安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划

(2026-2035)

文本

安阳洪谷画境文旅发展有限公司

《洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划》规划编制组

2026 年 7 月

前言

洪谷山景区位于河南省林州市合涧镇西部，地处南太行山林虑山系腹地，距林州市区约 15 公里，总面积约 4.12 平方公里。景区以灵秀清幽的山水风光为基底，以荆浩山水画文化为魂，以谢公渠水利文化和人文古迹为重要支撑，是北方山水画派鼻祖荆浩隐居创作之地，也是中国山水画发展史上不可替代的文化地标。景区内峰峦叠嶂、溪谷幽深，洪谷寺塔林和千佛洞石窟等文物保护单位星罗棋布，谢公渠与红旗渠精神一脉相承，古道遗存串联起千年的豫晋商贸脉络，形成了“山水为骨、文化为魂”的鲜明资源特质。

为顺应文旅消费升级趋势，充分发挥洪谷山生态资源禀赋与历史文化核心优势，明确洪谷山高质量发展定位，构建核心竞争力与特色品牌，推动洪谷山从传统观光景区向人文山水旅游标杆景区升级，打造林州城市文脉与文旅品牌传承区、安阳市县协同与景村共富示范区、国家水利遗产保护与活化利用示范区、国家 4A 级旅游景区，助力太行山脉文旅产业集群发展，带动区域统筹与乡村振兴，特编制本规划。本次规划全面分析国内外旅游发展的宏观政策环境与市场趋势，系统梳理洪谷山景区旅游资源禀赋与特色，深入研判区域旅游市场供需结构与客群特征，充分衔接上位规划及相关规划成果，科学确定洪谷山景区发展定位、空间布局与产品策略，交通及游线、旅游产业要素、旅游配套服务设施、资源与生态环境保护、旅游营销、智慧旅游景区建设、系统保障等专项规划，为景区旅游开发、建设和管理提供长期性、全局性、决策性的纲领指导。

在规划编制过程中，项目组得到了林州市委、市政府、林州市文化和旅游局、林州市自然资源和规划局、林虑山风景名胜区管理委员会等相关职能部门，以及合涧镇政府大力支持与帮助，并得到业内诸多专家的悉心指导，在此深表感谢！

安阳洪谷画境文旅发展有限公司《洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划》

规划编制组

2026 年 7 月

文本目录

第一章　规划总则 4
第一条 规划目的..... 4
第二条 指导思想..... 4
第三条 规划范围..... 4
第四条 规划期限..... 4
第五条 规划原则..... 4
第六条 规划依据..... 5
第二章　规划基础 8
第七条 背景分析..... 8
第八条 资源分析..... 8
第九条 市场分析..... 9
第十条 上位规划对接..... 9
第三章　发展定位、目标与战略 12
第十一条 总体定位..... 12
第十二条 形象定位..... 12
第十三条 市场定位..... 12
第十四条 发展阶段..... 13
第十五条 开发战略..... 13
第四章　空间及产品规划篇 15
第十六条 空间发展策略..... 15
第十七条 总体空间结构..... 15
第十八条 项目分区布局..... 15
第五章　交通及游线规划篇 30
第十九条 外部交通规划..... 30
第二十条 内部交通规划..... 30
第二十一条 主题游线规划..... 30
第六章　旅游产业要素规划篇 34

第二十二条 旅游餐饮.....34
第二十三条 旅游住宿.....34
第二十四条 旅游购物.....35
第二十五条 旅游娱乐.....36
第七章 旅游产业融合发展规划篇.....37
第二十六条 “+旅游”产业规划.....37
第二十七条 “旅游+”产业规划.....37
第八章 旅游配套服务设施规划篇.....39
第二十八条 旅游咨询服务.....39
第二十九条 旅游停车场.....39
第三十条 旅游厕所.....39
第三十一条 旅游安全设施.....39
第三十二条 旅游标识系统规划.....40
第九章 资源与生态环境保护规划篇.....42
第三十三条 生态环境保护.....42
第三十四条 人文资源保护.....43
第三十五条 乡村环境整治.....44
第三十六条 社会环境优化.....45
第十章 旅游营销系统规划篇.....47
第三十七条 总体策略.....47
第三十八条 统一品牌形象.....47
第三十九条 升级节事活动.....49
第四十条 深化渠道布局.....50
第四十一条 联合区域营销.....51
第十一章 智慧旅游景区建设规划篇.....53
第四十二条 全流程智慧旅游体系.....53
第四十三条 AI 智能体规划.....54
第十二章 投资运营篇.....55
第四十四条 运营管理.....55

第四十五条 游客量规模.....57
第四十六条 投资估算.....60
第四十七条 经济效益评价.....62
第十三章 系统保障篇.....64
第四十八条 政策保障.....64
第四十九条 组织保障.....64
第五十条 资金保障.....65
第五十一条 用地保障.....65
第五十二条 人才保障.....68
第五十三条 安全保障.....68

第一章　规划总则

第一条　规划目的

为顺应文旅消费升级趋势，充分发挥洪谷山生态资源禀赋与历史文化核心优势，本规划旨在明确洪谷山高质量发展定位，构建核心竞争力与特色品牌，推动洪谷山从传统观光景区向人文山水旅游标杆景区升级，打造林州城市文脉与文旅品牌传承区、安阳市县协同与景村共富示范区、国家水利遗产保护与活化利用示范区、国家 4A 级旅游景区，助力太行山脉文旅产业集群发展，带动区域统筹与乡村振兴，特编制《洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划》（以下简称“本规划”）。

第二条　指导思想

深入贯彻文旅融合、乡村振兴、生态文明等系列决策部署，牢固树立“创新、协调、绿色、开放、共享”发展理念，坚持走生态优先、绿色发展之路。以旅游市场需求为导向，深度挖掘洪谷山山水生态、历史文化等旅游资源价值，优化旅游产品空间布局，实现景区与区域经济联动开发，共建山水人文旅游生态圈，促进洪谷山区域旅游绿色创新、高质量发展。

第三条　规划范围

景区规划范围北侧、西侧以合涧镇行政边界为界，南侧、东侧以林虑山风景名胜区原有范围边界为基础，并将景区大门、豫见山庄等旅游配套服务区域纳入规划范围内，合理拓展管控范围。景区总体规划面积约 4.12 平方公里，其中风景名胜区面积约 2.39 平方公里，一期设计面积约 0.67 平方公里。

第四条　规划期限

本次规划基准年为 2026 年，总体规划期限为 2026—2035 年，分为近中远三个阶段：

近期：2026—2027 年；

中期：2028—2030 年；

远期：2031—2035 年。

第五条　规划原则

（一）坚持生态优先，绿色发展

以生态保护为前提，严格落实林虑山风景名胜区管控规范，统筹资源保护、生态修复与旅游开发，通过低碳化运营、生态化配套建设，实现旅游业经济、文化、生态多重效益统一，筑牢太行山脉生态安全屏障。

（二）坚持文脉铸魂，特色发展

以文化传承活化为核心，严守文物保护规范，深挖荆浩山水画文化、谢公渠水利文化、人文古迹等文化内涵，统筹文化保护与旅游开发，通过 IP 塑造、场景营造转化文化资源，彰显景区独特魅力，实现文化、品牌、经济价值有机统一。

（三）坚持产业共融，共享发展

以“旅游+”“+旅游”产业延伸为路径，激发文旅消费新动能，培育新业态、新场景，推动景区与周边乡镇、乡村协同发展，让当地群众共享文旅发展红利，实现区域产业共融、城乡共享。

（四）坚持市场导向，创新发展

适配国内文旅消费休闲体验化、品质化升级趋势，以市场需求为核心，打造具有洪谷山特色、南太行差异化的高品质休闲度假体验产品体系。创新产品供给与服务模式，引领区域旅游休闲体验新生活方式。

（五）坚持多规合一，协调发展

衔接林州市国土空间规划、林虑山风景名胜区规划等政策文件，统筹景区空间布局、资源配置、基础设施与公共服务设施建设。加强区域文旅产业协同，实现区域资源共享、设施互补、品牌共建，推动景区与区域发展一体化，提升规划可落地性与整体实施效能。

