅游资源、相关产业、生态环境、公共服务、体制机制、政策法规、文明素质等进行全方位、系统化的优化提升,实现焦作旅游资源有机整合、旅游产业融合发展、旅游公共服务社会共建共享等各方面的全面发展,还需要制定中长期全域旅游发展的顶层设计、科学规划以及持续性地做好全域旅游建设发展的各项工作。

二. 建议对策

1. 坚持融合发展、创新发展，丰富旅游产品，增加有效供给

焦作市全域旅游要求转变原有单一的旅游发展模式，而是推动以“旅游+”为模式的整体产业的变革和发展，促进旅游与农业、林业、科技、教育、文化等行业的全面深度融合。提升旅游产品的品质，打造云台山之外如陈家沟太极文化、怀药文化、竹林七贤文化等焦作特色的品牌旅游产品。推动中小微型企业的自主创新，鼓励打造产业创新、服务创新、管理创新、技术创新等旅游产品。要持续研究和放大云台山的品牌效应，将以云台山为核心代言的焦作国内一流景区建设提升到世界遗产旅游目的地的品质上加以重新认识。要把焦作的南太行一线景区作为（南）太行山遗产的门户，在设施、服务等各方面对标国际水准。

2. 提升旅游服务，推进服务人性化品质化

大力宣传焦作全域旅游建设，落实对旅游从业者的业务培训和监督管理，打造极具焦作特色的旅游志愿服务品牌；推进焦作智慧旅游的进程，结合去哪儿、携程、大众点评等互联网旅游推介平台为游客提供个性化的私人定制旅游服务；在各景区、旅游点实施智慧监管，进一步开发和建设覆盖焦作全域的咨询、导览、导购、导航和分享评价等智能化的旅游服务系统。开展旅游市场联合执法，依法严厉打击非法经营、零负团费、黑车黑导和价格欺诈、强迫游客消费等行为。大力推进旅游标准化建设和培训，积极开展焦作市旅游行业“五比一创”（比管理、比服务、比提升、比创新、比环境、创建标准化旅游企业）服务质量竞赛活动，打造旅游服务品牌。

3. 加强旅游设施建设，创造和谐旅游环境

以“旅游厕所”的建设带动旅游基础设施的建设，特别是焦作乡村这些旅游基础设施较为薄弱的地区，更应当加紧建设基础性的旅游服务设施。构建便捷的交通网络，在市域范围内建设连接各旅游点之间的旅游线路和通道，并且贯通焦作至周边县市如郑州、洛阳、晋城等市的旅游交通。完善清晰的交通标识系统以及集散咨询服务体系，以提升交通营运能力和吸引自驾游客源为目的，在修武县、

博爱县、温县等县市分别建设自驾车营地。重点对旅游住宿设施进行布局结构引导和质量提升监督，形成与旅游产业总量相匹配的、多层次、多元化的旅游住宿设施体系，重点发展主题酒店、度假酒店、乡村民宿、汽车酒店等住宿设施类型。依托“四大怀药”原产地优势，利用太行山丰富的健康养生食材，发展太行养生餐，推行旅游定点餐饮服务网点和评优挂星政策。

4. 优化旅游环境，推进共建共享

执行严格的自然生态环境、人文历史文化资源保护要求，为全域旅游发展营造良好的自然与人文旅游环境。根据现有自然保护区、风景名胜区、文物保护单位等功能主体的保护要求，落实最严格的保护措施。避免“景区城镇化”趋势，加强景城联系互补，疏解景区旅游的非核心功能，将有条件景区集中的服务设施发展区向景区外围和周边的城镇与乡村空间外移，形成良性的景区之间、景城之间的旅游互动关系。鼓励支持和建设焦作的旅游院校、科研机构参与旅游人才培养、旅游理论研究等合作机制。通过旅游发展成果为全民共享，增强居民获得感和实际受益，来促进居民树立人人都是旅游形象，自觉把自己作为焦作旅游环境建设一份子，真正树立主人翁意识，提升全域旅游意识和文明素质。

5. 实施整体营销，凸显区域旅游品牌形象

结合焦作独有的太极文化和怀药养生优势制定更高起点和目标的国际化、全国一流目的地旅游城市的营销计划，实施品牌营销战略，在云台山景区成功营销的基础上，高举“世界太极城·中原养生地”的旅游品牌，结合一系列旅游产品、活动、节庆的宣传推介，并加强与郑汴洛等城市的协作，在入境旅游市场、国内远距离重点目标客源市场的营销上取得决定性突破。打造以云台山、太极为中心的旅游赛事节庆，并以此为龙头带动当地特色民俗文化和体育赛事项目旅游品牌。提升焦作特色餐饮文化、特色民宿品牌、特色旅游产品等各类品牌资源，建立多层次、全产业链的焦作旅游品牌体系，同时利用政府与企业联合搭台、多方参与的焦作全域旅游营销新格局。

6. 加强规划工作，做好全域旅游顶层设计

要高度重视旅游规划在指导焦作全域旅游发展中的科学作用，健全从全域旅

游发展总体规划、专项规划、涉及旅游用地管控的控制性详细规划到重点项目建设规划等旅游规划体系的编制、审查、实施督导与评估机制。做好多规协调，景区、城镇与乡村中涉及旅游开发的用地，要在各级各类景区规划、城乡规划中得到保障，并制定相应的规划衔接技术方案。全面落实全域旅游规划工作，树立焦作旅游从景区旅游转向全域旅游的发展目标，制定合理的近期、中期、远期规划发展期限，以及各县、市的建设重点项目。并对各机关单位的在全域旅游发展建设的中职责进行科学合理的分工和安排，加紧落实基础设施、城乡建设、土地利用、环境保护等各项规划内容，并坚持以旅游发展为核心对其他规划进行相应的调整和协同。

7. 创新体制机制，构建现代旅游治理体系

加快全域旅游发展体制机制的创新，重点推进旅游管理体制改革创新和旅游协调参与机制。市县各级建立健全旅游联席会议制度，充分发挥政府、市场、旅游行业协会、企业、公民等各方面的合力，为焦作全域旅游的发展出谋划策、积极贡献力量。进一步制定完善并不断更新促进全域旅游高质量发展的法律法规、标准和政策。建设一系列保障全域旅游发展的法规条例与标准化规范；建立异地调配、指定管理、集中警力等高效规范的旅游执法体系，积极发挥焦作旅游法学会作用，提升焦作旅游行政执法的规范化、法制化水平。建立高效运转的旅游投诉举报处理机制与服务平台，并加大广而告之的宣传力度，努力夯实“放心焦作”的旅游品牌。

8. 完善政策扶植，加强旅游监管，切实保障游客权益

扩大旅游资源利用、旅游公共服务领域的投融资开放。在财政金融政策上给予支持，设立旅游产业投资、促进专项基金并实行市场化运作。合理调配金融资源，创新金融工具和产品，拓宽旅游企业的多元化融资渠道。制定焦作全域旅游发展的土地利用专项规划。结合焦作现已落实的旅游行业“红黑榜”制度，进一步推动焦作市旅游监督管理和投诉受理机构的设立，高校便捷的对焦作旅游市场进行监督，并及时接受和处理游客的的旅游投诉，全方位的维护旅游者的合法权益。狠抓全域旅游中的文明旅游建设，落实旅游安全责任制，完善旅游服务标准

体系，加强文明旅游宣传，推进诚信体系建设，营造全民参与、支持全域旅游发展的浓厚氛围。

第三篇

焦作市全域旅游发展研究

第九章 发展路径研究

一. 规划解读

1. 焦作市国民经济和社会发展的第十三个五年规划纲要

规划纲要提出,焦作将继续实施中原经济区经济转型示范市战略不动摇,坚定不移抓转型、促发展、做示范,把焦作建设成为更具活力、更具吸引力、更具竞争力的新型工业城、区域中心城、**知名旅游城**、生态宜居城和**太极文化城**。

规划纲要提出“一核两廊四带多点”的空间发展格局。其中“四带”包括,整合包括修武、博爱、沁阳和中心城区在内的南太行旅游资源,打造集休闲度假、生态观光、健康养生、山地运动于一体的**南太行生态旅游集聚带**;以规划建设沿黄高等级公路为纽带,串联孟州市、温县和武陟县文化和湿地资源,打造集历史文化游、生态观光游、民俗民情游为一体的**黄河文化旅游产业带**;加快南水北调城区段两侧拆迁改造和绿化带建设,开发包括观光走廊和沿河客栈在内的时尚商业中心街,高标准规划建设集旅游观光带、生态景观带、文化产业带、休闲商业带为一体的**南水北调生态休闲带**;加快大沙河沿岸绿化长廊和绿色国际自行车赛道建设,打造集生态体验区、水景观赏区、亲水休闲区为一体的**大沙河湿地景观带**。“多点”中包括十大文化旅游园区,分别是云台山园区、青天河园区、神农山园区、圆融寺园区、影视城园区、药王庙园区、妙乐寺园区、嘉应观园区、陈家沟园区以及韩园园区。

2. 焦作市城市总体规划

2017年7月,国务院批复同意《焦作市城市总体规划(2011—2020年)》,规划中将焦作定位为**中原城市群和豫晋交界地区的区域性中心城市**。

焦作的全域旅游发展应紧紧围绕建设现代化区域性中心城市主题,在区域、市域统筹协调发展的工作框架下,在社会经济发展的坐标系中综合地确定城市旅游坐标,建立卓有成效的全域旅游发展目标体系,进而对城市旅游相关产业予以

引导,优化提升现代服务业,强化城市的旅游品牌形象,将有限的社会资源配置到最适合城市旅游发展的领域,实现资源的最佳利用以及生态环境的可持续,最终提高城市的旅游综合竞争力,实现全域旅游的发展目标,建设一个城市个性特点鲜明的现代化区域性中心城市。

3. 焦作市现代服务业“十三五”发展规划

规划提出充分发挥名拳、名山、名水、名寺、名人、名药等资源优势,实施全域旅游战略,促进旅游观光、文化体验、休闲度假等联动共进;同时,发挥焦作太极养生功效,推动“医、养、食、药、学、游”融合发展,促进健康养生产业市场化、融合化、集聚化发展,建设“国际知名旅游目的地”和“中原特色文化康养基地”两大与旅游业相关的发展定位。

在布局上,增强市中心城区包括旅游、休闲娱乐等综合服务功能;提升温县以太极文化产业和四大怀药品牌塑造为重点、孟州市以跨境电商和乡村旅游为重点、修武县以旅游服务和康养服务为重点、博爱县以电子商务和特色餐饮为重点的县(市)城区区域服务功能;依托旅游生态带、历史文化村落等资源,培育一批休闲旅游、文化创意、民俗文化等特色小(城)镇。

4. 其他规划

(1) 黄河生态文化旅游带规划

在编的《焦作市黄河生态文化旅游带总体规划》中提出,充分利用沿黄湿地自然保护区,邢人作丘、大禹治水等治黄历史文化,以及嘉应观、妙乐寺、陈家沟、韩愈文化园等作为黄河旅游带龙头旅游产品和景区,力图配合特色小镇、美丽乡村和湿地恢复的建设,优化整合孟州、温县、武陟三地的经典旅游资源,开发精品旅游线路。还推进了新孟路、沿黄公路和黄河大堤慢行通道三条沿黄道路的建设,以及产品、产业、营销、环保等各方面的规划与构想。

(2) 中心城区旅游发展规划

焦作市中心城区有其百年工矿记忆(九里山矿山、百年焦作、英福公司旧址、缝山公园等),千年名人文化(许衡墓、汉献帝陵等),焦作国际太极拳文化交流

中心，唯一的南水北调穿城工程，府城遗址，山阳故城，石佛寺等一系列的旅游资源。为进一步深化焦作市全域旅游，在编的《焦作市中心城区旅游发展总体规划》中提出，中心城区应立足于这些资源优势，完成从工矿型城区向文化型城区的转变，从景区景点旅游到全域旅游的转变，从观光型旅游产业向互动参与型产业转变，将焦作中心城区打造成为世界汉遗产文创、国际山水健康养生旅游目的地。

（3） 公益性文化设施布局规划

《焦作市公益性文化设施布局规划（2016-2020）》中提出借助焦作悠久的汉文化、名人文化、煤炭文化、山水文化、怀商文化、太极拳文化、陶瓷文化和古遗址文化，将焦作打造成为“历史文化之城、文化创意之城、文化旅游之城”。通过建设市、区、乡村（街道）多级别的图书与展览、文化活动、历史文化、文化娱乐、新闻媒体设施，推动焦作以山水文化为背景，以太极故里为依托，以汉文化为底蕴，以近代工业遗产为特色，规划南水北调文化景观带，解放路文化记忆轴，塔南路文化发展轴，老城区文化设施中心和新城区文化设施中心等一系列文化设施和文化产业，以展示焦作市历史文化与自然文化和谐共生的文化特色和文化形象。

（4） 北部山区生态环境保护 and 利用总体规划

《焦作市北部山区生态环境保护 and 利用总体规划（2016-2030）》提出焦作北部山区应积极探索经济发展与生态保护“双赢”的绿色发展新路，加快发展全域旅游产业，以太行山峡谷风光为特色，以北方罕见的自然山水和景观为载体，以悠久的神农文化、中原文化、宗教文化、隐士文化和中国传统山水文化、民俗文化等多元文化为内涵，构建点、线、面结合的全域旅游布局结构。将云台山景区建设成为国际知名的旅游观光度假胜地；进一步加紧特色小镇、美丽山村、特色农业以及市政、交通等相关重大基础设施建设。

二. 发展重点

1. 旅游发展的城乡统筹

焦作市域总面积 4071 平方公里，2018 年全市总人口 375.51 万人，常住人口 356.01 万人，城镇化率达 57.99%⁴。2015 年城区的常住人口为 102.39 万人，中心城区建成面积 116 平方公里，人均建设用地 113.3 平方米。根据规划，2020 年前中心城区建设用地面积控制在 140 平方公里之内。根据我国城市能级分类，以政治地位、经济实力、城市规模（人口，面积等）、影响力、辐射力、知名度等为指标，焦作处在三线城市中较弱的等级。

表 2 焦作与国内主要旅游目的地城市城镇化水平比较表

城市	人口	总面积	中心城区面积	城镇化率
焦作	常住人口 356.01 万（2018 年）	4071 平方公里	2020 年前，中心城区建设用地面积控制在 140 平方公里之内	57.99%
苏州	常住人口 1068.4 万（2018 年）	8488 平方公里	中心城区的开发边界线面积为 643 平方公里（包含水域、生态绿地等非建设用地）	75.8%（2017 年）
杭州	常住人口 946.80 万（2018 年）	16596 平方公里	2016 年总规修编城市建设用地控制在 430 平方公里以内	77.4%

通过与苏州、杭州等国内知名旅游城市比较，焦作 2018 年城镇化率 57.99%，城乡统筹发展仍有非常大的提升空间，需要思考旅游产业发展、旅游城镇化对推动焦作未来的城乡统筹发展的积极作用与贡献。

纵观焦作目前的景区、乡村和城市之间的旅游发展，不仅发展的水平和能级差异较大，而且缺乏有效联动，没有形成带动城乡融合发展的旅游产业链。从“黑色印象”到“绿色主题”，后焦作时代应积极探索以旅游业带动和促进城乡统筹和提高城镇化发展水平的特色道路。

2. 旅游经济的转型发展

在 2018 年全国两会的政府工作报告中提出“降低重点国有景区门票价格”，对焦作旅游发展来说是一种“倒逼”式发展机制。正是在景区经济发展的大背景

⁴数据来源：当地当年统计公报

下,依托云台山景区的发展,焦作走出了一条“焦作模式”的旅游经济发展道路。在“划地为景区”式的旅游经济发展模式下,旅游经济的增长以景区为核心抓手,实现旅游经济增长的模式就是建立更多的新景区。但是无论是新型景区还是传统意义上的旅游景区,在经历一段时间的增长期后,都面临发展瓶颈与上限;并且景区的重复建设与品质的缺失也使得难以用景区来持续撬动旅游经济的大幅提升。

全域旅游的核心在于要从封闭的景区旅游等自循环向开放的“旅游+”融合发展方式转变,构建起以旅游为平台的复合型旅游产业结构。结合资源与近几年焦作旅游开发的一些成功项目来看,乡村旅游、工业旅游、研学旅游、健康旅游、休闲度假、文化旅游等都是“旅游+”产业融合突破的重点领域。焦作的全域旅游发展,要通过完善提升旅游产业要素,增加旅游综合消费,摆脱依赖景区门票收入,实现从门票经济向产业经济转变,形成综合新产能。

3. 优质旅游的共建共享

2018年全国旅游工作会议上指出,旅游业作为国民经济战略性支柱产业,无论从国家宏观发展要求,还是从自身发展需要,都到了从高速旅游增长阶段转向优质旅游发展阶段的关键节点。从全域旅游发展的要求看优质旅游,重点要在保护资源环境、提升供给品质、规范治理服务等几个方面入手。

焦作拥有山水林田等多样的自然环境和丰富的历史文化资源,要牢固树立绿水青山就是金山银山的理念,坚持保护优先,合理有序开发,防止环境和资源遭到开发破坏,为全域旅游发展营造优美的环境和创造良好的条件。在进一步优化旅游产品业态的同时,做好焦作重点旅游品牌的打造,要在传统领域、新兴领域和旅游相关领域提供更多品质化、精细化和差异化旅游产品和更加舒心、放心的旅游服务。在焦作形成以旅游业为主导产业,创新体制机制、协调规划建设、优化公共服务、完善治理体系、游客市民共享的全域旅游发展成果。

三. 发展路径

1. 区域协同发展，品牌共建，设施先行，推动城市群间合作建设

焦作要站位中原城市群的区域发展总体格局中，瞄准中原城市群核心圈，进一步体现服务河南和对接山西的区位优势，培育以旅游业为龙头的服务业发展。

一方面，要加强与郑州的合作，借力“一带一路”，与郑州同塑中原文化，避免同质竞争，加强城市间的旅游联盟合作，以武陟为重要的支点，打通云台山-修武-武陟-郑州的旅游经济轴，形成焦作东面重要的精品旅游路线及区域合作轴。

第二，要重视与洛阳的区域对接，协同发展。加强焦作-沁阳-孟州-温县-洛阳的区域合作，共同推介少林寺、龙门石窟、陈家沟太极拳、神农山的精品旅游线路及“中国功夫”区域旅游品牌，在焦作西面与国内外具有较高知名度的旅游景区串联成线，共同推向海内外市场，打开区域旅游的西大门。

在旅游发展过程中，要重点加强区域旅游基础设施和服务设施的联动发展与规划建设，实施一批重大铁路、公路、旅游集散中心等建设项目，构建现代综合交通体系，畅通城市群间旅游联动发展通道，实现区域间游客的互动互送。

2. 旅游城乡统筹，资源整合，绿色发展，推动城旅融合协同建设

全域旅游要改变传统旅游封闭景点建设的发展模式，将整个焦作市域以及各市、区、县作为功能完整的旅游目的地来建设和运作（可通过重点创建全域旅游示范县、区进行示范引导），实现焦作全域旅游示范和综合目的地旅游城市建设的目标。

首先，应突破风景区、旅游景区各自为政的分离状态，整合旅游区域内的村落、小镇、风景区资源，形成功能综合、特色鲜明的旅游大片区，建设统一的旅游平台。

其次，可利用风景道、景观绿道、南水北调廊道、沁河廊道等线性蓝绿景观走廊，串联乡村、景区、城市，缝合城市、景区、乡村，用线串点串区，用蓝绿交织的网络支撑起全域旅游发展的骨架与基底，将绿色发展理念作为全域旅游发展的原则，协调生态环境、旅游资源与其他资源的合理保护与科学利用。

第三，要从焦作市域旅游发展的全局出发，将城乡旅游融合发展放到与景区

建设同样的高度上加以重视，整合资源服务，围绕城乡旅游间的差异错位发展，规划形成完善的中心城区、各市县城区、重点旅游城镇以及特色小镇、美丽乡村和景区景点统筹发展的旅游城乡全域发展体系，进一步调整旅游产业结构、优化配置、服务游客和居民，从而实现聚焦发展旅游产业带动城乡产业结构优化升级、促进城乡经济增长的需要。从深层次结构性实现旅游经济推动城镇化，建设综合旅游目的地。

第四，要下大力气提升城市旅游特别是中心城区的旅游吸引力，促进景城融合、产城融合，建设、完善旅游服务设施，建设完善的休闲及文化设施体系，让城市成为游客来焦作旅游的停留及集散地。

第五，要通过全域旅游发展有效改善城镇和农村基础设施，促进大城市人口向星罗棋布的生态旅游小城镇有序转移；带动现代生态农业和农副产业加工、商贸物流、交通运输、餐饮酒店等行业联动发展；大力发展乡村旅游、观光农业、休闲农业，使农民实现就地、就近就业，就地市民化。发展全域旅游，改善农村生态环境，建设美丽乡村，实现城市文明和农村文明的直接相融

3. 产业深度融合，转型创新，提档升级，推动旅游供给品质建设

全域发挥“旅游+”功能，使旅游业与其他相关产业深度融合，形成新的生产力和竞争力。通过旅游+新型城镇化，发展特色旅游城镇；通过旅游+农业现代化，发展国家农业公园、怀药、麦作国家公园等乡村旅游形式，发展休闲农业的现代农业新形态；通过旅游+特色工业化，发展焦作工业历史遗迹旅游、工业展示旅游、特色旅游商品；通过旅游+文化，开发与黄河文化、太极文化、魏晋七贤隐士文化为主题的历史文化寻访、文化休闲、文化娱乐、研学旅游等产品；通过旅游+生态、旅游+体育、旅游+养老、旅游+购物、旅游+交通等，发展生态旅游、健身康养旅游、购物旅游、自驾营地旅游、低空旅游等新产品、新业态；通过旅游+信息化，将旅游业培育为信息化最活跃的前沿产业。

焦作现有景区观光游览的传统旅游产品需要突破。要积极培育创新旅游产品供给，提升旅游产品开发的科技水平、文化内涵和绿色含量，围绕云台山、太极等焦作旅游品牌，构建形成具有国际化水准、与小康社会相适应的全域旅游产业

格局和产品品质。

在全域旅游的开发中,坚持走以特色旅游为核心的现代服务业的集聚发展之路。积极推进旅游小镇、旅游绿道、旅游度假区、旅游产业集聚区、研学旅游基地、养老旅游基地等新兴旅游业态和产品建设,以此推进焦作全域旅游示范区、旅游目的地、国民休闲地的建设。

4. 全民共建共享,改革创新,环境优化,推动服务管理体系建设

发展全域旅游是系统工程,需要进行系统改革创新,全面营造良好发展环境。改革创新全域统筹发展的领导体制,构建从全局谋划和推进、有效整合区域资源、统筹推进全域旅游的体制和工作格局,形成各部门联动的发展机制。改革规划体制,高度重视围绕旅游产业发展的多规协调。改革旅游业发展评价体系,创新投融资体制机制。

结合焦作旅游业发展实际,在实施上重点推进乡村旅游的厕所革命、城市文化公共服务设施的共享以及完善城乡、景区多级的旅游集散咨询服务体系建设;建成旅游数据中心。推进旅游基础设施和公共服务等投融资模式改革创新,引导金融机构加大对旅游企业和旅游项目的融资支持,鼓励私营企业、民间资本与政府合作,吸引国际资本参与重大旅游项目开发、参与公共基础设施建设。

第十章 旅游市场需求研究

一. 旅游需求趋势分析

1. 生态旅游

生态旅游作为一种绿色消费方式，自世界自然保护联盟 1983 年首次提出后，迅速普及全球。20 世纪 90 年代，随着我国实施可持续发展战略，生态旅游概念正式引入中国。经过 20 多年的发展，生态旅游已成为一种增进环保、崇尚绿色、倡导人与自然和谐共生的旅游方式。

随着工业化进程加快、城镇化水平提高，人们回归大自然的愿望日益强烈，国内旅游需求特别是享受自然生态空间的需求爆发性增长。旅游消费方式从观光游到观光、休闲、度假并重转变，呈现多样化格局，深层次、体验式、特色鲜明的生态旅游产品更加受到市场青睐，观鸟旅游、探险旅游、科考旅游、生态养生、野生动物观赏等逐渐成为新热点。

为加快推进生态文明建设，更好地满足日益增长旅游休闲消费需求和生态环境需要，必须加快发展环境友好型、非资源消耗型的生态旅游，有效整合资源，促进融合发展，优化配套体系，加强资源环境国情教育，引导形成正确的生态价值观，树立崇尚生态文明新风尚，推动形成绿色消费新观念，发展负责任、可持续的旅游，实现人与自然和谐共生。

2. 文化旅游

文化旅游是指通过旅游实现感知、了解、体察人类文化具体内容之目的的行为过程，泛指以鉴赏异国异地传统文化、追寻文化名人遗踪或参加当地举办的各种文化活动为目的的旅游。旅游的本质，是对于旅游过程的体验。旅游者在旅游的过程中，并不单纯满足于仅限视觉享受的观光旅游，而更倾向于参与性的旅游活动，全身心地沉浸于当地的文化之中，从而获取更难忘的经历。

大众旅游时代，人们对旅游品质的需求不断提高，文化旅游日受青睐。越来

越多的人们走出家门，去体验不同地方丰富多样的特色文化，去追寻悠久历史所留下的沧桑痕迹。寻求文化享受已成为当前旅游者的一种风尚。文化旅游已经成为新时代旅游业发展的重要力量，越来越多的省市明确提出要把文化旅游作为战略性支柱产业和产业转型升级的主攻方向。同时，文化旅游作为一项具有潜力的智慧产业已经深入人心。

此外，文化旅游产业的投入和创新也屡有突破，不断为文化旅游产业注入动力。2016年，中国各类文旅基金数量达到100余家，规模上百亿的已经超过10家；与此同时，上海迪士尼成功运营激起国内主题公园的转型升级，IP打造方面取得重大进展，方特的“熊出没”、宋城的“千古情”以及华夏文旅的传奇系列演艺已经获得市场高度认同。此外，以VR（虚拟现实）为代表的科技创新推动文化旅游产业不断升级，2016年成为VR大爆发的一年，华强方特、宋城演艺、华侨城等大型文旅集团纷纷布局VR等高科技体验项目。

我国文化旅游产业从产业萌芽发展到今天，无论是客源市场还是营业收入，已成为世界旅游市场发展的主导力量之一。随着我国推进“一带一路”战略和新时代中华民族文化复兴和“文化自信”建设，历史文化、传统文化、民族文化、地域文化、品牌文化等资源都有很大的精细化开发空间。

3. 休闲度假旅游

休闲度假旅游是以消闲、健身为目的的一种旅游形式，利用假期在一地相对较少流动性地进行修养和娱乐的旅游方式，包括海滨度假、山地度假、乡村度假、休闲旅游、野营度假等。人们选择休闲度假旅游的目的是为了休闲度假，不会花太多的时间在旅途中，他们对景区不需要太多雕琢的东西，也不是因仰慕所谓的“大手笔”来看热闹，他们需要的是一种平和、宁静、舒心的意境，让自己真正得到精神的调整。

已有的国际经验表明，当一个国家或地区的人均收入达到3000美元以上时，人们的休闲度假需求就会普遍产生。休闲度假旅游强调休闲和娱乐，为了满足游客的这种享受的需要，开发与增加旅游产品的享乐性功能越来越重要。网球场、游泳池，健身房、饭店、餐厅以及可以为客人安排各种演出活动的娱乐中心等休

闲服务设施的建设,可以使游客尽享大自然之美的同时,尽享家庭之舒适与温馨,尽享康复、餐饮、休闲、娱乐之便利,在生理方面获得享受的同时获得更多心理上的享受,尽享民俗、文化和艺术的乐趣。

旅游度假目的地的建设,正是针对休闲度假需求,并为这部分游客提供较高水准的,以休闲度假体验为主的旅游产品服务的旅游目的地。国家旅游度假区的建设和发展,对中国旅游业发展具有里程碑意义。打造国家旅游度假区,可以拓宽行业视野,以国际化的要求和标准,刺激和推动中国旅游产业不断挖掘自身潜力,持续优化和提升自己。随着经济的发展和人均收入的不断提高,人们的旅游行为逐渐从观光、休闲,向度假体验过渡。

4. 研学旅游

研学旅行是由学校根据区域特色、学生年龄特点和各学科教学内容需要,组织学生通过集体旅行、集中食宿的方式走出校园,在与平常不同的生活中拓展视野、丰富知识,加深与自然和文化的亲近感,增加对集体生活方式和社会公共道德的体验。研学旅行继承和发展了我国传统游学、“读万卷书,行万里路”的教育理念和人文精神,成为素质教育的新内容和新方式。提升中小学生的自理能力、创新精神和实践能力,最早由2013年由国务院提出。

2016年11月30日,教育部、国家发展改革委、文化部、国家旅游局、共青团中央等11部门联合下发《关于推进中小学生研学旅行的意见》,明确提出推进中小学生研学旅行,落实立德树人根本任务,帮助中小学生学习国情、热爱祖国、开阔眼界、增长知识,着力提高他们的社会责任感、创新精神和实践能力。要求各地积极创新宣传内容和形式,向家长宣传研学旅行的重要意义,向学生宣传“读万卷书、行万里路”的重大作用,为研学旅行工作营造良好的社会环境和舆论氛围。

国家旅游局发布的《2016 中国旅游投资报告》中,研学旅游产品被视作未来旅游投资的十大重要领域之一。2017年教育部印发《中小学综合实践活动课程指导纲要》,包括研学旅行在内的综合实践活动已被明确列为必修课程。受益于政策利好,研学旅行在国内将迎来高速发展时期,市场前景广阔。

旅行是载体，研学是内核。近年来，作为推动素质教育实施的重要手段，研学旅行越发受到社会的广泛重视，形式探索“旅游+教育”新业态与发展模式的热潮。对于研学、游学旅行情景模式的研究，对于个性化研学旅行产品的探索，将研与学、游与学真正有机结合逐渐成为研学旅游的突破口。

二. 焦作旅游市场分析

1. 焦作市客源市场基础较好

近年来，焦作市因云台山的发展，以及一年四季各具特色的旅游资源，奇特秀美的自然风光和古朴浓厚的人文风情吸引了大量中外游客。

2018年，全市共接待海内外游客5283.44万人次，实现旅游综合收入433.45亿元。国内游客5245.59万人次，国内旅游收入422.6亿元；国内一日游游客2098.24万人次，国内一日游收入155.10亿元；国内过夜游游客3147.35万人次，国内过夜游收入267.5亿元；入境一日游游客19.61万人次，创汇4627.96万美元；入境过夜游游客18.24万人次，创汇12109.65万美元。

表3 焦作市历年接待游客统计表

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
游客人数(万人)	2605	2955	3299	3741	4206	4695	5283
增长率(%)	14.2	13.4	11.6	13.4	12.4	11.7	12.5

从历年接待游客人数可见，焦作市近年游客人数持续增长，年增长率达11%以上。

2. 焦作的客源高度依赖于省内和周边市场

目前，焦作的客源高度依赖于省内和周边市场。焦作市接待的游客绝大部分来自省内（占到50%）；其次为周边地区，河北、山西游客约占20%左右，其余部分游客来自山东、江苏、湖北、北京、天津等地，省内和周边市场的份额占80%以上。这种客源结构存量有限，不可避免地会出现下滑趋势。

3. 焦作的游客以观光游为主

据调查，周边区域游客来焦作的目的主要是为了看云台山的山水，对焦作旅

游产品感兴趣的地方集中在山水风光和文物古迹方面,对民俗风情和饮食烹调兴趣不大,旅游者的活动还只是停留在观光旅游上。游客的消费也普遍较低,旅游经济还只是停留在门票经济上。同时,由于焦作地处北方,受气候影响旅游的季节性强,以周边为主的客源市场必然导致节假日旺盛、日常市场冷淡的局面。

4. 入境游客市场仍待提升

根据统计,2016年焦作市共接待入境游客35.92万人次,2017年达到37.31万人次,同比增长了3.9%,其中入境一日游游客19.3万人次,入境过夜游游客18.01万人次;2017年境外旅游收入10.48亿;2018年,入境过夜游游客18.24万人次,创汇12109.65万美元。

中国旅游研究院发布的《中国入境旅游发展年度报告2017》指出,2016年我国接待入境游客1.38亿人次,规模总量达到历史新高,排名前十的旅华客源国分别为韩国、越南、日本、缅甸、美国、俄罗斯、蒙古、马来西亚、菲律宾、新加坡。河南省入境旅游客源地市场主要集中在日本、韩国、港澳台地区,其他客源国家市场占有率较低。从入境游客人次上看,2016年焦作目前占全国的0.26%,所占的国际市场份额较低。

三. 旅游市场发展环境分析

1. 国际旅游环境

旅行和旅游业是世界上最大规模的经济行业之一,不仅提供大量就业岗位,还能够推动出口,实现经济繁荣。对旅行和旅游对全球的经济影响分析显示,在2017年,该行业为全球GDP做出了10.4%的贡献,提供了3.13亿份工作,占总工作数量的9.9%⁵。

2017年是十年来GDP增幅最大的一年之一,全球消费性开支保持强健发展。这样的全球发展状态再一次传导到旅行和旅游行业之中,行业直接增长比例4.6%,连续7年跑赢全球经济指标。其中亚洲的表现尤为突出,再次延续了近几

⁵ 2018 旅行和旅游全球经济影响报告

年来的趋势。

从更长远的角度来看，由于会有上百万人选择出门旅行，欣赏世界美景，该行业预计将保持蓬勃的发展态势。鉴于全球经济增长将在 2018 年持续加速，旅行和旅游行业在这一年度的前景也非常喜人。在未来十年中，旅行和旅游行业不仅会有着比全球经济更好的表现，预计其发展速度也会超过其他主要全球经济行业，包括通讯、商业服务、制造业以及零售和经销。

2. 国内旅游发展环境

改革开放以来，中国旅游业经历了起步、成长、拓展和综合发展四个阶段，我国实现了从旅游短缺型国家到旅游大国的历史性跨越，奠定了以国民大众旅游消费为主体、国内与国际旅游协调发展的市场格局。

根据《“十三五”旅游业发展规划》，“十二五”期间，旅游业全面融入国家战略体系，成为国民经济战略性支柱产业，2015 年旅游业对国民经济的综合贡献度达到 10.8%；国内旅游、入境旅游、出境旅游全面繁荣发展，中国成为世界上最大的国内旅游市场、世界第一大国际旅游消费国，世界第四大旅游目的地国家。

随着全面建成小康社会持续推进，旅游已经成为人民群众日常生活的重要组成部分，我国旅游业进入大众旅游时代。2018 年国内旅游市场持续高速增长，入境旅游市场稳步进入缓慢回升通道，出境旅游市场平稳发展。全年，国内旅游人数 55.39 亿人次，比上年同期增长 10.8%；入出境旅游总人数 2.91 亿人次，同比增长 7.8%；全年实现旅游总收入 5.97 万亿元，同比增长 10.5%。

根据国家《“十三五”规划》，我国国民经济预计将保持中高速增长。在提高发展平衡性、包容性、可持续基础上，到 2020 年国内生产总值和城乡居民收入比 2010 年翻一番。国民经济的平稳发展，为中国旅游业的发展提供了良好的外部环境。

我国近些年陆续发布了多项政策，支持旅游业发展，包括《国务院关于加快发展旅游业的意见》（国发[2009]41 号）、中国人民银行等七部门《关于金融支持旅游业加快发展的若干意见》（银发〔2012〕32 号）、《国民旅游休闲纲要（2013

—2020年)》(国办发〔2013〕10号)、国务院《关于促进旅游业改革发展的若干意见》(国发〔2014〕31号)、国务院办公厅《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》(国办发〔2015〕62号)、交通运输部等六部门《关于促进交通运输与旅游融合发展的若干意见》(交规划发〔2017〕24号)等政策文件,为旅游业持续快速发展提供了良好的政策环境。

3. 河南省旅游发展环境

河南文物古迹众多,旅游资源丰富。截至2017年,河南有世界文化遗产6项25处,全国重点文物保护单位358处,国家AAAAA级旅游景区13处。2017年河南省共接待海内外游客66511万人次,比上年增长14.1%。其中,入境游客307.32万人次,增长4.5%。旅游总收入6751亿元,增长17.1%。年末4A级以上景区159处,星级酒店532个,旅行社1199家。

纵观2013—2017年河南省旅游人数变动情况,五年间河南省旅游人数不断增长。2017年旅游人数达6.65亿人,比上年同比增长14.1%。在旅游收入方面,五年间收入增长迅速,年均复合增长率达14.9%。2017年全年旅游收入为6751亿元,同比增长17.1%。



图4 河南省旅游人数统计图

旅游的快速的发展离不开政策的引导与支持。河南省省出台了《河南省旅游产业转型升级行动方案(2017—2020年)》《河南省“十三五”旅游产业发展规划》和《创建郑汴洛全域旅游示范区的实施意见》,将郑州、洛阳、开封三个区域打造成一个全域旅游示范区。焦作与郑州、洛阳联系紧密,可以形成良好的区域发

展关系，获得政策支持。

根据《河南省旅游产业转型升级行动方案(2017—2020年)》，通过三年转型升级的举措，力争到2020年，接待国内外游客量达到9亿人次，旅游综合收入要突破1万亿元，进入全国旅游“第一方阵”，这也将加快焦作市的旅游发展速度。

四. 焦作客源市场定位与细分

1. 区域市场

从焦作的旅游市场定位来看，国内旅游客源市场重点定位在距离本地区地理空间相对较近的以郑州、洛阳为中心的中原城市群，以及国内经济水平相对发达的环渤海城市群、长江三角洲、珠三角等地区。

(1) 一级市场（郑州、洛阳为中心的中原城市群）

国际上一致认为，旅游区周边的游客量要占到旅游地接待总人数的50%以上。因为距离较近，文化上有亲近感，从心理上和观念上比较熟悉，是景区最易辐射和影响的客源市场。因此焦作市的一级客源市场是以郑州、洛阳为中心的中原城市群，以及太原、晋城等山西城市，旅游半径在自驾车可在2-3小时到达旅游区的范围内。

焦作邻近经济发达的中原城市群，有条件和潜力来大力发展度假休闲旅游产业，特别是大力发展以健康理疗、康体健身、营养膳食、修身养性等为手段，以促进人的身体、心智和精神和谐健康为目标的康养旅游可谓正当其时。目前在焦作的一些乡村结合美丽乡村建设开发的特色民宿等产品，很受周边城市居民的欢迎。因此，可以考虑将焦作自身的乡村、山居、田园、湿地等景观和康体运动、食疗保健、旅宿度假等业态相结合，构成主题各异的康养旅游产品系列，创造宜旅宜居的旅游新体验。

(2) 二级市场（珠三角、长三角、环渤海经济圈、华中经济圈）

这些地区涵盖了全国大城市和经济发达城市，如北京、天津、上海、杭州、南京、福州、广州、深圳等。这些城市经济发达，社会繁荣，人口基数大。特别

是这些城市都有航班、旅游列车可达郑州、洛阳、焦作，距离虽远，但出行交通时间却并不长。所以客源潜力非常巨大，如果开发得当、发展顺利，经过一段时间，游客量将会大大增加。另外，这些地区的游客旅游意识强烈，出游人数多，经济实力强，收入水平高，停留时间长，商务休闲客人多，有能力进行中高档次的旅游消费。他们对旅游线路组织、管理水平、住宿条件、服务质量都有较高的要求。所以应该树立焦作市较高档次的发展目标，培育和吸引这部分客源市场。

云台山品牌效应逐步起作用，拉动远距离市场稳步提高，成为扩大市场规模的关键力量。随着北京至云台山专列的开通，北京、天津等地游客将增长迅速，山西、河北、陕西、山东、安徽等传统市场持续火爆，上海、内蒙古、广东、浙江等市场也会逐步形成。

(3) 三级市场（其他省市）

国内其他省市共同构成焦作市的三级客源市场。

表4 焦作游客区域市场构成表

一级市场	以郑州、洛阳为中心的中原城市群
二级市场	珠三角、长三角、环渤海经济圈、华中经济圈
三级市场	国内其他省市

2. 专项市场

(1) 城市休闲旅游

城市居民随着自身生活水平的不断提高，对于生活品质、生活环境的要求与日俱增，休闲旅游就是节假旅游众多新需求之一，且表现的非常抢眼。城市居民日常生活节奏较快，在周末和节假日就非常希望能有一个安静之所让他们能够放慢脚步享受生活。健康养生更是现代社会庞大的亚健康人群和各年龄阶段人群的追求目标。健康运动、休养度假等产品越来越成为旅游出游目的的选择之一。

从地理区位上，焦作紧邻近年来社会经济高速发展的省会城市郑州，加之周边洛阳、晋城等城市的客源市场规模大、需求多样、出游意愿高。因此要充分挖掘城市居民对周末、节假日休闲度假旅游的常态化需求，开发具有吸引力和特色的产品项目。焦作城区人口基数较大，居民可支配收入稳步提高，城市休闲需求旺盛。通过近二十年的旅游发展，焦作的旅游业为城市带来了大量的人流、信息

流、资金流、物流，城乡居民收入不断提升，城市居民和外来游客的需求也促进了城市产业升级和城市服务功能完善。未来，需要焦作的城市发展要更紧密地与旅游业发展相结合，优化中心城市自然环境、人文环境和交通环境，提高城市开放度，增加文化、休闲、娱乐等产品供给。

（2） 商务会议旅游

随着郑州城市的发展，在中原城市群中将发挥重要作用。依托郑州市场，焦作利用优异的生态环境，通过建设具备国际水准的会议会展、酒店设施等，可以大力开展商务会议旅游。商务、会议旅游活动随之带来的住宿、餐饮、交通、游览、休闲、通讯等活动将大大刺激焦作的旅游业发展。

（3） 自驾旅游

根据国际规律，当年人均可支配收入达到 1000-1500 美元时，家庭轿车将出现爆发性需求。自驾车旅游市场具有较高受教育程度，拥有较强旅游意识和旅游素养；多为为城镇居民中高收入者，消费欲望和能力均高于一般游客。以观光与休闲度假游为主，兼有商务旅游、美食娱乐和探险摄影；各地风景名胜区是自驾车游客的首选。绝大多数出游时间为 1-3 天，一般在半径 300 公里以内的短距离自驾游；驾车的时间长度一般不超过 6 小时；集中于双休日和黄金周。风景优美又富有自然情趣的森林和乡村田园景区是重要目的地。重视口碑、带动性强；忠诚度较高。

（4） 青少年研学旅游

国家大力发展研学旅游，研学旅游已成为青少年成长过程中不可或缺的一部分，甚至逐渐还被纳入到本国教育法律和学校教学体系当中。从教育和旅游两个基本特性出发，焦作应开发出不同主题、不同年龄段、不同种类的真正满足研学旅游市场需求的产品。例如，开发以影视动漫、体育、人文科技、爱心扶贫、旅游探秘等为特色主题的研学旅行，多维度满足青少年在知识探究、能力培养、情感体验、人格塑造等方面的需求；积极推出爱国主义教育、乡土乡情等精品旅游线路，在景区开设青少年研学旅游基地，努力打造高质量的研学旅游品牌和形象。

（5） 度假旅游

度假市场有别于大众阶层，需要旅游目的地要有鲜明的、独特的旅游形象；便捷的信息及购买渠道；良好交通可进入性；安全的旅游环境；舒适、功能完善的旅游基础设施和服务设施；一流的景点及旅游环境，有特色的旅游项目、可参与性良好的旅游活动；一流服务与管理。

因此要加快康养度假产品的建设，建设焦作的国家旅游度假区，满足度假旅游市场的需求。

3. 入境游客市场

焦作的入境旅游市场主要市场面对日韩、港澳台、东南亚、欧洲、北美等市场，以观光探险、文化体验、休闲康养为主，开发的旅游产品主要包括南太行峡谷溪流、森林康养、太极文化、黄河文化体验等旅游产品。

依托郑州机场，将会有国际航线市场，逐渐成为中部国际航空枢纽；因此，焦作依靠郑州机场的有利交通区位可以逐渐发展入境客源市场，将韩日、港澳台、东南亚、欧洲、北美做为焦作市海外旅游市场。

(1) 对接西安入境旅游市场

根据《中国入境旅游发展年度报告 2017》中对入境客流旅游目的地的分析，北京、上海、成都、重庆、昆明、桂林、沈阳、广州、深圳、西安是入境客流的主要目的地及扩散路径。而选择将西安作为目的地的客流多数会选择西安-登封-北京的北上路线，因此，对接西安入境旅游市场，对接登封，是焦作打开入境旅游市场的重要机会。

(2) 对接郑汴洛全域旅游示范区入境旅游市场

2005-2014 年间，河南入境旅游目的地主要集中在洛阳、焦作、开封、郑州。这四个城市在河南省入境市场的占有率为 84.05%，之所以拥有如此高的市场占有率，一方面是因为外国游客来河南旅游主要选择国家级的景点，河南省的国家级景点主要集中在这四个城市，另一方面是因为这四个城市旅游交通相对发达，旅游设施齐全。但是近几年这四个目的地城市的市场增长率呈现下降趋势，这反映出旅游产品已经缺少吸引力。

2016年8月,国务院决定设立中国(河南)自由贸易试验区。2017年9月,河南省政府依托中国(河南)自由贸易试验区,打造郑汴洛全域旅游示范区,将郑汴洛全域旅游示范区打造成世界著名的华夏文明旅游目的地。郑汴洛全域旅游示范区将深度对接国家“一带一路”倡议,积极开拓沿线国际旅游市场。依托郑汴洛三市航空、高速铁路、高速公路等现代交通网路和智慧旅游资源汇集优势,针对不同国家和地区游客需求,精准设计的特色旅游线路将拉动入境游市场。

焦作与郑汴洛经济及交通联系紧密,具有较强的地缘优势,未来可以与郑汴洛全域旅游示范区共享入境游客市场,实现与郑汴洛焦入境旅游的协同化开发。

(3) 焦作国际旅游产品建设重点

结合自身的旅游资源条件,焦作应从“太极拳、云台山、黄河文化”三大明星资源入手,建设国际旅游吸引物,以此发展国际旅游品牌。

■ 强化太极拳文化作为世界级旅游吸引物的地位

起源于焦作温县陈家沟的太极拳,是太极拳的发源地,是汉民族的文化名片,极富中国传统特色元素,也是焦作市独特的文化资源。经过多年传播,太极拳已远播150多个国家和地区,有80多个国家和地区建立了太极拳组织,全世界习练太极拳的人数约有3亿人。太极拳已逐渐成为连接不同种族、不同民族、不同语言、不同国家的文化纽带,成为中国文化对外交流传播的重要载体。

《河南省参与建设“一带一路”实施方案》指出,大力宣传推广历史文化、民俗文化,加强禅武文化、太极文化海外交流。太极拳与少林功夫一起,作为中国功夫的代表,可以借“一带一路”的发展,在沿线国家和地区日益扩大影响,成为河南省重要的国际文化名片。以太极拳文化作为国际旅游吸引物,不仅仅意味着发展陈家沟景区,更需要推进与太极拳相关的国际旅游服务设施的建设及品牌的宣传。

■ 要实现云台山旅游的品牌升级,拓展国际旅游市场

云台山经过多年的发展,在焦作旅游发展过程中担当大任,是旅游开发的先遣队。以云台山景区为代表的焦作山水旅游品牌声名远播,在国内旅游景区排行榜上有很高的认识度,是焦作旅游的品牌代言。

随着旅游市场的发展，应认识到云台山的世界级品牌价值，应利用云台山的资源优势，升级旅游产品，使其产生国际影响力，从而对焦作市全域旅游发展产生辐射和拉动作用。因此，云台山应抢占国际旅游市场的先机，形成云台山的二次革命。

■ 要为以黄河文化为代表的国际文化旅游项目预留空间

如果说云台山和太极拳是焦作国际旅游发展的领头羊，那么黄河文化旅游可以说是焦作国际旅游发展的后备军。黄河文化旅游一方面占有地理空间优势，能够与太极、少林、郑州联动发展，形成有机联系的功能区域；另一方面，黄河沿线集中了太极文化、怀药文化、黄河文化三大文化，以及集合了嘉应观、生态湿地、小麦、怀药等优势文化资源，能够形成具有多样文化形态的综合旅游开发，呼应文化旅游的市场需求。因此，焦作要赢得入境游客市场，就必须考虑为以黄河文化为代表的国际文化旅游项目预留空间。

第十一章 旅游产业发展与供给侧改革研究

一. 产业发展情况

1. 现状概况

2017年焦作国内旅游收入375.65亿元。其中，国内一日游游客1867.41万人次，国内一日游收入94.06亿元；国内过夜游游客2791.2万人次，国内过夜游收入281.59亿元。

2018年，全市共接待海内外游客5283.44万人次，实现旅游综合收入433.45亿元。国内游客5245.59万人次，国内旅游收入422.6亿元；国内一日游游客2098.24万人次，国内一日游收入155.10亿元；国内过夜游游客3147.35万人次，国内过夜游收入267.5亿元；入境一日游游客19.61万人次，创汇4627.96万美元；入境过夜游游客18.24万人次，创汇12109.65万美元。

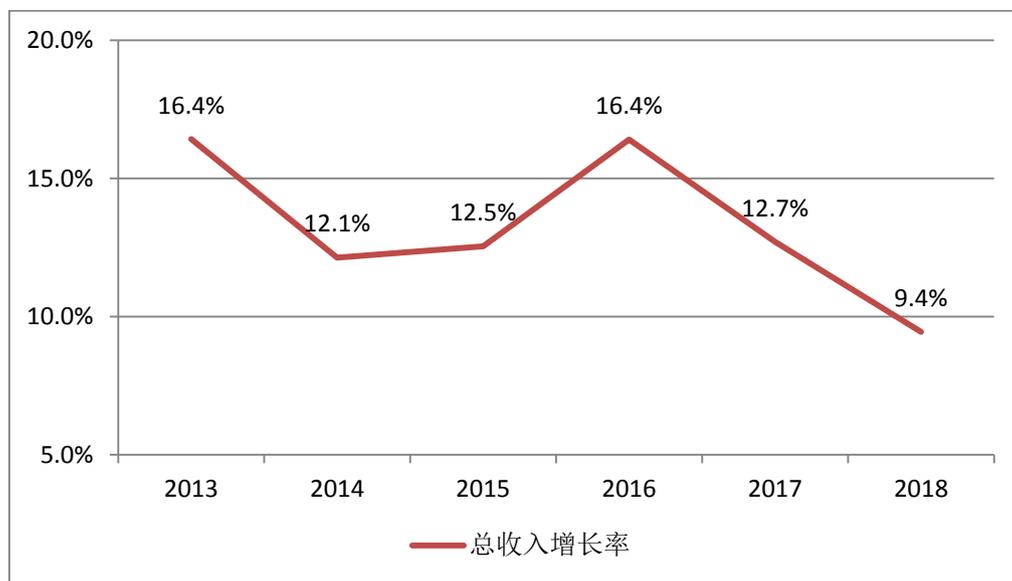


图5 2011-2017年旅游业总收入增长率统计图

从2010年到2018年，旅游业对焦作社会经济发展的贡献持续稳步增加。

从近几年焦作在主要旅游销售平台加推的旅游产品来看，增加了文化体验、养生度假、山水休闲、特色民宿等重要旅游项目，此外，乡村体验、民俗旅游等产品也是关注热点。从人均消费数据来看，近期年消费水平也呈现上升趋势，门票占游客消费的比重逐年下降。

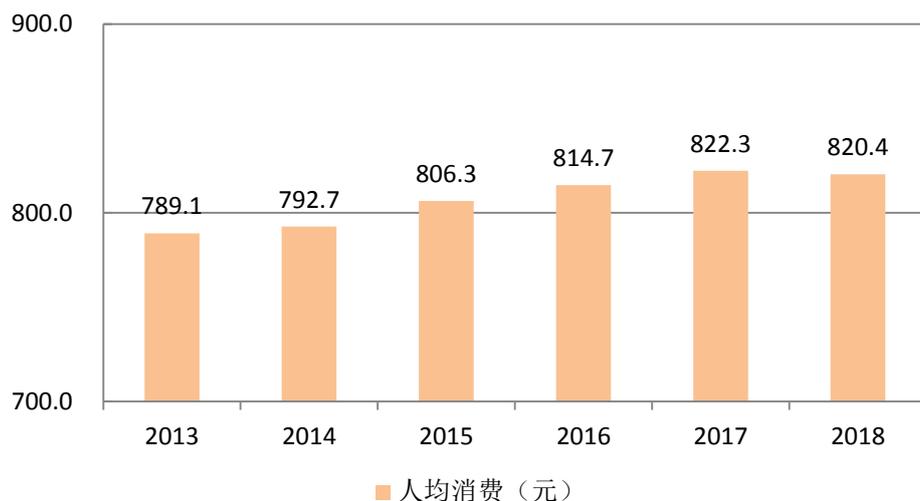


图6 旅游人均消费统计图

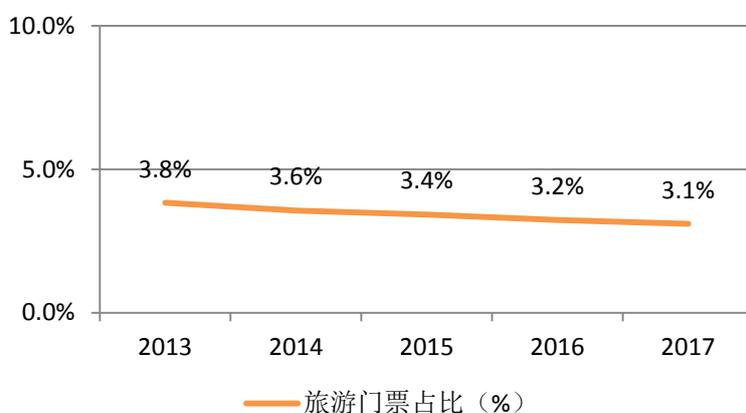


图7 门票收入占旅游业总收入比重图

在产业要素上，焦作目前旅游产业要素体系建设较为完整，在“吃、住、行、游、购、娱”以及数字信息化等各方面，能为游客和市民提供相应的配套服务。但也要看到，旅游产业要素建设中的短板仍旧存在，特别是旅游交通出行、购物、娱乐等方面，一直以来都是焦作旅游业发展的不足之处，在从景区旅游向全域旅游发展转变的过程中，旅游要素的配套建设与景区建设一样，将成为促进焦作旅游产业转型、高效、可持续发展的铺路石与新的增长点。

2. 规模预测

在《焦作市旅游产业发展总体规划（2012-2020）》中提出，到2020年，全市接待入境旅游者将达到123万人次，旅游外汇收入达到10亿美元；接待国内旅游者达到6197万人次，国内旅游收入达到562.9亿元；旅游总收入突破620亿元，相当于GDP比重的18%；旅游产业直接就业人数达到10万人以上，间接

就业人数突破 50 万人。

3. 对比分析

根据焦作市与省内和国内知名旅游城市的比较,可以发现,焦作市旅游发展水平(游客量、旅游业总收入)、旅游产业比重(占GDP比重)、旅游品质(人均花费)都相对较低,还有很大的提升空间。

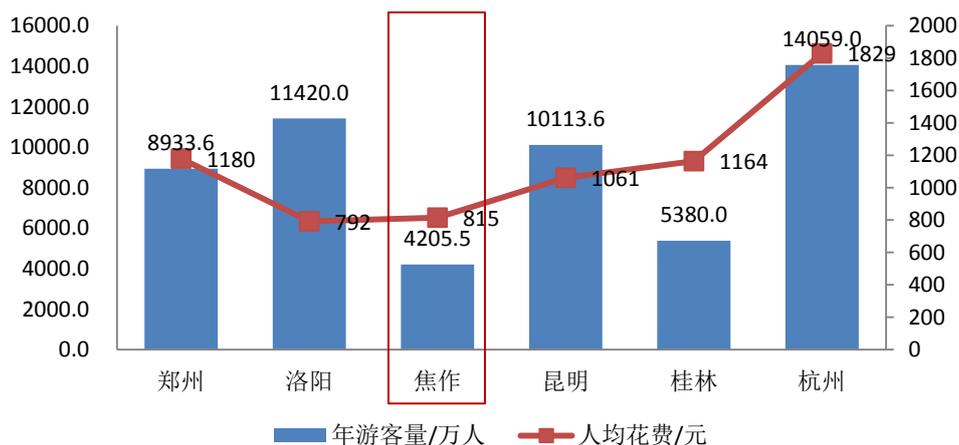


图 8 2016 年焦作及其他旅游城市年游客量及人均花费比较图

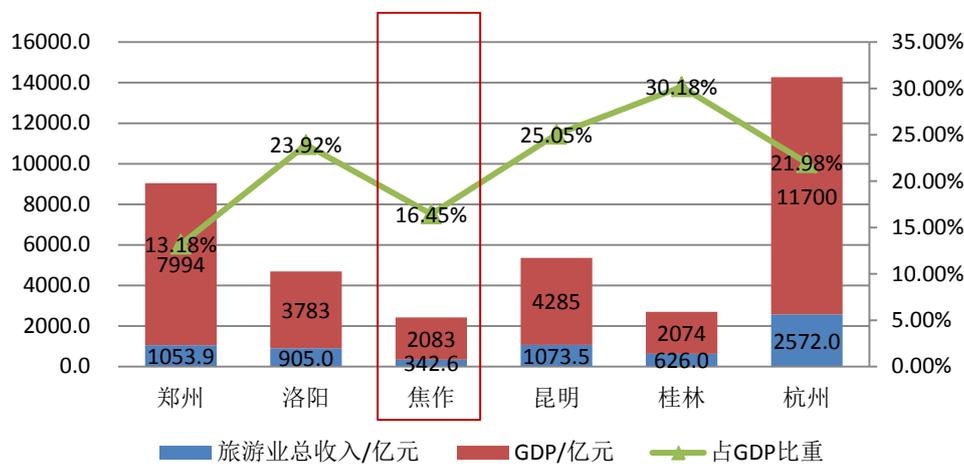


图 9 2016 年焦作及其他旅游城市产业发展比较图

二. 资源环境利用条件

1. 现状情况

在“焦作现象”时期,焦作主要是依赖云台山景区的山水旅游来带动全市旅游业的快速发展。经过近 20 年的发展,焦作目前的旅游仍在较大程度上依赖云台山景区的自然山水观光产品,虽然近年来云台山开发了一些乡村民宿项目来丰富游客的选择,但受制于发展空间,难以达到足够的体量来辐射和影响焦作的全域旅游,仍然只是山水观光产品的补充。云台山巨大的游客流量对焦作市其他景区的辐射和拉动作用没有有效发挥出来。

在大力推进山水旅游品牌建设的同时,焦作一直致力于以太极为另一核心品牌的文化旅游产品的开发。从本世纪初开始,地方政府主导开发陈家沟景区,陈家沟从一个普通的农村到现在被命名为“陈家沟太极拳文化旅游区”,投资巨大。然而,随着近年来“在陈家沟开拳馆不如海外教拳”、太极作为武术“从能打最重要,到现在市场是王道”的转变,使得陈家沟渐渐成为了“消失的武林”。除了目前尚还在修复的陈家沟传统村落风貌和景观外,已建的太极拳祖祠、博物馆等也多为静态类的参观项目,尽管场馆品质和展陈内容较好,但对游客的吸引力不强,加之没有其他延伸类的配套产品,旅游人气不足。

除此之外,焦作的黄河生态、治水文化、工业文明、历史名人等资源开发都较为欠缺,没有形成游客必选、必到的旅游目的地。同时,怀药等旅游购物商品开发不够,城市特色商业、娱乐活动不足。

2. 利用条件

(1) 自然生态环境

焦作市地处太行山脉与豫北平原过渡地带,整个地势自西北向东南倾斜,由北部山区到南部平原依次逐渐降低,呈阶梯式变化,层次分明。地貌类型主要由山区、丘陵、平原组成。

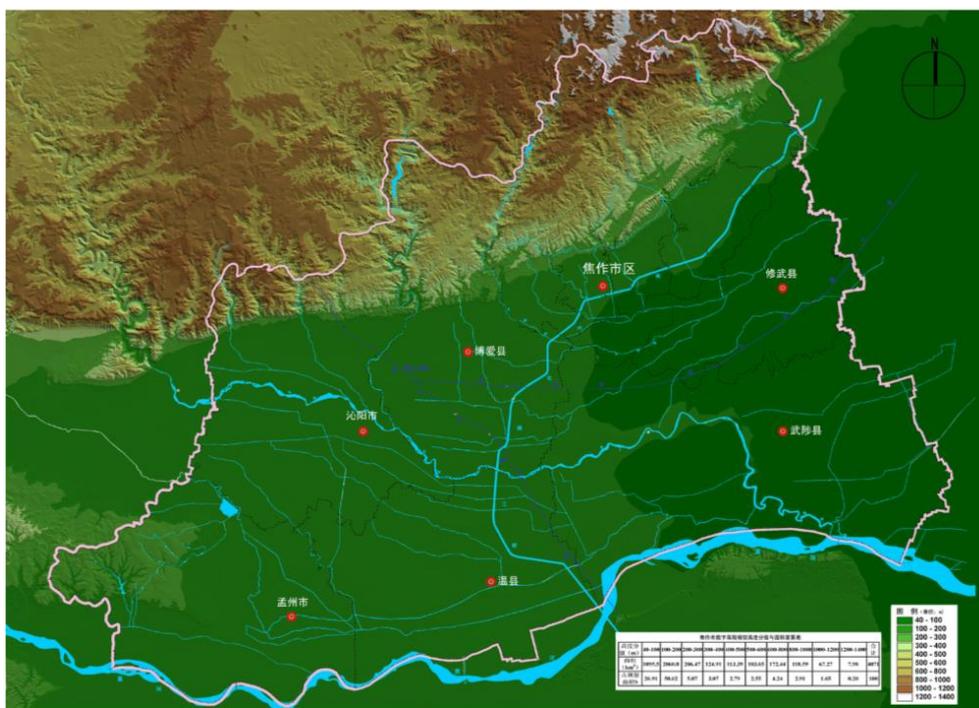


图 10 焦作市数字高程模型示意图

从焦作市山地、丘陵和平原的空间分布分析,山地区属太行山系的组成部分,主要分布于修武县北部,经焦作市区、博爱至沁阳市西部,面积约 1300 平方公里,平均海拔在 500 米以上,为构造剥蚀中低山地貌,基岩裸露,地形陡峭,沟谷深切,地表岩溶地貌发育。丘陵区分布于山区外侧的修武、武陟和孟州等地,海拔高度介于 150—250 米之间,面积约 424 余平方公里,地力贫瘠,开发利用条件较差。平原区集中分布于市域的中部和南部地区,分属于太行山山前洪积平原和黄河、沁河冲积平原,面积约 2317 平方公里,地势平坦,土地肥沃,灌溉方便,是焦作市土地利用精华之所在和粮、油、菜、果、药等的主产区。

■ 山地丘陵生态维护

根据土地坡度等条件判断,焦作全市有 10.02%的地区地形坡度大于 20 度,主要集中在太行山地区。鉴于北部山区大部已划为景区,开发风景游览,因此,要严格落实自然保护区核心区与缓冲区、风景名胜核心区等重点地区的生态环境保护规定与要求。旅游景点和产品项目开发时,一定要注意治理水土流失和滑坡灾害,避免在生态景观高度敏感地区大兴土木,建设宾馆、度假村等旅游接待服务设施。

要在北部山区的前山区,即沿太行山脚下形成生态廊道和生态涵养带,处理

好北部旅游景区与南部城镇发展用地之间过渡空间的生态环境保护与修复工作，着重从矿山治理、森林修复等方面，控制开发强度、科学规划游憩项目，使之成为城景过渡协调的特色空间。

■ 水环境保护

根据水文资料的解读，焦作境内有黄河、沁河、丹河、大沙河、蟒河、济河等较大河流 20 多条。黄河流经市境南部，长 110 公里，年均流量 1440 立方米/秒。其他河流大多发源于晋东南地区，水量多较丰富。其中，属于黄河流域的沁河是焦作市最大的河流，丹河是沁河最大的支流，水资源较丰富。保护好这些河流及其流域，特别是黄河沿线的生态环境，为焦作建设山水旅游城市奠定了先决条件。尤其要落实《河南黄河湿地国家级自然保护区总体规划》等相关规划要求，在不断完善基础设施、监测条件的基础上，处理好保护与利用的矛盾，通过加快湿地保护与恢复等建设，科学合理地引导生态旅游，达到人与自然和谐共生。

（2）文化旅游资源

焦作市历史悠久，文物古迹众多，全市共有重点文物保护单位 773 处，其中全国重点文物保护单位 27 处，省级文物保护单位 104 处，市级文物保护单位 675 处。焦作还有国家级非物质文化遗产 13 项，省级“非遗”项目 59 项，市级“非遗”项目 102 项，市级以上“非遗”代表性传承人 273 人，市级以上传习所 35 个，市级以上传承基地 10 个，市级以上生产性保护示范基地 11 个。

■ 严格保护

严格执行《中华人民共和国文物保护法》等法律法规的规定，对划定的文物保护单位保护范围和建设控制地带内的旅游开发行为予以规范。

根据考古发掘可以看出，焦作的历史文化源远流长，从旧石器时代直指近现代，焦作的历史文化连绵延续，发展不断。因此，要进一步加强对不可移动文物和历史遗迹遗存的挖掘、保护，继续做好文物保护单位申报和其他具有价值的历史人文资源的挂牌保护工作。

■ 科学利用

据史志记载，焦作全市有 60 座历史古城，其中最特色的当数府城遗址和山阳城遗址，沁阳、修武等都是拥有千年历史文化积淀的古邑。更有为数众多的古迹遗址和文化遗存，特别是出土的代表汉代集农业经济储粮技术、建筑技术和居住方式为一体的陶仓楼以及汉献帝陵等汉文化遗存，也是焦作的独特文化资源。

此外，焦作位于黄河中下游北畔，农业开发历史悠久，人类活动影响广泛，是华夏民族发祥地的中心地带。经过漫长历史积淀和文化遗产，在怀川大地上留下的传统村落格局、田园风光肌理、历史文化脉络等都要予以重视保护，并通过挖掘整理后加以传承，构建具有焦作地方特点和文化特色的景观风貌。

因此，应大力推进国家、省两级历史文化名镇名村与历史文化街区、传统村落、考古遗址公园等的申报与规划工作。要在保护真实性和完整性的整体框架格局下，不仅加强对资源本体的保护，还要形成多资源和突出文化特色的保护合力，科学利用文化资源、传承地方非遗文化特色，共同振兴地方文化。

三. 主要问题

从目前看，焦作旅游业发展仍存在诸多问题。以云台山为代表的南太行山水，以嘉应观、穿黄工程等为代表的黄河文化旅游资源，以陈家沟为代表的太极文化资源构成了焦作旅游的资源 and 品牌吸引。但是在优势资源与品牌并未形成焦作强大的旅游产业。目前，焦作旅游产业要素发育不足，旅游产业链较短，门票经济特征显著；旅游产业集群尚未形成，缺乏区域性综合旅游服务基地。

1. 市场结构与消费结构失衡

从旅游市场看，焦作面临着由国内市场占绝对主导向国际、国内共同发展的客源结构转变，目前国内特别是周边市场占到焦作旅游市场的 70%-80% 以上，这种不合理的客源结构成为了制约焦作旅游业转型升级发展的最大问题。

从旅游消费结构看，焦作面临着由门票经济向综合消费提升的转变。目前，门票、交通等非弹性消费比例过大，购物、特色餐饮、文化娱乐等弹性消费项目比重过小。亟待延长游客停留时间，增加弹性消费项目，延伸产业链条，提升综合旅游消费水平，推进门票经济向综合经济转变。

2. 旅游产品质量及其组合与旅游需求不匹配

焦作的旅游产品总体在内容、档次、时间和空间分布等方面,与日益成熟理性、注重细节和品质且层次丰富的旅游消费需求存在不匹配的状况,主要体现在:

(1) 旅游产品以自然山水观光为主,缺少休闲度假产品

在“焦作现象”时期,由于适应了当时市场对于山水观光的需求,焦作赖以云台山为代表的山水景区实现了快速的旅游发展。经过近20年,云台山景区供不应求,但一般性景区如神农山,则经营惨淡,资源闲置。

从城市整体旅游格局来看,自然观光类的旅游产品在焦作的旅游产品结构中仍是主角,以云台山为代表的南太行观光游产品供给占据着较大的市场份额。虽然云台山景区近年来开发、建设了“云上的院子”等乡村民宿项目,但受制于发展空间,开发建设体量较小,产品质量不一,不能形成具有规模效应的休闲度假产品,无法满足市场对于休闲度假的需求。

(2) 文化旅游产品品质不高

焦作一直在不遗余力的开发太极文化旅游产品。地方政府主导开发的陈家沟景区,建设了太极拳祖祠、博物馆等,开展了“两赛一节”,为太极文化的展示、宣传打开了局面,吸引了一些游客群体。

但可以看到的是,随着体验经济时代的到来,以及游客对于文化旅游深度的需求,焦作的太极文化旅游产品日渐显露出有心无力之态。一方面,太极拳祖祠、博物馆等静态类参观项目,参与度低,难以引起大众游客对于太极文化的兴致,对游客的吸引力不强;另一方面,对于太极拳的专业习练者来说,太极拳祖祠、博物馆等流于大众,家庭武馆又满足不了对于太极拳习练的品质要求,大师工作室常年“有名无实”,太极拳练习、培训的文化配套不足。因此,于大众,于专业者,焦作的文化旅游产品都还需与日俱进、精益求精。

