

林州市红旗渠空心坝景区总体规划 (2025-2035)

■ 文 本

项目名称：林州市红旗渠空心坝景区总体规划（2025-2035年）

城乡规划编制资质证书等级：乙级

城乡规划编制资质证书编号：豫自资规乙字 23410057

编制单位：中誉恒信工程咨询有限公司

审定人：王继光（工程师、注册建筑师）

审核人：曹善兵（工程师、注册规划师）

项目负责人：殷建平（高级工程师、注册规划师）

项目组成员：

高静丽（工程师、注册规划师）

郝旭阳（工程师）

阮培军（工程师）

刘少远（工程师）



林州市红旗渠空心坝景区总体规划

(2025-2035年)

文本

中誉恒信工程咨询有限公司

2026年2月

目 录

第一章 规划总则	3	第二十七条 规划原则.....	10
第一条 规划性质.....	3	第二十八条 开发时序与目标.....	10
第二条 规划范围.....	3	第二十九条 规划思路.....	10
第三条 规划期限.....	3	第三十条 规划定位.....	12
第四条 规划原则.....	3	第六章 空间布局与旅游产品规划	13
第五条 规划依据.....	3	第三十一条 综合旅游服务中心.....	13
第六条 政策环境.....	4	第三十二条 滨水生态旅游带.....	13
第七条 产业背景.....	4	第三十三条 红色文化研学区.....	14
第八条 市场背景.....	4	第三十四条 山水生态观光区.....	15
第九条 项目地背景.....	5	第三十五条 摩旅休闲露营区.....	15
第十条 衔接上位规划.....	5	第三十六条 户外山体拓展区.....	16
第二章 基础现状分析	5	第七章 专项规划	17
第十一条 区位条件.....	5	第三十七条 旅游交通道路规划.....	17
第十二条 综合环境.....	5	第三十八条 旅游服务设施规划.....	18
第十三条 社会经济.....	6	第三十九条 供电与给排水规划.....	18
第十四条 场地条件.....	6	第四十条 文化娱乐建设.....	19
第三章 旅游资源评价与发展条件分析	6	第四十一条 旅游购物与商品建设.....	19
第十五条 旅游资源分类.....	6	第四十二条 资源环境保护与绿化规划.....	20
第十六条 旅游资源等级评价.....	7	第四十三条 安全与防灾规划.....	22
第十七条 旅游资源定性评价.....	7	第四十四条 智慧旅游发展.....	22
第十八条 发展优势.....	7	第八章 旅游环境容量概算与调控对策	23
第十九条 开发瓶颈.....	8	第四十五条 环境容量分析目的.....	23
第二十条 面临挑战.....	8	第四十六条 环境容量测算.....	23
第四章 客源市场分析与预测	8	第四十七条 调控对策与措施.....	23
第二十一条 客源市场分析.....	8	第九章 投资估算与效益分析	23
第二十二条 客源市场定位.....	8	第四十八条 估算范围和时间.....	23
第二十三条 游客接待预测.....	8	第四十九条 经济效益分析.....	25
第二十四条 基础设施容量预测.....	9	第五十条 社会和生态效益分析.....	25
第二十五条 客源市场建设.....	9	第十章 实施规划措施与对策	25
第五章 发展目标及定位	10	第五十一条 积极培养人材.....	25
第二十六条 指导思想.....	10	第五十二条 广辟资金渠道.....	26
		第五十三条 强化品牌推广.....	26
		第五十四条 加强法制宣传.....	26

第一章 规划总则

第一条 规划性质

本规划性质为：景区总体规划。

第二条 规划范围

本规划范围为：林州市任村镇马家岩村和白家庄村行政村村域，即红旗渠空心坝景区范围，总面积约 14.39 平方公里。

第三条 规划期限

本规划期限为 10 年，即 2025 年-2035 年，分为三个发展阶段。

近期：至 2027 年，2 年的市场导入期；

中期：2028-2030 年，3 年的品牌塑造期；

远期：2031-2035 年，5 年的全面发展期。

第四条 规划原则

在空心坝旅游开发过程中，遵循“生态保护与资源开发兼顾原则、文化引领与产业创意融合原则、市场导向与品牌塑造并行原则、区域联动与整体统筹协调原则、综合效益与持续发展双重原则等五个原则。

第五条 规划依据

（一）法律法规

- 1、《中华人民共和国旅游法》（2018 年）
- 2、《中华人民共和国森林法》（2019 年修订）
- 3、《中华人民共和国文物保护法》（2024 年）
- 4、《中华人民共和国环境保护法》（2014 年）

- 5、《中华人民共和国水法》（2016 年）
- 6、《中华人民共和国水污染防治法》（2017 年）
- 7、《中华人民共和国城乡规划法》（2019 年）
- 8、《中华人民共和国土地法》（2019 年）
- 9、《河南省旅游条例》（2019）

（二）相关标准

- 1、《国家全域旅游示范区验收标准(试行)》（2019 年）
- 2、《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T 18972-2017）
- 3、《旅游规划通则》（GB/T 18971-2025）
- 4、《旅游景区质量等级划分》（GB/T 17775-2024）
- 5、《旅游厕所质量要求与评定》（GB/T 18973-2022）
- 6、《旅游民宿基本要求与评价》（LB/T 065-2019）
- 7、《旅游饭店星级的划分及评定》（GB/T 14308-2023）
- 8、《乡村民宿服务质量规范》（GBT 39000-2020）

（三）政策文件

- 1、《国民旅游休闲纲要（2013—2020 年）》（国办发〔2013〕10 号）
- 2、《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》（国发〔2014〕31 号）
- 3、《国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见》（国办发〔2018〕15 号）
- 4、《关于促进乡村旅游可持续发展的指导意见》（文旅资源发〔2018〕98 号）
- 5、《河南省人民政府关于加快旅游产业转型升级的意见》（豫政〔2014〕44 号）
- 6、《河南省人民政府办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的通知》（豫政办〔2020〕17 号）
- 7、《河南省人民政府办公厅关于加快乡村旅游发展的意见》（豫政办〔2020〕18 号）
- 8、《中共河南省委河南省人民政府关于建设文化旅游强省的意见》（征求意见稿）（2020 年 5 月）

（四）相关规划与资料

- 1、《太行山旅游业发展规划（2020-2035年）》
- 2、《“十四五”旅游业发展规划》（国发〔2021〕32号）
- 3、《河南省“十四五”文化旅游融合发展规划》（豫政〔2021〕39号文件）
- 4、《安阳市“十四五”文化旅游融合发展规划》（安政〔2022〕14号）
- 5、《林州市“十四五”文化旅游融合发展规划》（林政文〔2023〕14号）
- 6、《林州市国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》
- 7、《林州市“十五五”文旅发展规划》
- 8、《林州市志》
- 9、《林州市全域旅游总体规划（2016-2025年）》
- 10、《林州市乡村旅游发展规划（2021-2030年）》
- 11、《林州市国土空间总体规划（2021-2035年）》
- 12、《林州市任村镇国土空间总体规划（2021-2035）》（阶段成果）
- 13、《林州市任村镇白家庄村传统村落保护发展规划（2018-2035）》
- 14、其他相关规划和规范
- 15、甲方提供地形图及相关文件

第六条 政策环境

国家及省级文旅政策加持：红旗渠精神相关文旅项目契合国家红色文化传承与文旅融合的战略导向。河南省正推进文旅文创融合高质量发展，林州跻身2025年全国县域文旅融合100强，本景区建设可对接国家艺术基金、文旅产业基金等资金申报通道。同时安阳提出“文旅+百业”发展要求，为景区“文旅+水利”“文旅+摩旅”“文旅+乡村”等融合模式提供政策遵循。

文旅强省目标确立：河南省委、省政府关于建设文化旅游强省明确提出了“两个”奋斗目标，着力构建“一带一核三山五区”的文化旅游发展新布局，提出要立足河南核心资源优势，建设“六大”标志性重大项目，全面优化产业产品体系，为

全省文旅产业的发展注入了新的活力，将大力推动全省文旅产业的发展与转型升级，为全省文化旅游行业全面复苏和高质量发展提供了新动能。

地方政策精准赋能建设：林州市将空心坝景区与马家岩摩旅露营地纳入“和美乡村”先导区建设，能享受乡村振兴相关配套政策支持，形成“景区带村、能人带户”的乡村振兴示范模式。当地还投入扶贫衔接资金打造民宿集群，新建旅游公路、改扩建停车场等，这些基础设施配套政策可直接助力景区解决交通、住宿等建设难题，且景区建设还能契合地方国字号品牌创建的政策方向。

第七条 产业背景

全域旅游战略推进：国务院办公厅就推动全域旅游发展做出部署，标志着全域旅游正式上升为国家战略。林州市积极调整旅游业发展策略，着力实施全域旅游发展战略，文旅全产业链初步成型，已构建起“红色+绿色+蓝色”的文旅产业体系，红旗渠集团通过十年发展实现从单一景区到全域业态的跨越。本景区可融入现有产业链，共享民宿、餐饮等成熟配套，同时其摩旅、水利景观特色能填补区域业态空白，与太行大峡谷等景区形成互补。

“文旅+”融合模式成果显著：林州在“文旅+体育”“文旅+演艺”“文旅+研学”“文旅+传统村落”等领域已有成功实践。摩旅营地可承接低空旅游、自驾运动等业态，空心坝可开发水利研学课程，白家庄可结合传统民居打造特色民宿，借助现有融合发展经验，快速实现与体育、教育、乡村传统文化等产业的跨界联动，降低业态培育成本。

第八条 市场背景

红色与生态旅游市场需求旺盛；细分市场具备较大拓展空间；传统村落体验需求增长，包括回归自然、教育需求、艺术消费、民宿发展；复合型旅游需求凸显，包括一站式体验、自驾+研学、季节性互补。

第九条 项目地背景

空心坝：精神与景观双重核心资源。空心坝是极具技术智慧的水利奇迹，其“渠水穿坝过，洪水漫坝行”的独特设计，既是自力更生的精神载体，也是罕见的水利景观。历经 60 余年风雨仍稳固如初，兼具历史价值、工程价值与精神价值的特质，是区别于普通自然景区的核心竞争力，极易打造为红色教育与水利科普的核心景点。

摩旅营地：区位与配套衔接优势明显。马家岩摩旅营地所处区域，拥有完善的旅游公路网络，能便捷对接郑州、安阳等周边 500 公里都市圈客源。且营地属于“和美乡村”先导区的重要项目，可依托周边村庄实现土地流转与业态升级，同时临近红旗渠核心景区，能承接部分分流游客，与空心坝形成“精神体验+休闲度假”的空间联动，构建短途旅游闭环。