第六条　规划依据

（一）国家法律法规

1.《中华人民共和国旅游法》（2018 修订版）

2.《文化和旅游规划管理办法》（2019）

3.《中华人民共和国城乡规划法》（2019 修订版）

4.《中华人民共和国文物保护法》（2024 修订版）

5.《中华人民共和国文物保护法实施条例》（2017 修订版）

6.《中华人民共和国土地管理法》（2019 修订版）

7.《中华人民共和国水土保持法》（2011）

8.《中华人民共和国环境保护法》（2015）

9.《中华人民共和国风景名胜区条例》（2026 修订版）

10.《饮用水水源保护区污染防治管理规定》（2010）

11.《中华人民共和国自然保护区条例》（2026 修订版）

12.《基本农田保护条例》（2022 年）

（二）国家政策文件

1.《中共中央 国务院关于实施乡村振兴战略的意见》（2018）

2.《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）

3.《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》（国发〔2014〕31 号）

4.《中共中央 国务院关于建立国土空间规划体系并监督实施的若干意见》（2019 年）

5.《国务院关于加快发展旅游业的意见》（国发〔2009〕41 号）

6.《文化和旅游规划管理办法》（2019）

7.《文化和旅游标准化工作管理办法》（2023）

8.《自然资源部 生态环境部 国家林业和草原局关于加强生态保护红线管理的通知（试行）》（自然资发〔2022〕142 号）

9.《自然资源部 国家林业和草原局关于做好自然保护区范围及功能分区优化调整前期有关工作的函》（自然资函〔2020〕71 号）

10.《生态保护红线生态环境监督办法（试行）》（2022）

（三）国家标准与技术规范

1.《土地利用现状分类》（GB/T 21010-2017）

2.《旅游规划通则》（GB/T 18971-2025）

3.《旅游景区质量等级的划分与评定》（GB/T 17775-2024）

4.《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T 18972-2017）

5.《景区最大承载量核定导则》（LB/T 034-2014）

6.《旅游厕所质量要求与评定》（GB/T 18973-2022）

7.《旅游厕所质量等级的划分与评定》（GB/T 18973-2016）

8.《旅游度假区等级划分标准》（GB/T 26358-2022）

9.《国家康养旅游示范基地标准》（LB/T 051-2016）

10.《全域旅游示范区创建工作导则》（旅发〔2017〕）

11.《国家全域旅游示范区验收、认定和管理实施办法（试行）》（2019）

12.《国家全域旅游示范区验收标准（试行）》（2019）

13.《休闲露营地建设与服务规范》（GB/T 31710-2015）

14.《风景旅游道路及其游憩服务设施要求》（LB/T 0252013）

15.《旅游民宿基本要求与等级划分》（GB/T 41648-2022）

（四）国家及地方相关规划

1.《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》

2.《旅游强国建设“十五五”规划》

3.《河南省国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》

4.《河南省“十四五”文化旅游融合发展规划》

5.《河南省国土空间规划（2021—2035 年）》

6.《安阳市“十四五”文化旅游融合发展规划》

7.《安阳市国土空间总体规划（2021—2035 年）》

8.《太行山旅游业发展规划（2020—2035 年）》

9.《林州市国土空间总体规划（2021—2035 年）》

10.《林州市红色旅游发展规划（2021—2035 年）》

11.《林州乡村旅游发展规划（2021—2035 年）》

12.《林州市全域旅游发展规划（2016）》

13.《林州市“十五五”文化旅游业发展规划（2026—2030 年）》

14.《河南省林州市防洪规划报告（2020 年—2030 年）》

15.《林州市传统村落集中连片保护利用规划（2024—2035 年）》

16.《林虑山风景名胜区总体规划修编（2025-2040）》

17.《林州市合涧镇国土空间总体规划（2021-2035）》

18.《林州太行大峡谷景区旅游总体规划》

19.《林州市红旗渠保护利用工作方案》

第二章　规划基础

第七条　背景分析

国家层面，全国文旅产业步入高质量发展新阶段，旅游强国建设全面推进，文旅消费加速向休闲度假、深度体验转型，山地旅游开启业态重构与模式升级进程。政策持续赋能、市场需求迭代、消费结构升级，共同构筑了良好的行业发展环境，为洪谷山景区抢抓发展机遇、推动业态转型、拓展市场空间奠定坚实基础。

省市层面，河南省依托厚重历史文脉，持续深化文旅文创融合发展战略，“以文塑旅、以旅彰文”的发展路径日趋成熟，品牌影响力与市场竞争力持续增强。省内完善的政策体系、成熟的运营模式以及庞大的客源市场，为洪谷山深挖文化资源、走文旅融合发展之路提供了优良的区域发展环境与实践参照。安阳市聚力建设区域文旅融合发展中心，统筹推进市域文旅资源整合与全域协同发展。随着市属文旅平台深度赋能，区域文旅项目统筹运营、品牌共建、渠道共享格局逐步形成，洪谷山作为市县文旅一体化发展的重点载体，战略地位愈发凸显，迎来了整合资源、提档升级、扩大品牌影响力的重要窗口期。

林州层面，已构建起“一红一绿一蓝”文旅发展格局，核心景区品牌效应显著，但全域旅游发展仍存在产品结构相对单一、人文体验类产品略显不足等问题。洪谷山拥有独树一帜的荆浩山水画、谢公渠水利、人文古迹等文化资源与优质山水生态资源，可有效补齐当地文旅发展短板，丰富产品供给体系，助力林州文旅产业实现提质增效与全域升级。

第八条　资源分析

从资源等级来看，洪谷山拥有 1 项五级旅游资源、8 项四级旅游资源、12 项三级旅游资源、19 项二级旅游资源。景区整体资源等级结构合理，资源禀赋优越，五级与四级资源品位突出，三级及以下资源数量充裕，具备高中低搭配、重点与基础并重的开发潜力。

从资源类型来看，根据国家标准和相关规划，洪谷山拥有荆浩山水画文化、水利文化、古道文化、文保古迹、山水景观五类核心资源。五类资源覆盖人文活动、遗址遗迹、建筑设施、水域景观、生物景观等多个主类，类型丰富、组合优良，具备文旅融合开发的多元资源基底。

从资源特质来看，洪谷山五类旅游资源呈现“三源合一”的核心资源特质，分别为北方山水画派之源、林州人文古迹之源、红旗渠精神之源。荆浩文化提供顶级文化 IP 与艺术价值；文保古迹与古道文化构建深厚的历史人文底蕴；水利文化赋予红色精神谱系与时代感召力；山水景观提供空间载体与意境基底。各资源特质互补互强，共同塑造洪谷山“山水画之首，红旗渠之先”的形象定位。

第九条　市场分析

全国旅游市场趋势分析：从市场整体格局来看，国内旅游呈现稳健复苏态势，假日经济持续释放消费活力，行业恢复基础日益稳固。城乡旅游市场在差异化发展中蕴含协同机遇，下沉市场消费潜能有序释放，正逐步成为重要的增量空间。居民旅游消费行为向高频化、短途化转型，微度假已成为主流消费形态，市场对文化沉浸、研学体验等深度融合型产品的需求持续攀升。出入境旅游双向流通稳步恢复，政策红利与国际吸引力形成协同效应，跨境市场活力逐步回升。产业供给端加速从规模扩张转向价值深耕，文旅融合、数智赋能、跨界创新成为核心驱动力，推动旅游经济向高质量发展稳步迈进。

区域旅游市场供求分析：从供给端来看，洪谷山周边旅游资源密集，峡谷观光、红色研学、乡村运动、宗教史迹等业态并存，但同质化明显、体验深度不足，休闲度假类产品供给存在显著缺口。从需求端来看，市场辐射圈层清晰，本地及中原城市群构成核心客源基底，短途自驾为主导出行方式，文化体验、研学旅行等产品需求旺盛，核心景区溢出客流亦亟待优质承接载体。

重点客群市场分析：洪谷山客源市场按照出行距离与开发周期划分为三个战略梯度，形成近期夯基、中期扩容、远期提质的梯次推进格局。近期基本盘以安阳及林州本地客源为主体，出游高频、复购意愿强，是景区稳定运营的基础支撑。中期成长盘覆盖中原城市群周末度假群体，该群体寻求差异化文化体验与清幽山野场景，消费能力较强，是景区规模扩容的核心增量引擎。远期机会盘面向北上广、长三角及国际客源，消费层级高、停留周期长，对稀缺文化资源与高端体验产品付费意愿强烈，是景区品牌跃升的价值标杆。整体开发应遵循由近及远、层层递进的市场策略，以差异化产品精准匹配各圈层需求，实现从本地高频消费向全国高端文旅目的地的稳步跨越。