除太极文化旅游产品外,焦作的历史名人、怀药文化、治水文化、黄河文化等都具有极大的文化旅游开发潜力,但目前这些文化资源的开发难以兼顾,没有形成游客必到的旅游目的地。

另外，四大怀药、焦作小吃、地方物产等旅游商品处于尚未开发的状态，缺少知名品牌及老字号，城市特色商业、娱乐活动不足，都难以满足对文化旅游的需求。

(3) 产品缺少组合性

伴随现代交通的发展，旅游消费时空关系变化多样，也逐渐暴露出焦作旅游产品布局与组合、线路设置和区域产业布局等方面的问题，如缺乏与中原城市群中郑州、登封少林寺等的产品组合，缺乏南太行沿线的产品组合，缺乏经典旅游游线等。

3. 旅游产品的供给量与旅游需求不匹配

从旅游产品的供给来看，一是由于焦作景区之间开发建设的不平衡，使得目前的旅游产品和线路组织多为短途和单一目的地产品，缺乏景区产品的组合。二是旅游文化内涵挖掘不够，大部分项目仅停留在观光产品上，没有深度开发，由此也缺乏相应的产品链。三是旅游交通、旅游购物、文化娱乐等旅游要素配套不完善或缺失，旅游产业的综合效益无法体现。四是景区特别中心城区等旅游基础设施、服务配套设施不能满足需求，留不住游客。五是缺乏自驾车营地、养生度假等特色专项产品。

焦作作为郑州大都市区的重要次级中心，将全方位分享中原城市群的旅游市场，利用“一带一路”的市场优势，还可开拓国际旅游市场。目前焦作的旅游产品供给不能有效满足大规模增长和多样化的市场需求，尤其是满足中原城市群居民日益增长的休闲需求。

4. 旅游服务供应链的供给与旅游需求不匹配

旅游产品的综合性决定了单个旅游企业不可能提供完全的产品，旅游服务供应链的存在成为必要。旅游服务供应链就是围绕满足旅游者的需求而构建的包括食、住、行、游、购、娱等在内的一套旅游服务系统。

云台山、陈家沟、神农山等景区仍较为依赖团队旅游，这种旅游供应链模式通常缺乏全面整合的系统观，容易忽视旅游者的个性化需求，在一定程度上不利

于服务链上供给资源的优化组合,会造成资源的浪费,以及引发供给与需求错位。团队旅游市场中的乱象之所以久治不愈,是旅游供应商进入门槛过低,良莠并存、甚至劣胜优汰的结果。

从整个旅游服务供应链来看,焦作长期偏重景点环节的供给,忽视住宿、餐饮、购物、娱乐和康体环节的供给,存在结构失衡和综合经济效益不高的现象。例如,焦作的旅游饭店业看起来资产存量很大,但是总体资产质量和经营效益较差,产业结构和空间分布也不均衡,市区、博爱及修武的旅游饭店存量基本无法发挥作用;旅游购物缺少具有品质的商品,满足不了需求,家庭度假、乡村旅舍、汽车营地、青年旅馆、慢行步道等大众休闲设施缺乏。

5. 旅游公共服务的配套供给与旅游需求不匹配

旅游公共服务的内容非常广泛,旅游设施、旅游交通、旅游信息、安全保障等都在旅游公共服务的范围之内。随着大众旅游时代的来临以及散客为主的市场特征的形成,旅游公共服务在自助旅游过程中的重要程度日益凸显。

从焦作旅游公共服务的供给现状来看,旅游公共服务在内容、档次、形式与布局上都存在着与大众旅游需求不匹配的问题:

在旅游交通服务方面,旅游绿色通道、旅游专线、旅游集散中心、旅游停车场等服务多围绕云台山配备,其他旅游区域(如神农山、沁阳、陈家沟、嘉应观、特色小镇、乡村旅游等)存在匹配不合理、旺季供给不足及淡季资源闲置等问题。

在旅游公共信息服务方面,旅游信息平台建设、运营及管理等方面同样存在也存在不能契合旅游者需求的问题。比如市区没有综合的游客服务中心,在高铁站、郑州机场、高速公路出入口等核心交通疏散点,没有旅游公共信息服务提供给旅客。

在旅游解说服务方面,依旧存在着旅游标识不合理、指示导引不规范、内容不正确等问题。虽然云台山、陈家沟等景区已经开始注重智慧化建设,但与游客对旅游信息的及时、便捷、精确、多样化的需求还有存在较大差距。

公共服务是大众化旅游发展时期旅游经济运行质量的核心支撑要素,其规模

和质量直接决定着能否给旅游者带来有尊严、畅爽愉悦的旅游体验。

6. 开发投资问题

目前旅游景区建设和旅游项目投资方式单一，多数由政府单方投资，市场化机制偏弱，导致企业发展环境一般，还有待进一步盘活社会集资办旅游、个人承包搞旅游、股份制办旅游等多渠道筹资方法。旅游开发商，一次投资，长期受益思想严重，在客观上也导致了旅游产品更新与高端特色产品开发不到位；旅游企业作为市场经济主体，在焦作旅游产业中的主动性和体制机制的发展壁垒仍待破解。

四. 改革要点

供给侧改革是未来一段时间国家宏观经济层面的战略举措。从人类需求的发展变化趋势来看，在物质需求得到满足以后，对服务和精神产品以及知识产品的需求开始上升，最具有成长前景的是旅游、休闲、娱乐等几大产业，尤其是旅游业。在中国的供给侧调整进程中，以制造业为主的供给部门比重将逐渐下降，增加旅游等产业的供给，事实上是中国经济供给侧补短板的一种方式。

当前，我国居民消费步入快速转型升级的重要阶段，旅游业正迎来黄金发展期；同时，旅游业也处于矛盾凸显期，旅游产品供给跟不上消费升级的需求，政府管理和服务水平跟不上旅游业快速发展的形势。旅游业发展要适应和引领经济发展新常态，加快转变发展方式，着力推进旅游供给侧改革，发挥市场在资源配置中的决定性作用和更好发挥政府作用，促进旅游业持续快速健康发展，为国民经济稳增长、调结构提供持久动力。

焦作旅游业发展中的基本矛盾，是旅游供给不能有效满足大规模增长和多样化的市场需求。要解决这一矛盾，需要从政府管理和市场机制上给旅游业“松绑”，增加旅游供给总量，提高旅游供给质量，调整旅游供给结构，补充旅游供给短板。

1. 统筹协调发展适应旅游消费升级

从条块分割、独立发展向区域整合、城乡统筹、城景融合、整体推进转变，

实现向全域旅游、统筹发展的跨越。在发展思路、体制政策、规划管理、产品经营等各方面，改变目前焦作单一景区目的地的项目开发和旅游要素建设模式，以资源产品组合为重点，打破区域、城乡、景城之间的壁垒，增加城市群居民、游客之间的水平流动和市域景城村间的垂直流动，丰富旅游体验内容，延长旅游产业链，从而实现旅游产业促进带动城乡社会经济发展的积极作用。

2. 增加旅游供给总量

未来焦作旅游供给总量的增长，主要在于若干新兴领域的旅游供给能否突破，实现从以观光为主的门票经济，向以景区建设和城市旅游发展为双轮驱动、产业要素配套完善的产业经济转变，实现向支柱产业跨越。重点开发观光休闲、养生度假、文化体验三大类旅游产品，培育新的旅游消费热点，大力推进旅游产业融合发展，实现向复合型旅游目的地跨越。打造特色精品，推动高端旅游发展，吸引游客、留住游客、保持长久竞争力和建设国际旅游目的地。

要大力开发各类乡村旅游、农业旅游、水利旅游、工业旅游、林业旅游、商务旅游、研学旅游、医疗旅游、养老旅游、健康旅游、休闲度假、文化旅游等新兴旅游产业业态，推进景区、城市和乡村复合型旅游目的地建设。推动旅游产品多样化发展，实施乡村旅游富民工程，开展各具特色的农业观光和体验性旅游活动。建设特色景观旅游村镇、乡村旅游点和休闲农庄等旅游产品。积极发展休闲度假旅游，引导城市周边休闲度假带建设，推进旅游度假区、大型主题公园等发展。

要在结合“新型城镇化”进程中，重点推进旅游产业发展从“城外”旅游到“城内”休闲转型，推进城市文化、娱乐、购物、商贸、会议等与旅游休闲相关的产品业态发展，加快休闲城市建设，打造全天候的旅游目的地。

3. 提高旅游供给质量

旅游供给侧改革应该树立精品意识。无论是旅游景区、旅游饭店，还是乡村旅游、休闲街区，还是旅游线路、中介服务都要致力于打造精品。要重点依托传统旅游景区的提质升级，打造焦作云台山、太极、黄河等一系列知名旅游品牌，构建围绕这些品牌的系列化旅游产品和产业链延伸，积极发展入境旅游合作。

提高旅游商品的供给水平,满足旅游购物的需求,创新“旅游+购物”方式,提升旅游购物质量,创造和拉动旅游购物消费,是旅游供给侧改革的重点之一。

提高旅游产品供给的科技水平。在旅游业内部应用互联网、高科技的规模和深度进一步提升,深化旅游体验。加速推动将云计算、大数据、物联网、移动通讯终端技术运用于旅游发展中,加强旅游景区、酒店、乡村、城市等旅游业态的智慧化建设。

通过将互联网技术应用于更多的旅游消费场景,如支付方式、虚拟现实等技术的应用,旅游和其他产业(如医疗、教育、文化、娱乐)的跨界融合,能够将游客的旅游体验得到极大地延展和深化。

4. 调整旅游供给结构

(1) 旅游产品结构优化

在焦作旅游供给侧结构性改革的过程中,需要更加旅游产品结构的供给与优化,不断完善提高休闲度假游产品的游客体验度和满意度,多增加一些游客能够亲自参与、体验的旅游活动,进而增强旅游产品的吸引力。

在全域旅游的概念下,资源可以转化、融合为旅游休闲的新供给,成为引导、创造和满足人们旅游消费需求的新空间。“旅游+”、跨界整合、融合发展将成为旅游产品结构优化的新路径。嘉应观可以打造成为沿黄服务郑州都市区的一个多元消费的旅游休闲综合圈,七贤文化旅游小镇可以成为一个人们旅居生活、体验七贤雅士文化、休闲娱乐的旅游休闲目的地,小麦、四大怀药等农业资源可以打造成为农业公园。

通过将南太行沿线的景区及生态资源优势整合,形成集群发展;在黄河沿岸,整合农业资源,与城市发展相结合,与登封、郑州等市场结合;通过将乡村由粗放低效转向精致高效;将城市休闲游憩建设与城市旅游、文化旅游结合,共建共享,就可做出旅游产品格局的结构调整。

“旅游+居民和家庭服务”、“旅游+健康服务”、“旅游+体育服务”、“旅游+养老服务”、“旅游+文化服务”、“旅游+城市生活”等都将成为新的有效供给,

促进旅游供给结构调整。

(2) 旅游要素结构优化

公共服务一直是焦作旅游发展的重要方面,是实现母港城市的基础。以市场需求为导向,完善旅游公共服务设施,提高公共服务供给效率是焦作旅游供给侧改革的重要内容。

首先,应加强旅游公共服务供给的市场化与社会化,构建政府主导、多方参与的旅游公共服务体系。旅游业基础设施是目的地旅游发展的基础支撑之一,但仅依靠景区自身的财力还无法做到尽善尽美,需要更多地依靠市场和社会力量。

在以市场和社会化为核心的旅游公共服务供给体系中,公众可以自主选择服务主体,公共服务供给形式也可多种多样,如民营化、合同出租、合同外包、公私合作、凭单制、用者付费、志愿服务等。这种供给制度既缓解了政府的财政压力,又能通过不同主体之间的相互竞争有效地为公民提供多种服务,从而实现资源的优化配置。要在借鉴国际先进经验的基础上,完善旅游公共服务标准,规范旅游公共服务。同时,充分利用现代科学技术,提高旅游公共服务的水平和质量。

其次,因地制宜推动旅游公共服务配套设施的建设,提升旅游承载能力。重点建设南太行高速、沿黄通道等旅游道路、景区停车场等基础设施。在中心城区、高铁站、城际铁路车站等地建设旅游集散中心和游客服务中心,加快推进直升机场建设,开发低空旅游产品。提升旅游从业人员服务意识和水平,健全旅游标准体系,重点保障餐饮、住宿、厕所的卫生质量。以信息化为主要途径,全面提升景区、城市的旅游信息化服务水平,提高旅游服务效率。

5. 重构利益分配机制

政府在旅游供给侧结构性改革利益分配中起着至关重要的作用,是旅游供给侧结构性改革利益分配政策的主导者,更多的职责是出台相关政策保障旅游供给侧结构性改革的推进,重新构建相关利益者的利益分配机制。

政府一是制定出台促进旅游产业发展的政策,鼓励居民出行旅游,特别要出台关于保障居民旅游权利方面的政策,为居民出行旅游创造更好的环境,通过做

大旅游经济收入总量的方式提高利益分配水平。二是进一步丰富旅游公共产品的供给，破除由市场提供旅游公共产品的单一渠道，地方政府可以从旅游产业发展的角度增加一些旅游公共产品。三是建立完善旅游公共服务设施，提供便利的旅游出行、安全预警、交通状况等信息资讯，提高旅游出行效率，进而增加旅游收益。

同时要做大做强旅游企业，推进旅游产业的市场化运作。政府主要发挥市场监督和间接管理职能，放宽旅游市场准入，打破行业、地区壁垒，简化审批手续，鼓励社会资本公平参与旅游业发展，鼓励各种所有制企业依法投资旅游产业。涉及景区景点经营和产品设计营销等问题，由旅游企业和各市场主体自行根据市场规律做出相应决断。

第十二章 区域旅游发展研究

一. 中原城市群旅游发展

1. 中原城市群发展背景

2016年12月,经国务院批复同意,国家发改委正式发布《促进中部地区崛起“十三五”规划》,规划中明确提出发展壮大中原城市群,支持郑州建设国家中心城市。同月,国家发改委印发了《中原城市群发展规划》,在发展规划中,明确了中原城市群的核心发展区以及联动辐射区,即:“中原城市群以河南省郑州市、开封市、洛阳市、平顶山市、新乡市、焦作市、许昌市、漯河市、济源市、鹤壁市、商丘市、周口市和山西省晋城市、安徽省亳州市为核心发展区。联动辐射河南省安阳市、濮阳市、三门峡市、南阳市、信阳市、驻马店市,河北省邯郸市、邢台市,山西省长治市、运城市,安徽省宿州市、阜阳市、淮北市、蚌埠市,山东省聊城市、菏泽市等中原经济区其他城市”。

《发展规划》的推动,旨在努力把中原城市群建设成为经济发展新增长极、重要的先进制造业和现代服务业基地、中西部地区创新创业先行区、内陆地区双向开放新高地和绿色生态发展示范区,构建网络化、开放式、一体化的发展新格局。《发展规划》中指出,要推进郑州大都市区建设。依托郑州中心城区、航空港区等,强化国际开放门户和多式联运物流中心功能,建设国家级“双创”示范基地和区域经济、文化、商贸中心,打造集中体现区域竞争力的大都市区核心区,进一步发挥辐射带动作用。

2017年6月印发的《河南省建设中原城市群实施方案》,明确焦作为郑州大都市区的次级中心之一,促进郑州与焦作等四市的深度融合。焦作沿黄三县(市)紧邻郑州中原城市群中心城市、洛阳副中心城市,交通十分便利。开发旅游,为中原城市群提供生态文化旅游产品,是焦作旅游产业的机遇,是河南省十三五规划的安排,也是焦作融入中原城市群的需要。

表 5 中原城市群各城市的功能定位表

城市	功能定位
郑州	河南省省会，中国历史文化名城，国际文化旅游城市，全国区域性中心城市，全国重要的现代物流中心，区域性金融中心，先进制造业基地和科技创新基地
洛阳	中国历史文化名城，国际文化旅游城市，中原城市群副中心，先进制造业基地，科研开发中心和职业培训基地，中西部区域物流枢纽
开封	中国历史文化名城，国际文化旅游城市，中原城市群纺织、食品、化工和医药工业基地，郑州都市圈重要功能区
新乡	中原城市群高新技术产业、汽车零部件、轻纺和医药工业基地职业培训基地现代农业示范基地北部区域物流中心
许昌	中原城市群高新技术产业、轻工、食品、电力装备制造基地，特色高效农业示范基地和生态观光区
焦作	国际山水旅游城市，中原城市群能源、原材料、重化工、汽车零部件制造基地
平顶山	中国中部重化工城，中原城市群重化工、能源、原材料、电力装备制造基地
漯河	中国食品城，中原城市群轻工业基地，生态农业示范基地，南部区域物流中心
济源	中国北方生态旅游城市，中原城市群能源基地和原材料基地

2. 区域旅游合作条件

(1) 交通的互联互通

根据《河南省“十三五”现代综合交通运输体系发展规划》，焦作至济源至洛阳建设城际铁路后，将形成“焦作-郑州-洛阳”旅游金三角的格局，便于郑州、洛阳及焦作三个市场共享游客，形成围绕郑州的旅游黄金环线。

焦作依托“太（原）郑（州）合（肥）”通道，利用与郑州半小时的交通联系，可以便捷接入新亚欧大陆桥通道，纳入“一带一路”发展经济带。通过宁洛高速、晋新高速、机西高速及 S102、S104 等，打通西北至东南地区对角联通的新通道，向西北直连山西、内蒙等内陆地区，向东南连接长三角城市群，发达的区域交通为中原城市群间的旅游合作奠定了基础。

(2) 品牌的共建共享

中原城市群的建设将促进旅游城市之间深化旅游分工合作，推进基础设施和公共服务对接共享，完善区域合作机制，共创国家级文化交流活动。跨省之间旅游风景道的建设，黄河沿线、淮河沿线、南水北调源头、明清黄河故道、隋唐运河、京杭运河、太行山、伏牛山、桐柏-大别山等跨省旅游资源的联手开发，将共同建设中原山水度假旅游区品牌。区域的共同发展可以有效促进焦作的太极拳、黄河、南太行山等旅游资源品牌发展融入中原城市群区域的旅游品牌发展建设之

中。



图 11 中原城市群旅游品牌板块图

中原城市群具有儒家文化、道家文化、中华姓氏、功夫文化、中医药文化等多样的历史文化资源，形成具有地域特色的中原文化圈，将聚集文化旅游群体的目光。依托功夫文化、中医药文化、黄河文化等优势资源，通过中原区域共同国际旅游目的地的打造，将有助于形成旅游市场的品牌效应。

因此，区域对外传播平台的共同建设与渠道的拓展，将促进旅游品牌与产品的共享，联合区域力量，将壮大区域旅游联盟，推动形成区域性旅游联合体。

(3) 市场的联合联动

依托郑州、开封、洛阳三市航空、高速铁路、高速公路等现代交通网络汇集优势，针对不同国家和地区游客需求，精准设计特色旅游线路，将拉动入境游市场。

借力国家“一带一路”战略，进一步扩大宣传，创新营销方式，积极拓展“一带一路”沿线国际旅游市场，中原文化更加国际化和开放性，区域竞争力和国际影响力逐渐提高，将有助于区域加强文化交流，使城市群间的游客自由流动，从

而促进入境游、国内游形成更大的规模。

焦作作为郑州大都市区的次级中心之一，将可以全方位分享中原国际文化旅游市场，借助中原文化品牌的国际影响力，彰显太极拳文化遗产、黄河文化以及云台山的魅力，着力提升港澳台、日本、韩国、东南亚和欧美市场份额。

3. 郑汴洛焦旅游合作

(1) 中国功夫的旅游合作

郑汴洛焦城市之间的旅游合作将促进郑-焦之间太极拳文化与少林寺文化的旅游合作。

焦作与登封在旅游线路和产品上方便链接，以禅武医为特色，通力合作，将助推太极文化与少林文化一同打造“中国功夫”、“登封少林禅寺，焦作太极故里”的国际旅游品牌。

(2) 黄河文化的旅游合作

郑汴洛焦城市之间的旅游合作还将促进沿黄生态旅游带上的旅游合作。

沿黄四个城市都具有深厚的古都文化和黄河文化，以及突出的黄河湿地、地上悬河等自然景观，因此，城市之间的合作将加强黄河两岸生态建设，实现郑州黄河文化园、嘉应小镇、开封黄河生态文化旅游区等的联动发展。

(3) 旅游设施的合作

在郑汴洛焦城市合作的背景下，四个城市内发达的高速公路、高速铁路、交通干线等之间将形成紧密的旅游交通连接廊道；四个城市将开通游览观光巴士，将中心城区和全区域景区点串连成线，依托郑州新郑国际机场开通直达郑州、焦作、开封、洛阳三市核心景区的旅游巴士，依托郑州通用航空试验区可开发低空旅游项目，形成郑州、开封、洛阳、焦作四市空中全域旅游廊道。

因此，旅游设施的合作实现将促进区域旅游产品、线路和产业的整合。

4. 豫晋旅游协作

山西与河南同处中原地带，豫晋两省山水相邻，文化相亲，历史和生活习惯

相似，有着悠久的合作历史，在与全国其它区域的竞争中，地缘优势明显，不仅为山西与河南提供了广阔的发展空间，也为两省通力合作创造了便利条件。

（1）南太行旅游开发协作

晋豫两省以南太行为界，省际边界地区共享资源极为丰富，尤其是共享旅游资源。但在“行政区经济”的制约下，两省为了自身利益考虑，只重视争夺共享资源的所有权和开发权，忽视了对资源的统一规划和有序开发，省际边界区域地方保护主义盛行，不仅破坏了资源的整体性，更影响了两省的合作进程。

从区域旅游经济发展态势看，豫晋未来应将南太行的山水资源作为主要旅游吸引物，共同促进豫晋太行山山水文化的旅游品牌形象推广，实现协同发展。

（2）旅游基础设施建设协作

焦作、晋城、陵川等处在豫晋两省省际边界地区，以太行山为界。山西向东的交通条件历来比较困难，由于太行山脉险要，修建公路和铁路难度很大。现有的铁路运输不但运力差，而且速度慢。山西煤炭资源丰富，煤炭的对外运输占用了大量的公路和铁路运力，导致了游客进入山西旅游的交通条件亟需改善。

焦作处在太郑合通道上，向西北直连山西，向东南连接中原城市群核心地区，高铁方便快捷，连接济源、洛阳，并且可与郑州机场实现无缝衔接。优越的交通条件使焦作成为豫晋太行山交界处连接通道上重要的交通站，能够辐射晋城、陵川等城市。

因此，未来豫晋的协作发展应紧紧围绕旅游基础设施建设展开，发挥焦作作为南太行区域旅游大本营的角色，进一步打开山西境内南太行的旅游开发，共同建设南太行的旅游。

二. 南太行旅游发展

1. 旅游资源相似，以单一零散的景区观光开发为主

太行山是中国东部地区的重要山脉和地理分界线，位于山西省与华北平原之间。河南境内的太行山绵延于豫西北部，西与山西交界，为太行山系的南段，因

而通常称之为“南太行”。“南太行”东大致以京广线为界，南以黄河为界，西与山西省为邻，北接河北省，包括新乡、焦作、安阳、鹤壁、济源 5 市。

南太行山水生态旅游资源特色尤为突出，南北走向的太行断块山崖经东西走向的水系切割，形成串珠状的峡谷、悬崖、名泉、瀑布，从而蕴藏了丰富多彩的自然山水和生态旅游资源。

焦作建成了云台山-神农山-青天河景区；济源市形成了王屋山风景名胜区、五龙口风景名胜区；新乡推出了八里沟景区、万仙山景区、九莲山景区、宝泉旅游度假区；安阳市重点发展红旗渠·太行大峡谷景区；鹤壁市主推云梦山风景区、大伾山景区。

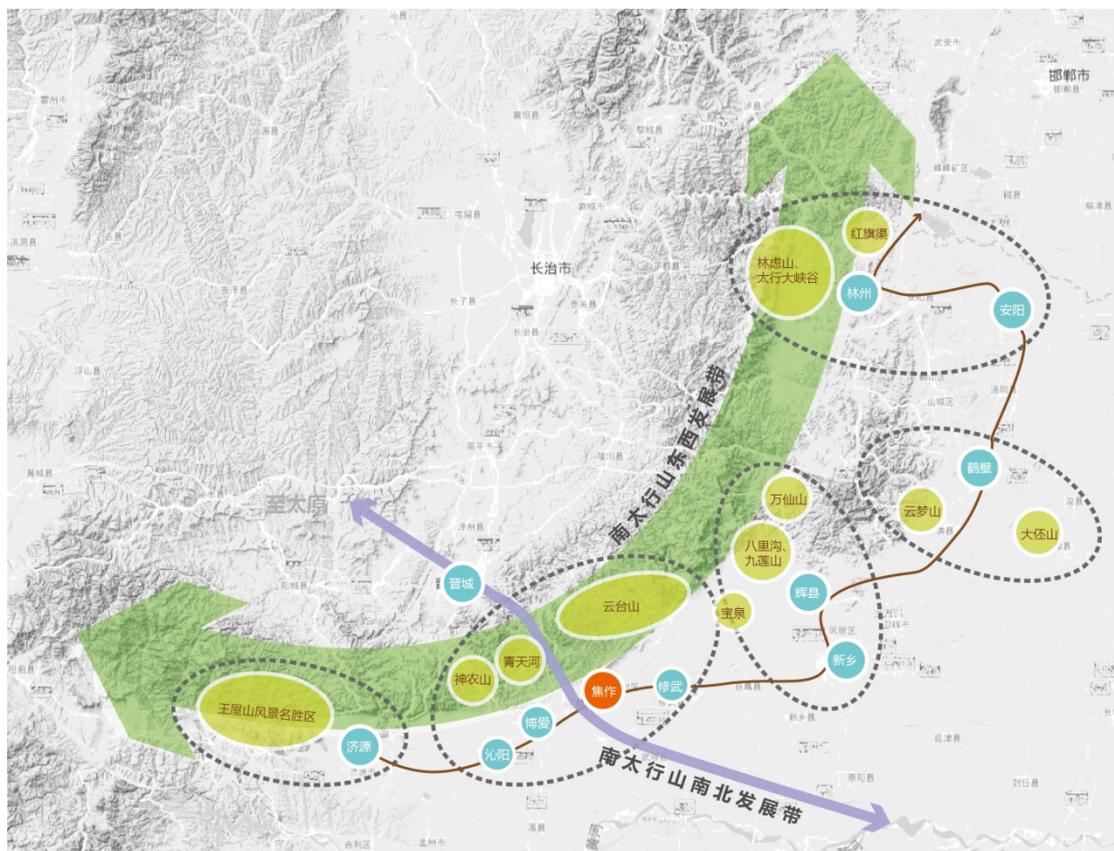


图 12 南太行山旅游发展格局图

目前南太行的旅游竞争主要表现为区域内部自然景区之间的竞争，各地都以太行山水为依托，区域内山水景区竞争激烈。同时，缺乏市场导向的理念，大多是单一的观光型景点，在景区建设上缺少专业的创意策划，在整体上处于各自为政、相互封闭、联系较弱的分散状态，尚未形成空间结构合理、组织机制高效的

旅游地域综合体。这对南太行整合优势的发挥和实现旅游规模化、产业化发展十分不利，也影响着它在全国旅游网络体系中的地位。

从突出产品特色，形成差异来说，焦作应该继续强化山水旅游资源特征与七贤、神农文化；新乡突出南太行崖上特色；安阳突出殷商文化；鹤壁应重点打造被誉为“中华第一古军校”的云梦山，突出云梦山军事文化；济源市重点打造王屋山旅游品牌。

2. 旅游设施建设相对滞后

目前南太行一些景区交通不便，缺乏住宿接待设施，如新乡的万仙山、八里沟选择在焦作住宿，在旅游旺季问题尤为突出，直接影响旅游服务质量、综合接待条件、安全保障能力和整体效益的提高。景区之间、景区与交通干线、旅游节点之间通达性较差，使整个旅游区难以形成多日游发展态势，旅游业规模整体效益难以发挥。

在未来，应加强焦作作为旅游中心基地的城市设施和旅游服务设施建设，使之更好的承担起南太行旅游中心服务基地和游客集散周转地的重要任务，同时，加强对林州、鹤壁、新乡、辉县、临淇镇、博爱县等几个次级中心基地以及各个景区服务基地的建设，提高全区旅游接待水平。

3. 缺少区域旅游的形象代表

旅游形象是旅游者及其它社会群体对景区旅游产品、旅游企业、旅游地的总体评价和综合印象，是人们对旅游感知对象的一种综合性的认识，具有一定主观性。塑造标志性的区域旅游总体形象是区域旅游开发的重要工作，也是区域旅游资源整合迈向实质性发展的重要标志。具有标识性的区域旅游形象有利于区域的对外宣传和营销，也是旅游企业进行品牌经营的前提和基础。

就像石林风景区是我国喀斯特地形的代表，张家界是石英峰林地貌的典型代表，黄山是花岗岩地貌景观的典型代表，南太行同样应该树立一个旅游形象的典型代表。由于焦作城市的区位交通、风景资源、经济实力等占有多方面优势，以及云台山的开发抢占了市场先机，从太行山区域发展来说，应将云台山塑造成南

太行世界遗产的代言者，作为南太行遗产旅游的领衔人，让国内外游客一想到南太行就必到云台山，将云台山建设成为（南）太行山世界遗产旅游的大本营。

从更高的要求来看焦作云台山的发展，就是要将云台山的旅游乃至焦作的旅游放到南太行的世界旅游目的地来定位和寻求发展突破。焦作未来在南太行的旅游竞争不单纯是云台山景区与八里沟、王屋山、林虑山等其他南太行山景区的竞争，而是要将焦作作为世界遗产的目的地旅游城市来打造，引领南太行、服务南太行的遗产旅游，构建聚焦发展、多赢合作、示范引领的南太行旅游景区和城市竞合格局，焦作要当之无愧地承担起核心角色与关键力量。

三. 黄河沿线旅游发展

1. 黄河沿线形成区域开发态势

黄河是华夏文明的摇篮，中华民族的母亲河，也是世界闻名的大河。其发源于青海省巴颜喀拉山北麓，流经青海、四川、甘肃、宁夏、内蒙古、山西、陕西、河南、山东九省（区），最后注入渤海，全长约 5464km，流域面积约 79.5 万 km²，是我国第二大河流。

作为入选首批中国国家旅游线路备选名单中的 12 条线路之一，“黄河文明”旅游线路以黄河文明为纽带，其重点是陕西、河南、山西、山东等中原黄河文化旅游区。



图 13 黄河流域地区的主要城市图

根据国家十二五旅游发展规划,沿黄九省(区)建立了“沿黄九省(区)黄河之旅旅游联盟”,提出了“挖掘黄河文化,再现黄河文明”的联动开发战略,并达成了以下共识:在互通有无、互利共赢的基础上,从重视挖掘黄河根文化出发,打造一条集世界文化遗产、中华古都群、黄河湿地生态于一体的黄河生态文化旅游带。同时共同推出“中国大黄河旅游十大精品线路”,将大黄河旅游推向实质性合作。

2014年5月,沿黄九省(区)“对话黄河·智慧旅游峰会”在三门峡召开,以“大黄河、大旅游、大智慧、大合作”为主题,旨在加强沿黄九省(区)智慧旅游合作,促进沿黄九省(区)旅游业共同发展,大力发展黄河旅游带、打造国际知名旅游品牌,在沿黄九省(区)黄河之旅旅游联盟的基础上,深化彼此互动,多层次多领域促进九省(区)旅游业合作共赢。

国家《“十三五”旅游业发展规划》提出了重点打造丝绸之路旅游带、长江国际黄金旅游带、黄河华夏文明旅游带等10条国家精品旅游带。

2. 黄河旅游开发从自然景观走向文化开发

黄河沿线大中小型城市超过60个,各类黄河旅游景点超过100处,随着“沿黄九省(区)黄河之旅旅游联盟”的成立,我国沿黄各地均开始加快了黄河旅游的开发建设。其中,以兰州“黄河母亲”及“黄河石林”为代表的甘肃黄河段、以青铜峡“中华黄河楼”为代表的宁夏黄河段、以壶口瀑布为代表的山西黄河段、以郑州“黄河风景名胜区”及“三门峡水库”为代表的河南黄河段的开发最为引人注目。

从旅游开发重点来看,黄河上游景色优美,旅游产品多以自然生态观光为主;中游文化厚重,但与黄河文化联系较小,多数著名景点仍以黄河自然景观为主;下游人文气息浓厚,自然景观特色相对不突出,因此旅游产品多为文化观光和滨水休闲,但同质化现象较为严重。

因此,就整体开发状况来看,黄河旅游仍以自然生态观光为主。但是随着游客市场对于文化旅游偏好的增强,黄河旅游即将从自然观光走向文化体验。从人文视角看,黄河是中华民族和华夏文明的摇篮,深刻影响了沿河居民个性,是中

华民族的图腾，体现了深邃的中华古文明底蕴，黄河文化是中华文化的 DNA，读懂了黄河，就读懂了中华文明。

从黄河文化角度来看，中下游文化性更为突出，尤其是自焦作起的下游段，因常年受黄河水灾影响，以黄河泛滥、治理、利用为主要内容的黄河人文特色明显，可以说，黄河焦作段是人文黄河的集中展示地。焦作沿黄三县（市）有重点文物保护单位 279 处，非物质文化遗产 188 项，特别是以嘉应观为代表的具有独特资源特色的黄河文化优势，值得国内外游客瞻仰、游赏。

3. 黄河开发与郑汴洛焦的城市发展关系紧密

《河南省国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》提出“打造郑汴洛焦国际文化旅游名城”，培育沿黄生态旅游发展区，在重点生态廊道和城市周边建设一批都市生态休闲旅游发展区。

一方面，焦作黄河沿线应预留空间，承接未来中原地区乃至国家旅游重大项目落地。利用以嘉应观为代表的具有独特资源特色的黄河文化优势，武陟可以通过黄河文化旅游和生态旅游建设，拉近与郑州黄河的合作关系，打造“郑州后花园”。

另一方面，郑汴洛焦是河南省沿黄河四点一线旅游中心区，与登封少林寺隔黄河相望的陈家村是太极拳的发源地，太极拳彰显的内外兼修、柔和、缓慢、轻灵、刚柔相济的文化符号与当今休闲生活，慢生活相契，通过将陈家沟的太极拳文化拓展至黄河沿岸，建设焦作黄河旅游度假区，有利补充郑汴洛三市的需要旅游，与黄河对岸的少林寺形成互动发展态势。

四. 区域竞争力优势

根据以上从中原城市群、南太行区域旅游格局以及黄河沿线旅游发展的分析，焦作在区域旅游发展中的竞争力主要表现为：

1. 以太极拳、嘉应观、云台山为代表的世界级旅游资源优势

太极拳、嘉应观、云台山分别是太极文化、黄河文化、南太行的典型代表，

在世界级旅游资源大市向旅游强市迈进后，焦作将可以成为具有国际感召力、吸引力、聚集力的国际旅游目的地。

2. 以发达的铁路、高速为核心的交通区位优势

发达的高速、高铁交通为焦作与区域旅游合作奠定了基础，能够承担南太行区域旅游大本营、区域母港城市等职责，成为区域商贸中心、交通转换中心、文化交流中心及旅游综合服务中心。

3. 紧邻中原城市群中心地带的市场优势

焦作作为郑州大都市区的重要次级中心，将全方位分享中原城市群的旅游市场，通过满足中原城市群居民日益增长的休闲需求，进一步提高城市知名度与城市竞争力，增强城市活力。利用“一带一路”的市场优势，还可开拓国际旅游市场，增强国际影响力。

第四篇

焦作市全域旅游发展规划纲要

第十三章 总体要求

一. 指导思想

全面贯彻党的十九大精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，牢固树立和贯彻落实新发展理念，加快旅游供给侧结构性改革，在推进旅游发展区域一体化和推进旅游发展城乡一体化的进程中，实现焦作全域旅游发展的转变。

1. 旅游发展的区域一体化

焦作要站位中原城市群的区域发展总体格局中，瞄准中原城市群核心区，围绕建设区域中心城市目标，进一步体现郑焦融合、服务河南和对接山西的区位优势，找准在区域旅游协同发展中的定位和目标，培育以旅游业为龙头的服务业等第三产业发展，促进国内外游客在城市群间的水平流动，提升区域旅游的综合竞争力与吸引力，推进区域旅游发展的优势互补、市场互动、交通互联、服务互惠、政策互利。

2. 旅游发展的城乡一体化

充分利用太行山水、平原城市与黄河湿地的全域资源环境，形成有利于全域旅游发展的空间布局和产品体系。强化中心城区旅游服务功能建设，增强城市承载力、吸引力和带动力。构建完备的旅游城镇服务和城乡旅游吸引物体系，实现市域游客在城乡间的垂直流动，拉长市域旅游发展的产业链，推动市域旅游发展的城乡共建、品牌共举、文旅共荣、产业共生、主客共享。

二. 规划期限

规划近期，2018-2020年；规划中期，2021-2025年；规划远期，2026-2035年。

三. 发展目标

1. 战略目标

全面实现焦作旅游从景点旅游向全域旅游的转变，全面建成以旅游业为支柱

产业、与小康社会相适应的让人民群众更加满意的目的地旅游城市典范，跻身全国旅游目的地城市“第一方阵”。

2. 目标解读

要将焦作建设成为目的地旅游城市典范，就是要实现从“景区旅游”到“城市旅游”的全域旅游发展转变，围绕旅游城市建设，具体解读发展的战略目标。

(1) 世界遗产旅游城

这一定位要求将太行山与太极拳申请成世界遗产，依托自然与文化两大资源优势，利用世界遗产的影响力，让焦作走向世界，实现旅游发展的飞跃。用世界遗产体现焦作旅游的独特魅力与核心吸引力。

太极拳是我国著名的内家功夫名拳，承载了中华民族悠久传统文化的精髓，是中华先人艺术和美好理想的体现。太行山脉，雄踞华北平原和山西黄土高原之上，是中国东部地区的重要山脉和地理分界线。太行山耸立于北京、河北、山西、河南四省市之间，有丰富的自然资源和景观，有充足的条件成为世界自然遗产。建设世界遗产旅游城，要加快太行山与太极拳申遗，建设遗产旅游名城，推动太极文化与太行山水文化等一起走向世界。

世界遗产是具有突出的普遍价值的人类社会发展与自然演化历史过程的遗存，它具有独一无二性、不可替代性、不可再生性，极其珍贵，是高品位的、垄断性旅游资源，其旅游吸引力最大，吸引的旅游市场范围最广、层次最齐全，使遗产地成为国际、国内旅游的热点地区。

在建构太行山自然遗产和太极拳文化遗产的“双遗产”目标下，焦作作为世界遗产地的知名度将进一步提高，吸引世界的目光。如我国的遗产地丽江、张家界、平遥等成为世界遗产后，旅游收入增长迅速，旅游业成为遗产地的支柱产业，促进了地方经济发展。在双遗产的影响力下，焦作将由旅游资源大市向旅游强市迈进，进一步成为具有国际感召力、吸引力、聚集力的国际旅游目的地。同时，在世界遗产的合作框架下，焦作可以与开封、洛阳、少林寺等遗产地共谋发展，助力旅游市场知名度和旅游的经济快速发展，从而实现撬动与引领我国中部地区旅游产业的发展的重要力量。

（2） 国民休闲旅游城

将焦作打造成一座国民休闲旅游城，旨在满足日益增长的旅游休闲需求，推进国民旅游休闲体系建设。通过发展休闲旅游，提高城市知名度、城市竞争力、增强城市活力、加速城市更新、加强城市的消费功能。

休闲已经成为未来旅游业的发展趋势。《国民旅游休闲纲要》指出，要将改善国民旅游休闲环境、推进国民旅游休闲基础设施建设、加强国民旅游休闲产品开发与活动组织、完善国民旅游休闲公共服务、提升国民旅游休闲服务质量作为发展国民休闲的任务及措施。

规划提出构建国民休闲旅游城的发展目标，首先是充分认识到焦作服务于以郑州为中心的中原城市群千万级数量的巨大客源市场需求。焦作要实现“郑焦融合”发展的关键，就是要把焦作建设成为郑州和周边市场的“后花园”，在已有旅游景区目的地的形象基础上，推动焦作休闲度假旅游产业的全域发展，成为中原城市群游客常来常往的旅游目的地城市。其次，焦作本身着力于建设区域性中心城市，上百万的城市居民的节假日休闲和出游需求，也不容小觑。营造居民及游客的休闲空间，对促进焦作的旅游观光、文化娱乐、体育健身、购物商贸等众多产业的全面发展，也将起到推动作用。

因此，建设国民休闲旅游城，要求全市要加强城市休闲公园、休闲街区、环城游憩带、特色旅游村镇等建设，重点完善城市的旅游综合接待与服务功能，加强旅游配套设施建设，形成食、住、行、游、购、娱、信息服务等旅游要素配套齐全、结构合理，功能完善的完整的旅游服务体系。

（3） 区域母港旅游城

根据区域发展和城市发展定位，焦作既要发挥中原城市群中的中心城市的作用，又要发挥连接省外山西城市的独特区位优势，进一步加强豫晋区域在产业、市场、交通等方面的联系合作，把焦作建成辐射豫西北与晋东南的商贸中心、交通转换中心、文化交流中心及旅游综合服务中心。

从区域性中心城市的定位中，确立建设区域母港旅游城这个发展目标，焦作应处理好区域城际间旅游发展的分工合作，发挥现有城市旅游形象和市场的知名度，进一步提升服务区域旅游的首位度，面向郑州、洛阳、晋城等周边重点城市

的旅游市场，完善市区、主要旅游县市的中心城区以及重点景区的旅游要素配置和产业升级配套，优先做好高铁站点周边、高速沿线等旅游集散中心的建设，以旅游交通和旅游城镇建设为导向，构建服务中原、辐射晋东南和豫西北的区域母港旅游城市。

如何在景区发展中进一步巩固优势，提升品质，引领南太行与破题黄河旅游；如何强势拉动城市旅游产品的开发，建设服务于区域市场的旅游集散中心和服务基地；如何对接、服务郑州客源市场，发挥竞争优势；如何与山西晋城、陵川等城市协作发展，都是建设区域母港旅游城需要解决的问题。

（4） 全域旅游示范城

通过对标全域旅游示范区创建导则，制定创建路线图、时间表和任务书，在现有创建工作的基础上，县、市两级成功创建国家全域旅游示范区。在创建示范区的过程中，要紧紧密结合焦作旅游发展的实际以及焦作旅游的资源产品特色，提炼总结焦作全域旅游发展的创新亮点，并在一定程度上形成可借鉴可推广的经验，成为全域旅游发展的标杆。

在示范区创建成功的基础上，还需对照全域旅游发展的目标，不断完善全域旅游发展的体制机制、政策措施、产业体系和保障配套，创新全域旅游发展的途径方法，实现焦作全域的宜居宜业宜游。

3. 阶段目标

（1） 近期目标（到 2021 年）

■ 成功创建全域旅游示范区

根据《全域旅游示范区创建工作导则》和《国家全域旅游示范区（暂行）管理办法》（征求意见稿）、《国家全域旅游示范区认定整体要求和验收细则》（征求意见稿）的要求，在前期修武县、博爱县、沁阳市、温县、武陟县、孟州市以及山阳区、解放区等完成全域旅游示范区创建的基础上，到 2021 年，焦作市申请验收并顺利授牌。

■ 旅游经济保持中高速增长

在坚守生态底线和绿色发展基础上，优化旅游产品结构，促进传统产品的提

档升级；进一步提升旅游景区品质；优先开发一批康养度假、文化体验类新产品、新业态。保持旅游综合收入占 GDP 比重 15%以上。

■ 旅游公共服务设施水平上一个台阶

重点在旅游交通（集散中心、汽车营地、标识标牌等）、旅游厕所、旅游信息化智能化等公共服务方面加大投入，建设一批高标准、具有示范引领作用的设施项目，为全域旅游发展奠定基础条件和提供支撑保障。

■ 旅游环境质量显著改善

旅游资源、城乡环境以及主要沿线沿线的风貌环境得以改善，提升和建成一批景观优美的旅游景区、风情浓郁的美丽小镇和乡村、美丽风景道。

（2） 规划中期（到 2025 年）

■ 改革创新成效显著

建立各部门联动、全社会参与的旅游综合推进机制；制定符合全域旅游发展的政策措施、监管机制；制约和影响全域旅游发展的重点领域和关键环节的改革取得重大突破；形成全域旅游全面发展的局面。

■ 旅游供给品质化程度大大提高

旅游产品的文化内涵、绿色含量、休闲品质有较大提高，创建一批世界级、国家级旅游品牌；云台山等重点景区达到世界遗产级旅游目的地建设与运营管理要求；在住宿、餐饮、购物等传统要素供给和保障上有较大提升，具备提供高质量、精细化旅游服务的能力。

■ 旅游产业发展协同性和融合带动效应明显增强

围绕优势资源和特色旅游产品，将旅游业和城市建设、乡村发展更紧密地融合在一起，提高资源的配置能力和产业辐射带动能力，发挥旅游“一业兴百业”的带动作用，围绕旅游产业发展，促进要素聚合、功能叠加、价值放大、利益共享，发展乡村旅游经济。

■ 旅游共建共享普惠游客居民

营建起良好的全社会参与旅游的环境，制定一系列旅游惠民便民服务与举措，使得广大游客和居民从中受益；完善一批具有创新、示范价值的的实践方法，旅

游富民取得较大成绩。

(3) 规划远期（到 2035 年）

打响并确立“世界太极城·中原养生地”旅游品牌；构建良好自然生态环境、亲善人文社会环境、放心旅游消费环境，实现全域宜居宜业宜游和全域接待海内外游客；全民共建共享全域旅游的发展成果；成为全域旅游目的地建设的典范和标杆。

四. 品牌建设

“焦作模式”以来，依靠云台山的影响力，焦作具有了一定程度的旅游品牌效应，但是焦作这座城市的品牌却没有建立起来，影响力小，出现了“知云台山，但不知焦作城”的现象。

因此，规划将“世界太极城·中原养生地”作为焦作全域旅游品牌，用以指导规划布局和产品业态发展。

焦作全域旅游品牌以高度凝炼的形式、突出的资源产品代表性，集中反映了在全域旅游时代，焦作旅游需要重点树立的客源市场认知和引导开发的产品业态。其中，“世界太极城”具有成为品牌宣传的唯一性、高可感知性等特点，有助于焦作旅游的国际化 and 太极文化旅游的突破。“中原养生地”则通过紧扣未来旅游市场的需求，一方面高度概括体现了焦作在区域市场中优势的山水资源、度假环境和特色商品等的吸引力，另一方面也为今后焦作全域旅游发展的主导产品开发指明了方向。

“世界太极城·中原养生地”的品牌定位是将焦作的旅游放在世界、全国和区域目标市场中进行宣传推广，既要有一定的高度又要求广大的受众可以识别记忆，既要突出个性又要能涵盖多样化、多主题的旅游业态和产品项目体系。因此，以太极这一世界级品牌资源和元素，强调其作为焦作打造全域旅游城市的文化统领，从而塑造鲜明的城市品牌，并领跑竞争对手。同时，结合焦作旅游资源特点与市场分析得出的中原城市群重点市场和康养健身主导的旅游产品开发思路，为焦作全域旅游的资源、市场和产业找到最契合的发展道路，可以做到最佳匹配和效益最大。

第十四章 全域旅游发展总体构架

在“推进旅游发展的区域一体化、推进旅游发展的城乡一体化”的总体发展思路的指引下，规划焦作市形成“一城两品三轮驱动，一心两翼三廊聚焦”的全域旅游发展总体构架。

一. 发展主线

“一城两品三轮驱动”是基于旅游产业以及其他旅游相关要素提出产业要素的整合。一城即焦作旅游目的地城市，推动焦作旅游全域发展；两品即两大焦作旅游品牌，分别是以云台山为代表的南太行山水旅游品牌和以陈家沟为重要载体的太极文化旅游品牌；三轮驱动即推进山水、康养、文化三大旅游业态产品开发并举，推动焦作城乡旅游一体化发展。

二. 空间结构

规划基于城乡统筹的旅游发展，提出“一心两翼三廊聚焦”的焦作全域旅游发展空间布局。

1. 一心

一心即焦作中心城区与博爱、修武县城组成的焦作中心城区旅游服务核心，是实现焦作旅游从景区向目的地发展转变的重要建设空间，是未来服务于区域和市域旅游的重要服务载体，也是全域旅游发展的重心。

2. 两翼

依托核心资源等载体，做强北部南太行山和南部沿黄河旅游发展带，增强对周边旅游资源与空间的吸附吸引，形成空间和产业的聚合发展，引导项目的落地建设。

(1) 北部南太行山旅游发展带

北部南太行山旅游带整合云台山景区、青龙峡景区、峰林峡景区、青天河景

区、丹河景区、神农山景区、月山寺等主要景区以及城区与山区之间的缓冲过渡地带。重点做强“龙头”云台山、提升“龙尾”神农山，在旅游交通上实现景区间的互联互通；进一步精制提升现有景区的观光游赏产品，围绕西云台净影寺、青龙峡、峰林峡等景区规划建设“焦作·南太行旅游度假区”，在青天河-丹河等景区主导休闲康养度假主题旅游产品，将焦作的南太行段打造成为面向全国乃至全球市场的遗产级景区廊道和休闲度假目的地。

此外，焦作市区北部与山区的缓冲过渡区以民宿和郊野公园等建设为重要抓手，承接游客下山住宿休闲和运动健身的产品需求，形成特色旅游村镇与景区的空间组合。

（2）南部沿黄河旅游发展带

围绕孟州乡村示范旅游、温县太极康养旅游、武陟黄河文化旅游三大主题，结合黄河沿线周边的乡村田园、农地景观、历史文化等资源要素，建设湿地公园、国家农业公园、文化主题公园等旅游景区，并结合太极文化在温县规划国际旅游度假区，在武陟嘉应观规划黄河文化旅游区，组合重构沿黄一线的旅游景区和产品项目，优化旅游交通等设施建设，打造焦作黄河旅游吸引物体系，打通焦作南部沿黄旅游发展的通道，真正实现焦作的南北两翼全域旅游发展。

3. 三廊

三廊聚焦即贯穿云台山-修武-武陟承接郑州市区和山西辐射的云修武旅游发展廊道，连通焦作城区-温县-陈家沟-黄河景区并承接郑州的巩义和登封辐射的焦太黄旅游发展廊道，以及焦作城区-沁阳-孟州-黄河景区（同时连通神农山、沁河）并承接洛阳辐射的焦沁孟旅游发展廊道。

三条廊道依托高速公路、国道、省道、绿道以及乡野古道等旅游通道，完善道路沿线配套设施，优化道路两侧景观风貌打造，构建焦作重要的风景通廊，与主要景区景点、特色旅游村镇等相连通，并沿途合理配置停车场、营地、咨询点等旅游服务设施。

三. 实施策略

全域发展，建设中原城市群和豫晋交界地区的目的地旅游城市。要素整合，打造以云台山为代表的太行山自然遗产品牌和以陈家沟为代表的太极拳非物质文化遗产品牌的两大遗产旅游品牌。空间聚合，做强北部南太行山和南部沿黄河旅游发展带。产业融合，重点做好围绕云台山、黄河湿地为代表的山水观光休闲度假旅游；太极、乡村、怀药为主题的养生康体旅游；怀府古城、山阳故城、古县古村、古遗址、名人、近代工业为特色的文化旅游产品和业态开发。城乡统合，重点建设焦博修城市联合体旅游服务核心，以及沁阳“怀府古城”和武陟“（黄河）产业新城”为联动，特色小镇、美丽乡村和乡村振兴示范点为补充的“一核双城多级”的旅游城镇村建设体系。设施缝合，在云修武、焦太、焦沁孟三条市域旅游发展廊道上重点聚焦服务设施和支撑配套设施建设。

第十五章 区域旅游发展协同指引

一. 落实“三个转变”的指导思想

■ 从服务区域到面向全国、展望全球旅游市场的转变

立足特色资源和本地文化，打造焦作城市旅游品牌，推动郑、汴、洛、焦国际文化旅游名城建设和区域旅游协同发展，争取重大旅游设施、项目落地。

■ 从景区建设到城市旅游建设的转变

大力推进城旅融合、景城融合发展，突出焦博修一体化中心城市的旅游项目、设施与环境建设，建设一批特色旅游城镇。优先考虑旅游交通集散、文化体育、商贸会展等重大项目与产品在城镇空间中布局，丰富城镇旅游要素和吸引物体系建设，改善城镇旅游环境品质，为游客提供更加满意、便捷的旅游公共服务。

■ 从传统旅游产品开发到全领域、全产业链协同发展的转变

改革体制机制，营造多部门、全社会共同参与的旅游发展环境；从传统旅游产品开发到全旅游要素、全产业链过程的创新，积极推动各类社会资源转化为旅游吸引物，将焦作的城乡空间打造成旅游活动目的地，实现旅游产业的融合发展。

二. 立足优势资源，搭建区域联合旅游品牌

构架跨省域和跨市域的太行山水、中国功夫、黄河文明等国际旅游品牌，实现区域游客、市场与产品的多维组合与多向流动。

主动对接“一带一路”国家战略，与郑州、洛阳、西安等周边主要国际和国内旅游客源市场输入地实现游客互送。在中原城市群中主攻“郑汴洛”旅游核心区，重点加强与郑州、洛阳、新乡、济源、晋城等周边等城市在旅游产品开发、线路组合、市场营销等方面的合作。

1. 太行山水遗产之旅

积极倡导与协调省内南太行旅游的协同发展，服从服务好国家战略，与山西、

河北一道，三省共同申报太行山世界自然遗产，实现核心旅游产品的品牌价值提升，在精品线路整合、客源互动与市场共享上协同合作，将焦作打造成为太行世界遗产旅游的南门户。

2. 中国功夫遗产之旅

宣传推广“太极+少林”的“中国功夫”文化遗产旅游产品，加强禅武文化、太极文化的海外交流与国内市场宣传营销。

3. 中原黄河文明之旅

打通焦作南部黄河旅游通道，与三门峡、洛阳、郑州、开封等城市一起，联合打造中原黄河文明之旅品牌，通过举办论坛、节庆、赛事等活动，推广河南省黄河沿线的精品旅游景区和旅游线路产品。

三. 提升旅游能级，构建郑焦晋城市旅游带

1. 定位区域母港城市，服务郑晋往来游客

依托邻近中原城市群、晋城市等产业城市群资源市场的地理区位优势，利用和提升焦作城市建设与发展的各项基础设施，在优化内外部交通、提升城市旅游接待服务能力以及重点景区旅游转型提质等支撑工程，打造区域旅游服务母港级城市，建设郑焦晋一线具有优势规模和优质服务的旅游中心城市。积极申请成为过境免签、离境退税等试点城市，吸引国际游客。

2. 健全公共配套服务，优化旅游市场环境

重点抓好郑焦晋城市旅游带上的旅游公共服务设施建设，围绕旅游交通网络、旅游交通配套、旅游交通组织、旅游标识系统、旅游厕所以及旅游安全保障等多方面，完善相关的旅游公共设施建设与配套。同时，推进郑焦晋区域旅游的服务标准化、智能化，完善投诉、市场管理与志愿者服务。

3. 丰富文旅业态产品，带动郑焦融合发展

突出核心旅游景区和优势资源的引领作用，推动“云台山-嘉应观-少林寺”文化旅游产业融合发展示范带建设。

示范带建设将围绕“1234”十个重点方面来谋划推进，即深入把握和运用“文旅融合”这一重要手段，做强文化体验和休闲度假两大产业，在现有各自景区观光旅游的基础上，深度开发云台山隐逸文化+山居度假、嘉应观黄河文化+休闲度假、少林寺宗教文化+康养度假的三大文旅融合



图 14 “太极-黄河-少林”品牌旅游发展带规划图

业态与主题产品，并借势联动黄河沿线旅游发展，特别是将陈家沟太极文化+旅游度假区建设也一并组合，形成四大文旅产业集聚发展板块，带动郑焦深度融合发展。

四. 连接疏通并重，架建豫晋快速交通廊道

依托高铁、高速、航空建设，打造围绕焦作的郑-焦-晋旅游快速网络化通道；增强与郑州、洛阳国际旅游口岸城市的交通联动。

构建郑州-焦作-洛阳-登封-郑州（新郑机场）的省内旅游快速出行圈。在省内旅游快速城际铁路及公路的基础上，建立省内旅游绿色通道引导，提高旅游交通效率。

构建旅游航空交通体系，满足兼顾直升机和通勤飞机起降要求。建议选址黄河沿岸，辐射对岸巩义、登封，构筑豫西北中部的立体交通廊道，打造“太极-黄河-少林”的河南国际品牌旅游发展带。

加快推进太行沿山旅游通道工程，通过高速公路建设打通北部山区，形成南太行一体化的快速沟通。围绕太行山南麓，对接新乡南太行景区旅游公路，实现整个南太行山旅游专线公路的贯通。

五. 跨界合作包容，共建区域旅游协作联盟

1. 开放合作，共营区域旅游游线

合作开发特色优势旅游项目，联合构建无障碍旅游区，推动“快旅慢游”、“一程多站”、“一线多游”等旅游方式，共建区域性旅游目的地；

在现有城际交通卡的公交功能基础上，考虑增加小额消费等便利功能，方便周边游客来焦作旅行生活。

2. 开放包容，共创区域和谐发展

协商建立区域旅游发展联盟，城市群共同参与制定互相优惠的政策条件。

进一步优化乡村旅游发展环境，建设乡村旅游集聚区和乡村旅游带，相互分享旅游扶贫成功经验；

开通跨地市的医疗、保险等业务结算，方便区域游客的异地流动，培育“第二居所”旅游产业和消费业态。

第十六章 市域旅游发展城乡统筹

一. 建设母港型的旅游城市

焦作作为豫晋旅游廊道上的节点城市，在区域旅游中起到转运交通、截流游玩、驻留度假的旅游服务功能。因此在这样的发展背景下，提升中心城区的旅游服务功能势在必行。引导特色旅游城镇、乡村体系、配套设施建设的多规合一建设发展，构建完备的市域旅游城乡发展体系。

1. 做强“焦博修城市一体化”旅游吸引力和服务能力，构筑旅游主港

焦作中心城区需要将博爱县城和修武县城的空间一体化纳入到城市旅游服务的体系当中。郑焦晋客运高铁的建设为焦博修一体化发展创造了极好的建设条件，要重点研究和加强修武、博爱高铁站区的游客落地交通、食宿服务设施等建设，进一步丰富焦博修城市旅游的产品特色和吸引物体系，留住游客。

进一步加强焦作中心城区的旅游吸引力，抓住特色景区（影视城）、特色产品（工业遗产旅游与文化创意体验）、特色业态（娱乐、亮化工程）等，提升中心城区的旅游吸引力，留住游客。做强中心城区交通服务设施，迎接远方来客。通过旅游交通枢纽、智慧交通体系、停车设施体系等交通服务设施的提升，大大改善中心城区交通靠岸能力。做强中心城区服务配套设施，接待远方来客。通过商业综合体、商业街区、宾馆酒店等服务配套设施的提升，大大改善中心城区服务接待宾客的能力。

2. 推动沁阳市区、武陟新城重大旅游项目和配套设施建设，打造城市旅游港

沁阳历史悠久、文化资源丰富、城市建设基础条件较好。沁阳是焦作由中心城区向沿黄旅游、神农山旅游转接的节点城市，也承接区域西部由西安、洛阳等进入的旅游客群。因此通过整合老城内现有的文化旅游资源，建设“怀府古城”，提升中心城区的旅游交通转运、住宿餐饮、休闲娱乐等业态能级，不仅将成为焦

作旅游丰富文化旅游产品的重要抓手,也是完善焦作全域旅游布局和城市旅游职能的重大举措。

同时,武陟在建的产业新城应充分挖掘利用嘉应观黄河文化,在满足商务办公、居住生活的同时,积极引导培育观光体验、文化创意、休闲度假等旅游业态产品,创新文旅融合城市发展,打造郑州城北“后花园”。

3. 发展特色小镇、乡村旅游点,构筑港岸对接

利用南太行山一线景区良好的旅游市场基础,挖掘前山区域村落特色,整合提升传统景区观光产品,开发休闲度假类产品,建设一批围绕景区的风情小镇、特色民宿等休闲度假产品,形成前山特色服务村镇体系。

保护和利用黄河沿岸域的文化遗迹、农耕文化资源,满足国民休闲需求,展示老家河南的黄河乡情,建设一批安静、古朴、原始、自然、生态的文旅特色村落,为本地及周边市民休闲游憩提供场所。

构建城-镇-村-景四级旅游城乡统筹发展体系,形成市域空间上的城市、乡村与景区间的互动发展。在旅游交通上建立落地港-旅游目的地间的便捷联络,形成旅游交通闭环。在旅游服务设施上确立城乡作为服务主体的职能定位,景区发展走特色化、品质化的发展道路。

二. 焦博修一体化发展

1. 道路先行,交通连合

建立市区快速道路体系,利用规划修建的市区外环,沿 X015-S104-新园路-影视路-S306-S233-X011 一线,串联中心城区、修武与博爱县城,并串联高铁客运修武站和焦作西站,保障三地之间游客的快速通达性。

完善市区公共交通体系,提升交通服务水平。通过市营公交线路加强景城、城城之间的旅游交通联络。

2. 设施引导,服务联合

优化城铁联运的旅游客运方案。规划焦作站、焦作西站的旅游交通集散中心

建设，做到集散中心对接各级景区、市区和乡村旅游景点的互联互通。

注重服务设施用地供给，提升设施服务规模。从政策、机制以及供给侧出发，解决旅游服务设施的建设用地问题，保障旅游设施的用地供应和规划建设的许可管理。

注重“焦博修”三地旅游设施建设定位的差异特色。中心城区在保留历史记忆和遗产遗迹的原则下，以现代都市风情为主基调；修武县城从千年古县的历史文化出发，形成特有的城市风貌，留住记忆；博爱县城要将生态环境优势融合进旅游服务设施的规划建设之中，打造公园城市印象。

3. 业态升级，产品串联

利用差异化的产业和产品规划，促进焦博修三地游客互访，推动旅游一体化发展。引导游客主要在中心城区参观游览、购物住宿，充分发挥中心城区商业服务业配套齐全的优势，而将夜间的休闲娱乐活动分置到临近的两个县城，可以在博爱尝美食、在修武听故事，进一步彰显和突出同城化概念下的旅游差异化体验，打造品牌旅游产品。

4. 宜居宜游，主客共享

梳理新河、大沙河、幸福河、运粮河等景观要素，打造城市连续的公共景观廊道；构建郊野公园、体育公园、营地、城郊风景道体系，缝合焦博修城市边缘空间，建设环城游憩圈；加强城市绿地与文化公园、文博场馆、文化娱乐场所、体育活动场馆的旅游产品设计和体验服务；进一步做好城市亮化和夜景美化工程。

三. 特色旅游村镇建设

特色旅游小镇、特色旅游村是实施焦作乡村振兴的重要抓手，是全域旅游发展的重要途径。特色旅游村镇是旅游资源丰富、景观风貌特色鲜明、产业集聚，具备一定旅游接待能力，旅游业在经济发展中占有重要地位的村镇地域单元。

1. 建设管理要求

观赏游憩价值较高，旅游资源集聚，面积 1-3 平方公里；旅游资源实体完整，

保持具有旅游价值的形态与结构，能够体现地方特色、自然特色或文化特色；游憩及餐饮、住宿、交通、购物、娱乐等配套功能应齐备、聚集，满足生产生活和游客需求。

应鼓励当地居民参与经营旅游服务项目，并对当地居民进行教育培训；应注重对环境和旅游资源的保护，防止各种破坏环境和旅游资源的行为；应有一定比例旅游收入用于特色旅游村镇的环境及资源保护。

2. 规划布局

按照“十·百·千”的数量规模来布局焦作全域的特色旅游村镇。

其中，“十”指10个左右的特色旅游小镇，应优先结合云台山、神农山等重点景区以及太极文化、黄河沿线等高等级资源与空间展开布局。“百”指100个左右的特色旅游村，应优先选择历史文化名村与传统村落、美丽乡村与乡村振兴示范点等布局。“千”是指按年服务千万级人次的游客市场规模来配套旅游服务设施。

第十七章 推进旅游产业融合发展

把旅游业作为焦作经济社会发展的重要支撑，充分发挥旅游业的带动作用，促进以旅游产业融合发展推进城镇化与城乡统筹的进程；重点推动农业、林业、水利、工业、文化产业、康养产业等重点产业与旅游业的深度融合发展；积极探索体育、研学、互联网、金融等一批新业态、新产业与旅游业的融合路径。通过多部门协调，全产业融合，努力实现“多旅融合”，加快构建综合性一二三产业联动的焦作旅游产业融合发展体系，不断提高旅游对经济和就业的综合贡献水平。

一. 推动旅游与城乡统筹发展

以焦作、博爱、修武、沁阳等城市城区为依托，充分发挥旅游对城镇发展的提升作用，积极探索城镇建设与旅游发展功能互补、互为支撑的新模式。规划建设一批具有旅游服务功能的城旅综合体、历史文化街区、休闲娱乐购物场所等城镇旅游产品，积极推进环城镇周边的旅游休闲游憩带建设，不断完善城镇旅游餐饮、住宿接待和信息咨询、卫生医疗、紧急救援等公共服务设施，提升旅游服务功能。加快编制和实施中心城区旅游专项规划，谋划和实施一批城市旅游标志性工程项目。重点规划建设沁阳“怀府古城”、武陟“黄河旅游产业新城”、修武与博爱高铁站区的城旅综合体以及“焦作印象”社会资源旅游访问点等项目。

以美丽乡村建设和乡村振兴为依托，完善村落基础设施、提升乡村建筑风貌、优化乡村生态环境，开发建设一批环境优美、特色鲜明、功能齐全、层次较高的精品旅游乡村。围绕“北部山居康养、中部农园体验、南部乡情记忆”为焦作乡村旅游发展的主基调，鼓励社会、村民各种力量参与开发具有更高档次和水平的乡村旅游产品，更好地满足城市居民周末和节假日的休闲度假需求。

二. 推动旅游与农业、林业、水利融合发展

大力发展观光农业、休闲农业和体验农业旅游产品，推进现代农业园区按照3A级以上景区标准进行提升。创新养生养老、农旅文创、研学拓展、山乡度假

等新型农旅业态，规划建设国家农业公园、田园综合体、主题休闲农庄、市民农园等项目，丰富农旅游憩内容。研发推广民间工艺、土特食品、地方药材和植物花卉等特色农业旅游商品，加速焦作农特产品向特色农旅商品转化。

依托南太行山一线的旅游景区和森林公园，加强旅游公路等生态景观廊道的绿化美化工程，串联形成风景道；依托山林气候、竹木资源、色叶植物景观等优势，规划建设避暑度假、植物博览、踏青赏红叶等产品项目，推广森林生态旅游品牌。

科学合理利用市域内黄河水域、南水北调等水利工程，重点推进湿地公园、沿黄旅游通道工程、南水北调游憩带建设，发展观光、游憩、休闲度假等水利旅游。通过优化水网和路网的有机衔接，联动周边旅游资源和景区景点。

三. 推动旅游与工业融合发展

从三方面促进焦作旅游与工业融合发展。

一是开发工业历史遗迹旅游，保护和利用好中心城区英福公司旧址等近代工业历史遗迹，让焦作的工业遗产“活”起来，推出“百年焦作”工业旅游品牌产品。二是深化和拓展现有工业旅游产品：在蒙牛乳业 3A 景区的基础上，进一步优化提升和开发更多具有潜力的如食品加工、汽车制造等企业和工业园区等作为工业旅游重点项目。三是开发工业旅游的外延项目，如围绕皮艺、小麦、怀药的生产加工制造基地，建设工业生产为特色的旅游小镇或特色街区，开发相配套的工艺参观、展示、购物等产品与活动。

四. 推动旅游与文化产业融合发展

实施文化旅游融合发展的“三个一（批）”工程。

其一，以太极拳申报人类非物质文化遗产代表作名录为契机，在焦作全市域规划建设、提升改造一批集体验性、参与性、教育性等为一体的历史文化遗址、特色文旅村镇和文化创意园区。其二，切实加大对一批焦作历史名人、事件的挖掘整理和旅游利用开发，以及文化传承人、乡土文化能人和民间艺术团体的扶持

力度，打造具有焦作地方特色和代表性的民俗体验、演艺节目、节庆活动等。其三，加快培育一批拥有自主知识产权和创新能力的文化旅游企业，重点扶植影视城等焦作本土文旅企业，对产品提档升级，满足更高层次和更广层面来焦作的游客需求。

五. 推动旅游与康养产业融合发展

加快开发中医药特色、太极养生为核心的两大健康养生旅游产业。

一是围绕焦作“四大怀药”，结合度假区、旅游特色村镇等空间，规划建设中医养生、针灸推拿体验、中医药调理、药膳调补等产品项目；同时结合生态观光、农事劳作、食品加工、餐饮制作等活动，推动健康食品产业链的综合发展。二是结合太极文化开发的修学、养生、养老等业态，以太极文化中的强身健体结合中西医、营养学、运动康复学等理论知识为指导，通过学习和练习太极并辅助药食等康复治疗为主要手段，开发健康养生类旅游产品，包括康体检查、旅居养老、会议培训等。

六. 推动旅游与新业态融合发展

推动旅游与体育产业融合发展。依托焦作山水资源齐备的条件，积极开发户外运动、赛事活动等体育旅游产业。通过山地运动场地、水上运动基地、体育公园和精品旅游赛事等活动，推动体育旅游的深度融合，特别要突出以太极拳为代表的焦作形象体育旅游品牌。