中国传统村落白家庄：“红色+古色+绿色+艺术”。“古村+水利”：白家庄古村与空心坝、十孔渡槽串联，形成“红色教育+水利科普”体验链。“古村+生态”：与马家岩水库、南谷洞水库联动，开发“山水观光+乡村休闲”组合产品，丰富自然体验维度。融入任村镇旅游圈：与青年洞、络丝潭等景区形成“一渠多点”联动，共享红旗渠品牌客源。对接太行旅游带：纳入任村—马家岩—虹霓村跨省自驾线路，吸引跨区域摩旅与自驾客群。

第十条 衔接上位规划

在规划编制过程中，全面落实《太行山旅游业发展规划（2020-2035 年）》、《林州市乡村旅游发展规划（2021-2030 年）》、《林州市国土空间总体规划（2021-2035 年）》、《林州市任村镇国土空间规划（2021-2035）》（阶段性成果）总体部署，符合融合《林州市任村镇白家庄村传统村落保护发展规划（2018-2035）》。

落实上位规划划定的“三区三线”，其中，落实生态红线面积 527.77 公顷；落实永久基本农田面积 82.38 公顷；落实城镇开发边界面积 0.09 公顷。落实村庄建设边界面积 24.43 公顷。落实红旗渠一类建设控制地带面积 285.66 公顷；落实红旗渠二类建设控制地带面积 441.22 公顷。

根据《林州市任村镇国土空间规划（2021-2035）》，对红旗渠空心坝景区的用地进行规划布局，将区域基础设施用地调整为商业服务业用地，同时完善空心坝景区的基础配套设施，包括停车场、餐饮、民宿，厕所等相关业态，本规划将兼顾融合任村镇国土空间规划内容，并做好规划衔接。

第二章 基础现状分析

第十一条 区位条件

马家岩村位于河南省安阳市林州市任村镇西南部，距任村镇镇区约 11 公里，距林州市区约 36 公里，西与山西交界，东与石界村接壤，北与石贯村、杓铺村接壤，南与白家庄村、石柱村接壤，交通便捷。

白家庄村位于河南省安阳市林州市任村镇西南部，距任村镇镇区约 8 公里，距林州市区约 33 公里。西与石柱村接壤，东与尖庄村接壤，北与马家岩村、石界村，南与豫北旅游名镇石板岩镇漏子头村接壤，交通便捷。

本区域西依太行山，虹霓河、露水河、红旗渠主干渠从中穿过；马家岩水库水库兼具发电、旅游等功能，湖面广阔，形成高峡平湖景观；古村落较为完整的反映当地的传统风貌、民族特色、文化精神，具有重要的历史、艺术、文化、社会价值。

第十二条 综合环境

地形地貌：马家岩村为典型的太行山峡谷地貌，四面环山，地势北高南低；境内海拔落差大，最高处鸡冠寨（望京楼）海拔约 1000 米，最低处马家岩水库水面约 500 米。白家庄村为四面环山的盆地地形，地势西高东低，海拔约 500-800 米。境内红旗渠总干渠穿村而过，形成“水抱村流，村依水生”的独特景观。

气候：本区域属暖温带大陆性季风气候，四季分明，雨热同季，春季干旱多风，十年九旱，夏季高温多雨，降水集中（占全年 70%以上），秋季温和凉爽，昼夜温差大，冬季干冷少雪，风多凛冽。

水文：马家岩村境内有虹霓河、露水河穿过，另有7条季节性小溪，多源自鸡冠寨等山峰，雨季形成短暂径流；在马家岩村西南山谷有马家岩水库。白家庄村境内有露水河、虹霓河在村东交汇，红旗渠总干渠从白家庄村中央穿过；在村落西北有空心坝，下穿虹霓河而过，已被列入“红色水利遗产名录”；在村落南部有座十孔渡槽，上架露水河而过，是红旗渠修建十大工程之一。

土壤：本区域土壤属太行山山地土壤体系，以褐土为主，核心特征为“粗、薄、贫”，但白家庄村因盆地地形和两河交汇优势，土壤肥力、土层厚度整体优于马家岩村。

植被资源：本区域地带性植被以暖温带落叶阔叶林为主，辅以温带针叶林和次生灌丛，构成“乔木-灌木-草本”三层结构。

动物资源：本区域兽类以中小型山地兽类为主，常见野猪、野兔、黄鼠狼、狐狸、獾、狍子。鸟类以留鸟为主，夏候鸟为辅，常见麻雀、喜鹊、斑鸠、啄木鸟、戴胜、乌鸦、红嘴蓝鹊。昆虫类种类丰富，常见蝴蝶、蜜蜂、蜻蜓、瓢虫、螳螂，以及林业害虫天敌（赤眼蜂、步甲）。两栖/爬行类有青蛙、蟾蜍、壁虎、白条锦蛇、乌梢蛇。

第十三条 社会经济

本区域内经济情况在近年来呈现出积极向好的态势。通过发展乡村旅游与民宿产业、加强基础设施建设与项目投资以及挖掘历史文化遗产与旅游潜力等措施，有望实现经济的持续稳定增长。

第十四条 场地条件

资源基础良好，具备开发基础：景区内旅游资源丰富多样，以“高峡平湖、天路奇观”的自然景观和红旗渠水利工程为特色，同时以“古村水韵、千年古树、英雄传说”的人文与自然交融景观取胜。开发潜力巨大，具有发展旅游的优越条件。

地形地貌复杂，景观类型多样：项目工程范围内境内多山，山地、丘陵占82%。地势西北高东南低，境内海拔最高处是鸡冠寨（望京楼）海拔约1000米，最低处虹霓河与露水河交汇处水面约450米。工程范围内大部广泛分布着石灰岩，属于华北地震带，地震基本烈度为7度。

国土空间开发保护底线约束严格，产业用地支撑文旅发展：根据相关国土空间规划的“重要控制线”、“国土空间规划分区”相关要求，景区内分布有永久基本农田保护红线、生态保护红线、地质灾害风险控制线、洪涝风险控制线、河湖水系控制线、历史文化保护线、城镇开发边界、村庄建设边界线等，文旅项目建设及开发应满足相关管控要求；根据相关产业用地保障与农村一二三产业融合发展用地相关政策，统筹产业发展规划与产业用地需求，保障镇域三次产业发展所需建设用地，利用农村本地资源开展休闲观光旅游而必须的配套设施建设，可在不破坏生态环境和乡村风貌的前提下，在村庄建设边界外安排少量建设用地，实行比例和面积控制，并依法办理农用地转用审批和供地手续。具体用地准入条件、退出条件等由各省（区、市）制定，并可根据休闲观光等产业的业态特点和地方实际探索供地新方式。

第三章 旅游资源评价与发展条件分析

第十五条 旅游资源分类

根据《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T18972-2017），采用现场勘查、文献查阅、访问座谈等方式深入开展资源调查。

景区拥有的旅游资源包含7个主类，10个亚类，23个基本类型，47个资源单体。景区内旅游资源丰富多样，以“高峡平湖、天路奇观”的自然景观和红旗渠水利工程为特色，同时以“古村水韵、千年古树、英雄传说”的人文与自然交融景观取胜。两种资源互补性强，共同构成了“山水林州、人文任村”的旅游格局，具有较高的观赏、文化、历史和科学价值，开发潜力巨大。旅游资源联合开发，形成

“马家岩-白家庄”旅游线路，可实现“山水观光+文化体验+休闲度假”的多功能旅游产品组合，为林州旅游业发展注入新活力。

第十六条 旅游资源等级评价

经赋分调查，景区 47 个旅游资源单体中，无五级旅游资源；四级旅游资源单体 7 个，占 14.89%；三级旅游资源单体 17 个，占 38.30%；二级旅游资源单体 15 个，占 31.91%；一级旅游资源单体 4 个，占 8.51%；等外旅游资源单体 3 个，占 6.38%。空心坝景区优良级旅游资源比例占 53.19%。景区的旅游资源开发将以三级以上旅游资源为重点，三级以下旅游资源为补充。

第十七条 旅游资源定性评价

红旗渠空心坝景区自然资源禀赋优良，有嶂石岩地貌形成的峰峦、陡崖、奇石、Ω形嶂谷等独特地文景观，还有季节性溪流、山地森林植被、部分区域古树名木等资源。核心区域林木覆盖较好，空气质量优异，负离子含量显著高于林州市区、安阳市区等城镇区域，但部分峡谷边缘及山体坡面植被薄弱，乔木分布稀疏，以灌木和荒草为主，需当地政府牵头推进封山育林，加强生态植被修复与保护。。

景区人文旅游资源优势突出，种类丰富、特色鲜明且价值厚重，核心载体空心坝水利工程保存完整，堪称“交叉水利工程典范”，集中体现了独特的工程技术文化；同时承载“自力更生、艰苦创业”的红旗渠红色文化，搭配摩崖石刻、光明大桥等附属人文景观，周边白家庄村等传统村落风貌保存完好，古树、古村落格局等人文印记清晰，与山水风光相互映衬，构成景区重要的人文支撑资源。

景区内嶂石岩山水交融景观、空心坝工程奇观、红旗渠红色文化是吸引游客的核心旅游资源，周边传统村落民俗文化也极具吸引力；此外，以野兔、松鼠、野猫等为代表的山地野生动物资源，以及地质演化、水利工程相关的科普体验资源，同样能为游客带来独特惊喜。

虽然景区旅游资源类型复合多元，但高等级旅游资源单体相对稀缺，核心高等级单体主要集中在空心坝水利工程与嶂石岩地貌核心景观，其余辅助性资源（如普通植被景观、一般村落附属设施）的等级与独特性相对有限。

可见，在旅游发展上，本景区应是区域性的；今后将以三级以上旅游资源开发为龙头，带动其它级别的旅游资源开发建设和旅游业的发展。在开发建设方面，应全面考虑到旅游资源的级别、吸引力、划资源利用方向，以及旅游环境容量、接待能力设计、客源市场范围、市场策划与宣传等问题。

第十八条 发展优势

核心资源稀缺且组合度高，构建差异化竞争力：景区以空心坝为核心 IP，形成“自然+人文+红色”的稀缺资源组合。搭配马家岩水库“高峡平湖”的壮丽山水，白家庄村传统村落、千年古柏、古槐及非遗传说，形成“水利奇迹-山水风光-古村文化-红色精神”的完整资源链条。