第十条　上位规划对接

本规划充分衔接上位规划及相关规划成果，将洪谷山景区现有规划进行体系梳理，加强规划对接，实现多规合一，增强项目落地性及可操作性。

（一）上位规划承接

《林虑山风景名胜区总体规划修编（2025-2040）》：规划明确林虑山风景名胜区景源共87处，涉及2大类、8中类，其中自然景源45处、人文景源42处。洪谷山景区包含洪谷瀑布、洪谷寺建筑群、洪谷寺塔与千佛洞石窟、谢公渠、洪谷寺塔林、五松亭诗碑等六大资源点。洪谷山景区属于山前片区二级游赏区，规划定位为文化游览型景区，需严格遵循风景名胜区保护优先原则。

《林州市国土空间总体规划（2021—2035 年）》：构建“一核一片、两轴一带、一屏两区”的总体空间格局。洪谷山作为太行山生态屏障重要节点、南太行山生态区组成部分，是西部太行山旅游服务发展带的重要补充。

《林州市合涧镇国土空间总体规划（2021—2035 年）》：构建“双核两轴、三片融合、多点镶嵌”的镇域国土空间开发保护总体格局，洪谷山景区作为镇域西部山地生态涵养区的核心节点。

《太行山旅游业发展规划（2020—2035 年）》：提出到2035年太行山将成为弘扬中华民族精神、展示国家形象、彰显文化自信的标志性山脉和国际知名的山岳型旅游目的地。

《林州市“十五五”文化旅游业发展规划（2026-2030）》：确立“一渠贯两翼、一山聚两核、一城十组团”全域文旅全新空间发展体系，共同构建轴带串联、双极驱动、多点协同、全域联动的现代化文旅空间新格局。

（二）场地分析

洪谷山景区场地条件呈现资源品质优越但开发基础薄弱的双重特征。内部交通呈单进单出格局，车行道与游步道体系均不完善，尚未形成闭环游览动线，水系沿线步道缺失，制约游赏体验的连贯性。旅游开发以传统简单观光为主，基础设施配套不足，产品形态单一，优质资源的文旅价值远未充分释放。文保资源等级高、年代跨度大、品群集聚特征显著，但文物保护与开发活化之间的平衡亟待破题。水系资源保持原生状态，村庄居民点服务能力有限，周边滑翔基地、金灯寺等文旅节点各自独立，缺乏联动整合。总体来看，场地具备打造高品质人文山水度假区的资源本底，但亟须通过交通体系重构、配套设施升级、文保活化利用

与区域联动发展实现整体提质。

（三）限制性因素分析

景区开发建设面临生态保护红线、风景名胜区管控、文物保护、耕地保护、林地保护多重刚性约束的叠加限制，各类建设活动必须严守管控底线，坚持保护优先、最小干预原则，在合规框架内统筹推进旅游开发与资源保护。

第三章　发展定位、目标与战略

第十一条　总体定位

依托洪谷山灵秀清幽的山水基底，以国画艺术、人文祈福、水利文化为核心特色，打造融山水观光、人文休闲、运动体验、康养度假等功能于一体的“南太行人文山水旅游标杆景区”，同步打造成为“林州城市文脉与文旅品牌传承区”“安阳市县协同与景村共富示范区”“国家水利遗产保护与活化利用示范区”“国家 4A 级旅游景区”。

第十二条　形象定位

（一）形象定位一：“山水画之首，红旗渠之先”

“山水画之首”立足五代画家荆浩隐居洪谷、开创北派山水画的史实，这里是荆浩传世名作的核心创作地，是中国北方山水画派的肇始之地，奠定了北方山水全景式的艺术范式，在中国绘画史上具有开宗立派的标杆地位。

“红旗渠之先”深挖林州千年水利脉络，洪谷古渠系是林州山地灌溉工程的早期实践，承载着太行先民的治水智慧，是红旗渠的精神源头，串联起从古渠到红旗渠的完整水利文脉传承线。

（二）形象口号二：“行居太行，问渠洪谷”

“行居”二字，正是洪谷山本身的写照。十二秀峰环峙、三级瀑布飞泻，行走其间是“行”，留宿半山是“居”——可行、可望、可游、可居，太行行居图，不是挂在墙上的艺术，而是可以住进去的生活。“问渠”一语双关，既指向明代谢公渠四百年水利遗存，追问林州治水智慧的源头；也指向荆浩隐居洪谷、开北方山水画派之先河的中国画学活水。“问渠那得清如许？为有源头活水来。”问的是渠，寻的是源，溯的是千年文脉。

（三）形象定位三：“一进洪谷山，一生天地宽”

北方山水名作《太行行居图（匡庐图）》创作诞生地，方寸之内大有文章，无论是禅心问道，还是隐逸避世，还是国画艺术创作、石窟艺术雕刻等，这一方山水大有乾坤。同时，项目开发植入各类体验产品，将更好更深入体验这里的山水文化，让游客忘却俗世烦扰，回归快乐天地。

第十三条　市场定位

（一）区域市场

近程市场：面向安阳、林州本地居民生活圈，以及南太行自驾游、林州旅游（红旗渠、太行大峡谷）联动串线游客，构成景区基础流量支撑市场。

中程市场：以郑州、新乡、焦作、长治、晋城等中原城市群为核心，覆盖 1—3 小时车程范围，是景区休闲度假客群的主体来源。

远程市场：以长三角、珠三角、京津冀等国内主要客源地及国际游客为目标，依托高铁、航空等快速交通网络，面向长线文化体验、艺术研学交流、高端康养旅居等客群。

（二）专项市场

聚焦家庭亲子、户外运动、人文艺术旅游、研学教育、休闲度假五类专项客群市场。

第十四条　发展阶段

（一）第一生长周期（2026—2027 年）：夯实基础，品牌亮相

以创建国家 3A 级旅游景区为目标，重点推进景区基础设施完善与品牌形象初步建立。以“山水画之首，红旗渠之先”为品牌定位正式对外亮相，打造安阳、林州城郊休闲首选地。本阶段突出“可打卡、可参与、可互动”的产品特性，构建“观光新场景·心动洪谷山”的初步旅游产品体系。

（二）第二生长周期（2028—2030 年）：构建吸引力，激活景村联动

以创建国家 4A 级旅游景区为目标，着力提升景区综合吸引力并推动景村协同发展。本阶段构建立体交通体系，贯通谷底—半山—山顶全域游览动线，推进景村协同工程，突出“可运动、可露营、可拓展”的产品特性，打造“运动新体验·心跳洪谷山”的主题产品体系。

（三）第三生长周期（2031—2035 年）：休闲度假成势，区域共富共荣

以建成南太行复合型旅游标杆为核心目标，全面推进景区从观光运动型向休闲度假型转型升级。以景区发展为引擎，带动合涧镇全域乡村振兴，实现观光、运动、康养、研学、度假等功能复合发展，成为南太行生态文化融合发展的样板标杆。本阶段突出“可康养、可修养、可隐居”的产品特性，塑造“度假新生活·心归洪谷山”的品质产品体系。

第十五条　开发战略

生态优先，绿色发展：坚守生态本底保护底线，科学把控开发强度，实现景区建设与自然承载力协调平衡。

文化铸魂，IP 引领：以荆浩山水画文化为核心内核，融合多元文脉，搭建全域文化 IP 体系，塑造特色品牌。

体验进阶，产品迭代：打造全龄、全季多元化产品矩阵，持续升级游玩体验，助力景区向综合旅游区转型。

空间破局，立体互联：依托垂直交通串联全域空间，打通各功能片区，充分释放谷底至山顶的资源价值。

景村协同，价值共生：以景区发展带动乡村发展，共建利益共同体，形成内外联动、互利共赢的发展格局。

第四章　空间及产品规划篇

第十六条　空间发展策略

以线串点、轴向生长：聚焦洪谷山资源特色，以峡谷溪流与盘山公路为天然线性载体，构建洪谷山旅游发展主轴，串联景区核心资源。景区项目体系开发沿廊道轴向生长，避免散点式无序蔓延，营造特色体验引爆景区。

核心聚集、生态开发：以核心项目为空间锚点，相关配套与次级项目在周边就近聚集，形成紧凑的功能组团。各功能组团的内部功能完整，边界清晰、互不干扰，集中建设的同时，最大限度保留自然空间的连续性。

功能互补、全时运营：峡谷承载文化体验与自然休闲，山顶承载户外运动与康养度假，山上山下空间互为资源，产品功能互补。核心片区承载日间与夜间双重功能，通过时间维度叠合延长游客停留、激活景区夜间经济。