推动旅游与研学产业融合发展。贯彻落实国家教育部《关于推进中小学生研学旅行的意见》，主要依托自然保护区、森林公园、文博场馆、工业遗址、传统村落等，完善解说与展示功能，规划建设一批研学旅游基地，设计主题性、针对性的研学旅游线路和研学旅游产品。

推动旅游与互联网产业融合发展。借助互联网的大数据、云计算、人工智能等优势，整合并搭建焦作旅游的云上和掌上服务总平台和总入口，建构围绕景区、城市、乡村旅游全要素和支撑保障的智慧化、数字化服务管理平台。

推动旅游与金融产业融合发展。成立焦作旅游基金，解决旅游项目建设的资金和融资渠道。通过专业的金融工具设计，为游客提供旅游保险、旅游消费信贷等一揽子服务。争取引入旅游独角兽企业、成立旅游产业投资研究中心等。

第十八章 提升旅游产品品质供给

一. 打造遗产旅游品牌

1. 南太行山自然遗产旅游产品

突破焦作太行山云台一枝独秀的发展局面，集合焦作与周边跨省市南太行一线景区资源，共同打造（南）太行山遗产旅游品牌。

太行山自然遗产的申报、规划、建设必须区域联动，通过资源整合、交通联合、服务配合三大方面进行落实。资源整合上，跨京冀豫晋，联合申报世界自然遗产，形成国际品牌效应，普惠一市三省旅游产业的发展；交通联合上，一市三省打通相互之间的两高（高速、高铁）通道，形成区域之间的旅游交通快速联络；服务配合上，形成省市重点旅游城市间的服务对接，享受同等质量和同等便利的旅游服务。

要坚持保护自然生态环境和风景资源的刚性原则，划定未来申报遗产的提名地保护范围，落实最严格的保护保育措施，将南太行山自然遗产打造成为焦作旅游走向世界的品牌担当。制定发展政策、完善体制机制，实现云台山、青龙峡、峰林峡、青天河、神农山等焦作南太行主要景区的协同管理、品牌共享、优化经营，注重不同旅游业态的布局，重点引导民宿体验、康养度假、文化欣赏、赛事活动等旅游产品，展现南太行焦作段的山美、水秀、地灵与休闲慢生活。

2. 太极非物质文化遗产旅游产品

太极文化是焦作打造世界级文化旅游产品的另一个品牌。应切实加快太极拳申遗的进程。应以遗产的展示、传承、推广为核心，规划设计文化旅游产品、提升设施服务水平、增加国际市场影响。

在太极文化遗产展示的旅游产品规划上，要回归太极本源，突出遗产的真实性，以陈家沟传统村落的保护和旅游利用为主要工作，坚持高起点开发、高标准建设、高水平运营，精细化太极圣地陈家沟的旅游体验产品和旅游线路设计，使

之达到国际一流水准，成为焦作世界文化遗产展示的窗口。

在太极文化遗产传承的旅游产品规划上，要将太极文化作为焦作旅游文化的核心线索，在全市旅游产品项目设计建设的各方面得以融入体现，包括度假产品、文娱活动、节庆赛事等多方面，增强焦作太极文化品牌的可感知度。重点包括谋划建设焦作太极-黄河旅游度假区、太极+康养体验产品系列、太极主题演艺与影视、太极文化系列商品等。

在太极文化遗产推广的旅游产品规划上，要坚持“走出去、请进来”的发展策略，立足本土放眼世界，举办国际级的太极文化论坛、访问交流、赛事活动等，做大做优太极教育培训、认证授权等相关产业和产品，以旅游产品的宣传推广来助力提升焦作太极文化的影响力。

二. 突破康养度假产品

充分利用焦作的自然山水、生态环境、黄河农耕、四大怀药等资源条件，打响焦作“中原养生福地”的特色旅游产品品牌。依托云台山、青天河、陈家沟等景区和北部浅山区、中部南水北调走廊、南部沿黄滩区等，规划建设一批集创意、博览、休闲、养生、养老等功能于一体的省、市级健康旅游示范基地。鼓励支持医疗保健机构、养老机构、保险机构等社会机构组织和各级各类旅游开发主体，大力发展康养、保健等产业经济，开发一批森林康体、避暑度假、太极养生、农产品保健、乡村康养、养老服务等一系列养生康体度假产品。

加强太极与康养、运动与康养、美食与康养等创新产品项目的开发建设，把大健康和大旅游紧密结合起来。重点瞄准千万级规模的区域特别是郑州客源市场与百万级规模的本地客源市场，远交近攻，一方面面向国内外市场重点宣传营销焦作新一轮旅游发展的康养系列产品，扩大焦作旅游产品的市场吸引力；另一方面，集中长效面向省内、邻近山西地区的重点城市，特别是郑州市场，连续推介焦作的康养系列旅游产品，在一些针对这部分客群市场的康养度假旅游产品项目上，例如森林康疗避暑基地、太极养生小镇等产品上要取得决定性的突破，打开焦作康养度假旅游的新局面。

三. 创新产品类型特色

积极拓展旅游产品类型，发展森林生态游、户外运动游、农业乡村游、工业特色游、地质科普游、研学旅游、美食旅游、购物旅游、营地旅游、夜间文娱游等产品。加大焦作特色文化旅游产品的开发力度，精制黄河文化游、名城文化游、名寺文化游、名药文化游、名人文化游等文化主题旅游产品，推出一批适合大众旅游时代市场需求的多样化特色旅游产品。

四. 提升旅游产品品质

深入挖掘焦作的古代汉文化、怀川历史文化、近现代工业文明以及太极、神农、七贤等特色文化，结合传统的黄河农耕、手工技艺等，提升焦作旅游产品的文化内涵，创造与众不同、可读可品的高品质旅游产品。积极利用新能源、新材料和新科技装备，提高旅游产品的科技含量，充分利用在建的焦作旅游数字平台和大数据中心等，为旅游产品的开发提供分析决策支持。在生态旅游、科普旅游等产品的规划设计中，推广资源循环利用、生态修复等技术，既增强旅游产品的可读性与游客的兴趣，又加强环境综合治理的效果，提高旅游产品开发的生态含量。

第十九章 提供优质共享公共服务

一. 旅游交通便利化

1. 构建旅游交通服务网络

完善综合交通运输体系，谋划温县、云台山等直升机场建设和低空旅游项目开发，进一步增加焦作与郑州、洛阳等重点客源地和入境城市机场空港、高铁车站等的旅游一站式公交合作。大力建设中心城区、修武、博爱、武陟高铁和城际铁路的综合交通集散功能。在全市各个高速公路出入口以及高速公路服务区，增设旅游服务功能。

打通内部旅游交通，构筑景城绿道（滨水休闲绿道、山林风景绿道、都市活力绿道等）、沿山沿黄旅游通道、旅游轨道等一系列旅游特色交通织就起来“快旅慢游”的市域旅游交通网络。将高铁、城际铁路和县城等主要游客集散地与重点景区对接，开通旅游专线直通车。在焦作市区与各县市间、三条旅游发展廊道以及南水北调游憩带中，有计划开行旅游巴士。实现市区中心城区与修武、博爱县城间的旅游公文化。

2. 完善旅游交通服务设施

积极推进北山旅游通道、市区环城游憩带、黄河旅游通道等各级各类旅游风景道中绿道、骑行专线、登山步道、慢行系统、交通驿站等旅游休闲设施建设，打造具有通达、游憩、体验、运动、健身、文化、教育等复合功能的主题旅游线路。

科学合理布局指向清晰的旅游引导标识标牌。结合风景道建设设置自驾车旅游服务区、自驾车营地等，并沿线增设加油站和汽车维修点，满足自驾车的出行需求。

3. 提升集散咨询服务功能

充分利用新郑国际机场、郑州东高铁站的巨大客流量优势，将咨询服务端口前移至河南交通核心枢纽点。

在焦作中心城区、主要城镇建成高标准的全域旅游综合集散服务中心，用于全市旅游形象及资源的集中展示、精品线路的集中推介、入焦游客的集散服务、旅游消费的集中提供等。在商业街区、交通枢纽、景点景区等游客集聚区，以及全市青年志愿服务厅、各大商业银行营业厅增设旅游咨询服务网点，有效提供景区、线路、交通、气象、安全、医疗急救等信息与服务。

二. 要素设施品质化

1. 扎实推进厕所革命

加大市县各级财政预算内资金、旅游发展基金对“厕所革命”的支持力度。在重要旅游活动场所设置第三卫生间，做到主要旅游景区、旅游线路以及客运列车、车站等场所厕所数量充足、干净卫生、实用免费、管理有效。景区厕所建设管理工作与文明景区创建工作相结合，全力营造良好的服务环境，打造文明旅游景区。落实好《焦作市城区沿街单位内部厕所对外开放实施方案》，引导城镇沿街机关企事业单位内部厕所向外部人群开放，为广大市民和外地宾客提供方便。

2. 提升“住食购娱”服务能力

坚持“高端酒店品牌化、度假酒店主题化、特色民宿精品化、乡村农家标准化”，形成焦作全域酒店梯级布局。

打造清真饮食、中原饮食、老城老巷等为主题城区特色饮食体验空间；打响博爱美食系列旅游产品和节庆活动；创新怀药、有机农产、时令鲜品等健康餐饮料理；开发焦作特色小吃、便携零食、伴手礼等美食。

扶持培育中草药、特色农副产品、陶瓷工艺品、工业旅游纪念品等旅游商品开发，更多地体现焦作文化符号；在城区和重点旅游景区建设特色旅游商业街区、旅游商品集散中心、工艺品加工坊等，提升旅游休闲购物吸引力。

充分利用城市各类公共文化设施,开发夜生活、参与性、体验型的娱乐项目;在主要景区结合太极文化、怀府文化等,增加演艺类表演互动节目;在乡村旅游点,结合地方民俗文化表演开发游客参与娱乐的活动。

3. 大力发展智慧旅游

涉旅场所实现免费 WiFi、通信信号、视频监控全覆盖。全面提升旅游大数据中心建设水平和服务能力,形成覆盖各县(市)区、各景区景点、各行各业的旅游大数据采集分析、联网共享的旅游大数据管理体系,构建焦作全域旅游统计体系和主要旅游指标对比体系,科学评价旅游业对全市经济社会的综合贡献以及旅游消费的结构、质量和倾向,实时分析全市旅游业发展动态,为决策提供正确的依据。

建立焦作旅游线上“总入口”,在焦作形成集交通、气象、治安、客流信息等于一体的综合信息服务平台,实现游客在线预订、网上支付功能。开发建设游客行前、行中和行后各类咨询、导览、导游、导购、导航和分享评价等智能化旅游服务系统,做到“一部手机玩遍焦作”。

三. 服务环境精细化

1. 加强旅游服务,提升满意指数

完善各项旅游服务标准,实施旅游服务质量标杆引领计划和服务承诺制度。推广建立景区集中洗消中心、生活食品配送中心,对家庭宾馆、民宿客栈、团队餐饮店等实行集中服务和统一监管。

建立优质旅游服务商名录,推出优质旅游服务品牌,开展以游客评价为主的旅游目的地评价,不断提高游客满意度。扩大旅游“红黑榜”应用,将旅游景区景点纳入“红黑榜”评价机制。运用 12301 智慧旅游平台、12345 政府服务热线以及手机 APP、微信公众号、热线电话、咨询服务中心等多样化手段,形成高效便捷的旅游投诉受理、处理、反馈机制。

推行旅游志愿服务。建立旅游志愿服务工作站,制定管理激励制度,开展志愿服务公益行动,提供文明引导、游览讲解、信息咨询和应急救援等服务,打造

旅游志愿服务品牌。

2. 营造良好旅游发展氛围环境

加强旅游惠民便民服务。实现焦作市域范围内公益性博物馆、纪念馆、全国爱国主义教育示范基地、美术馆、公共图书馆、文化馆、科技馆等免费开放。加强对老年人、残疾人等特殊群体的旅游服务。

严格执法推动市场规范化，完善全域旅游市场准入与退出机制。加大旅游安全生产和市场执法监管力度，执法检查行动逐步制度化、经常化。旅游、公安、交通、工商、物价、安监、卫生、药监、宗教、文化、消防等相关部门要建立协作机制，突出重点环节、重点领域和重点时段，长效持续地开展旅游市场整治行动。

发挥行业协会作用，建立全域旅游经营者诚信等级认定、信用监督和行业失信惩戒制度，引导企业由低层次的价格竞争向注重质量与诚信的发展方向转变。

建立健全旅游安全保障机制和旅游安全联动机制，相关部门按照各自职责，加强旅游交通、旅游设施、旅游餐饮等安全监督检查。完善旅游安全信息预警发布制度，健全旅游突发事件监测、报告网络体系，推动建立旅游紧急救援资金、网络和机构。健全应急处置、紧急救助机制，加强应急队伍建设，定期开展应急演练，增强应对，旅游突发事件的能力。

第二十章 实施系统精准营销工程

一. 制定营销规划

把营销工作纳入全域旅游发展大局，在区域层面加快推进“郑焦融合”“焦晋互动”“焦新济联动”等跨区域旅游合作，形成互利双赢发展局面。进一步增加市财政每年用于旅游宣传促销的专项经费。加强市场推广部门与生产供给部门的协调沟通，实现产品开发与市场开发无缝对接。制定客源市场开发规划和工作计划，切实做好与郑汴洛等周边主要入境旅游城市的入境客源营销工作。

二. 实施品牌战略

将“世界太极城·中原养生地”着力塑造为焦作新时代旅游发展特色鲜明的旅游目的地形象，围绕太极+黄河、太极+康养、太极+度假、太极+少林等市域和跨区域的产品组合，打造主题突出、传播广泛、社会认可度高的焦作又一强有力旅游目的地品牌。同时，围绕（南）太行和太极拳世界遗产的申报工作，建立焦作世界遗产旅游城市高品质的品牌认知。进一步提升云台乡村民宿、净影度假、怀药养生等焦作市域内其他重点旅游品牌的影响力，建立多层次、全产业链的品牌体系。

三. 创新营销机制方式

建立政府、行业、媒体、公众等共同参与的整体营销机制。制订更加精准化的旅游广告投放计划，充分利用新媒体宣传阵地，制作一批全新的创意广告和城市宣传片，以新形式、新视角让受众群体耳目一新。在郑州、洛阳、西安等焦作旅游的主要客源地城市设立焦作旅游推广中心，并依托境外太极拳武馆，设立焦作旅游宣传推广中心，促进焦作入境游快速发展。

有效运用高层营销、网络营销、公众营销、节庆营销等多种方式，借助大数据分析加强市场调研，充分运用现代新媒体、新技术和新手段，提高营销精准度。

以服务外包的全新模式，吸纳新媒体专业人才进入焦作旅游对外宣传领域。充分利用报纸、电视、电台等传统媒体及微信、微博、客户端等互联网新媒体平台，加快形成多层次、立体式、不间断的焦作旅游对外宣传方式。继续办好大型旅游节会活动，唱响焦作旅游新时代的华章。

第二十一章 保障规划有序有效实施

全域旅游是发展经济、增加就业和满足人民日益增长的美好生活需要的有效手段，是提高人民生活水平的重要产业。要加强资源环境保护，创新体制机制与政策之策，完善规划体系，做好与周边区域发展衔接，加强市域发展的统筹，强化，加强全域旅游发展的人才专业支持，保障规划有序有效实施，确保一张蓝图干到底。

一. 加强资源环境保护

牢固树立绿水青山就是金山银山理念，以生态保护红线划定等为依据，坚持保护优先，合理有序开发；坚持节约集约利用土地，充分利用存量建设用地，防止破坏环境，摒弃盲目开发；实现经济效益、社会效益、生态效益相互促进、共同提升。

对焦作现有的自然保护区、风景名胜区、文物保护单位等核心保护区域，依法执行最严格的资源环境措施；严格规划建设管控，保护耕地、林地、水体等资生态环境资源；要加强对焦作市域内广大的自然生态、田园风光、传统村落、历史文化、民族文化等资源和环境真实性、完整性的保护，保持传统村镇原有肌理，延续传统空间格局，注重文化挖掘和传承，构筑具有地域特征、民族特色的城乡建筑风貌。减少旅游开发建设与经营中的各类活动对生态环境产生的影响，倡导绿色旅游消费。

二. 体制机制与政策支持

围绕推进焦作全域旅游规划实施和全域旅游发展，坚持深化改革、扩大开放，制定出台支持政策，打造体制机制新高地，为全域旅游发展创造良好条件，发挥对全国全域旅游城市建设发展的引领示范作用。

深化旅游行政体制改革。研究和推进焦作市县区各级旅游行政管理体制改革，在国家、省市机构改革的总体安排和原则要求下，采用成立旅游工作领导小组、

健全旅游联席会议制度等方式方法，授权旅游行政部门行使有关行政审批权限和管理权限，推进行政审批制度改革。建立全市各县市和部门的综合绩效考评体系，创新统计监测和考核机制，加强监督和责任考评，确保全域旅游创建等各项工作的执行和落实。推行旅游产品项目负面清单管理，建立全新的投资项目审批制度，提高行政服务效率。

加大财政金融支持力度。建立长期稳定的旅游资金筹措机制。焦作市县区各级政府要长期加大对旅游发展财政资金的扶持力度，鼓励设立旅游产业促进基金并实行市场化运作。对符合焦作全域旅游发展方向的税收政策，在现行税收制度框架内支持优先实施，对需要先行先试的可依法依规优先试点。支持焦作立足本地实际，率先在相关领域开展服务旅游实体经济的金融创新或金融试验试点示范工作。优化细化奖励政策，对重点旅游项目、4A与5A景区、国家级旅游度假区等的建设给予适当奖励。

推进旅游用地制度改革。将旅游发展所需用地纳入土地利用总体规划、城乡规划统筹安排，年度土地利用计划适当向旅游领域倾斜，适度扩大旅游产业用地供给，优先保障旅游重点项目和乡村旅游扶贫项目用地。创新旅游用地供应政策，构建出让、划拨、作价出资（或入股）、租赁或先租后让、租让结合的多元化土地利用和土地供应模式。

积极扩大对内对外开放。主动服务中原城市群和周边城市，利用郑汴洛三地旅游对外开发开放的基础和焦作在区域自然资源和环境优势，吸引国家对外开放平台、国际组织、重大区域发展项目在焦作布局，举办国际国内及区域高端会议论坛和活动赛事。大力支持以“黄河太极国际旅游度假区”、“保税小镇”等为创新的焦作全域旅游新发展，积极申请河南省内过境免签、入境退税等试点城市，吸引国际游客，更好地以开放促改革、以开放促发展。

三. 完善规划体系

完善规划编制体系。将旅游发展作为重要内容纳入经济社会发展规划和城乡建设、土地利用、基础设施建设、生态环境保护等相关规划中。编制旅游产品指导目录和负面清单，制定旅游公共服务、营销推广、市场治理、人力资源开发等

专项规划或行动方案，形成层次分明、相互衔接、规范有效的规划体系。

健全规划管理体制。各级政府要负责全域旅游发展总体规划组织编制、审批、实施、管理；各级旅游行政管理部门要负责各类旅游规划的组织编制、审批、实施、管理等职责。建立切实可行的协调机制和措施，保障多规合一落实，按法定程序和要求开展建设项目的审批、管理。建立规划评估与实施督导机制，提升旅游规划实施效果。

畅通公众参与渠道。坚持开门开放编规划，汇众智、聚众力，搭建全过程、全方位的公众参与平台，健全规划公开制度，鼓励引导各领域专家和公众积极参与，在后续规划编制、决策、实施中发挥作用。

统筹安排规划实施时序。根据相关阶段建设目标要求，制定各类规划实施方案和行动计划，适时启动重大项目建设，确保焦作全域旅游发展有序推进。

四. 提升旅游企业竞争力

鼓励社会资本进入旅游业，参与各类旅游项目建设，实施兼并重组，开展跨区域、跨行业经营和产业链扩张，培育一批具有竞争力的焦作大型旅游企业集团。出台政策，支持民营和中小旅游企业发展，支持旅游信息与高新技术企业发展。扶持旅行社集团化、专业化、网点化发展。推进旅游住宿餐饮业结构调整，大力发展精品酒店、经济型饭店，进一步加快旅馆品牌化、网络化发展。进一步推进景区（点）经营体制改革。支持企业开发具有自主知识产权的旅游商品。

五. 强化全民共建共享

发挥旅游行业协会的服务自律作用。推进旅游环境规范、服务标准的制定，推动节事活动的组织和协办。培育构建焦作社会资源旅游访问体系，整合社区街道、公共服务窗口、社会机构等各类特色的社会资源点转化为旅游产品体验，进一步丰富焦作城市旅游产品，营造居游共享的城市生活空间。重点创新焦作乡村旅游的开发模式，鼓励发展“合作社+农户”、“村民+店主”等多种共建模式，让所在地居民从旅游发展中获得实际受益。

六. 加强人才专业支持

实施“人才强旅、科教兴旅”战略。大力发展旅游职业教育，加快培养适应全域旅游发展要求的技术技能人才，积极推进涉旅行业全员培训。深化与河南理工大学等校企合作，鼓励规划、建筑、设计、艺术等各类专业人才通过到基层挂职等方式帮扶指导旅游发展。邀请国内外知名旅游科研单位、旅游规划单位与国土、交通、住建等相关规划研究机构来焦作为全域旅游发展建设出谋划策。

七. 推进区域协同发展

推进焦作与中原城市群、郑汴洛等主要城市的旅游业协调发展。加强与国家、河南山西两省、沿黄河沿南太行有关单位、郑焦两市经常性、制度性协商，解决好涉及区域旅游协同发展的相关规划建设问题。按照科学规划、合理布局的原则，焦作要主动对接郑汴洛区域旅游发展，在功能上优势互补，实现错位发展、互利共赢；要积极争取承接区域旅游发展的重大项目和活动，统筹承接郑州旅游发展的需求，在区域协同发展的格局下，推进旅游城镇化和城乡一体化建设，协调安排区域旅游交通、重大项目、基础设施等建设，实行协同规划、产业联动、游客互送，打造郑汴洛焦旅游协同发展示范区。

第五篇

焦作市全域旅游发展专项规划

第二十二章 景区建设规划

一. 景区建设与全域旅游发展

“游”是旅游活动六要素的中心，景区是“游”的主要核心载体，因此景区是区域旅游产业发展的基础和核心依托，加强景区经营绩效研究，优化及提升景区空间结构及品质是焦作市建设旅游强市、加快旅游二次创业、实现提质增效目标的客观要求，对焦作全域旅游的创建具有重要意义。发展全域旅游，必须紧紧抓住旅游景区这个龙头和核心，以旅游景区的转型提升，推动旅游业改革发展。

在焦作市域范围内已有 1 个世界地质公园，3 个国家 5A 级景区，4 个 4A 级景区，景区资源优越，等级较高。作为“焦作现象”的创造地，焦作市利用其独特的地质构造条件，实施“旅游带动”战略，利用以云台山为代表的景区使焦作旅游业取得了跨越式的发展，实现了由“煤城”到“中国优秀旅游城市”、由“黑色印象”到“绿色主题”的成功转型。焦作旅游目前尚处于典型的景区旅游阶段，目前有些景区的发展已无法适应全域旅游背景下的发展，因此提出焦作市旅游景区系统的发展目标、原则、重点任务、发展提升思路及策略等，作为全域旅游的重要专项规划。

表 6 焦作现有品牌景区列表

世界地质公园（1 个）	云台山
国家 5A 级旅游景区（3 个）	云台山、青天河、神农山
国家 4A 级旅游景区（4 个）	嘉应观、圆融寺、焦作影视城、陈家沟
国家 3A 级旅游景区（10 个）	韩园、蒙牛乳业工业旅游区、焦作科技馆、焦作太极体育中心、孟州市丰润园农业生态观光旅游景区、博爱县月山寺风景名胜、焦作市森林动物园、金岭坡太行艺术小镇、太行博竹苑、三利达弓箭文化旅游区
国家 2A 级旅游景区（12 个）	朱载堉纪念馆、宁城公园、博爱县博爱公园、于庄三渡湾景区、博爱伊赛肉业、圪垱坡景区、云台冰菊绿色种植基地、云台小七主题乐园、小底爱情公园、幸福湖公园、博爱乳业工业旅游区、龙泉湖公园
国家 A 级旅游景区（1 个）	修武伊赛肉业景区

二. 目标与原则

1. 建设目标

着力做大做强焦作旅游景区，加快推进景区转型发展，不断提升景区发展质量，努力使景区生态环境更美、文化特色更明、服务品质更优、综合效益更好、市场竞争力更强，实现社会效益、经济效益、文化效益和生态效益的有机统一。到规划远期，创建国家级旅游度假区 1 家，国家 3A 级以上景区达到 15-20 家，占焦作全部对外开放的旅游景区总数的三分之二以上；游客接待量超过 200 万人次的大型综合景区和接待量超过 100 万人次的精品特色景区各超过 3 个。

2. 建设原则

国际化。坚持国际化引领，以国际一流标准和要求，推动旅游产品向观光、休闲、度假并重转变，提升景区服务，优化景区环境，塑造景区品牌，加强国际旅游营销和市场拓展，不断增强旅游景区国际知名度和美誉度。

品质化。坚持品质化发展，以人为本，主客共享，深入挖掘、展示特色文化，注重建设标准化、管理细节化、服务人性化，加强景区软硬件的配套建设，推动旅游服务向优质服务转变，进一步打响旅游品牌，提高旅游品位，提升服务品质，不断提高游客满意度。

生态化。坚持生态化转型，坚守生态保护的底线，以生态文明的理念，把真山真水真空气、原汁原味原风情作为景区建设最大的优势、最好的品牌，推动旅游开发向集约型转变，更加注重资源能源节约和生态环境保护，使旅游景区成为实现“绿水青山就是金山银山”的重要载体，助推“两美”建设。

智慧化。坚持智慧化运作，充分整合利用现代信息技术，建立健全智慧旅游公共服务体系，推进旅游景区管理方式、经营方式现代化，努力实现旅游景区管理智能化、智慧化。

三. 重点任务

传统观光景区若要走出困局，重在找准方向，调整开发思路，提升开发水平，创新产品开发，对接市场需求，引导市场潮流。其转型机理可概况为：内强品质，

外塑品牌。

1. 内强品质

内强品质，贵在深度挖掘景区旅游资源的价值，对接市场需求，找准提升方向，创新产品开发，构建大旅游。内强品质重在景区建设，创新产品开发，营造大旅游产业。

(1) 提升景区旅游服务质量

按照零违章建筑、零水体污染、零卫生死角目标，全面开展景区内环境“洁化、绿化、美化”提升改造，不断优化旅游景区综合环境质量。

加强通景公路沿线、景区主要出入口可视范围及景区内部环境整治，重点优化进入云台山景区、青天河景区、神农山景区、陈家沟景区的通景道路。对路面边坡、设备设施、建筑立面、水体环境、垃圾卫生进行全面整治，拆除或改建景区内外的违法建（构）筑物、破旧建筑、无序市场、垃圾回收中转站等有碍观瞻的场所，规范设置旅游交通、宣传广告、导览介绍等各类标识标牌，清洁游览场所地面；开展景区湖面、河道、溪流等水域环境整治，开展景区污水治理，禁止将未处理达标污水直接排放，确保水质清澈洁净；开展景区垃圾无害化处理，垃圾箱数量充足、外观整洁统一，垃圾日产日清，分类处理。

实施景区通景公路沿线绿化改造工程，开展景区内植被覆绿工作，对山体、水域、道路、公共场所周边进行绿化改造，提升景区的整体生态环境。加强园林绿化工程的养护与管理工作，打造精品绿化工程，避免出现低质景观。

精心开展景区美化。加强景区建筑物外立面提升改造，如云台山民宿带建筑风貌的整治，改善景区内村庄的村容村貌，确保各单体建筑风格与景区整体环境协调一致、和谐相融。完善和规范景区交通标识、景区介绍、安全警示等标识标牌系统，布局合理、图形规范、维护良好。

(2) 优化景区旅游业态产品

产品是吸引游客的根本所在，优质的产品是资源、文化及市场的有机统一，是实现旅游消费的根本保障。在旅游观光时代，基础资源可以不经加工创造即作为产品提供市场，但随着产品供给市场重复低劣竞争的加剧以及市场需求的变

化，产品创新成为旅游开发的重中之重，也是引导市场潮流、创新旅游开发的重要保证。

就景区的提升而言，工作任务应以旅游观光为基础，休闲度假为开发重点，两者综合开发，整体包装，营造大景区，构筑大旅游。提升的重点在于功能体系的强化与升级，打破单一的山水观光旅游，优化游线，形成完善的旅游功能结构，增加游客的停留时间与二次消费、综合消费，获得旅游开发的良好综合收益。营造大景区，构筑大旅游的目的在于重新整合景区周边资源，突破现有景区边界造成的区隔现象，发展成规模的小区域内的片区旅游经济。

加快推进旅游度假区建设。把旅游度假区作为主平台，利用焦作太行山山水资源、本草中医药资源、太极养生文化等，全面推进旅游休闲度假功能、资源环境整合功能、旅游产品培育功能和开发管理服务功能提升发展，努力把旅游度假区打造成为旅游业转型升级的示范区、旅游经济强省的先行区和旅游休闲度假产业的集聚区。加快焦作南太行与太极-黄河旅游度假区的规划建设和申报。

加快打造一批文化旅游景区。深入挖掘整合文化旅游资源，加快嘉应小镇、云台古镇、太极小镇等重大项目建设，努力在文化旅游示范基地、景区特色文化主题酒店、非物质文化遗产旅游经典景区、特色文化主题酒店、旅游文化演艺项目等方面取得新突破。

加快培育一批特色新型景区。依托博大精深的中医药、整合提升特色医疗、中医药疗养、美容保健、康体养生等特色资源，培育一批医养康体景区。建设一批以户外休闲、康体活动、垂钓、自行车、徒步健行、拓展运动、房车基地、自驾车露营地等为特色的休闲运动项目景区。依托特色工业企业，打造体验性强、产业链长、影响力大的工业旅游 A 级景区。

2. 外塑品牌

外塑品牌指对接市场需求，引导市场潮流，挖掘资源核心价值，塑造独特品牌内涵与形象，通过创新营销模式，引导市场需求，巩固内强品质的成果，两者互动共进，形成良性景区发展模式。

(1) 打造国际品牌

传统观光景区，如云台山，经过多年的发展，曾在焦作旅游发展过程中担当大任，是旅游开发的先遣队。从资源品级上来讲，这些景区无疑是焦作优质观光资源精华所在。但随着旅游业的深度发展，观光型景区品牌影响力小的局限性越来越凸显。例如焦作目前的客源高度依赖于省内和周边市场。焦作市接待的游客绝大部分来自省内（占到 50%）；其次为周边地区，河北游客约占 20%，山西游客约占 18%，其余部分游客来自山东、江苏、湖北、北京、天津等地。省内和周边市场的份额占 90%，国际市场不到 10%。这种客源结构存量有限，焦作的吸引力基本也止于北方游客，对南方游客的吸引度低，对海外游客更是缺少知名度，不足 10% 的国际游客规模使得焦作山水旅游资源的国际化品味潜力尚未得到体现。因此，景区的品牌塑造，增强品牌的影响力势在必行。认识到太极与太行山的世界级品牌价值，而不是只将其作为一个普通山水旅游区的水准来打造，将重新认识和布局焦作的景区旅游发展。

（2） 塑造景观特征

景观特征是指一个景区的风景特色、特点，包括自然景观特点和文化特征的归纳提炼，是景区的灵魂，能够给游客留下最深刻的印象，是景区品牌形象塑造的前提和基础。

焦作是太极拳的发源地，是爱情诗人李商隐的故乡，是伟大音乐家朱载堉的故乡，是四大怀药及小麦的产地，具有多种具有地域特色的风景与文化，但是却很难给游客留下深刻印象。

传统景区的转型升级需要深度挖掘旅游资源的内在文化，提炼出能够代表景区的风景特征，并以此为灵魂，塑造项目产品独特的文化内涵，形成有特点、有品位、有文化、有意境的魅力旅游区，让游客在潜移默化中反复感受到景区的独特魅力。在文化旅游迅速兴起和文化旅游成为新兴亮点的新时期，加强景区文化内涵的挖掘，塑造景区风景特征成为景区品牌营造与提升的关键问题。

（3） 强化品牌营销

当前再也不是“酒香不怕巷子深”的时代，面临“埋在深闺无人识”的情况，主动营销，创新营销方式，让市场接纳是景区发展的重要任务。强有力的营销能够大力推广景区品牌形象，引领市场需求，并能够及时把握市场动态，调整开发

方向，指导旅游产品的有效开发。在营销方式上可采用博客、微博等网络营销，报刊，杂志，电视等大众传媒，以及微电影、节庆节事、新闻发布会等多种营销方式。

四. 建设时序

在焦作景区建设的思路上，不是孤立进行景区的提升，而是基于“全国旅游目的地”的目标，把焦作景区的旅游整合视为一项系统工程，其整合的总体思路为：以“提升品质”、“优化布局”和“创新产品”为首要任务，以“打造品牌”为核心，以“要素整合”、“营销推广”和“保障强化”为配套工程，共同构成焦作景区建设的总体思路。

根据焦作的景区发展情况，将景区系统发展框架及时序定位为：

1. 近期重点提升北部山地景区带

规划在未来的 2-3 年间将建设重点放在北部山地景区带的提升上，这包括确定大云台（包括云台山景区、青龙峡景区、峰林峡景区及净影寺）以及青天河风景区、神农山景区等在未来发展中涉及的景区功能、市场发展定位、旅游产品及形象、建设目标等问题。

计划通过 2-3 年的建设与提升，通过（南）太行山申遗以及云台山的品牌推广、营销计划，进一步扩大北部山地景区在国内外的影响力，将云台山培育成具有国际影响力的品牌，成为太行山旅游的首选旅游目的地、中原山水文化的典型代表。

2. 中远期发展建设南部黄河景区带

中远期的发展目标是规划远期（2030 年）建设完成“焦作太极-黄河国际旅游度假区”以及“嘉应观黄河文化旅游区”的两大旅游目的地，同时在沿黄一线建设完成国家农业公园、湿地公园等一系列旅游景区，拓展游客认识中的焦作“可游版图”，开启焦作黄河沿线的旅游发展。

3. 其他独立景区逐步提升完善

主要是针对有资源利用价值，但缺乏合理利用规划的如妙乐寺塔、韩园、汉

献帝陵、药王庙、二仙庙等景区或旅游资源进行开发提升。应结合资源特点及文化体验、教育培训、康养保健等旅游市场的需求,将这些资源或景区培育建设成为具有成熟产品、具备独特吸引的旅游目的地。

五. 北部山地景区带建设规划

北部山地景区带包括大云台景区、青天河风景区以及神农山风景区,在全域旅游的发展背景下,重点是明确各个景区的景观特征、品牌特色、发展策略,以及未来发展提升的方向及路径。

1. 大云台景区

大云台景区分为东区和西区两个部分,东区为现在最为知名的云台山景区,西区由青龙峡风景名胜区、峰林峡风景名胜区和净影寺共同构成。目前东区的观光旅游发展较为成熟,西区的旅游才刚刚进入起步阶段。

1-1 东云台

东云台以云台山景区为主,是一处以太行山岳丰富的水景为特色的景观,融泉、瀑、溪、潭于一谷,以水叫绝,因峡显幽,外旷内幽,奇景深藏,流水跌宕声声,潭瀑相映成趣。泉瀑峡山雄水秀,峰高瀑急,落差 314 米的亚洲第一高瀑“云台天瀑”就位于泉瀑峡尽头,上吻蓝天,下蹈石坪,宛若银河飞落,犹如擎天玉柱,蔚为壮观。

对于普遍缺水的中原地区及北方游客来说,具有多种水景形态的风景成为东云台景观特色;对于南方游客来说,潭瀑水景掩映在幽旷峰林中,也是稀有之景。因此,东云台独特多样的水景特征始终指引着旅游的发展方向,未来的建设主题与方向应始终围绕并且突出“云台山水,峡峰泉瀑”的特色。

为强化、升级东云台是焦作北部山区旅游综合开发的关键,规划提出“两加一减”策略,即加品牌、加文化和减容量。

(1) “+品牌”,进一步加强云台山的品牌影响力

云台山风景区一直都是焦作旅游发展的龙头项目,重中之重。云台山通过各种营销策略,树立了“云台山水,峡谷极品”的品牌形象,取得了良好的经济效

益和社会效益。据调查，70%左右的游客来焦作的目的是为了看云台山的山水。2015年，云台山的门票收入接近5亿元，而同年焦作市全部门票收入10.08亿元，云台山占了将近一半。

未来云台山的提升应进一步强化云台山的品牌效应，突破现有的云台山景区范畴，形成一个区域化的“大云台”旅游品牌产品系列。未来云台山的旅游不仅仅包括参观云台山景区，还包括在景区外的民宿体验、酒店休闲度假、文化演艺欣赏、会议赛事活动等多种体验，共同构成大云台的旅游产品和形象集群。

■ 措施一：发展云台山 IP 经济

但凡经营好的旅游景区，都是有其特立独行的具有鲜明特点的 IP。近几年，随着旅游群体的大众化，旅游体验的品质化，用户对旅游的体验消费、精神消费的要求也越来越高，因此，旅游消费在面对用户对个性化消费、情感消费的日益强烈的情况下，旅游产业的供给必须与需求保持同步匹配，因此，代表着旅游文化气息与精神魅力的 IP 便应运而生了。

相比传统旅游，IP 旅游极大地丰富和完善了旅游产品的内涵及价值，在运营模式上，IP 旅游不同于传统旅游依靠基础设施投资建设景区、营造景观以获取投资收益，而是通过文化资源的创意转化为旅游产品以获取文化附加值以及良好的综合经济和社会效益。目前，云台山旅游仅仅处在通过 IP 营销阶段，处于最开始的状态。未来 IP 应该逐渐深入到产品、服务，甚至旅游的每一个环节，包括导游、景区、酒店、商店购物、餐饮等等。

发展以云台山品牌为 IP 概念的旅游经济，可通过“云台山 IP 构建计划”进行实施，具体包括：

IP 产品序列。即在旅游点设计、旅游串线调整、旅游片区打造等方面形成清晰的云台山 IP 概念，可分为云台山景区系列、云台山酒店系列、云台山特色商业系列、云台山实景演出系列、云台山民宿系列、云台山房车营地系列、云台山会议、云台山特色手伴系列等，创造一系列涉及各个旅游环节的完整体验。

IP 营销序列。拥有 IP 就具备了一定的粉丝基础，这对旅游项目的营销起着倍增的作用，这对旅游项目的打造，以及旅游产品传播度的拓展，都有着无可比拟的优势。因此，基于 IP 概念的营销绝不是以往旅游推介概念，而是通过对

IP 概念的提炼与创新，对锁定的客群进行精准营销宣传，因此 IP 营销序列的工作重点是通过公众号、特色宣传等渠道等培养云台山的忠实群体，实现产品与客群的准确对接；

IP 视觉标识序列。即进行云台山 VI（视觉识别系统）的再设计。VI 视觉识别系统是将 CI（企业形象识别系统）非可视内容转化为静态的视觉识别符号。设计到位、实施科学的视觉识别系统，是传播企业经营理念、建立企业知名度、塑造企业形象的快速便捷之途。云台山通过 VI 再设计，对游客可以树立景区的整体形象，将景区的特点及价值传达给游客，通过视觉符码，不断的强化游客的意识，从而获得云台山景区的品牌认同感。

■ 措施二：成立专业景区运营公司，拓展经营范畴

随着旅游业的繁荣发展，景区运营管理能力成为当下旅游业发展所需要的核心驱动力，高品质的服务已经成为人们评价一个景区、目的地的重要指标了。云台山的景区管理水准在国内景区中首屈一指，是其他景区一直以来学习参考的对象。因此，云台山可以借鉴乌镇成立中景旅游管理（北京）有限公司的开发管理经验，将已有的高水平景区管理经验作为旅游发展的二次资源，输出云台山管理经验计划，成立专门的旅游管理公司，为周边旅游发展及其他景区的经营活动进行策划管理，致力于国内景区的建设与连锁管理工作，拓展旅游产业活动与格局。

■ 措施三：国际旅游要素提升

包括国际银行服务、外币兑换、国际手机通讯、导游导览、多种语言标识系统（日语及韩文标识及网页的基本覆盖）、签证服务、涉外酒店建设、医疗配备等多种国际旅游基本要素的配备与提升。另外还包括食、住、购、娱等要素的提升，例如打造云台山的米其林星级餐厅，增强云台山的餐饮魅力。

可通过涉外服务提升计划（多国语言导览工程、货币兑换工程、出入境服务工程、西式餐饮工程、标准化酒店服务功能）和国际精品服务计划（国际精品酒店引入工程、国际餐饮评级引入工程、国际急救标准服务工程）来进行提升，为云台山进行国际化品牌塑造提供支持。

（2）“+文化”，开发七贤雅士文化旅游项目及产品

云台山，曾经的世外竹林是中国山水园林鼻祖“竹林七贤”的隐居地与避世之所，竹林七贤在云台山大山深处过着闲云野鹤般的潇洒生活。在“云台山-嘉应观-少林寺”文化旅游产业融合发展示范带过程中，云台山的文化旅游产品开发可以围绕七贤文化、雅士文化、隐逸文化和魏晋遗风等主题，展开相应的文化旅游产品的建设。

■ 措施一：文化景观工程

将“七贤文化”、“雅士文化”和“魏晋遗风”等文化主题进行概括、提炼，成为可表达的视觉元素，如雅士人物形象、诗词歌赋、书法、故事、竹子、酒等元素，将诸多文化元素应用在东云台的景观设计中，如建设魏晋特点的园林景观和接待服务设施，或作为特色铺装、或成为景观小品、或成为景观雕塑主题，在景区的建设细节中处处融入文化感，营造隐逸文化与寻幽访古的景观氛围。

■ 措施二：文化场馆工程

指建设高品质的展示、体验七贤隐逸文化的场馆，可以建设“竹林七贤”诗画博物馆、隐逸音乐剧场，举办七贤音乐节，用3D全息等多种高科技手段展示魏晋风骨、山水园林诗画等，还可与故宫等知名博物馆建立合作关系，不定期举办高品质的文化展览。结合自然环境开发舞台剧、话剧、室外演出等活态文化产品，结合相关文化资源发展文化创意产业，共同带动云台山文化旅游的发展。同时还可以依托竹林七贤文化，建设七贤文化园、虚拟体验馆、主题雕塑、古典乐坊、书法疗养馆等，打造七贤主题特色街。

■ 措施三：国学修习计划

通过举办中国古代国学研修班、魏晋文化研讨论坛等，面对企业高管人员、高校及国学爱好者等，将七贤隐逸文化与现代艺术相结合，同时也可讲授中国传统文化中的关于修身、治家、为人、处世、谋业等智慧与现代管理、自我提升。

(3) “一容量”，控制山上的建设强度

重点是在居民自主开发建设较多的岸上区以及形成的民宿带做减法，通过实行民宿整治，梳理现有的建筑布局，进行合理化布局改造，对建筑的风格进行引导，让太行山水的风景完整地凸显出来，并疏导一部分游客到七贤镇或者修武县城，引导山上原有居民到七贤镇进行旅游经营。

云台山的发展不是一次形成的，有些是老百姓慢慢跟上，逐步开发，这样就没有一个完整的产品形态。减容量的措施是要强调大云台的整体风貌，中原山水风光的头号招牌就要有其该有的风景。与山水风光不协调的建筑，突兀的新房等，都应逐渐控制住，并通过做减法，形成和谐的人地文化景观。通过云台山民宿整治工程，加强景区建筑物外立面提升改造，确保各单体建筑风格与景区整体环境协调一致、和谐相融。

1-2 西云台

(1) 建设“焦作·南太行旅游度假区”

最初的山水旅游，游客只是满足于看风景。现在的旅游，人们追寻的是一种心理的享受和心灵的宁静，特别是对于缺乏山水风光的中原地区来说。因此，有“净山、净水、净土”之美、环境优越的大云台西区可以构建一个令人神往的中原山水度假地——“焦作·南太行旅游度假区”，统领净影寺、青龙峡、峰林峡以及龙翔山等景区的整体发展。

规划以国家级旅游度假区的标准来建设南太行度假区，完善符合市场需求的旅游度假产品，强有力的品牌宣传，让周边游客为了追寻“静修、康养度假在西云台”这一心理预期而赶来，支撑起“东云台观景，西云台度假”的大云台景区格局。

焦作·南太行旅游度假区的建设应着重打造知名的以中原山水环境为特色的康养度假产品，以休闲、康体度假为特点特色。一方面，完善产品体系建设，形成可供游客观光游赏、参禅礼佛、康体度假、太极养生的具有多种功能的旅游区域，另一方面，要完善净影寺、青龙峡与峰林峡景区之间的基础设施建设及共同的品牌建设。

(2) 度假区产品体系建设

焦作·南太行旅游度假区整体打造“西山净影·康养圣境”的旅游形象，主要包括三大旅游产品体系，净游系列、净养系列及净修系列。

■ 净游产品

用旅游风景道串联净影寺、青龙峡、峰林峡、龙翔山、群英湖以及陪嫁妆村、

双庙村、平顶爻村等景区及旅游资源点，构成焦作·南太行旅游度假区的休闲游赏主打项目。将青龙峡、峰林峡游客服务中心建设为焦作·南太行旅游度假区两大综合服务中心，支撑游赏产品项目的发展。

■ 净养产品

净养产品系列是焦作·南太行旅游度假区的重点发展内容，体现在5个“养”字：绿水青山养眼、蓝天清风养肺、净水美食养胃、崇文尚学养脑、诗意栖居养心。

依托太极文化、怀药养生、佛教文化以及西云台良好的森林生态环境，针对有静养、休闲度假需求的客群所开发的旅游产品。在焦作·南太行旅游度假区的范围内，选择有条件的山谷腹地进行整体开发利用，发展以禅养、森林康养为特色的康体度假基地。

焦作·南太行旅游度假区应建设品质优异的净养居所，开发多样的山居康养度假产品，选取生态资源条件优越的片区，将幽静的山林环境作为度假产品的核心吸引点，秉持野性、质朴、精致、奢华感的设计理念，打造独特难忘的居住体验。产品应利用现状的自然山水和森林，背靠太行山，依傍猕猴森林，周围各种景致和自然资源应有尽有，夏季凉爽怡人，秋季更是红叶漫山。充满禅意、与自然亲近的度假别墅散落在山林里，呈现出与大自然融为一体的建筑巧思。

可重点建设峰林峡森林野奢度假酒店、青龙峡度假山居、陪嫁妆“蜜月”主题度假民宿、龙翔山木屋度假酒店、“树屋”酒店等度假单元，配套太极拳、徒步、登山、太行山地自行车、瑜伽、草地保龄球、采摘野蔬、深山泳池、怀药spa等特色康体活动项目，丰富休闲度假活动内容，形成焦作·南太行旅游度假区的康体度假特色。

■ 净修产品

净修产品主要面向禅养、国学爱好者以及艺术修养群体，开发书画净修、太极净修等产品项目。

净影寺以宗教文化为内涵，完善相关旅游配套及服务设施。

青龙峡、峰林峡森林茂密，可建设青龙峡森林“琴”、“棋”、“书”、“画”四

大国学馆，开发双庙国学村、平顶爻翰墨村等国学主题修身养性产品，使得有艺术追求的康养度假人群可以在西云台的高山峡谷、茂林修竹中，吟诗作对、挥毫泼墨、抚琴奏曲，尽享艺术。

还可发展龙翔山亲子研修园、亲子育学园，秉承“教天地人事，育生命自觉”的教育理念，通过自然场景化、情景化和体验化的户外课程，打造“森林+教育”创新的全新业态，构建家、校、基地联动的探究型、启发式、个性化的创新型主题情景修学基地，构筑一个孩子们的成长乐园和大地课堂。

表7 焦作·南太行旅游度假区产品体系规划表

焦作·南太行旅游度假区	净游产品	净影寺、青龙峡、峰林峡、龙翔山景区、龙翔山体育公园、群英湖、陪嫁妆村、双庙村、平顶爻村等，焦作·南太行旅游度假区森林步道
	净养产品	峰林峡森林野奢度假酒店、青龙峡度假山居、陪嫁妆“蜜月”主题度假民宿、龙翔山木屋度假酒店、“树屋”酒店等度假单元
	净修产品	青龙峡森林“琴”、“棋”、“书”、“画”四大国学馆，双庙国学村、平顶爻翰墨村 龙翔山亲子研修园、亲子育学园，龙翔山体育公园

(3) 度假区基础设施建设

■ 交通设施建设

焦作·南太行旅游度假区在青龙峡及峰林峡游客服务中心的基础上建设两个国家旅游度假区综合服务中心，在综合服务中心配置综合型的旅游交通集散功能，整合旅游交通资源，推动焦作南太行轻轨、旅游客运班线、景区公交、偏远景区客运服务等资源优化配置，服务乡村振兴战略。推动运输客票、景区门票等票务系统衔接，开展车票、船票、门票等一体化预订和结算服务；针对不同旅游出行群体，提供旅游包车、拼车、直通车、小件快运、房车等个性化接送服务。

在焦作·南太行旅游度假区两大综合服务中心的基础上，辐射出至青龙峡、峰林峡景区，陪嫁妆村、双庙村、平顶爻村，龙翔山、群英湖以及净影寺的内部通景线路。通景公路组织以便利游客和串联各景区景点为主要目的，注重道路的景观效果及文化氛围的营造，以通行环保电瓶车等为主要交通工具。景区之间可根据地形，形成系统的供步行游赏及自行车的慢行系统。

■ 服务设施建设

焦作·南太行旅游度假区两大综合服务中心提供最完备的旅游设施，建设健全的食住行游购娱设施，包括游客服务中心、西云台商贸中心、民宿客栈、星级酒店、康养中心等，并提供旅游咨询、旅游地图及纪念品销售、日常餐饮、邮政电信、日常生活用品销售、银行金融、医疗保健以及休闲娱乐等服务，是西云台的综合性旅游服务接待基地。

在净影、青龙峡、峰林峡、龙翔山建设四处服务区，为游客提供较为周全的旅游设施，建设有完备的食住行游购娱设施，包括主题度假村、星级宾馆、康养中心、太极拳习练中心、书画中心、怀药 spa 等，并提供日常餐饮、邮政电信、日常生活用品销售、银行金融、医疗保健以及休闲娱乐等服务。

（4） 度假区品牌建设计划

■ 逐渐建立“西山净影·康养圣境”的品牌形象

焦作·南太行旅游度假区的品牌建设将突出西云台“西山净影·康养圣境”的休闲度假优势和特色，全力打造避暑、太极养生、禅养、康体休闲、乡村等分品牌形象，与云台山共同构建“西云台度假，东云台观景”的焦作太行山旅游产品格局。

焦作·南太行旅游度假区的品牌建设需要构建以“西山净影·康养圣境”品牌核心价值为中心的品牌识别系统，利用一切可利用的资源，整合景区的一切营销传播活动，打好“西云台度假”的牌，不断提升品牌资产。“西山净影·康养圣境”的品牌做到焦作度假品类第一，就能享受度假品类市场的利益，继而延伸分享市场利益，带动景区发展。

■ 培养网红度假酒店单元

景区出现一个明星网红产品后，景区的品牌形象就能够得到提升，甚至带动全线产品的发展，使景区获得更大利益。灵山大佛就是将大佛游赏及拈花湾度假培养成为明星产品，从而抢占了长三角佛教旅游度假市场，继而带动其它产品共同成长。而莫干山则是依靠裸心谷这个明星产品，打开了长三角民宿休闲度假的市场。

西云台的发展，要重点培养几处可以凸显“西山净影·康养圣境”品牌价值的度假产品，通过得当的营销迅速传播，打开市场：

建议重点培育峰林峡森林野奢度假酒店、青龙峡度假山居、陪嫁妆“蜜月”主题度假民宿、龙翔山木屋度假酒店、“树屋”酒店等度假单元，打造成网红明星级别的度假产品，吸引客群。

■ 设计品牌识别系统

品牌识别无论对景区还是游客都有重要意义。对景区而言，通过品牌识别，实现品牌形象生成。具有品牌影响力的景区毫无例外地都拥有清晰、独特、丰富和醒目的品牌识别。因此，依据焦作·南太行旅游度假区的“西山净影·康养圣境”品牌核心价值，建立以核心价值为中心的品牌识别系统是核心价值的具体化、生动化，使品牌识别与景区营销传播活动的对接具有可操作性。

■ 大力开发景区衍生品

主要是指利用西云台的“西山净影·康养圣境”形象，经过专业的衍生品设计，制造出一系列可销售的促进品牌建设的产品，如依托净影寺的文化、陪嫁妆村文化、峡谷山水环境、国学文化等元素，创作一系列的音像制品、电影、书籍小说、玩具、动漫形象模型、服饰、饮料、保健品、文具等，还可以形象授权方式衍生到更广泛的领域，如主题餐饮、景区咖啡馆等旅游配套服务行业等。

2. 青天河-丹河景区

(1) 联动开发

青天河-丹河区域包含青天河风景区、丹河峡谷风景区、于庄、小底村、月山寺等重要旅游资源点，可进行区域的整合开发，建设青天河体育公园、月山心舍小镇、于庄竹艺小镇、靳家岭红叶小镇，并借助现有铁路线，开通月山站-于庄-丹河-后寨-青天河服务中心-靳家岭红叶小镇的旅游专线小火车，突破交通限制，发展包含四季植物观景、峡谷风光游赏、枫叶游赏、体育休闲、禅养文化体验等多种活动的综合休闲旅游片区。未来的青天河-丹河区域将是焦作市民及周边郑州、洛阳、山西等地游客常来常往的景区。

青天河-丹河区域的整合中，公共交通的接入对于景区发展来说至关重要。除游客中心、停车场的建设之外，应规划好公共交通方式与景区发展的关系。可将博爱至青天河的小火车作为主要的公共交通方式，小火车同时也是一种具有旅游体验的主题交通方式。小火车起点借用月山站，线路分布串联月山寺、月山心

舍小镇、于庄、丹河景区、后寨、青天河体验小镇、青天河体育公园、青天河景区以及靳家岭红叶小镇。

小火车选择风景优美的路线，可加入植被景观、自然系的彩绘，打造一个绿色、梦幻的主题形象，经过的各个站点各有特色，建设纯木质结构的小车站，类似童话场景的设计将赢得年轻人和孩子的喜欢。市民、游客买一张票，沿途各站可以随意上下，徜徉在各个景点中。

（2）产品提升

青天河景区内植被茂密，品种繁多，有靳家岭红叶、太行猕猴园、百鸟林、植物园、无影树、古槐、松树林等植被景观。红叶植被景观尤其突出，靳家岭红叶品种多，既有南方灿烂的栎叶，又有北方火红的枫叶，种类齐全，更有树龄达2500余年的黄栌王。十月的靳家岭，近十万亩连天红叶覆盖着区内峰岭沟崖，层林尽染，红叶漫山，绚若晚霞、流光溢彩。

因此，青天河风景区的发展应以四季皆有景的植被景观为主，在现有基础上，对植物景观进行改造提升，营造出高峡平湖、烂漫春花、绿荫盈谷、万亩红叶、映雪红梅等种种季节风情。

四时之气不仅体现在植物的季节变化，“气之常也，人亦应之”。除四季皆有景可看，青天河景区还可以顺应四季开展与自然节气相应的康体活动。“岐伯曰：春生，夏长，秋收，冬藏”，“春三月，广步于庭；夏三月，无厌于日；秋三月，使志安宁，使肺气清；冬三月，去寒就温，无泄皮肤”。顺应四季，发展登山、徒步、垂钓、森林spa、温泉等四时康体活动，有利于城市人的身心健康。

目前青天河风景区的发展较为成熟，游客多为市内及周边游客。在景区进一步凸显四季植被景观及四时康体健身产品后，“四季皆有景，四时皆有乐，寓乐于景，景乐相融”，青天河将成为市民及周边郑州、洛阳、山西等地游客常来常往的景区。

■ 春季赏花游

不赏花的春天是不完整的。在不同的花期，赏各种各样的花，渐渐变成远离自然的城市人最热衷的日常休闲项目之一。目前青天河景区春季观赏的植物主要为桃花，可在此基础上种植更多的春季观花植被，如浪漫的樱花、玉兰花、海棠、

紫荆、郁金香等。还可种植千株樱花林，盛开时节，聚集人气，给春日增加一份热闹非凡的气氛。

通过营销宣传，让“赏桃花、观樱花”成为焦作、郑州及周边市民春季必去青天河的两大活动。春天的青天河，就是一个打翻了的调色盘。

■ 避暑消夏游

进入盛夏，青天河景区林木茂盛，翠竹成荫，溪流叮咚，清凉无比。小径蜿蜒深入，潺潺清溪依径而下，娇婉动听的鸟声自林中传出，整个环境幽静清凉。对于普遍缺水的中原地区而言，能在清凉的溪水边消暑更是极具吸引力的旅游目的地。在现有的旅游产品基础上，青天河还可增加夏季夜游、溯溪、漂流、建设水畔茶室等亲水活动，让游客不仅可以乘船徜徉清澈辽阔的水面，还可以感受月光下青天河的静谧，抑或是直接跳入溪水中，亲身感受夏日的清凉。

■ 秋季红叶游

靳家岭红叶以黄栌为主，可间植红枫、银杏等，形成颜色层次丰富的，有高山、溪流、公园、寺庙、小镇、水岸、红叶谷等不同的植物景观类型。在未来修建小火车的基础上，发展红叶观光火车线、红叶缆车道、坐船观红叶、夜赏红叶、月山寺红叶、银杏大道等旅游活动，做好秋季的主题观光季旅游产品设施。

■ 冬季寻梅游

冬日，梅花绽放，为万物凋零后的自然增添生机。青天河可建设一处“十里梅花香雪海”，沿水岸两边种植品种繁多的千株梅树，成为灵峰探梅的绝美胜地，每到冬季时节，青天河就萦绕阵阵梅花香。在青天河，不仅可以在雪后走在水岸边近距离观赏梅花之美，还可乘坐摇橹船，伴着咯吱作响的摇橹声和潺潺的水声，穿梭在两岸的梅花丛中。多样的寻梅体验是打开冬季青天河的正确方式。

■ 康体健身产品

在四季主题游的基础上，加入登山、徒步、攀岩、丛林飞跃、漂流、独木舟、露营、垂钓等体育健身活动，可举办“樱花登山节”、“桃花登山节”、“漂流节”、“青天河夏季露营季”等节庆活动。

春秋季，百花齐放或是红叶漫山，可以徒步旅行、探索北魏摩崖石刻，或是

在体育公园骑马, 单车, 网球; 夏天可以选择在丹河漂流中戏水, 独木舟、露营、垂钓, 登山、徒步、攀岩、丛林飞跃, 来一堂百人的户外太极; 冬季, 在康体小镇中来一场暖阳太极或是怀药温泉水疗。四季的青天河, 有适合各种人群的康养方式。

3. 神农山风景区

神农山在我国中医药发展史上, 占有十分重要的地位。相传上古时代, 炎帝神农氏身患重病, 为医治, 他带领文武百官, 妻室家眷, 跋山涉水, 广走民间。在一个秋高气爽、晨气沁脾的季节, 神农氏一行来至怀川时, 当看到绿叶如盖、花团锦簇的美好景色和秀丽奇绝的灵山(今之神农山)风光时, 大发感叹:“真乃神仙福地, 药山矣!”遂在此辨五谷尝百草, 登坛祭天, 终得四样草根花蕊和水服之, 不日痊愈。又令山、地、牛、菊四官护值, 因人而得名“山药、地黄、牛膝、菊花”, 这也就是后人所传“四大怀药”的最早起源。神农山风景区的老君洼一带, 至今还保留有“山药沟”、“地黄坡”、“牛膝川”、“菊花坡”等古地名。

可见, “药山”之称体现了神农山旅游资源的重要特征。因此可将“太行山中的药山”作为神农山发展的方向与品牌宣传口号。

如何整合与利用神农山的生物资源和中药文化, 是神农山旅游产品开发的重头戏。神农山的自然风光与中药文化是神农山风景区的两张王牌, 应使两者相辅相成, 实现有机对接, 相互借力。

(1) 景区设施改造升级

主要是指完善、升级神农山风景区观光游赏所需要的旅游基础设施, 包括景区发展所必需的停车场、景区内的步行道、栈道、旅游厕所、宾馆酒店等设施的建设与升级, 以及必要的环境整治。

应不断完善神农山通景公路体系、焦作南太行空轨站神农山站、公路绿道慢行体系、旅游公共交通体系和旅游交通标志体系, 健全交通服务设施的旅游功能, 开通神农山-沁阳-焦作高铁站等旅游专线, 提高旅游的通达性和便捷性。

推进旅游信息公共服务与咨询平台建设, 建设神农山风景区的智慧旅游 APP, 实现与云台山旅游微信、微博、网站等几大平台的互动, 全方位提高景区管理水

平和旅游接待能力，创造一个让游客更加舒心、满意的旅游环境。

（2）文化旅游主题建设

■ 神农百草文化工程

可开辟神农山的中药探奇专项旅游，成为神农山药旅策略中旅游产品开发的一大特色。神农山作为四大怀药的野生原产地，本身就是引人注目的文化线索。因此，可将“山药沟”、“地黄坡”、“牛膝川”、“菊花坡”以及神农氏辨五谷尝百草等故事，通过挖掘其文化内涵，开辟针对中医爱好者及专家学者、中医药学生等专门群体的野生怀药认知、辨五谷、探百草等中药认知旅游活动，建设神农氏中医药博物馆、中医药大学科学研究基地、名医工作室等，开展中医专项旅游。

■ 文化营销升级计划

在对整个神农山旅游目的地的推动上，文化营销能够快速提升知名度和美誉度以及塑造旅游形象。在国家大力提倡中医药传统文化的背景下，中医药文化旅游具有很强的吸引力和市场前景，可通过中医药文化相关的游、产、学、研等渠道进行精准营销。另外，神农山还可以发展中医文化的表演与节庆，如中药炮制工艺，并可以开发成大型的活动，或者在四大怀药采收的季节举办节事活动，如“怀山药采收节”、“地黄节”等，以带动进行事件营销，形成持久周期性旅游产品。

（3）神农本草小镇建设

神农山地势险要，山上没有村落，目前开展的主要是以太行山自然风光为主的观光游，可供旅游开发利用的腹地少，难以施展开旅游发展的大格局。开辟中药探奇活动、发展神农氏中医药博物馆、中医药大学科学研究基地、名医工作室等专项旅游活动，需要土地资源支撑。

2015年国务院在《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》中提出：积极发展中医药健康旅游，推出一批以中医药文化传播为主题，集中医药康复治疗、养生保健、文化体验于一体的中医药健康旅游示范产品，在有条件的地方建设中医药健康旅游产业示范园区。

规划建议在神农山入口的赵寨村附近建设神农本草小镇，发展四大中医药主题活动：

第一，中医药文化科普传播导赏及体验活动：中医药文化遗存、非遗、文物、药王庙、医圣祠、中医药博物馆和中药标本馆，展示诊疗器具、医学典籍、著名处方、名医事迹及成就介绍等，争取若干与中医药本草有关的非物质文化遗产工作室落户；

第二，中医药养生保健服务：饮食疗法、按摩、拔罐、刮痧等手法、各种设施设备理疗、药浴、芳香疗法、音乐疗法、心理疏导等各种自然疗法及其它非医疗行为服务，引导焦作本地的保和堂、怀山堂、百疗怀药等企业进行经营拓展，实现药旅融合。与医药院校和食品行业领先企业合作，大力开发山药等药食同源药材的潜在价值，发展特色保健休闲食品、功能饮料等受市场欢迎的产品，加强营销推广，拉动旅游消费。

第三，中医药主题商业：打造特色药店药铺，重振重现怀药老字号，凸显怀药道地药材、遵古炮制的特点。挖掘焦作养生文化资源，整合孙思邈药王文化、道家养生文化、竹林七贤等养生历史文化资源，建设怀药博物馆，开发医药文化养生旅游产品。

第四，会议、会展文化活动：发展有关中医药内容的会议会展旅游、会奖旅游、组织研修、历史地理科考、培训、演出、节庆等活动。

通过神农本草小镇的建设，形成“药山观光+本草小镇文化体验”的旅游产品组合，突破用地对于旅游开发的限制。

(4) 景城旅游互动计划

主要是促进沁阳市与神农山景区的协同发展，突出沁阳“一座文化之城，一座本草之山”的旅游形象。在复兴神农山旅游活力，更新观光设施，增加游赏产品的基础上，使神农山与沁阳怀府古城之间形成旅游联动与旅游产品互补关系。二者可通过门票联动如一票通，或者旅游宣传、营销等，组合沁阳这一组极具优势的山水人文旅游产品，打造核心吸引物，培育和支撑沁阳作为焦作旅游重点目的地城市的建设。

4. 北山城郊游憩带

通过景区提升，焦作在北部山上可形成“东云台观峡谷潭瀑、西云台康体度

假、青天河赏四季美景、神农山探中华本草”的景区格局，并利用分布的村落重点发展焦作境内的南太行村落民宿度假板块。与此同时，规划在沿北山大云台、青天河、神农山的南部山麓地带和中心城区焦辉路、影视路以北区域，建设一条开放共享的北山城郊游憩带，作为进入景区的风景门户，也是景区与城市之间的绿色缓冲。

依托太行山沿线生态林地、郊区基本农田、生态片林、水系湿地、自然村落、历史风貌等现有生态人文资源，通过新建郊野公园、体育公园等景区，并配套户外营地和城郊慢道等设施，串联月山寺、影视城、缝山矿山公园、圆融寺、龙翔山、汉献帝陵等城郊现有旅游资源点，同时也将规划建设的七贤文化小镇、绞胎瓷文化小镇、神农本草小镇和博爱于庄、修武韩庄等一系列乡村旅游点联系起来，打造焦作城郊绿色、开放、共享的休闲游憩旅游带。

（1）郊野公园

北山前山地带现有工厂较多，随着城市的发展，应将工业功能逐渐置换掉，以“生态、休闲、农业、体育、旅游”等为主题发展前山地带，以城郊基本农田、生态片林、水系湿地、自然村落、历史风貌等现有生态人文资源为基础建设郊野公园体系，不仅为实现焦博修与北山城景一体化发展打下基础，同时还可承载体育休闲、游憩、民宿等功能。

规划在城郊建设2-4处具有较大规模、自然条件较好、公共交通便利的郊野公园，近期可重点建设两处郊野公园：①优化焦作影视城、缝山国家矿山公园之间的土地，进行生态恢复，建设城区郊野公园，突出自然野趣的景观特色，围绕市民需求，科学组织游憩、休闲活动，完善相应服务配套设施，形成当阳峪遗址公园-圆融寺-缝山国家矿山公园-焦作影视城-龙翔山矿山公园的游览序列；②在东云台山的七贤文化小镇西侧建设云台山郊野公园，进一步优化七贤民宿村及其周围的生产、生态格局，并成为联系东、西云台山的绿色纽带，逐步形成与城市、旅游发展相适应的游憩空间环境，成为云台山景区、焦作·南太行度假区开阔的前花园、市民休闲游乐的好去处。未来郊野公园可结合城市的发展进行建设，如结合博爱小火车的线路，择址在月山寺、高铁站附近建设，以及将进入神农山风景区道路近山一侧的工业用地置换用来建设郊野公园等。

郊野公园规划遵循“坚持生态优先、彰显自然特色、适应游憩活动、体现地域特点”的原则，以生态保育为前提，注重环境效应，促进自然生态修复和环境优化，整合农田、林地、水网等要素，体现中原文脉和太行山自然野趣，科学组织游憩、休闲、健身、科普等多样化户外活动。

（2） 体育公园

城郊游憩带背靠北山，南面是一望无际的平原，视线开阔，适宜发展体育旅游相关产业及露营地。可在博爱县城至青天河景区沿途以及龙翔山度假区附近选择适宜场地，将草地、闲置用地等林中空地用作文娱场地和体育运动场，建设2-3处城郊体育公园，为市民提供天然的户外运动场地。

体育公园应配置较完备的体育运动及健身设施，建设专业规范的羽毛球场、乒乓球、足球场、网球场、篮球场及攀岩设施，供各类比赛、训练及市民的日常工作休闲健身及运动之用。

除了露天足球场等室外场地以外，还应配置室内体育设施，包括SPA、健身房、田径与自行车场地、壁球场、乒乓球、羽毛球场、网球场及体操房等，另外还应有儿童游戏、餐饮、医疗、洗浴等一系列配套服务。公园不仅满足了游人体育锻炼、体育保健和游戏的要求，也为人们开展其它休闲活动提供条件，不仅是一个体育公园，还是以体育建筑为主的，集体育、休闲于一体的体育休闲中心。

体育公园可借助品牌赛事和营地的推广，放大体育休闲旅游产业要素的集聚效应，形成产业链，推动产业集群发展。同时带动太极拳等重点体育资源整合，塑造具有焦作特色的体育休闲产业。将城郊游憩带中的体育公园打造成为群众乐于参与的户外运动中心，成为焦作体育产业发展亮点。

（3） 露营地计划

与郊野公园及体育公园相结合发展，可在公园内选择适宜场地建设3-5处房车露营、帐篷营地、儿童亲子游乐园等，成为市民周末外出锻炼、烧烤聚餐的休闲之所。

露营地应设施齐全，有独立的饮水和污水处理系统，配备生活用电、现代化的卫生设备：淋浴、卫生间；配置娱乐和运动区，有足球、网球、篮球、游泳池、高尔夫、儿童游乐园等多种运动场地和多功能厅等满足人们尽情放松、娱乐，度