空间布局紧凑有序，交通通达性与区域联动性突出：

景区内部空间联动优势明显，马家岩村与白家庄村相邻，通过投资 6300 余万元改造的任马线（8 米宽旅游公路）无缝串联，沿线配套观景台、人行栈道、客运停靠站，形成“空心坝-马家岩水库-古村-虹梯关古道”的景观闭环，游客动线规划便捷，可自然实现“一日游”向“两日深度游”延伸。外部交通网络日趋完善，30 分钟可达石板岩小镇、太行大峡谷，1.5 小时车程覆盖安阳城区，3 小时辐射郑州、邯郸等核心客源地，契合自驾游“3 小时交通圈”消费习惯。同时，景区处于“红旗渠纪念馆-青年洞-太行大峡谷”黄金旅游线路关键节点，可直接承接成熟景区客源外溢，形成“红色研学+山水观光”的区域联动效应。

政策红利与市场需求精准契合，发展动能充足：

政策层面，林州市将马家岩大峡谷定位为“第二条大峡谷”，白家庄村纳入传统村落保护利用示范项目，任马线旅游带建设列入全域旅游规划，乡村振兴、文旅融合等国家战略为景区基础设施升级、文化资源活化提供资金与政策支持。市场

层面，当前红色研学、自驾摩旅、生态康养等细分市场快速增长，空心坝作为红旗渠精神教育核心载体，已吸引红色培训机构入驻；马家岩天路成为网红自驾线路，景区“红色+山水+古村”的组合精准匹配家庭游、研学团的消费偏好。此外，白家庄村村民因红旗渠建设让出大片土地，对红色文化有强烈认同感，马家岩村村民参与旅游经营的意愿高涨，为景区可持续发展提供坚实的人力与民意支撑。

第十九条 开发瓶颈

红旗渠空心坝景区开发主要面临的问题包括：核心 IP 活化不足，基础设施与服务体系落后；旅游整合和与业态创新滞后，产业链条不完善；跨村管理机制缺失，保护与开发平衡难度大。

第二十条 面临挑战

面临的挑战有：区域品牌竞争激烈，同质化挤压市场空间；保护约束严格，开发强度与收益预期不匹配；外部环境不确定，运营韧性面临考验。

应对措施为：强化核心 IP，构建差异化文化体验体系，包括非遗与古村活态传承、品牌形象统一塑造；优化业态组合，构建“文旅+”全产业链，包括深化“红色+研学”融合、拓展“山水+休闲”业态、推动“农文旅”跨界融合；完善基础设施，构建共建共享服务网络，包括统筹规划建设联合游客中心、引入智慧管理系统、组建景区运营管理团队；注重生态环境保护，实现可持续发展，包括坚持生态优先、推动旅游业的持续健康发展。

第四章 客源市场分析与预测

第二十一条 客源市场分析

本文采用时间序列增长率推算法对景区旅游人次规模进行预测。其模型为：

$$I=P(1+M1)^n \times E(1+M2)^n。$$

I 表示预测年的乡村旅游总收入；

P 表示基年的旅游人次；

E 表示基年的人均旅游支出；

M1 表示旅游人次的增长率；

M2 表示人均旅游支出的增长率；

M1、M2 分别取 3 种值：预测值、高标值、低标值。

第二十二条 客源市场定位

基础市场（一级客源市场）：主要包括林州市及林州市周边的城镇居民，也包括前来该地区学习、考察、参加会议、探亲访友和进行公务、商务活动的人员。

拓展市场（二级客源市场）：安阳市、河南省内其他城市、山西、河北等地区主要城市以及到林州市旅游的溢出客源，主要是家庭游、会议游。

机会市场（三级客源市场）：以长三角、珠三角地区的部分区域，这些地区城市化水平较高、人口众多且收入较高、出游率高。

第二十三条 游客接待预测

游客量预测：参照林州市旅游接待情况，预测红旗渠空心坝景区旅游接待情况，在 2025-2027 年是其高速发展阶段，预测增长值按高标值均以 10%计，2028-2030 年趋于平缓以 8%计，2031-2035 年以低标值 6%运行。人均消费以年均 20 元增加。通过预测：近期期末旅游人数达 15.25 万人次；中期期末旅游人数达 19.21 万人次；远期期末旅游人数达 25.70 万人次。

景区最高人流量容量预测：根据林州市旅游统计数据，并研究调查其它类似景区的情况，通过预测：2035 年，旺季游客总人数为 17.99 万人；淡季游客总人数为 7.71 万人；旺季时工作日游玩总人数约为 5.40 万人，节假日游玩总人数为 12.59 万人；周末及节假日均游客量大约为 1799 人，工作日日均游客量大约为 386 人；旺季日均游客量为 857 人，最高的日游客量为 1799 人。景区工作服务人员约

为 108 人。村民数量 496 人。最高日景区总人数约为 2403 人，其中游客量 1799 人，其他人员 604 人。

第二十四条 基础设施容量预测

依据预测的游客量来判断基础设施的容量，通过预测：

停车位数量：小客车车位约为 420 辆，大巴车车位约为 15 辆，总车位数量为 435 辆。

住宿量预测：通过调查分析现状及周边景区现状出游天数，推断得出，旺季最高峰时有 80% 游客会在景区住宿，则需提供 1439 个床位，按 2/ 人间客房，则需要客房 720 间。

供水量预测：项目按景区高峰人数预测供水容量，按人均 150L/（人·d）供水，则日均供水总量为 360.45 立方米。

排水量预测：污水收集系数取 0.8，则日污水收集量为 288.36 立方米。

第二十五条 客源市场建设

（一）市场应对策略

针对不同等级的客源市场将采取不同的发展策略。对于一级客源市场，可通过提供人文关怀和优质服务，提高利用产品性价比，借助“口碑”宣传，不断拉高游客重游率。对于二级客源市场，可通过提供特色、定制化产品，扩大与相关产品差异化，增强游客体验感和舒适度，满足游客不同需求。对于三级客源市场，将采用与周边知名度较高的大景区开展串线、共同宣传、游客互送等互利合作，不断扩大本景区的知名度和影响力。

（二）特色市场建设

周边区域已相对成熟的景区主要有红旗渠、太行大峡谷、太行屋脊、八里沟等，多以观光游、红色教育游、宗教游等为主且形成较高知名度。本景区将采用错位化营销理念，以红色文化体验游、生态休闲游、乡村民俗文化体验游等为重点，突出

“文化体验、生态休闲”特色，达到与周边景区错位发展。同时与周边景区资源共享、产品互补、客源互流。

（三）旅游主题口号设计

1、核心定位语

主定位语：**空心坝，听见红旗渠的心跳。**

内涵解读：空心坝直接点明核心吸引物，建立唯一性认知。“听见心跳”将宏大的“红旗渠精神”人格化、情感化、动态化。心跳代表着生命、活力与传承；它既是工程奇迹的水流脉动（空心坝“水上走、水下流”的精妙设计），也是建设者们的奋斗脉搏（吴祖太等英雄的故事），更是古村至今延续的生活律动；这个词组感性、有力，能引发游客的好奇与情感共鸣。此口号精准传递了景区作为“活态遗产社区”的核心身份——不是冰冷的遗址，而是一个仍在呼吸、有故事、有温度的生命体。

2、传播口号矩阵

为应对多元的市场需求，建议构建以下口号矩阵，实现分层、分众传播：

（1）面向大众游客

来空心坝，触摸“天河”的智慧心跳：突出工程奇迹与互动体验，将“红旗渠”（天河）与“空心坝”紧密绑定。

一段隐藏的渠，一座活着的村：简洁对仗，充满故事感，激发探秘欲望，强调历史与现实的交织。

（2）面向深度体验与研学客群

解码空心坝，重走一颗匠心：针对工程师、学生、历史文化爱好者，强调其科技内涵与匠心精神。

在白家庄，当一天“渠边人家”：主打沉浸式生活体验，亲切、具体，有画面感。

（3）面向自驾与户外爱好者

南太行自驾路上，一个必须停靠的故事：将景区定位为旅程中的文化补给站和情感共鸣点，而非终点。

越过山丘，遇见仍在呼吸的传奇：富有文艺与探险色彩，契合自驾者心境。

（4）用于网络新媒体

寻找红旗渠遗失的心跳：适合作为抖音、小红书等平台话题挑战，鼓励用户打卡探索，具有强互动性和悬念。

这里的水，会讲述：极简、诗意，适合短视频配文或精美图片标题，引发无限遐想。

第五章 发展目标及定位

第二十六条 指导思想

依托红旗渠文化、传统古村落及良好生态环境等特色旅游资源，以红旗渠文化研学、生态休闲、乡村风情体验、户外露营等为发展方向；强化旅游基础设施建设，提升旅游接待能力和接待档次，建设成为集文化感悟、康体健身、休闲养生、农事体验等为一体的生态休闲景区。

第二十七条 规划原则

生态优先，绿色发展；

以人为本，共享发展；

多业联动，融合发展；

因地制宜、突出特色。

第二十八条 开发时序列与目标

（一）近期（2025~2027年）

市场导入阶段：启动完善能够代表景区形象和具有拉动作用的旅游项目建设。大力开展景区旅游环境综合治理。积极开展美丽乡村建设，完善旅游服务设施。开拓旅游客源市场，积极参与周边景区合作。完成国家 AAA 级旅游景区申报及验收。

（二）中期（2028~2030年）

品牌塑造阶段：景观、景点建设进一步完善，旅游规划项目相继完成；登山步道、环山健身道路、农事休闲体验、休闲露营等旅游项目得到积极开展。进一步完善供水供电、环卫、通讯等基础设施建设；景区内传统建筑进行科学有效保护；环境绿化和植被景观建设初步完成。积极开展弘扬红旗渠精神、研学、山地运动等旅游活动，全力打造成为林州市标志性旅游目的地。客源市场得到稳固开发；旅游形象和产品品牌享有较高知名度，空心坝景区成为区域市场具有竞争力的品牌。传统村落建设取得阶段性成果。

（三）远期（2031~2035年）

全面发展阶段：继续加强旅游发展和环境保护工作，进一步完善产品结构，丰富各景区的功能。积极开展以红色文化、休闲露营、传统文化体验、山地健身等民俗旅游活动；旅游接待设施与接待能力进一步提高，各种旅游设施进一步完善；旅游产业结构和旅游环境达到优化，旅游产业健康、有序发展，成为省内有影响力的旅游胜地。