第十七条　总体空间结构

洪谷山构建“两廊牵引、五区联动”的总体空间结构。两廊带动五区资源互通、客流互导，既实现文化遗存、山水生态、乡村产业的统筹开发，也形成分层、分时、分客群的完整产品体系，构建起空间有序、功能均衡、产文旅融合的全域发展格局。

两廊：洪谷画境千年文脉走廊、云上天路产旅融合走廊。

五区：农旅综合服务区、山水生态休闲区、高山运动游憩区、林草露营度假区、文化生态康养区。

第十八条　项目分区布局

（一）洪谷画境千年文脉走廊

1. 开发思路

以千年历史文脉为核心灵魂，融合南太行独有山水美学意境，搭建快慢结合的立体全域交通体系，统筹文物轻量活化、原生生态营造，构建沉浸式文化体验走廊。遵循山水美学营造、文物保护优先、立体交通联动三大开发策略。

2. 项目交通分析

片区整体呈现清晰三级垂直分层空间结构，底部溪谷层地势平缓，现有步行步道沿溪流串联全部核心人文景观，全程徒步游览时长约四小时；中部半山层存

在 175 米高陡峭崖壁，形成天然通行隔断，仅依靠简易石阶步道连通谷底与山顶；上部高山层地势开阔，可布局滑雪、露营等度假业态，三层空间垂直高差大、地形破碎，仅依靠地面徒步无法实现全域顺畅互通，需要垂直交通设施搭建上下连通通道。该片区现存四大交通核心痛点：一是高差阻隔，通达性不足。二是动线单一，选择度低。三是业态升级与交通配套不匹配。四是生态保护与工程建设存在矛盾。

针对三级空间的不同地形、客群与功能定位，分别匹配差异化的交通设施，索道做全域干线直达高山层、垂直电梯做半山接驳、魔毯/扶梯做末端补位，功能互补、无重复建设。

观光索道：作为景区全域干线交通，重点服务滑雪客群及半山腰休闲度假客群。该设施采用大高差、高运量解决方案，不受地形限制，具备长距离大高差运输效率高的技术特性，对山体生态环境影响最小。单向运量可达 1000—1200 人/小时，可有效承接节假日高峰客流，保障景区整体集散效率。

垂直观光电梯：作为半山接驳设施，重点服务半山腰休闲度假客群。采用点状布局方式，最大限度减少对生态环境的影响。该设施完美契合三级金腰带的崖壁地形特征，相较于线性扶梯，用地规模更小、施工难度更低、环境破坏性更小。投资成本仅为崖壁扶梯的三分之一，并可打造网红打卡点，为景区增加引流 IP 与二次消费节点。

魔毯、扶梯：作为末端补位设施，重点服务滑雪客群及去往金灯寺的游客。功能复用设计最大化发挥投资价值，既是滑雪场的基础运营配套设施，又可作为金灯寺的接驳通道，联动外部祈福客流，实现一处设施同时服务两大业态。短距离缓行接驳设计使游客从容观赏崖壁景观，有效提升游览体验的连贯性。

无轨小火车：作为半山腰区域灵活串联设施，重点服务半山腰休闲度假客群。以慢节奏代步方式降低游客徒步疲劳感，使游客可从容饱览洪谷山水全景，打造沉浸式画境漫游体验，有效提升半山游览的连贯性与停留时长。该设施无需铺设轨道，建设周期短、投资门槛低，沿途设站可有效导入客流至民宿、农林体验等分散业态。

3. 项目库

片区项目库按近期、中期两阶段推进，涵盖基础设施、交通设施、景观提升

及文保修复四类。近期优先推进步道等旅游基础设施改造，完善相关配套，整治环境修复植被，夯实基础接待能力。中期构建立体交通网络，破解山地交通瓶颈；同步推进山地景观提升，优化相关设施强化游览体验；并实施多处文物保护性修缮，复原历史风貌传承文化文脉。

表 4-1 洪谷画境千年文脉走廊项目库表

项目名称	项目类型	开发时序	项目思路
旅游基础设施（提升改造项目）	基础设施	近期	修缮主游步道，完善沿线休憩平台、驿站、网红打卡点，提升智能化系统及导览标识，整治核心景点周边环境，修复植被，建设小型堤坝营造滨水叠水景观，夯实景区基础接待能力。
垂直观光电梯	交通设施	中期	于峡谷高差处建设全透明玻璃观光电梯，实现峡谷至半山腰的快速直达，打造兼具交通功能与视觉冲击力的网红打卡点，提升游客登山体验与垂直交通效率。
观光索道	交通设施	中期	建设高空观光索道，串联入口区域与半山腰金腰带片区，破解山地交通瓶颈，提供俯瞰洪谷地貌与山谷全游线的空中视角。
魔毯	交通设施	中期	在滑雪场或陡坡段设置登山魔毯，为山地运动及观光游客提供省力、连续的向上输送服务，降低体力门槛，扩大全龄客群覆盖范围。
无轨小火车	交通设施	中期	于半山区设置无轨观光小火车线路，串联云上天路沿线主要观景平台、休憩节点与休闲度假业态。
山地景观提升项目	景观提升	中期	对山地步道沿线及观景平台进行景观优化，增加艺术化节点与休憩设施，强化“国画胜境”视觉体验，提升山地游览的空间节奏感与美学品质。
洪谷寺—唐塔片区修复	文保修复	中期	以文物保护准则为纲，对洪谷寺、唐塔、观音庙建筑群实施保护性修缮，复原历史格局与风貌肌理，传承文脉，夯实文化展示与活化根基。
谢公祠修复	文保修复	中期	修复谢公祠本体建筑及院落环境，展陈谢公为官德政与治水功绩，打造谢公德政文化的核心展示与纪念节点。

4. 产品策划示意

（1）观光索道

观光索道全长 1500 米，垂直高差 476 米，是串联谷底人文区与高山运动度假区的全域空中主干交通，兼具通勤功能与网红打卡属性，同时从地形、客群、运营三大刚需层面解决片区核心发展难题。

（2）垂直观光电梯

垂直观光电梯打造融入环境的百米全透明垂直观景通道，实现峡谷至半山腰

的快速直达与极限视觉冲击。为三级崖壁分段接驳设施，三台点状分散布设，单台覆盖 35—70 米台地高差，整体小，点状施工大幅减少山体开凿，生态影响、建设投资、运维成本均优于连续崖壁扶梯。全透明玻璃轿厢直面峡谷叠瀑与古建群落，打造“太行崖壁天梯”标志性网红打卡点，精准适配老人、孩童、低体力短途观光客，作为索道的分层配套接驳设施，完善全域立体交通网络。

（3）全家欢滑雪场-雪地自动扶梯

滑雪场自动扶梯设置在雪场爬坡区域，可实现冬夏双模式运营，冬季作为输送通道运送滑雪游客和雪具，减少游客体力消耗，夏季改造为山间观光隧道，凭借通透围护结构形成观景动线，作为半山观景载体。魔毯运行平缓，适合全年龄段人群，既满足滑雪需求，又填补了半山短途轻体验的空白，还能依靠四季运营摊薄设备成本，丰富山地二次消费场景，和索道、电梯共同构成完整的立体交通配套体系。

（4）谢公祠展陈提升

谢公祠将整体改造升级为集历史纪念、廉政教育、水利科普、精神传承四大功能于一体的水利文化微型博物馆，场馆依托缅怀明代治水知县谢思聪的原生古建打造，谢公渠作为林州古代规模最大的水利工程，亦是红旗渠精神的历史源头，整体展陈营造古朴庄重、兼具颂扬感与视觉震撼的空间基调，成为片区水利文化核心展示打卡节点。

（二）云上天路产旅融合走廊

1. 开发思路

整体以半山环山道路为核心载体，将单一通行通道升级为集山地观景、低空体验、乡村产业于一体的复合型风景道，同步打通景区内部业态联动、外部区域协同两条发展路径，中期完成道路基础提质，远期落地精品民宿与农林体验项目，构建交通风景线、乡村产业线、区域联动线三线合一的产旅融合发展格局。片区遵循交通升级、产旅融合、区域联动三大开发策略。

2. 项目库

整条云上天路沿半山等高线蜿蜒展开，沿路分散布置多层悬挑观景台、低空飞行起降点、民宿组团、农林体验地块，道路主线串联所有节点，向外预留连通外部景区接驳支路，内部步道、骑行道、车行路分层设置，形成车行、慢行、低