假休闲的需要。

欧美国家最典型的露营休闲旅游形式是汽车营地，由各个露营地网络运营商、房车会员俱乐部等负责运营，如 KOA，目前美国最大的露营地网络运营商，拥有营地 600 多个。焦作目前也拥有大量房车，可在此基础上加以利用，引入如 KOA 等知名的营地品牌发展房车营地，此外还可以为自驾车或自行车、徒步的旅行者提供车辆停靠及提供娱乐休闲的服务场所。

(4) 城郊旅游慢道

为舒缓城市生活压力，城郊游憩带内可规划建设各种不同类型、长度和难度的郊游路径，切合不同类型游人的需求。结合焦作市的城市绿道与慢行交通规划建设，用山林风景绿道、自行车道、国家登山健身步道等具有旅游特色的道路慢行交通，串联沿太行山前山地带，将会成为极具特色的旅游风景道和公共游憩空间。

规划整合现有建设两条特色主题旅游慢道。

■ 百里近山登山步道

步道以云台山七贤镇为起点，串联南太行山山麓的各主要景区的近城入口节点及沿途的特色旅游村镇，直到神农山景区山下规划建设的神农本草小镇。规划打造一些特色主题景观的登山步道，类似矿山步道、禅意小道、云台天路、魏晋古道等。这些主题步道将起到联系城市和景区的特色步行交通功能，行走所需的时间不一，一般在 30 分钟到 90 分钟不等，每一条步道都有独特的特色，值得游客细细品味。分段的步道最终连接形成南太行国家登山健身步道的重要组成段。

■ 百里近城健身绿道

设有专门的自行车骑行道及跑步健身道。骑行道享有独立路权、禁止机动车通行，是最靠近城市腹地的一条慢行通道，最低宽度为 4m，以满足双向通行，其形式包含沿市政道路设置的专用骑行道、单独设置的骑行道、与其他慢行通道合设的观景骑行道等。跑步健身道形式包含单独设置的训练跑步道、结合园路设置的休闲跑步道、单独设置的高架跑步道等。

两条特色城郊旅游慢道在设置时应设置驿站和停留补给点作为旅游服务设

施，停留补给点主要提供餐饮、旅游厕所、医疗、休憩、饮水、零售等服务，应依托郊野公园、体育公园的游客中心以及串联的村落建设，重点发展于庄、月山寺、云武堂、兵盘村、金岭坡村、七贤镇等资源点；驿站主要提供休息空间、自动售货机、旅游厕所服务、饮水等服务，按照 5 公里的服务半径设置。另外，旅游慢道路线的标识系统应完善，兼顾安全标识、越野定位系统以及对各种配套设施作详细的指引，实现免费 wifi 全覆盖。在路线的各个起始点提供详细资料供游人索取，详细介绍各段的长度、景观点及难易程度。

5. 北部山地景区联动发展引导

(1) 太行山国家森林步道

太行山国家森林步道为南北走向。南起河南沁阳市，途经博爱县、焦作市、修武县、辉县市，由陵川县经山西省、河北省、北京，线路全长 2200 公里，其中，河南段 180 公里。

步道串联了太行八陉等众多历史古道，全线森林占比 70%，典型森林为暖温带落叶阔叶林，主要路段由砂石路、古道组成。

可利用南太行国家登山健身步道串联神农山、青天河、东西云台及其他景区，贯通焦作北部山区，形成东西向的山上联系。利用太行山国家森林步道的影响力，与北部景区共同形成区域影响力。

(2) 云台山至神农山旅游观光空轨串联计划

南太行地势险要，北部山地景区之间的联系在公路交通上难以形成直接的串联关系。可在景区之间建立云台山至神农山旅游观光空轨串联计划，分别串联东云台、西云台“焦作·南太行旅游度假区”、青天河-丹河、神农山，实现景区共同联运，建立一个复合的山地特色游客运载网络系统，方便景区间的互联互通，是满足南太行山水生态旅游带景区未来客流的需求，也是提高景区旅游交通服务水平和运输质量的需要。

云台山至神农山旅游观光空轨串联项目的建设，将形成一条特色旅游线路，也是一个在南太行山水林木间穿行的旅游体验项目：

一方面，这将为游客在景点游览提供便捷的交通工具，对于完善度假区交通

设施，提高旅游景点通达性，改善旅游景点环境，提升旅游景区的知名度具有重要意义。

另一方面，观光空轨串联项目将涵盖云台山至神农山范围内众多景区，园区地形复杂，气候随海拔与山势变化各异，有崇山峻岭、也有云台天瀑，具有极佳的景观视觉效果。因此空轨的敷设应选择具有更高的视角、更好的观景视野的形式。

规划建设观光空轨串联项目在东云台、西云台、青天河-丹河、神农山四个旅游单元内分别设置 1-2 个站点，站点的建设与旅游单元内的游客综合服务中心建设相结合，并能够实现观光空轨与郑焦城际铁路云台山支线云台山站的无缝衔接。

此外，青天河、神农山等景区的索道还可与山西的景区与客源市场实现对接，使索道成为除公路之外的跨越两省之间的特色旅游交通方式，方便快捷地为邻省的游客提供出游交通选择。索道与景区的经营可实现分离经营，开辟专门的跨省南太行索道经典路线。

（3）南太行空中通道：飞跃太行山

在地势开阔的七贤镇、西云台综合服务中心、青天河体育公园、神农小镇建设低空飞行基地，一方面可以利用直升机俯瞰南太行之美，另一方面可以实现景区之间的交通联系、联动发展，使得景区之间的交通方式也变成旅游体验项目。

在焦作取得南太行发展引领地位之后，可对王屋山风景名胜区、五龙口风景名胜区，新乡的八里沟景区、万仙山景区、九莲山景区、宝泉旅游度假区，安阳的红旗渠·太行大峡谷景区，鹤壁市的云梦山风景区、大伾山景区等形成影响，继而在南太行沿线形成一系列的低空飞行基地，给游客提供一种新奇的跨越区域的交通方式选择。

六. 南部黄河旅游带建设规划

目前南部黄河沿线还没有形成成熟的景区，缺少旅游吸引物，也难以成为旅游目的地。南部黄河发展的重点是培育出能够成为旅游目的地的景区，通过景区的影响力，逐渐培育焦作的黄河品牌，实现南北协同发展的全域旅游格局。

根据焦作现有沿黄资源分布特征,规划在中远期应形成一个系统的景区构架,规划提出在整个南部黄河建设由“一个廊道、一条风景道、两大引爆核心、百里黄河国家公园、三大自驾营地、五处服务驿站”组成的焦作黄河旅游景区设施体系,在这个综合的大旅游体系中将湿地公园、农业公园、旅游特色小镇、乡村旅游点等统一纳入其中,共同构建沿黄旅游发展带。

1. 一个发展廊道

即连通温县-陈家沟-太极小镇-黄河旅游度假区,并承接郑州的巩义和登封少林寺辐射的太(太极)少(少林)旅游发展廊道。

太少旅游发展廊道的建设是将太极文化进一步向南与黄河关联,以陈家沟为品牌形象,以旅游度假区为载体,以湿地公园系列、农业公园系列、文化主题公园系列三大主题系列景区建设为重要抓手,实现南跨黄河,辐射巩义、登封的联动发展之势,将太极文化、少林功夫两大河南文化品牌串联起来,大力宣传推广“中国功夫研修之旅”的区域国际品牌旅游产品,加强禅武文化、太极文化的海外交流与国内市场宣传营销,打造具有全国知名度和世界影响力的精品旅游线路。

2. 一条国家级黄河风景道

将嘉应观、妙乐寺、陈家沟、韩愈文化园等作为黄河旅游带龙头景区,串联沿线人文资源和自然资源,配合特色小镇、美丽乡村和湿地恢复建设,优化整合开发精品旅游线路。

积极推进新孟路、沿黄公路和黄河大堤慢行通道三条道路的改造提升,配齐配强旅游基础设施。将三县市沿黄河岸堤,协调园林、林业、交通等部门,利用黄河沿岸的麦田、牧场、梨树林、荷塘等景观,打造一条中国最长沿黄风景道,通过道路硬化、植物绿化、环境美化、夜景亮化等处理手法,恢复黄河岸堤的宜人风貌。充分发挥风景道的纽带作用,通过引导标识,接驳廊道,连点成线,以线带面,加强百里黄河风景道与太极小镇、嘉应观等重点项目的联动效应,促进游客聚流与分流,实现区域旅游的协同发展。

3. 两大旅游园区

重点建设以嘉应观为中心的嘉应观黄河文化旅游区以及以陈家沟太极文化

为引领的焦作太极-黄河国家旅游度假区两大重点片区。

(1) 嘉应观黄河文化旅游区

嘉应观是全国重点文物保护单位，国家 4A 级旅游景区，位于隋唐大运河永济渠的渠首所在地，是我国历史上唯一记述治黄史的庙观，也是河南省保存最完好、规模最宏大的清代建筑群，文化内涵丰富，是黄河文化的代表之一。

嘉应观黄河文化旅游区作为一个以“治黄文化”为核心主题的旅游区，“走进嘉应观，纵览治黄史”，将充分发挥与黄河、大运河相关的历史文化渊源，将人民胜利渠、傅作义办公地等资源都加以整合，依托紧邻郑州和位于武陟新城的地理区位优势，更多的向着文旅融合、景城融合方向发展，成为围绕旅游业等现代服务业集聚发展的城市文化旅游地标空间，成为“云台山-嘉应观-少林寺”文化旅游产业融合发展示范带的重要集聚发展地区。

1) 嘉应文化小镇

“走进嘉应观，纵览治黄史”，在保护文物并合理利用、丰富嘉应观旅游产品的基础上，根据旅游市场需求，围绕嘉应观建设文化特色小镇。小镇以传统建筑风貌的街区、文化主题游园等建设为主要载体，整合沿黄老怀邦、姓氏宗祠、民间传说、老字号、生活习俗等资源，并将武陟县的土特产品如药虎（虎头枕）、工艺挂毯、四大怀药和冬凌草以及武陟油茶、黄河鲤鱼等特色商品集中展示销售，打造成为极具焦作地方历史和治黄文化特色的文娱休闲场所。

2) 武陟黄河文旅新城

武陟黄河文旅新城以武陟华夏幸福产业新城为依托，紧邻嘉应观，是嘉应观黄河文化旅游区的核心区域。武陟黄河文化城可以采取“文化+旅游+城市”的发展模式，重点发展旅游、会展、影视、演艺、商贸、餐饮等业态，共举“黄河”、“治黄”的文化品牌，共用“黄河”、“治黄”的文化符号，集群发展、多元互补，产生强大的聚集效应，建设以文化旅游、生态绿地为特征，以文化创新、文化创意旅游产业为核心的文化产业新城。

武陟黄河文旅新城借力华夏幸福产业新城的建设，对区域水系及环境进行梳理，对生态底板及黄河文化进行塑造，结合主要的开敞空间和景观轴线，构造优

美的城市景观廊道。同时重点建设黄河文化大剧院、图书馆、文化商业中心、青少年艺术中心以及商务办公区、市民公园等，形成集办公、文化、商业、旅游、居住等功能于一体的黄河北岸增长极，“产城旅居”的融合示范区。

武陟黄河文旅新城以“文化立区、旅游兴区”，将景区与城市一起组合作为运营对象，通过一系列的资源整合、概念营销、大型项目落地等，将推动区内土地价值的增值，并用土地收益来换取推动文旅产业链和相关产品的打造，保障区域产业的发展。

3) 黄河文化主题园

在尊重史实的基础上，秉承“建筑为形，文化为魂”经营理念，从嘉应观的历史记忆中寻找文化灵感，挖掘旅游文化，建设黄河文化主题园。黄河文化主题园将全方位展示华夏文明、黄河文化，是一个地标性的文化公园，使之成为武陟的城市名片。

■ 科技黄河馆

通过科技手段把万里黄河活化起来，在超过 200 平方米的幕布上，通过动态环境的组合，将优美的黄河风光、繁忙的漕运、喧闹的城市、祥和的黄河宅院以及昼夜的交替表现的惟妙惟肖，展现黄河沿线风情。

■ 黄河演义

黄河演义重点创新节庆及实景旅游活动，利用开阔的绿地景观环境，开发大型歌舞《悠悠黄河水》，大型实景演出《治黄的故事》，《黄河传说》，《改道的黄河》等，建设大型实景剧场，营造实景的滔天巨浪、黄河灾害，讲述大禹救民众于水火之间的传说，让游客感受实景演出的震撼与精彩。同时还可引入《奔跑吧兄弟》、《极限挑战》等大型户外竞技真人秀节目，掀起黄河文化游乐的热潮。

■ 黄河童心园

黄河童心园是专为小朋友打造的，这里有丛林大冒险、欢乐对对碰、迷你飞车、探险岛等数十项游乐项目，小朋友可以在五彩缤纷的黄河风景中探索冒险，也可以在沙滩上考古寻宝，还可以和爸爸妈妈一起欢乐对对碰，尽情玩耍游戏。

4) 武陟麦作小镇

武陟麦作小镇是以“小麦及面粉”为主题特色的文化小镇，以麦作为底色，把自然乡村田园风光生态优势转化成产业优势。小镇按照 5A 标准进行景区环境配套，发展以“参与体验、生态观光”为主要内容的休闲农业，促进现代精品农业和生态旅游深度融合。小镇建设可涵盖小麦农场主题园、麦作花园、武陟的麦田、十里麦乡、面食的世界等板块，着力打造面食体验基地、麦作农场休闲基地和文化创意产业基地，实现“休闲度假、文化创意和乡村风情”有机结合。

5) 嘉应黄河会议会展中心

嘉应黄河会议会展中心是嘉应观黄河文化旅游区的核心区域，包括会展建筑群及黄河会议中心。

嘉应黄河会展建筑群由 3-10 座常规展览馆、会议楼及商务楼等建筑组成，提供 2000-5000 个国际标准展位，满足大、中、小型的各类展览活动，可承接“一带一路”的相关会展活动，成为郑州城市功能的重要补充。

黄河会议中心以会议、超五星级酒店为主要功能，提供会议、演出、演示、展示、住宿、休闲、餐饮等国际标准的综合性多功能会议和商务服务。加强与全国各地黄河文化研究机构的联系，搭建高端学术交流平台。

(2) 焦作太极-黄河国家旅游度假区

焦作太极-黄河国家旅游度假区的建设是将太极文化南拓至黄河沿岸的重要内容，将以太极文化、怀药文化和黄河文化为代表的三大具有中国传统文化特色的资源加以整合，促使太（太极）少（少林）旅游发展廊道打通，促进太极、少林联动发展，形成有机联系的功能区域，展现中华武术文化的精华，支撑“少林-太极”旅游发展链的落地实施，共同对接、服务郑州国际市场的发展。

以“黄河”、“太极”和“怀药”文化为核心，以一纵一横的旅游风景道骨架串联黄河湿地公园、陈家沟景区、太极小镇、怀药养生小镇、低空飞行基地、麦作国家农业公园、南水北调穿黄工程七大功能片区，打造国际级的旅游度假区，成为黄河沿线发展的驱动引擎项目。

1) 一纵一横旅游风景道

一纵是指建设一条由温县串联陈家沟（包括陈家沟至赵堡镇太极小镇的道路），沿南水北调线直接连接至黄河边南水北调穿黄工程的南北纵向旅游风景道。

一横是指沿黄河展开的旅游风景道，主要串联南水北调穿黄工程、怀药养生小镇、低空飞行基地、麦作与怀药国家农业公园及黄河湿地。

一纵一横旅游风景道围合的区域，搭建起度假区的整个格局。

2) 陈家沟“太极圣地”

首先，要从风貌上对陈家沟进行总体控制。陈家沟景区建设要保持太极之源的原真性与完整性，保持原汁原味的文化质感，避免对如杨露禅学拳处、杨露禅故居等历史文化资源点修旧一新，失去文化特质。对于村落的整治避免整村一面，注重业态与建筑风貌的多样化，控制新建房屋规模与体量，保持村落整体风貌。应减少大体量的公共建筑建设，尽可能保持陈家沟小尺度的村落风貌与景观特征，避免过度的城镇化建设。在此基础上，配上系统的文化解说系统，利用二维码、电子解说等新的科技方式，突破传统的文字解说方式，实现体验式的文化参与，增强文化的可读性与可理解性。

第二，打造太极培训基地。深入挖掘太极拳养生功能，以陈家沟现有的武馆、武校、家庭武馆等设施为依托，借鉴少林寺周边武校发展经验，在政策方面给予倾斜支持，加强太极培训中心、太极拳短期培训班的建设力度。对于村落内的家庭武馆，应建立挂牌经营，品质引导的管理系统，成立专门的太极文化机构对家庭武馆进行认证、管理监督，保证陈家沟太极文化的品质。扭转太极拳师流向外地发展为国内外学员到陈家沟朝圣、拜师、学拳，将陈家沟打造为世界太极拳培训基地。

3) 太极小镇

在赵堡镇的基础上建设太极小镇，布置太极拳学校、太极拳认证中心、大型武校、太极培训中心、太极大师精品武馆等文化场馆，未来形成一座太极圣镇，吸引太极大师回小镇发展太极事业，也成为众多太极拳爱好者的朝圣地。

开发太极培训产品。将太极拳培训模式化、产业化。以客人自身年龄体质、

培训时间长短、培训目标等为标准，提供多种类、多层次的太极培训产品，比如：太极拳套路现场体验、短期培训（3天、7天、节假日培训等）、中期（1-3个月）、长期（4-6月）培训；太极扇、太极剑等持械培训；少年班、中青年班、老年班不同年龄层培训等，扩展游客的选择空间，提升游客的体验感。

太极动漫工厂。太极武学向动漫产业的延伸，是面向游客开发的以数字文化互动体验为主的动漫乐园。工厂首先将进行太极动漫形象的塑造及相关动漫故事的创作，并以动漫游戏、动漫影视片及相关衍生产品、节庆活动等形式呈现给游客，尤其是充满好奇心和喜爱挑战的青少年。在动漫工厂内，游客可以变身为太极武学高手在虚拟的数字场景中进行格斗；也可以带上5D眼镜进入神秘莫测的太极文化世界；同时也可以装扮成太极卡通人物进行狂欢游行。另外，还可以购买工场自主研发的各类动漫衍生纪念品。

太极温泉养生庄园。将温泉与太极文化相结合，打造以太极八卦元素为主的中高端的温泉庄园；配置露天温泉池、室内温泉池、蒸汽室、按摩室、理疗室、餐饮中心等；提供舒压疗程，根据传统中医疏通学理论，由专业的健康理疗师进行护理，为身体疏通经脉，放松减压。

梦幻太极乐园。以太极文化为核心，集聚3D、VR、萌宠、科技、声光电等元素，将太极文化趣味化、科技化、艺术化，为游客带来独特的太极文化体验。将太极表演与现代科技手段相结合，增强太极表演效果，为游客带来一场视觉、听觉盛宴。还可将太极文化与先进科技手段相结合，打造智享空间，借助太极云工程，设计太极运动手环、太极智能血压计、太极按摩椅、磁悬浮太极能量养生球等产品，让太极理念融入大众的日常生活中，引领健康养生潮流。

太极万象影视小镇。打造以影视后期制作、专业人才培养、剧情式互动拓展、影视器材、设备展览、节目交流、影视揭秘深度体验等高端文化体验旅游为核心的旅游产品。

太极商品工厂。延伸产业链条，实现太极拳相关产品的多元性、创意性、设计性，形成太极产品的大规模市场化的研发、生产、运输、销售的基地。

4) 怀药养生小镇

怀药养生小镇选择陈家沟延伸至周边黄河滩边、远离污染、生态良好的地点，谋划建设集太极养生、食疗养生、医疗康复、温泉疗养、休闲度假等为一体的度假养生基地，打造安静舒适、私密温馨的疗养环境，拉长养生产业链。

结合黄河沿岸产四大怀药的特征，将太极与怀药产业及养生文化相结合。利用怀药 GMP 规模化种植基地，让游客实地参观、采摘、品尝，体验“四大怀药”食药一体的养生效果。举办药膳饮食大赛，鼓励研发怀药药膳和特色养生小吃，促进餐饮从业者积极参与养生餐饮经营。在主要旅游宾馆饭店推出怀药养生宴、黄河鲤鱼宴、药膳套餐等，彰显食养特色。

5) 低空飞行基地

2016 年 11 月，体育总局等九部门联合印发《航空运动产业发展规划》，提出到 2020 年，建立航空飞行营地 2000 个，并将“推进航空飞行营地建设”作为专栏之首提到《规划》主要任务的高度。随后国家发改委《关于做好通用航空示范推广有关工作的通知》推出第一批 15 家航空飞行营地示范工程。随着相关政策的不断完善，2018 年低空旅游必将成为旅游投资领域的新蓝海。

目前我国有 15 个航空飞行示范营地。从地区分布来看，主要集中在我国东部和中部地区，以吉林、山东和浙江最为集中。从产业基础来看，航空飞行营地的选址一般主要依托旅游景区、生态旅游区、农业示范区、高新产业园区、航空小镇以及机场。

黄河在武陟境内变成悬河，沿线曲折蜿蜒的河道景观在人的视角上难以凸显资源特色，可结合国家发展低空飞行基地的政策趋势，在黄河国家旅游度假区完善低航飞行的基础设施的建设，将大众性的娱乐产品和培训性的通航产品进行联动的开发，在空中俯瞰黄河的大河之美，成为焦作黄河一大特色旅游活动。

低空飞行基地主要功能有空中游览，热气球基地、飞机租赁，婚庆摄影，模拟机、飞行夏令营、空战体验等。

通用航空产业前景无限，在黄河国家旅游度假区打造低空通航产品，对于焦作南部旅游的产品升级是一重大突破。

6) 南水北调穿黄工程

南水北调中线穿黄工程是人类历史上最宏大的穿越大江大河的水利工程，是整个南水北调中线的标志性、控制性工程。工程距离陈家沟 7 公里，因此，在保证工程用水安全的前提下，可通过建设全封闭式玻璃参观廊道，为游客提供一个黄河水利文化的观赏点。

7) 黄河湿地公园、麦作国家农业公园、怀药国家农业公园

焦作太极-黄河国家旅游度假区内的黄河湿地公园、国家农业公园建设同时属于黄河沿线三大主题系列景区的建设内容，具体建设引导见主题系列景区内的阐述。

4. 百里黄河国家公园

黄河沿线目前只有资源，没有景区，因此亟待建设一批具有特色、主题分明的景区，弥补黄河旅游发展的空白，因此，规划沿黄河建设由湿地公园系列、农业公园系列及文化主题公园系列组成的百里黄河国家公园。

(1) 黄河湿地公园系列

利用沿黄自然资源，融合发展沿黄生态观光、滨水休闲、田园农业、体育运动、休闲养生等新业态，将焦作黄河滩区打造成中原城市群黄河休闲的首选地，实现黄河文化开发与自然资源开发两条腿支撑互补的局面。

建设湿地公园系列包括两大内容：

一是在现有黄河较好湿地资源的基础上，增强黄河湿地资源的可游性与可达性，完善旅游所需的基本设施，如步道、服务点、解说、门票、停车场、旅游专线的建设，开展观鸟、教育、沙滩摩托等湿地活动，使其成为一个成熟的景区。

第二是开展黄河湿地国家级自然保护区湿地恢复，封滩育林育草，增加植被面积和覆盖率，打造生态亲水慢行系统和微地形，最大限度地保护湿地生态环境和景观，吸引更多的水禽落户，促进观鸟业态发展。

通过生态改善，使孟州、温县、武陟段黄河成为一个完整、规模较大的沿黄滩涂湿地景观带。湿地公园系列在整个黄河沿线展开、布局，包括武陟嘉应观黄

河湿地公园、温县太极黄河湿地公园、孟州黄河湿地公园三大黄河湿地公园。

(2) 国家农业公园系列

国家农业公园作为一种新型的旅游形态，它既不同于一般概念的景区，又区别于一般的农家乐、乡村游览点和农村民俗观赏园，它是中国乡村休闲和农业观光的升级版，是农业旅游的高端形态。

温县是小麦的重要产地。焦作种植小麦的历史可上溯到春秋战国时期。近年来，在焦作市出土的七层、总高 1.99 米彩色陶仓楼也展示了下层储粮，上层住人的当时封建地主大户的建筑格局，被称为汉代粮仓的生动写照，是研究汉代储粮的活教材。厚重的粮食文化、悠久的种植历史，都辉映着焦作“中国优质小麦之都”的金字招牌。

焦作是四大怀药的道地产地。常言说，一方水土养一方人，一方水土生一方草药。焦作黄河沿岸土壤的形成以黄河冲积为主，并吸纳了太行山岩溶地貌经雨水冲刷渗透而来的成分，形成了疏松肥沃、与众不同的黄土地，特别适合山药、地黄、牛膝等根茎类中药材的生长。独一无二的天时、地利，是四大怀药能够冠绝天下的基本条件。“物离其本土，则千周同而效异”。中医治病养生，历来非常重视药材的出产地和加工炮制。孙思邈《千金药方》云：“用药必依本土。”因而中医药界有“非地道药材，就没有中医”之说，怀庆府所产的怀药以其独具的确切疗效为历代医家所看重。

可以说，小麦和怀药是焦作农业在全国范围内的两块响当当的品牌。因此，可结合国家政策，在温县焦作太极-黄河国家旅游度假区内规划建立麦作国家农业公园，在温县和武陟县内，与保和堂、怀山堂、百疗怀药等制药公司的产业基地相结合，择址建设怀药国家农业公园（可分片区引导地黄、山药、牛膝、菊花等规模种植），协同村落发展，丰富黄河沿线的旅游产品。

(3) 文化主题公园系列

主题公园是根据某个特定的主题，采用现代科学技术和多层次活动设置方式，集诸多娱乐活动、休闲要素和服务接待设施于一体的现代旅游目的地。主题公园主要是为了满足旅游者多样化休闲娱乐需求和选择而建造的一种具有创意性活动方式的现代旅游场所。

焦作具有多种地方历史文化资源，如以韩愈、汉献帝、许衡、李商隐、朱载堉为代表的名人文化，以月山寺、北大寺、圆融寺为代表的宗教文化，以嘉应观、人民胜利渠为代表的治黄文化，以竹林七贤、汉献帝为代表的魏晋文化等。这些历史文化资源珍贵、稀缺，但很难直接作为旅游产品。

因此，将这些地方文化恰如其分地置入主题公园，将历史文化资源用主题公园这种可以体验的现代旅游形式进行表达，而不喧宾夺主，以文化复制、文化移植、文化陈列以及高新技术等手段，以虚拟环境塑造与园林环境为载体来迎合消费者的好奇心，以主题情节贯穿整个游乐项目，实现休闲娱乐活动。

可围绕韩愈名人主题，突出韩园的儒学价值和廉政文化意义，将国学、教师培训、廉政教育等内容引入，打造创新性、引领性、联动性的韩愈文化主题园。

可建设黄河治水主题公园、黄河灾害体验公园，深入挖掘黄河治水文化，以文化故事为母题，提取文化中重要故事，如大禹治水、黄河改道、鲤鱼跳龙门等故事，将文化故事进行游戏性演绎，与大型游乐设施结合等室内主题场馆，让游客在游戏嬉戏间了解黄河文化。

5. 三大自驾营地

在孟州市的丰润园、温县的汜水滩、武陟的渠首，分别设立汽车露营地，以满足来自郑州、洛阳、焦作等地的自驾游旅客的需求。

自驾车露营地设置停车场、房车营位、帐篷区、餐饮、零售、厕所、旅游纪念品售卖等，在营地中设置周边景区的简介及交通指引，方便及引导游客去往周边景区。

每个营地都要做出各自的特色，依托营地所在地的景观风貌或邻近景区的核心文化来打造汽车营地：孟州市在丰润园与黄河滩地之间设置一处自驾车营地，依托丰润园生态农业休闲的资源以及黄河岸堤良好的生态环境，打造房车+木屋的自驾车度假营地；依托黄河滩区大面积的农田，在汜水滩设置一处自驾车营地，同时与陈家沟的距离仅 2 公里，方便对游客进行分流；出桃花峪大桥就进入渠首露营地，游客可在此进行休憩休闲，距嘉应观仅 6-7 公里距离。同时依托黄河大堤与花卉产业的优质环境，营造出美丽舒适的休闲氛围。

6. 五处服务驿站

与丰润园、汜水滩、渠首三处自驾营地相结合，再另加选址温县的麻峪-下石井村（S49 林汝高速，S235、S236、S238 交接跨黄河）、武陟县的东阳召南（G234 国道跨黄河）等一共五处，设置沿黄自驾游综合性服务驿站。服务驿站主要包括车辆停放、卫生间、咨询服务、商店、车辆维修等功能，部分有条件的驿站根据发展需要，可以考虑安排小规模如 MOTEL 汽车旅馆等住宿接待设施。

七. 景区建设重点工程及项目

表 8 景区建设重点工程及项目表

景区	重点工程	二级工程/项目
焦作南太行旅游带	焦作南太行景区联动发展工程	南太行申遗
		焦作云台山至神农山旅游空轨观光线
		太行山国家森林公园步道
东云台景区	云台山品牌推广、提升工程	云台山旅游 IP 创建
		云台山视觉标识(VI)序列建设
		云台山景区运营公司培育
		国际旅游要素提升
	“竹林七贤”文化景观工程	艺术景观微更新
		“竹林七贤”雕塑公园
	“竹林七贤”文化场馆工程	“竹林七贤”诗画博物馆
		隐逸音乐剧场
		“竹林七贤”音乐节
		魏晋风骨主题酒店
	云台山国学修习文化工程	国学研修班
		魏晋文化国际论坛
云台山山上景观综合整治提升工程	民宿整治及容量控制	
	景区建筑物外立面提升改造引导	
	云台山民宿管理办法	
西云台国家旅游度假区	国家旅游度假区创建工程	组建多部门、多景区合作的工作小组
		编制总体规划、确定度假区边界
		申报国家旅游度假区
		建立西云台国家旅游度假区的管理体系
	西云台景区提升工程	净影寺、青龙峡、峰林峡、龙翔山景区、龙翔山体育公园、群英湖、陪嫁妆村、双庙村、平顶爻村等的改造提升，焦作·南太行旅游度假区森林步道
		峰林峡森林野奢度假酒店
	西云台度假设施工程	青龙峡度假山居
		陪嫁妆“蜜月”主题度假民宿
		龙翔山木屋度假酒店、“树屋”酒店
	西云台休闲设施工程	青龙峡森林“琴”、“棋”、“书”、“画”四大国学馆、双庙国学村、平顶爻翰墨村、龙翔山亲子研修园、亲子育学园、

		龙翔山体育公园、北业康养小镇
	西云台旅游综合服务工程	西云台综合服务中心（结合轻轨线） 国际旅游要素建设
青天河-丹河风景区	四季景观提升工程	千株桃花、万亩樱花
		夏季夜游节；溯溪、漂流大赛
		枫叶节
	“户外氧吧”康体工程	十里梅花香雪海
	登山、徒步、攀岩、丛林飞跃、漂流、独木舟、露营、垂钓等体育健身活动	
	“樱花登山节”、“桃花登山节”、“漂流节”、“青天河夏季露营季”等节庆活动	
景区服务设施提升工程	串联月山、丹河、于庄、青天河等的青天河枫叶号旅游小火车	
神农山风景区	景区基础设施提升工程	停车场、步行道、栈道、旅游厕所、宾馆酒店的改造提档
		神农山通景公路提升
		开通沁阳、焦作高铁站、云台山、陈家沟至神口山的旅游专线
		神农山智慧旅游 APP 及微信公众号
	“药山”品牌塑造工程	野生怀药认知、辨五谷、探百草等中药认知旅游活动
		神农氏中医药博物馆
		中医药大学科学研究基地
		名医工作室
	中药炮制大赛	
	神农本草康养小镇	
北山城郊游憩带	郊野公园计划	城北郊野公园、修武郊野公园、博爱郊野公园
	体育公园计划	龙翔山体育公园、青天河体育公园
	露营地计划	房车露营、帐篷营地、儿童亲子游乐园
	全城旅游慢道	百里近山登山步道、百里近城健身绿道
焦作黄河旅游带	国家级黄河风景道工程	推进新孟路、沿黄公路和黄河大堤慢行通道三条道路的改造提升
	百里黄河国家公园工程	孟州、温县、武陟黄河湿地公园
		麦作国家农业公园、怀药国家农业公园
	自驾营地工程	韩愈文化主题园、黄河治水主题公园、黄河灾害体验公园
嘉应观黄河文化旅游区	武陟黄河文化城	丰润园、汜水滩、渠首自驾车露营地
	黄河文化主题园	黄河文化大剧院、武陟图书馆、黄河文化商业中心、青少年艺术中心、嘉应体育中心，嘉应商务办公区，市民公园，武陟植物园
	嘉应文化小镇	科技黄河馆、黄河演义、黄河童心园
	武陟麦作小镇	武陟物产特色的休闲商业街区
焦作太极-黄河旅游度假区	国际旅游度假区创建工程	小麦农场主题园、麦作花园、武陟的麦田、十里麦乡、面食的世界
		一纵一横旅游风景道
		陈家沟“太极圣地”提升
		太极小镇
		怀药养生小镇

	低空飞行基地
	南水北调穿黄工程博物馆
	黄河湿地公园、麦作国家农业公园、怀药国家农业公园

八. 景区运营管理

1. 宣传营销

(1) 强化自然遗产特质，多途径增加影响力

世界自然遗产具有突出的普遍价值，因知名度高、资源价值好等特点，成为重要的旅游吸引物。云台山应借力遗产预备清单，不断增加曝光率，通过各种媒体途径，如《国家地理杂志》、《lonely planet》等书籍杂志增强影响力，还可建立 Facebook、Twitter、Instagram 账号，进行多途径宣传。

(2) 国际客源市场营销

委托专业机构开展外国人群接触新媒体和旅游习惯调研，或聘请国外人士直接参与营销，使国际营销策略更契合外国人旅游的兴奋点。建设权威的多语种旅游营销网站，并积极在国外大站链接推广，提高焦作旅游和太极拳的国际形象辨识度和知名度。通过国际流行的推特（Twitter）、脸书（Facebook）、视频分享（YouTube）、随手拍（Instagram）等主流社交媒体，邀请外国人“现身说法”，宣传焦作的独特魅力。

(3) 重视文化产品的打造与营销

焦作市物产丰富、文化多样，应大力开发形式多样、地方文化气息浓郁的特色旅游商品，加强旅游商品创意设计和研发投入，进行品质化包装，以满足游客日益增长的购买需求，巩固旅游商品收入地位；完善景区餐饮配套，开发特色餐饮服务品牌，提供生态、绿色的餐饮服务，同时加大全国各地不同特色餐饮等的引进力度，以满足不同游客的多样化需求，提升景区餐饮收入比重；运用创意与科技，突破博物馆式的静态展示模式，开发拓展娱乐项目，如实景演出、刺激探险、儿童游乐、动态展示等类型活动，丰富游客体验，促进景区向观光娱乐型转变，提升娱乐收入的比重；完善综合配套设施，推出特色主题住宿以及养生、休闲、疗养等项目，增加综合营收能力。

(4) 扩展营销渠道

积极利用微信、微博等新媒体开展营销。采用政府购买服务的方式，委托专业网络公司制作内容，打造懂潮流又热情好客的公众号，定期推送游客在不同季节到焦作，特别是北部山地景区带以及沿黄地区的太极体验、养生体验、游览体验。联系“奔跑吧兄弟”“爸爸去哪儿”等知名综艺节目，到焦作沿黄地区及北部山区策划节目，利用节目影响力和名人效应，迅速打开黄河和养生地旅游局面。到郑州、洛阳、山西等周边地区，营销焦作全域旅游新亮点，吸引千万游客过河迈山而来。

(5) 强化景区产品的内绑外联

将黄河旅游带与太行山水捆绑宣传。精心制作双语旅游指南、旅游地图、特制明信片等纸质宣传页，将其投放在市内各景点景区、游客中心、交通枢纽、酒店宾馆农家乐等处，让来焦作观光山水的游客知晓焦作旅游的新选择。沿黄县(市)或景区，可与云台山等热点景区对接合作，采取票面展示、展板展台、现场体验、优惠套餐等方式，直接面对千万游客进行宣传。联合省内郑州、洛阳、三门峡、济源，省外山西运城、临汾和陕西渭南、延安等地市的旅游部门，对黄河武陟到壶口段进行华夏文明旅游带联合推介，共同打造 3-7 日的旅游产品。

2. 创新管理

(1) 利用民营资本推动景区升级

国内市场经济环境的改善极大地促进了民营资本的发展，旅游业成为资本投资的又一热点。旅游景区经营管理改革的要求和资本逐利的本质使得民营资本投资旅游景区成为了旅游景区发展过程中的必然。由于我国景区的特殊体制，“管委会”模式已经很难支撑日益攀升的景区项目投资，吸引多方资本进入势在必行，而民营资本便是其中最重要的来源。通过引入民营资本景区企业化经营，根据不同的情况，可采用整体租赁模式、股份制企业模式、上市公司等多种模式，从而带活景区旅游，提升经济实体。

(2) 运营管理现代化促进转型

随着焦作旅游体量越来越大，景区相应需要处理的自身运营事务也随之增多，甚至繁杂。因此需要借助科学成熟的运营管理手段、高度的信息化与智慧旅游技术来处理和利用这些事务、信息。搭建现代化、信息化与专门化的景区管理框架

团队和机制是景区旅游转型发展的关键。

(3) 多部门合作

在南部黄河滩区开发方面，争取上级水利河务部门的支持和配合。搭建市级文化旅游投融资平台，努力解决旅游基础设施建设资金短缺、旅游企业融资困难。创建工作涉及的各部门须打破区域、部门、行业界限、形成焦作旅游发展的强大合力。

第二十三章 城市旅游规划

一. 发展任务

1. 层次一：城市为景区提供服务空间

焦作作为坐拥大云台、青天河、神农山等优秀景区的城市，中心城区及各县（市）的城区的旅游建设相对滞后，城市的吃、住、行、购和娱等为游客提供服务的要素功能配套尚不健全，虽然来焦作旅游的游客基数很大，但很少甚至基本不在中心城区和各县（市）的城区停留。

城市是景区旅游服务的重要支撑，不仅可以发挥综合集散中心和服务基地的作用，更可以承接景区众多游客的休闲体验活动，满足夜晚休闲娱乐、游赏购物的需求。

2. 层次二：城旅融合成为旅游目的地

城市是旅游业发展之基，旅游是城市活力之源，旅游业是优化和提升城市经济结构的新兴产业，是发展城市现代服务业的引擎。城市集旅游目的地、旅游客源地、旅游集散地于一体，集成了促进旅游业发展的综合功能。城市与旅游相互融合、相互依存、相互促进，既是城市未来发展的新趋势，也是旅游业未来发展的新亮点。

焦作市人口基数较大：2015年末常住人口为353.4万人，城区的常住人口为102.39万人。随着居民可支配收入的稳步提高，城市的休闲需求也逐渐旺盛。随着焦作城镇化逐步推进，在城建过程中将旅游产业属性作为一个重要权重要素进行考虑，通过时间的累积，实现焦作城旅的高度融合。

3. 层次三：服务区域建设门户集散地

郑州中心城区近几年常住人口规模已经达到500人数量级，巨大人口数量为郑州的周边地区旅游提供了广大的客源市场。同时郑州作为河南省省会，是河南的政治、经济、文化交流中心，每年在郑州召开的全省、全国乃至国际性的会议和文化学术交流，与会者也会利用有限的时间去附近的一些旅游目的地消费。

焦作作为郑州进入南太行山最近的地级市，占有得天独厚的区位优势。另外从焦作各市县城区与景区的空间关系也呈现城景呼应的关系，尤其修武县城、焦作中心城区、博爱县城和沁阳中心城区一线的城市沿南太行和黄河平行布局，形成了很强的门户带，为景区的交通、服务提供了城市空间保障。

二. 发展背景

1. 城市格局的重构

焦作市辖中心城区五个区（解放区、山阳区、中站区、马村区、城乡一体化示范区）以及沁阳市、孟州市两市，修武县、博爱县、武陟县、温县四县。在焦作全面融入中原城市群发展的大背景下，焦作城市的发展格局也在发生变化。

（1） 中心城区

焦作中心城区的城镇化进程一直保持着稳健的发展速度。随着城镇化的不断推进，交通拥堵、城市用地紧张等空间问题也逐步凸显出来。随着城市转型发展的号角吹响，中心城区城镇化进程进入了新的篇章。要解决“用地空间从哪里来？”这个问题势必要从两个方面来进行考虑：自身的土地存量和周边县城的发展关系。

自身土地存量方面，目前城区的建设范围主要集中在示范区范围内，并且主要是从产业发展角度引导用地利用，作为服务产业的用地余量较少。

周边县城的发展关系方面，博爱县城、修武县城目前城市发展区域也正在向中心城区蔓延，中心城区与两座县城之间尚有一些未利用空间和城市更新空间。随着城际高铁、站点及相关设施的建设，为三城之间的联合创造了发展条件。

（2） 两市

沁阳中心城区地处市域西侧，通过长济、广二高速公路直接对接洛阳、济源方向来客，是市域西面城市门户。从自身发展情况而言，沁阳城区已经形成较好的城市建设基础，并且有较为深厚的产业背景。但是随着近年产业增长率速度相对放缓，城区的建设有所停滞。城市向旅游服务业的转型发展无疑为城镇化进程推动注入了新的活力。

孟州中心城区是焦作黄河旅游焦作西段的排头兵，其自身产业发展基础好，有皮艺、保税、电商等产业的支持。城镇化发展势头也在产业发展的推动下有序

进行。近几年孟州基于自身产业环境发展了一系列产业特色的文化旅游产品项目，产业内涵的深度挖掘与旅游产业的发展进行了有机的融合。

（3） 四县

修武县中心城区从区位和行政边界的划分上都称得上是进入云台山景区的“第一站”，并且修武历史悠久，千年修武是修武人一直骄傲的文化品牌和遗产。随着高铁站点的建成，修武城区建设又上了一个新的台阶——南部新城。随着云台国际小镇的项目落地，以旅游服务配套、文化体验为产业指引的城市开发拉开了帷幕。

博爱县城景观特色突出，公园体系建设完善，有清化老街、东大寺等历史遗迹和博爱当地的小吃文化，是一座有魅力的城市。随着焦作西站的开土动工，博爱城市将向西拓展城区建设区范围，并承接中心城区向外疏导的旅游交通、服务功能，成为了中心城区西翼外延。

武陟县中心城区将成为焦作接受郑州城镇化发展动力外溢的排头兵。随着华夏幸福产业新城建设的逐步推进，嘉应观、人民胜利渠等文化景观也将成为城市景观打造的优势旅游要素，为城市注入文化特质。

温县中心城区目前以居住生活功能为主，城市周边旅游资源丰富——陈家沟景区和黄河。因此城区为周边景区进行交通、服务设施配套将成为城区城镇化发展重要动力之一。

综上所述，整个焦作市域城市旅游的中心总体呈现以焦作中心城区为核心联动修武县城、博爱县城，带动沁阳中心城区，向下一级孟州、温县、武陟中心城区辐射的总体态势。随着全域旅游发展建设的全力推进，焦作各市县城区间的功能、空间、交通、产业关系将变得更加紧密，各市县旅游城市梯度关系初步显现，焦博修城市联合以及沁阳市区的城市更新将成为旅游城市建设的重要抓手。

2. “两高”引领下的城市旅游职能再定义

郑焦晋方向的高铁和郑汴洛焦城市铁路环线建设将重新定义沿线城市的交通特性。

首先，郑晋高铁联系郑州市与太原市两大省会城市，将成为豫晋旅游线路的

重要跨省联系通道，在焦作境内设置焦作站、焦作西站（博爱境内）、修武站和武陟站。其中，焦作站和焦作西站规划是焦作市的主要高铁站点，尤其是焦作西站的设置将带动博爱城区向东延伸发展，围绕旅游服务形成一系列配套设施。

另外郑汴洛焦城市铁路将促进郑州、开封、洛阳、焦作四城旅游产品及服务设施高度整合，并且打开了焦作面向郑州、洛阳两大入境游客窗口的通道，为焦作打造国际品牌创造了条件。该线途经焦作境内的沁阳、博爱、焦作。

通过铁路线路“叠加式”的建设，焦作北部城市区的人口导流已经做好了充分的基础设施准备；并且在高铁的带动发展下，无论从空间布局上还是从产业关联度上都将更加紧密。

高速公路建设方面，规划沿太行高速和焦作至荥阳等高速公路建设完成以后，焦作的高速公路体系基本完成，形成东部以武陟、修武一线的窗口城市，南部温县窗口城市，西向沁阳-孟州一线的窗口城市，北向焦作与山西的高速对接。

3. “一城二县”总规指引下的城市空间分布

中心城区在已批复《焦作市城市总体规划（2011-2020）》中规划2020年中心城区建设用地规模为140平方公里，人均100平方米。中心城区总体由焦北（老城）商住组团、焦南行政生活组团、焦新科技组团、焦西（中站）综合组团、焦东（马村）综合组团、西部工业组团、东部（万方）工业组团七大组团组成。其中，焦南行政生活组团、焦新科技组团是重点发展城市服务功能。在规划实施策略上确立焦作中心城区用地发展方向为近期“内优西展”，远期“主体南进”，主城区扩展采用置换老为主、适度兼顾新开发的模式。

中心城区通过七年践行总体规划，焦南行政生活组团的的城市开发已基本完成；另外焦新科技组团已经布局了焦作迎宾馆、龙源湖公园等服务设施项目，新河沿岸尚还有存量空间用于发展服务设施，其他用地存量用于焦作工业产业的布局。用地空间较为紧张。

博爱县在《博爱县全域旅游总体规划》中提出未来博爱县城在老城区的基础上东拓北展，形成清化老城区、焦西新城区和产业新城三个片区。其中，清化老城区通过城市更新，丰富旅游活动，定位打造清化文化体验不夜城；焦西新城

区定位打造近现代文化休闲娱乐不夜城；产业新城区结合站前区域打造产旅融合创业新城。

博爱县城目前正在大力推进产业新城区的规划和建设工作。博爱县产业新城的建成将成为焦作中心城区西翼的重要旅游服务功能组团，对中心城区客流的分流组织、服务配套都有很大的支撑作用。

修武县在县城乡总体规划中提出未来修武县城总体形成北城区、南城区、产业集聚区南区、产业集聚区西区四大片区。并且在商业服务设施的布局上规划形成运粮河旅游商贸中心、云台大道文化教育中心、城际站前旅游服务中心三个城区级别的商业中心。现状修武县城建设用地面积 15.32 平方公里，规划至 2030 年，规划县城城市建设用地 27.46 平方公里，人均 114.43 平方米，在现有基础上增加了 12.14 平方公里的建设空间。

目前修武县城以云台国际小镇项目为项目抓手，积极推进南城区的规划和建设。预计近期将形成高铁站前的旅游服务、交通集散功能板块，快速构建城区与景区的交通、服务等诸多系统上的连接关系，从而强化市域东部郑州至云台山景区一线的旅游廊道。另外从用地空间上修武发展的空间潜力较大，可以引入更多的旅游产业功能，补充整个焦作城市旅游产业的发展短板。

三. 发展问题

1. 观念困境：旅游发展日受重视，但产业成见明显、认识不足

随着城市转型发展趋势的不断强化，全力发展全域旅游，焦作城市旅游发展进入了一个新的阶段，备受重视。但目前城区旅游发展仍陷于“小旅游、小产业”的传统发展观，陷入“就旅游论旅游”、“低投入小产出”、“寄生性产业”的自我困局，对于旅游产业的范围认识、功能认识和现代属性认识不足，导致城区旅游发展仍是“低位、低水平、低创新”。以酒店业来看，目前酒店配套星级服务设施缺乏，且现在营业中的酒店设施较为陈旧，侧面体现了目前焦作服务水平的现状。

2. 供给困境：旅游产业要素齐备，但旅游“产供销”能力不足

焦作中心城区、沁阳市区以及修武、博爱县城都拥有公园、绿地、博物馆、

商业街等众多旅游资源，旅游资源种类齐全，旅游产业要素齐备。但是相对于焦作旅游要走出河南、面向全国甚至世界的发展目标是有差距的，全市旅游仍然处在“有资源（优势）缺产品（优势）、有设施（基础）缺产业（服务）、有概念（内涵）缺品牌（形象）”的尴尬境界，并且设施布局集中，缺乏旅游城区的整体氛围，急需整合创新，提高旅游产供销能力。

3. 服务困境：人流信息流快速增长，但旅游服务对接滞后

城区内道路、停车设施、景观建设项目正如火如荼的进行着，并有焦作西站、焦作火车站南广场改造和修武站前城市区域的开发建设项目，随着焦作与整个豫晋和郑汴洛交通通道的打通，区域旅游将会变得更为通畅，旅游交通问题将大为改善，随之带来的大批人流蕴藏着相当大的旅游消费潜力。

但是，面对上述巨大的人流商机，焦博修以及沁阳城区缺乏相应的休闲娱乐配套旅游服务，旅游“软”实力不足，只好将中高端市场拱手相让于休闲娱乐业更为发达的郑州市和洛阳市。如何将城区由旅游集散地转为旅游逗留地，是城市旅游进一步发展亟需解决的问题。

4. 管理困境：旅游部门职能不断健全，但旅游政策配套乏力

随着城区旅游产业不断发展，旅游行业管理也在不断加强，旅游产业促进与管理职能也在不断完善中。但不可忽视的是，长期以来旅游业“有话头没干头”的困局使得城市旅游业处在政策缝隙之中，在土地支撑、资金支持、项目审批以及重要活动协调上都处在弱势地位，话语权不明显，同时旅游工作机制远未形成。旅游促进与管理职能配套不全，旅游发展氛围淡薄，从而形成大旅游大发展观念上的阻碍，而且带来行动上的束缚，城市旅游业发展陷入“有心无力”的困局。城市旅游业现状是缺平台、缺抓手，急需找寻发力点、借助大项目、争取话语权、出台相关政策、构建工作机制，从而真正地强化部门职能。

5. 空间困境：旅游设施建设迫切，但旅游功能空间急需拓展

在全域旅游发展背景下，以景观景区、星级酒店和会展场馆为主的硬件设施建设需求极为迫切，但旅游功能拓展仍受到土地、住宅区的限制，必须重视物理空间不足的问题。例如，城北影视路一线的游憩设施目前仍处于“各自为政”的

单一开发,没有对整条路段的景观形象、旅游主题进行统一的策划和管理。另外,全民健身的意识和氛围一直是焦作城市旅游发展的重要优势,但目前城市建设上还是重场馆、重集中,缺乏对于街道景观小品、社区公园、社区活动中心的建设主题改造,缺乏城市健身精神的体现。总之,城市旅游发展要跳出传统单一集中开发的建设模式,重新寻找旅游产业升级的动力,解决物理空间不足问题。

6. 产业困境: 城市旅游环境明显改善, 但旅游形象并不彰显

焦作的旅游因云台山而闻名,并且打造了云台山的旅游品牌,但焦作城市作为景区所在城市一直以来形象并不凸显,“只闻云台山,不知焦作城”。究其原因还是焦作原本在城市建设上仍处于提升市民生活配套设施的发展阶段。随着焦作城市建设设施水平的日益提高以及景区旅游发展的兴盛,城市建设的中心逐步向“主客共享”的方向转变。

由于前期建设的旅游设施基础较为欠缺,因此从游客的食宿体验来看并不能达到期望的服务水平,长期以来处于比较尴尬的境地。随着全域旅游的发展,如何打破“玩在焦作,不留焦作”的发展局面,是未来焦作城市旅游发展重点突破的问题之一。

7. 风貌困境: 旅游城市特色风貌缺失, 期待工业城市的“华丽转身”

烟囱林立、城市界面单调几乎成为其工业城市的代名词。焦作作为一座传统工业城市,经过近几年的城市建设,城市面貌有所更新,但是老旧厂房、工人新区依旧是城市风貌的主体。对于游客,中心城区缺乏作为一个旅游城市的“气质”。因此未来如何协调处理好城市新旧风貌的关系,摘掉“黑色城市”帽子,换成旅游城市新颜,将成为焦作城区重点需要解决的问题之一。

四. 发展策略

1. 旅游城市特征塑造

相关研究表明,城市旅游发展应该具备以下这些要素特征:拥有区域中心交通枢纽的机场、火车站、港口等;具有发达的公共交通设施;具备齐全的住宿设施;饮食美味可口;拥有优美的城市景观;拥有历史性的建筑物;具有文化遗产;拥有传统文化;能享受购物的乐趣;拥有丰富多彩的娱乐生活和夜生活;在一定

程度上外语能通用，治安良好。

2. 旅游城市风貌的再造

以“花园城市”的发展理念作为焦作未来城镇化风貌控制的核心理念和实施操作原则。焦作虽然中心城区建设密度较高，但是周边拥有非常好的绿化环境和山地、河流等地貌环境，在空间肌理上有别于城市原有较为规整的空间布局，为未来城镇化建设注入绿色生态内涵创造了天然的条件；并且也为城区内公共活动空间需求的疏解提供了广阔的空间。

3. 发展路径

全域旅游建设期间，焦作城市旅游要主动对接服务中原城市群发展、抓住城际高铁及旅游铁路的建设机遇，依托城市历史遗存、城市公共服务设施、城市特色景观等优势，在文旅融合、商旅一体、城旅互动中探索一条快速发展之路，以弥补目前城市旅游发展的短板。

（1） 树立大旅游资源观，实施资源整合战略

焦作城市旅游发展必须高度重视城市旅游资源的多样性和特殊性，从自身特色出发，将城区内各种特色要素都作为旅游业的一部分来看待，其独特性都可构成旅游吸引力物，进而成为大旅游资源，编制城市旅游相关资源调查与开发利用报告，推进城旅融合发展。

（2） 树立大旅游价值观，实施功能融合战略

焦作城市旅游发展必须重视大旅游、大服务的重要属性，强调旅游业对商务环境、商业购物、文化休闲的润滑作用，对城市形象、城市景观、城市更新的推动作用，从而对城市建设发展放大贡献价值。

（3） 树立大旅游发展观，实施部门联合战略

要跳出旅游行业看旅游，着眼全局发展旅游，充分考虑旅游与其他行业之间的互动互利关系。发展旅游，不仅是旅游行业的任务，同时也是文化娱乐、商贸饮食乃至农业、工业、交通运输业各行各业共同参与、事关全局的大事，需要各级政府以及政府各个部门的大力支持，需要相关部门转变观念、协调配合、共谋发展。

4. 关键突破

(1) 放宽视野，豫晋、全国、国际三个市场层面并重发展

依托焦作高铁站枢纽港的交通枢纽优势，以及中原城市群、“大焦作旅游”的产业辐射影响，焦作的城市旅游发展要放宽视野，在城市自我完善的发展过程中，将旅游业等产业建设与中原城市群建设主动对接，把目标市场锁定在三个方向：郑洛市场、豫晋市场和国际市场。

首先，焦作周边郑洛晋等城市群居民的旅游出行意愿较强。因此，焦作城市旅游要针对周边都市居民家庭出游、亲子出行、文化消费等旅游特征，积极引导怀府古城、南水北调纪念公园等唯一性、文化性和休闲性较强的旅游产品，满足这部分游客节假日结伴出行的需求。

其次，随着郑州、洛阳两大国际客源导入城市的区域交通服务水平日趋成熟，焦作的国际旅游也将迎来新的发展机遇，城市旅游的接待服务职能日显突出，对城市旅游的要害配套建设和服务水平提出了更高的要求。

(2) 丰富产品，兼顾都市休闲与都市购物

新时期焦作城市旅游的发展，一定要注重都市休闲、都市文化、都市购物等都市旅游产品的开发。目前焦作中心城区已经建有焦作影视城、怪坡园、缝山公园、万达广场、王府井百货等城市休闲与购物设施，已经形成了一定的都市旅游氛围，但是在面向游客的服务和特色产品的供给上，仍显不足。未来焦作的城市旅游建设应与城市发展更紧密地结合，在都市文化、休闲、娱乐与购物设施的建设 and 项目产品设计上，既统筹考虑本市和外地游客的不同需求，也要在特色上深挖主题，突出焦作旅游的历史文化、太极文化等南水北调城市景观等特点，在空间上也与城市规划相衔接，努力发展成片或成带的城市公共活动客厅，形成城市游客的聚焦，提升旅游核心竞争力。

(3) 依托文化，营造国际化、地区化、和谐化旅游氛围

焦作蕴含着浓厚的中原文化和近现代文化积淀。因此焦作在发展城市旅游时，要尤其注重本土文化的挖掘，切实保护古城墙、英福公司等历史遗存，创新性地开发利用废旧工厂场地及构筑物，打造独具地方特色的都市文化旅游产品，实现不同文化之间的和谐相处，营造和谐的文化氛围。

沁阳的怀府文化、千年修武的历史积淀、温县的太极文化、武陟的治水文化、孟州的产业文化都将成为其自身城市旅游特有的文化 IP 植入到其城区建设当中，为城市旅游产品、社区、服务设施提供持久的吸引力因子。

(4) 应用技术，旅游服务人性化、个性化、生态化同步发展

目前正处于信息产业、大数据产业快速发展的时期，因此焦作在城市旅游的建设上应当注重信息技术等的应用，利用技术的快捷、规模、易操作等特性，实现城市旅游服务的人性化、个性化、以及生态化发展，打造焦作旅游智能化、低碳型服务示范区等。

(5) 城绿交融，打造城市游憩公园体系

利用焦作各城镇近郊已形成的公园设施体系，进一步完善城市公园建设，赋予更多的城市公共活动、健身康体内涵，为市民创造更多的公共开放空间，营造城市休闲氛围，构建城市游憩公园体系。

五. 城市旅游发展体系建设

1. 职能定位

随着焦作城镇化进程的逐步推进，焦作中心城区、修武县城、博爱县城从空间上大有连绵成片的趋势。同时，全域旅游的发展背景为焦作、博爱、修武三片中心城区的协同城镇化创造了条件。因此，规划焦博修城市联合体是将三片城区的资源、空间、产业、设施等进行整合，定位打造焦作市区旅游产业集聚发展区。

沁阳市区作为焦作西部门户，有成熟的城市建设基础和产业发展积淀，并且有很深厚的历史文化渊源，规划定位为文化旅游城市，打造为具有怀庆府文化特征的、服务功能复合的旅游城市。

武陟产业新城隔黄河与郑州相望，受郑州区域中心城市的辐射，新城建设突出生态环境优势，充分利用好嘉应观、人民胜利渠等历史人文旅游资源，打造宜居宜业宜游的生态城市，因此也应以城市旅游发展的建设要求来进行规划。

2. 等级目标

根据焦作市域范围内各个城市的资源及空间特点,规划将焦作市城市旅游体系分成两类:重要旅游城市及一般旅游城市。

重要旅游城市是指旅游经济在未来是城市经济中的重要组成部分,城市应逐渐完善旅游城市三大特征——独特的旅游吸引物、便捷的城市旅游交通和完善的休闲娱乐设施;一般旅游城市是指旅游业不作为城市功能的主导发展产业,但在城市建设当中需要考虑旅游服务的发展需要,考虑引入旅游主题和项目。

表9 焦作城市旅游发展指引表

旅游城市类别	市县	旅游特色	发展目标
重要旅游城市	焦博修城市联合体	工业遗产游、运河文化游、休闲旅游、旅游集散、文化场馆	豫西北城市旅游目的地 文化魅力旅游城市 市域旅游中心
一般旅游城市	沁阳市区	怀庆古街区游、怀药文化游、音乐文化游、伊斯兰宗教游	历史文化旅游名城 市域西部旅游门户
	武陟新城	城市休闲、黄河文化游	郑州休闲后花园 黄河旅游名胜地

3. 协同合作

为更好的发挥焦博修的资源优势,形成良好的协作关系。焦作中心城区做大自身旅游服务、产业体量,发挥大城市的包容性,让更多的旅游业态融入到旅游产业发展之中,丰富中心城区的旅游服务类型和内涵。博爱和修武的县城根据目前的建设条件和项目发展情况,分别发展生态养生和文化体验两个主题。博爱延续自身良好的公园建设体系,通过整合城市是周边靳家岭红叶、月山寺等旅游资源,打造生态养生城市的旅游形象;修武县城则突出自身修武县的文化底蕴,通过文化小镇的建设以及与云台山景区的良性互动关系,打造文化生态城市的旅游形象。

另外焦博修城市联合体与沁阳中心城区之间需要处理好主从关系。因为联合体形成了强大的城市发展区域,所以沁阳市从旅游客源上依托于焦博修城市联合体强大的区域交通功能,更多需要处理好交通转运关系,并且完善自身旅游服务功能,打造自身的文化特色,增强城市吸引力,成为游客必看必玩之地。

4. 空间发展统筹

综合考虑焦作中心城区、博爱县城和修武县城的建设现状以及城区规划，未来焦博修的旅游重点发展区域在中心城区的焦新科技组团、博爱县城的焦西新城区和产业新城以及修武县城的南城区、产业集聚区南区、产业集聚区西区四大片区。其中旅游服务功能重点落点在焦新科技组团、产业新城、焦西新城区和修武县城南区。

焦新科技组团重点发展城区集中型、高品质现代商业服务功能，快速提升中心城区的旅游服务品质和容量。

产业新城重点发展站前交通集散、购物休闲等核心旅游服务功能，形成焦作中心城区西翼的旅游服务扩展区域，真正做到为中心城区疏解交通和旅游服务的容量压力。

焦西新城重点做好城区与青天河景区沿线旅游服务配套，结合城区良好的公园建设基础，完善城市绿化景观建设，将城区服务功能与旅游服务功能相结合，打造城旅相融合的综合性和新城。

修武县南城区重点做好城区与云台山景区沿线旅游服务配套，结合修武千年文化发展文化旅游业态，进一步做强焦作东部旅游廊道的空间布局。

修武产业集聚区南区、产业集聚区西区重点发展旅游相关的产品制造、文创制造产业提供发展空间，形成产业与旅游的深度融合。

六. 焦博修城市联合体旅游发展

1. 城市游憩体系营建

以“花园城市”的理念推进焦博修一体化旅游发展，以山、水、公园为基底元素，构建焦博修城市游憩圈、游憩廊道和重要的游憩活动节点，形成焦作、博爱、修武三城之间旅游发展的通道和联系纽带，将市民公共活动、休闲娱乐、文化体验、健身康体等公共功能植入其中，打造具有活力的城市游憩体系。

(1) 举措路径

■ 路径一：构建三区联动游憩廊道

沿影视路-焦辉路、人民路、大沙河、南水北调等横贯东西的道路和景观，有计划地整治沿山、沿河、沿路景观，增加绿化营造公共活动空间，形成中心城区、修武和博爱县城区三区联动的发展廊道。

■ 路径二：建设城市公园游憩系统

挖掘和利用市区的文化遗址、城郊山水等资源，进行景观整治与优化提升，大力开展郊野公园、城市公园、公共绿地、绿道和慢行道等建设，为广大游客和市民增加户外与旅游活动的游憩空间。

■ 路径三：开发城市游憩公共活动

充分利用建成的城市公园、郊野公园、绿地广场、文博场馆、体育场地等城市公共活动空间场所，将康体、休闲、娱乐等文旅公共活动功能植入其中，激活城市公共开放空间，积聚人气，营造全域旅游全民参与的城市游憩氛围。

（2） 空间布局

环城游憩带和城市游憩廊道将形成焦博修城市游憩体系的重要空间格局。

环城游憩带包括城北的山地康养娱乐带和城南的滨水乐活休闲段。其中，山地康养娱乐段位于影视路-焦辉路沿线，将提升和建设影视城、龙翔山矿山公园、缝山公园圆融寺、黎明脚步公园、欢乐世界主题公园、城北郊野公园等项目产品；滨水乐活休闲段主要位于新河、大沙河沿线，重点在滨水两岸空间建设水岸公园和公共绿地，设置健身步道、骑行道以及健身康体等设施。

城市游憩廊道主要指对人民路、南水北调等城市景观线性空间的旅游利用和提升。要将人民路作为展示现代城市景观风貌的主要廊道，充分利用沿路两侧及周边的城市公共文化、休闲、娱乐以及商贸设施，打造城市旅游风情带，开通旅游公共交通，方便游客达到。在南水北调城区段，以主题式的旅游文化节点来串联整个沿渠两岸空间，并利用步道、骑行道等设施成为组织游客市民在此进行公共活动、举办节庆赛事的场所。

2. 焦作中心城区（都市旅游港）

焦作中心城区旅游体系的构建贯彻全城联合的发展思路，让中心城区的旅游产业真正强大，构建城市旅游的系统工程，立足旅游资源，建立产业体系，设计

个性产品，完备配套设施体系，并最终落实近期重点项目的空间布局。

（1） 举措路径

■ 路径一，历史资源的活化利用

立足对历史资源的保护，进行合理利用，通过参观、文化演艺、表演、灯光秀等方式让目前“静止”的历史资源能够真正地向市民和游客开放，让民众感官体验焦作文化。

■ 路径二，文化复兴式的城市更新

随着城区工厂的逐步搬迁，城市将拥有比较多的废旧厂区区域进行城市更新改造。通过文化创意产业、共享办公、文化商业体验等新兴城市功能的引入，让这些区域重新注入人气，保留城市原有的工业文化。

■ 路径三，分散与集中相结合的城市旅游

目前焦作中心城区的旅游资源分布较为分散。未来在旅游资源公共开放的基础上，在城市绿道规划等基础上，通过依托城区和城郊建立的慢行系统，将城市周边的景区相连接，串联成慢行的旅游线路，串联部分城市旅游资源，在城区形成连绵的公共活动区域，提升城市公共空间人气和景观特点。

（2） 空间布局

焦作中心城区规划呈现“金廊银带，两片三区”的旅游发展总体空间布局结构。

金廊即中心城区民主路、迎宾路（塔南路、塔北路）等组成的景观廊道，沿路串联焦作火车站、龙源湖公园、万达广场、影视城等重要节点，通过沿路商圈、文旅地标等城市功能组团与设施建设，配合绿化、旅游标识系统等打造，打造城市旅游景观轴线。

银带即南水北调工程景观带和大沙河景观带，通过南水北调廊道公园、南水北调纪念公园、大沙河公园绿地等项目和建设的引入，提升城市景观品质、旅游产品与公共设施服务水平。

两片指北城文化体验旅游片区和南城都市风情旅游片区。两大片区以南水北调城区段和人民路为界，北城重点挖掘自身历史文化资源，积极推进旅游资源的

题的引入，打造焦作文化展示的“长廊”，形成特色城市文化空间序列。

■ 创意旅游产品

充分利用焦作老电厂、已有城区工厂资源，引导游客深度体验创意文化与创意产品，并进而开发相关的创意旅游产品，实现创意园区与旅游者（终端消费者）的良性互动。包括：焦作电厂众创园项目、英福太古里综合体等项目。

■ 文娱旅游产品

进一步突出影视城的影视旅游文化产品升级，同时结合新形势的发展，建设“影视文旅康养特色小镇”，满足游客旅游观光、娱乐体验、休闲购物、康养度假、夜间旅游等多方位需求，打造紧邻城区的焦作旅游必到目的地，将其建设成为中国影视娱乐体验城新典范，更好地发挥影视文化对旅游的多重效应。同时，还要加强对中心城区以及修武、博爱等县城区的博物馆、文化馆以及各类文体体育场所的旅游利用，创新旅游产品项目和旅游活动内容。

■ 会展与商务旅游产品

依托焦作紧邻郑洛的区位优势，发挥焦作太极养生的文化旅游价值，逐步培育商旅服务优势，成为太极论坛举办地，承接并组织具有一定影响力的展览会、节庆活动和高级论坛等，打造文化商旅港。

■ 购物旅游产品

结合万达百货、王府井百货已经成熟的商业资源，开发反映现代焦作的时尚旅游产品，进一步打造具有国际商贸特色的、能够满足不同层次消费者需求的购物旅游港。

■ 在线旅游产品

借助现代化资讯服务企业和其他在线旅游信息营运商的成熟技术，将焦作城区的历史文化遗址资整体打包成线上旅游产品，游客可以通过手机、电脑客户端方便获得查询、订购、签到共享等多种网络服务；并借此构建城市旅游资源的实时访问量查询，方便相关管理采取必要的限流、导流措施。