第二十九条 规划思路

（一）开发思路

1、资源评估与定位

全面资源盘点：深入调研白家庄村的空心坝景观和马家岩村的自然景观。

精准市场定位：根据资源特色，定位弘扬红旗渠精神与休闲度假市场。

2、旅游产品开发

探索红旗渠精神之旅：以红旗渠空心坝为底蕴，体验伟大红旗渠精神的同时，引发深度思考：在没有先进仪器的年代，红旗渠建设如何做到精确的高程计算。

休闲露营之旅：在远离城市喧嚣的太行山脉，体验大自然带给游客不一样的宁静与放松，实现短暂的自由。

自然探索之旅：依托虹霓河与露水河，增设戏水设施，增加游客亲水体验；且设计徒步探险路线，让游客深入山林，观察野生动植物。

文化深度游：开发传统村落文化体验活动，如具有红色元素的传统手工艺制作学习、民俗节庆参与；挖掘传统历史，设计实景演艺节目，增强文化感染力。

特色旅游商品：以当地特色农产品和手工艺品为基础，进行创意包装设计。如将当地水果加工成果干，印上空心坝景区特色 LOGO 图案；开发以红旗渠空心坝为原型的木雕、石雕纪念品。

4、市场营销推广

社交媒体宣传：利用抖音、小红书等平台，制作精美的短视频、图文攻略，展示景区美景、特色活动，吸引用户关注与分享；与旅游领域网红、博主合作，邀请他们实地体验并宣传推广。

线上旅游平台合作：在携程、去哪儿等平台优化景区页面信息，推出优惠套餐、限时活动，提高景区曝光度与预订量；利用大数据分析游客偏好，精准推送景区广告。

线下营销：参加各类旅游展会、推介会，设置特色展位，展示景区风光与特色产品；与周边城市旅行社合作，推出红旗渠空心坝景区旅游专线，通过旅行社渠道吸引团队游客。

5、运营管理提升

加强员工培训，包括服务礼仪、景区知识、应急处理等方面，提高服务意识与专业素养；建立游客反馈机制，及时处理游客投诉与建议，不断优化服务体验。

制定严格的生态保护制度，在开发过程中注重生态修复与保护；加强景区安全管理，设置安全警示标识，定期对游乐设施、游步道等进行安全检查，确保游客游玩安全。

加强以基础设施为主的美丽乡村建设，积极开展“文化感悟游”、“休闲康体游”、“户外拓展游”和“游自然山水，品农家风味”等旅游活动，加速资源优势转化为经济优势。

加强以休闲旅游接待为主的旅游服务体系建设，适度提高接待能力和档次。完善相关配套设施建设，重点强化环卫设施和人员队伍建设，保持良好生态环境。

大力开拓和培育生态文化休闲客源市场和研学旅游市场，不断增加游客规模，提高旅游接待水平和能力。开展丰富多彩的旅游娱乐活动，提升游客旅游热情。

（二）开发重点

1、生态景观打造

特色景观营造：结合白家庄村的空心坝，打造具有特色的景观节点。

自然景观保护与优化：完善马家岩摩旅露营基地，打造人与自然和谐相处的休闲区域。且对马家岩村内的山林、溪流、峡谷等自然景观进行全面保护，防止过度开发对生态环境造成破坏。同时，通过清理河道、修复山林小径等方式，提升自然景观的观赏性。

2、旅游基础设施建设

交通设施：完善景区外部交通连接，确保游客能够便捷地到达景区。同时，合理规划停车场，配备充电桩等设施，以适应不同类型车辆的停放需求。

住宿与餐饮设施：建设多样化的住宿设施，包括经济实惠的民宿、亲民度假民宿。在餐饮方面，打造具有地方风味的餐厅，推出以白家庄和马家岩村当地山珍、野菜为原料的特色菜肴。

卫生与服务设施：在景区内合理布局公共卫生间。同时，设置足够数量的休息区，配备座椅、垃圾桶等设施，方便游客休息和保持景区环境整洁。此外，建立游客服务中心。

3、文化旅游项目开发

挖掘本土文化：深入挖掘红旗渠及白家庄传统村落的历史文化、民俗文化。组织专业人员对当地的历史传承、传统手工艺、农耕文化等进行收集整理，邀请当地

老人讲述历史故事，记录文化脉络。整理空心坝曾经的建造故事以及技术攻克，将其融入到景区的文化展示中。

文化体验项目：开发一系列文化体验项目。设立传统手工艺作坊，让游客亲身体验空心坝主题剪纸、刺绣、陶艺等传统手工艺的制作过程；打造传统村落文化体验区，让游客近距离感受明清时代的建筑魅力，感受时代传承下来的痕迹。此外，定期举办民俗文化表演，如红旗渠建造情景再现等，丰富游客的文化体验。

4、旅游活动策划

四季主题活动：策划四季主题旅游活动。春季举办踏春节；夏季推出避暑休闲活动；秋季举办丰收节；冬季开展冰雪主题活动。

特色节庆活动：举办特色节庆活动，提升景区的知名度和吸引力。在春节期间举办民俗文化节；在国庆节举办空心坝红色文化活动。

5、旅游营销推广

网络营销：利用互联网平台进行广泛的营销推广。建立景区官方网站和社交媒体账号，及时发布景区的特色景观、旅游活动、优惠信息等内容。与各大旅游网站、在线旅游平台合作，进行景区门票、旅游套餐等产品的线上销售，并通过用户评价和口碑传播。同时，利用短视频平台，制作精美的景区宣传视频。

线下营销：参加各类旅游展会、推介会，与旅行社、旅游媒体等建立合作关系，拓展线下客源市场。在周边城市的主要交通枢纽、商业中心等地投放户外广告。此外，开展主题营销活动，如邀请知名旅游博主、网红到景区体验并进行宣传推广。

第三十条 规划定位

（一）景区性质

精神传承性：红旗渠的精神传承性。

自然生态性：红旗渠空心坝景区地处太行山脉山区，坐拥典型的山地复合地貌，峰峦叠嶂、绝壁林立，地势错落有致。

乡村文化性：此区域还兼顾白家庄村传统村落文化。

休闲度假性：景区为城市居民和久居喧嚣之地的人们提供了一个远离尘嚣、放松身心的休闲露营度假空间。

综合性景区性质：融合了红旗渠精神文化、自然景观游览、乡村文化体验、休闲娱乐活动等多种功能于一体。形成了一个综合性的国家 AAA 级旅游景区。

（二）主题形象与功能定位

1、主题形象：

中国红旗渠精神的微观活态博物馆：空心坝作为伟大的红旗渠工程的一个重要节点，不仅是红旗渠的缩影，更提现了中华民族的匠心精神，是工程奇迹的水流脉动，空心坝“水上走、水下流”的精妙设计，也是建设者们的奋斗脉搏，更是古村至今延续的生活律动；体现空心坝的感性、有力，能引发游客的好奇与情感共鸣；此形象精准传递了景区作为“活态遗产社区”的核心身份不是冰冷的遗址，而是一个仍在呼吸、有故事、有温度的生命体。

南太行古村生活共生体验地：白家庄村拥有保存较为完好的传统村落建筑，独特的自然与人文景观融合，营造出一种远离尘世喧嚣，让游客能感受到古朴宁静的乡村生活气息，仿佛穿越回过去的美好时光，可将其打造为“古村生活体验基地”形象，吸引渴望远离城市纷扰，追求宁静自然生活体验的游客。

户外运动休闲露营胜地：景区周边地形多样，有适合徒步的山间小道，有可开展攀岩活动的岩石峭壁，还有适合摩旅骑行的乡村公路与山地路线。可塑造“户外运动，休闲之谷”的主题形象，针对热爱户外运动，追求自由生活的年轻游客群体，以及注重健康生活方式的家庭游客，提供丰富多样的户外运动休闲项目。

2、功能定位：

红旗渠精神研学高地：以空心坝为核心载体，串联修渠英雄事迹与一坝两用的工程智慧，让游客在实地探访中感悟自力更生、无私奉献的精神内核，成为沉浸式红色教育与研学实践的优选目的地。

太行生态休闲秘境：依托马家岩水库的山水画卷与太行山脉的原生植被，搭配露营基地的户外体验，打造集山水观光、露营休憩、轻量徒步于一体的生态空间，尽显太行山的雄浑与灵秀，满足亲近自然的休闲需求。

乡村原生体验目的地：以白家庄村传统村落为依托，保留乡村原生肌理与生活气息，联动周边业态让游客深度感受太行乡村的淳朴风情，体验与城市截然不同的田园慢生活，成为乡村生态与民俗体验的核心承载地。

摩旅户外专属营地：凭借太行盘山公路的驾驶乐趣与马家岩村露营基地的完善配套，精准对接摩旅与自驾爱好者需求，提供车辆停靠、户外露营、观景打卡等一站式服务，打造兼具刺激体验与自然静谧的户外专属空间。

第六章 空间布局与旅游产品规划

将依托各类旅游资源，要紧紧围绕着“合理保护、利用旅游资源，分层次、分类型、分等级进行综合全面开发与建设并使之可持续发展”和“建设国家 AAA 级旅游景区”的定位进行，在充分保护的基础上，积极合理地利用旅游资源。本次空心坝景区土地利用规划不改变原有土地用途，按原地类管理。景区总体功能布局为“一心、一带、四区”。

第三十一条 综合旅游服务中心

（一）功能定位

该区域位于马家岩村，进一步补充和完善旅游服务设施。

（二）开发思路

本区域将以红旗渠精神为主题，围绕空心坝景区进行开发与建设。建设重点为旅游基础设施建设。

（三）旅游项目设置

1、任莽线景观廊道

从白家庄入村口到马家岩水库，沿途通过绿化建设，种植四季景观树种，搭配花卉等，营造愉快祥和旅游氛围。同时，在露水河沿岸沿途可设置“木质景观廊道”，供游客观赏休憩。也可以形成多处跌水景观，结合灯光、绿林，形成休闲夜景。

2、游客服务中心

游客服务中心：位于马家岩村、紧邻摩旅露营基地。旅游咨询、导游、住宿接待、临时休息、影视厅、安保监控、医疗救护、旅游购物、景区管理处等各项功能均安置在游客服务中心。同时，还设置多媒体展示平台、一处 AAA 级旅游厕所。

生态停车场：紧邻游客服务中心、游客服务中心前现有空场地建设一处生态停车场，能够满足 130 部小车、2 部大车使用。生态停车场建设应与周围环境相协调，使游客有舒适感。停车区之间、车位与车位之间以及停车场周围种植绿化树与草皮。大车停车区可以使用高大乔木进行遮挡。整个停车场的绿化面积达到 35% 左右。停车场内设置停车线、停车分区、回车线，并要有完整、清晰的方向引导指示标识，完善停车管理制度并配有专人管理。停车场周边可同时进行夜景工程。同时，建设一处 AAA 级旅游厕所。

3、绿化建设

本功能区除了为游客提供服务功能外，更主要是为服务对象提供感官上的美好印象。积极开展以“植物景观”建设为主的山林绿化。树种可选择适合当地生长的黄栌、五角枫、塔松等，营造山清水秀的良好生态旅游环境。