空三维游览空间，山林产业片区穿插于道路两侧，实现景观观赏、产业体验、交通通行无缝衔接。

片区项目分为基础设施、户外体验、民宿配套、农林产业四大类别，以中期道路提质、低空项目落地为核心建设内容，远期持续完善管轨滑道、乡村民宿、林下经济业态，全部项目紧扣产旅融合理念，兼顾道路通行品质、游客休闲体验与乡村产业增收，分阶段有序落地。

表 4-2 云上天路产旅融合走廊项目库表

项目名称	项目类型	开发时序	项目思路
道路提升工程	基础设施	中期	对现有环山道路进行路面硬化黑化、边坡治理、安全护栏增设，完善沿线标识标线，提升行车安全性与舒适度，配套停车场，为后续轨道小火车、低空项目等提供基础交通保障。
半山腰管轨滑道	交通设施	远期	沿半山腰修建窄轨滑道，串联主要观景平台与节点，采用慢速、全景车厢设计，打造“移动观景台”式休闲交通体验，降低徒步强度，延长游览停留时间。
悬崖尖叫类项目	体验项目	远期	布局悬崖秋千、步步惊心、云端玻璃观景台、崖壁速降等轻极限体验项目，打造太行崖壁网红尖叫打卡集群，联动半山游览动线，填补沉浸式休闲体验业态空白，精准吸引年轻客群与打卡客流，丰富景区二次消费场景。
低空类项目	体验项目	中期	利用花壶线及周边空域资源，开发滑翔伞、热气球等低空飞行体验，与地面交通形成立体游览体系，打造“天上+地上”的双重视角观景产品，吸引年轻及高端客群。
民宿类项目	住宿配套	远期	盘活沿线闲置空间，调整点状建设用地，引入品牌民宿运营方，改造为具有太行山居特色的精品民宿集群，配套公共休闲空间与在地餐饮，满足过夜游客住宿需求，延长消费链条。
农林经济类项目（崖柏、连翘等）	产业融合	中期	依托本地崖柏、连翘、核桃、小米等农林资源，发展林下经济与采摘体验园，开发崖柏手作、连翘花节、药茶体验等农旅融合业态，带动村民增收与农特产销售，丰富游线互动内容。

3. 产品策划示意

（1）云上天路景观风景道

对天路进行整体景观提升。利用线性涂鸦、诗词步道等创意形式对路面进行艺术化铺装。通过色彩鲜明的“云上天路”视觉引导，串联起沿线各景点，增加沿途的观景台、丰富路面色彩、提供骑行等多样化特色交通形式。增强天路的导

向性与趣味性，使其本身成为景区在地标识度鲜明的一道流动风景线。

（2）1 个打卡观景台系列

沿天路一侧，精准选择视野开阔的极佳点位进行“面”的拓宽。材料采用融入环境色的自然材质。因地制宜布置悬挑式、露台式、玻璃栈道式等多形态观景平台。为游客提供休憩、全景摄影、高空揽胜等复合功能，打造景区极具社交传播属性的“高流量打卡地”。

（3）1 个特色管轨滑道

依托洪谷山天然的山体落差与峡谷风光，植入极具参与感的全景山地管轨滑道，兼具特色交通代步与沉浸式游乐双重属性，有效缓解游客徒步下山的体能消耗，并在滑行过程中为游客提供无遮挡、动态视角的太行绝美画卷。作为强吸引力的核心二消项目，提升景区的整体营收转化率。

（三）农旅综合服务区

1. 开发思路

片区定位为景区门户形象展示区、综合服务基地与景村共富样板，新建游客服务中心提升全域接待能级，改造豫见山庄打造中高端文化度假载体，收储闲置农房连片打造乡村民宿聚落，同步整治梯田景观，布局农耕研学与农创市集，构建“景区引流—乡村承接—产业增值”完整闭环，打造景村一体、主客共享的门户活力片区。该片区遵循农旅融合、景村协同、存量盘活三大开发策略。

2. 项目库

农文旅综合服务区开发时序以中期为主，项目依托存量载体改造与农旅配套建设两大板块，包含游客服务中心、豫见山庄、梯田景观、乡村民宿、农耕研学园、农创市集，优先完成存量建筑改造与梯田基础整治，再逐步开放民宿、市集、研学经营性业态，所有项目围绕存量盘活、农旅融合、景村协同三大核心逻辑分阶段落地，均衡基建投入与长期运营收益。

表 4-3 农旅综合服务区项目库表

项目名称	项目类型	开发时序	项目思路
游客服务中心（新建）	服务设施	中期	新建集票务、咨询、导览、文创于一体的综合服务中心，采用太行山石与现代美学融合的建筑风格，打造景区门户形象与游客集散核心。
豫见山庄（提升）	住宿配套	中期	对现状豫见山庄进行功能置换与品质

			升级，改造为山水文化主题精品酒店，增设艺术展陈、主题餐饮、研学空间，填补片区文化度假住宿空白。
乡村民宿改造	住宿配套	中期	收储闲置农房，统一规划、分期改造为具有太行山居特色的乡村民宿集群，配套公共庭院与农家餐饮，形成多元住宿供给，带动村民就业。
梯田景观提升	景观提升	中期	整治入口区域梯田，恢复农耕景观风貌，增设观景台与田园步道，植入季节性农作物种植，打造可观赏、可拍照的田园风光背景。
四季农耕研学类项目	体验项目	中期	依托梯田与农田资源，开发春耕、夏耘、秋收、冬藏四季研学课程，配套农事体验区、自然教室，面向亲子与学校团体开展农耕科普教育。
农创类业态	产业融合	中期	整合本地小米、核桃、连翘茶、老粗布、崖柏手作等农特产品，打造农创市集、非遗工坊、后备箱工程基地，开发“洪谷有礼”伴手礼系列，延伸农业价值链。

3. 产品策划示意

（1）游客服务中心（新建）

以全方位服务游客为宗旨，设置游客问询、票务售卖、应急医疗等功能，同时通过信息技术网络，为游客提供一个直观、交互性强、信息内容丰富的旅游综合服务中心。

（2）豫见山庄提升

项目打造集主题住宿、艺术展陈、田园雅集、研学休闲于一体的太行山水文化精品度假酒店，成为洪谷山景区住宿配套项目。项目遵循三大开发路径落地，一是文化赋能，全线植入山水艺术文化，打造主题客房、艺术餐厅、研学展厅，强化 IP 辨识度；二是生态轻建，严守农田保护要求，少硬化、多临时，保留原生田园风貌，实现低影响开发；三是场景提质，构建住宿、餐饮、艺术、研学复合场景，提升服务品质与盈利能力。项目兼具文化展示、休闲度假、商务接待功能，实现“住酒店即沉浸式体验荆浩山水文化”的核心价值，填补林州高端文化主题酒店空白。此外，打造集艺术展陈、田园雅集、休闲餐饮于一体的复合型配套空间，延伸酒店服务场景与文化价值。

（3）乡村民宿改造项目

项目对现有民居点进行收储改造，对场地景观环境进行整理，承接景区游客住宿需求，以在地化的农特产品美食和农耕体验为亮点，打造具有人情味的太行山下乡村民宿空间。

（4）田园景观提升项目

依托片区连片存量梯田实施低干预景观综合治理，契合农旅融合与生态轻量开发理念，严守农田保护相关规范，依托山地天然高差打造分层式四季田园风貌，配套平缓农耕慢行步道、分散式田园观景休憩台。自然衔接农创市集、豫见山庄等业态，将原生农业空间转化为可观赏、可参与、可研学的复合型文旅场景，实现农业资源与旅游体验深度融合。

（四）山水生态休闲区

1. 开发思路

片区整体遵循“以轻量开发守护生态本底，以多元体验激活客群价值，以全时运营释放夜间潜能”核心思路，打造集亲水休闲、户外轻探险、自然生态科普于一体的差异化休闲板块，通过步道系统提质、户外体验落地、生态科普体系搭建，补齐景区峡谷运动、森林疗愈类产品短板，与人文文脉走廊、半山产旅走廊、门户农旅服务区形成业态互补，构建全景区动静结合、山水共生的游览格局。片区遵循轻量开发、多元体验、全时运营三大开发策略。