2) 重点项目

表 10 中心城区旅游发展重点项目库

一级项目	二级项目	项目介绍
三大旅游产业集聚区建设	影视城旅游文娱产业集聚区	围绕影视城旅游产品的升级和特色小镇等新项目的建设, 开发影视、节庆、演出、娱乐等服务产业及相关产品, 结合城市夜生活集聚地的打造, 形成多样化的住宿接待设施群, 打造焦作城市旅游目的地和旅游产业发展高地。
	焦作老电厂旅游创意产业集聚区	对现状焦作城区部分工业厂房进行空间改造, 特别是老电厂等空间, 置入共享办公、文化创意、休闲商业以及娱乐演出等产业, 形成产业集群, 建设成为城市文化休闲娱乐主题街区。
	新河城市商旅融合产业集聚区	在新河商务区规划建设的基础上, 整合龙源湖公园资源及其周边环境, 充分发挥景观、产业的融合发展优势, 建设现代商业商务综合体、精品酒店以及文娱综合设施。
四条旅游景观通道	民主路、迎宾大道-塔南路-塔北路“城景金廊”	结合城市风貌规划, 重点在主要道路沿线建设地标商业、公共活动设施等项目, 提升绿化、夜景、旅游标识等景观, 构建城市南北向发展“金廊”。
	南水北调、大沙河、新河“水景银带”	在正在实施的南水北调纪念公园的基础上, 沿南水北调形成绿化景观和公共活动空间廊道; 进一步优化和提升大沙河、新河等城市景观河道两岸的休闲游憩功能和设施配套, 提升城景互动关系。
	沿山景观大道	打通焦博修之间近山的沿山通道, 并对影视路-焦辉路沿线景观进行设计打造, 串联现状影视城、缝山公园、龙翔山矿山公园、圆融寺、当阳峪村、月山寺等资源, 结合南太行城北郊野公园带规划建设, 形成中心城区城北的旅游景观走廊。
	人民路景观大道	人民路串联市区、博爱和修武的县城区, 沿途串联太极广场、体育中心、城市公园等载体资源和主要城市商业空间; 规划进一步扮靓沿人民路的城市景观风貌, 重点在绿化、夜景、旅游标识等系统上进行提升。
五大城旅融合工程	文化遗产旅游融合工程	重点做好山阳故城遗址公园、道清铁路市区段、百年老街新华街、英福公司遗址等焦作历史文化遗产遗迹的旅游利用和产品项目开发。
	购物商贸旅游融合工程	进一步优化中心城区民主南路、解放中路等商业街(区)商旅融合业态的引导, 形成联通王府井至万达广场的地下商业街; 将新河商务区规划建设成为集购物、休闲、娱乐、城市公园等功能于一体的城市休闲文旅商贸中心。
	康体旅游融合工程	利用太极文化体育中心、城市公园、南水北调绿带等空间, 组织特色的健身、康体旅游主题活动, 完善步行、骑行等设施 and 沿线周边的旅游公共服务设施。
	工业旅游融合工程	以蒙牛乳业工业旅游区为基础, 更多的企业吸引游客看工厂, 卖产品, 直接从生产线到消费者, 通过工业旅游打通最短的市场通道; 推出现代科创企业嘉年华, 邀请市民游客体验未来智慧工业、智慧城市的全新感受。
	社会资源旅游访问点寻访工程	整合市内具有特色的社会资源访问点, 通过走访焦作的大街小巷、商场学校、社会机构等, 让游客了解焦作, 爱上焦作; 并利用线上线下结合的方式, 打包成为旅游产品, 让游客完成咨询、选购、签到、共享等旅游行为。

（4） 公共服务

公共服务设施包含旅游相关的食、住、购、娱和信息化等五个方面的内容。在餐饮、购物、娱乐服务方面，焦作城区规划以商业综合体项目建设为重要抓手，通过功能混合来达到旅游服务行为的聚集，形成人气；另外，培育美食街、时尚街等主题特色商业空间来培育特色商业业态。住宿设施方面，在城区形成若干酒店设施相对较为集中的区域，打造龙源湖等1-2个星级酒店集聚区。信息化方面，通过公众号、旅游网站、景区 app 等线上服务渠道将焦作旅游购票、旅游产品线上化，并且建立智慧景区数据分享平台，让游客得到景区客流量、停车位等数据信息的实时更新。

3. 博爱县城

（1） 举措路径

■ 路径一，生态环境资源转变为旅游吸引物

基于博爱自身良好的公园建设体系以及周边良好的生态环境氛围，将养生产业、市民休闲与公园、月山寺、靳家岭、竹林等旅游资源相结合，将其打造成有人在其活动的旅游吸引物。

■ 路径二，高铁引领下的旅游服务设施建设

焦作西站的建设无疑为博爱带来了源源不断的客流，但是在高流量的背景下，博爱更需要做好“量”的准备，“质”的提升，为广大的游客提供公共服务设施，满足食、住、行、游、购、娱。

■ 路径三，美食资源的旅游设计利用

发挥博爱自身小吃文化，在梳理小吃品类的基础上，从空间上打造若干美食特色区域、街区，推动美食企业品牌建设，提升地方美食知名度。

（2） 空间布局

规划博爱城市旅游发展以博爱高铁新区为主要抓手，完善高铁周边的交通集散功能，并积极布局旅游相关的住宿、购物、休闲、娱乐、商贸办公功能，打造现代化高铁新区。

规划依托发展大道和海华路两条城市主干路为依托，构建城市旅游交通的基

本框架，打通城市东西新老城的横向联系和城景之间的纵向联系。

在此框架基础上填充城市旅游吸引点。其中包括两大部分：其一是以清化古镇为代表的博爱老城文化留存，通过设施维护和更新提升旅游设施服务水平，展现博爱民俗文化生活；其二是以高铁站点、交通集散中心、幸福湖公园、李商隐公园、低空飞机场等为代表的旅游产品及现代服务设施建设，提升博爱作为旅游城市的综合服务能力，提高其在焦作城市旅游方面的权重比例。

（3） 产品项目

博爱县城西城区域属于新城建设，规划围绕焦作西站站前区域及其辐射区域进行整合作为旅游服务城区的示范建设区域。该区域借助焦作西站项目建设的带动作用，利用大容量高铁站点人流集中的特性，设置站前商业、休闲、交通集散、商务等相关服务功能。规划重点建设项目如下：

月山站前综合体——依托道清铁路资源和博爱高铁站基础，以特色美食、特色购物、休闲娱乐的三大功能为主，同时结合月山站高铁项目，打造火车主题站前旅游集散中心；

博爱旅游集散中心——对接城际高铁交通、规划博爱至丹河旅游公交线路、景城旅游公交等交通线路，设置综合性交通集散中心，集中转、集散功能于一体；

旅游商务信息办公区——基于现状电商大厦建设基础，借助紧邻高铁站的交通区位优势，发展电子商务、信息数据管理、商务办公等物业业态，形成博爱城北重要的产业集聚地；

博爱文化旅游综合体——在博爱公园处，依托文化两馆建设，运用数字屏幕、VR 技术等将博爱历史文化、民俗文化、时代文化、未来蓝图都予以呈现，打造博爱文化交流和展示小高地，成为市民休闲好去处、游客了解博爱好窗口；

清化古镇——清化街打造成怀商历史文化街区。结合清化老街规划，整合打造“清化古镇历史文化街区保护与发展”项目，依托文化休闲产业布局，开展棚户区改造、建筑与景观风貌提升、道路与停车场建设，市政设施完善、滨河景观风貌提升和业态引导；

西关文化村——依托清真寺和清真街为基点，整合街道、公园、寺庙等资源，

以4A级景区建设标准打造成“一街、一寺、一园”的民族文化旅游特色景区，创建民俗、民风体验一条街，打造清真版袁家村，集中展示中原清真人文风情；

幸福湖艺术公园——围绕幸福主题和幸福湖生态环境，导入文化艺术产业，引进创新文化艺术思维，融入博爱传统艺术文化，以“引进来，带出去”理念，打造成为焦作区域的文化艺术高地；

火车头商业街区——火车体验走廊“创意化、主题化”的火车头商业街区，构筑博爱县旅游集散服务中心的形象。

(4) 公共服务

博爱公共服务设施的提升上重点从交通、餐饮和公园三个特色优势入手。交通方面，在高铁站点建设的基础上，打造围绕站点向景区景点辐射的交通接驳体系，方便游客出行。餐饮方面，凸显自身博爱小吃文化特点，做出小吃文化，并在餐饮设施布局上考虑均衡，分散与集中相结合。公园方面，在现有公园体系的基础上，将社区活动、茶室，体育活动健身等旅游服务空间和设施引入其中，让城市公园功能由“可看”向“可游”进行转变。建设城区慢性绿道+公共自行车服务系统。

4. 修武县城

(1) 举措路径

■ 路径一，文化营造旅游城市氛围

修武拥有千年文化，城市有运粮河、胜果寺塔等历史遗迹遗存，还建有修武博物馆、云台古镇等旅游设施项目，规划提出修武要以自身文化为特点，挖掘千年修武的文化旅游价值，并在旅游项目、基础建设、景观打造上都要体现修武的文化符号，营造旅游城市氛围。

■ 路径二，高铁站引领下的城市服务设施布局

围绕修武站站前区域，目前已经开始启动云台国际小镇项目。未来随着更多的云台山游客由此分流，修武与博爱同样面临从“质”和“量”两个层面来满足游客对城市设施的需求。

■ 路径三，景城互动对接

修武县城未来城镇化主要动力来自于云台山的客流量,通过交通接驳线路建立景城之间的功能关系。修武县城作为进入云台山的“第一站”,需要从旅游主题上与云台山旅游相衔接,并营造浓厚的文化氛围,让游客一下火车就有进入景区之感,设置旅游相关的住宿、餐饮、购物功能,并设置旅游项目延长游客在城区的停留时间。

(2) 空间布局

修武县城总体以丰收路为城市主干道进行旅游对外交通的联系,功能排布上分为南北两个部分:丰收路以北为修武老城区,规划保持原有县城的生活居住氛围,积极推进运粮河、胜果寺等历史遗迹的保护和开发利用,通过城市更新的手法提升老城城市风貌,提高城市旅游服务和基础设施水平;南部新城是旅游新城,主要通过高铁站前区的开发建设来推动城镇建设,主要配置为游客服务的公共服务设施和交通服务设施。

(3) 产品项目

修武县城南部区域属于新城建设,规划围绕修武站站前区域及其辐射区域进行整合作为旅游服务城区的示范建设区域。该区域借助修武高铁站以及云台山旅游市场客流的带动作用,在站前设置商业、住宿、休闲、交通集散等相关旅游服务功能。规划重点建设项目如下:

东湖湿地公园: 打造最浪漫的城市休闲湿地公园、旅游休闲新天地、城市休闲新去处;

七贤文化城——一座以“竹林七贤”为主题的休闲文化城,以七贤历史文化为主线,打造一处集祭祀、展示、休闲、体验、食宿为一体的七贤文化旅游区。建设七贤文化会展中心、艺术园区、博物馆、七贤文化学院、文化创意园区等,包括古琴、字画、古玩、精雕玉石、旅游工艺品、紫砂茗茶等门类齐全的七贤文化产业园;

云台国际小镇: 围绕韩愈所代表的唐宋八大家古文,打造古文鉴赏、古文客栈、古文广场、古文文化活动等,将古文活化,强化古文的文化体验;

修武交通集散中心——规划结合修武高铁站点集中设置停车场、公交转运站

等大型综合性交通设施，对接高铁客流以及焦作、云台山方向的交通客流，构建交通集散中转设施节点；

城景绿色通道——云台山-县城旅游大道。在道路建设及沿线景观打造的基础上，沿路结合村镇点状布局旅游餐饮、住宿、休憩设施，形成一条旅游产业发展的绿色大道；

运粮河景观公园：景观化、特色化、主题化打造运粮河，构建修武最美城市花园；

修武博物馆修缮工程——重点对千年修武文化进行深度挖掘，完善博物馆的展览展示体系，策划一系列的文化展示活动，让博物馆真正激活，让游客和市民可以观赏；

老城街——通过对老城商业街的修缮整治，引入名优小吃、农耕文化体验、民俗手工艺、休闲创意、特色民宿等商业功能，激活老城活力；

胜果寺塔历史公园——结合现状胜果寺塔及其周边展览空间进行内容扩展，结合文化公园建设，打造集文化展示、文化体验、文创演艺、康体养身于一体的综合性文化遗址公园。

（4） 公共服务

修武在公共服务设施建设上重点体现“千年修武”文化主题，将食住行游购娱与文化特质相关联。北部老城区以运粮河城市更新项目为主要抓手，通过沿河景观、道路等环境的提升和购物、餐饮等商业业态的植入，打造具有浓郁古修武文化氛围的特色商业休闲区域；南部新城区则以吸引修武站客流驻留为主要目标，通过休憩、购物、休闲、文化体验、住宿等设施建设来打造具有修武文化特征的现代化旅游商业街区，并通过建立新城区与云台山景区便捷快速的公共交通网络来缩短通勤时间，让修武县城真正成为景区的桥头堡。

七. 沁阳市旅游发展

1. 举措路径

■ 路径一，注入现代活力复兴怀庆文化

凸显古城复兴的发展理念，以功能更新激活历史遗迹的方式进行建设，通过对天鹅湖、野城遗址、护城河等古城历史遗存的保护性开发利用，将现代化旅游服务功能、城市居民服务功能重新置入到远怀庆古城的范围当中，增强该区域的公共开发性，恢复人气活力。

■ 路径二，做强城区带动景区发展

针对沁阳城市旅游发展的困局，发挥自身古城历史积淀，承接焦作中心城区的旅游产业辐射与带动，重振古城、提升服务配套，整体做强城市服务水平和规模等级，通过做大城市客流量来分流给景区，从而解决景区客流导流乏力的问题。

■ 路径三，提升服务能力对接市域西部进入性客源市场

集中力量提升沁阳市的旅游配套服务能力以及水平，完备旅游城市所需的交通、商购、住宿功能，并结合自身文化特征开发特有的商业业态以及旅游项目，增强城市旅游吸引力。

2. 空间布局

沁阳中心城区规划形成“一城双环”的旅游规划结构。

一城即围绕天鹅湖及周边历史遗迹改造修复的“怀府古城”景区和文商旅集聚区，集购物、住宿、休闲、文化体验等功能于一体。

双环分别指怀府古城护城河景观环和长城路-北环路-沁河-东环路一线的水陆景观环。护城河景观环是在原古城护城河的基础上进行疏通，并对河岸周边进行景观打造，柔化硬质驳岸，设置沿河公共活动空间。长城路-北环路-沁河-东环路一线的水陆景观环是针对现状主要旅游公路以及广利济河、沁河滨水空间进行景观打造，并结合设置文化特色景观公园，保护古城完成的轮廓线，并在古城外围形成完善的公园体系。



图 16 沁阳市城区旅游发展结构图

3. 产品项目

怀府古城是沁阳历史文化的根基所在，因此规划选择天鹅湖及其周边历史保存较为完好的区域进行开发利用，形成沁阳城市旅游发展的先行区域。沁阳文化旅游集聚区以天鹅湖周边的怀庆古城遗存为文化依托，以文化创意概念进行保护性恢复建设，以时尚文化为引领发展集生态休闲、商业娱乐和历史人文游憩于一体的复合型游憩商业区。

具体工作包括梳理天鹅湖及周边护城河水系生态空间、产业资源，规划、建设环天鹅湖舒适、便捷的开放空间体系及游憩专用通道，调整现有商业载体功能，增加休闲、娱乐功能，提升时尚购物、品牌餐饮等商业能级。规划形成“一河两岸”的规划结构，打造“一池，一城”的项目体系。

■ 一池——天鹅池滨水景观公园

围绕现状天鹅池，保护和利用好天鹅池周边的天宁寺、野王故城遗址等历史文化资源，结合景观步道建设，提升景观品质，打造城市文化旅游景观。

■ 一城——怀府古城

紧邻天鹅池滨水景观公园，保护现状良好的街巷尺度，结合豫北建筑风格建

设特色商业街区，恢复原怀庆府古城东北隅的繁盛景象，并通过将现代商业、文化创意、休闲娱乐置入古朴街巷中，让历史的怀庆府重新恢复活力，唤起本土文化记忆。

表 11 怀府古城旅游发展重点项目库

一级项目	二级项目	项目介绍
怀府古城	怀药文化商贸街	在怀府古城老街位置，结合怀府历史上的怀药通贸、通商文化，设置怀药文化商贸街，以仿古街巷形式重现当年商贸景象。
	怀庆文化博览馆	在古城内的主要游线上，建设怀庆文化博览馆，收集历史文化遗存和民俗物件，展示深厚历史文化积淀。
	曹瑾墓博物馆周边改造工程	基于现状曹瑾墓博物馆位置，对其周边城市风貌进行协调改造，并设置文创园、文化广场等设施，发展其文化产业外延。
	北大寺周边改造工程	对北大寺其周边区域进行风貌协调整治，增加传统风貌景观，重点对沿街商业店面的外观加以整修。
	天鹅湖景观提升	基于现状天鹅湖，对不破坏原有湖面景观和植被的前提下进行湖面环境整治，并结合沿湖野王古城等历史遗存进行景观打造，展现滨湖文化景观。
	天鹅湖滨湖商业街区	基于现状天鹅湖，沿湖集合公共活动设置滨湖商业街区，活化滨水空间，丰富城市商业业态。
	护城河河道疏浚及景观建设工程	对怀府古城护城河进行疏浚和环通，并对沿河景观进行统一打造，结合沿河文化景观遗存设置文化公园、广场和必要的文化展示设施。
	护城河沿河城市风貌整治工程	基于怀府古城护城河，对河道周边城区建筑风貌进行整体进行修缮改造，与古城风貌相协调。
	天宁寺及其周边城区风貌整治	加强天宁寺及其周边建设空间的整治，适当增加公共开放空间，形成适宜旅游活动的场所氛围。
	沁河公园	选址沁河的天宁寺周边区段进行沁河公园建设，作为周边居民康体建设之所，并以此为蓝本逐步推进沁河位于城区的区段的公园建设。

4. 公共设施

公共设施方面，沁阳中心城区重点解决交通集散辐射、特色购物、（夜间）文娱的要素配套。以交通设施项目为抓手，建立沁阳城区与焦作西站、焦作站等区域的交通连接，形成较为便捷的交通对接；以大型旅游服务设施项目为引导，快速提升城区旅游服务能力及形象，形成城市自身对游客的吸引力；并结合怀府文化策划夜间文化表演及夜市活动，创造夜间旅游吸引物。

八. 推进举措与实施建议

1. 推进举措

■ 规划引领：确立城市旅游发展在焦作全域旅游发展中的战略性地位

中心城区各区政府及各市县在规划中要确立城市旅游业的战略性地位，将旅游业作为提升城市能级的功能产业和转变经济发展方式的动力产业，树立旅游业在城市现代服务业的主导地位、社会经济发展的先导地位，中心城区、沁阳市区等还应编制专门的城市旅游专项规划。

■ 部门协调：建立文化商务旅游一体化发展的工作机制

考虑到城市旅游业发展的无边界性和旅游资源管理的分散性，必须尽快理顺多部门管理体制，由旅游部门牵头，协调各方面力量，强化旅游主管部门的工作职能，推进城市重大旅游项目建设和制订相关扶持政策，进一步推进文化商务旅游一体化发展，培育一批新兴的旅游复合业态。

■ 多级互动：共同推进城市旅游的重点项目建设

探索焦作市全域旅游与中心城区和各市县城区紧密合作的旅游联动发展模式，发挥各城区在旅游资源、市场、交通和设施上的优势条件，围绕重点项目积极推进规划落地实施。

■ 城市营销：推广城市旅游形象加强旅游宣传促销

要设立专门的城市旅游推广中心，策划与打造焦作城市旅游相适应的“软”形象；要通过各种途径进行城市形象包装与宣传，凸显焦作城市的历史文化和现代文明；要建立能够体现焦作城市形象的系列旅游品牌，培育一些旅游宣传促销渠道，建立常态化、周期性的旅游市场营销计划。

■ 服务配套：健全旅游公共服务职能做好城市旅游环境建设

优先投入城市旅游公共服务设施建设，做好旅游标识设计、旅游厕所建设以及设立专门的旅游信息咨询中心、开辟一些城际间、城景间的旅游专线、推出焦作工业旅游年票等，为游客提供全方面信息和服务，率先实现城市无障碍旅游。

2. 实施建议

■ 制定城市更新政策及实施细则

制定以历史文化资源的旅游发展为导向的城市更新政策,协调控规与旅游发展、历史文化资源利用的用地关系。对于焦作市区工业用地更新、沁阳老城区历史街区更新可采用微改造的概念,在维持现状建设格局基本不变的前提下,通过建筑局部拆建、建筑物功能置换、保留修缮,以及整治改善、保护、活化,完善基础设施等办法实施的更新方式。

■ 制定重点地区城市设计政策

将沿太行山环城游憩带、焦作游客综合服务中心、焦作西站、焦作电厂工业遗产创意街区、博爱与修武的高铁站区周边、武陟嘉应观周边、天鹅湖历史文化街区、清化文化街区及运粮河文化生态景观廊道周边等区块划定为重点地区,制定相关城市设计政策,对重点地区(区块)的规划编制和项目管理提出要求。通过对重点地区的城市设计控制,确保焦作城市建设的文化气质与面貌,避免千城一面,成为全域旅游的支撑。

■ 建设城市文化艺术智库

焦作的历史文化资源丰富,但缺乏系统的研究、梳理及展示。政府部门难以在文化研究及展示上做出突破,可将历史文化研究相关学科的专家学者聚集起来,运用他们的智慧和才能,为焦作历史文化研究领域的发展提供满意方案或优化方案。其主要任务是研究梳理焦作的历史文化发展,针对现有的历史文化资源提出各种设计及政府政策;研究、开发具有焦作文化特色的文化创意产品,策划城市的文化艺术展览及活动。可以依托符合条件的省级艺术研究院所,聚集社会各方文化艺术研究力量,为焦作文化艺术建设提供决策咨询。

第二十四章 乡村旅游规划

一. 发展现状分析

1. 基础优势

(1) 全域旅游、乡村建设的政策支持

自 2009 年以来，国务院、国家发改委、农业部、国家旅游局等发布了《全国乡村旅游发展纲要》、《国务院关于促进旅游业发展的若干意见》、《关于开展全国休闲农业与乡村旅游示范县、示范点创建工作的通知》、《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》等相关文件以发展乡村旅游、休闲农业；梳理旅游资源、完善基础设施；推进农村现代化、激发农村活力、实现乡村振兴，为全域旅游的发展和乡村旅游的建设提供了政策支持。

(2) 良好的自然山水和田园风光本底

焦作境内山峦叠嶂，山环水绕，有着良好的自然山水，焦作位于豫西晋南交界处，太行山脉南麓。市域南部为黄河，沁河从境内穿过，且有群英湖，银鳞湖等一众湖泊，乡村在此丰富的自然肌理基础上，形成了田园与山地、湖泊、河流交织的典型乡村自然田园风貌。

(3) 深厚的历史文化和民俗风情特色

焦作历史悠久，文化内涵深刻，古村落众多。修武县一斗水传统民居、东岭后传统民居、平顶爻传统民居、双庙传统民居，温县安乐寨传统民居、陈家沟传统民居等多个传统村落更是独具特色，被很多人喻为“可以找到乡愁的地方”。而孕育其中的乡贤文化、民俗风情更是让这些古村落展现出别具一格的魅力，为乡村旅游的发展营造了良好的文化氛围。

(4) 服务中原、面向中国的市场潜力

随着旅游业的蓬勃发展，焦作依托其处于豫、晋之间的优越区位，临近郑州的便利交通，成为郑州腹地，辐射河南、山西的重要旅游地。焦作的乡村旅游完全有条件可以成为焦作和周边城市，乃至豫晋地区城市居民周末假期旅游休闲的

好去处，市场前景广阔。

2. 发展问题

(1) 全域意识不强，乡村与旅游关联性较弱

焦作市乡村尚未纳入到全市和各地方的旅游产业议事日程之上，受重视的程度不高，农业特色旅游发展程度低，乡村旅游停留在初级阶段。乡村旅游的要素不完善，配套服务设施建设的缺口还很大。

(2) 规划尚未统一，建设和管理规范化不强

市域乡村旅游的统筹规划缺失，缺乏全域乡村旅游联动性和整体性发展。在乡村旅游发展建设的过程中，也难有标准化、规范性的管理制度可以因循。

(3) 品牌未能形成，市场和区域影响力较小

焦作的乡村旅游起步在全国范围来看相对较晚，使得在乡村旅游特色品牌的打造和相关的旅游商品生产方面存在不足，乡村旅游的服务品质也是参差不齐，难以整合形成对旅游市场和区域范围内有较大影响力的旅游品牌，而在更大范围内，知名度更是有待提高。

(4) 特色挖掘不足，农业与产品结合度不高

焦作依托于云台山的自然山水环境，现有的乡村旅游产品是将乡村更多的打造成为以景区游客为服务对象的“农家乐”产品，而对乡村自身的人文特征不够重视，挖掘不足，对乡村有别于城市的特色性认识不正确，农业发展较为原始，商品化和品牌化程度不足，农产品附加值不高。

二. 发展模式建议

本次规划参考我国乡村旅游起步早、发展较为成熟地区的经验模式，结合全域旅游创建中乡村旅游发展的需要，拟从全域旅游的战略视角，并综合考虑焦作乡村旅游产品策划问题、空间布局问题以及经营管理问题等多个方面的影响因素，对焦作的乡村旅游发展提供多种产业联动的开发模式组合，以及四种基本的乡村旅游发展建设模式。在此基础上，焦作应当基于各乡村旅游建设项目的自然、人文乡村旅游环境的不同特点，对各个乡村进行特色鲜明而又形式多样的开发建设。

1. 开发模式组合

“企业+村庄”——政府引导，鼓励焦作市内如蒙牛乳业（焦作）有限公司、河南斯美特食品有限公司等较大的企业或景区进行“一对一帮扶计划”，包含订购产品、提供就业岗位、帮助提高思想文明进步等。

“公司+农户”——政府指导，成立如焦作市农创客发展联合会，引入公司与农户合作、租赁农户土地、承担管理和市场开发；同时，公司招募农户为工作，农户通过提供劳动换取报酬。

“股份制+景区托管”——国家、集体和农户个体合作，把资源、技术与劳动转换为股本，按股分红与按劳分红相结合；通过职业经理人的景区托管形式进行经营管理。

“政府+公司+乡村旅游合作社”——政府负责编制规划和基础设施建设，公司负责筹集资金、管理和商业运作；乡村旅游合作社负责组织村民参与乡村，协调政府、公司与村民利益。

“个体农庄”——旅游个体户，通过改造和整合焦作乡村中现有的自发性的旅游项目建设，建设成为一个完整意义的旅游景区（点），并有组织的扩大建设，吸纳附近闲散劳动力，形成以点带面的发展模式。

2. 发展建设模式

（1）产业观光旅游模式

即以乡村整体良好的山水田园环境、和谐的邻里相亲氛围为发展背景，利用当地的文化和农林产品，如现代农业、科技农业、蔬菜种植、渔业养殖等，成为都市游客来此观光、品尝、购买。或是提供现代乡村发展的新模式，展现基于乡村的文化创意产业和商品。管理上在保证当地村民参与，并优先实行就业保障的基础上，各文化创意业主自行管理，当地政府及相关部门进行监督。

（2）休闲康养旅游模式

即以乡村田园景观、农业生产活动和特色农产品为旅游吸引物，开发农业游、林果游、花卉游、渔业游、牧业游等不同特色的主题旅游活动，结合乡村绿色、有机、生态的食材和健康的生活起居方式，满足游客体验农业、特色饮食、养生

康体、回归自然的心理需求。其经营管理以当地的政府部门为主导，实行村民的自产自销，直接参与经营和服务。

（3）文化体验旅游模式

即以乡村风土人情、民俗文化、历史事迹为旅游吸引物，充分突出农耕文化、乡土文化和文化古迹特色，开发农耕展示、传统村落、民间技艺、时令民俗、节庆活动、民间歌舞等旅游活动，增加乡村旅游的文化内涵。经营管理上以村民的自组织为主要模式，政府及相关部门负责配合相关的培训和扶植工作，对发展较好或是有保护价值的实行奖励。

（4）民宿度假旅游模式

民宿要以乡村风貌、乡村环境为背景，在有条件的乡村或乡村环境中进行个体民居改造或是小规模、小体量的乡村度假设施的建设。富有乡土气息的乡村民宿能够展现乡村的闲情逸致，让人安闲自得，悠然的亲近乡村的小清新，回归到原始生态、质朴本真的生活本位上来。

三. 发展定位研究

1. 北部太行山居

（1）主题特色

北部以大云台山、青天河等景区作为支撑，在南太行山广袤的山林乡村间，在现有已开发的“修武云宿”等乡村民宿产品的基础上，积极引导以“太行山居”为品牌的焦作乡村精品民宿旅游产品系列，优化民宿项目布局、组合游览体验产品、引入精品民宿品牌，承接来云台山等景区的部分优质客源和郑州等周边都市具有一定消费能力的客群。并且发挥北部山区的自然地理环境优势，结合国家登山健身步道等项目建设，创新乡村康体运动项目，提供国际标准的山区运动旅游设施和服务，建设乡村精品民宿工程，打造高品质、规模化的中国北方民宿龙头产业，焦作国际乡村旅游度假产品。

（2）建设重点

结合目前焦作北部太行山区的发展实际，以及《焦作市北山生态环境保护和利用总体规划》中“民俗民宿区”的相关内容，规划建设太行山里人家的系列主

题民宿产品。依托云台山、太极、怀药等产业以及都市周边农园的现代农业园区等为吸引物，打造**康体养生村**：以修武县云台山镇的金岭坡、茶棚、东岭后村一线的“云上的院子”为品牌的民宿集群，云台山镇回头山村云武堂、一斗水村和西村乡的土岭村、西大掌村等村落，除了通过民宿建设让游客住下来以外，还提供康体养生、亲子活动、极限运动等的配套项目产品。在净影、青天河、丹河景区等周边的乡村山区，建设**民俗体验村**：如博爱县寨豁乡靳家岭村、许良镇于庄村，沁阳市常平乡九渡村、山路平村等村落，结合当地的自然景观、农作物种植和林果采摘等，开发民俗和田园农事体验等活动产品。**主题文化村**：利用一些有特色主题历史文化的村子，如修武县陪嫁妆村、博爱县知青村等，打造文化产业和乡村旅游产品结合的特色民宿。

2. 南部黄河乡情

(1) 主题特色

以黄河为依托，特别是整合利用沿黄一带的名胜古迹和历史遗存，重点提升周边乡村旅游公共服务，加强农业体验旅游配套的游憩项目建设，挖掘黄河文化与乡村民俗文化，强化深度体验型乡村旅游产品。同时，借助武陟、孟州、温县良好的农业产业基础条件和特色企业，打造品牌化农业旅游产品，创新特色农旅商品，并重点开发与产业相结合的农作体验游、乡土文化游、特色商品购物游等产品。

(2) 建设重点

生态农业游：利用沿黄河一带大面积的小麦、玉米、怀药材等作物的种植，以及规划在温县武陟建设的麦作、怀药国家农业公园，孟州黄河滩区的果蔬采摘园等发展农业观光体验旅游，推行季节性的农事活动节庆旅游。**乡情文化游**：结合嘉应观、莫沟村、韩愈文化园、陈家沟太极村等文物古迹及文化旅游资源点，通过文化旅游与乡村旅游产品的结合，规划建设一系列以黄河文明和中原乡土文化体验为主题的乡村旅游特色产品。**特色产业游**：进一步加强农林副产业与二产三产的融合发展，借助武陟斯美特食品、温县保和堂、孟州隆丰皮草等企业的产品制造加工，打造特色的乡村农旅产品游购体验旅游，为游客提供“土特产”的同时，也带动了当地的乡村经济增收。

3. 半小时都市农园旅游圈

(1) 主题特色

依托临近都市城区的乡村对传统农业进行转化,大力发展高效农业,在衔接城市发展扩张对城郊乡村土地的需求外,保持临近城市的乡村特色,并以此异质性为吸引,以靠近城市为便利区位条件,为城市居民提供周末出行或短时间的旅游产品。在现有的农业种植和农业产业的基础上,引进成熟的农场、农庄发展品牌,提升原有的“农家乐”乡村旅游发展模式,综合规模较大的农业项目,带动近城乡村的建设和发展,并以此开展特色化的旅游线路,重点发展周末休闲游、亲子家庭游等产品。

(2) 建设重点

创新田园综合体建设:以修武县郟封镇的冰菊小镇、马村区光伏生态农业基地、博爱县许良镇六盘溪田园综合体等为代表,支持有条件的乡村建设以农民专业合作社为主要载体、让农民充分参与和受益,集循环农业、创意农业、农事体验于一体的田园综合体,集现代农业、休闲旅游、田园社区为一体的规模化乡村综合发展模式。**打造现代农庄农园:**提升现有示范区辛庄村、西长位村,博爱县寨豁乡小底村,修武县农创园等农旅项目,进一步突出一村一品与特色项目主题的结合,开发亲子主题 IP 农园、开心农场、绿色餐饮等项目产品,来吸引都市游客。

四. 发展目标

1. 总体目标

基于对焦作市乡村旅游环境的认识,结合新农村建设和精准扶贫的需要,在焦作市乡村旅游的发展过程当中,应当利用当地乡村优秀的山水、农田、植被等优秀的自然环境资源,当地乡村特有的风情、习俗、文化等丰富的人文历史资源,以及各乡村临近县(市)、区的良好的区位优势,全域内的乡村建设应当面向焦作市与河南省的城市居民,以乡村的自然与人文生态环境保护为主旨,完成完善村落基础设施、提升乡村建筑风貌、优化乡村生态环境三项基本建设标准,落实“山居康养、农园体验、乡情记忆”的乡村旅游建设内容和发展目标,打造多层次的空间格局、整合跨资源的产业结构、融合多元化的开发模式,实现乡村振兴与旅游发展共生共荣。

2. 乡村旅游点建设目标

乡村拥有独特而极具魅力的自然环境和人文资源，而乡村旅游不仅能够助力乡村的建设发展，还能在协调生态和谐环境的同时，让乡村脱贫纵向小康。结合国家颁布的相关乡村振兴发展的政策，以及国内外其他乡村旅游发展的有益经验，本次规划通过建设 100 个乡村旅游点、设计 5 条“行走焦作”主题乡村旅游线路等产品项目，力求进一步实现突出乡村优势、深挖乡村文化古韵，突出需求品位、提升乡村旅游环境，突出农民利益、创新产业发展机制，突出农业价值，打造乡村旅游品牌的焦作全域乡村旅游建设目标。

五. 产品项目建设

鼓励和积极引导具有条件的乡村开展旅游活动，并结合乡村振兴、乡村旅游的政策标准，在焦作全市范围规划建设以特色小镇、历史文化名村与传统村落以及一批美丽乡村和乡村振兴示范点等为对象，类别多样、特色鲜明、业态丰富的 100 个全域乡村旅游点，做大做优焦作乡村旅游产业。

1. 10 个乡村特色小镇

特色小镇作为发展乡村建设的有益政策，可以根据各个镇村的不同特点，选择不同的发展建设方向：注入产业发展带动小镇建设，发展以焦作特色农业、怀药、皮艺等产业为依托的特色小镇旅游业，组织特色产业相关的旅游活动，建设旅游服务设施；以旅游房地产的开发，旅游度假酒店集群建设的方式，打造旅游度假区，提供旅游度假服务；以焦作地域民族特色为主，特别是回族等少数民族聚居区，打造集观光、休闲、民俗产品生产、民俗表演、购物等于一体的民俗小镇；针对老人群体和人们愈发强烈的养生保健康体意识，打造提供便捷舒适的养老服务、不同类型医疗机构和设备、集中多样化的运动健身设施的养生、养老、医疗、康体等类型的特色小镇。争取更多的小镇达到中国特色小镇标准。

参考焦作市最新的特色小镇考核名单，选取规划建设 10 个左右乡村空间环境下的旅游特色小镇，包括：修武县七贤文化小镇、当阳峪绞胎瓷小镇，博爱县靳家岭红叶小镇、月山心舍小镇，赵寨神农小镇，温县太极小镇、温县怀药小镇，武陟县西滑封村麦作小镇，孟州桑坡村皮艺小镇、保税小镇等。

表 12 特色小镇规划建设表

项目名称	镇村名称	发展方向	主要景点和产品
修武县			
七贤文化小镇	七贤镇	文化体验、修学研习	七贤名人、魏晋文化
绞胎瓷小镇	当阳峪村	文化体验、产业观光	当阳峪瓷窑遗址
博爱县			
靳家岭红叶小镇	靳家岭村	休闲度假、山水观光	民宿、红叶林
月山心舍小镇	月山寺	禅养文化	月山寺、禅养民宿
沁阳市			
神农小镇	赵寨村	文化体验	传统医药养生康体
温县			
太极小镇	赵堡镇	文化体验、康体养身	太极文化
怀药小镇	温泉镇	产业观光、康体养身	保和堂药品、怀药
武陟县			
麦作小镇	西滑封村	产业观光、现代农庄	食品厂、农事体验
孟州市			
皮艺小镇	桑坡村	产业观光、皮艺购物	皮艺
保税小镇	缙村	观光购物	保税品购物

2. 20-30 处历史文化名村与传统村落

历史文化名村是指保存文物特别丰富、且具有重大历史价值或纪念意义的，能较完整地反映一些历史时期传统风貌和地方民族特色的村。对保存较为完好、拥有较多文物保护单位和历史建筑的寨卜昌村等村落，应积极申报国家、省级历史文化名村，在编制保护规划，做好文物、建筑及村落环境保护的前提下，科学合理开展文化旅游的利用，将历史文化名村打造成为焦作乡村旅游的精品产品。

对于更多地散落在焦作市域乡村范围内的传统村落，在保护民居风貌特色、人文风俗特征的基础上，进一步落实村落中的基础设施建设，保障当地农户的基本生活；将民间文学类非遗项目与古建筑、各级文物保护单位相结合，推出“人文旅游线路”；将传统音乐、传统美术、舞蹈、戏剧、传统手工技艺等非遗项目融入特色乡村的游览中，在普及地域艺术文化的同时增强旅途的趣味性，同时增加传承人收入；在保护村落建筑风貌和格局不受影响的情况下，推动房屋功能改造，发展乡村民宿，引进知名民宿品牌，为旅游住宿提供服务；结合当地自然环境，发展绿色环保的特色农副产品的种植和养殖业，形成特色的旅游农事体验项目，并打造以“绿色食品”为亮点的农副产品品牌，为当地村民创收。通过以旅游发展带动传统村落的建设，为改变各村的贫困面貌提供途径，同时为更好的保

护村落的传统面貌提供技术和资金支持，又形成了极具当地特色旅游业态。

规划引导发展 20-30 处历史文化名村与传统村落：城乡一体化示范区寨卜昌村，中站区北朱村，修武县一斗水村、东岭后村、平顶爻村、双庙村、长岭村、后河村、陪嫁妆村，博爱县柏山村、方山村、于庄村，武陟县大司马村、万花村、西营村、冯丈村、北归善村、磨庄村、小董村，沁阳市九渡村、山路平村，温县陈家沟村、安乐寨村，孟州市庙底村、龙台村等。

表 13 历史文化名村与传统村落规划建设表

乡村名称	发展方向	主要景点和产品
城乡一体化示范区		
寨卜昌村	传统村落、历史文化	古民居建筑群、红色文化
中站区		
北朱村	传统村落、民俗文化	古民居建筑群、饺子宴
修武县		
一斗水村	康养民宿、康体运动	古民居建筑群、民宿、云台山
东岭后村	山居民宿、山水观光	古民居建筑群、民宿、云台山
平顶爻村	山居民宿、山水观光	古民居建筑群、古树、花果
双庙村	山居民宿、山水观光	古民居建筑群、民宿、云台山
长岭村	山居民宿、山水观光	古民居建筑群、民宿、云台山
后河村	主题民宿、山水观光	古民居建筑群、净影寺、禅养民宿
陪嫁妆村	主题民宿、民俗文化	中国爱情第一村、爱情民宿、传统婚礼
博爱县		
柏山村	传统村落、历史文化	明清古民居和古窑洞、柏山缸陶瓷烧制技艺体验
方山村	农家民宿	乡村旅游、观光林果业
于庄村	传统村落、竹乡水村	古民居建筑、乡村生态、竹工艺
武陟县		
大司马村	产业观光、民俗文化	怀药种植、二股弦剧团
万花村	民俗文化	青龙宫庙会、小吃街
西营村	传统村落	农业观光、农事体验
冯丈村	民俗文化	传统文艺活动、怀梆剧团
北归善村	传统村落	农业观光、农事体验
磨庄村	产业观光、现代农庄	食用菌基地、农事体验
小董村	民俗文化	董永和七仙女传说、北岳庙
沁阳市		
九渡村	山居民宿、山水观光	民宿、丹河峡谷、特色农作物种植
山路平村	山居民宿、山水观光	民宿、丹河峡谷、特色农作物种植
温县		
陈家沟村	传统村落、太极文化	太极文化赛事活动
安乐寨村	传统村落、司马文化	黄河文化第一村、司马故里
孟州市		
庙底村	传统村落	农业观光、农事体验

龙台村	传统村落、民俗文化	火龙舞
-----	-----------	-----

其中，优先和重点发展寨卜昌村和 8 个中国传统村落。

■ 寨卜昌村

寨卜昌村因其保存了 100 多座、400 多间建筑质量上乘的古代民居而具有很好的文物与旅游利用价值。自清以来的院落形制体现出中原地区明显的建筑特色，而这一民居丰富、规划齐整的村落本身就已经极具旅游吸引力。此外，寨卜昌村在抗战期间所经历的历史，同样是中国人民抵御外辱的有力见证，对开展爱国主义教育为主的红色旅游同样极具价值，是很有潜力的文化旅游综合利用的旅游目的地。

■ 8 个中国传统村落

焦作的 8 个中国传统村落包括中站区北朱村、修武县一斗水村、东岭后村、平顶爻村、双庙村、长岭村、沁阳市九渡村以及温县陈家沟村，这些村落在保护传统村落环境的基础上，应进一步积极结合地方特点，或依托所在景区，发展以传统文化和民俗体验、民宿接待等为特色的旅游服务业，发掘乡村中传统的农事活动，吸引游客，如一斗水村、九渡村等；或深度挖掘乡村的历史文化，大力宣传推广形成赛事节庆，如陈家沟村等，良好的利用自身的景观资源，构建起符合乡村旅游发展需要的旅游环境，同时为积极保护传统村落助力。

3. 30-50 个美丽乡村与乡村振兴示范点

焦作市在近些年的乡村发展建设过程中，成功建设了一批有特点、有价值、有内涵的社会主义新农村。随着美丽乡村、乡村振兴战略等相关政策对乡村建设的进一步引导，焦作在发展全域旅游，特别是乡村旅游时，应当进一步巩固业已取得一定成就的社会主义新农村建设成果：发掘和保护焦作这些具有良好的自然风光、田园景观、村庄风貌、人文特色的村落；以旅游发展带动村民创收，以美丽乡村的建设为契机，丰富焦作乡村旅游的产品，实现人与自然和谐共生，落实兴盛文化、绿色发展、共同富裕的乡村振兴战略；结合当地的特色农业产业，推动农业现代化和观光农业的发展，打造位于城郊地带的农业产业旅游区，丰富焦作的旅游类型。

规划引导发展 30-50 个具有条件的乡村和农旅项目，通过美丽乡村建设和实

施乡村振兴战略，打造成为乡村旅游示范点，其中包括：中站区龙洞村—龙洞庄园、桑园村、栗井村，马村区九里山街道—昌盛日电光伏农业科技园、中利腾晖光伏农业园，修武县古汉村—汉献帝陵、后雁门村—千亩云台冰菊生态观光园、周庄村，博爱县青天河村、东张赶村、小底村、太子庄村，武陟县杨庄村、谢旗营村、圪垱店村、大虹桥村、大封村，沁阳市柏香镇中心镇区、紫陵村、西乡村、尚香村，温县番田村、黄庄村、武德镇村，孟州市横山村—禾正茂丰润园、莫沟村、前龙村、苏庄村、汤庙村、上寨村等。

表 14 美丽乡村和乡村振兴示范点规划建设表

乡村名称	发展方向	主要景点和产品
中站区		
龙洞村	现代农庄	龙洞庄园
桑园村	休闲度假、农业观光	种植采摘园、互联网+农副产品
栗井村	休闲度假、农业观光	温泉、互联网+农副产品
马村区		
九里山街道	现代农庄、农业观光	昌盛日电光伏农业科技园、中利腾晖光伏农业园、互联网+农副产品
修武县		
古汉村	历史文化、农业观光	汉献帝陵、农事体验、互联网+农副产品
后雁门村	农业观光	千亩云台冰菊生态观光园、农事体验
周庄村	农业观光	小麦种植、农事体验
博爱县		
青天河村	康养养生	九曲涧、乡村农家乐
东张赶村	农业观光	种植采摘园、互联网+农副产品
小底村	农业观光、主题文化	大樱桃、冬桃种植园、互联网+农副产品
太子庄村	农业观光	怀药种植园、互联网+农副产品
武陟县		
谢旗营村	农业观光	大葱、小麦种植、农产品交易园
圪垱店村	产业观光、民族文化	回族村、清真食品、皮艺加工业
大虹桥村	农业观光	小麦、怀药种植
大封村	农业观光	种植采摘园、互联网+农副产品
沁阳市		
柏香镇中心镇区	产业观光、农业观光	食油、果汁等产业园、小麦、玉米等种植园、互联网+农副产品
紫陵村	农业观光	葡萄、油桃、杏等种植园
西乡村	农业观光	种植采摘园、互联网+农副产品
尚香村	农业观光	种植采摘园、互联网+农副产品
温县		
番田村	农业观光	禽畜养殖园、互联网+农副产品
黄庄村	产业观光、农业观光	工贸小区、小麦种植园
武德镇村	民俗文化、农业观光	武德镇抬鼓、小麦、怀药种植园

孟州市		
横山村	现代农庄、农业观光	禾正茂丰润园
莫沟村	特色民居、农业观光	窑洞民居、乡村环境、小麦、玉米种植
前龙村	农业观光	种植采摘园、互联网+农副产品
苏庄村	农业观光	种植采摘园、互联网+农副产品
汤庙村	农业观光	石榴种植园、互联网+农副产品
上寨村	农业观光	种植采摘园、互联网+农副产品

六. 基础设施建设

焦作大力发展乡村旅游，首先要不断加强乡村旅游基础设施建设，以此来提高乡村旅游的档次和综合接待能力。为具有旅游开发条件的乡村积极提供项目支持，投入更多资金，建成和完善乡村基本生活设施、道路交通设施、接待服务设施，加大乡村旅游基础设施建设，为乡村旅游的发展提供基础保障。

1. 基本生活设施

(1) 完善生活设施

在乡村旅游的发展过程中，首先是对其基础设施进行改善，要求积极推进 5 个方面的工程建设：第一，对乡村中的道路网络进行改善，对乡村中的道路进行路面硬化（部分机耕道和林间、山地小路除外），部分地区应当修建专门的旅游道路；第二，对垃圾进行分类处理，布置足够数量的垃圾桶，并建立垃圾回收站；第三，要求建设生态环保的旅游厕所，全面覆盖全域内的旅游地区；第四，实行乡村内的安全饮水供水，实现自然村的动力电通；第五，建设全域覆盖的移动、联通、电信信号及宽带网络，并逐步实现乡村的无线宽带覆盖。

(2) 提升建筑风貌

保留修复特色民居，还原传统乡村建筑。充分调研新老建筑，确定原真传承、化繁为简、安全经济、实用美观的基本原则，对乡村建筑风貌进行提升改造，选择中原地区树种、花草的种植软化建筑生硬的线条，形成花环房、房绕花的美景。并具体进行外立面清洗、外立面局部装饰、外立面立体绿化、结构装饰(如屋顶)、拆除违章建造房屋等建筑风貌整治工作。特别是对寨卜昌村、莫沟村、一斗水村等传统村落，保留其典型的民居特色，并对其原有的乡村道路系统和村庄风貌进行整体性的维护和修复。

（3） 优化生态环境

以“四旁”绿化为抓手，优化美化乡村环境。“村旁”——在每个乡村旁合理位置种植花海、麦田等开阔的、大尺度景观，形成农田景观、农民村落、绿色生态交相辉映的田园绿化之美。“宅旁”——在重点村庄院外的空地种植常见的果树花木、蔬菜等农产品，形成家家有绿树，处处闻花香的宅旁绿化景观。“路旁”——在乡村村落村域主要交通干道可考虑乔木与灌木混植的绿化方式，要求选用本土乔木等乡土树种，或是对既有植被进行规模化的种植。“水旁”——沿水边进行旅游绿道建设，如修建滨水栈道、辅以树木花卉、农作物进行绿化混植。

2. 道路交通设施

（1） 道路标识系统

乡村旅游道路标识除一般性的导向、服务、解说标识，应按照国际通用的公共标识符号之外，还应当一、要对乡村旅游资源、线路、距离、道路交通、景点布局进行概括说明，以便于游客根据自身爱好合理安排游程；二、乡村旅游还应当对中原地区的农业景观、农产品特征、农业劳作等多方面的信息进行概要介绍，强调乡村特色；三、对焦作乡村的历史文化和民俗，包括民居建筑、戏剧传说、手工艺品等都应当形象的加以展示，以便对游客由道路进入时就产生较为明确的吸引。

（2） 道路景观建设

乡村旅游道路景观建设除要满足一般性的道路景观绿化需求之外，还应当一、体现焦作本土的风土人情，进行人为的景观雕塑、造型的点缀；二、选择富有野趣的焦作乡土植物或适宜的农作物进行道路景观绿化的处理；三、在对道路进行景观建设的同时，还应当充分考虑到焦作平原地区和云台山山区不同的地形地貌特征，留出远山近水的视线通廊。

（3） 道路交通设施

乡村旅游道路交通设施除满足一般性的交通安全设施要求之外，还应当一、如上述乡村旅游道路建设中所谈到的应当在适当的距离设置休息站和停车场；二、积极和优先发展符合当地环境的绿色交通，突出焦作各个乡村的地方特色；三、根据不同的道路等级，考虑不同的与乡村旅游道路衔接关系，以及在各个路段设

计通道和天桥以保证行人的安全通行。

3. 接待服务设施

(1) 接待服务中心

有条件的旅游特色乡村，可以根据规模设置 1-2 处接待服务中心。一、提供住宿、餐饮、解说、咨询、购物、医疗、管理等服务；二、负责内外交通的转换，承接乡村内部的游客安置、疏散以及各交通换乘中心的衔接，配有相应面积的停车场；三、可以结合村史馆、村民活动室、图书室等综合利用。

(2) 住宿与餐饮服务

各乡村根据游客规划的现状和预测，需要安排一定规模的住宿和餐饮服务设施，一、住宿餐饮以农民自主经营的乡村民宿和农家饭店为主，提供特色化的住宿和餐饮服务；二、结合少量星级酒店和品牌连锁餐饮，提供一般性的住宿和餐饮服务；三、对当地经营民宿和餐饮服务的农民进行监管，定期对各服务人员进行业务、文化、语言等方面的培训。

(3) 购物及娱乐服务

各乡村根据当地的特色产品，一、集合怀药、粮食产品等名优特产，开发相应的乡村旅游土特产系列商品，作为旅游者赠送亲朋好友的佳品；二、提供家禽家畜及新鲜瓜果蔬菜等农家绿色产品，满足周末游的周边城市居民日常和节庆菜品需要；三、提供具有焦作乡村特性怀药疗养、农业展览、民俗节庆等特色化的乡村文化娱乐设施，以及一般性的影剧场、游乐园等娱乐设施。

七. 发展引导和保障

1. “农旅一体化”产品体系

本次规划在产品开发上实行“农旅一体化”的发展思路，除各镇村本身特有的产品类型之外，还从农业生产、农民生活、农村生态的三个方面来进行产品的打造和组合，在满足游客“食、住、行、游、购、娱”需求的同时，进一步发展焦作休闲农业，提高农业综合效益，促进农民就业增收，推动美丽乡村建设，从而实现全域旅游之下城乡发展的统筹，满足城乡居民日益增长的休闲旅游消费需要。

(1) 提供农业产品购买的农业观光产品

一直以来，乡村的农作物种植和畜牧业养殖，为城镇居民提供了大量了食品资源，而乡村也因为这些农业产品的种植和养殖获得了相应的收益。随着现代农业的不断发展，农业种植和养殖在高科技的帮助下逐步实现高产高效，而农民从事农业生产和农事工作也越来越便捷，而以此带来了农产品的增收，也为城镇居民带来了更丰富的食物资源。借此，焦作市以小麦、玉米为主，以四大怀药为特色，以桃花、草莓为补充的农业产品本身就可以成为乡村旅游观光、科普、购物的对象，为游客提供绿色、自然、生态的农产品相关知识体验。

(2) 促进农民经验分享农事体验产品

现代化的城市生活，使得大多数城市人缺乏农村生活的经历，对普通的农作物缺乏基本的辨别能力，更缺乏基本的农业种植和养殖能力，而这些方面却又成为部分城市人好奇和想要了解体验的部分。因而，焦作乡村旅游可以迎合游客需要，为游客提供部分可以参与体验的农事活动，由当地的农民进行指导和经验分享，特别是针对亲子体验，以及焦作特色的四大怀药的种植和采摘，对部分产品可以实行自产自销。或是保持乡村原生态的生活环境和习惯，安排游客进行相应的农村生活体验。

(3) 基于农村自然环境的康体养生产品

乡村空间区别于城镇空间的街道式和集约型，保持着与自然环境相和谐的田园风光。随着自然生态环境日益受到重视，农村良好的空间环境也成为了城市居民喜爱的部分，而蕴藏在大云台山地区的乡村中的森林、山地、矿泉等资源，更是为焦作城区乃至全国各地的城市人进行亲近自然的慢生活，和生态休闲养生提供了绝佳的途径和场所。因此，以云台山地区为主，农民作为乡村旅游发展中的接待者、服务者以及经营者，应当积极维护农村的自然的生态环境，而政府和开发者因同样认识到农村自然生态环境的重要意义，将此与乡村旅游相结合，开发生态养生旅游产品。

(4) 有益历史文化遗产的人文感知产品

农业生产方式，农民生活习惯，农村建筑格局，农村民俗文化从不同的方面对乡村的习俗、风貌和文化进行了展现，也是乡村文化得以传承至今的重要原因。

特别是焦作南临黄河，北依云台的特殊地形，为乡村建设和农业发展保持与周边山水空间环境协调统一特供了基础，也赋予了变化，而使得衍生于其中的生活习惯以至风俗，也表现出强烈的地域色彩。如陈家沟的太极文化，陪嫁妆村的陪嫁妆风俗、双庙村的举人文化等都形成了特色鲜明的人文感知产品。还可引入现代化农村建设的文创产品，促进传统历史与现代文明的交融。

2. 特产展销与民俗推广平台

(1) 综合性农业体验园

在城区周边进行“寓教于农”的综合性农业观光体验园建设，游客特别是亲子可以观摩、体验、了解人类及农业发展的密切关系；了解认识蔬菜种类、品种、有机种植技术、食品安全、营养膳食等知识，观赏鸟类、鱼类、山羊等小动物，展示特色、先进农业设备技术的同时，更可参与有机农业从种植、管理、质量检测、生产、销售等农事活动。除上述一般性的农业种植生产体验之外，还可以结合焦作的农业特色，如小麦、玉米、怀药等，进行集锦式的展示和科普活动。

(2) 长期性特产展销会

集中市域内的丰富的农产品和农业生产技术进行展销，同样也可以吸纳企业中的优质产品进行宣传和推广，并对以焦作市手工艺品和文创产品展示，为焦作乡村中的农业及相关产品提供宣传平台，同时，也成为宣传焦作市乡村旅游的重要窗口，以优质的农产品对游客进行吸引，形成跨区域的乡村旅游展销平台。如孟州的皮艺产品、温县的山药、武陟的方便面、修武的冰菊等，可以进行相对集中和固定时间的展示。

(3) 特色化民俗文化节

焦作作为黄河流经的中原腹地，在其乡村中有着典型的中原各民族的民俗特色，从饮食、节庆、文化等多方面多表现出明显的特征。例如以博爱、沁阳、孟州等地区的回民村，在饮食、语言、宗教等各方面表现出与汉族不同的特色，可以将其典型的民俗节庆作为民俗文化节，吸引游客进行体验。再如苏家作乡的龙凤灯舞，已有180年历史，龙凤共舞，热闹非凡，深受广大群众的喜爱，同样可以成为发展该地区乡村旅游的良好契机。

第二十五章 旅游业融合发展与产品项目规划

一. 产业融合发展理念

1. 产业融合延伸全域旅游产业链

旅游业作为一项综合性产业，具有产业关联度高、综合带动能力明显、涉及多部门多行业的特点。这种独特的产业特征，使得旅游业能与各行业有机连接，从而为旅游业有效进行产业融合，业态创新，利用“旅游+”平台提供重要施展基础。产业融合是现代旅游业发展过程中不可逆转的趋势，是全域旅游发展中的关键步骤和重要抓手。以旅游业为中心，结合其他产业进行资源重新整合，优化了要素配置，延长了全产业链条，开辟了旅游业发展新空间，为经济结构调整提供了动力，有助于产业转型升级和供给侧结构性改革。发展旅游产业，要把大旅游理念融入经济社会发展全局，着力推动全域旅游和产业融合发展。

在旅游产业融合方面，焦作一直致力于将原有的工农业发展基础与旅游产业相融合。近年来，焦作旅游在产业融合创新上也在不断突破，利用自身现有的条件，将旅游与其他产业嫁接，从“旅游+农业”、“旅游+工业”、“旅游+文化”、“旅游+体育”、“旅游+城建”等多方面入手，建设与谋划了包括光伏农业科技园、蒙牛乳业工业旅游、南太行国家登山步道等旅游业与其他产业融合创新发展的产品项目。

今后，焦作应加快推进以旅游业与传统一、二、三产和互联网快速发展背景下的现代旅游产业的全面融合发展，从而建设一批创新业态和特色的旅游吸引物，为焦作市全域旅游的全面发展助力。

2. 消费升级完善全域旅游产业要素

焦作的旅游已经不能再局限于云台山等传统的景区，需要把涉及游客消费环节的工作真正做到位，从而形成让游客愿意并且能够驻足停留的旅游空间，特别是焦作城乡旅游环境的营造，在改善当地居民的生活空间的同时，也完善了相关的旅游要素和产业业态的丰富。无论是面向流动的游客还是面向定居的居民，所

有的产品供给，只有重视人的消费需求和消费行为才能够真正具有价值和意义。旅游中偶尔为之的非惯常消费特性和享乐需求，自然提高了对非惯常的产业业态和社会服务的要求，迫使这些旅游目的地在旅游产业业态以及管理响应能力、服务质量水平等方面做出更妥善的配置和更高效的保障。

3. 供给侧改革促进全域旅游产业创新

旅游业在推动经济增长、促进社会就业中的作用越来越明显，旅游业中的供需矛盾也已十分突出。对旅游产业的各个环节进行供给侧改革，优化结构，盘活资源，创造新的消费点，才能促进旅游业的健康有序发展，让旅游业在经济社会发展中发挥更大作用。在景区建设的方面，云台山景区是焦作旅游的重要载体，目前焦作景区供给结构失衡的问题较为严重，神农山景区、丹河景区等无论在景区的知名度、影响力还是游客人数等方面，都无法与云台山景区相匹敌。因此，要加大“大云台 IP” 带动的南太行地区的景观价值、服务设施的提升和改善，创造新的参与性项目，增加其核心吸引力，吸引游客的关注和消费，这样既可以缓解云台山景区的接待压力，又能带动其他景区的良性发展。而在太极、怀药等，同样可以依托现有的知名度，创新文创、运动、康养、演艺等新兴产业，以此在创新旅游产业产品的同时，也将进一步丰富太极、怀药等产品的内涵和特色，并形成完整的产品创意、设计制作、市场营销全链条整。

相关的政策制度应得到同样的改革，以此处理好居民、企业、政府之间，核心企业和外围企业之间，旅游部门和非旅游部门之间，旅游企业和非旅游企业之间的共享共生问题，保障旅游产业的长久可持续发展。

二. “旅游+” 产业融合工程

以高质量发展为核心要求，全面实施“旅游+”深度融合战略，优化景区旅游、拓展城市旅游、培育乡村旅游，大力实施全域旅游发展战略，在以旅游带动城乡基础设施建设的基础上积极推动旅游与农业、工业、文化、体育、医疗、金融、互联网等符合焦作资源特点与发展趋势的旅游产业融合工程，营造更加多样、丰富和优质的旅游产品。

1. 农旅融合工程

焦作的农村蕴藏着大量的资源，其小麦、玉米等农作物的种植，在国内以稳产、高产闻名，并有四大怀药等知名的土特产等。借助焦作旅游的发展，焦作不仅要进一步扩大这些农业产品原有的经济价值，更应当完善和创新旅游扶植农业和农村发展的力度，从政策上给予旅游与农业发展结合的途径。开展乡村旅游品牌的推介活动，推选焦作黄河乡情、太行人家等旅游模范村、模范户。培训专职农业旅游发展的村官，大力推动焦作的美丽乡村建设并开展以旅游为媒介的精准扶贫。

焦作可以从两个方面促进农业和旅游的融合。新型农业业态方面：观光农业、休闲农业和田园综合体，鼓励发展田园艺术景观、阳台农艺等创意农业和具备旅游功能的定制农业、会展农业、众筹农业、家庭农场、家庭牧场等。农业景观公园方面：因地制宜建设森林公园、湿地公园、农业公园、农业体验园，进一步鼓励发展以靳家岭红叶小镇为代表的森林景观小镇，以武陟国家麦作农业公园为代表的农业景观公园。

2. 工旅融合工程

焦作不仅有近代工业的遗址遗迹，更有乳业、食品加工、汽车工业等工业如火如荼的发展、焦作以旅游融合工业的发展，不仅是对旅游产品的丰富，更是对工业产业链条的延伸，同时又为焦作原有单一的第二产业经济结构进行调整，还进一步提升了企业文化和企业形象。并以旅游带动焦作食品、皮艺等工业产品的就地销售，并以此打造焦作各汽车工业产品旅游观光活动，将工厂、产品和工业知识科普与工业旅游有机融合。

焦作可以从三个方面促进工业和旅游的融合。发展工业遗迹旅游方面：利用英福公司旧址等近代工业历史遗迹，推出“百年焦作”的工业旅游品牌产品；新型工业产业小镇旅游方面：在皮艺小镇、麦作小镇、冰菊小镇中设计制造业参观、特色旅游商品购物等产品；旅游商品开发方面：鼓励发展旅游用品、户外休闲用品和旅游装备制造制造业。

3. 文旅融合工程

焦作历史悠久，文化丰富，如七贤文化、韩愈师说文化等都成为中国古代文化中重要的组成部分。而以文化融合旅游的不仅要推动当地文化场所的建设，并深挖焦作的民风民俗、名人轶事、历史细节，将进一步推动焦作优秀民俗和文化的复兴。在此基础上，可以开展以焦作七贤文化、韩愈文化为主线的研学旅游产品，打造焦作研学旅游目的地和示范基地，为研学旅游提供高水平的场所。并由文化和旅游部门组织焦作文化的推介活动，吸引焦作及周边省市各企业组织相关的研学团建活动。

焦作应当从两个方面推动文旅融合。建设现代文化场所方面：依托苏家作乡龙凤灯舞等非物质文化遗产、陈家沟村传统村落，以及其他文化场所，推进剧场、演艺、游乐等文化产业与旅游业融合，发展文化体验旅游。深挖原有遗址、名人文化旅游价值方面：在原有寨卜昌村古建筑群、韩愈墓等建设项目的基礎上，应当进一步挖掘其文化价值，扩展其旅游规模，并进一步整合韩愈、司马懿等一批名人故里，推动焦作市以韩愈师说文化和竹林七贤文化为品牌的修学研习旅游。

4. 体旅融合工程

焦作作为陈家沟太极拳的发源地，有着热爱体育运动的传统。再加上邻近太行山的天然地理位置的优势，也为中原地区热爱徒步、登山等体育活动的民众提供了平台。在城乡基础建设方面，以体育和旅游相结合推动漫步道和骑行道为主的城市绿道、运动公园、运动场馆等建设。并组织焦作太极拳交流大会、焦作马拉松等相关活动的，举办相关主题的全民运动旅游节，强调焦作全域范围内的全民运动、全民旅游，进一步推介焦作的体育旅游活动。

焦作可以从两个方面促进体育和旅游的融合。以陈家沟太极拳品牌：继续举办和扩大“中国·焦作国际太极拳交流大赛”的影响力，在全域旅游的建设过程中，应进一步推动陈家沟太极拳申遗项目，建设太极小镇，提高太极拳各类赛事、养生运动的全民参与度。以太行山自然户外运动品牌：借助太行山的自然山水环境，大力发展以登山徒步、山地骑行为主的体育旅游新产品，并积极举办相关体育赛事，建设一批体育公园、户外营地等全民健身康体运动项目和产品。

5. 医旅融合工程

焦作全域旅游在可以针对老年人开发多样化的老年旅游产品和医疗旅游产品。政府应该鼓励民间资本创办乡村的医疗和养老旅游产品；结合怀药和制药公司，共同开展建设中医药健康旅游产业园区；进一步推动焦作当地的保险机构开发更多适合老年人和医疗旅游相结合的商业保险产品。

焦作可以从两个方面促进医疗和旅游的融合。从传统的怀药药材产品方面：焦作的山药、牛膝、地黄和菊花“四大怀药”自古就是闻名遐迩的上好药品，近年来，随着保和堂等诸多知名制药公司落户焦作，其药品生产数量和规模在中原地区也有了一席之地。从新型医疗旅游方面：焦作旅游应进一步借助“四大怀药”这一品牌和药厂的进驻，建设形成药品研发、生产、展示等旅游产品，培育养生主题旅游小镇、保健养老机构、医疗公共服务、医药文化展示等配套功能和项目，开发医疗健康旅游、中医药旅游、养生养老旅游等健康旅游业态。

6. 金融旅游融合工程

近年来，“旅游+互联网+金融”模式的迅猛发展，在线旅游网站、传统旅行社、其他行业与平台，通过专业的金融工具设计，全面建立旅游资源方、旅游服务方、金融服务商到旅游消费者之间的闭环服务体系，从而实现多方共赢。在金融行业，更多的旅游消费信贷，特别是互联网旅游金融的出现，都是新的金融业态对旅游业的支持和介入。与此同时，一些旅游企业也会对互联网概念、在线旅游、众筹旅游等项目，做产业方面的投资与布局。因此，重视和积极引入这些旅游与金融投资相融合的项目，也会对焦作未来旅游产业的发展起到创新引领作用。

焦作政府和相关单位应当为金融企业和旅游行业搭建更好的交流和互惠平台，确保各企业的投资安全，旅游项目的落实和建设顺利进行。规划积极争取引入旅游独角兽企业、搭建旅游大数据平台、成立旅游产业投资研究中心与基金交易平台等项目。对民众同样要实现诸如“焦作人免费游焦作”等惠民旅游活动，同时为外来游客免费赠送一份旅游意外伤害保险。通过政府托底和政府买单的形式，为相关企业提供利益保障，为民众提供旅游安全保障。由政府牵头成立焦作旅游基金，鼓励相关的企业和个人创新发展焦作旅游的新产品新项目。

焦作政府还需要推动各类金融机构积极配合金融和旅游的融合。如各大银行

开发以焦作旅游的理财产品，推出“焦作全域旅游”金融联盟等服务，为联盟会员提供“吃、住、行、游、购、娱”等旅游需求中的优惠活动。再如各金融公司可以帮助解决各旅游项目建设的投资资金和融资渠道。

7. 互联网旅游融合工程

焦作政府应到以太极拳、云台山等知名度较高的旅游品牌为卖点，利用互联网的宣传效应首先对焦作的全域旅游进行推广；并借助互联网的大数据、云计算、人工智能等优势，建构围绕景区、城市、乡村等各个旅游点的智慧化、数字化的管理平台，分析消费者的需求，更加精确、智能、高效地投入人力物力进行相关的旅游服务。

焦作可以从三方面利用互联网推动旅游的发展。借助现有知名旅游网站进行宣传：借助携程、途牛、马蜂窝等知名在线旅游平台，推出以焦作旅游对相关目的地的攻略和游记专题页面。开发自身特色旅游互联网平台：开发“焦作全域旅游”APP，陈家沟太极拳、云台山微博、微信公众号等智慧旅游窗口，对相关旅游景区进行实时的数字监控和消息公布，为游客提供方便的浏览和资讯更新。以互联网为途径销售旅游产品：利用互联网的便利的销售平台，销售焦作四大怀药、皮艺等特色的旅游产品。

8. 其他产业旅游融合工程

旅游与教育融合。针对青少年的研学旅行的推进，能够通过旅游与教育的融合让青少年们劳逸结合，在旅行中学习新知。特别是焦作的七贤文化、韩愈师说文化、太极文化等国学，以旅游的形式推进研学旅行不仅能够培养青少年的思想道德素质和科学文化素质，还能增强他们的身体素质，为他们的未来发展奠定坚实的基础。

旅游与交通融合。焦作地区的交通，特别是铁路和高速公路的建设脚步较快，并在云台山等通景公路的修建上，进一步拉近了景区和城乡之间的距离，形成了良好的景城融合和功能互补。在此基础上，以连通景区之间，包括焦作内部和焦作与周边省市的路网连接，甚至考虑航空运输服务于旅游的可能性，打通了国家内部省市之间的交流，为自驾游出行提供了便利。

旅游与科技融合。科技旅游，即利用科学研究、宣传教育等场所和活动以及具有较大科学考察价值的自然环境开展，集知识性、教育性、趣味性和娱乐性为一体的旅游形式。焦作同样可以结合国际科教小镇以及昌盛日电光伏农业科技园等科技产业，加之 VR（虚拟现实）技术的普及，可以在各特色小镇、商业街区内，打造 VR 体验店等科技体验旅游产品。

此外，旅游还可以通过与亲子、婚庆、节事、创业、会议、公司团队建设及年会等活动相结合，开发衍生旅游产品，吸引诸多有特别兴趣爱好的人群聚集。多种旅游客源的导入将促进旅游产业市场的拓展与升级，打开新的增量市场，使焦作旅游业迈向新的社交休闲时代。