第三十二条 滨水生态旅游带

（一）功能定位

该生态旅游带依托虹霓河与露水河打造，串联摩旅休闲露营区、红色文化研学区和山水生态观光区。

（二）开发思路

该旅游带围绕现状河道，贯穿景区，打造滨水景观。

（三）旅游项目设置

1、滨水节点

对现有梯级蓄水设施进行加固修复，恢复其调蓄和净化功能；清理河道内的杂草与淤积物，在两侧岸坡补植乡土植被，增强水土保持。在虹霓河沿岸设置亲子游乐、露水河浅水区设置亲水乐园。

第三十三条 红色文化研学区

本功能区主要位于空心坝和白家庄传统村落范围内。区域内资源包括有红旗渠空心坝、传统村落、民居古宅、古树名木、庙宇、碑刻连廊、村史馆、文化体验中心等；是以历史文化、传统文化、民俗文化等为主的旅游功能区。

（一）功能定位

本功能区是游客开展红旗渠文化研学和乡村休闲旅游的集中区域。

（二）开发思路

本区域将以民俗文化、红色文化、传统村落文化等为主题，围绕着红色文化感悟、爱国文化研学、民俗文化体验等进行开发与建设。建设重点为旅游基础设施建设，传统古民居恢复与改造、“四馆一院”建设（红色纪念馆、村史馆、非遗文化馆、影视体验馆）、民宿院等。同时，强化村庄环境综合整治、各类线路管网改造、公厕环卫设施完善、旅游服务设施等。在保护现有生态景观的同时，深入挖掘各景观的特色和文化内涵，打造特色乡村景观。

（三）旅游项目设置

1、红旗渠空心坝遗产保护与研学体验集群

作为功能区核心地标，围绕空心坝打造“保护+展示+研学”三位一体的体验节点，让水利遗产从“观赏对象”变为“研学载体”。

空心坝“水坝智慧”研学平台：严格遵循“修旧如旧”，对空心坝坝体、溢洪道、渠岸等进行结构性加固与表面修复，保留坝体原始夯土肌理与工程痕迹；清理

坝体周边杂草、碎石，修复坝体标识碑，在坝体关键位置设置玻璃防护栏，既保障游客安全，又不遮挡景观视线。

在空心坝东侧开阔区域，设置约 300 平方米的沉浸式研学平台，分为“工程解析区”与“互动体验区”。工程解析区通过 1:50 比例的空心坝模型，结合图文展板讲解“渠水穿坝过，洪水漫坝行”的设计原理，配套播放修渠老工匠口述历史视频；互动体验区设置“坝体承重模拟”“水流导向实验”等简易装置，让学生与游客直观理解水利工程智慧。

空心坝观景休憩带：沿空心坝南侧渠岸修建观景步道，且设置一处观景平台；设置 3 处“修渠故事牌”，讲述空心坝修建过程中“夜战悬崖”“石匠攻关”等真人真事，营造“边走边听、边看边悟”的氛围。

2、白家庄传统村落文化活化工程

以白家庄“中国传统村落”为基底，保留石板房、古街巷肌理，通过“院落改造+业态植入”，让古村成为民俗体验与红色文化融合的空间。

八路军兵工厂和医院遗址红色讲堂：这里是空心坝景区重要的红色教育点位，承载着抗日战争时期八路军敌后抗战的珍贵历史记忆。对旧址经保护修缮，打造为红色讲堂，通过历史遗存、图文展板与现场教学，生动再现敌后军工生产与战地救护场景，是开展爱国主义教育、传承红色基因、感悟革命精神的重要阵地。

红色主题院落集群：选取 3-5 处保存完好的明清石板房院落，改造为“红旗渠精神体验馆”“修渠人故居”“民俗非遗工坊”，形成院落式体验集群。其中，“红旗渠精神体验馆”通过复原修渠时期的工具、生活场景，搭配 VR 设备，让游客沉浸式感受修渠艰辛；“修渠人故居”以本地修渠劳模为原型，展示其生前使用的物品、获得的奖状，邀请劳模后人定期驻场讲述故事“民俗非遗工坊”分为“红色文创区”与“传统技艺区”，红色文创区开发以空心坝为原型的木雕、剪纸、陶瓷摆件，传统技艺区邀请林州非遗传承人现场教学，游客可亲手制作并带走作品。

传统民居研学民宿：改造 8-10 处闲置石板房院落为“红色研学民宿”，保留院落格局与传统陈设，客房内配备红色书籍与研学手册；民宿庭院设置“农家课

堂”，游客可参与“磨玉米面”“做农家饭等农事体验，夜间组织“星空故事会”，由村民或研学导师分享红旗渠与古村的历史关联。

村史馆：对现状院落进行整体修缮，改造水电设施，增加休息设施、公厕等。正房可开辟为“村史馆”，增加村庄的来历、发展历程等文史介绍。东侧房屋可改造成本村的“生态旅游服务驿站”，为游客提供餐饮住宿安置、旅游投诉等功能。房间可改造成“土特产品展销中心”，放置当地产洪河小米、柿饼、中药材、鲜果等，供游客选购。

工匠精神纪念馆：展示大国工匠精神和艰苦创业精神。规划改造院落为“工匠精神纪念馆”，通过收集当年修建红旗渠时的用具、照片、影视、记录、回忆等资料，设置苦难岁月、艰苦创业、英雄人物、美好未来等展室，向游客展示林县人民改天换地和追求美好生活的英雄事迹，以教育后人。

第三十四条 山水生态观光区

本功能区位于露水河下游，是露水河与红旗渠巧妙融合的又一伟大工程，包含红旗渠十大工程之一的十孔渡槽、露水河、山花椒林、前年古槐树等。

（一）功能定位

此区域重要功能是为游客展现红旗渠建设的智慧，并且开展山体探索活动。

（二）开发思路

作为红旗渠十大工程之一，十孔渡槽是功能区核心地标，围绕“保护修缮+智慧展示+沉浸体验”，让水利遗产从“静态观赏”变为“动态研学”，同时联动周边景观形成红色生态游览闭环。

（三）旅游项目设置

1、红旗渠十孔渡槽研学点

严格遵循“修旧如旧”，对渡槽槽体、支撑墩、输水通道进行结构性加固，修复表面风化痕迹，保留1960年建设时的原始工艺肌理；清理渡槽周边杂树、碎石，既保障游客安全，又不遮挡“飞渠跨河”的景观视野。

优化渡槽周边环境，沿露水河一侧修建“生态缓冲带”，种植本地湿生植物与乡土乔木，形成“乔木+灌木+草本”的立体植被层，减少面源污染的同时，营造“渠映绿植、水伴花香”的景观效果。

2、露水河滨水生态休闲带

以露水河为轴线，依托“河渠共生”的生态基底，开发低干扰、高适配的滨水休闲项目，打造“南太行滨水休闲样板”。

对功能区内露水河河段进行生态修复：清理河道内淤泥、垃圾与违规建筑，保留天然鹅卵石滩；在河道平缓段修建“生态滤坝”，过滤上游来水杂质，提升河水水质。

3、露水河滨水休闲体验项目

在露水河浅水区打造亲子亲水乐园、滨河徒步与骑行道等生态活力项目。

4、山花椒林生态观光与采摘体验

对功能区内山花椒林进行梳理与养护，清除杂树、杂草，保留长势良好的成年花椒树，补植幼苗，形成“连片花椒林”景观；在花椒林入口处设置“花椒文化标识牌”，介绍山花椒的生长习性、药用价值与经济价值，提升游客认知度。

开发“花椒采摘体验”项目（每年8月花椒成熟季开放），划定一定区域花椒林作为“采摘区”，配备专业向导，向游客讲解采摘方法，提供采摘篮、手套等工具；采摘后的花椒可由景区合作农户现场加工，游客可付费购买，也可带走新鲜花椒自行处理；在花椒林中部建设“花椒品茗亭”。

第三十五条 摩旅休闲露营区

本功能区位于马家岩村，区域内资源包括有摩旅露营基地、盘山公路、虹霓河、马家岩水库，植被条件好，基础设施基本完善。

（一）功能定位

作为景区重要游客参与性活动体验区，其主要功能是为游客提供山地旅游项目，增加游客旅游的体验性和趣味性。开展游客参与性强的旅游项目包括自驾骑行、野外宿营、天象观光、拓展运动、极限运动等。

（二）开发思路

以生态旅游为主要方向，积极开展各类型的康体旅游活动，发展建设游客参与度高、体验性强、互动性好的旅游项目，让游客在良好的生态环境中真正得到身心放松和愉悦。

（三）旅游项目设置

1、摩旅专属服务综合体

作为功能区核心服务节点，围绕“车辆保障+休憩补给+社交互动”打造专业摩旅服务空间，解决摩旅群体“行、停、修、歇”核心需求。

2、生态露营度假区

依托马家岩虹霓河滨河地势平坦地块，打造露营度假区，基地设置天幕、集中舞台区、烧烤营地、飞行营地、房车营地、公共厕所等设施，满足游客休闲放松目的。

3、虹霓河亲子游乐

依托虹霓河沿岸，轻量开发亲子休闲项目，设置亲水平台、浅滩戏水体验、配备水枪和渔网等工具、设置水车景观小品、滨河步道以及天然石材打造的休憩石凳等，丰富游客体验维度。

4、任莽线盘山公路自驾

在任莽盘山公路设置安全设施和安全指引标识，让摩旅游客体验太行山脉独特山路景观，感受刺激的摩旅过程。

5、自行车U型管赛

依托营地“摩旅+露营+轻极限”复合业态打造的自由式小轮车U型管体验项目，项目以小型标准U型半管为场地，提供头盔、护膝等全套护具及入门级小轮车租赁，让游客感受轻极限运动的乐趣，成为营地特色休闲亮点。

6、摩托车山地越野

马家岩摩旅休闲露营区摩托车山地越野项目，依托太行山脉独特的山地地形与原生态自然环境打造，是专为摩旅爱好者、户外探险群体设计的特色体验项目。项目规划专业越野赛道与休闲体验路线，涵盖林间小道、山地坡道、砂石路段等多样化路况，既适合资深骑手感受越野操控乐趣，也可为新手提供安全指导与基础骑行体验。沉浸式感受山野越野的速度与激情，与露营、观景、休闲等业态互补，打造集探险、娱乐、休闲于一体的户外露营新体验。