2. 项目库

片区项目以运动体验、自然研学与夜间演艺为核心，分近期、中期两阶段推进。近期落地绝壁飞拉达与轻量级悬崖蹦极，打造低门槛、高传播的极限运动IP，快速激活市场。中期依托山水资源逐步丰富产品，开发亲水项目；建设无动力山地滑道与高空探险组合设施覆盖全龄段；布局丛林飞跃构建立体游览网络；联合专业机构开发研学课程，承接团体与亲子客群。夜间依托崖壁水系打造光影演艺，以地方传说为叙事主线，激活夜经济，形成全时段、全季候产品格局。

表 4-4 山水生态休闲区项目库表

项目名称	项目类型	开发时序	项目思路
绝壁飞拉达	体验项目	近期	在崖壁岩面铺设钢索攀岩线路，设置不同难度等级，配备专业安全装备与教练，满足户外运动爱好者及团建客群的极限挑战需求。

窝囊版蹦极	体验项目	近期	依托崖壁垂直高差打造轻量级悬崖蹦极项目，采用柔性缓冲装置降低失重刺激门槛，配备专业安全装备与全程陪护，适配畏惧高强度极限项目的年轻客群与体验新手，打造自带话题属性的网红轻极限打卡点。
瀑布溯溪	体验项目	中期	依托三级瀑布及溪谷水系，开发溯溪、桨板、溪降等亲水项目，设置安全绳索与教练陪护，打造夏季清凉核心体验，适配家庭亲子与年轻客群。
山地滑道	体验项目	中期	提升现有滑道，利用山地高差建设无动力滑道，游客自控速度沿山体滑行，兼具刺激性与观赏性，作为核心二消项目，增强下山过程的趣味性。
高空探险	体验项目	中期	于丛林树冠及崖壁之间搭建网阵、索桥、滑索等组合式高空挑战项目，分设儿童区与成人区，覆盖全年龄段探险体验。
丛林飞跃	体验项目	中期	依托原生林地，建设树顶绳索、滑索、穿越网道等林间运动设施，打造“空中穿越”式自然游乐体验，与地面步道形成立体游览网络。
自然探险	体验项目	中期	联合自然教育机构开发峡谷地质、瀑布水文、森林生态等半日/全日研学课程，配套自然笔记、标本制作、生态导览，承接学校团体与亲子家庭。
洪谷金灯光影秀	夜游项目	中期	依托峡谷水系与崖壁，打造水幕、激光、山体投影相结合的光影演艺，以金灯奶奶传说为故事主线，形成夜间必看爆款产品，激活夜经济。

3. 产品策划示意

（1）户外运动类

绝壁飞拉达：依托太行丹崖立面构建多难度攀岩矩阵，打造零距离贴壁攀登的刺激探险，精准满足户外运动爱好者的极限挑战需求。

窝囊版蹦极：适配极限运动新手与畏惧高强度挑战的年轻游客，全程配备专业防护设备与工作人员陪护，打造自带社交话题的网红轻极限打卡点位。

瀑布溯溪：依托片区三级瀑布与溪谷天然高差打造沉浸式亲水互动带，项目植入涉水攀爬、深潭跳跃等多元亲水玩法，适配亲子家庭与年轻客群夏季清凉游玩需求，盘活片区闲置潭瀑亲水资源，补齐景区亲水互动体验空白。

山地滑道：顺应山势高差势能，打造穿林过谷的无动力滑轨，形成高效下撤与重力加速的游乐闭环。作为片区核心二次消费项目，大幅提升下山通行过程的游玩趣味，串联上下游各类户外体验点位。

高空探险：悬挑于崖壁边缘的网阵与索桥矩阵，利用垂直高差极限放大游客的心理失重感。细分玻璃长廊、百米高空速滑、步步惊心吊桥、悬崖秋千特色分项，覆盖客群高空探险需求，打造自带传播热度的极限打卡集群。

丛林飞跃：依托山地林冠层架设溜索与软桥网络，打造半空穿梭与生态位转换的动能体验，与地面生态步道相互联动形成立体游览网络。

自然探险：深入南太行峡谷原生山林空间，围绕本地动植物栖息生境营造自然研学产品，开设植物观察、山野徒步、标本制作等实践课程，联合专业自然教育机构推出半日、全日研学套餐，面向中小学团体与亲子家庭承接生态科普活动，落地片区多元体验、全龄覆盖的开发思路。

（2）洪谷金灯光影秀

洪谷金灯光影秀以“金灯引路、四幕叙事”为核心夜游主线，依托峡谷崖壁、溪谷水系打造全域山体光影演艺，串联“禅院初启·僧灯传韵”“画境初成·灯映山水”“治水兴邦·灯润山河”“金灯赐福·万象归心”四大主题幕场分段演绎，构建完整沉浸式夜间游览动线，落实片区全时运营开发策略。

（五）高山运动游憩区

1. 开发思路

高山运动游憩区沿山地坡地组团式分区布局，西侧山脚设置滑雪场服务中心作为片区主入口集散枢纽，中部依次排布全家欢滑雪场与餐饮商业聚落，东侧配套戏雪乐园；片区冬季以雪场、戏雪乐园为核心，夏季雪道转换为云端滑草场地，全域大面积保留原生山林作为生态缓冲带，可与云上天路产旅融合走廊、山水生态休闲区互联互通。

构建“四季有产品、全年可运营”的弹性产品体系，实现从季节性资源依赖向全年化、品牌化运营的创新跨越。项目以招商引进为主要投资方式，统一纳入远期开发时序统筹落地。片区遵循全季运营、全年龄客群覆盖、品牌打造三大开发策略。

2. 项目库

片区全部项目统一规划为远期实施，共五大核心项目，分服务设施、四季运动体验、商业配套三大类别：综合服务中心承担全域运营枢纽功能；滑雪场、云端滑草、戏雪乐园构成四季运动核心产品矩阵；餐饮商业聚落承接运动客流消费

转化；全部项目依托原生坡地点状布局，通过雪道功能复用实现淡旺季平衡，同步配套夜间照明、光影配套支撑全时运营。

表 4-5 高山运动游憩区项目库表

项目名称	项目类型	开发时序	项目思路
综合服务中心	服务设施	远期	建设集票务、雪具租赁、换装、教学培训、简餐、医疗于一体的综合服务大厅，采用山地建筑风格，作为滑雪场及四季运动的运营枢纽。
滑雪场	运动体验	远期	利用山顶开阔坡地，建设初、中、高级滑雪道，配套魔毯、造雪系统及夜间照明，冬季运营专业滑雪场，兼顾家庭亲子与滑雪爱好者。
云端滑草	运动体验	远期	利用滑雪道转换功能，铺设滑草草甸，开发滑草车、滑草鞋等项目，实现雪道四季复用，破解冬季旅游淡旺季瓶颈。
餐饮商业聚落	商业配套	远期	顺应地形布置商业设施，集合餐饮、暖饮、文创、伴手礼等业态，实现运动客流的消费转化与价值延伸。
戏雪乐园	运动体验	远期	面向儿童及陪同人群，设置雪圈道、雪地转转、雪地摩托、雪地坦克等低门槛娱雪项目，扩大冬季客群覆盖面。

3. 产品策划示意

（1）全家欢滑雪场—综合服务中心

作为高山运动片区的综合服务枢纽，集票务办理、国风换装、装备租赁与滑雪培训于一体的接待大厅。设置国风雪服专属体验专区、太行少年滑雪训练营两大特色板块，一站式满足滑雪游客全流程接待需求，同时兼顾夏季滑草、山地运动游客装备租赁、休憩服务，实现四季共享运营。

（2）全家欢滑雪场

分龄分区降低参与门槛，全家戏雪共享冬日欢乐，打造零基础也能轻松上手的家庭滑雪场。提供双板、单板、雪圈、雪地摩托等多元项目，大人竞技、孩子嬉雪、老人赏雪，一站式满足。冬季运营专业滑雪、雪地滑翔等多元项目，覆盖专业滑雪玩家、家庭亲子、团建群体；夏季完成场地功能转换，铺设滑草草甸打造云端滑草、山地飞车等项目，实现雪道全年复用，从根源解决景区季节性经营短板。

（3）冰雪乐园

主打全龄低门槛亲子娱雪体验，设置雪圈道、雪地转转、雪地摩托等休闲娱雪设施，配套四季旱雪场、雪域迷宫、儿童雪场、呲溜滑冰场四大子场景，构建完整山地亲子运动矩阵，零基础孩童、陪同老人均可参与，作为冬季核心引流产品，拓宽家庭客群覆盖面。