三. 焦作特色旅游业融合发展

1. 小麦+旅游

“中国小麦看河南，河南小麦看焦作。”焦作小麦的优质不仅闻名遐迩，更是成为全国小麦的种子生产基地。因此在小麦种植、生产、加工、销售等各个阶段可以融合旅游进行发展和衍生新的旅游产品。

第一，在小麦的育种和种植阶段：可以开发学习小麦育种研究和良种培育的研修旅游，建设相关的小麦研学基地、小麦博物馆等；第二，在小麦的种植过程中：可以结合小麦生长的不同阶段的进行如插秧、收割等农事体验活动，和农业景观欣赏组织节庆和婚纱摄影项目，建设现代农庄、种植体验园、麦作国家农业公园以及割麦旅游节等；第三，在小麦加工的阶段：可以结合现有的如西滑封村的面粉厂和方便面生产工厂的参观和体验，并建设知名的小麦生产企业，结合焦作地方特色的饮食组织小麦美食节，建设小麦美食街等；第四，在小麦销售的过程中：可以通过旅游和互联网的结合推广小麦产品打造知名的焦作面粉品牌，并且可以将小麦制作成相关的旅游商品，通过旅游餐馆、酒店等进行推销。

2. 怀药+旅游

“四大怀药”作为焦作的特色产品，旅游的发展同样可以依托“四大怀药”先天优势资源，招大引强，做强特色，创新营销模式，提升“四大怀药”特色产业对县域经济发展的贡献率。

第一，种植加工与旅游：加大怀药种植的投入，依托焦作现有的怀药企业，与国内知名的医药企业合作，吸纳其人才、科技、品牌实力，与焦作怀药实现优势互补，建设“四大怀药”生产基地、中药材种子种苗繁育基地、GAP 种植基地、无硫中药饮片加工基地，打造中药材种植加工一体化示范基地，并向游客开放，组织参观和学习怀药种植和加工过程；第二，产品推宣与旅游：鼓励怀药种植大户、深加工企业依托电子商务平台，围绕“四大怀药”产业制订了“互联网+”和“旅游+”发展计划，充分利用微信、国内知名电商平台、旅游平台等新兴媒介；开发药品、休闲食品、饮料、保健品等深加工产品，建立“四大怀药”的旅游产品推介等，组织境内外的游客形成以“四大怀药”的食用和疗养为主题的旅游产品；第三，医疗养生与旅游：通过怀药企业和医疗企业，引进中西医疗养机构，培育以“四大怀药”为主题的食用、体验、养生、养老为主体的旅游产品，建设怀药食堂、怀药中医馆，相关的体检中心、养老机构，以及综合康养、度假的怀药小镇、冰菊小镇等旅游产品。

3. 近现代工业文化+旅游

焦作素以“煤城”闻名中外，特别是自 1898 年英福公司入住焦作，进行现代煤矿业开采和相关的投资开始，构成了焦作早期的城市风貌和城市框架，是焦作从一个农村小集镇发展成为现代都市的标志点。

第一，遗产保护与旅游：进一步保护和利用英福公司旧址等相关历史遗迹，部分有条件的老厂区、老厂房可以改造建设成一批主题突出、基础设施完备的工业遗址公园，如缝山国家矿山公园等；第二，城市建设与旅游：工业企业和社会资本也可以参与到工业遗址开发利用当中，融入现代设计观念和当代生活方式，特别是临近焦作中心城区的部分，可以打造集游憩、观赏、娱乐、餐饮、住宿、科普教育、创意设计于一体的开放空间，建设焦作煤矿展览馆、焦作工业历史博物馆等；第三，文化创意与旅游：可以利用空余或闲置工业厂房、仓储用房、甚至是煤矿采掘的地下空间等发展文化创意产业，吸引文化创意机构和创意人才进驻，打造涵盖品牌企划、平面设计、动漫影视、广告策划、电子商务、文化会展等内容的综合性文化创意高地，并可以开展影视拍摄、绘画写生、艺术创作、科普培训、教育实践等活动，用创意的方式变废为宝，盘活利用率不大的空间。第四，会展活动与旅游：开展以煤矿或者现代焦作强势工业，如汽车等做大做强相

关工业展会，策划汽车博览会，政府出台更多优惠政策，优化会展发展环境，争取更多国际工业博览会、产品展销会等到焦作举办。依托焦作煤矿、汽车等主要工业打造工业博览、节庆活动品牌。

4. 太极文化+旅游

焦作温县陈家沟村是民间六式太极拳之一的陈式太极拳发源地，以陈氏太极拳为代表的太极文化，对中华文化影响深远，并成为在世界范围内具有相当影响力的中国文化的代表。

第一，景区建设与旅游：打造焦作太极-黄河旅游度假区，建设太极小镇、太极圣地陈家沟等标志性太极旅游目的地，吸引世界范围内的太极文化爱好者；改造、升级太极博物馆，利用 AI、VR、5D 影院、太极机器人等现代高科技手段，增强博物馆的体验性，并逐渐向公众和游客开放，对太极文化进行深度宣传；第二，教育研修与旅游：太极拳作为一项可以强身健体的运动，在世界范围内有其广泛的受众，可建设太极大学、太极大师工作室、太极文化研修中心、中国陈家沟太极拳功夫学校等，成为国内太极拳学习的圣地；并设立太极拳等级认证机构，对太极拳学习阶段进行评定和认证，建立科学化学习体系；第三，修心养生与旅游：太极拳不仅具有强身健体、延年益寿的功能，还可以帮助人们打通经络、修养心灵，身心双调，可建设太极养生医馆、太极修心精舍、太极疗养酒店和太极养老中心等进行相关产品开发；第四，赛事宣传与旅游：构建专门的陈家沟太极网站，通过网络进行太极拳教学和宣传；举办大型太极国际赛事，如国际太极拳交流大会，东亚太极拳大赛等，同时逐步完成太极拳申请世界文化遗产的工作，扩大太极拳的世界影响力。

5. 民宿+旅游

焦作北山地区拥有居于中原平原地区，难得一见的自然山水环境，同时临近焦作、郑州为主的河南腹地，距离山西、山东等省份相去不远，交通便利，有着良好的客源群体。现有“云上的院子”等名宿品牌虽有一定基础，但还不足以形成强有力的民宿品牌。

第一，民宿建设与旅游：继续依托北山现有的自建民宿和“云上的院子”等品牌，吸纳现有北山地区自然村中的特色民居，加入文化创新改造成现代民宿，

并划分精品民宿、优品民宿和标准民宿等不同标准的民宿档次，以“精品化、连锁化、规模化”为发展方向，拓展新的市场；第二，产业拓展与旅游：以民宿产业为基础，结合北山地区的现有条件，拓展生态农业、度假休闲、旅游参观、文创体验和商务会展的产业系统，将民宿作为特色产品，带动相关的产业发展；打造云台山登山节、七贤文化节、秋叶节、云台音乐节以及冬季赏雪节等特色活动，进一步推动民宿的使用；第三，交通建设与旅游：建设串联民宿群和乡村旅游点、景区的景观道和慢行步道系统，规划以景区步道、北山步道为主的国家步道系统；规划和建设轨道交通，并专门建设联通景区、旅游点和民宿的旅游小火车；并建设以各民宿群为目的地的交通标识系统。

四. 旅游产品开发思路

1. 观光休闲度假结合主导

焦作市原有的以自然山水观光为主的过境旅游的发展模式，在全域旅游发展阶段要向以自然山水、文化景观综合的，观光、休闲、度假共同主导转变，发展以云台山水、黄河乡情为特色的高品质旅游观光与休闲度假相结合的现代旅游服务产业，为游客长时期度假和深度体验提供契机。

2. 养生康体产品重点突破

焦作全域旅游应当更全面的关注于追求身体的健康、精神的卫生、精力的恢复、文化的提升，在焦作传统的怀药基础上，结合当地朴质的麦作田园环境，引进国际和国内知名医疗机构等方面取得突破，发展养老服务、康体休闲、太极养生、农产品保健、乡村养生等一系列养生康体产品。

3. 产业融合延伸产品开发

以产业融合发展为理念，拓展旅游产品类型，开发美食旅游、修学旅游、购物旅游、会议会展、工业旅游等产业融合产品体系。发挥全域旅游资源优势，带动相关产业的发展，同时也满足旅游市场多样化的需求，达到经济效益、社会效益、生态效益的有机统一。

4. 全域要素产品支撑体系

增强要素型旅游产品吸引力，深入挖掘民间传统小吃，建设特色餐饮街区，进一步提升星级饭店和绿色旅游饭店品质，发展精品饭店、文化主题饭店、经济型和度假型酒店、旅游民宿、露营、帐篷酒店等新型住宿业态，打造特色品牌。提升园区型旅游产品品质，强化 A 级景区、旅游度假区、旅游休闲区、旅游综合体、城市公园、主题乐园、大型实景演出和博物馆、文化馆、科技馆、规划馆、展览馆、纪念馆、动植物园等园区型旅游产品设施配套，实现节约、集成和系统化发展，打造整体品牌。

五. 旅游产品开发重点导向

围绕云台山、黄河湿地为代表的山水观光休闲度假旅游；太极、乡村、怀药为主题的养生康体旅游；怀府古城、古县古村、古遗址、名人、近代工业为特色的文化旅游。

1. 山水旅游

焦作在山水观光旅游上突破“山”的旅游围城，将一直未受重视的黄河纳入旅游导览的范畴，形成焦作山水并重的旅游发展态势；做好建设焦作南太行山国家公园和黄河湿地国家公园的准备。

发展较为成熟的大云台（包括云台山、焦作·南太行度假区等），目标是进行国际化提升，强化景区的品牌和吸引力，拓展游览空间和产品序列。重点是旅游产品升级，包括引入知名的度假酒店品牌、整合以“西山净影”为主题形象的康养产品、策划以隐逸文化为主题的休闲文化活动等项目产品。

黄河沿线要做好滩区和湿地的保护与合理利用，将黄河的水文化从生态景观、历史文明、现代工程、休闲康体等多个角度加以展示和规划利用，打造焦作黄河旅游吸引物体系，为后续的项目产品开发奠定基础。

2. 养生旅游

养生旅游抓住生态环境、怀药、太极拳三大核心资源，在资源集中地修武、博爱、温县等地主导发展，进而和焦作全域的乡村旅游相结合，将旅游资源与养

生主题相结合，培育打造一批全国、省市级中医药、康养运动等健康旅游示范基地。

修武、博爱等县利用靠近太行山的地理和生态环境特色，结合山居民宿、冰菊种植、七贤名人、宗教文化、国家步道等项目，发展户外健身、森林洗肺、康体调理、避暑度假等为主题的养生旅游产品。

温县结合怀药、小麦生态农业等发展基础和陈家沟太极拳设置以强身健体为主题的旅游示范区。抓住河南省在国外市场主推“功夫河南”机遇，联动郑州、登封旅游市场，积极参加国家、省旅游局组织的东南亚和欧美促销活动，做大陈家沟太极养生的系列旅游产品，进一步举办好“中国焦作国际太极拳交流大赛”，做好“世界太极城·中原养生地”的旅游形象和产品推介。

积极推进怀药系列产品研发生产和深精加工，研发生产一批保健养生和名药旅游商品。

3. 文化旅游

大力发展文化旅游作为实施焦作旅游二次创业的重要抓手，加快建设国际文化旅游名城。深入挖掘历史文化内涵，从遗产文化、山水文化、创意文化等方面加以解读利用，结合城乡、风景空间特点进行合理布局。

遗产文化旅游首先以保护文物、历史遗产资源的原真性、完整性为首要原则。城市遗产文化旅游重点展现遗产文化和创意文化的结合，推动沁阳怀府古城、山阳故城、市区城市近代工业遗存等资源的开发利用和旅游产品设计。同时，提升嘉应观、韩愈陵园、寨卜昌村古建筑群等具有影响力的历史人文资源的旅游产品可读性，结合周边体验项目和配套产品的开发，增强这些资源和产品的旅游市场吸引力。

山水文化旅游的解读主要是结合南太行前山区的山村过渡地带，融合“竹林七贤”、当阳峪、月山寺、神农等文化品牌和资源特色，开发相应的休闲、体验、民宿等旅游产业。沿黄河区域结合历史遗存、名人村寨等文化资源，将黄水的治水文化、乡情民俗与生态文明建设有机融合，打造黄河文化旅游产业发展新高地。

精制太极文化为主题的系列演艺、创意特色旅游产品；做好焦作影视城文化

创意旅游产品的开发；重点以市区文化创意产业园、怀府古城、陈家沟村、太极文化小镇、嘉应观黄河文化旅游区等为载体，大力发展文化创意、影视传媒、艺术研究、信息服务等关联产业，构建内容丰富、富有特色的文化旅游产品体系。

六. 旅游产品项目库

1. 山水类产品

表 15 山水类旅游产品项目表

一级项目	二级项目	开发思路	主要区域
城市公园系列	焦作森林公园	打造最浪漫的城市休闲湿地公园、旅游休闲新天地、城市休闲新去处	中心城区、修武县、沁阳市
	东湖湿地公园		
	天鹅湖景观公园		
	沁河公园		
	运粮河景观公园		
	南水北调城市公园		
	大沙河湿地公园(示范区)		
城北郊野公园系列	修武郊野公园	打开北山与城市城景交接带的景观	焦作各县(市)区
	焦作郊野公园		
沿黄湿地公园系列	孟州黄河湿地公园	凸显黄河沿线自然风光	孟州、温县、武陟
	温县黄河湿地公园		
	武陟黄河湿地公园		
沿黄国家农业公园系列	怀药国家农业公园	凸显黄河沿线农业风光	温县
	麦作国家农业公园		
特色小镇	靳家岭红叶小镇	建设以打造靳家岭红叶为主山水观光旅游产品	博爱县
历史文化名村与传统村落	东岭后村	突出以山水观光、山居民宿、特色农作物种植体验为主	修武县、沁阳市
	平顶爻村		
	九渡村		
	山路平村		
	双庙村		
	长岭村		
	后河村		
美丽乡村和乡村振兴示范点	桑园村	结合各村特色推出以焦作山水特色为主的休闲度假、农业观光等农业产品	中站区、修武县、博爱县、武陟县、沁阳市、温县、孟州市
	周庄村		
	小底村		
	栗井村		
	东张赶村		
	大封村		
	紫陵村		
	西乡村		
	尚香村		
	番田村		
	前龙村		
	苏庄村		
	汤庙村		
上寨村			

西云台国家旅游度假区	净影景区		西云台景区
	青龙峡景区		
	峰林峡景区		
	龙翔山度假区		
青天河-丹河景区提升工程	群英湖	进行大面积、大规模的林相改造，形成丰富的季相林景观	青天河-丹河风景区
	千亩桃花林		
	千亩樱花林		
	千亩枫叶林		
	千亩梅花林		

2. 康养类产品

表 16 康养类旅游产品项目表

一级项目	二级项目	开发思路	主要区域
旅游商旅中心	太极文化体育中心	基于现状太极文化体育中心项目，向市民免费公园开放和场馆有偿使用，并完善步行出入口体系建设，提升其公共性	中心城区
特色小镇	太极小镇 怀药小镇 月山心舍小镇	构建太极、怀药、禅养为主的康体养身小镇	温县
历史文化名村与传统村落	一斗水村 西营村 磨庄村 北归善村 庙底村	古民居建筑群、民宿、云台山、农业观光、农事体验	修武县、武陟县、孟州市
美丽乡村和乡村振兴示范点	栗井村 太子庄村 大虹桥村	温泉、怀药种植园、农业观光	中站区、博爱县、武陟县
焦作南太行景区联动发展工程	太行山国家森林步道	建设以符合国家步道为标准，并凸显焦作云台山水特色	焦作南太行旅游带
西云台国家旅游度假区	龙翔山体育公园 度假区森林步道 峰林峡森林野奢度假酒店 青龙峡度假山居 陪嫁妆“蜜月”主题度假民宿 龙翔山木屋度假酒店、“树屋”酒店	打造以太极康养、和体育运动为主的中心	西云台景区
神农山“药山”塑造工程	赵寨神农本草小镇 中医药大学科学研究基地 神农本草名医工作室	以医药养身为主场馆	神农山风景区
青天河“户外氧吧”康体工程	青天河体育公园	发展登山、徒步、攀岩、丛林飞跃、漂流、独木舟、露营、垂钓等体育健身活动	青天河风景区
北山城郊旅游慢道	百里近山登山步道 百里近城健身绿道 怀药国家农业公园		北山城郊

3. 文化类产品

表 17 文化类旅游产品项目表

一级项目	二级项目	开发思路	主要区域
影视城提升	影视文旅小镇	影视为主题	中心城区
	焦作电厂文创园	推动中心城区文化旅游融合发展,集中开发展示、体验、文创、娱乐等旅游产品	中心城区
产业旅游基地	蒙牛乳业乐园		
唤醒焦作记忆计划	英福遗址博物馆	打造遗址公园,体现工业遗址的文化性,集文化展示、市民健身功能于一体	中心城区
	山阳城墙遗址公园		
	焦作煤矿铁路文化公园		
旅游文化创意中心	清化老街	打造博爱文化交流和文化展示小高地,成为市民休闲好去处、游客了解博爱好窗口	博爱县
	西关文化村		
	幸福湖艺术公园		
历史文化名村与传统村落	寨卜昌村	基于现有古民居建筑群和传统村落肌理,深挖历史文化、民俗文化	城乡一体化示范区、中站区、修武县、武陟县、温县、孟州市
	北朱村		
	陪嫁妆村		
	老家莫沟		
	安乐寨村		
	陈家沟村		
	大司马村		
	冯丈村		
	小董村		
龙台村			
特色小镇	七贤文化小镇	以七贤文化、绞胎瓷文化、神农文化等历史文化为主题	修武县、沁阳市
	当阳峪绞胎瓷小镇		
	赵寨神农本草小镇		
美丽乡村和乡村振兴示范点	古汉村	以汉献帝陵、焦作特色民居、农事体验、回族村、清真食品为特色,打造文化民俗村	修武县、武陟县、温县、孟州市
	圪垯店村		
	武德镇村		
	莫沟村		
特色公园工程	胜果寺塔历史公园	打造集文化展示、文化体验、文创演艺、康体养身于一体的综合性文化遗址公园	修武县
怀府古城	怀药主题商贸街	展示沁阳深厚的历史文化积淀,发展文化产业外延	沁阳市
	北大寺		
	怀府府衙博物馆		
	天鹅湖滨文化街区		
“竹林七贤”文化景观-场馆工程	魏晋风骨主题酒店	七贤文化和隐逸文化	东云台景区
	“竹林七贤”诗画博物馆		
	隐逸音乐剧场		
云台山国学修习文化工程	国学研修班		东云台景区
	魏晋文化国际论坛		
百里黄河国家公园工程	韩愈文化园		孟州市、温县、武陟县
	黄河文化主题园		
武陟黄河文化	黄河文化大剧院		武陟县

城	武陟图书馆		
	黄河文化商业中心		
	青少年艺术中心		
	嘉应体育中心		
	嘉应商务办公区		
	市民公园		
	武陟植物园		
嘉应文化小镇	武陟物产特色的休闲商业街区		武陟县
焦作太极-黄河国际旅游度假区	南水北调穿黄工程博物馆	展现南水北调中线工程穿黄段的建设历程	温县
	太极小镇		
	怀药小镇		
焦作·南太行旅游度假区	太极修习中心		西云台景区
	青龙峡四大国学馆		
	双庙国学村		
	平顶爻翰墨村		
	龙翔山亲子研修园		

4. 其他产品

表 18 其他旅游产品项目表

一级项目	二级项目	开发思路	主要区域
游客服务中心	博爱旅游集散中心		博爱县、修武县
	修武旅游集散中心		
美丽乡村和乡村振兴示范点	龙洞村	开发现代农庄为主, 展现焦作农村的现代化和美丽乡村建设	中站区、马村区、孟州市、修武县、武陟县、沁阳市、温县、孟州市
	中利腾晖光伏农业园		
	昌盛日电光伏农业科技园		
	横山村		
	后雁门村		
	谢旗营村		
	柏香镇		
特色小镇	西滑封麦作小镇	产业观光、现代农庄	武陟县、孟州市
	桑坡皮艺小镇		
	保税小镇		
焦作太极-黄河国际旅游度假区	低空飞行基地	国际旅游度假区创建	温县
	陈家沟“太极圣地”提升		
青天河-丹河景区服务设施提升工程	青天河枫叶号旅游小火车	串联月山、丹河、于庄、青天河等	青天河-丹河风景区
神农山景区基础设施提升工程	停车场、步行道、栈道、旅游厕所、宾馆酒店的改造提档	神农山内部的公路的景观化提升, 开通沁阳、焦作高铁站、云台山、陈家沟至神农山的旅游专线	神农山风景区
	神农山通景公路提升		
	开通沁阳、焦作高铁站、云台山、陈家沟至神农山的旅游专线		

七. 四季与夜间产品

1. 四季产品

表 19 四季产品规划表

产品主题	开发思路与产品项目
春季踏青 农耕体验	结合山区植物春色、黄河水岸风光、乡村农田种植景观，开发春季的踏青旅游产品；结合乡村中的播种、插秧等农耕体验，推出时令季节的农事活动产品。
夏季避暑 山居度假	夏季高温，云台山的民宿避暑和青龙峡、峰林峡的康养度假旅游将成为极有吸引力的旅游产品。
秋季赏叶 麦田收获	秋季以靳家岭红叶等为代表的太行山区旅游吸引物和南部乡村的麦田、怀药等收获季为特色活动。
冬季赏雪 养生旅游	在山区有条件的景区和乡村旅游点开发赏雪、滑雪体验等活动产品，同时，在沁阳怀府古城、神农草本小镇、怀药小镇等开发怀药养生等为特色主题的旅游产品，补充冬季旅游产品的不足。

2. 夜间产品

表 20 夜间产品规划表

产品主题	开发思路与产品项目	主要区域
夜景	利用城市建筑物、河道桥梁、广场等地进行夜景亮化工程；建设智慧荧光跑道，打造焦作不夜城梦幻“夜跑”	焦作城区绿地、南水北调绿带沿线、滨水区域
夜演	打造“梦回怀川”灯光嘉年华，太极拳大型舞台艺术表演，推出裸眼 3D 灯光秀，升级室内演艺节目	焦作影视城，南水北调纪念公园，太极小镇、度假区演艺场馆
夜宴	推出怀药、地方美食等独具风味的特色餐饮，打造夜市美食一条街，引进培育 24 小时商场餐馆，满足游客舌尖上的体验	怀府古城、博爱县城美食街区
夜娱	启动景区、城区的夜间旅游产品项目工程，面向游客，丰富文化娱乐场所活动内容，延长公交车运营时间	焦作影视城、运粮河街区、各大商圈

八. 精品线路

1. 经典游线

(1) 一日游

A 线：七贤文化小镇—云台山风景名胜区

B 线：月山寺（博爱县城）—青天河景区—靳家岭红叶小镇

C 线：焦作影视城—寨卜昌村—怀府古城

D 线：嘉应观（武陟黄河文化城）—陈家沟村—温县黄河湿地公园

(2) 二日游

A线：嘉应观（武陟黄河文化城）—后雁门村（冰菊小镇）—光伏农业科技园—绞胎瓷小镇—七贤文化小镇—云台山风景名胜区

B线：中心城区—焦作影视城—月山寺—青天河景区—怀府古城—神农小镇—神农山景区

C线：嘉应观（武陟黄河文化城）—麦作小镇—太极小镇—陈家沟村—怀药国家农业公园—皮艺小镇—保税小镇—韩愈文化园—莫沟村—孟州黄河湿地公园

(3) 多日游

A线：嘉应观—冰菊小镇—光伏农业科技园—绞胎瓷小镇—七贤文化小镇—云台山风景名胜区—净影寺—双庙村—焦作影视城—近代工业创意文化街区—蒙牛乳业工业旅游区—青天河景区—靳家岭红叶小镇—月山寺—清化老街—朱载堉墓—九渡村—丹河景区

B线：嘉应观—黄河文化园—妙乐塔寺—大司马村—西滑封村—太极小镇—陈家沟—南水北调穿黄工程—麦作国家农业公园—低空飞行基地—怀药国家农业公园—皮艺小镇—保税小镇—老家莫沟—韩愈文化园—寨卜昌村—怀府古城—神农小镇—神农山景区

2.5条“行走焦作”经典旅游线路产品

经典旅游线路作为旅游产品的重要内容，用交通线路串联若干经典旅游资源及景区，是全域旅游发展至关重要的一环。一条好的经典旅游线路可以有效整合旅游资源和特色服务项目，推动旅游的全域化发展。

“行走焦作”的经典旅游线路组织与产品设计，要依托整体的自然山水、农地景观和乡村环境，以自驾游风景道、自行车道及游步道等的乡村旅游道路建设为基础，沿途设置换乘点、驿站等服务设施，沿路种植不同品种和色彩的植物，打造焦作旅游多彩风景线，并对指示标识系统进行统一设计，加强活动组织和宣传介绍。

规划设计五条“行走焦作”经典线路产品：

(1) 山里人家

在南太行山区中，沿途串联特色乡村、民宿及景区，展现不同的山水环境、民俗文化和美丽乡村建设成果，通过国家登山健身步道、旅游风景道、自行车骑行道等的建设，并与景区道路相衔接。规划分太行东段、中段、西段三段路径来建设，并与景区规划里提出的建设百里登山步道相衔接。

东段：七贤文化小镇—云台山景区—双庙村—平顶爻村—陪嫁妆村—一斗水村；

中段：青天河景区—靳家岭红叶小镇—小底村—月山心舍小镇；

西段：神农山—九渡村—山路平村—盆窑黑陶特色村—赵寨神农本草小镇。

(2) 南水北调

沿南水北调中线工程焦作段进行建设，在水渠两岸保护范围外利用绿道林带，建设旅游风景道、自行车道和步行道，并将沿途的公园绿地、旅游景点等建设与之相结合。根据所经过的不同乡村景点，以焦作中心城区为承接，南段主要围绕太极文化、传统村落等历史文化资源设计线路产品，北段与现代乡村产业发展、文化旅游等项目建设为引导。

“行走焦作”——南水北调线路包括约 40 公里的南段和约 25 公里的北段，共含 9 个景点与乡村旅游点。具体建设要求 ①整个路段应全线贯通自行车道，并在黄河湿地、寨卜昌村—苏家作村、中心城区南水北调纪念公园等区段设置与自行车道分离的步行道；②建设联络线，与邻近的乡村旅游点进行串联，如南段的赵堡镇（太极小镇）、武德镇村（抬鼓）、西滑封村，北段的白鹭湿地公园、七贤文化小镇等；③每隔 5-10 公里左右设置一处驿站休息点，建设黄河湿地公园、怀药国家农业公园、陈家沟、沁河、寨卜昌、九里山、汉献帝陵等 7 个驿站，设有餐饮、购物、自行车维修等服务，以及连接其他乡村旅游点和景区的换乘服务；个别驿站根据发展，可以考虑安排少量客栈住宿床位；④沿途统一设置导览信息标识和沿途旅游点的导向及介绍。

南段：温县黄河湿地公园—保和堂怀药小镇—陈家沟—寨卜昌村—苏家作村；

焦作中心城区：南水北调纪念公园为核心的城区段绿化带；

北段：马村昌盛光伏农业科技园—九里山矿山公园—七贤文化小镇—古汉村（汉献帝陵）。

（3） 黄河乡情

沿黄河沿线串联相关的乡村，形成展现黄河沿岸自然生态、农业景观、历史文化、传统民俗的特色旅游产品链，期间还可以将皮艺、电商、保税物流等乡村产业发展的建设成果与旅游产品串联其间。规划分东、西两段，沿黄河建设最终贯通全线的旅游交通线以及乡村服务点和驿站。

东段：西营村—大虹桥村—大司马村—大封村—太极小镇；

西段：安乐寨村（司马故里）—桑坡村皮艺小镇—庙底村—电商小镇—保税小镇—前龙村—莫沟村。

（4） 怀药之乡

四大怀药是焦作最为知名的地方特产，包括山药、牛膝、地黄、怀菊四大中药，其良好的药用价值已被广大民众所熟知，也是焦作乡村中种植较多的经济作物。应当利用产地优势，串联起专门的旅游线路，展示怀药的生长、生产过程，配合康体健身等旅游项目产品。路径上与黄河沿线的景区建设相结合，主要串联武陟、温县怀药国家农业公园—温县保和堂怀药小镇—陈家沟太极村等。

（5） 名人故里

焦作古称山阳、怀州，是华夏民族早期活动的中心区域之一，现存裴李岗文化、仰韶文化和龙山文化遗址，是司马懿、韩愈、李商隐、朱载堉、许衡及竹林七贤山涛、向秀等历史文化名人故里，散布在焦作的广大乡村之中，特别以韩愈和竹林七贤为代表，具有较高的旅游开发利用价值。因此，规划将针对名人文化开设的研学旅游产品和乡村旅游相结合，形成焦作名人故里的特色旅游线路。重点规划建设汉献帝陵—七贤文化小镇—云台山、朱载堉墓—李商隐墓—朱载堉纪念馆（怀府古城）、韩愈陵园—老家莫沟等若干条融名人文化与乡村旅游产品相组合的特色线路产品。

3. 其他主题游线

（1） 中国功夫之旅

在世界范围内少林、太极影响广泛。焦作与登封在旅游线路和产品上的方便链接将助推太极文化与少林文化一同打造“中国功夫”的国际旅游品牌。在区域旅游的发展上,可将两者强强联合,推出“登封少林禅寺,焦作太极故里”、“中国功夫寻源”等区域旅游线路。

市域内则可以形成陈家沟的“太极故里寻访游”、温县赵堡镇太极小镇的“太极功夫体验游”、博爱县月山心舍小镇的“八极拳体验”等特色线路。

(2) 黄河文明之旅

黄河是中华民族的母亲河,自青海省青藏高原的巴颜喀拉山脉发端起,穿越了不同的自然山形地貌,同时也流经了不同的民族文化区域,成为了中华民族的母亲河。焦作南濒黄河,是万里黄河中的一环。在焦作可以通过旅游产品规划设计,重点表现黄河孕育的中原文化、农耕文明以及治黄引水的历史等。

市域内可以形成以温县、武陟国家农业公园为主要游览对象的“黄河农耕文明之旅”、“怀药麦作之旅”,从南水北调至嘉应观的“治黄引水之旅”。

(3) 太行遗产之旅

太行山脉雄踞华北大平原和山西黄土高原之上,是中国中东部地区的重要山脉和地理分界线,有着优良的自然山水资源,焦作的云台山更是南太行的山水精品。在遗产之旅的打造上,要突出焦作云台山作为太行山南门户的功能价值,建设遗址博物馆等游览设施,成为国内外游客游历太行遗产的始发站。

(4) 中原寻故之旅

中原大地是华夏文明和中华文明的发祥地,以河南省洛阳至开封一代的黄河中下游地区,更是成为了我国建都历史最长的地区,历史遗迹众多,传说典故丰富,是展现我国古代中原文化的绝佳场所。焦作沁阳的怀庆府古城的复兴,将成为中原寻故之旅上的一个重要节点,从而串联起郑、汴、洛、焦一线的文化旅游产品。

(5) 焦作印象之旅

焦作本身就具有悠久的建城历史和深厚的文化根基,自商代的府城遗址以来,历经汉、隋、明、清等历朝各代的经营,可以恢复和再现形成自商代的府城遗址

——汉代的古山阳城——隋代的运粮河——明清的怀庆府——近现代的“百年焦作”工业遗址旅游等组合而成的千年焦作历史文化印象体验游线。大力推动焦作社会资源旅游寻访点的建设,打造“怀川文化探源体验”“慢游焦作”等特色旅游线路。

第二十六章 全域旅游环境营造

一. 意义作用

1. 全域性的旅游环境是全域旅游发展的基础

发展全域旅游，旅游环境的营造是关键。只有具备全域性的旅游环境，才能实现旅游活动的全域性展开和旅游产业的全域化发展。国务院办公厅下发的《关于促进全域旅游发展的指导意见》（以下简称《意见》）中明确指出，要大力“推进共建共享”的旅游环境建设，全面提升、优化旅游发展的资源环境、空间环境、安全环境和社会环境，为构建全域化的旅游发展格局打好环境基础。

2. 突破景区建设的封闭性

在景区建设上，应改变封闭开发模式，以整体观念促进景区与社区融合发展。传统的景区建设大多属于自循环的封闭开发模式，景区方往往只顾内部建设，甚至圈景为区、竭泽而渔，对周边社区发展欠缺考虑，造成景区内外发展失衡和旅游经济收益分配不合理，形成旅游发展的孤岛效应，不时引发景区与社区的矛盾纠纷。

全域旅游强调整体观念，重视景区与社区协调发展。它要求将旅游规划理念融入经济社会发展全局，在景区规划、建设、运营、维护等各个环节都坚持景区与社区一体化融合发展。同时，明晰景区方与社区方的责任与义务，实现双方利益合理分配，从景区内外整体上优化环境、美化景观、优化旅游服务，全面提升游客的旅游休憩体验，充分发挥旅游对当地经济社会发展的带动作用。

3. 增加旅游的能见度、感受度

在旅游和旅游业发展的初级阶段，旅游基本是以景点游览为主的观光活动，环境因素对游客感知的影响还不是非常明显。但随着社会经济的发展和人们消费理念的变化，特别是在进入旅游市场大众化和旅游发展全域化阶段之后，广大人民群众对美好生活的需求日益增长，旅游已经成为人们美好生活需求的异地化实现方式。旅游消费过程从原来以景点观光为主，转变为在目的地的滞留生活体验。

游客开始由景区走向社区，由专门的旅游服务场所扩展到目的地所有空间，目的地的旅游资源环境、旅游空间环境、旅游安全环境和旅游社会环境等，开始对游客的旅游消费体验产生更直接、更深刻的影响，旅游环境成为游客接触面最广、感知最直接、体验最深刻的目的地要素。而且，在许多情况下，旅游环境本身也成为旅游目的地最重要的吸引力之一。因此，在全域旅游发展阶段，需要的是全域化的旅游环境。

二. 目标策略

1. 营造目标

围绕“世界太极城·中原养生地”的焦作全域旅游品牌，统筹各类自然与人文资源环境要素，按花园城市、美丽乡村等要求来提升城乡发展空间，整体营造具有焦作地方特点和内涵特色的全域旅游环境，以全域旅游示范区创建为契机，打造山水人文环境一流的全域旅游示范样板。

2. 环境营造策略

(1) 修复生态基底

优良生态环境不但可以满足居民的生活需求，更会让国内外的游客获得满意，心生赞叹。但焦作长期的矿产资源开采，导致矿山地质环境破坏严峻，山区石灰岩地质构造，也使得水资源等的供需矛盾突出。因此，要积极做好生态环境基底的修复工作。

一要做好山水林田城园的整合，体现独特性和吸引力。确立“显山、露水、增绿”的目标，彰显城市品质、旅游特色。重点加强和优化各类公共绿地建设，包括城市公园、滨江绿地、湿地公园、旅游厕所等。

二是保护利用和修复开发相结合，体现持续性。在旅游景点开发上，强化生态资源与环境保护，实现可持续发展。从规划入手，使“保护”意识在市民游客中形成共识，确实落实风景名胜区、北山沿线风景区、郊野公园等自然保护地的生态环境保护要求。从环境整治入手，坚持“生态修复、景观建设、旅游开发”的原则顺序，营造景区大环境格局，创建优美宜人的旅游环境。

未来焦作的城市绿地率、人均绿地面积等指标应位居河南省甚至全国前列。

在环境保护、园林绿化、生态城市建设上下大功夫,将可以使旅游资源持续优化、旅游产业持续发展。

(2) 提升城乡景观环境

重视用景观生态理念规划建设城市,加强广场、滨水绿地公园的建设,提高城市建设的园林化、景观化和观赏性;在城市主要公共活动空间加大植绿、立体增绿、增花添彩,做到四季增绿、三季有花,特别可以集中种植焦作的市树(国槐)、市花(月季)等,形成特色景观;做好亮化美化工程,按景区标准打造城市景观环境,不断提升焦作的城市品质。

用美丽乡村的建设要求来指导焦作乡村环境的改变与提升,着力打造“太行山居、麦田人家、老家黄河”的美丽乡村景象,突出乡村生产、生活、生态“三生融合”,从村庄单点美化到全域连线成片,打造“点上出精品、线上是风景、面上可示范”的美丽乡村大花园。

重点抓好城乡、景区之间的通道景观环境建设,沿河沿路都成景。沿着景区、城市、乡村主要交通干道,建设“水轴”、“绿轴”,如南水北调百里绿廊生态轴,沁河生态轴,北山旅游绿轴等。今后,游客到焦作,不管沿河、沿路还是沿景,都将看到串点成线、连线成带的景观,处处是风景。

(3) 鲜亮地域文化景观

强化对传统村落、历史文化等资源的保护,如嘉应观、陈家沟、妙乐寺、北大寺等文化资源点,依法保护名镇名村、文物保护点的真实性和完整性。严格规划建设管控,保持传统村镇原有肌理,延续传统空间格局。在城乡建筑、街区街巷、各类公共空间的规划建设上,尽可能多的保留和体现焦作地域文化特征的场所印记,留住焦作记忆。

注重城市文化形象的展示。在城市形象宣传的各类媒介(如电视宣传片、户外广告牌、交通卡等),公共服务设施以及旅游商品上都能体现和展示的焦作文化符号,提升市民与游客的识别度和认同感。

三. 重点内容

1. “面”状环境营造

全域旅游首先要有一个优美的“面”状的环境基底。“面”状环境营造主要是指整体的生态环境与城乡景观基底营造，在全域的范围之内，在焦作的区域范围之内，营造若干“面”状环境基底，力求山清水秀，城镇优美。这主要包括：

北山山林环境基底。保护北部南太行山的山林环境和自然资源，构建生态保护和利用格局。对南太行区域生态状况进行评价及保护区域划分，明确重点保护区域和对象，对破坏的矿山进行修复，加强矿山修复治理与合理利用，对水土环境进行修复，对林地进行修复，加强森林生态系统保护与利用，坚持在发展中保护，在保护中发展，以生态环境保护为纲，营造北山山地环境基底。

季相彩色林木基底。引进金叶皂角、枫树、水杉、银杏、栎树、紫叶小檗等多种不同品种的色叶林木，大力推行森林的季相改造，加快彩色森林景观基底的建设。将焦作的季相彩色林木基底主要分五大区块进行建设，即西云台七贤镇沿线彩叶林带建设、东云台净影周边山体彩色健康森林建设、青天河四季彩叶林带建设、神农山珍贵彩色森林建设以及南水北调彩色森林建设。

黄河湿地景观基底。修复黄河湿地景观，封滩育林育草，增加湿地植被面积和覆盖率，最大限度地保护、修复湿地生态环境和景观，吸引更多的水禽落户，促进观鸟业态发展。通过生态改善，使孟州、温县、武陟段黄河成为一个完整、规模较大的沿黄滩涂湿地景观基底。

麦作农业景观基底。温县是小麦的重要产地，种植小麦的历史可上溯到春秋战国时期。厚重的粮食文化、悠久的种植历史，都辉映着焦作“中国优质小麦之都”的金字招牌。建设“麦作景观”为主题特色的景观基底，以大面积的麦作农业景观为底色，以麦作国家公园为载体，把自然乡村田园风光生态优势转化成大地景观，将成为具有焦作特色的景观基底。

城镇景观基底。加强焦作城镇风貌基底的营造。提升焦作城市的品质和创造城市特色，以系统优化的城市设计方法，以城市空间、建筑与景观环境设计的美学法则，对影响焦作城镇风貌的建筑风貌进行有远见的整体的规划设计。焦作的建筑风貌应体现区域差异性，提倡形态多样性，彰显城市独特魅力，避免出现地方文化缺失、千城一面的尴尬局面。

乡村景观基底。保护自然生态、田园风光、传统村落等旅游资源的原真性和完整性，保证游客提供能够真正感受地方自然特征和文化个性的旅游体验。将农田景观、麦田、怀药景观等作为焦作乡村景观的特色基底。

2. “线”状空间连接

线状线性景观提供了保护自然、改善环境和加强联系的机会。一些线性景观关注游憩活动，如提供自行车道和步道，一些为野生生物提供迁移路径和生境，一些关注溪流、运河等水道的管理。线性景观廊道是蓝绿交织的廊道，给人提供绿荫和休憩的空间，是编织大地肌理的绿色丝线，将多个场所连接到一起形成网络，连通性是其重要特征。

在焦作全域范围内，将重点营造以下线性廊道：

河流景观廊道。梳理大沙河、沁河、南水北调等河道生态资源，构建沿线水绿交织的生态景观廊道，以水维系城市生态，以水连通城郊空间，以水张扬文化积淀，以水促进产业集聚。在此景观廊道体系中，打开城市公共空间，建设共享城市花园。引导城市公共空间与山地、河道、生态自然环境的交融，将市民活动引入大自然，营造人与自然共生的城市生活氛围。在沁水和南水北调沿线，以线性公园系统为载体，串联景区、文化资源点、村落、村镇，通过建立两廊沿线的开放空间景观，形成一条以河流景观为特色的绿色走廊。

绿道。在北山城景相交的景观带及黄河沿线湿地建设山地林阴道及湿地步道，以自行车道、国家登山健身步道的形式串联沿线，成为极具特色的城市公共游憩空间。为舒缓城市生活压力，绿道游憩带内可充分利用现有景观带内的道路，规划建设各种不同类型、长度和难度的郊游路径，设置绿道串联，提升步行环境舒适度，切合不同类型游人的需求。

文化线路。将焦作的历史村镇、文物、历史建筑等历史文化资源加以串联，进行文化主题的提炼，使焦作独特的南太行风光与中原历史文化相结合，渲染焦作的文化氛围，强化文化特征，营造若干文化线路。

可重点发展两大文化线路，即怀药文化线路及中国功夫文化线路。

四大怀药是焦作最为知名的地方特产，神农山是四大怀药的起源地，黄河沿

线的沙土地是四大怀药的种植地，沁阳怀府古城是四大怀药的交易地，此外还有药神庙等怀药文化点。因此，可在焦作全域范围内构件一条“怀药”主题的文化线路，串联神农山、神农小镇、四大怀药公园、怀府古城等，形成一条具有焦作特色的文化线路。同样，可串联月山寺、陈家沟、太极小镇、少林寺，构建一条跨区域的“中国功夫”文化线路。

3. “点”状空间点缀

(1) 城市标识

城市的景观是人们可见、可忆、可喜的源泉，而城市标识是城市中令人产生印象的突出景观。有些标识很大，能在很远的地方看到，如电视塔、摩天楼；有些标志很小，只能在近处看到，如街钟、喷泉、雕塑。标志是形成城市图象的重要因素，有助于使一个区获得统一。一个好的标志既是突出的，也是协调环境的因素。因此，焦作全域环境的营造要注重城市标识的塑造，在中心城区与市县的城区等地建设若干城市标识点。

表 21 城市标识点建议表

	城市符号	城市标识形式建议
中心城区	煤炭工业文化	工业创意园、煤炭展览馆、烟囱标识、工业建筑改造、热电站标志、煤矿主题雕塑
修武	七贤文化 隐逸文化	隐逸剧场、“竹林七贤”诗画博物馆；雅士人物形象、诗词歌赋、书法、故事、竹子、酒等元素主题景观雕塑；
博爱	体育文化	博爱体育公园、博爱八万人体育馆、青天河马拉松、体育主题雕塑、大型户外喷泉；
沁阳	怀药文化	怀药文化雕塑、现代中医药产业园、现代中医药科创园、中医名人馆、老字号中医馆、怀药交易中心、怀药博物馆、药王庙
武陟	黄河文化	历史人物大型雕塑、黄河文化主题园、治黄科技馆、湿地公园
温县	太极文化 麦作文化	太极拳艺术雕塑、历史人物雕塑、大型太极图案地景、麦作大地景观
孟州	诗词文化	韩愈诗词馆、大型诗词艺术雕塑

(2) 特色乡村点

乡村的景观意象分为不同层次，有田野、空气、流水等自然元素，也有楼台、民居、小桥等人工景观元素。选择具有自然景观特色及文化特色的乡村点，保护乡村原真的建筑风貌状态，对街巷尺度、沿街界面、建筑小品等风貌要素进行梳

理、整修及美化。对原住民的居住环境、景观环境、公共开放空间等居住要素进行完善。在延续村落文脉的基础上，整治提升村庄景观及建筑风貌，注入新功能、新业态，激活乡村社区。通过乡村保护及展示、美丽乡村再造等手段塑造一批特色乡村点。

（3）文化中心

焦作是中华文明的核心的发源地之一。根据《史记》记载，夏人都河东，殷人都河内，周人都河南，焦作所在的河内地区是中华文明特别是在几千年的农耕文明当中非物质文化遗产是非常丰富的。丰富的非物质的文化遗产，以及民俗，成为支撑全域旅游的重要要素。通过历史文化遗产以及民俗文化的挖掘整合和创新，营造一个有独具地域文化个性的文化氛围，对于旅游的能见度、感受度的提升，至关重要。

重点发展两大文化中心。一是怀药文化中心。以神农小镇和怀府古城为依托，发展怀药的表演与节庆，如怀药炮制工艺，并开发成大型的活动，或者在四大怀药采收的季节举办节事活动，如“怀山药采收节”、“地黄节”等，塑造焦作的怀药文化氛围。二是太极中心。以陈家沟、太极小镇为依托，精心制作介绍太极拳文化的双语旅游指南、旅游地图、特制明信片等纸质宣传页，将其投放在市内各景点景区、游客中心、交通枢纽、酒店宾馆农家乐等处，让来焦作观光山水的游客知晓学习、了解太极拳的文化及各种选择。

四. 专项行动

1. “绿满焦作”生态专项行动

针对焦作城镇绿化率低、绿化色彩单调、绿化档次不高等现状，着力通过“绿满焦作”专项行动，实现焦作全域旅游的生态环境修复。包括大力推行植树造林“五化”行动，即“绿化、彩化、珍贵化、社会化、生态文化”。

通过大力弘扬植绿、爱绿、护绿新风尚，高度重视全域景区化建设，突出城镇入城口、村庄、公路沿线的绿化，广泛动员社会各界积极参与义务植树活动，积极推进“绿满焦作”生态专项行动。

按照“一市一条景观带、一镇一片示范林、一村一片护村林”的原则，“绿

满焦作”专项行动不仅是增加焦作的绿量，更重在锦上添花。加快南太行森林景观建设，注重南太行区块珍贵彩色健康森林的建设，重点做好青天河靳家岭四季景观林、神农山药山林、云台山竹林特色植物绿化的改造。

按照“拆违建绿、见缝插绿、破墙透绿、裸露还绿”的要求，在干线公路和河道两侧、城镇主要街道及农村闲置空地植绿，加快推进水陆绿色、彩色长廊创建，建设一批街头绿地园林景观，着力推进森林进城围城建设、促进村镇绿化美化、推进珍贵彩色森林示范县建设、加强名木古树保护。通过三年的努力，消灭市域裸露国土面积，实现“城在景中、家在林中、水在树中、路在花中”的美好愿景。

2. “五边三化”行动

即在公路边、铁路边、河边、山边、村边等区域（简称“五边区域”）开展洁化、绿化、美化行动，简称“五边三化”行动。

通过“五边三化”行动，到2020年，在焦作全域范围内的国省道公路边的一定区域（边界为高速公路用地外缘起向外200米、普通国省道公路用地外缘起向外100米）和铁路线路安全保护区内，全面整治影响环境“脏乱差”的问题，打造一批环境优美的景观带和风景线。

通过“五边三化”行动，争取做到：公路边——国省道公路两侧宜林地段绿化率达到95%以上，平均单侧绿化宽度达到15米以上；铁路边——铁路两侧宜林地段绿化率达到95%以上，平均单侧绿化宽度达到10米以上；河边——主要河道两岸宜林地段绿化率达到95%以上，新增河岸绿化100公里；山边——规划明确需治理的矿山治理率达到80%以上；村边——村落周围宜林地段绿化率达到95%以上，平均单侧绿化宽度达到10米以上。

3. 通景公路专项行动

加强通景公路沿线、景区主要出入口可视范围的环境整治，重点优化进入云台山景区、青天河景区、神农山景区、陈家沟景区等的通景道路。对路面边坡、设备设施、建筑立面、水体环境、垃圾卫生进行全面整治，拆除或改建景区内外的违法建（构）筑物、破旧建筑、无序市场、垃圾回收中转站等有碍观瞻的场所，

规范设置旅游交通、宣传广告、导览介绍等各类标识标牌，清洁游览场所地面；开展景区湖面、河道、溪流等水域环境整治，开展景区污水治理，禁止将未处理达标污水直接排放，确保水质清澈洁净；开展景区垃圾无害化处理，垃圾箱数量充足、外观整洁统一，垃圾日产日清，分类处理。

实施景区通景公路沿线绿化改造工程，开展景区内植被覆绿工作，对山体、水域、道路、公共场所周边进行绿化改造，提升景区的整体生态环境。加强园林绿化工程的养护与管理工作，打造精品绿化工程，避免出现低质景观。

4. “清洁家园”专项行动

从城乡、景点、交通等不同层面，针对性开展清洁家园创建行动。比如，城区和集镇重在实施减法：拆除影响市容的棚亭、围栏、围墙，改造整理架空管线，严格管理流动摊点和马路市场。农村重在改变旧习：清理擅自搭建鸡舍鸭架、房前屋后乱堆放柴草杂物、田间地头废弃的农资包装，严禁焚烧抛撒秸秆。

通过开展一系列专项专题整治行动，实现焦作全域环境的整洁提升，不断优化全域旅游综合环境质量。

五. 共建共享

1. 共建机制

为确保焦作全域旅游环境营造的顺利实施，应建立“自上而下”与“自下而上”相结合的共建机制。

“自上而下”以政府为主导，牵头进行全域旅游环境营造的宣传、内容框架制定、工作团队建设等内容。可成立焦作全域环境营造工程总指挥部，由市委书记任总指挥长，并在总指挥部下设办公室，包括“绿满焦作”、“五边三化”、“通景公路”、“清洁家园”四个专项小组。各部门紧扣“世界太极城·中原养生地”的焦作全域旅游品牌，按花园城市、美丽乡村等要求来提升城乡发展空间，整体营造具有焦作地方特点和内涵特色的全域旅游环境。

“自下而上”以民间力量为主，鼓励企业、社会公益组织、民间组织、文化协会、高校、中小学、个人等力量参与到焦作的全域环境营造工程中。秉承着“人

民城市人民管，管好城市为人民”的理念，开通多种互动参与渠道，让广大市民能更方便实现对全域环境营造的热点问题进行上报、投诉建议，实现公众参与，提升焦作市民的公共责任感，也可以增强市民对焦作全域环境营造工程的认同感。

2. 多方共享

把全域内的环境当成一样进行提升改造，不再有景区内、景区外的分别心，科学规划、精心设计、耐心落实，将实现全市市民与游客的共建共享。

经过全域环境营造工程的提升改造，焦作“脏乱差”的现象会逐渐减少，交通更方便，设施更完善，沿河、沿路都能看到串点成线、连线成带的景观，城乡面貌焕然一新。

通过焦作全域旅游环境的营造，城乡环境与旅游环境将得到大幅度的提升，美丽城乡具有地方韵味，这不仅促进焦作旅游跨越发展，展现绿色崛起的雄心壮志，为焦作的游客提供更高的服务品质，同时，环境营造的扎实举措也提升了焦作本市市民的生活品质，实践了花园城市的理念，创造一个更宜居宜业的环境。

全域旅游环境营造将触动“筑巢引凤”的效应，会吸引更多工商资本加盟焦作的全域旅游发展，推动焦作“处处宜旅游、时时便旅游、行行加旅游、人人为旅游”，最终撬动后焦作时代的崛起、百姓增收致富。

3. 建设要求

强化旅游安全。不断提高风险意识，加强旅游安全制度建设，落实责任分工和管理监督，特别是要完善应急反应预案，进一步提高应对风险和处置风险的能力，并通过强化安全管理来最大程度地降低旅游安全事故的发生。

营造良好社会环境。通过普及旅游知识和宣传教育，提高目的地居民的“东道主意识”，以和谐、友善、好客的人文环境营造友好型的旅游目的地形象，将全域旅游的发展理念落实到每一位目的地居民的态度和行动上。

4. 保障措施

建设主体多元化。推进焦作全域旅游环境营造的投融资模式改革创新，引导金融机构加大对政府改造项目的融资支持，鼓励私营企业、民间资本与政府合作，

吸引国际资本参与重大旅游项目开发、参与公共基础设施建设。

增加公众参与渠道。扩大旅游“红黑榜”应用，将旅游景区景点纳入“红黑榜”评价机制。运用12301智慧旅游平台、12345政府服务热线以及手机APP、微信公众号、热线电话、咨询服务中心等多样化手段，形成高效便捷的焦作全域旅游环境的投诉受理、处理、反馈机制。

建立焦作“绿色使者”工作站。制定管理激励制度，开展志愿服务公益行动，广泛动员社会各界积极参与义务植树活动，利用广大市民的力量，发动全民植绿、栽花，共同美化焦作。

第二十七章 旅游公共服务提升规划

一. 总体要求

加强焦作城乡全域的公共服务建设,构建市民与游客和谐共享的现代城市空间,不仅要为外来游客提供优质的服务,同时也要充分考虑本地居民的休闲需求。全形成三条旅游服务配套和支撑发展廊道。

二. 规划布局

1. 云修武旅游发展廊道

云修武旅游发展廊道涉及大云台山景区、修武县城和武陟县城,以郑云高速公路、郑焦晋客运高铁为依托的交通束进行串联。

该廊道将服务前来焦作旅游的国内外游客,重点连接豫晋两省游客,立足南太行遗产品牌,重点以优化完善旅游交通设施和建设三大重要旅游产业服务集聚组团为抓手,分别是武陟旅游产业新区、修武县城以及大云台山景区,实现旅游要素的综合齐全配套。

2. 焦太旅游发展廊道

焦太旅游发展廊道涉及焦作城区、温县县城、陈家沟村、以及(黄河)太极产业园,以S49、S307、S237为依托的交通束进行串联。

该廊道上的核心吸引物是太极文化品牌,虽然目前相关旅游产品的拉动效应还不够,但仍应看到其对焦作旅游国际化和长远发展的巨大价值。因此在这个发展廊道上需要从产品与要素上多管齐下,坚定不移地将陈家沟(村)太极拳发源地的品牌和旅游特色吸引物做强,并配套建设太极文化小镇,将太极拳之源文化在产品、景观、设施上进行优化提升。同时,将太极文化进一步向南与黄河关联,自然、人文、乡村、田园等资源组合后,以国际旅游度假区为载体,以太极健康产业新城、黄河湿地公园、温县通用机场等建设为重要抓手,实现对接焦作城区和南跨黄河,辐射巩义、登封的联动发展之势,将太极文化、少林功夫、黄河乡情、老家河南这个河南旅游的品牌串联起来,打造具有全国知名度和世界影响力

的精品旅游线路。

3. 焦沁孟旅游发展廊道

焦沁孟旅游发展廊道涉及焦作城区、沁阳城区、孟州城区，以 S308、S238 为依托的交通束进行串联。

该廊道优先扶持和重点做好以怀府古城为核心项目的沁阳城市旅游建设，为焦作市文化旅游产品和市域西南部旅游的全面开发添上最具决胜作用的一笔；由沁阳城区为依托，完善旅游交通服务设施，引导文化修学、特色村镇、生态农业等主要旅游吸引物体系和产品建设，可以辐射孟州、温县，对接洛阳、济源，成为国民休闲旅游产品发展廊道。

三. 旅游交通规划

加强焦作区域交通职能权重，完备自身交通组织，因此焦作在交通建设工作上必须双手出击。一方面从省级层面申请和推进机场、铁路、区域级公路项目，另一方面加快完善自身快主次干路体系、静态交通体系以及交通组织体系。

1. 交通基础设施建设

(1) 旅游机场

近期在焦作谋划建设若干可供直升机起降的通用机场，为开发低空旅游产品奠定条件；主要选址在黄河沿岸旅游景区和度假区，以及北部太行山的重点景区，为黄河沿线、南太行山景区的观光游览服务。个别选址预留发展空间，远期条件具备时可建设发展成为民航支线机场。

(2) 铁路交通

随着郑州-太原高铁，郑州-焦作-洛阳-登封旅游城际铁路等项目的规划建设，在区域范围内，焦作-济源-洛阳-登封-开封-新乡将形成以郑州为中心米字型向外发散的铁路环网。

目前郑焦城际铁路建成通车，焦作直达北京、上海高铁正式开通；郑太高速铁路的太焦客运专线已于 2016 年开始建设，预计 2020 年底全线通车；新焦济洛城际铁路的建设也在积极推进当中。其中郑太高铁和新焦济洛城际铁路将成为中

原城市群的重要交通联络线，沿线在焦作设置有武陟站、修武站、焦作站、焦作西站、沁阳站等主要站点。

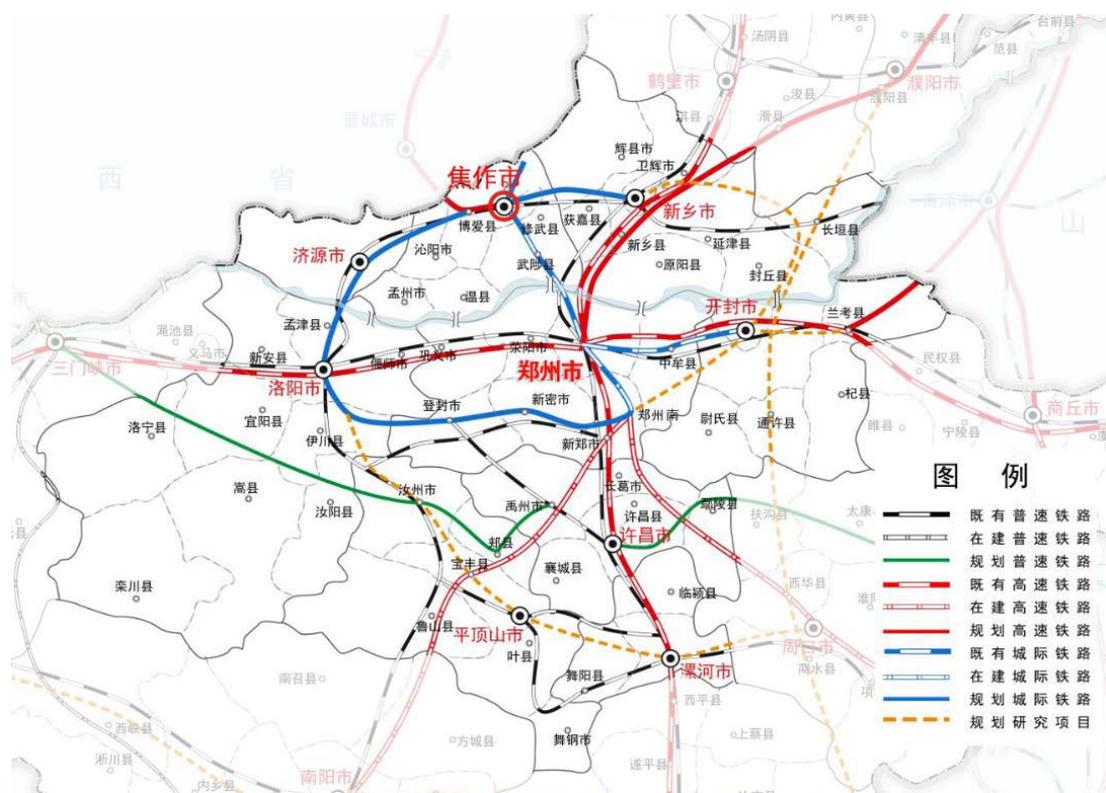


图 17 区域铁路交通规划图

(3) 公路交通

规划加强与周边城市及沿太行各景区的高速公路联系，进一步提升大区域道路联系的紧密度。

1) 高速公路

东西向，现状已有长济高速；规划沿太行山下依托林焦高速，加强太行山沿线景区联系，打通沿南太行山的沿山旅游通道。

南北向，在现状已有郑焦晋高速的基础上，进一步研究焦作至山西陵川的高速方案，加强焦作与山西晋城方向的联系。同时，要加快推进林汝高速温县至巩义段、焦作至平顶山高速焦作至荥阳段的建设，重点为焦作黄河沿线的旅游发展提供交通保障。

2) 国省干道

重点做好 G207 焦温快速通道的建设，不仅可以形成市区直通温县组团的快

速通道，还将进一步形成北连太行山、南接黄河滩的中部旅游大通道。G234 焦作至荥阳黄河大桥及连接线工程，对进一步打通焦作旅游南大门，形成市区向南跨黄河直通省会的快速通道，加快郑焦融合发展意义重大。G207 孟州至偃师黄河大桥及连接线工程，是我市南跨黄河通往豫西、豫南的又一快速通道项目

在北部山区，S230 沿山过境通道将成为南太行山旅游带的重要旅游道路。南部的 S309 不仅是武陟、温县、孟州南部三县的重要交通联系道路，也是沿黄旅游通道的重要组成部分。

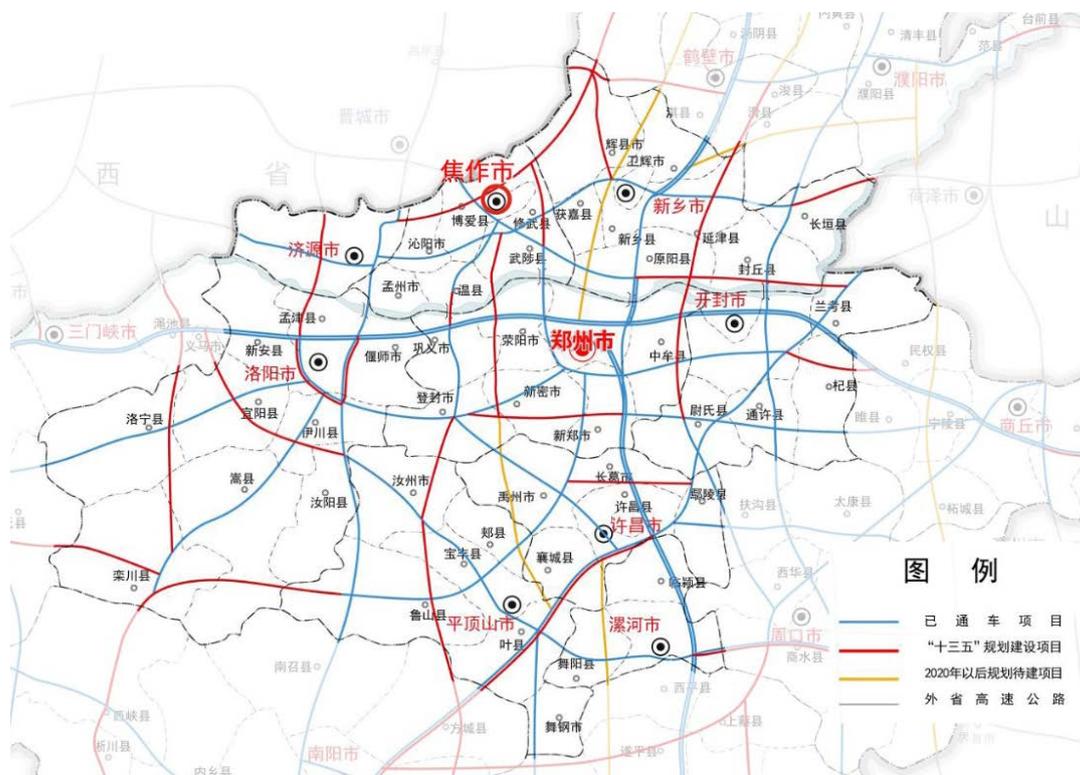


图 18 区域公路交通规划图

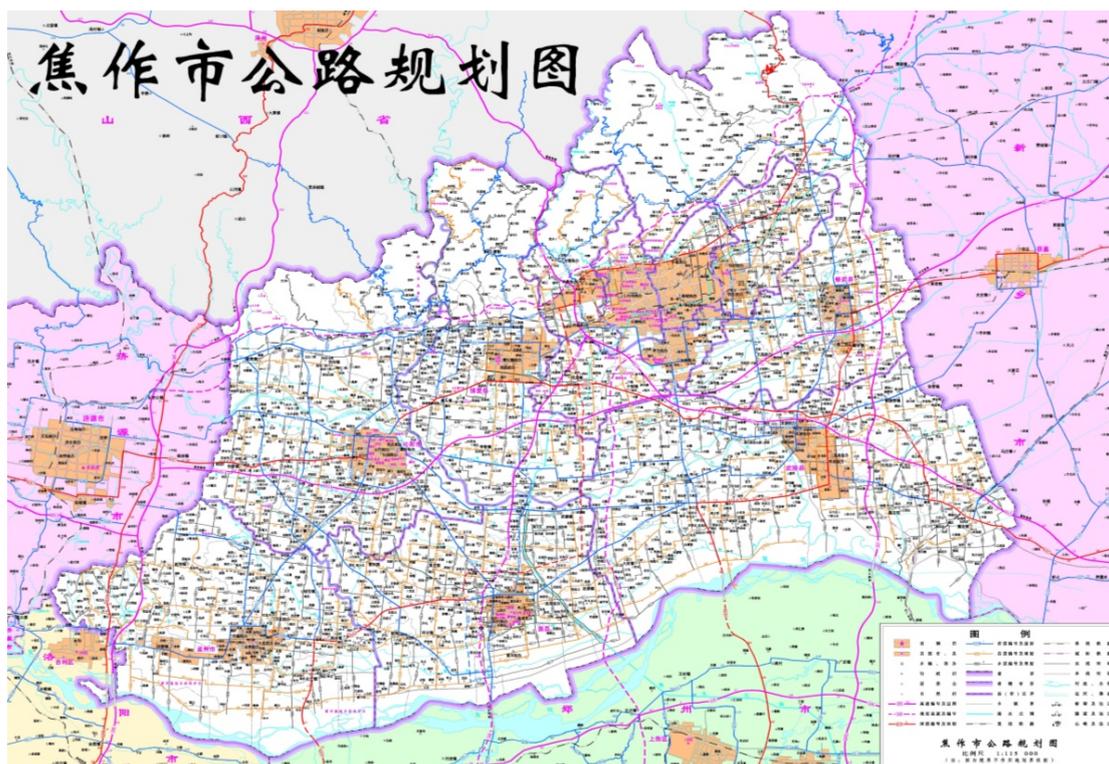


图 19 焦作市公路规划图

(4) 旅游集散中心

规划设置两处市域级别的旅游集散中心，分别位于市区的焦作站以及位于博爱的焦作西高铁客运枢纽站。

焦作站是连接郑焦、太焦城际铁路的关键节点，是中原地区到晋东南地区的铁路客运枢纽。规划建议将旅游集散中心结合焦作站北广场提升一并设置，集铁路、长途公交、旅游巴士专线等交通设施于一体，并结合提供旅游资讯、购票等服务，还可以考虑开通郑州机场焦作城市航站楼等特色服务。

按照《关于印发中原城市群发展规划的通知》，新建的焦作西站为高铁客运枢纽站，是郑州至太原快速铁路通道建设上的重要客运车站。相比较中心城区焦作站主要服务于焦济洛城际间的旅游人群，焦作西站将更多服务于来自全国各地的旅游者，因此更需要完善服务市域旅游交通集散的综合功能，在重点景区和城镇旅游公交组织、旅游信息咨询服务等方面加强保障。

2. 特色旅游通道工程

■ 景城绿道

在市域层面规划三条景城联络绿道，分别是黄河湿地公园-武陟旅游新城-

修武县城-云台山景城绿道、黄河湿地公园-陈家沟太极文化产业园-博爱县城-青天河景城绿道、黄河湿地公园-孟州市区-沁阳古城-神农山景城绿道。

规划景观绿道在车辆通行的基础上,增加自行车道和景观步行道,沿路道路景观设计上突出本土植物景观,并与周边环境相协调。

■ 沿山旅游通道

沿山旅游通道由高架高速公路与地面省级公路两部分组成。

高架高速公路选线为林焦高速,沿北部太行山浅山区向西,在焦作市中站区与郑焦晋高速公路相接,向西联接济源市。

地面省级公路起于修武县与新乡辉县交界处与新乡市南太行旅游公路向对接,远期规划向西止于济源交界。

■ 云台山至神农山旅游观光线

该旅游观光线串联焦作市南太行山山水生态旅游带主要特色旅游景点,承担沿线景区的旅游客流运输,是焦作市北部景区的旅游观光线,是符合南太行山山水生态旅游带景区发展方向的大容量、高效率、绿色环保、旅游导向明显的新型公共交通方式。规划由一条山地旅游轨道和两条轨道连接线组成,对接郑焦城际铁路云台山支线云台山站、太焦城际铁路博爱站(焦作西站)和呼南高铁豫西通道沁阳站,建立起修武城区、博爱城区、沁阳城区与南太行各景区的公共交通联系,形成旅游交通与城际交通的无缝衔接。