7、马家岩水库水上休闲

在保证安全的前提下设置生态游船观光，合理设置环游线路，投放脚踏船并同时配备救生衣、救生圈等安全措施。

第三十六条 户外山体拓展区

本功能区位于规划区北部。区域内资源包括有森林、草甸、沟壑、陡坎等；自然资源保护较好，高达乔木较多，是开展生态休闲旅游的好地方，尚未进行任何旅游开发。

（一）功能定位

以山地地形为基底，打造集“山地运动体验、团队拓展训练、自然研学探索”于一体的复合型户外拓展区。

（二）开发思路

坚持“生态低干扰”与“体验高适配”原则：一方面严格保护山地植被与地貌，避免大规模硬化施工，采用“点状布局+生态材料”建设项目设施，保留山体原始风貌；另一方面结合地形特征分层设计项目，针对不同客群设置难度分级的体验内容，配套完善的安全保障与服务设施，实现“专业与大众兼顾、刺激与休闲并存”，同时联动摩旅露营区、红色文化研学区，形成“白天拓展+夜间露营+文化研学”的多业态联动体验。

（三）重点建设内容

对本区域进行生态涵养保护，为将来生态景区发展预留一定的空间，使之得以可持续发展。

坚持“保护为主，开发为辅”，重点工作是进行资源调查，加强绿化，增加植被覆盖率，保护生态环境，防止水土流失，为景区将来的进一步开发建设奠定良好基础。

不进行大规模景观建设。要重点保护好现有的原生旅游资源。同时，应加强森林病虫害的调查与防治，配合林业部门建立巡山制度和专业队伍，及时发现，及时处理。对现有生长衰弱、林相杂乱、观赏价值和经济价值低的稀疏灌丛，低矮、残败的萌生林，应按风景林或经济林的要求进行必要的抚育、补植和改造。强化森林防火防灾建设，为游客提供一个完整的自然生态区。

第七章 专项规划

第三十七条 旅游交通道路规划

（一）对外交通

依托任村镇南环路旅游交通骨架，衔接林长高速青年洞站、234 国道形成对外通道，可便捷联动周边红旗渠景点；升级任村镇至空心坝的乡村连接路，优化通行条件；公路两侧以当地景观树种为行道树，适当配植观赏树种；同步完善清晰且与景区环境协调的交通旅游标志，适配景区游览发展需求。

（二）内部交通

1、景区车行道路

按照三级公路标准改造山顶的道路，同时，提升红旗渠空心坝公路同行标准，加强植被景观绿化，设置路标，增加柏油路面。大型停车场的停车坪应尽量采用植草砖，小型停车场可根据景观要求灵活布置，可以采用卵石草地、石块等多种形式。

2、一级步游道路

包括景区廊道、寻幽廊道等以连接各主要景点、利于游客安全行走及观赏的道路。在对现有游路进行必要改造的基础上，采用不同质感的多种材质铺砌，如石板、石块、卵石等，最好采用当地石材建设；部分路段可采用防腐木架空成栈道。既可作为旅游道路，又可作为森林防火使用。在道路险要处，要增加护栏、扶手等保护设施；加强安全提示。

3、二级步游道路

游览步道宽度 1.5~1.8 米，采用天然路面或稍加铺砌供游人使用。二级游览步道道路的建设形式应根据实际情况灵活决定，尽量就地取材。

4、游览小道

为减少游人对自然资源的破坏，应尽量压缩原有小道的线路，规划宽度为 0.6~1.0 米，游览小道仅作简单的处理，材料也以当地材料为主。该道路应有明显警示，防止游客误入，出现危险。

5、村庄内部道路

村内道路均采用当地石材进行铺设，宽度可依据地形而定。在村内道路建设中要进行“三线入地、预留绿化用地”、休闲广场和景观小品建设等，做到一次规划全部到位，避免多次重复建设。

（三）旅游标识系统

景区标识系统主要包括景区全景导览牌、景点介绍牌、温馨提示牌、警示牌、公共服务牌等。

景区标识系统应在符合国家相关规范的同时，体现出景区的主题特色，既要与满足景区标识牌标准化要求，又具有特色；兼具美观性与实用性，和周边的环境和谐搭配，成为景观的一部分。设置景区标识牌、公共信息图形符号等，均要求地方特色突出。不同功能区的标识牌应有所不同，体现自我特色，让游客可根据标牌知道自己所在的区域。

标识牌可选用防腐木，摆放位置适当，指示游客当前所在景区的位置，离下一个景点的距离，公共服务设施位置等等。要特别注意提醒游客陡降、湿滑、深潭保护环境等等，语气上要亲切、温馨、体贴，切忌生硬。

第三十八条 旅游服务设施规划

（一）住宿设施规划

1、住宿设施预测

根据景区发展定位、项目设置特点、环境容量等要素，对游客住宿设施进行预测。经预测，2027年需床位数为415张；2030年需床位686张，2035年需床位1088张。

2、住宿设施构成

所有住宿接待设施将以生态景区建设的特色民宿开展旅游住宿接待。近期设置少量住宿设施；中远期能够满足接待能力。

规划：重点对白家庄及马家岩农家院落进行改造，建设以“乡村民宿”为主的住宿接待。中期，可改造多处左右农家院落，能够满足住宿需求。远期，分别在不同区域利用现有农户庭院，再开发一部分农家院落，满足住宿要求。旅游接待设施既可以改造原有废旧院落，也可以按照当地风格新建部分设施。

3、设施要求

对开展旅游接待的农家宾馆要求：要依山就势、分散布局建设；保持原有特色，在庭前屋后种植有以本地生长的山楂、樱桃、核桃、柿子等植物，彰显山野农家的乡村野趣。对于有条件的农户，建议旅游接待和自用住宿分开（或前后、或左右、或上下），给游客更大的空间和自由。

对于农家宾馆进行统一规划、统一管理。加强卫生条件管理，统一配置被单、洗梳用具、餐具等，床单、枕套、被套等卧具做到一客一日一换；客房和卫生间每日清理；做到“住宿游客统一分配、统一服务标准、统一收费价格”。加强对服务人员培训，提高服务人员的服务和卫生意识。

（二）餐饮设施规划

餐饮设施主要依托旅游服务基地进行布局。其中，马家岩、白家庄民宿主要为游客提供具有当地特色的农家饭菜；景区内的各个服务点主要为游客提供方便的旅游小食品。

所有餐饮点和餐饮设施都要求符合国家相关卫生标准。对于农家餐饮的厨房、餐厅及餐具应有较好的防尘防蝇措施，配有专用的碗、筷等餐具消毒设备并保持干净、卫生、整洁。

（三）旅游厕所建设

作为人性化服务重要标志物，旅游厕所不仅要满足游客需求，更要成为景区景观建设的一项重要内容。规划：景区内部修建旅游厕所至少10座；其中，在游客集中的游客服务中心、白家庄村乡村民俗文化体验基地、红旗渠摩旅露营度假区分别建设3A级旅游厕所。在其它旅游服务基地和各旅游线路上分别设置样式各异的旅游厕所若干，分布于旅游道路的两侧。

旅游厕所的建设在满足功能要求的前提下，一定要与周边环境和已有建筑风格相互融合。在管理上要有专人负责清洁，做到干净、整洁、卫生、无异味。有条件的区域应建设以水冲式厕所为主。。

第三十九条 供电与给排水规划

（一）供电规划

规划中期，将白家庄村变压器升级为25KVA；远期，对白家庄村变压器升级为25KVA。同时，结合白家庄村美丽乡村建设，对现有供电网络进行“三线入地”改造，村内所有供电线可采用地埋式设置，沿村内道路布局走线，各用电点可采用闭合式端口直接接入，已达到既安全有美化环境。积极倡导太阳能路灯、太阳能热水等利用。

（二）给水规划

1、用水量预测

依据给水规划依据标准，不留宿游客用水：30 升/人·日；住宿游客用水：450 升/人·日；景区员工用水：150 升/人·日。通过预测，近期末用水量为 131.35 吨/日；中期末用水量为 165.48 吨/日；远期末用水量为 221.29 吨/日。

2、给水规划

各功能区将采用“集中供水”方式进行供水。近期，规划在白家庄村打深井 1 眼，设置水处理站一座，经过处理后达标的水可通过管道为本区进行供水，供水量应能够满足白家庄村日用水量。同时，采用二级加压提供水方式从游客服务区对山顶进行供水。规划中期，规划修建 3 处蓄水池，容量不低于 300 立方米以备不时之需。远期，在村西南侧打深井 1 眼，设置水处理站一座，为该区域供水，要求能够满足最高日景区总人数日用水量。

各个旅游服务基地供水干管基本沿着主要道路敷设，供水管道体系采用环状管网与树枝状管网相结合的模式。管道铺设选线在不影响景观效果的原则下，根据地形采用经济方便的铺设线路，尽量设置于不显眼的地方，并通过灌木、花草作为遮掩。为便于检修管网，在节点等适当位置设检修阀门。在村内合适位置，应设置室外消防栓。

（三）排水规划

1、排水量框算

以常住居民生活排水量为基准，同时考虑到游客排水量，按生活用水给水量的 80% 计算。

2、排水规划

景区所有生活污水必须经污水处理设施处理达标后，尽可能回用。

景区采取分散收集污水、分区集中处理的方法。规划在景区南部设置污水处理站，通过管网汇集到污水处理站进行集中处理；处理能力应以满足本区域需求，污水处理率 100% 达标后用于周边的农业灌溉和绿化建设。结合污水处理站设置一处“三级净化污水处理设施”，对本区域内产生的污水集中处理，中水用于周边绿化用水。

污水管道尽量采用地理的方式铺设，确保不破坏原有的景观。

对于雨水，本次规划排水方式将采用雨污分流式。景区内的雨水排放采用以自然排放为主，明沟排放为辅。自然排放因地制宜，结合地形因势利导；易积水之道路、广场、宾馆等周围地面则设置暗沟排放。

第四十条 文化娱乐建设

（一）发展规划

以留住游客、延长游客停留时间、增加旅游消费为目的，完善娱乐设施配套工程，将旅游娱乐业打造成为景区的重要吸引物。

以空心坝、摩旅营地、水库为平台，积极开展水利文化体验、机车主题聚会、亲水休闲等活动，开发剪纸、布艺等手工技艺展演；利用传统节日举办特色庙会、社火等民俗活动，既增强对游客的吸引力，也不断丰富游客与当地群众的文化生活。

（二）文化墙与建筑小品

利用村内建筑外墙和文化栏，以新时代文化、红色文化和民俗文化为主题，通过彩绘、微浮雕等方式，全面营造浓郁的文化氛围。对于音响、垃圾箱、小雕塑，景观灯、坐凳等建筑小品，要尽可能突出人文景观、地貌景观，与周边自然环境相融合；做工要精美，避免生搬乱造，破坏景观。