（4）餐饮商业聚落

顺应山地地形分散布局商业配套建筑，融合吃、住、购、娱四大业态，打造集风味餐饮、特色住宿、文创购物、雪地夜娱于一体的高山商业聚落，完整承接运动客流，延伸二次消费链条。

（六）林草露营度假区

1. 开发思路

片区海拔高、夜间无光污染，是观星绝佳场所，同时拥有开阔草甸、野生花海、日出云海、山野林地等优质自然景观，生态基底优越，是全景区地形最平缓、最适宜露营度假的高山生态板块。以伞杆垴高山草甸山林、花海、观星资源为核心，打造隐于山巅、融于自然的轻奢露营度假目的地，严格遵循生态保护优先策略、多元客群适配策略、轻体量集约建设策略，降低开发投入。片区遵循生态保护优先、多元客群适配、轻体量集约建设策略。

2. 项目库

林草露营度假区以生态用地为主体，沿山体台地呈带状展开，空间从入口到内部依次由一条主游线串联起云上草场、萌宠乐园、星空营地及日出咖啡馆四大功能节点。其中，云上草场在片区西侧开阔台地，承担牧场观光与生态互动功能；萌宠乐园在中部，和草场动线衔接；星空营地在东侧上部区域，提供夜间露营住宿；日出咖啡馆设在东南隅观景节点，可满足日间休憩与日出观景需求。该区域功能互补、动静分区明确，已形成了“草场互动—花海打卡—星空住宿—萌宠休闲—山顶全时餐饮”的多层次度假空间格局。

片区所有项目统一规划为远期落地，分为景观体验、住宿配套、亲子体验、餐饮配套四大类：云上草场、野生花海主打自然景观打卡；星空营地提供多层次露营住宿；咩咩羊萌宠乐园面向亲子家庭；日出咖啡馆覆盖早中晚全时段餐饮休闲；全部项目均采用轻量化可逆建设，兼顾生态保护、度假体验、长效运营目标。

表 4-6 林草露营度假区项目库表

项目名称	项目类型	开发时序	项目思路
云上草场	景观体验	远期	利用高山草甸打造开放式草场，主要以鹿、马为主，设置步道、观景台与放牧区，营造“云端草原”意境，适配拍照打卡与亲子休闲。
野生花海	景观体验	远期	按季节轮种高山花卉，形成连片花海景观，设置打卡装置与栈道，打造四季可赏的网红拍照地。
星空营地	住宿配套	远期	划分野奢营位区（轻奢帐篷、独立卫浴）与大众露营区（自搭区、租赁设备），配套公共淋浴、篝火区、观星平台，满足多层次露营需求。
咩咩羊萌宠乐园	体验项目	远期	以咩咩羊为 IP 的萌宠园，在重点以太行山黑山羊为主的基础上，引进羊驼、绵羊、兔子等温顺萌宠，设置投喂、互动拍照、小剧场等环节，面向亲子家庭打造治愈系互动体验。
日出咖啡馆	餐饮配套	远期	建于山顶最佳日出观赏点，采用玻璃幕墙+观景露台设计，早间提供咖啡简餐，午后推出“峡谷风云”下午茶，傍晚转为星光酒吧，实现全时段运营。
预留发展区	基础配套等	远期	打造景区北大门次入口，配套集散接驳功能，分流主入口客流，作为远期预留发展区，预留业态扩容空间。

3. 产品策划示意

（1）云上草场

依托片区原生高山林草打造集云端观景、高山草场、网红打卡于一体的高山休闲草场，划分观赏区、骑马体验区、小鹿投喂互动区，配套生态慢行步道、景观休憩观景台、轻量化艺术打卡装置；分春、夏、秋三季打造差异化山地景观，依托高海拔天然避暑优势实现四季运营，营造云端松弛氛围，适配亲子休闲、网红打卡需求。

（2）野生花海

在洪谷山山顶，将野生花海与地标建筑结合，配套生态木栈道、网红艺术打卡装置，分季节呈现不同花海风貌，打造太行山独有山顶花海打卡地标。

（3）咩咩羊萌宠乐园

打造一个以“萌宠”为核心 IP，兼顾亲子互动与自然教育的萌宠乐园，打造治愈系亲子互动空间，丰富景区亲子休闲业态。

（4）日出咖啡馆

沉浸式的云海日出体验，将日出咖啡馆打造为洪谷山景区的极致景观体验中心与山巅社交场所，分清晨、午后、傍晚及夜间三个时段差异化运营，实现全天全时段经营。

（5）星空营地：野奢营位区-看星空夜景

依托洪谷山巅最高海拔区位，以“星空下的隐奢栖居”为核心，打造私密化、高品质野奢营位集群，融合全景观星、轻奢住宿、山顶私享体验，构建专属高定夜间度假场景。

（6）星空营地：大众露营区－看日出云海

面向家庭、青年群体，打造高性价比、全配套、易参与的大众露营空间，以观日出、看云海为核心吸引，提供便捷露营服务与轻体验业态，延伸游客停留时间。

（七）文化生态康养区

1. 开发思路

以荆浩画苑作为核心文化引擎，联动溪谷高端度假酒店、静心潭水疗疗愈空间，打造集山水艺术研修、隐逸山居度假、自然身心疗愈于一体的高端文化康养组团，精准匹配高净值客群对艺术原乡、静谧身心疗愈的深度消费需求。以文化IP塑特色，以精品营造提内涵，遵循文化IP赋能策略、品质化定位策略，实现山水文化与生态康养深度共生。

2. 项目库

文化生态康养区沿上游溪谷纵向布局，东侧入口处设置荆浩画苑（原禅修院），中部打造静心潭疗愈空间，溪谷上游狭长地带分散布局溪谷度假酒店独立庭院客房。片区内部依靠滨水慢行步道串联全部节点，外部连通景区内部游览主线，远期规划观光电梯提升片区通达性，整体开发密度极低，大面积保留原生溪谷、山林、古寺等静谧空间，形成“入口文化研学—中部溪潭疗愈—上游隐逸山居”由动至静的高端康养空间格局。

片区三大核心项目均规划为远期实施，分为文化展示、高端住宿、康养体验三类：荆浩画苑融合文化展览、艺术研学与精品住宿；溪谷度假酒店主打高端山居旅居；静心潭打造专业自然疗愈空间；全部项目坚持低密开发，依托原生溪谷、

古寺、潭池资源，实现山水文化、生态康养、精品度假三位一体融合发展。

表 4-7 文化生态康养区项目库表

项目名称	项目类型	开发时序	项目思路
荆浩画苑	文化展示+住宿配套	远期	集荆浩山水画文化展示、写生创作、艺术研学与精品住宿于一体的复合空间。内设画学展厅、笔法研习室、名家工作室，同时配套艺术主题客房，实现“白天观展研学、夜间沉浸住宿”的文化深度体验。
溪谷度假酒店	住宿配套	远期	选址瀑布上游溪谷旁，打造隐于山水间的高端度假酒店。客房依山就势，户户可观瀑听溪；配套全日餐厅、茶室、SPA、无边泳池，提供“隐居洪谷、枕水而眠”的轻奢度假体验。
静心潭	康养体验	远期	利用天然潭池及周边静谧环境，打造“水镜疗愈”主题空间。设置冥想平台、音疗亭、赤脚步道、森林浴场，开展正念冥想、瑜伽、颂钵疗愈等课程，满足高净值客群的身心放松与康养需求。

3.产品策划示意

（1）荆浩画苑

依托灵鹫寺原有禅院空间改造打造复合型荆浩文化主题艺术酒店，构建“白天观展研学、夜间沉浸住宿”的深度艺术体验空间。项目同步推出艺术疗愈、艺术活动、艺术展览，提供定制艺术体验、森林疗愈体验等专属内容。

（2）静心潭

依托片区天然静水潭池、溪谷山林与灵鹫寺古建资源打造五感自然疗愈空间，以山涧冥想、亭下茶席、户外瑜伽、品香静修、颂钵理疗五大主题疗愈活动串联原生山水，全方位调动游客身心感官实现深度放松。

（3）溪谷度假酒店

以“松涧古韵，回归本心”为主题，打造融入山水意境的精品度假屋聚落。依托原生山林溪涧构建五感沉浸式山水旅居体验：听觉可聆听山谷风声、溪涧流水与古寺钟声，视觉尽收太行群山、飞瀑溪涧与四季山林景致，嗅觉感受草木清香、溪涧湿润气息与古寺檀香，味觉品尝山间野菜、本地太行特色山野餐食，触觉触摸清凉溪水、温润泥土与暖阳柔光，让客人深度体验“隐于洪谷半山，枕梦水墨太行”的度假生活。