该旅游观光线采用桥、隧相结合的工程方式,穿行于南太行山脉之中,串联云台山景区、青龙峡景区、峰林峡景区、月山寺景区、青天河景区、丹河景区、神农山景区等七大景区。

规划预留两条轨道连接线路通道,分别是云台山景区-修武高铁站和神农山景区-呼南高铁豫西通道沁阳站。

■ 沿黄旅游通道

积极推进新孟路、沿黄公路和黄河大堤慢行通道三条道路的改造提升,其中,重点是通过改造提升沿黄河岸的王园公路作为沿黄主要旅游公路,成为焦作南部

黄河旅游带的重要旅游通道和旅游景观道路。

远期建立沿黄通道与北部沿山旅游通道的公路交通联系，形成焦作市域层面的旅游公路环线。

四. 旅游服务要素提升规划

1. 旅游住宿服务提升

(1) 提升思路

坚持“高端酒店品牌化、度假酒店主题化、特色民宿精品化、乡村农家标准化”，形成焦作全域酒店梯级布局。

■ 优化酒店层次结构

按照“城区商务、景区休闲、乡村农家”的特色布局原则，加快重点乡镇、旅游区精品酒店建设，鼓励在旅游城镇、旅游区周边发展特色民宿客栈，不断优化酒店结构。

■ 引导特色民宿发展

加快布局云台山 IP 主题、乡村田园、康养怡情等特色鲜明的主题酒店、特色民宿和农家客栈，以特色旅游住宿、温馨旅游服务以及多元化旅游产品满足游客需求。

■ 重点布局城市酒店设施

加快城市酒店设施建设，形成星级酒店、经济性酒店、青年旅馆等多层次的酒店设施体系，完备城市酒店服务功能，提供更为多样的选择范围。通过高端度假酒店品牌的引进，开发特色休闲酒店业态。

(2) 住宿设施规划

■ 星级酒店

积极引进国际、国内知名的连锁品牌星级酒店，提升现有星级酒店的服务标准化流程，并通过高星级和品牌酒店的建设提升城市形象。

■ 度假村与度假旅馆

此类度假村度假胜地旅馆选择主要以服务中高端客户群体，考虑在云台山、

黄河-太极旅游度假区、影视城等引入知名酒店品牌和建设高品质度假村与度假旅馆，提升景区的住宿服务档次并成为旅游吸引物。度假旅馆和度假村在建设风格上要具备田园牧歌景致和情调浓厚的文化特色，环境优雅，品质较高。

■ 经济型旅馆和家庭旅馆

规范化经济型酒店准入标准，引入莫泰、锦江等市场信用度较高的经济型酒店品牌，提供稳定的酒店服务。

■ 汽车旅馆

汽车旅馆规划建设最主要考虑交通沿线以及周围地势环境，要有广阔可停车的停车场。

■ 青年旅馆

青年旅馆最主要的服务对象为年轻一代的背包客，在住宿设计上，可以多结合当地历史文化民俗，增加现代设计元素，融入文化艺术创造，满足背包客的探秘和好奇心理。房屋布置可以是上下床的8床位、6床位、4床位以及标间双床设计。

■ 特色民宿

结合地方民俗文化，采用地方文化符号设计建筑室内外空间，并且提供小型家庭聚会、活动场地，打造太行山居、黄河人家等特色民宿。

■ 各城区住宿设施重点布局

焦作中心城区在现有迎宾馆的基础上，围绕其周边集中布局四星级及以上星级酒店，在城市中心形成酒店服务设施集中区域，提升中心城区旅游服务层次。

沁阳中心城区充分发挥天鹅湖景观优势，布局沁阳古城特色酒店、休闲度假酒店等酒店业态。

孟州中心城区积极发展驴友徒步特色酒店，打造沿黄特色驿站文化。

修武城区利用云台小镇建设契机，将民俗特色酒店、星级酒店、度假酒店业态引入其中。

博爱城区充分发挥本地公园设施完善和回民文化特点，打造养生度假酒店、

回民特色文化酒店等业态，形成酒店设施吸引点。

武陟城区在新城建设的基础上，积极发展都市酒店业态，设置经济性酒店、青年旅店等。

温县城区充分发挥本地太极康体和农业耕作文化特点，设置康养度假酒店、SPA酒店、麦作酒店等特色酒店业态。

2. 旅游餐饮服务提升

(1) 提升思路

打造城区特色饮食体验空间：清真饮食、中原饮食、有机农产、老城老巷等为主题的特色餐饮业态空间，丰富中心城区餐饮空间感受。

做精四大怀药、有机农产的餐饮新品开发：不仅做好四大怀药和有机农产的特色宴席，并且开始开发小吃、便携零食、伴手礼等特色衍伸产品。

(2) 餐饮设施规划

■ 主推特色食品打造地域食品系列

以焦作怀药和博爱小吃为餐饮特点，开发特色旅游商品，打造美食品牌。推出怀药茶点、小吃、宜养、山味等系列食品和产品。

■ 推出焦作美食旅游系列地图

规划提出将焦作的各类餐饮产品整理制作成《焦作美食线上地图》，并结合大众点评、美团等线上平台建立评价机制，便于游客进行选择。

■ 建设特色美食街

打造吃遍焦作小吃街、博爱回民小吃一条街、修武山货小吃一条街等三大饮食提升项目。

■ 各城区餐饮设施重点布局

焦作中心城区结合商业综合体、沿街商业等建设空间，积极引入品牌连锁餐饮、地方特色餐饮品牌，丰富餐饮供给品类，满足全国游客不同口味。

沁阳中心城区发展自身回民特色餐饮，将特色餐饮业态引入沁阳古城建设之中。

孟州中心城区积极发展进口食材料理产业，发挥进口贸易口岸价值。

修武城区利用云台小镇建设契机，将小吃街、特色茶室等精品民俗餐饮业态引入其中。

博爱城区充分发挥博爱小吃和回民小吃的特色餐饮资源，打造回民小吃街、博爱小吃街、博爱餐饮城等建设项目，形成餐饮旅游吸引点。

武陟城区在新城建设的基础上，积极发展都市餐饮业态。

温县城区充分发挥本地太极康体和农业耕作文化特点，设置麦作宴、太极宴、聚贤会等特色餐饮业态。

3. 旅游购物服务提升

(1) 提升思路

■ 建立健全特色旅游商品体系

结合焦作当地资源，扶持培育中草药、农副产品、水果、特色小吃、工艺品、旅游纪念品等系列旅游商品发展。

■ 开发特色旅游商品

开发焦作民间艺术产品，进行全面包装，使之成为焦作独特的文化载体，例如焦作怀药、博爱牛肉丸、温县小麦，可结合苏家作龙灯凤舞文化元素进行产品包装设计，更多地体现焦作文化商品符号。

■ 建设特色旅游商业街区

加速打造中草药、特色小吃、工艺纪念品等旅游商品，通过建设旅游购物中心、旅游商品集散中心、特色购物街区、工艺品加工坊等，提升旅游休闲购物水平。

(2) 购物设施规划

■ 积极推进焦作城区商业设施规划和建设

旅游相关部门及建设部门共同协作组织标志焦作城区商业设施规划，形成系统化的购物商业设施布局，并引导商业业态多样化发展，完善城区商业设施体系的建设。

■ 规范景区购物设施建设标准

对现状景区商业设施进行升级改造,规范景区购物设施标准,对店面风貌进行统一规划和建设,并建立景区商家征信机制,便于行政机关和游客共同监管。

■ 组建焦作旅游商品龙头企业

通过支持性政策,大力扶持若干旅游商品的骨干企业,加大投资力度,带动旅游商品开发的市场化、规模化、产业化发展,形成完整的旅游商品产业链。

■ 完善商品网上销售框架建构

拓宽产业空间,促进有形市场和无形市场紧密结合,建设电子商务平台,促进焦作怀药、博爱小吃、温县小麦等特色农产品销售全面进入互联网营销的新时代。加强与国内知名信息传媒商合作,利用淘宝、微信等网络平台,大力推进特色商品网上交易、网上销售。

4. 旅游娱乐服务提升

(1) 提升思路

采取“梯度发展”的策略,在各市县设置娱乐服务设施;在云台山、青天河、神农山等重点景区,开发体验型娱乐项目;在乡村旅游点休闲农庄,以地方民俗体验和民俗文化表演为主要娱乐活动;城区结合旅游设施和景观建设,组织文化娱乐表演活动,积极培育夜间活动项目。

(2) 娱乐设施规划

■ 规划建设大众娱乐场所设施

积极引进、兴建一批大众娱乐服务场所、设施,例如茶馆、电影院、歌舞厅、酒吧等,并对现状游乐园、主题公园、动物园进行升级改造,策划适合旅游需求的旅游活动,丰富、扩充市域娱乐服务内容。

■ 开发文化演艺活动

充分挖掘焦作当地山水、历史、民俗文化底蕴,开发文化演艺活动,策划太极大剧院、南水北调剧场、云台小镇文化演艺、苏家作龙灯凤舞大舞台等旅游文化项目,打造具有焦作特色的文化演艺大餐。

■ 举办大型节事旅游活动

高标准打造文化、体育节庆活动，加大节事宣传力度，凝聚人气，提升焦作旅游品牌形象

■ 丰富游客夜间休闲娱乐

加快焦作城区特色休闲街区建设，打造一批以文化休闲、特色美食、滨水休闲、夜市风情为主题的休闲街区，设计灯光秀等夜晚景观性演艺活动，强化旅游休闲功能。

五. 旅游厕所升级改造

1. 核心思路

大力推进“厕所革命”。以游客需求和旅游产业发展需求为导向，以“数量充足、干净无味、实用免费、管理有效”为目标，科学规划、突出重点、分步实施，加快旅游厕所建设与改造，加强旅游厕所的管理与维护，提升旅游公共服务水平，增强文明旅游消费意识，加快创建全国全域旅游示范区的步伐。

2. 具体举措

对焦作市域旅游厕所建设情况进行摸底，尤其是景区、各市县城区的重点旅游项目加强旅游厕所建设，要求全市对近 1-3 年旅游厕所的建设提前规划；引进、应用和创新生态工程技术，提升旅游厕所的技术含量，改善旅游厕所的环境，使其达到全域旅游相关要求质量标准；推进旅游厕所标准化建设，全面贯彻《旅游厕所质量等级的划分与评定》（GB/T 18973-2016）标准，有条件的要增设第三卫生间，大力推动厕所建设标准化、设施现代化、运营专业化、管理规范化管理、服务人性化、监督社会化、使用文明化。

六. 智慧旅游服务提升

利用物联网、云计算、VR 等高科技技术，积极推进智慧城市、智慧景区、智慧旅行社、智慧酒店等试点工作，实现免费 wifi、智能导游、电子讲解、在线预订、信息推送等功能全覆盖，推动旅游企业建设电子商务平台，发展网上预订、在线支付等电子商务。全市争取在 2020 年之前，实现旅游业各领域与互联网达到全面融合，互联网成为全区旅游业创新发展的主要动力和重要支撑，基本

形成网络化、智能化、协同化的智慧旅游公共服务平台。

1. “互联网+”旅游基础设施

建立完善的旅游信息服务体系。加快推进景区景点、旅游购物店、主要乡村旅游点等旅游区域及重点旅游线路的无线网络、4G信号等全覆盖。

推动旅游物联网设施建设。对于全市的人流集中区、环境敏感区、旅游危险设施和地带,实现视频监控、人流监控、位置监控、环境监测等设施的合理布设,将旅游服务、客流疏导、安全监管纳入互联网范畴。

2. “互联网+”旅游服务

在商业街区、交通枢纽、景点景区等游客集中的场所设立基于移动导览为基础的旅游咨询服务,方便游客快速获取相关旅游服务信息。并在此基础上,增加购物、住宿、餐饮等附加服务资讯,搭建移动客户端的综合性咨询旅游服务平台。

推动旅游景区、旅游企业、酒店、餐馆及其他旅游服务商提供微信、支付宝等移动支付服务,优化旅游游客的消费体验,提高游客的消费额,实现支付方式的“去现金化”。

推动智慧旅游乡村建设。积极支持社会资本和企业发展乡村旅游电子商务平台,推动中草药以及优质农副土特产品实现电子商务平台交易。鼓励各镇村一级建设集咨询、展示、预订、交易于一体的智慧旅游乡村服务平台。

大力发展在线旅游新业态。支持企业利用互联网平台,整合私家车、闲置房产等社会资源,规范发展在线旅游租车和分时度假租赁等新业态。

七. 旅游标识系统建设

完善三类旅游标识系统建设:旅游交通标识系统、旅游景区标识系统、旅游公共服务标识系统。

1. 旅游交通标识系统

完善高速公路、国道等干线交通沿线的旅游交通标识系统;健全各景区内部旅游交通网络沿线的旅游交通标识系统;完善高铁、旅游集散中心等节点的旅

游交通标识系统。

2. 旅游景区标识系统

完善旅游景区内部公路、游步道沿线的旅游交通、导向标识系统；健全景区内景点解说、景点名牌、风光展示等标识牌；健全景区游客服务中心的各类公共服务、温馨提示牌和公共图形符号；在景区危险地段树立安全警示标识牌。

3. 旅游公共服务标识系统

完善城区旅游集散中心、旅游休闲街区、旅游餐厅、旅游饭店、购物中心、公共卫生间、停车场等公共场所的旅游服务标识系统，设置标准化的旅游公共信息图形符号、导向标识、平面示意图等。

八. 提升服务软实力

重点完善城市、乡村旅游的服务标准，加强涉旅行业从业人员培训，规范服务礼仪与服务流程，增强服务意识与服务能力，塑造规范专业、热情主动的旅游服务形象。要高度重视焦作城市旅游的服务品质化提升，在旅游集散中心、主要商圈都应设置游客服务中心，负责提供导游咨询和接受游客投诉建议。进一步完善焦作旅游“红黑榜”，建立优质旅游服务商名录，推出优质旅游服务品牌，开展以游客评价为主的旅游目的地评价，不断提高游客满意度。

要大力推行旅游志愿服务。结合焦作本地高校、旅游行业协会团体等基础，建立旅游志愿服务工作站，特别是在博物馆、文化活动场所等地增加具有专门知识的讲解志愿服务人员，制定管理激励制度，开展志愿服务公益行动，提供文明引导、游览讲解、信息咨询和应急救援等服务，打造焦作旅游志愿服务品牌。

第二十八章 “世界太极城·中原养生地” 品牌建设规划

一. 建设焦作全域旅游品牌的意义

1. 创造具有焦作特色的全域旅游发展模式

全域旅游在全国的建设中新模式不断涌现：浙江省实行以建设特色小镇推动全域旅游的发展模式，贵州打造全域山地旅游目的地，苏州实行全域旅游生活目的地创建模式，五大连池“以药泉产业为支撑、药泉文化为内涵”创建全域旅游示范区。

建设“世界太极城·中原养生地”，将其打造成焦作的全域旅游品牌，是要实现具有焦作特点的全域旅游发展模式，探索焦作的地方经验。

2. 打造焦作的城市旅游品牌形象

我国旅游业正处于从资源旅游到品牌旅游的转型期，旅游品牌已成为旅游企业竞争的利器。纵览国内城市，有“上有天堂，下有苏杭”以风景著称的苏杭城市形象，也有成都以小吃美食、休闲活动著称的城市形象，而未来有着“世界太极城·中原养生地”之称的焦作将会成为一座以太极及养生文化为特色的城市。

未来焦作给游客的印象将是一座集“太行山水、太极武功、康养福地”为一体的旅游名城，是一座以生态山水、旅游度假、健康养生和休闲农业等为一体的复合健康城。

二. 品牌建设策略

1. “太极+”的文化策略

太极文化是焦作的文化灵魂，这要求焦作在全域旅游中不断强化太极文化特色，激活城市文化，能够将焦作相关的文化遗存、民俗风情等与太极文化相结合，从而转化为吸引物，吸引游客感受、体验、传播太极文化，形成目的地的品牌形象，也可推动焦作城镇化建设向个性化、品牌化发展。

“太极+”策略旨在突出太极文化与旅游发展的融合，实行太极文化与旅游

景区景点的深度融合，如“太极+怀药养生”、“太极+黄河”、“太极+云台山”、“太极+净影”、“太极+城市”等的发展策略，扩大太极文化的影响力，形成多样的太极旅游产品体系。可以培育一个体系化、专业化、多产业的太极文化体系，由文化视觉序列、教育培训序列及休闲度假序列构成。

文化视觉序列：建立焦作的太极 VI（视觉识别系统）体系，精心设计太极 LOGO，注册太极商标，运用好太极拳品牌。

教育培训序列：将太极拳培训模式化、产业化，对家庭武校进行规划化管理、挂牌，对太极培训进行专业化认证，颁发正规教育证书，实行权威的国际认证等。

休闲度假序列：建设太极养生、太极医疗康复、太极禅养等为特色的康养服务机构和度假养生基地，如太极小镇，延伸太极文化产品链。

2. “+健康产业”的产品策略

得益于宜居宜养的太行山水自然生态环境、黄河农业文明和中医药本草资源优势，焦作的健康养生条件底蕴深厚，契合国家发展健康产业的目标以及市场需求。

建设“世界太极城·中原养生地”，势必要将养生资源与健康产业的发展相结合，即“资源+健康产业”策略，实现“太极文化+健康产业”、“怀药本草+健康产业”、“太行山水+健康产业”的资源产品组合，用本草养身、山水养心、太极养神，以休闲、康体、健康市场需求为导向，构建集山水养生、太极康体、净修禅养、体育健身、怀药养生等功能为一体的健康综合产业，涵盖旅游、休闲、娱乐、体育、食品等方方面面。

可培育“山水、本草、太极”三大养生健康产品系列：

山水系列是以太行自然山水为主题的康养产品建设，包括焦作·南太行度假区、龙翔山度假区、七贤文化小镇、云台山特色民宿带、天河体育公园等项目的建设；

本草系列是以怀药本草为主题的康养产品建设，包括神农本草小镇、怀药小镇、怀药国家公园、沁阳怀府历史文化街区等项目的建设；

太极系列是以太极文化为主题的康养产品建设,主要集中在陈家沟景区以及太极小镇两个区域,同时还包括分散在其他景区、城市及村落中的太极广场、太极体育场馆、太极会议中心、太极养神馆等空间。

3. 文化专项旅游引导的市场策略

游客是品牌的真正拥有者,而文化专项市场则通常是大众游客的引导者。正是因为一批先锋艺术家入住田子坊,才引领大众对于上海石库门建筑的审美和认知;由于上海外籍人士对于莫干山休闲度假的钟爱和追捧,引起了莫干山建设“洋家乐”的热潮。可见,少数走在时代尖端的文化专项市场群体对于大众游客市场引导的重要性。

在体验经济背景下,游客出游是为了获得所期望的体验,因而游客体验成为旅游企业品牌塑造的核心内容,文化专项市场群体对于体验的感知度则可以促进大众对品牌的理解与追逐。

因此,“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌的建设应从“向大众游客推荐景点景区”上升到“与文化专项市场群体建立情感共鸣”的层面,在这一战略部署下,旨在通过文化专项市场群体引导大众游客群体到焦作探索未知、找回自我和寻找灵感。

可重点发展太极文化专类群体和中医药专类群体两类文化专项市场群体。

自1992年,温县被国家体委首批命名为全国武术之乡以来,每年都有太极拳爱好者前来拜师学艺、参观旅游。像太极拳这样不分国界,健身、养生、养心乃至达到天人合一境界的活动,全球有3亿多的习练者。应面向全国及全球的太极拳爱好者,开发太极拳学校、太极拳认证中心、大型武校、太极培训中心、太极大师精品武馆等项目,吸引大量来自国内外的太极拳习练群体,通过他们的文化活动,扩展太极拳文化在大众游客中的吸引力。

应培育中医药专家学者、中医药学生以及中医爱好者等群体,通过开发野生怀药认知、辨五谷、探百草等中药认知旅游活动,建设神农氏中医药博物馆、中医药大学科学研究基地、名医工作室等,开展专项旅游开辟中药探奇活动、发展神农氏中医药博物馆、中医药大学科学研究基地、名医工作室等专项旅游活动,

利用中医药专类群体的知识及个人影响力，引导大众对于焦作养生的认知，建立品牌的影响力。

三. 品牌产品建设与展示

1. 培育特色标志区块

培育和建设一批呼应“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌的特色区块。着力提升陈家沟太极圣地、神农山、七贤文化小镇等为代表的文化旅游，加快建设焦作太极-黄河国际旅游度假区，重点推进太极文化小镇、麦作国家公园、怀药国家公园、怀药养生小镇等文化特色景区的建设。

2. 建立展示体验基地

依托旅游集散中心、太极文化中心、云台古镇等，建设“焦作品牌展示中心”，构建“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌的展示平台，以创新的思路和手法对全域旅游品牌、太极拳品牌和怀药品牌的相关实物、音像文字等资料以及焦作的特色特产进行集中展示。

设计开发交互性强、参与性广的太极文化旅游产品，尤其是注重“夜演艺”文化体验类产品与景区景点的融合，广泛开展太极文化活动进景区、进城市，使游客在焦作市区、云台山、青天河等都能感受到太极的文化魅力，丰富文化旅游体验。

进行以系列化、线路化、整体化为目标的串联整合，设计推出若干条展示“世界太极城·中原养生地”的特色旅游线路，建立若干个可看、可听、可闻、可尝、可试的体验式的品牌展示点。

3. 构建标识体系

以推广、展示和提升“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌为目标，实施焦作VI工程，进一步从形象、色彩、质感等维度丰富完善体现“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌、“山水焦作”美誉和“太极圣地”人文精神的城市识别系统。

设计制作“世界太极城·中原养生地”的吉祥物、纪念品和反映品牌形象的

标志性图案和标志性雕塑。建立太极文化标示体系，加强太极的形象设计，精心设计焦作的太极拳 LOGO，注册太极拳商标，设立文化遗存记忆牌，制作《焦作太极文化地图》，推出《焦作养生推介手册》，设计具有焦作特色的休闲养生引导体系。

4. 打造序列会展节庆

以“太极”与“养生”主题串联的方式整合、统一包装现有和新引进的会展、节庆活动，形成序列。除一赛一节外，依托资源特色，可以开展一系列太极拳比赛、拜师节、太极教育论坛、太极文化论坛、怀药收割节、踏青节、麦忙季、黄河治水庆典、七贤文化节、本草节、药王节、药膳饮食大赛等节事活动。还可举办物产展览会、美食节、音乐节、中秋彩灯会等创意性节事活动，同时注重夜间旅游活动的开展。

促进相关会议、展览、节庆活动从不同的维度、不同的领域对“世界太极城·中原养生地”呼应，形成主题贯穿、多维呼应的整体，打造宣传、展示、推广全域旅游品牌的重要平台。

5. 培育、推动特色行业（企业）品牌培育与展示

行业品牌、企业品牌是全域旅游品牌宣传推广的重要载体。积极推动行业、企业以全域旅游品牌为背景和支撑，以优质产品和服务为中心，培育知名品牌。重点培育太极教育、怀药本草、健康食品等领域的一系列知名品牌。

太极培训：在太极拳教育培训中，对名师武校进行规划化管理、挂牌，对专业的太极培训机构进行专业化认证，培育一批知名培训机构品牌及名师品牌；

怀药本草：打造特色药店药铺，凸显怀药道地药材、遵古炮制的特点，重振重现一批怀药老字号；

健康食品：对小麦、松花蛋、冰菊、清真丸子、油茶等特色小吃食品进行有机认证，对主要旅游宾馆饭店推出的怀药养生宴、黄河鲤鱼宴、药膳套餐等进行有机认证，培育一批安全、健康、有质量保障的健康食品品牌。

充分利用行业品牌、企业品牌对全域旅游品牌的促进作用，依托城市特色行业、知名企业提升全域旅游品牌的知名度、美誉度。重点组织怀药、中医药、小

麦、太极拳等具有较高文化内涵、体现焦作特色的行业，开展或继续深化太极拳文化之旅、中国太极拳大赛、怀山药、怀牛膝、怀地黄、怀菊花等以国际、国内市场为目标的行业品牌、企业品牌宣传推广活动，积极推动特色行业走向国际。

对条件成熟的行业品牌进行商标注册，发挥行业品牌在城市品牌、企业品牌间的联结作用，用行业品牌催生更多企业品牌，使“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌在各个领域、行业具体化。

四. 品牌宣传与推广

1. 加强全域旅游品牌的新闻报道和宣传推介

围绕“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌，以应用推广为目的，以市属报纸、电视、网站等媒介为重点，利用境内外有效的宣传媒介和推广渠道进行立体宣传，通过对“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌进行专题报道、系列报道、跟踪报道，组织全域旅游品牌主题宣传、知识竞赛等活动，加大品牌的对内对外宣传推介的力度。在对外宣传中要突出焦作城市综合优势的宣传重点，包括风景的优美、文化内涵的深厚、休闲度假的高品质、投资环境的优越及文化高度包容性等方面。

2. 推动“世界太极城·中原养生地”主题文学艺术创作

以焦作太极拳文化、山水休闲度假、怀药养生等为主题，在文学界、艺术界组织开展主题创作，举办“世界太极城·中原养生地”名家创作、城市雕塑创作、绘画创作、市歌征集、影视剧创作等活动，创作一批传承历史生活文化、展示焦作旅游特色的精品文学、优雅艺术作品，形成焦作市歌、文化雕塑和有利于“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌推广的文学故事，制作反映全域旅游特色、人文物产、休闲度假品质的影视剧，创作体现焦作休闲度假生活文化的艺术节目，以艺术的方式展示焦作的旅游特点。

3. 加强全域旅游品牌宣传载体建设

在市属主要报纸、电视、网站推出全域旅游品牌宣传专栏、专题节目，设计制作体现“世界太极城·中原养生地”全域旅游特色和城市旅游形象的画册、招贴、读物和专题片等宣传品，出版反映焦作旅游度假品质与全域旅游品牌的书籍、

刊物，形成系统介绍焦作全域旅游品牌的宣传资料。

在游客服务中心、高铁站等建设信息亭，加快游客服务信息终端建设。联手门户网站，办好“世界太极城·中原养生地”网站，使该网站成为宣传展示焦作全域旅游品牌、行业品牌、企业品牌的主网站。建立“世界太极城·中原养生地”的 app 与公众号，构建宣传推广“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌和焦作休闲度假特色理念的主渠道。

4. 积极开展对外交流

整合政府、行业、企业资源，开展多层次、多形式的“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌对外宣传交流活动。积极推进“世界太极城”旅游国际化战略，组织相关企业、高等院校、媒体、文艺团体等单位和组织，以学术研讨、文化交流、艺术表演、产品展览、企业展示、人物介绍等多种形式，每年推出一个重点，选择一个有影响力的城市，对焦作进行大型的、立体化的、全方位的宣传。

编制《焦作国际旅游访问点指南》，推荐“世界太极城”核心旅游产品，通过旅游市场的开拓提升焦作的国际知名度。调整充实“世界太极城”外宣采访基地，深化太极城外宣活动。

五. 品牌管理与维护

1. 加强商标管理和知识产权保护

做好焦作全域旅游品牌的商标注册工作，以“世界太极城·中原养生地”为主商标、以“山水焦作，太极圣地”相关近似表述为防御商标，向国家工商总局申请商标注册。

加强对注册商标的管理和保护，制订《焦作市“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌管理和使用办法》，设定科学、规范、统一的标准，建立全域旅游公共品牌的准入、淘汰机制。开展全域品牌使用年度审查和评选活动，对促进全域旅游品牌提升的，予以一定的奖励；对全域旅游品牌和旅游形象造成负面影响的，撤销使用资格。冻结涉及全域旅游品牌及相关商标注册文字的企业名号、地名、街名、楼盘名称等的登记，加强全域旅游品牌和相关商标的图形和文字的版权保护，做好全域旅游品牌和相关商标的域名登记工作。

2. 建设品牌资料库

建立“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌档案，对相关的各种称谓、名人、老字号、著名景点、标志性建筑物、优势行业、知名企业、驰名商标等品牌资源进行采集和整理，实现对相关的各类品牌、品牌资源的分级分类动态管理。加强对政府拥有城市道路、过街地道、站点站牌（公交和地铁）、桥梁、广场、大型活动、宣传手册等资源整合，建立广告载体资源库，加强品牌宣传引导，优先考虑较好呼应“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌的行业、企业和产品，形成宣传推广的合力。

3. 完善品牌信誉提升机制

建设政府、媒体和消费者联动的品牌信誉社会化评价机制。加大政府监控力度，完善市场准入制度和产品质量安全预警机制，实施和完善绿色产品、放心产品等产品质量认证制度，建立健全产品（服务）质量监控体系。利用媒体对品牌的重大影响，引导媒体在品牌培育中发挥积极作用，促进品牌信誉评价公众化、社会化。进一步加强消费者投诉服务工作，畅通消费者对产品（服务）投诉渠道，发挥好消费者对品牌监督的积极作用。

六. 品牌建设保障

1. 建立领导协调机构

建立焦作“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌研究推广与管理工作指导委员会，由市委、市政府主要领导担任主任、第一副主任，市有关部门和各区、县（市）党委主要负责人为成员，加强对全域旅游品牌研究、推广和管理工作的指导、规划、协调。委员会下设办公室，具体负责研究、推广和管理工作的统筹策划、组织推进、协调督查，制定和组织实施《焦作打造“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌年度行动计划》，并进行评价考评。

2. 成立全域旅游品牌研究与推广促进会

组织太极拳、怀药以及相关学科研究、管理领域的专家学者和相关部门、行业界、媒体界人士，成立全域旅游品牌研究与推广促进会，以党政界、学术界、新闻界和企业界联动的形式，推进全域旅游品牌的研究、评价、宣传、推广，对

品牌的研究、培育、推广、管理等提供咨询服务和智力支持。鼓励和支持成立行业品牌研究与促进组织，提升行业品牌，促进全域旅游品牌与行业品牌、企业品牌的互动。

3. 加大政策支持

市财政可每年安排专项资金，用于“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌的调查研究、策划宣传、评价奖励、品牌推广、品牌保护、活动组织。由成立的焦作“世界太极城·中原养生地”全域旅游品牌研究推广与管理工作指导委员会负责资金的统筹安排，并会同市财政局制订具体管理使用办法。研究制订促进全域旅游品牌、行业品牌、企业品牌互动的优惠政策，加大对有利于全域旅游品牌推广的行业品牌、企业品牌的政策扶持。对经认定的、符合要求的行业品牌、企业品牌予以适当奖励。对这些品牌利用城市道路、建筑等基础设施和政府主办的文化体育活动冠名等进行品牌宣传，予以支持和优先考虑。

第二十九章 各市县旅游发展指引

一. 市域统筹发展原则

1. 与城市转型发展提升相适应

在旅游快速发展、经济与社会经历转型升级的条件下，焦作的城乡统筹发展将更多体现在产业发展、改善民生、破除城景二元结构、优化配置资源、加强基层组织建设和等方面，形成“以旅带城、以旅促农、城乡互动、共同繁荣”的发展格局。

2. 坚持集约用地、集聚发展

焦作旅游的城乡统筹发展必须遵循集约用地、集聚发展的要求，以规划调控城乡旅游资源配置，与交通引导集聚和设施引导集聚有效结合，强化旅游产业链在城乡之间的联系关系，以政府规划与市场配置共同引导和促进要素流动，提高城乡发展的效率和效益。

3. 形成特色鲜明的旅游城镇体系、产业格局和旅游特色

高度重视城市、乡村和景区的差异性，从内在机制联系探索城乡旅和谐发展的创新模式，寻求从被动相关走向主动互补协作的新型城乡关系，突出城市和乡村各自的产业格局、空间结构和旅游特色。

4. 差异化发展，凸显自身特色，形成良性互补发展态势

深度挖掘自身文化特质和资源特点，发展本土特有的旅游产品和项目，在主题上形成差异，从而形成更加多元的产品组合，满足游客不同的旅游需求。

二. 市县区发展指引

1. 焦作中心城区

(1) 定位目标

城市旅游目的地，文化魅力旅游城，市域旅游中心。

（2） 发展策略

充分挖掘城区历史文化遗迹，发展古代及近现代文化体验旅游项目；发挥文博场馆的建设基础，策划组织旅游活动，丰富城市旅游文化体验；集中建设旅游购物、休闲服务设施，形成较成规模的星级酒店、餐饮、购物服务区域。

（3） 产业导向

北部城区是指高铁线路以北影视以南区域，结合自身文化资源遗存，发展文化观光、体验等文化旅游项目，主要让游客体验焦作古代文化以及近代工业发展的历史。南部城区是指高铁线以南神州路以北区域，结合新城建设，集中发展商务办公、商贸购物、休闲娱乐等现代城市功能。

示范区发挥现代产业优势，发展产业展示、体验销售等旅游服务功能，促进蒙牛乳业（焦作）有限公司工业旅游线路培育。同时，寨卜昌村、苏家作村、北西尚村、辛庄村等围绕各自民俗文化及特色乡村经济发展乡村旅游。

影视路以北以及其他城郊发展区域结合自身建设条件，积极发展影视文化产业、城市休憩康体产业、特色农业等旅游产业功能。

（4） 全域旅游创建重点

加快推进南水北调城市绿道、焦博修都市游憩带两大城市重点工程的建设，支持中心城区都市休闲旅游的建设要求，快速提升城市整体形象。加快推进中心城区社会公共资源旅游访问点的建设工作，充分挖掘工业园区、工业遗址厂房、道清铁路、焦作博物馆、英福公司等资源的旅游价值，以创意产业园、遗址公园、创意街区等多种业态形式进行恢复和再利用，激发中心城区旅游吸引力。积极发展中心城区商业购物、住宿酒店功能，完善城市商业区旅游服务功能。加快打造旅游风景道、都市有轨电车等特色交通旅游产品；科学利用焦作博物馆、英福工业展示厅等文化场所，推动剧场、演艺、游乐、动漫等产业与旅游业融合开展文化体验旅游。

重点提升城市旅游公共交通服务能力，提升旅游公交在中心城区设置站点的覆盖率，加强中心城区与景区的公共交通联系。保持旅游厕所建设步伐，稳扎稳打，保持公厕管理水平。完善中心城区旅游导引标识和服务体系，做到无指引盲区，并通过旅游公众号和网上第三方服务平台来提供线上旅游资讯服务。

切实推进中心城区绿道体系建设,以南水北调线性公园、环城郊野公园体系、大沙河新河等城市景观河道建设为重要廊道,维护城市生态机制,提升城市绿化环境。积极引导旅游共建共创工作,为个人创业、公司入驻提供财税、土地等方面的优惠政策,创造良好的营商环境,促进旅游市场化运作的快速发展。

(5) 重点项目

焦作主城游客集散中心、北部近城绿道与郊野公园、南水北调纪念公园、山阳故城遗址公园、电厂文化旅游创意园区、近代工业文明旅游线路、大沙河示范段绿地公园。

2. 沁阳市

(1) 定位目标

历史文化旅游名城,市域西部旅游门户。

(2) 发展策略

挖掘怀庆府文化、名人文化(曹瑾、朱载堉等)、历史遗迹(北大寺、天鹅湖),进行保护和开发利用,形成文化特色商业城区。发挥地理区位优势,做好承接中心城区来客和分流衔接神农山景区以及黄河沿线城区、景区的交通转运、配套服务功能,提升城市的规模以及功能丰度。

(3) 产业导向

以中心城区为建设重点,以古城商业服务区为引擎,启动老城区的保护和复兴工作。以神农山景区为景区建设重点,打造农业养生文化体验的景区特色,提升景区与城区的交通联系环境。

(4) 全域旅游创建重点

加快推进沁阳古城及其周边商业休闲项目的推进实施,大力提升中心城区的旅游服务能力和吸引力。加快推进神农山景区提升工程,加快游览观光体系恢复,逐步培育山下文化体验、演艺产品的开发和运营。加快推进城区社会公共资源旅游访问点的建设工作,充分挖掘北大寺、沁河滨河等资源的旅游价值,以文化创意园区、公园等形式进行利用,激发中心城区旅游吸引力。积极发展中心城区商业购物、住宿酒店功能,完善城市商业区旅游服务功能。加快打造旅游风景道、

都市有轨电车等特色交通旅游产品；

重点打造一条城区通往神农山景区的旅游专用公路，提升景城之间的旅游通行能力。切实推进城区公园体系建设，以沁河滨水公园和天鹅湖景观工程为抓手，维护城市生态机制，提升城市绿化环境。

(5) 重点项目

怀府古城、神农山景区提升、护城河景观整治、天宁寺及其周边风貌整治、赵寨神农本草小镇。

3. 孟州市

(1) 定位目标

特色产业旅游城市，焦作沿黄旅游带重要节点。

(2) 发展策略

挖掘自身文化特色，结合城市更新和旅游特色小镇的建设，发展城市旅游特色公园、旅游体验区块。挖掘自身产业发展特色，结合保税小镇、皮革小镇、电商小镇项目，推动产业制造和销售的升级。挖掘自身村庄特点，结合特色村落建设，发展特色乡村品牌。

(3) 产业导向

中心城区重点提升自身的交通集散以及城市服务配套功能，结合地方文化和公园体系建设，提升自身生态环境品质。中心城区东翼结合桑坡小镇和电商小镇项目落地，形成以商品市场、线上购物、物流为特点的精巧小镇发展模式。中心城区西翼以保税小镇、皮草生产为特色项目，打造服务中原城市群的特色商贸旅游区块。沿黄河区域结合农业发展特色农业旅游观光、黄河休闲度假功能。

(4) 全域旅游创建重点

加快推进桑坡小镇、电商小镇、免税小镇的实施，大力提升城乡旅游服务能力和吸引力。加快推进沿黄湿地公园建设工程，加快游览观光体系的建设，点状布局农业休闲、观光度假功能。重点打造沿黄旅游观光道，提升沿黄的旅游通行能力

(5) 重点项目

(孟州)黄河湿地公园、韩愈文化主题园、德众保税小镇、桑坡皮艺小镇。

4. 博爱县

(1) 定位目标

风景旅游目的地，市域旅游集散中心，餐饮特色县。

(2) 发展策略

结合城际高铁线及焦作西站项目的落地，引导博爱高铁站站前城区的建设和发展，发展交通转运、商旅服务、商务办公、生态社区等功能。延续城区良好的生态公园体系，打造生态文明城区。完善与焦作中心城区在交通、服务设施的衔接，提升城区基础设施建设标准。

(3) 产业导向

博爱中心城区以高铁新城为主要抓手，扩展城市旅游商贸、购物、休闲、办公等相关产业，打造旅游产业新城，衔接焦作中心城区。景区体系方面，青天河景区、丹河景区以保护自身环境为首要原则，结合村庄改造（于庄）、旅游小镇（红叶小镇、月山心舍小镇）建设项目的落地，形成环景区的旅游产业发展带。进一步突出和丰富博爱小吃餐饮的特色，培育一批旅游食品和纪念品生产加工的企业产品。

(4) 全域旅游创建重点

加快推进博爱回民街、博爱小吃一条街等商业服务设施工程的实施，大力提升城区的旅游服务能力和吸引力。加快推进青天河-丹河景区提升工程，积极培育休闲度假产业，加快推进陈旧游览设施的更新。加快推进城区社会公共资源旅游访问点的建设工作，充分挖掘博爱老街、清真寺等资源的旅游价值，以文化创意园区、公园等形式进行利用，激发中心城区旅游吸引力。积极发展中心城区商业购物、住宿酒店功能，完善城市商业区旅游服务功能。加快打造旅游风景道、小火车等特色交通旅游产品；

重点提升城市旅游公共交通服务能力，提升旅游公交在中心城区设置站点的覆盖率，加强中心城区与景区的公共交通联系。在新城建设中将花园城市的理念加以继承，维护城市原有生态机制，提升城市绿化环境。

（5）重点项目

高铁焦作西站旅游综合体、靳家岭红叶小镇、月山心舍小镇、青天河旅游小火车、于庄竹艺之乡、清化老街、伊赛牛肉工业旅游。

5. 修武县

（1）定位目标

风景旅游目的地，景城融合示范县。

（2）发展策略

依托城际铁路修武西站等交通支撑，健康引导修武西站前城区的建设和发展，突出自身千年修武的文化积淀，结合发展文化体验、文化创意产业，打造综合性文化旅游城区。完善城区与云台山景区的交通联络和功能衔接关系，做好云台旅游第一站，提供交通集散、商业服务等旅游服务功能。完善与焦作中心城区在交通、服务设施的衔接，提升城区基础设施建设标准。

（3）产业导向

中心城区丰收路以北区域，以城市更新建设为主要抓手，提升城市景观和公共服务设施服务水平。中心城区丰收路以南区域，以城市新区建设为契机，以云台国际小镇为引擎项目，逐步引导城区旅游服务功能的发展和完善。云台山景区、青龙峡景区、峰林峡景区、净影寺及其周边镇村整合资源，以“大云台景区”为品牌，形成一系列观光、养生康体、农家度假旅游产品，打造环云台山景区的旅游产业发展区域。

（4）全域旅游创建重点

加快推进云台山景区、青龙峡景区、峰林峡景区、净影寺等大云台景区和焦作·南太行旅游度假区的整合提升与创建申报工作，加快推进文化体验、文化创意、休闲度假、康养健身等产品的开发和运营。积极发展中心城区商业购物、住宿酒店功能，完善城市商业区旅游服务功能。加快推进县城云台小镇、七贤镇镇区的旅游业态及产品开发，将云台山旅游向城镇延伸，带动全域。

推进服务品质标准化，以品牌化提高满意度，以云台山旅游服务标准为基础，接轨国际旅游，建立旅游服务监督机制。推行旅游志愿服务。

重点保障县城与北部景区之间旅游交通联系，提升景城之间的旅游通行能力。提升城市旅游公共交通服务能力。推进以运粮河线性公园为核心的城区公园体系建设，维护城市生态机制，提升城市绿化环境。

(5) 重点项目

城铁修武西站旅游综合体（云台古镇）、七贤文化小镇、运粮河景观公园及文化街区、胜果寺塔历史公园、冰菊小镇。

6. 武陟县

(1) 定位目标

郑州都市休闲后花园，黄河旅游名胜地。

(2) 发展策略

重点发展武陟黄河北岸产业新城，与文化旅游功能充分结合，在满足商务办公、居住生活的同时，设置文化休闲、度假养生等旅游服务功能，打造郑州城北“后花园”。挖掘演绎嘉应观、人民胜利渠等黄河治水文化与历史遗存的旅游价值，结合黄河湿地公园生态景观建设，打造黄河沿线风景名胜云集、主题鲜明的旅游产业集聚发展区。

(3) 产业导向

武陟老城区以城市更新为抓手，逐步提升自身城市风貌和公共服务设施建设标准。武陟产业新城发展充分融合和合理利用历史文化遗产旅游资源，将黄河文化作为突破点，全力推进文旅产业、生态景观与城市建设的融合。

(4) 全域旅游创建重点

加快推进嘉应观景区提升工程，加快推进文化体验、文化创意、休闲度假、康养健身等产品的开发和运营。重点打造沿黄旅游风景道，提升沿黄的旅游通行能力。保护嘉应观、人民胜利渠等资源，建立历史遗迹文化公园。积极发展武陟产业新城商业购物、住宿酒店功能，完善旅游商业配套服务功能。

(5) 重点项目

嘉应小镇、（武陟）黄河湿地公园、西滑封麦作小镇、妙乐寺历史公园。

7. 温县

(1) 定位目标

文化旅游名县，康养度假目的地。

(2) 发展策略

挖掘中医农业文化、太极文化旅游价值，结合城区设置特色养生休闲、中医疗养、养生社区服务功能，打造养生文化城市。充分利用好陈家沟景区及其周边文化旅游设施，策划旅游游赏、度假休闲、修学康体等旅游服务产品，打造太极文化度假养生地。建立温县与焦作城区、沁阳城区的旅游绿色通道，并从产品宣传上积极与周边景区进行捆绑营销，足力引导客流。

(3) 产业导向

围绕太极文化、陈家沟景区建设和沿黄旅游开发，完善养生康体为主题的度假旅游产业体系，同步做好怀药、小麦等特色传统农业的旅游产品业态开发。

(4) 全域旅游创建重点

推进太极-黄河旅游度假区谋划规划，围绕和突出太极文化，加快推进文化体验、文化创意、休闲度假、康养健身等产品的开发。在“世界太极城·中原养生地”的市域旅游品牌之下实施系统营销。保护陈家沟原有村落状态，维护乡村肌理，建设特色小镇、开发特色农业旅游等旅游创新产品。加强沿黄旅游通道、南水北调沿线风景道建设。

(5) 重点项目

林汝高速温县段、焦作太极-黄河旅游度假区规划、太极小镇、（温县）黄河湿地公园、（麦作、怀药）国家农业公园、怀药小镇、低空飞行基地。

第三十章 旅游营销规划

一. 旅游形象宣传

1. 理念识别形象

(1) 品牌形象

世界太极城·中原养生地

(2) 宣传口号

■ 入境市场宣传口号

The hometown of Tai Chi -- Jiaozuo, China (太极故乡 中国焦作)

Taihang Mountain in China, Taiji City in World (中国太行山, 世界太极城)

针对入境游客, 宣传口号主要围绕太极文化和太行山(遗产)来进行设计, 强调焦作是中国太极之宗, 焦作的太行山是整个太行山最具有代表性的自然景观区段, 两个核心资源能够代表中国的文化、自然特点的世界级资源。

■ 国内市场宣传口号

太极功夫之乡·太行山水典藏

中原山水城·太极养生地

太行山下·太极故里

针对国内游客市场需求, 宣传口号主要从自身资源与同类旅游目的地的差异特征为主要突破口来进行设计, 强调焦作太行山、黄河水、太极拳三大旅游拳头资源, 借助深厚的国人文化意识, 打造文化旅游品牌, 培育文化产品项目。

■ 省内及邻近市场宣传口号

太行之气·太极之息

爱太极·更健康·来焦作

山水太行游 养身焦作行

太行山下，净养圣境

云台山，孩子的避暑乐园

针对省内游客市场需求，宣传口号上主要从自身资源出发，挖掘亲子游、商务游、养生游等专项旅游市场的潜力，进行更加针对性的宣传营销，培育发展更为多元的旅游产品来扩展邻近旅游市场需求。

2. 视觉识别形象

结合焦作标志性景点景观（云台黄河山水、太极图案等）、市树市花（国槐月季）等设计和推出焦作旅游的视觉形象标识，在旅游纪念品、旅游交通工具、旅游户外广告、建筑造型、景区用品等都应该加以体现，强化游客对焦作旅游的视觉记忆和认知度。

3. 行为识别形象

推广焦作云台山等景区已经形成了的规范标准，提升焦作旅游的行为形象系统。规范旅游从业人员行为，让服务成为展现焦作旅游的窗口，成为焦作城市建设的品牌工程；强化旅游管理人员和从业人员外部行为的教育和引导，加强旅游管理人员的学习，强化服务意。

二. 市场定位

优化市场区域、市场产品、游客行为方式和旅游深度，以空间圈层确定市场基本结构，以专题产品深化做透市场，改善焦作市游客结构和消费深度，打造成为国际旅游目的地。

1. 国内市场定位

国内市场重点面向周末及节假日度假休闲市场，依托高铁、高速交通，面向邻近省市居民。

稳固周边市场：省内、河北、山西、山东、安徽、江苏、陕西、湖北；重点突破京津和长三角市场；拓展机会市场：重庆、成都、南昌、长沙、福州、沈阳、

呼和浩特、乌鲁木齐、兰州、贵阳、南宁、珠三角等。

2. 入境市场定位

国际市场重点依托自身品牌营销能力,通过海外造势及内部产品、服务设施的提升来吸引游客。

近期:重点开拓港澳台、韩日、东南亚等市场,侧重山水+文化旅游产品组合;中期:在巩固近期市场的基础上,开拓欧洲、美国、俄罗斯等市场,侧重文化遗产旅游等产品线路设计;远期:在巩固已有海外市场的基础上,积极开拓其他国际新兴市场。

三. 营销推广计划

1. 网络新媒体营销

全域旅游要求目的地的旅游形象要全面渗透到各个目标市场。利用大数据、贯彻大营销的理念,及时收集信息,整合资源,建立和完善焦作旅游信息数据库、旅游官方微信公众号、官方微博等,建立“旅游网站+社交媒体+APP+在线旅游社区”的一体化网络营销体系,对各级目标市场展开营销推广活动。

(1) 纸媒广告营销

通过不断展示焦作的旅游品牌形象,在权威报纸、杂志、期刊上如《中国国家自然地理》、《时尚旅游》、《华夏地理》、《旅游天地》等投放介绍焦作旅游,特别是太极健康等主题的专栏或软文,同时也可将载有焦作旅游的杂志、报纸等作为免费订阅资料,派送至客源地旅行社、社区等,加强直接宣传;面向旅游客源市场高速公路、高铁站、机场、公交车站等位置精准投放广告宣传,扩大焦作旅游品牌知名度。

(2) 微营销

营销上针对主要客源,进行最 IN 的微营销,通过微信、微博、微摄影、微电影、微设计、微小说、微旅游、微生活等推出焦作山水生态、太极文化与乡村旅游等产品:开通焦作旅游的官方微博,每天发布当地最新最潮的旅游生活资讯;与旅游类微博大 V 合作,发布软文,利用其庞大的粉丝群来进行营销推广;开通焦作旅游微信公众账号,定期推送相关资讯,开展线上线下的活动,加强与网友的

互动；组织“太极武功”、“山水焦作”等旅游宣传片拍摄大赛，以微电影的形式进行展示评比，以此增加媒体的关注度和提高群众的参与度。与淘宝、阿里巴巴等电商平台合作，提高自身关注度；开展焦作旅游视觉标识形象、文旅商品商标设计大赛，提供设计参赛基金，提高群众的关注度和参与性；针对小规模商务群体、主妇型群体、回乡探亲访友旅游团、大中学生暑期休假群体等小微市场，推出系列优惠产品；在景区提倡“清净度假”、乡村提倡“简单生活”等旅游产品与生活方式结合的展示，营造有情趣生活之感的“微生活”进行营销，增强游客的新鲜感与好奇心。

（3） 视频直播营销

在焦作举办重大活动期间，如一赛一节、登山季等，可以对这些活动进行实时网络直播。除了与腾讯视频、爱奇艺视频、新浪视频等传统的大门户网站合作之外，还可以利用时下最流行的手机视频直播 APP，在直播的同时开通在线聊天室、实时弹幕或是幸运抽奖之类的活动，以增加主办方与网民之间的互动，扩大营销活动的受众群体，也使得营销活动更具有趣味性和可玩性。

（4） 社区论坛营销

与线下的旅游达人、杂志编辑、摄影爱好者等人士签约，邀请他们来焦作旅游。结束行程之后在蚂蜂窝、穷游网、面包旅行等旅游类网站上发布关于焦作的美图或是攻略游记等内容，用分享互动的方式来推广焦作，使焦作“世界太极城·中原养生地”的形象深入人心，以此来提升焦作的旅游知名度。

（5） OTA 营销

与携程、驴妈妈、途牛等 OTA 联合开展营销活动，开辟焦作旅游介绍的专栏；积极将焦作的旅游景点，尤其是焦作主推的太行山居、太极精品、黄河乡情等旅游线路加入上述 OTA 的旅游线路推荐当中，使焦作的酒店宾馆、餐饮等旅游接待设施加入携程、途牛等 OTA 服务商名单中；利用在线旅游服务商的价格优势，定期开展焦作旅游优惠促销活动，以推广焦作的各个旅游线路及景区。

（6） 电商平台营销

鼓励电商、农商等积极开拓互联网电商平台，兼顾线上线下共同营销。例如焦作的怀药、山货等企业加盟旅游电商平台，在互联网上实现同台营销；跨界联

合，积极开拓电商平台将成为焦作旅游营销的必然发展趋势。

(7) 活动事件营销

加强与新闻媒体、电视台联合互动，通过参与节目录制、共同举办活动的方式，加强焦作太极、怀药等文化、旅游资源宣传。积极开展媒体营销，在央视《走遍中国》、《远方的家》等栏目及境外媒体专门报道国内旅游城市的媒体中增加新闻或专题片投放，进行深度宣传报道。与当前时尚热点结合，争取与名人、知名媒体栏目合作，主动参与国内热门旅游节目、亲子节目等，争取成为时下热门的综艺节目的外景拍摄地。

2. 专项客源市场营销

(1) 康养专项市场

立足太行山生态、太极文化、怀药文化等资源，利用“旅游+”“生态+”等模式，在焦作的周边区域市场中大力推广康养旅游产品，扩大旅游消费。积极开发中医药养生旅游等康养旅游产品，在云台山、青天河、陈家沟、嘉应观等景区和北部浅山区、中部南水北调走廊、南部沿黄滩区等，规划建设一批集创意、博览、休闲、养生、养老等功能于一体的焦作康养旅游基地，并将目标主要针对老年人平时养生、中青年周末减压等市场，策划入社区、进企业的针对性促销宣传，打开焦作康养旅游的市场格局。

(2) 农旅体验专项市场

怀药生产加工、小麦劳作体验及深加工等可以打造成为旅游产品。焦作农旅产品的设计可以包括旅游吃、住、行、游、购的方方面面，通过打造怀药和麦作为核心的黄河农作体验类旅游产品，带动农产品的销售。要将焦作的农旅产品打造成为具有高知名度和极具特色体验的旅游产品。麦田景观、农田劳作、怀药加工、养生保健等、民间故事传颂表演、制作工艺体验、民宿体验等等，都属于农旅产品营销突破的重中之重。

(3) 户外运动专项市场

1) 以赛事节庆为龙头打造户外运动旅游知名品牌

“体育搭台，旅游唱戏”成为当前多数户外运动开发的根本动力和目标，户

外运动赛事和节庆的举办可以为焦作宣传户外旅游文化和品牌提供优质平台，拉动相关产业，带动地方经济的发展。焦作可通过太行山山地自行车大赛、体育嘉年华、漂流节、户外营地观星等活动，吸引人气，并在活动后充分利用活动效应加强大众户外运动的开发和宣传，形成品牌效应。

2) 创新营销模式，开展跨界营销

在户外运动遍地开花的新形势下，户外旅游再去策划举办形式陈旧、内容单一、互动性差、热议少的活动，只会空耗钱财而毫无用处，只有通过跨界整合、持续创新，才能使主题活动成为品牌腾飞的重要助推剂。一项好活动可以快速提升品牌知名度和美誉度，强化其在产业链的影响力。好活动需要制造话题、持续炒作，这样才能吸引媒体和用户的关注，并形成广泛热议和口碑传播。通过创新思维可以产生非常多的好话题，而跨界是最有效的方式。户外产业关联广泛，可以充分与旅游、休闲、体育、汽车、时尚进行跨界整合，扩大受众群体。

(4) 避暑康养旅游市场营销突破

精准针对夏季避暑养生市场，开展焦作旅游进社区活动。针对夏季避暑养生的中老年主力市场，在郑州、洛阳等周边重点客源市场社区开展“焦作旅游进社区”活动，以“避暑”“养生”为主题，通过视频播放、宣传品宣传册发放、现场咨询等形式推广，逐渐稳步拓展扩大中老年养生避暑养生市场。针对个性主题游的暑期学生市场，大力开展“微营销”。据市场调查，80%的年轻人青睐主题出游，喜欢通过攻略游记选择出行目的地。针对这一群体，焦作旅游官方微博微信可推出专门针对暑期学生市场的避暑旅游线路，并提供一系列旅游攻略，配合相应的优惠活动，吸引学生市场。

(5) 自驾车专项市场

汽车营地、帐篷营地、户外营地等的建设未来将会是焦作全域旅游的特色与亮点，应全方位进行营销宣传。首先，构建专门吸引自驾游客的专业特色营销体系，如特色的房车营地等，是景区未来拓展和吸引自驾游客的特色宣传。其次，结合各色旅游节庆、汽车营地车友会等活动，通过网络、电视广告、标志标牌、广播等多途径进行全方位宣传；重点通过交通广播电台、车友网群等宣传。联合周边自驾旅游目的地，开展联合自驾旅游活动。与南太行周边自驾车旅游目的地

合作，联合推出自驾旅游活动，使游客在自驾的同时，穿山过河，走山越野，领略焦作太行黄河魅力。

四. 节庆营销

焦作境内生态山水、太极文化、优质农特产以及养生中草药等生物、产品资源也极其丰富。挖掘焦作特色资源，开展节庆营销具备良好的基础。立足河南旅游业整体发展实际，根据焦作资源、区位、市场、特定客源等条件，策划发布“两大品牌、四季节庆、多项赛事、一台演出”为系列的节庆活动。

1. 两大品牌节庆

(1) 云台山国际旅游节

进一步做大和提升云台山国际旅游节的影响力，将云台山景区、周边民宿以及西云台的度假旅游等资源产品都纳入其中，策划文化、艺术、民宿等特色主题，不断推进和落地文化旅游与服务设施的建设，加大旅游公共服务体系配套，优化提升旅游发展环境，将云台山国际旅游节作为展示焦作旅游发展和形象的窗口，持续提升焦作旅游产品的竞争力和旅游影响力。

(2) 中国·焦作国际太极拳交流大赛

做大太极拳比赛活动，贯穿整个焦作。抓住太极拳申遗的契机，做好事件营销。邀请各个国家和地区的太极拳权威人士和爱好者参加，以赛事为平台，更深层次、更大范围的宣传焦作及赛事所经地区的自然风光、风土人情等，进一步扩大焦作太极拳故乡的国内外影响力。增强与各大媒体的合作宣传，与央视、旅游卫视、腾讯、爱奇艺等电视、网络频道等进行同步直播。

2. 四季节庆

做长焦作可游时间段，组织四季节庆活动，丰富旅游活动，做好节庆营销活动。

表 22 四季节庆活动策划表

季节	节庆活动	举办地	主题特色
春季 (3-5月)	云台山音乐节	云台山景区、七贤文化小镇	魏晋国风民乐演出
	赏花节	青天河等景区	樱花、桃花等
	“春满田园”乡村旅游季	全市各乡村旅游点	赏花、踏青

	工业旅游周	中心城区	“百年焦作”文化论坛
	户外运动嘉年华	北山城郊游憩带、云台山-青天河景区	徒步、自行车、山地自行车等
夏季 (6-8月)	避暑纳凉季	北部南太行山各景区	观光度假+避暑旅游
	民宿节	修武民宿产业带为主	民宿大会、避暑度假
	水狂欢嘉年华	丹河峡谷景区	漂流、户外营地
	养生论坛	神农山、怀药小镇等	轮流举办地, 特色主题
秋季 (9-10月)	“一赛一节”	大云台、太极-黄河旅游度假区、太极小镇	体验产品的深度融合, 提升国际化水准
	红叶摄影大赛	青天河靳家岭、龙翔山等地	秋景为主题的采风
	“丰收金秋”乡村旅游季	农业公园、乡村旅游示范点	林果采摘、农作体验
	美食节	博爱县城、中心城区	特色餐饮、传统小吃
	全民健身节	北部山区、城郊游憩带	马拉松、自行车赛
冬季 (11-2月)	冰雪节	北部山区	冰雪雾凇等景观游赏
	祈福迎新活动	净影寺、月山寺等地	新年祈福撞钟、庙会
	怀府文化旅游月	怀府古城	民俗文化活动展示

此外,在焦作影视城、陈家沟村与太极小镇、嘉应观等景区和旅游区常年四季的举办主题式的节庆,丰富旅游活动,以达到增加全年节庆时间均匀分布和延长旅游时间的目的。

3. 多项赛事

结合焦作体育设施建设,组织体育赛事,并积极争取国际影响力的体育赛事在焦作举办。每年常规化组织筹划比赛赛事,结合城市山地地形可组织举办越野马拉松、山地自行车、定向登山等赛事;进一步扩大太极拳交流赛、邀请赛的影响力;积极组织和创新民俗文化类赛事活动,如苏家作龙灯表演赛、麦作收割比赛等。

4. 一台演出

积极推进焦作太极品牌主题演艺的策划工作,委托国内外著名团队进行太极品牌的故事、演艺和舞台舞美等策划,通过打造一台太极主题文化的大型演出,来给游客带来视觉感官强记忆和美轮美奂的享受,真正成为焦作太极旅游的名片和必选产品。

五. 其他营销方式

1. 淡季突破

注重传统淡季、非节假日时段旅游产品以及夜间旅游产品的开发,充分利用

市域内特色各异的四季旅游资源，创新挖掘旅游产品潜力与市场潜在旅游需求。大力发展受季节限制较少的文化旅游产品，重点提升民俗旅游（如陪嫁庄、苏家作乡村旅游等）、历史文化旅游（怀府古城体验游、“百年焦作”工业文明游等）、健康养生旅游（怀药之旅等），开发高品质的大型演艺、休闲街区等夜间旅游产品，满足游客夜间休闲需求。充分利用淡季期间的各种节庆进行营销，争取全年不淡。

2. 体验营销

旅游项目的成功，离不开对市场的把脉以及能够一刀切中要害的产品营销模式。为贯彻于整个焦作旅游开发中，覆盖所有设计产业的营销策略，根据焦作的森林观光、山地度假、文化体验、运动养生、乡村休闲等产品采用体验式营销策略，可以针对中原城市群的艺术、体育、企业家、教师、外国人等群体推行，根据他们的喜好和意愿做好软性服务和硬件个性化设计，为他们创造独特的休闲度假空间，吸引相应群体重复性地到焦作来体验或消费。

第六篇

示范区创建与行动计划

第三十一章 全域旅游示范区创建

2016年10月以来，焦作市委、市政府强力推进创建工作，并按照《国家全域旅游示范区创建工作导则》和《国家全域旅游示范区创建认定标准（征求意见稿）》，结合焦作市实际制定了《焦作市创建国家全域旅游示范市工作方案》。焦作市在全域旅游创建过程中，动员部署及时到位、规划编制扎实推进、重点项目顺利推进、公共服务日臻完善、宣传促销方兴未艾、体制机制创新有序推进，取得了阶段性的成果。

2018年8月，国家文化和旅游部在前期示范区创建工作情况的调查基础上，制定了《国家全域旅游示范区（暂行）管理办法》（征求意见稿）、《国家全域旅游示范区认定整体要求和验收细则》（征求意见稿），对下一步全域旅游示范区的创建等工作做了安排部署。

因此，根据最新的办法要求，焦作在继续深化和全面完善创建全域旅游示范区的过程中，需要调整策略、落实任务并制定重点工程实施计划。

一. 策略思路

思路，全域旅游示范区验收认定工作从县级创建单位开始，焦作市原则上要辖区70%以上县（市、区）创建单位通过验收后方可提出验收申请。因此，全市的创建工作思路调整为“抓县推市，县级突破，市级收官，整体推进”。

目标上，分“三步走”：第一步，2019年修武县通过验收、博爱县申请验收，其他县市区申报并进入创建单位名录；第二步，2020年博爱县、沁阳市、温县、武陟县通过验收，孟州市、山阳区、解放区、中站区、马村区做好迎验准备；第三步，2021年孟州市、解放区、山阳区、中站区、马村区通过验收，焦作市申请验收并顺利授牌。

方式上，将县（市、区）作为全市创建工作的主体和突破口，集中力量抓好县级单位的创建工作；焦作市级创建侧重做好顶层设计、大事统筹、督导考核等，确保全市创建工作整体推进。

二. 主要任务

第一，创新体制机制。建立党政统筹、部门联动的全域旅游领导协调机制，重点在县（市、区）层面上有所突破，实现由单一的旅游行业管理向旅游产业促进、综合协调服务、统筹多部门联动转变。积极推进各项旅游配套机制的建设和落实，建立起运行有效、成效显著的旅游综合管理体制。

第二，健全政策保障。以旅游业作为焦作经济社会发展支柱产业为定位目标，在经济社会发展规划和城乡建设、土地利用、基础设施建设、环境保护等相关规划中制定综合性支持政策和创建工作实施方案，在涉及旅游发展的重大项目建设上得到实效。全面贯彻落实和组织实施《焦作市全域旅游发展总体规划》。

第三，提升公共服务。旅游集散中心、信息服务中心与旅游数据中心等建设与功能完备，提供健全有效的咨询服务、信息服务、便民服务。景区停车场、汽车营地等自驾游、自助游服务体系完善，厕所革命达标。重点完善焦作城市旅游服务设施建设和交通体系建设以及乡村旅游基础设施较为薄弱的地区的旅游公共服务配套。

第四，优化产业体系。坚持融合发展、创新发展，丰富旅游产品，增加有效供给。全面推动以“旅游+”为模式的整体产业的变革和发展。加快形成南太行山生态休闲旅游、黄河太极文化旅游、怀药养生度假旅游等相协调发展的焦作全域旅游产业结构，打造国家级旅游品牌。

第五，做强市场影响。实施整体营销，凸显“世界太极城·中原养生地”的焦作旅游目的地品牌形象。建立多层次、全产业链的焦作旅游品牌体系，利用政府与企业联合搭台、多方参与的全域旅游营销新格局，打造完整、特色鲜明、识别度、知名度高、市场感召力强的焦作旅游新形象和市场新认知。

第六，改善市场秩序。结合焦作旅游行业“红黑榜”制度，进一步推动焦作市旅游监督管理和投诉受理机构的一门式服务窗口建设，提升游客满意度。确保没有重大有效旅游投诉事件。

第七，推进创新示范。积极破除全域旅游发展的瓶颈和障碍，整理和出台一批解决焦作旅游业长期发展问题的突破性、实质性措施，以改革促发展，重点

围绕文旅融合、城旅融合、景区体制机制等关键重要问题，制定全域旅游发展的示范性创新举措。

第八，落实安全保障。建立完善、健全的旅游安全和资源环境保护机制制度，杜绝较大以上级别旅游安全生产事故、重大生态环境和文化旅游资源等破坏事件以及产生重大负面影响等其他事件的发生。

三. 重点工程

1. 全域旅游管理体制改革工程

建立党政统筹抓旅游的领导机制，成立焦作市全域旅游工作领导小组，明确领导责任、工作机制、决策机制以及督导考核制度；对涉及创建、申报、验收过程中的重要事项实行一事一议；定期召开工作推进会议，重点解决县（市、区）在创建过程中的实际困难和问题，确保全市创建工作整体推进。

纳入创建示范的县（市、区）作为创建工作的主体，要成立专门的创建工作领导小组部门，将全域旅游示范区创建工作纳入经济社会发展全局，列入党委、政府目标考核范畴。

做好顶层设计，积极推进旅游体制机制改革创新，组建由涉旅各相关部门参与的全域旅游协调保障机构，统一对外服务窗口和咨询投诉电话等，赋予其产业促进、综合监管、政策协调等职能；建立旅游综合执法体系，包括旅游警察、旅游巡回法庭和工商旅游办事窗口；逐步理顺云台山等景区的管理体制，使旅游体制机制改革适应旅游市场良性发展需求。

2. 全域旅游发展政策扶植工程

出台焦作市国家全域旅游示范市建设发展综合性政策文件和实施方案，焦作市以及创建单位的各县（市、区）发改、财政、公安、交通、城建、国土等相关部门出台支持配套全域旅游发展的专项意见。争取国家、省级层面支持旅游发展的改革政策在焦作先行先试，成为示范样板。

积极争取国家、河南省旅游发展资金支持，以旅游产业专项资金为引导，推动财政资金、民间资本、金融资金和外商资金“四轮驱动”开发旅游产业。建立

社会与民间资本参与旅游公共服务设施建设的机制。构建整合各类资金投入旅游的平台和载体，逐步建立多元化投融资机制，支持和培育各级各类重点旅游集团。

3. 全域旅游规划和创建实施方案工程

指导和督促各县（市、区）创建单位按照全市总体规划做好各自的规划统筹工作。对各县（市、区）的全域旅游发展以及重点建设项目落实各级规划的编制评估与实施工作，加紧落实基础设施、城乡建设、土地利用、环境保护等各项规划内容，并与景区、城乡各类其他规划进行协调，明确旅游发展空间与用地。

制定全域旅游示范区创建工作实施方案，明确创建工作进度安排和部门任务分解表，配套督办考核措施。制定旅游产品开发、公共服务、营销推广、市场治理等专项规划、实施计划或行动方案。

4. 旅游要素设施与公共服务完善工程

大力提升中心城区旅游服务设施和环境建设水平。以旅游厕所的建设带动旅游基础设施的建设，特别是乡村旅游基础设施较为薄弱的地区。以创建工作为契机和抓手，有计划按步骤地开展“特色餐饮”、“品质住宿”、“便利交通”、“舒适游览”、“精彩消费”等季度或年度提升工程，全面推动焦作旅游在吃、住、行、游、购、娱等各项要素和基础设施上的完善。

构建便捷的旅游交通网络与服务平台，提升优化连接周边郑州、洛阳、晋城等主要客源城市的旅游交通导向标识与旅游景观，打通城景间的旅游交通廊道。完善市域各旅游点之间的旅游公共交通线路和自驾游服务设施配套。完善清晰的交通标识系统以及集散咨询服务体系，打造独具焦作特色的旅游服务站点。

推进焦作智慧旅游的进程，建设焦作市旅游信息服务中心、焦作市旅游数据中心等服务平台，对各景区、旅游点实施智慧监管。进一步开发和建设覆盖焦作全域的咨询、导览、导购、导航和分享评价等智能化的旅游服务系统。加大与互联网旅游推介平台的合作，开发个性化的私人定制旅游服务产品。

5. 康养旅游业态品牌打造工程

以“世界太极城·中原养生地”为品牌，依托焦作市沿黄河特有的太极、“四大怀药”等文化、自然资源，谋划建设集太极养生、食疗养生、医疗康复、温泉

疗养、休闲度假等为国家级旅游度假区、湿地公园和全国中医药健康旅游示范区、示范基地和示范项目等建设。强力开发中医药特色旅游线路、中医药特色旅游商品以及怀药膳食主题酒店等，培育一批中药科技农业、名贵中药材种植等与旅游相关的养生体验、观赏基地，尽快形成焦作独特的旅游养生品牌，打造中原养生地，以养生吸引游客，留住、留久游客。