第四十一条 旅游购物与商品建设

（一）开发要求

旅游商品开发应遵循经济性、适用性、创新性和地方特色等原则，积极开发出不同系列、游客乐购的商品。

（二）商品开发系列

结合本地的资源特色，主要开发土特产类、野生动植物产品、中草药类、木制品类以及工艺品类、书法作品、纪念品类等具有较高的地方特色。体现了当地的特点。

1、旅游食品

以红旗渠文化为底色，布局景区旅游食品供给。

绿色食品：聚焦本地小米、山楂、山核桃、蜂蜜等山货，重点优化即食性与便携性——将小米制成独立小包装脆片、山楂加工为无添加果脯，蜂蜜分装成便携挤压瓶；同步提供代办、托运、邮寄服务，便利游客携带。

特色食材：依托本地香菇木耳、山野菜、食用菌等土产，开发山野菜拌饭料、菌菇汤包等系列食材，搭配红旗渠空心坝主题包装，形成特色突出、便携实用的食品选择，供游客按需选购。

2、工艺与纪念品

结合红旗渠空心坝的水利文化与当地资源，打造特色文旅好物。

依托山林资源，设计红旗渠主题木制工艺品——刻有空心坝坝体图案的木碗、木杯，印着“自力更生、艰苦创业”标语的木质书签，以及空心坝微缩木制模型，兼具实用性与纪念性；用山核桃串制挂饰，坠以迷你木制红旗渠标识，或雕刻成空心坝造型小摆件，适配伴手礼需求。

利用当地花叶制作压花纪念品：将空心坝四季风景与红旗渠元素印于压花书签、台历，搭配挂历式空心坝水利场景压花装饰，凸显自然与人文融合。

联动林州特色技艺，推出相州瓷制空心坝风景盘、林州刺绣版红旗渠建设场景挂饰，以及空心坝工程主题剪纸摆件，既展现在地工艺，也强化景区文化标识。

第四十二条 资源环境保护与绿化规划

（一）环境保护规划

1、资源保护规划

坚持“保护为主，开发为辅”，加强对各类旅游资源全面保护，尤其是对原生旅游资源的保护，为景区将来的进一步开发建设奠定良好基础。

（1）山体资源保护

加强对山地旅游资源的保护是旅游景区可持续发展的重要保证。山地旅游资源由于自身环境的限制，其环境容量有限，如果景区内游客过多，超过环境容量，势必会对山地旅游资源造成破坏。

（2）水资源保护

本区域的水资源较为珍贵，应该得到充分保护。必须严格控制可能的污染源，确保水环境质量。保护好河道和溪流就保护好最核心的景观。景区内主要旅游服务设施、场所要健全排污系统和配备污水处理设施，严禁生活污水不经处理直接排放，景区内所有污水要求100%处理率，处理达标后，回用或用于绿化生产、景观用水，严禁污染河道。

（3）文化资源保护

本区域内的村庄拥有大量具有浓郁地方乡土气息的农家石质房屋建筑，是不可多得的特色人文资源，有较高的开发利用价值，应该积极加以保护，是指达到可持续利用。

制定保护规划：按照文物保护要求，对古建筑，制定详细的保护规划，划出重点保护区、一般保护区和建设控制区，尤其是要把保护的责任落实到有关的行政区域。重点保护区用地要以林业为主，以形成绿地，提高绿化覆盖率，不安排生产项目用地。

强化保护措施：对于古建筑的修缮、维护，应严格遵守“修旧如旧”的原则，杜绝人为造假。建设维修时，必须注重研究建筑物的年代、式样、色彩、施工技术及用材等问题，慎重对待。对珍贵文物古迹，要采取物理、化学、生物和工程等手段，对其进行有效保护。对木结构为主的古建筑，要特别注意防火、防蚁灾、防雷击等。

加强宣传：大力宣传并认真贯彻执行《中华人民共和国文物保护法》。宣传普及文物法，使景区广大干部群众都要知法、守法。对于违反文物保护法的单位与个人，必须及时查处。

2、环境保护规划

（1）大气环保规划

本区域的大气污染主要来自于景区内部村庄生活产生的大气污染。未来，大气污染主要来自于旅游建设和餐饮。因此，要严格控制大气污染，首先要调整燃料结构，逐步减少生态景区周边居民生活烧柴、燃煤，以电、液化气来代替。旅游经营户和其他旅游经营单位积极利用新能源新材料，广泛运用节能减排技术。积极推广使用清洁能源，如太阳能（风能）路灯、太阳能热水器等，即可节约能源，又可作为景观。景区内道路都要以嵌草砖或石子铺设，尽量减少土路和水泥路面，路两侧种植乔木或花草（视是否障景而定），尽量不留裸土，减少扬尘。

（2）噪音控制规划

景区内不得装设高音喇叭，同时禁止游人使用高音音量音响。沿通往各景区停车场两侧种植绿化隔离带，充分发挥植物消音吸声作用。

制定景区行车管理办法；控制行车路线、限速、限车种。在游客集中区域执行《国家城市区域环境噪声标准》（GB 3093-93）二类标准：昼间小于 60 分贝，夜间小于 50 分贝；夜间突发噪声，其最大值不准超过标准值 15dB。通过科学管理和合理引导，使夜间娱乐噪音尽量减小。

（3）环卫设施

垃圾中转站（点）：在白家庄设置垃圾收集站，负责全部区域的垃圾收集。景区内的各类垃圾实行分类回收，做到日产日清，垃圾最终处理纳入所在乡镇垃圾处理系统进行统一处理。

垃圾桶设置：在景区内游客时常停留的场所，新建容易发现但不破坏景观的果皮箱 50~80 个，根据景观特点，可以设计为树桩型、蘑菇型等，由清洁工定期统一清理。

在对露营活动提供特殊交通工具、整套帐篷、日常用品、饮料、食物等露营必需品的同时提供一些垃圾袋，要求在人们结束野营活动时，将固体垃圾装入袋中带走，集中处理；或者是设置垃圾池，对垃圾进行定期收集，集中处理。

（二）绿化建设规划

植物资源是生态旅游的本底，是生态旅游的生命线，在旅游开发的过程中，必须进行重点保护。

（1）严格保护森林植被，做好森林防火工作

景区内的森林树木既是水土保持生态林，又是旅游风景林，要严禁乱砍滥伐、砍柴割草、开山取石、开荒种地破坏植被。在已有乔、灌木树种的疏林地、灌丛山坡实行封山育林。景区内继续禁止放牧牛羊、以防啃食树木。

（2）抚育、补植和改造灌木林、疏林现有生长衰弱、林相杂乱、观赏价值和经济价值低的稀疏灌丛、低矮、残败的萌生林，均宜按风景林或经济林的要求进行抚育、补植和改造，如酸枣嫁接大枣、野山楂嫁接、栗树嫁接板栗桃等。适当进行补植大苗，使之逐渐形成连片的经济果树林。对于相对集中分布有黄栌、连翘或栗树的山坡沟谷，可加强抚育、

松土除草，促其自然更新，加以人工补植，使之连片成林。对于有独特景观效果的树种，应根据实际情况，适当进行引种面积的扩大，形成景观特色。

（3）强化景观道路、河道和停车场绿化

对于景区内部的主要行车道路应加强植被的景观绿化建设，种植以山楂、柿树、紫槐、女贞、栾树、悬铃木等为主的景观树种。同时，在合适地点配以四季花卉，点缀景观，为游客营造出绿水青山的旅游环境。

停车场绿化要结合地形、景区发展方向和功能确定，建设生态型停车场，要求高大乔木、低矮灌木与四季花卉结合种植，营造“车停绿荫下，人游花丛中”的效果；在植被选择上，以本地树种为主。

（4）庭院绿化

各个农家庭院在植物选择上，宜求精而忌繁杂，避免给人拥挤感。在植物配置上，应根据不同生态习性，尽量做到乔、灌、地被相结合，使庭院内四季有景可赏。不同庭院应采取各具特色的绿化手法，在植物景观方面形成一院一景，如花卉庭院、梅花竹院、林木庭院、林果庭院、药材庭院等不同特色。

（5）对古树名木加以保护对古树名木、数量不多或逐渐减少的珍贵植物，要登记造册，进行重点保护。

同时应根据各自特点，确定适宜的恢复和发展措施。景区内禁止乱砍乱伐等行爲。

第四十三条 安全与防灾规划

林州市红旗渠空心坝景区的管理机构、所在地政府和旅游经营单位，必须建立健全旅游安全工作机制，做好安全宣传教育工作，为旅游者创建安全良好的环境。

1、消防安全

在游客较为集中的场所设置消防系统；景区各个管理用房要配备足额灭火器材；在游客服务中心设置消防监测室，实时监控、指挥整个区域消防安全。

在旅游旺季应采取各种方法宣传、提醒游客注意防火安全。在进入林区的入口处设立安全监测点，严禁游客带火上山。

2、防洪安全

景区地形陡峭，沟谷众多，预防季节性山洪是防洪工作的重点。针对可能出现的山洪危机，应加强危机预警机制建设，制定各类危机事件应急处置预案，进行各类危机处理演习，提高处理危机事件的应急能力。一旦危机发生，应特别注意游客安全信息的及时、准确掌握，做到实时更新。

3、地质灾害防治

景区应强化对山体地貌和植被的保护对坡度过大的边坡、沟谷等容易发生崩塌、滑坡、泥石流的区域，必须进行加固处理。建立相应的灾害防范措施，如根据不同

地质地貌，划分地质灾害分区并制定相应的规划，严格按照相关规划，科学进行旅游开发与建设。定期对河道两岸上体进行检查，排险加固，防患于未然。

在山体滑坡、山石易落处设立醒目警示标识，让游人能够快速绕过或避开危险区域。在旅游景区周围修建防护林、排洪渠等防灾基础工程。

景区应该建立安全部门，加强安全部门人员对旅游景区自然灾害的预测与防范。定时对景区安全人员进行自然灾害与安全知识培训，建立安全管理责任机制，使安全管理工作落实到每位员工。

4、公共安全

在景区内设立多个 24 小时开通的求助热线并与公安派出所连线，派有专人轮流值守，为受到犯罪行为威胁的旅游者提供援助。对景区的所有人员和村民进行培训和教育，使其具有一定处理紧急事故能力。同时配备通讯设备，以便紧急情况发生能够及时有效地联系。结合村卫生室建设，在景区的游客服务区分别设置医疗点，配备必要的医疗药品和器材，不断提高突发事故紧急处理能力。

加强对旅游安全设施的保护与维护工作，定期对安全设施进行检查维修，确保景区内消防、防盗、救护等设施要齐全、完好、有效，交通、娱乐、机电等设施完好，运作正常，消除安全隐患。

景区应与任村镇、林州市、安阳市的气象、国土、水利、林业、公安等部门建立常态化联系机制，做到公共资源共享、重大灾害预报和应急预案组织实施。同时，景区也要不断加强自身建设，建立完善的各类安全事故应急预案，并且不定期进行应急演练，做到有备无患。