6. 中心城区旅游发展提升工程

依托百年焦作工业文明遗址，进行旅游创意规划设计，尽快形成百年焦作工业文明体验游线路。依托南水北调城区段绿化带和山阳故城遗址，建设中心城区环城绿道，串联城市中的主要公园、广场等公共绿地。依托基础较好的和平街、大杨树街、摩登街、壹里洋场等街区，尽快形成餐饮、购物、娱乐等多业态集聚的旅游休闲娱乐街区，并丰富夜生活，培育夜经济，努力留住游客。

7. 特色小镇与美丽乡村建设工程

通过对乡村地区进行产业支撑、环境整治和基础设施建设，整理其旅游环境，建设以云台小镇、太极小镇、保税小镇等为代表的特色小镇，以及寨卜昌村、莫沟村、九渡村、当阳峪村等美丽乡村和旅游特色村落，形成焦作乡村旅游亮点和名片，并具备吸引力，使之早日出现游客流、消费流，填补焦作全域旅游中乡村旅游的不足之处。

8. 特色旅游产品打造工程

发展壮大以“四大怀药”、绞胎瓷、山阳刺绣、檀溪堂漆器等特色农产品、手工艺品、文化衍生品为主的旅游商品与旅游购物服务业，逐步将焦作闲街、怀庆药都培育成为旅游特色购物街区。培育“怀川味道”特色餐饮品牌，推广提升焦作名优特色小吃，努力将修武五里源松花蛋、沁阳怀府驴肉、博爱浆面条、武陟油茶、孟州混浆凉粉、中站老末卤肉等特色食品做成品牌。

9. 市场全面整治工程

完善旅游投诉统一受理机制和12301旅游投诉平台的功能；开展旅游市场联合执法，严厉打击非法经营、零负团费、黑车黑导和价格欺诈、强迫游客消费等行为。大力推进旅游标准化建设和培训，积极开展焦作市旅游行业“五比一创”

（比管理、比服务、比提升、比创新、比环境、创建标准化旅游企业）服务质量竞赛活动，打造旅游服务品牌。落实旅游安全责任制，完善旅游服务标准体系，加强文明旅游宣传。

10. 全民共建共享工程

推动公共文化设施的免费开放和社会资源旅游访问点建设。大力实施乡村旅游扶贫富民工程。落实对特殊群体减免门票等优惠政策。成立旅游志愿者服务队伍，鼓励支持旅游院校、公益组织、社会团体、本地居民等多元主体参与。

第三十二章 三年行动计划

一. 分年度目标

表 23 近三年焦作全域旅游发展分年度目标表

年度	目标	行动要点
2018	明确全域旅游发展目标举措和示范区创建计划 组织部署焦作市全域旅游发展和示范区创建推进工作,推动市、县各级政府各部门达成共识和协作机制。	编制完成全域旅游总规 推进重大项目规划建设 <input type="checkbox"/> 提升旅游公共服务配套 <input type="checkbox"/> 统筹城乡旅游发展环境
2019	提升全域旅游发展质量 全面实施“旅游+”战略,全面完善全域旅游指标要求,全面提升旅游品质,增强综合竞争力; <u>修武县通过全域旅游示范区验收。</u>	<input type="checkbox"/> 培育龙头构建核心吸引力 <input type="checkbox"/> 结合供给侧改革创新产品 <input type="checkbox"/> 打通产业链实现融合发展 <input type="checkbox"/> 优化全要素提升服务品质
2020	基本形成全域旅游格局 拓展全域发展空间和产品项目体系,全面改善旅游环境,充分发挥旅游产业带动作用,全面形成全域旅游发展格局; <u>博爱县、沁阳市、温县通过全域旅游示范区验收,武陟县、孟州市、山阳区、解放区做好验收准备工作,为 2021 年焦作市申请通过验收奠定基础。</u>	<input type="checkbox"/> 市场品牌影响力大 旅游产品吸引力强 <input type="checkbox"/> 旅游空间全面拓展 <input type="checkbox"/> 相关产业深度融合 <input type="checkbox"/> 产业要素体系完备 <input type="checkbox"/> 城市旅游形象鲜明 <input type="checkbox"/> 文明旅游环境共享

二. 体制机制与政策保障三年行动计划

为确保全域旅游工作顺利开展,在体制机制与政策保障上,焦作市要积极组织协调、统一领导,各部门各负其责、密切配合。根据全域旅游总体规划的安排和阶段目标计划,围绕重点任务和重点项目建设,各部门要做好相应部署和安排,积极完善相关政策和措施,共同推进。

表 24 体制机制与政策保障三年行动计划表

序号	核心任务	主要内容
1	建立全域旅游发展和示范区创建专门领导部门	全面贯彻落实和组织实施《焦作市全域旅游发展总体规划》,指导和督促各县(市、区)创建单位按照全市总体规划做好各自的规划统筹工作; 加强与招商局、发改、国土等职能部门协作,理顺和推进全域旅游重大旅游项的招商、立项、项目审批等一系列工作的流程机制; 加强与国内大旅行社、演艺公司及其他相关旅游服务供应商的合作,推动旅游项目营销、赛事开发等旅游产品的升级工作;

2	建立协调机制	市全域旅游协调会议机制	建立健全旅游质监网络，形成旅游案件快速反应机制，及时处理旅游投诉案件，提高旅游质量管理水平。
		全域旅游项目立项审批机制	通过周期性的市全域旅游协调会议的形式将涉及全域旅游的跨市域、区县大尺度项目以及牵涉多个行政管理部门的综合性项目进行市域层面的统筹协调，解决项目推进中遇到的核心矛盾和问题。
		全域旅游工作考评机制	理顺全域旅游项目从招商立项到后期竣工运营的整个项目周期流程，形成与之相对应的流程机制，明确各行政部门的相关工作职责，方便项目落项事实。 在市域旅游工作机制建立的基础上，针对各县（市、区）创建单位实行目标管理，签订责任书，列入政府目标考核，形成针对各相关部门的全域旅游行政工作考评机制，通过该机制督促和监督各行政部门的主动性，并且科学评价全域旅游各部门的工作贡献度。

三. 重点产品项目建设三年行动计划

主要包括传统旅游产品的改造提升、旅游产品结构的优化和体系的完善以及旅游精品工程建设等。

表 25 重点产品项目建设三年行动计划表

序号	所在县市	项目名称/位置	项目简介	2018	2019	2020
1	中心城区	南水北调城市公园与景观带	南水北调工程两岸公共景观绿化建设	√	√	
		南水北调骑行道	南水北调沿线自行车道及附属服务设施、场地建设	√		
		南水北调纪念馆	南水北调文化展示设施		√	
		“百年焦作”工业遗产游	重点历史文化节点改造与游线设计	√	√	√
		社会资源寻访点旅游配套建设	标识标牌与线路设计、配套产品引导开发	√	√	√
		太极拳国际交流大赛	太极拳国际交流比赛赛事	√	√	√
		英福公司遗址博物馆及矿址公园工程	近代矿业文化遗址公园			√
		圆融寺	圆融寺文化升级改造		√	
		新河城市休闲商务区	城市商旅综合体与配套服务		√	√
		城北郊野公园	影视城-缝山公园间			√
		北山城郊旅游慢道	中心城区段步道、绿道、骑行道等规划建设	√	√	√
2	修武县	云台国际小镇	结合修武站建设文化旅游体验设施	√		
		云台天阶旅游综合服务区	云台山旅游服务设施重点整治提升	√	√	

		运粮河商业休闲区、景观公园	结合城市更新改造,将运粮河区域打造成为老城区的旅游吸引点	√	√	
		太行山居民宿	对现状南太行特色民宿进行统一产品品牌打造,形成太行山居产品系列	√	√	√
		国家登山建设步道与北山城郊旅游慢道	修武段步道、绿道、骑行道等规划建设	√	√	√
3	博爱县	焦作西站旅游公共服务配套	高铁站点、城市旅游交通集散工程	√	√	
		青天河小火车	青天河旅游特色小火车		√	
		博爱旅游集散中心	集合焦作西站建设综合性交通集散设施		√	
		博爱美食街工程	集合清化老街更新升级服务设施水准,打造博爱美食一条街		√	
		博爱回民小吃一条街	回民小吃集中地,美食爱好者必玩地		√	
		月山心舍小镇	结合月山寺建设文化休闲体验场所			√
		靳家岭红叶小镇	结合现状红叶旅游市场,建设配套服务设施			√
		国家登山建设步道与北山城郊旅游慢道	博爱段步道、绿道、骑行道等规划建设	√	√	√
4	沁阳市	怀府府衙博物馆	结合怀府古城府衙建设博物馆设施,展示怀庆古城文化	√		
		天鹅湖景观提升及湖滨湖商业街区	结合天鹅湖沿湖景观,打造仿古特色风貌商业区	√	√	
		西万镇森林公园	恢复北山生态,融入南太行旅游发展带	√	√	
		国家登山建设步道与北山城郊旅游慢道	沁阳段步道、绿道、骑行道等规划建设	√	√	√
5	孟州市	德众保税小镇	结合保税区建设以保税购物为主要吸引物的特色小镇项目	√	√	√
		黄河风景道	新孟路、沿黄公路和黄河大堤慢行通道改造提升		√	√
		黄河湿地公园	结合黄河湿地打造公共建设步道、场地和旅游体系			√
6	武陟县	嘉应观田园综合体	嘉应观文旅综合项目,打造焦作吸引郑州市市场门户		√	√
		麦作国家农业公园	集合武陟自身农耕文化点以及西滑封产业特点,打造农业文化主题特色旅游公园		√	
		黄河风景道	新孟路、沿黄公路和黄河大堤慢行通道改造提升		√	√

		黄河湿地公园	结合黄河湿地打造公共建设步道、场地和旅游体系			√
7	温县	陈家沟景区升级工程	陈家沟旅游设施建设基本完毕,对旅游活动进行策划及演艺运营工程进行推进		√	
		黄河风景道	新孟路、沿黄公路和黄河大堤慢行通道改造提升		√	√
		黄河湿地公园	结合黄河湿地打造公共建设步道、场地和旅游体系			√
8	焦作市域	历史文化名村与传统村落建设工程		逐年推进		
		美丽乡村与乡村振兴示范点建设工程		逐年推进		
		乡村旅游道路建设工程		逐年推进		
		乡村旅游标识系统工程		逐年推进		

四. 系统营销三年行动计划

通过建立重要目标市场的抽样调查模型,制定重点市场的旅游营销方案,设置以市场细分为基础的专业化市场营销网点,完善市场营销绩效评估体系等工作,用三年时间建立高效的旅游目的地营销体系。

表 26 系统营销三年行动计划表

序号	营销项目	项目简介	
1	云台文化营销计划	云台山国际旅游节	一年一度旅游节庆活动,组织城市节庆活动,并筹划优惠套票等吸引活动
		云台山民宿大会	组织一年一度的民宿大会,形成太行区域具有影响力民宿产业论坛
2	太极文化营销计划	太极文化发展国际会议	组织国际太极研讨大会,并策划与之相关的文化游演活动
		太极国际交流大赛	组织年度国际太极拳交流比赛,切磋拳技
3	引爆节庆营销计划	圆融寺春节迎新	组织圆融寺新年钟声、头香活动
		焦作影视城营销工程	通过影视作品影响力提升焦作文化知名度
		青天河红叶营销工程	扩大青天河红叶知名度,吸引摄影摄像、家庭活动等游客客群
4	营销途径计划	神农山百草踏青营销工程	以神农百草文化为依托,组织面向青少年普及中国传统文化的教育科普活动
		电视广告营销工程	在核心电视媒体进行周期性广告宣传
		电视剧影视营销工程	通过电视剧、电影炒作旅游话题,形成引爆点
		线上媒体营销工程	通过线上 app、自媒体,推广休闲养生、科普亲自等专项旅游产品

五. 基础配套与服务提升三年行动计划

为达到全域旅游的发展目标，改善城市基础设施，进一步提升服务水平与能力。在城市建设中充分考虑旅游发展的功能需求，将涉及旅游的基础设施项目列入全市的年度建设计划，逐步加以完善。

表 27 基础配套与服务提升三年行动计划表

序号	重点方面	主要内容
1	加强自然和文化生态保护	①中心城区南水北调、大沙河、新河，沁阳天鹅湖，修武运粮河等河道及水利工程，打造城市滨水景观空间，增强城市生态活力，优化绿化景观和旅游设施布局； ②结合城市公园建设，增加旅游活动项目内容； ③推进近城郊野公园和绿道建设； ④对城市紫线范围内重要的街区和文保单位，加强保护修复与利用研究。
2	完善旅游服务功能	①严格按照焦作站南广场设计方案进行施工和运营；并加快推进焦作西站及其站前城市发展区域的规划设计，完备交通集散、商旅服务、购物休闲等多方面的城市功能需求，确保火车站、汽车站旅客和本地居民便捷的通达性，开设覆盖所有焦作主要景区的旅游公交接驳线路； ②在火车站出口通道内、汽车站、南广场游船码头设立旅游咨询中心，其中火车站的主咨询中心面积不小于 200 平方米。完成全市咨询中心中心站、服务站、信息亭、展示点的服务点设置； ③开设连接城乡的旅游专线车和城市旅游观光车线路； ④制订、设计并实施标准化的旅游资源、旅游景区、旅游服务点（住宿、餐饮、购物等）的标识系统，建立遍及城乡的中外文道路标识指示系统，形成体系化的标识牌类型。
3	优化旅游环境	①推动“旅游进社区、旅游进企业、旅游进学校、旅游走进千家万户”活动，鼓励居民善待旅游者，在公共秩序、环境卫生、标志设置、问路咨询、社区建设等各方面进行广泛教育； ②完善出租车服务质量信誉考核体系，提供优质、便捷的出租车服务； ③完善城市卫生医疗体系，制定游客紧急求援体系，加入 SOS 救援体系； ④构建便利的游客支付体系，打造焦作旅游一卡通，为国内外旅游者提供各类交通、餐饮、住宿、购物、娱乐、景点游览等各项服务的多功能城市一卡通，同时加大信用卡 POS 机刷卡的网点布放力度，加快构建外币兑换服务体系； ⑤实施旅游厕所升级改造工程，推进旅游厕所在地区间、城乡间、景区内合理布局，提高厕所建设质量，健全厕所管理体制，推广厕所科技应用，提升厕所文明水平，新建或改建旅游厕所按照《旅游厕所质量等级的划分与评定》标准达到 A 级或以上标准；结合市政改造，做好重点特色街区旅游厕所提升、公共单位厕所对外开放等工作。

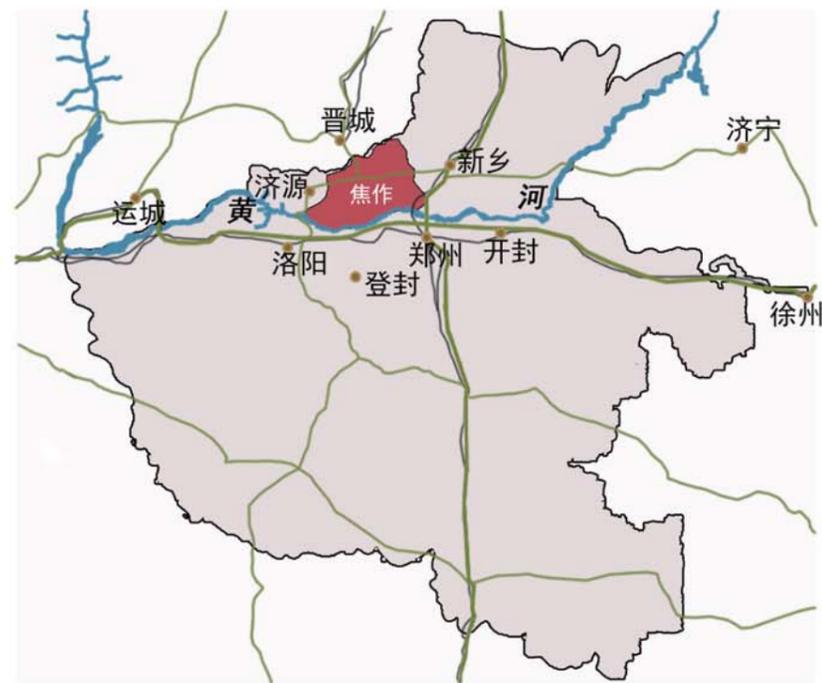
规划图纸

图纸目录

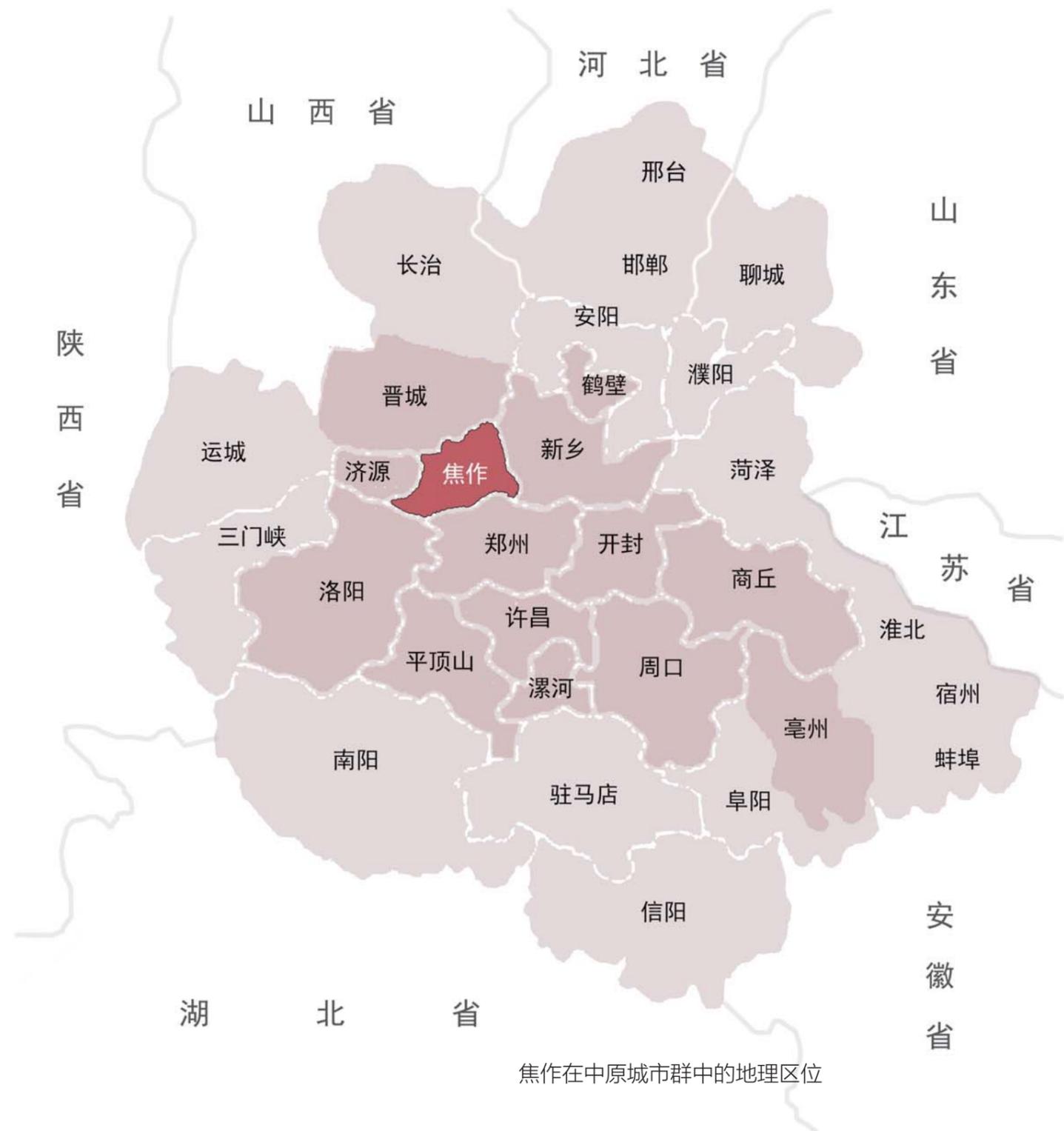
- 01 区位分析图
- 02 交通区位图
- 03 相关规划图
- 04 旅游资源现状图
- 05 旅游市场分析图
- 06 旅游空间结构规划图
- 07 旅游城镇体系规划图
- 08 景区提升规划图
- 09 乡村旅游规划图
- 10 旅游交通规划图
- 11 旅游公共服务设施规划图
- 12 旅游重点项目规划图-山水田园类
- 13 旅游重点项目规划图-文化类
- 14 旅游重点项目规划图-康养类
- 15 旅游重点项目规划图-其他类
- 16 游线规划图
- 17 市区重点项目规划图
- 18 近期重点项目布局图



河南省在中国的地理区位

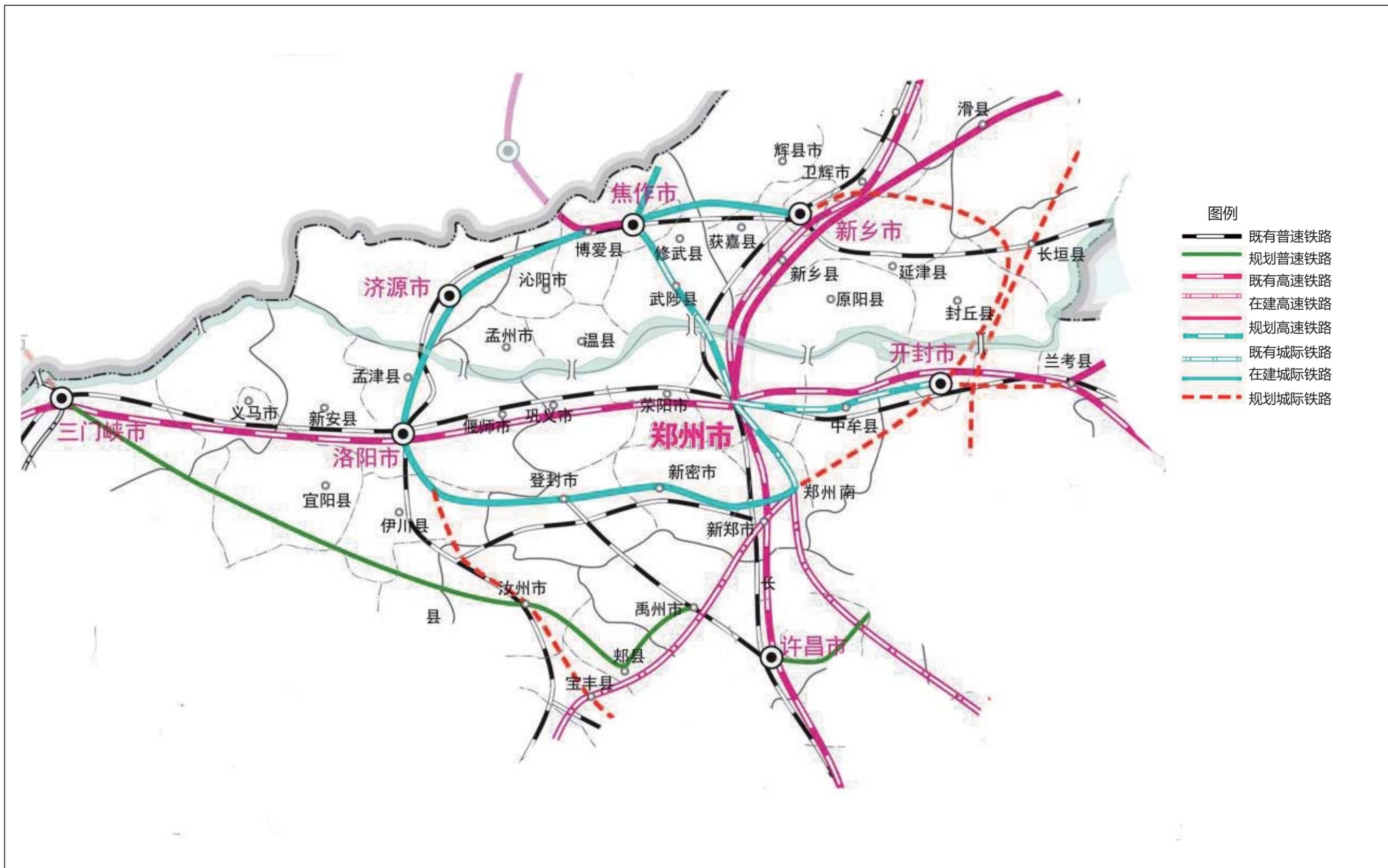


焦作在河南省的地理区位

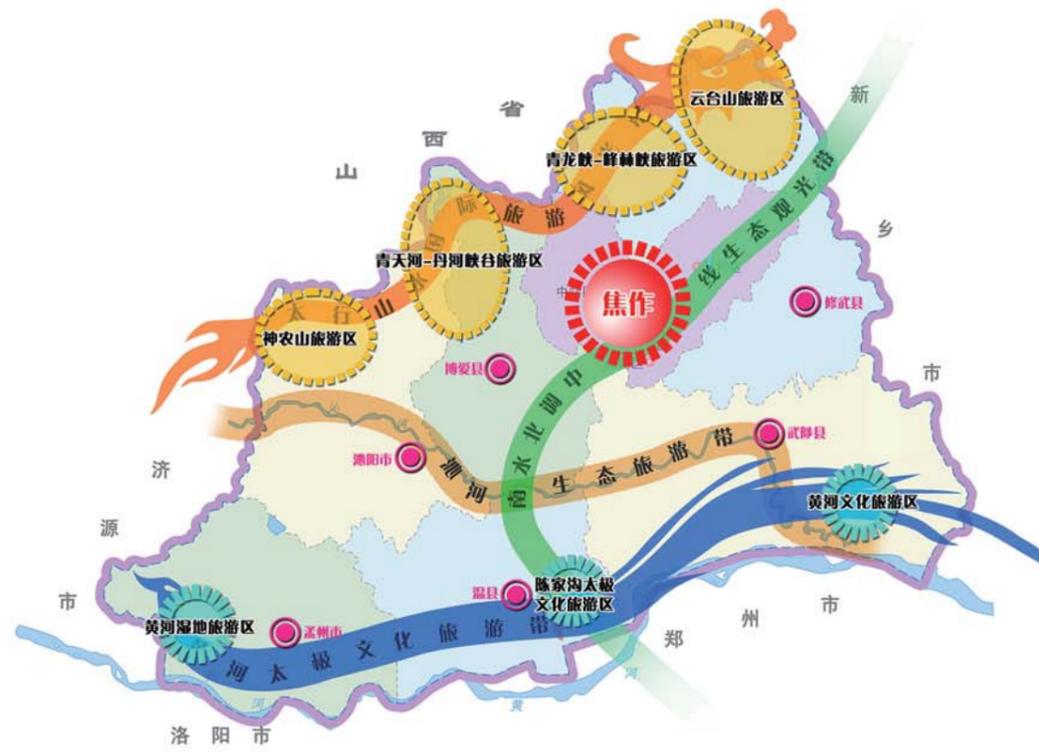


焦作在中原城市群中的地理区位

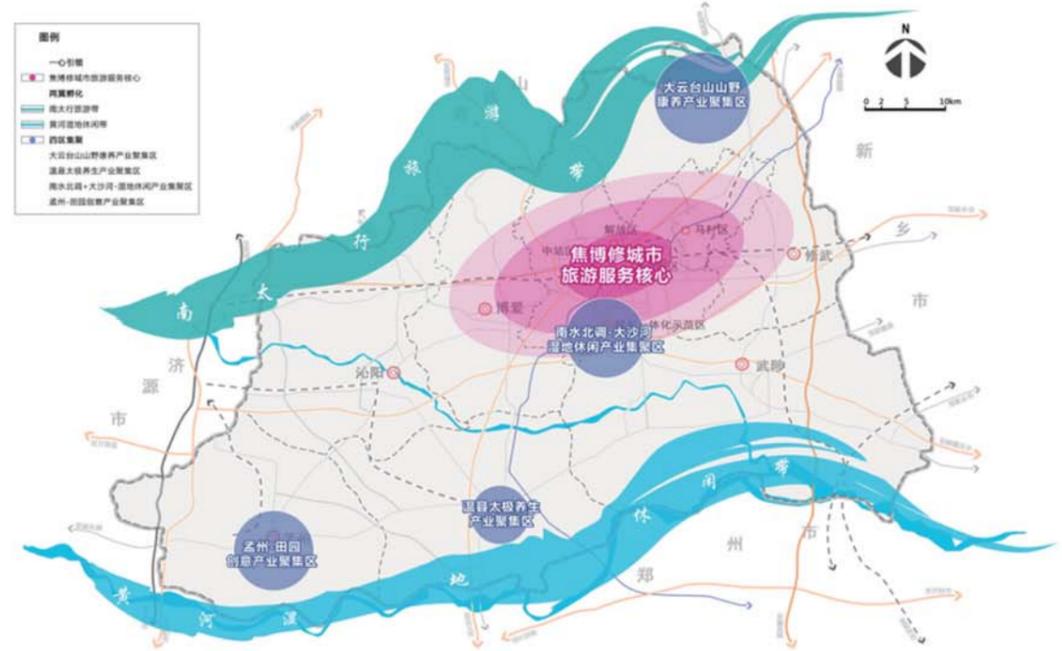
01 区位分析图



02 交通区位图



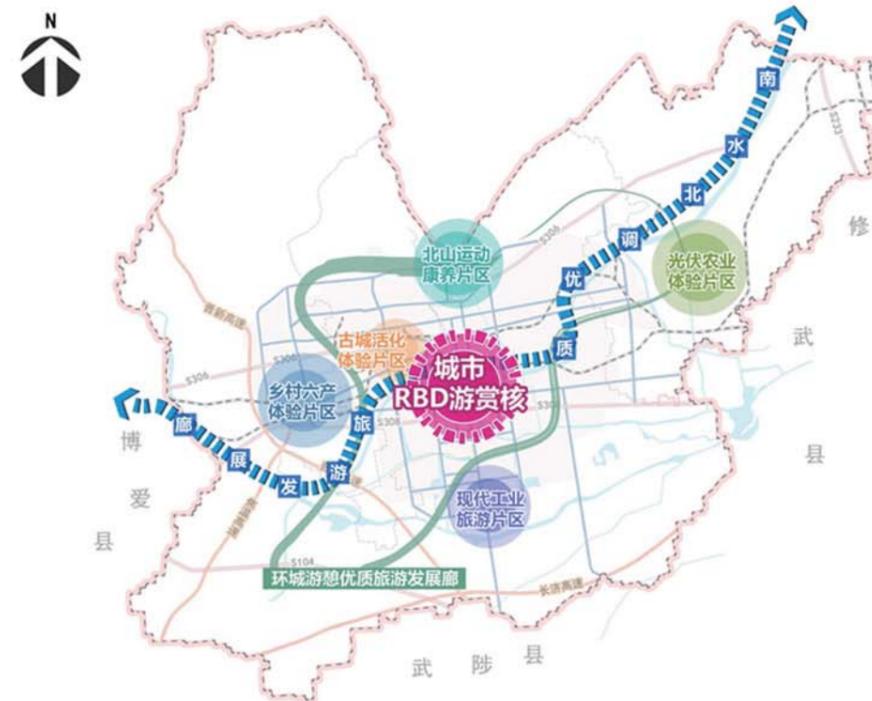
焦作市旅游产业发展规划 (2012-2020)



焦作市“十三五”旅游发展规划



焦作市城市总体规划 (2011-2020)



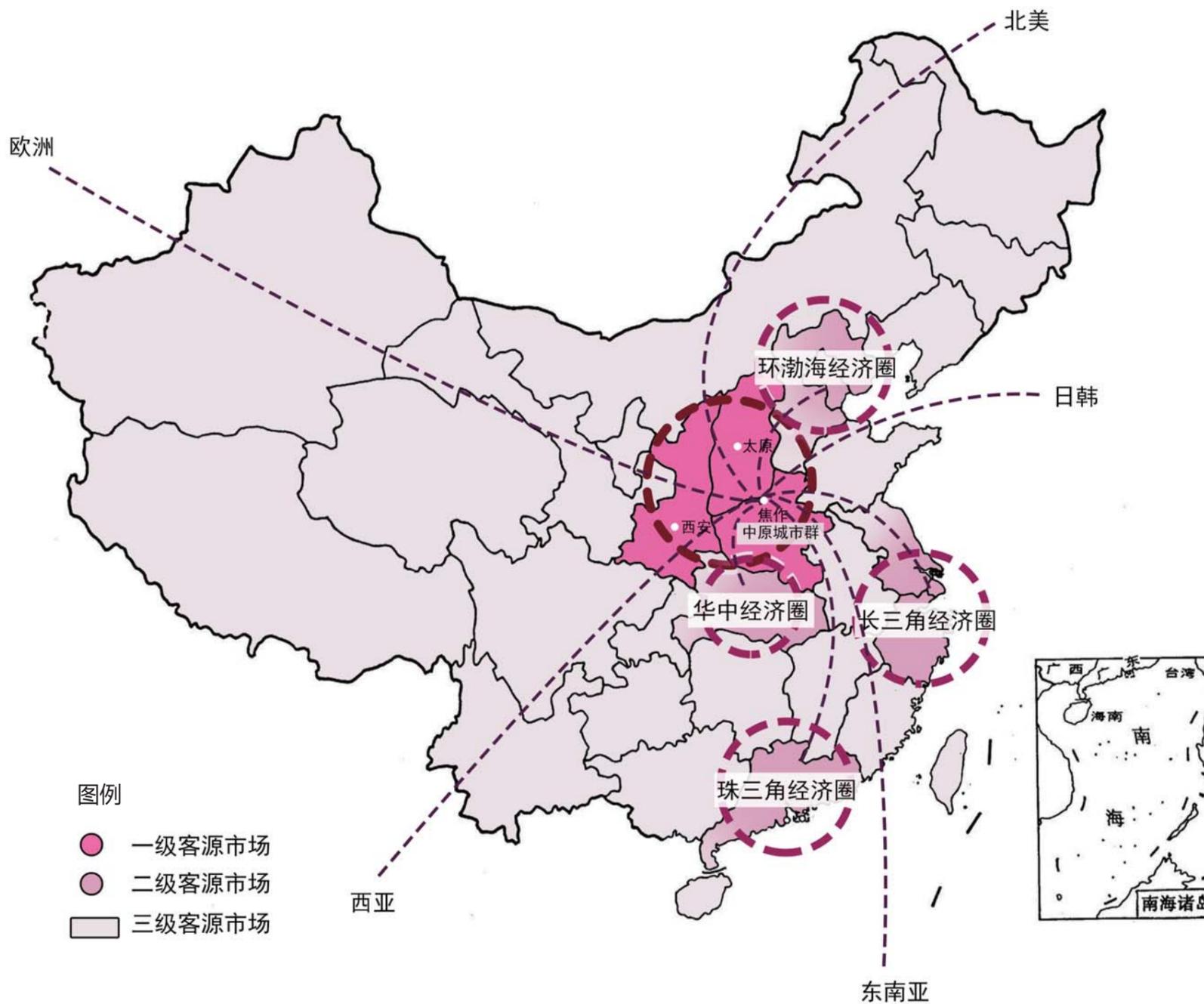
焦作市中心城区旅游发展总体规划



焦作周边市场分析



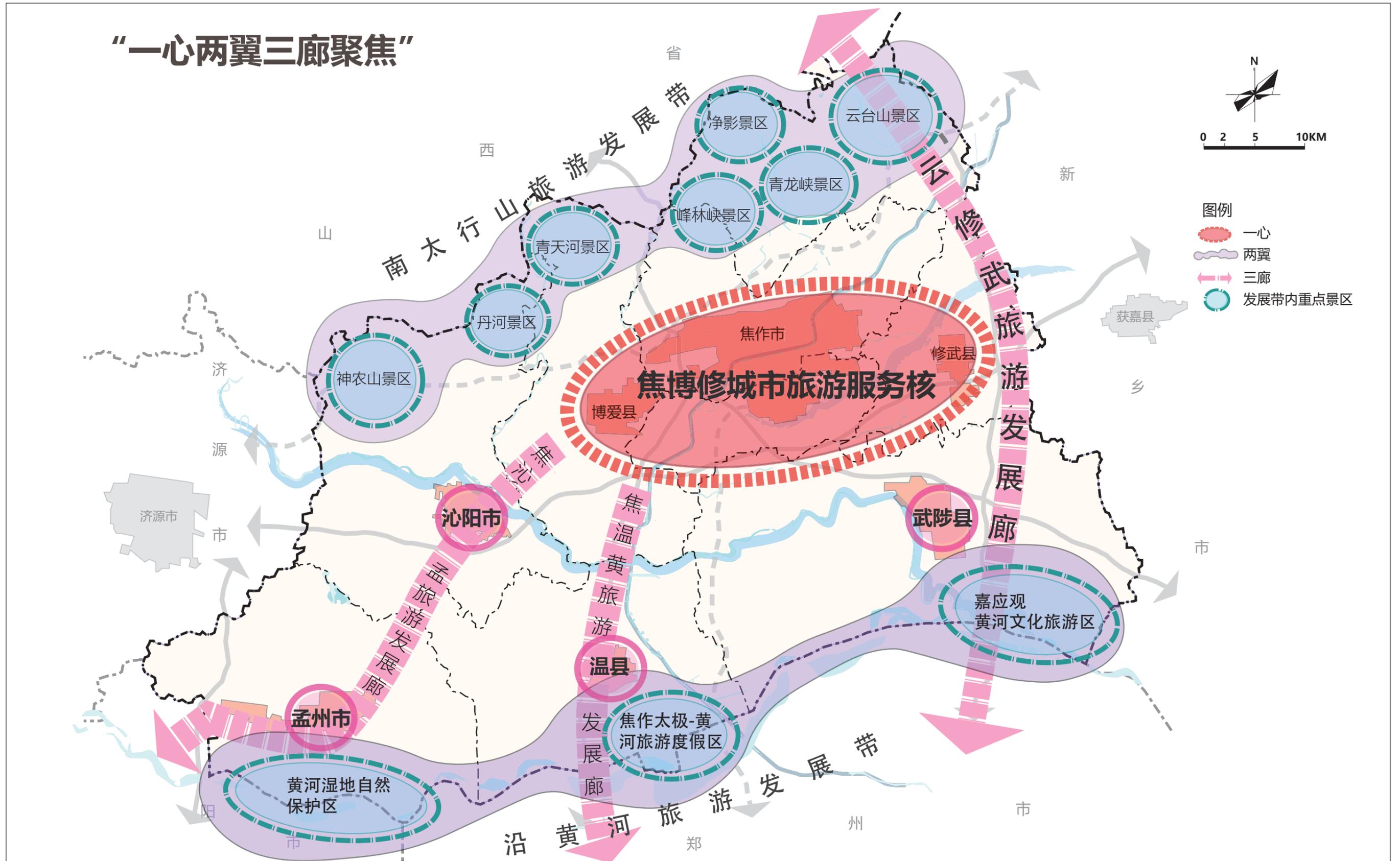
区域一体化背景下的市场联动发展分析



- 图例
- 一级客源市场
 - 二级客源市场
 - 三级客源市场

三级客源市场定位

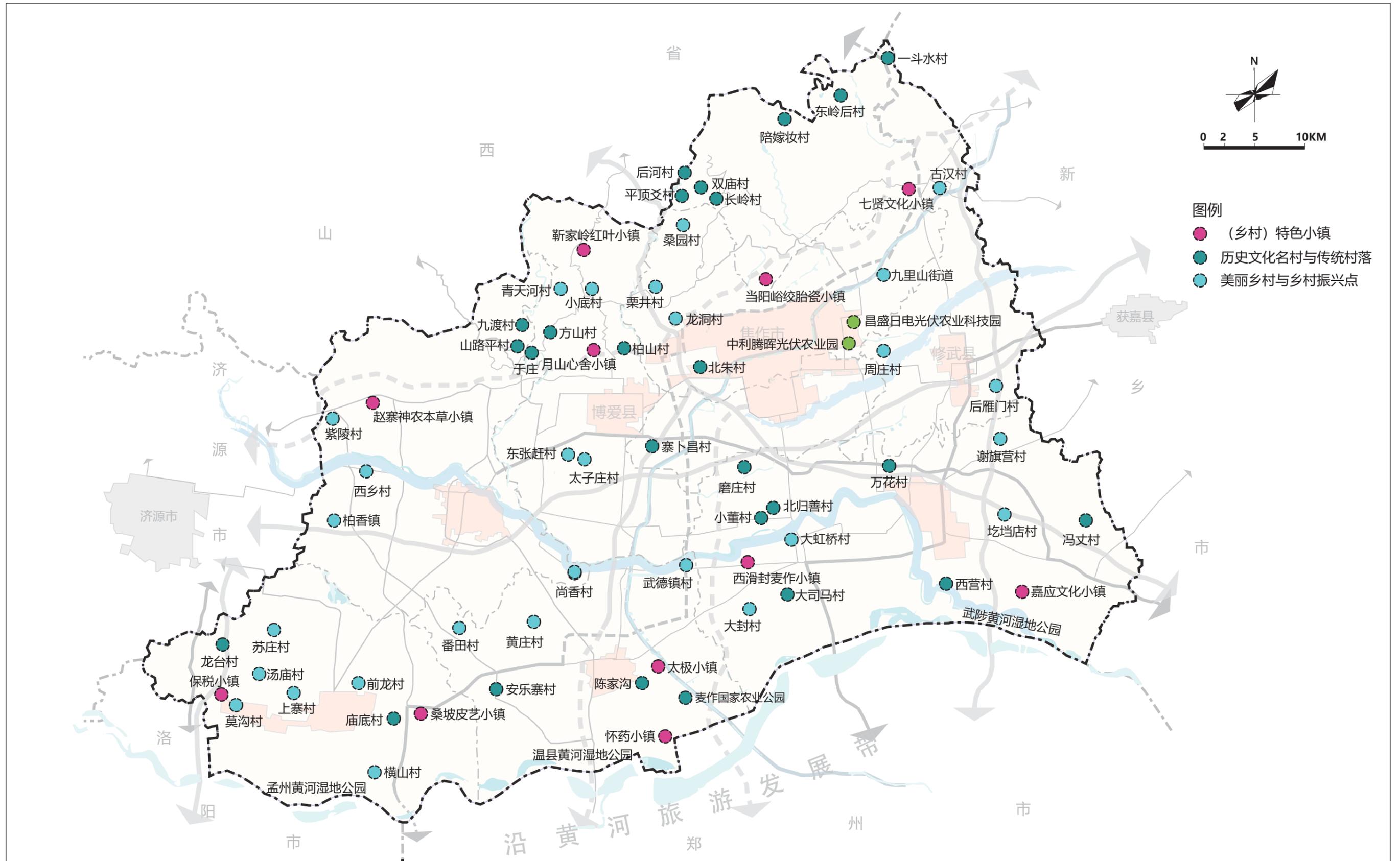
05 旅游市场分析图



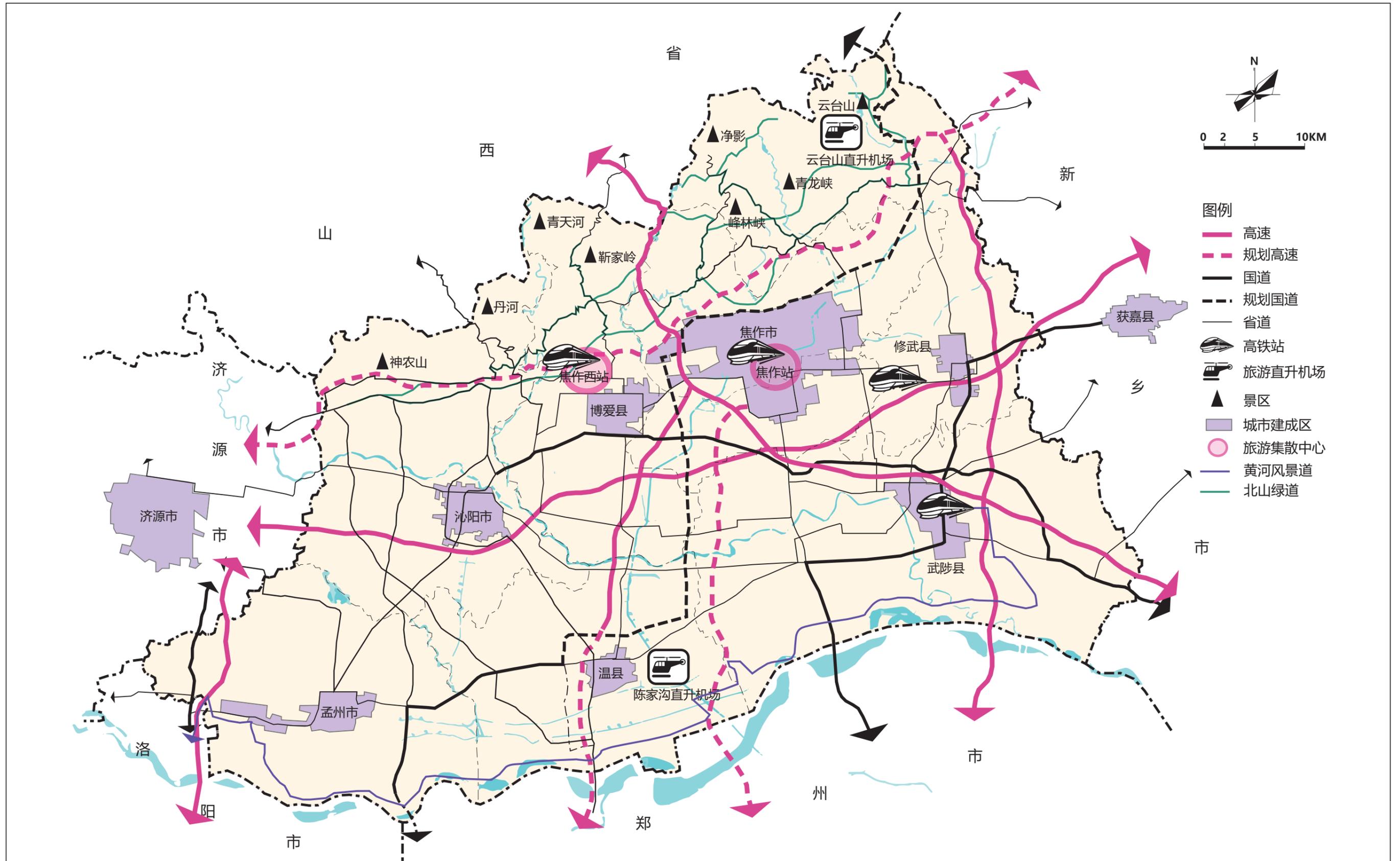
06 旅游空间结构规划图



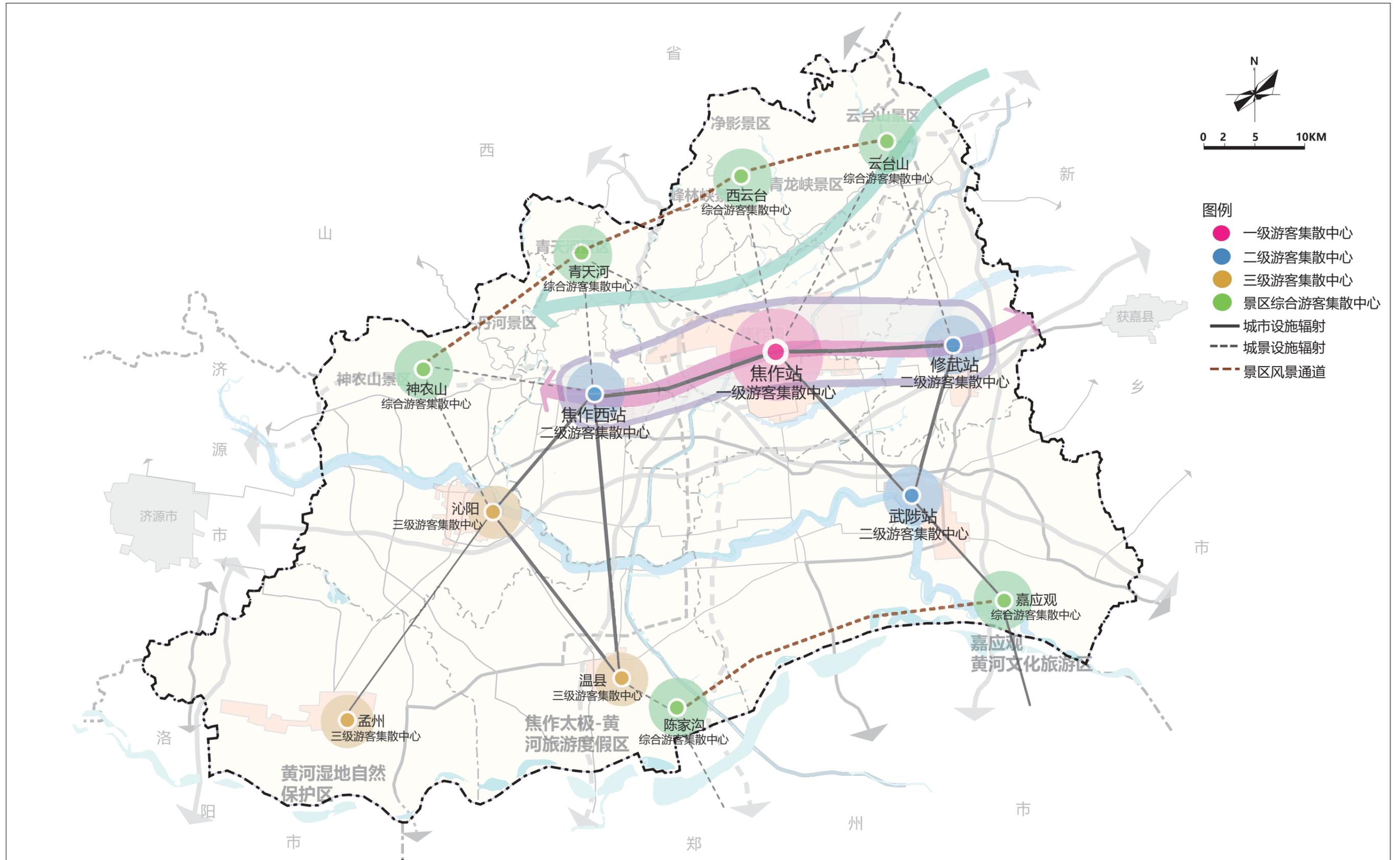
08 景区提升规划图



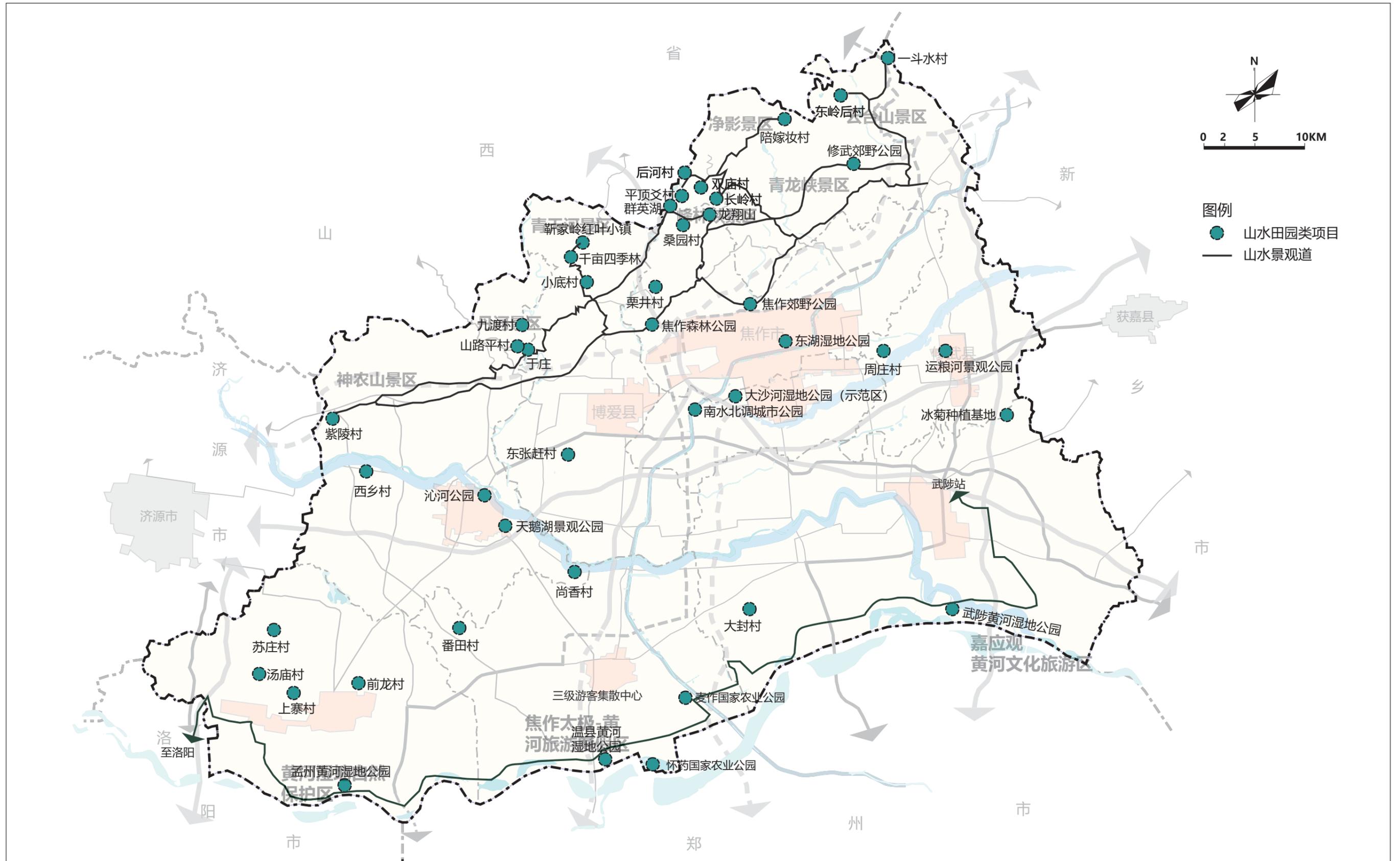
09 乡村旅游规划图



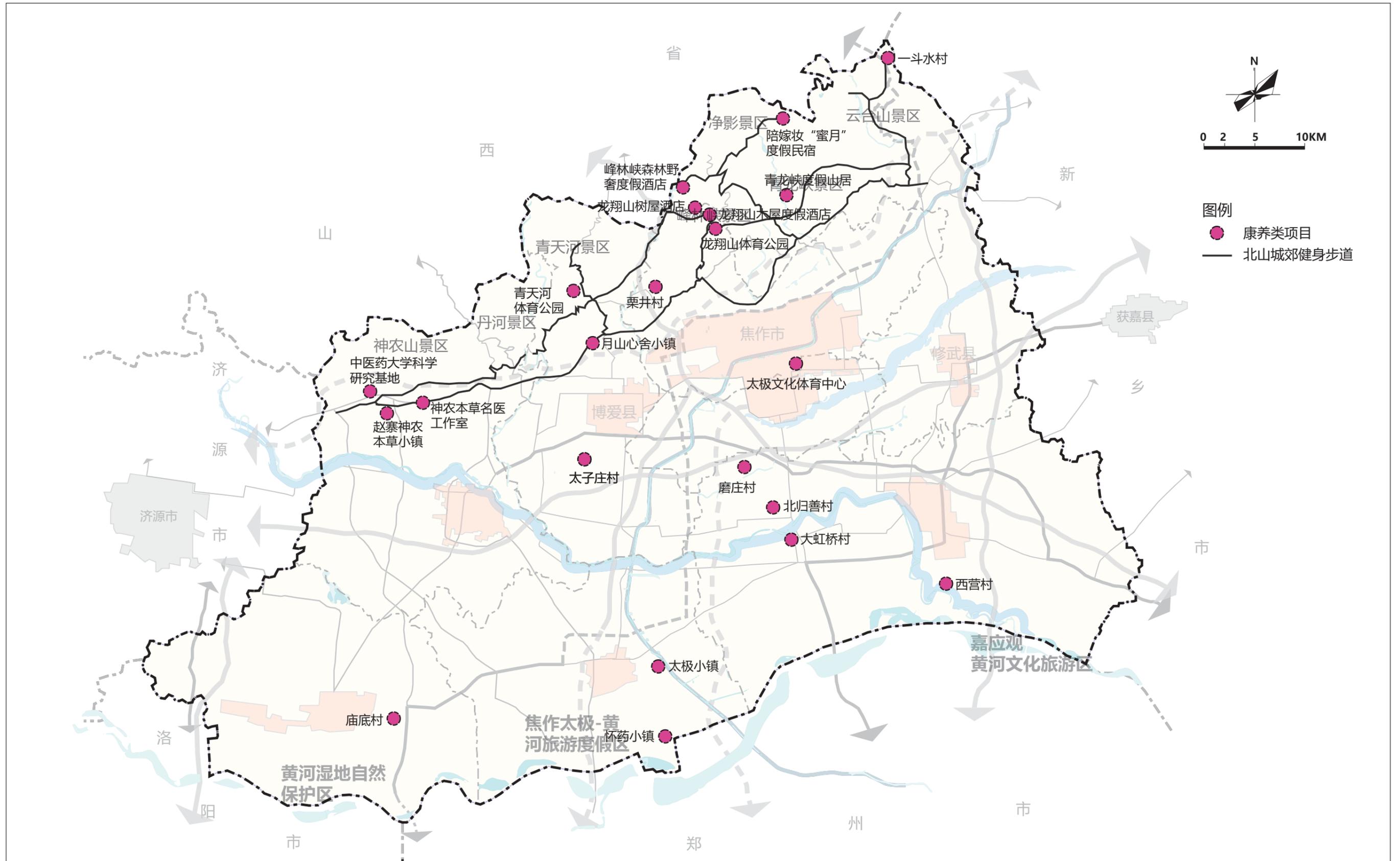
10 旅游交通规划图



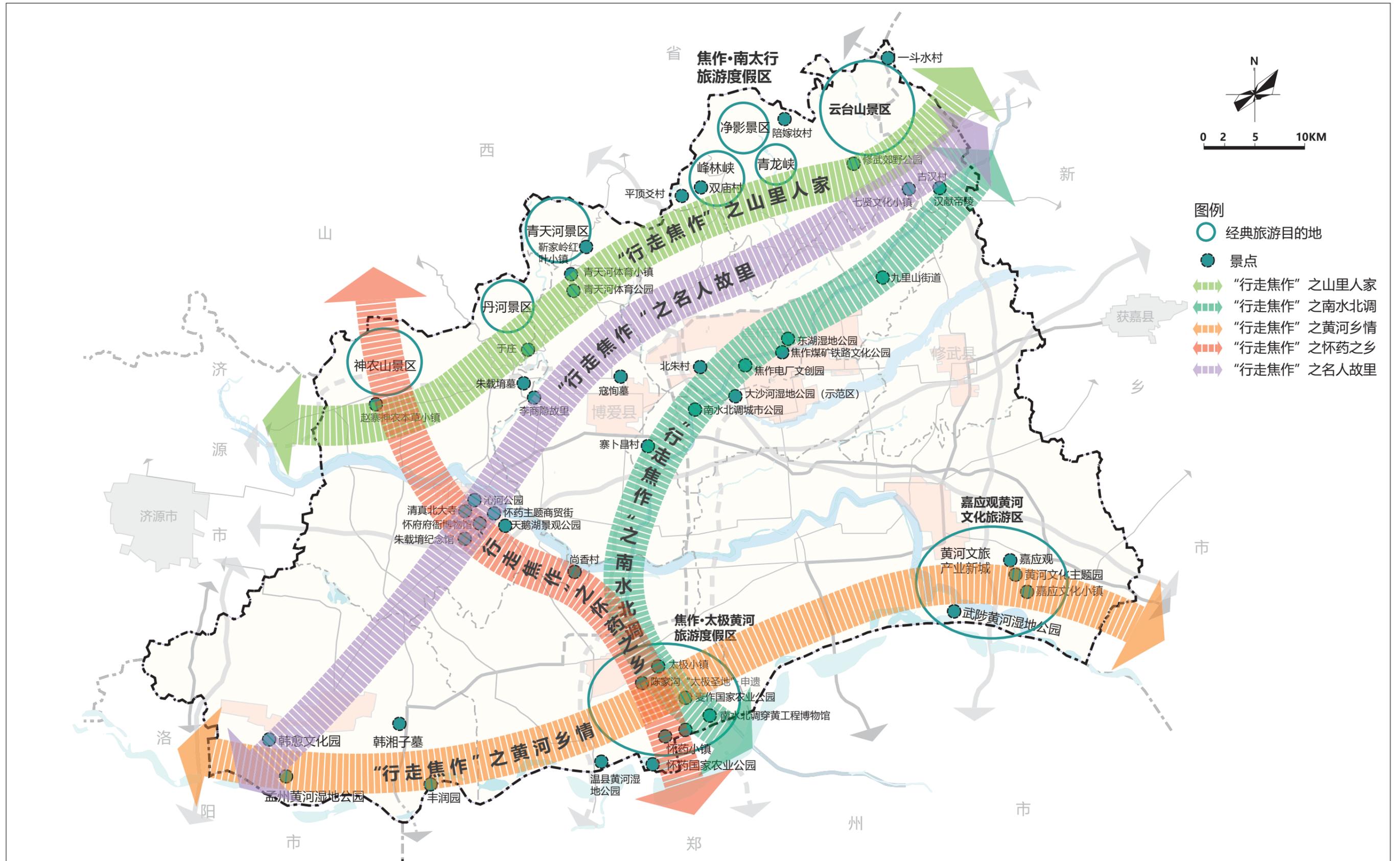
11 旅游公共服务设施规划图



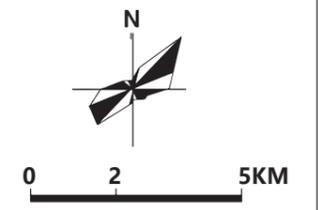
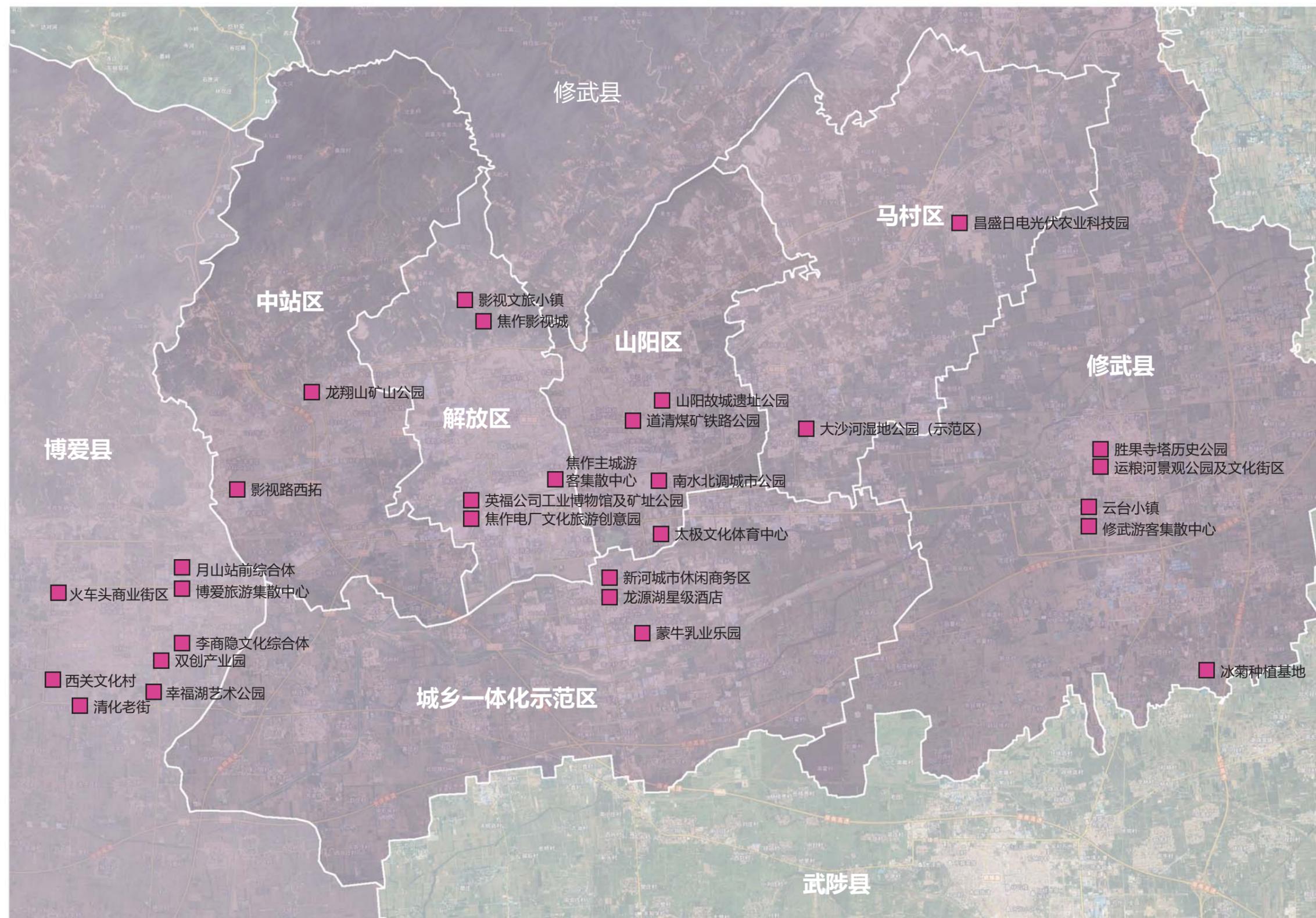
12 旅游重点项目规划图-山水田园类



14 旅游重点项目规划图-康养类

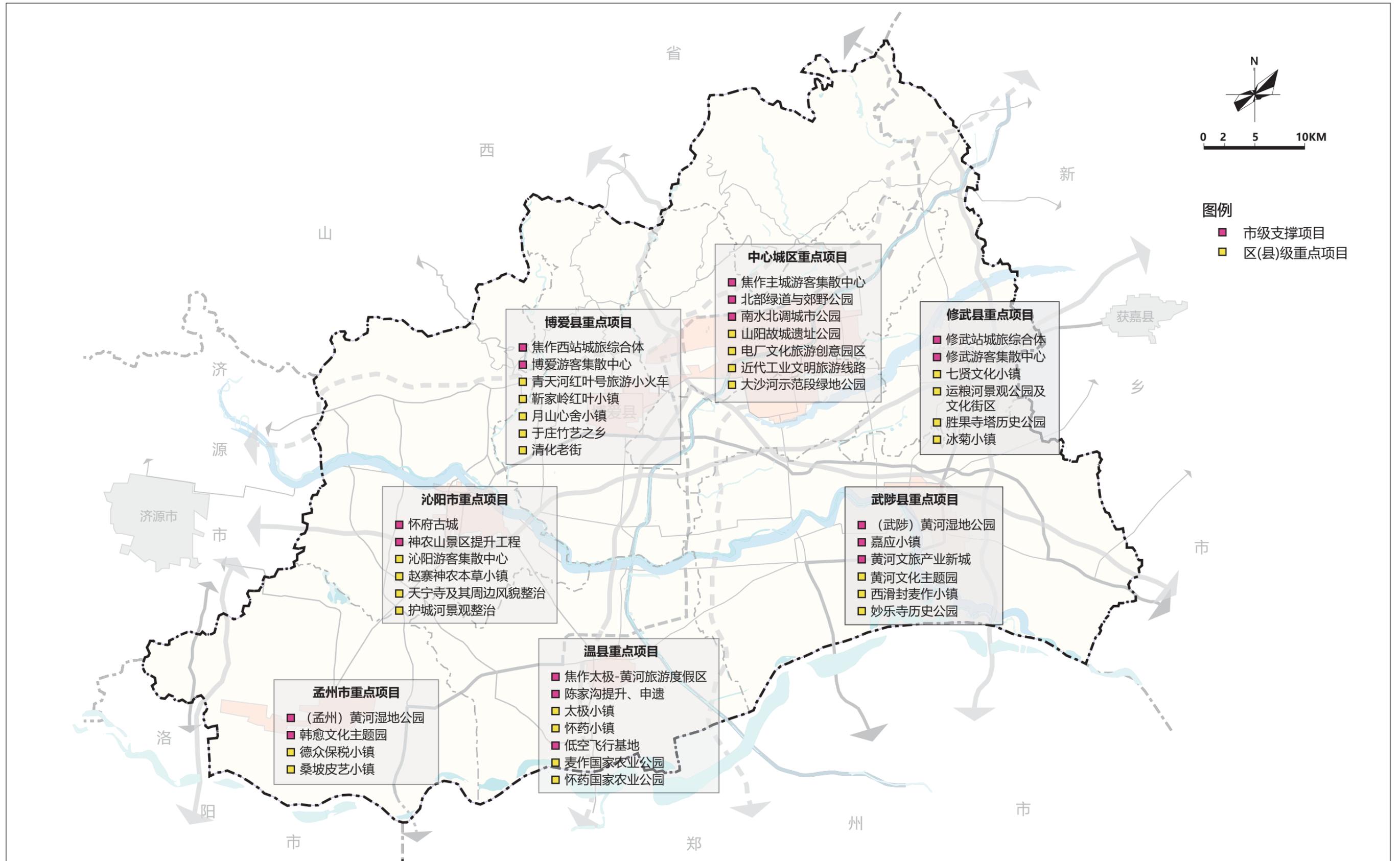


16 游线规划图



图例
■ 市区重点项目

17 市区重点项目规划图



18 近期重点项目布局图