第四十四条 智慧旅游发展

景区可以通过“智慧旅游”加强旅游资源的推广，提高景区服务和经营水平，也将缓解景区在旅游黄金期游客爆满所面临的各种问题。重点建设预定系统、电子商务系统、门禁系统、短信服务、视频监控、网络虚拟旅游系统等服务。

手机导游：实现 WIFI 无线网络全覆盖。

电子导览触摸屏：在游客服务中心设立智能终端和电子导览触摸屏，可供游客查阅、咨询等。

公共服务：包括旅游气象服务、虚拟旅游、旅游小程序、微信公众号、在线预订、公共区域免费 WIFI 信号等旅游服务。

智慧管理：包括组建智慧指挥调度中心，开发民宿客房智能管理系统、智能监控安防系统、安全报警与紧急救助系统等。

智能服务：建设包括道路灯光、景观照明、应急照明、声控音响等的智慧景观系统

第八章 旅游环境容量概算与调控对策

第四十五条 环境容量分析目的

本着在保护旅游资源和生态环境可持续发展的条件下，为游客提供更加舒适、安全、卫生和方便旅游生活，计算环境容量和游客数量，按照科学合理的环境容量控制游客规模，达到人与自然的和谐共处。

第四十六条 环境容量测算

根据景区各功能区的实际情况，本区域旅游环境容量采用“面积计算法+完全线路法”的混合方法进行环境容量测算。

规划将林州市红旗渠空心坝景区环境容量进行划分，其中，采用面积法测算的区域为：游客服务中心、户外拓山区、摩旅露营区、红色文化研学区、山水生态区；采用线路法测算的道路为：休闲廊道。

参照红旗渠景区及周边 3A 景区淡旺季开放时间，景区暂定每天平均开放时间为 8 小时，年平均可游览天数为 210 天。

根据相关规范，参照林州山地景区游览时间以及线路特性，核心景区人均合理面积 1.5-3m²/人，取值 2.5；开阔游览区人均合理面积 5-10m²/人，取值 8；人均合

理线路长度推荐标准：中等难度步道 6-8m/人，取值 7；参照周边 3A 景区日均客流强度系数，取值 0.38。通过预测，景区日最大游客接待量为 13823 人，年游客最大接待量为 110.31 万人。

第四十七条 调控对策与措施

为了充分营造良好的旅游环境，避免景区游客出现饱和现象和超过接待能力的情况，应制定预案，采取必要的游客调控措施。

1、及时进行旅游预测、预报，旺季每日发布旅游信息通报，从而指导游客选择旅游时间和目的地。

2、采取网上预订门票，增加游客数量预知和调控措施准备。

3、在功能区、景点达到饱和状态时可关闭景点入口，采用控制游览时间、门票、鼓励游客走动等方法起到调节流量的作用。

4、旺季时利用调整旅游线路和时间，实施景区内的游客统一调整，合理引导和分流。通过合理地安排旅游线路和时间，将游客在不同旅游目的地之间及游览区内部进行合理分流，减轻著名景点游客超载的压力。

5、通过开发新景点、延长游览道路、设计环线游路来扩大景区规模，增加环境容量，从而为游客提供更多游览区域以提高景区内的接待能力。

第九章 投资估算与效益分析

第四十八条 估算范围和时间

（一）投资估算

1、旅游项目投资估算

表 9-1 旅游项目投资估算表

项目名称	投资估算（万元）		合计 （万元）
	前中期	远期	

红旗渠空心坝研学平台	300	150	450
空心坝“水坝智慧”研学平台	200	100	300
空心坝观景休憩带	100	50	150
八路军兵工厂和医院遗址红色讲堂	250	100	350
红色主题院落集群	—	450	450
传统民居研学民宿	280	120	400
村史馆	—	170	170
工匠精神纪念馆	—	230	230
红旗渠十孔渡槽研学点	200	100	300
露水河滨水生态休闲带	150	100	250
露水河滨水休闲体验项目	150	80	230
山花椒林生态观光与采摘体验	—	100	100
摩旅专属服务综合体	350	100	450
生态露营度假区	400	250	650
虹霓河亲子游乐	150	80	230
任莽线盘山公路自驾	120	60	180
自行车U型管赛	200	80	280
摩托车山地越野	200	100	300
马家岩水库水上休闲	—	200	200
合计（万元）	3050	2620	5670

2、旅游基础服务设施投资估算

表 9-2 旅游基础服务设施投资估算表

项目名称	投资估算（万元）		合计（万元）
	前中期	远期	
一级游客中心及停车场	850	—	850
游客服务体系及功能设施	150	50	200
任马线道路绿化、亮化	200	100	300
标识标牌	150	50	200
环卫设施	200	150	350
给排水设施	180	150	330
电力电信设施	300	100	400
应急救援设施	150	350	500
综合防灾设施	120	350	470

安全监控设施	150	200	350
智慧导览系统	300	150	450
其他服务设施设备（服装、门票、导游设备等）	200	50	250
合计（万元）	2950	1700	4650

3、旅游市场推广投资估算

表 9-3 旅游市场推广投资估算表

项目	投资估算（万元）		合计（万元）
	前中期	远期	
宣传制品印刷	15	30	45
人员推广	50	30	80
媒体宣传	300	150	450
节事营销	100	250	350
合计（万元）	465	460	925

4、人力资源开发投资估算

表 9-4 人力资源开发投资估算表

项目	投资估算（万元）		合计（万元）
	前中期	远期	
旅游人才引进	200	100	300
旅游人才教育培训	100	50	150
基层服务人员培训	50	100	150
合计（万元）	350	250	600

（二）投资结构综述

通过对旅游项目、旅游基础服务设施、旅游市场推广以及人力资源等进行投资估算，景区的总投资额约为 11845 万元。其中，前中期景区的投资金额约为 6815 万元，远期景区的投资金额约为 5030 万元。

表 9-5 旅游投资结构表

投资项目	投资估算（万元）		合计（万元）
	前中期	远期	
旅游项目建设投资	3050	2620	5670
配套基础设施投资建设	2950	1700	4650
旅游市场推广投资	465	460	925

人力资源开发投资	350	250	600
合计（万元）	6815	5030	11845

第四十九条 经济效益分析

旅游收入估算是根据现在经济和游客状况，并考虑将来的发展而定的。

门票收入：根据对旅游区的基本情况，可采取“景区免费，旅游项目收费”的方法。规划项目综合收费：近期人均消费按 60 元/人计，中期人均消费按 80 元/人，远期人均消费 100 元/人计。

相关收入，由于生态旅游区没有门票，我们将按项目综合收费与地方经济综合收入的比例 1：2.0~1：2.5 计，结合生态旅游区游客量预测，可得到经济效益预测。

表 9-6 经济效益分析表

年份	游客预测量(万人)	人均消费(元)	旅游收入(万元)	综合收入(万元)
2025	12.60	60	756.00	1600
2026	13.86	60	831.60	1700
2027	15.25	60	914.76	1900
2028	16.47	80	1317.25	2700
2029	17.78	80	1422.63	3000
2030	19.21	80	1536.45	3200
2031	20.36	100	2035.79	4200
2032	21.58	100	2157.94	4500
2033	22.87	100	2287.41	5000
2034	24.25	100	2424.66	5600
2035	25.70	100	2570.14	6200

由以上分析得出：前中期平均每年能够带来约 2350 万元的综合经济收入。景区的建设期为 5~6 年，最佳使用期限为 40 年，则在最佳使用期内可以为当地创造约 23.5 亿元的经济产值（建设期收入按最佳使用期收入的 40% 计算），说明本项目具有较好的投资效果。

第五十条 社会和生态效益分析

（一）转变生产方式，协调多业发展

景区的开发建设不仅能够促进所在乡镇第一、二、三产业的发展，加速区域内经济结构的调整，而且还能够进一步完善区域旅游发展格局，促进区域旅游产业的提升和发展。也将进一步带动景区所涉及到的村庄进行生产方式和生产观念转变。

（二）提供就业机会，转变收入增长方式

景区的发展，不仅可以解决景区周边富余劳动力的就业，还可以为社会提供高出直接就业人数数倍的就业机会。为当地群众提供致富门路，为一部分待业人员提供了就业的机会，使当地百姓能够就近就业，转变群众工作方式和收入增长方式。

（三）开辟对外横向经济联系的新途径

景区的开发建设，将有力促进当地相关行业如交通、商业、建筑、通讯、服务等的发展，将带动当地地方特色农业、手工艺品制造、饮食等相关行业的兴旺，有利于当地经济产业结构的调整，增强地方商贸及社会经济活力，增加地方财政收入，促进当地经济增长方式的转变和发展。

（四）改善生态环境，变被动保护为主动开发

通过对景区进行不断绿化，调整林种和树种结构，提高林木质量和森林覆盖率，增加了保持水土、涵养水源、吸收有害物质、减轻环境污染功能，将使周边环境得到很好的改善，形成以水资源和森林资源相结合的景区。进而改善整个区域的生态环境，变被动保护为主动开发。

第十章 实施规划措施与对策

第五十一条 积极培养人材

景区开发公司需要加强对管理、服务人员的培训，引进一些高素质的人才，使管理和服务水平尽快达到规范化要求。通过优质而特色的服务推动景区的发展。

旅游主管部门和当地政府有义务在人才培养、引进、培训等方面给予景区大力支持和帮助，共同促进景区健康、稳定、快速发展。

第五十二条 广辟资金渠道

景区开发公司应科学合理分配自建、合建、招商、租赁等项目开发，做到共同建设，共同发展。当地政府应该在融资方面给予以景区积极鼓励、引导、帮助。在资金的利用方面，要根据景区规划，分阶段、分重点进行投入，要有连贯性；避免资源的浪费。

第五十三条 强化品牌推广

要积极作好市场开拓工作，提高景区知名度和扩大客源市场。通过多种媒体加强宣传促销，制作一套完整的录相，辅以电视、报刊、照片等传媒手段，尤其要重视和充分利用网络新媒体的作用，不断提升景区的知名度。制定切实可行的宣传推介计划，不断加强资金和人力投入，不断提高景区知名度。

第五十四条 加强法制宣传

对山、水、林、寺、古村、特色民居等旅游资源和生态环境的开发利用与保护，要强调以法保护的重要性。要结合景区的开发，有针对性地开展旅游法、森林法、野生动物保护法、文物保护法、环境保护法等相关法律法规的宣传普及。旅游管理部门要严格执法，走“依法治旅，依法兴旅”的道路，为景区的发展建设保驾护航。林州市红旗渠空心坝景区总体规划审批通过后，应通过行政机构以法规形式确定下来，并颁布实施。