第五章　交通及游线规划篇

第十九条　外部交通规划

洪谷山外部交通规划以“外联顺畅、通景便捷”为发展导向，全面提升景区可进入性与旅游交通服务能级，支撑景区高质量发展与客流安全有序集散。快速衔接线主要依托 G341 胶南线作为省际主干通道，串联林州城区、合涧镇，承接山东、豫中、晋东南跨区域长途客源；联动沿太行高速、南太行高速路网，搭配花壶线风景公路形成“国道+高速+山地风景道”多维外联体系，缩短外部客源通勤时长，将景区纳入南太行跨界自驾旅游圈层；依托花壶线太行风景自驾公路，串联金灯寺、八达村等晋豫交界文旅节点，打造山地自驾特色游线；依托 G341 国道远期贯通优势，联动太行大峡谷、红旗渠片区。同时规划三条景区外部专用入口通路：由 X012、天辛线进入景区主入口；由桃源渡槽—千瀑沟联络线进入景区（伞杆脑）次入口；由花壶线延伸线进入景区（灵柩寺）次入口，实现不同片区分别对应独立外部接驳通道，分散客流、缓解主入口通行压力。

第二十条　内部交通规划

结合景区山地地形、步道体系、游览组织，构建“车行系统、步行系统、接驳系统、立体交通”四位一体的内部交通网络。

车行系统：优化内部通行道路，实行人车分流、限时通行，按照景区专用旅游公路标准建设，采用沥青混凝土路面，满足双向通行。

步行系统：构建主游线步道、次游线步道，主游线步道宽 4.5m，次游线步道宽 2m，统一按山地旅游步道标准建设，完善景区的慢游服务体系。

接驳系统：在入口区设置换乘中心、生态停车场、观光车候乘点，采用观光车、电瓶车等低碳交通工具，串联入口区域至索道下站，提升游览效率。

立体交通：设置索道，连接中低山游览区与高山滑雪场，大幅提升景区通达效率与游览体验；滑雪场布设登山魔毯/扶梯，为山地运动游客提供轻松省力、连续平稳的向上输送服务。

第二十一条　主题游线规划

（一）4 大“一日游线路”

1. 祈福主题游

游线路径：①游客服务中心—②唐代摩崖石刻群—③隐庵—④千佛洞—⑤观音阁—⑥洪谷寺—⑦谢公祠—⑧索道—⑨金灯寺。

适配客群：中老年信众、祈福专属客群、时间紧张的短途游客。

2. 谢公瞻仰游

游线路径：①游客服务中心—②湖桥飞瀑—③溪谷嬉水—④飞虹逐浪—⑤谢公瞻访—⑥古渠寻源。

适配客群：研学团队、党建团建客群、水利文化爱好者。

3. 山水画廊游

游线路径：①水石—②柯木—③云烟—④溪岸—⑤泉崖—⑥山峦。

适配客群：书画爱好者、摄影客群、文化体验游客。

4. 山地运动游

游线路径：①自然探险—②丛林飞跃—③高空探险—④山地滑道—⑤溯溪—⑥飞拉达—⑦滑雪场。

适配客群：年轻客群、户外爱好者、企业团建。

（二）1 大“两日游线路”

1. 线路路径一

DAY1：伞杆垴景区次入口—滑雪场—餐饮商业聚落—戏雪乐园—星空营地（住宿）；

DAY2：日出咖啡馆—萌宠乐园—云上草场—云上天路。

2. 线路路径二

DAY1：灵鹫寺景区次入口—滑雪场—餐饮商业聚落—戏雪乐园—云上天路—荆浩画苑/溪谷度假酒店（住宿）；

DAY2：云上天路—日出咖啡馆—萌宠乐园—云上草场。

（三）4 大“区域游线路”

1. 南太行自驾体验游

以洪谷山的峡谷徒步作为自驾前的文化序章，沿着花壶线的惊险盘山路、挂壁隧道群和悬崖古寺，完成一次太行天路穿越，带你从山脚到云端，立体感受太

行的雄、险、奇、秀。

时间安排：3 天 2 晚。

行程安排：

DAY1 林州市—黄华山景区—洪谷山景区（游玩、住宿）；

DAY2 洪谷山景区—八达村—金灯寺—神龙湾挂壁公路观景台—虹霓村（游玩、住宿）；

DAY3 虹霓村—平顺县。

2. 安阳深度文化游

安阳作为华夏文明重要发祥地、七朝古都，文化底蕴厚重绵长，文旅资源品类丰富。依托殷墟博物馆、中国文字博物馆、岳飞庙、羑里城遗址、曹操高陵遗址博物馆、红旗渠风景区、洪谷山景区等各类文化遗存打造沉浸式、多层次的高品质深度文化研学与历史体验旅游产品。

3. 林州山水联动游

立足林州市全域旅游发展格局，以洪谷山人文山水资源为核心依托，采用文脉串联、业态互补、市场共拓的联动发展思路，实现林州文旅资源统筹开发、错位联动与集约提质发展。

时间安排：4 天 3 晚。

行程安排：

DAY1 红旗渠风景区（游玩、住宿）；

DAY2 红旗渠风景区—林虑山国际滑翔基地—太行山大峡谷景区（游玩、住宿）；

DAY3 太行山大峡谷景区—黄华山景区—洪谷山景区（游玩、住宿）；

DAY4 洪谷山景区—金灯寺。

4. 洪谷山周边串线游

依托花壶线太行天路核心旅游公路，串联成熟人文景区洪谷山、原生态山野秘境石板沟、瀑布峡谷圣地千瀑沟三大核心节点，打通山前文旅片区与深山峡谷片区交通壁垒，构建“人文研学+天路观光+绝壁徒步+溯溪玩水”全业态两日闭环旅游线路。

时间安排：2 天 1 晚。

行程安排：

DAY1 林州市—千瀑沟—桃源渡槽—洪谷山景区（游玩、住宿）；

DAY2 洪谷山景区—林州 3 号滑翔基地—雪光寺。

第六章　旅游产业要素规划篇

第二十二条　旅游餐饮

以“有机食材、主题体验、多元场景”为核心理念，构建覆盖全山、适配全时的餐饮产品矩阵。

（一）主题化餐饮打造

依托本地高山有机农产品（合涧小米、薄皮核桃、连翘茶、手工粉条、秦氏熏肉等），结合荆浩画学、金灯奶奶祈福等文化元素，开发“洪谷山房养生宴”“谢公家宴”“金灯奶奶素斋”等主题餐饮，塑造“洪谷山味”餐饮品牌。

（二）多元用餐场景布局

高山运动消费闭环：在高山运动游憩区建设餐饮商业聚落，引入特色小吃、暖饮、文创伴手礼，形成运动后消费闭环。

山巅观景轻餐饮：在林草露营度假区设日出咖啡馆，早间咖啡简餐、午后下午茶、傍晚星光酒吧，实现全时段运营。

入口综合服务：在农旅综合服务区的游客服务中心、豫见山庄内设全日餐厅、主题餐厅、轻食吧，满足游客入园、出园及住宿用餐需求。

山水休闲区补给：在山水生态休闲区的瀑布溯溪、自然研学节点设轻食补给站，提供能量简餐与饮品。

（三）美食节庆驱动

策划“洪谷山有机美食节”“连翘花节药膳宴”“太行山货丰收宴”等年度美食活动，与四季主题节庆联动，扩大餐饮品牌影响力。

第二十三条　旅游住宿

以“文化主题+山水度假+乡村民宿”为产品导向，形成“精品酒店—主题民宿—野奢营地—乡村客栈”多层次住宿体系，满足不同客群需求。

（一）文化主题酒店

豫见山庄（提升）：改造为山水文化主题精品酒店，配套艺术展陈、研学空间、主题餐饮，填补林州高端文化度假住宿空白。

荆浩画苑：集画学展示与精品住宿于一体，配套 10-15 间艺术主题客房，实现“昼研夜宿”深度体验。

（二）乡村民宿集群

在农旅综合服务区改造乡村民宿，统一规划、统一标准，形成太行山居特色民宿聚落，承接大众游客及写生团队。云上天路民宿类项目盘活沿线闲置农房，引入品牌民宿，打造半山精品民宿集群。

（三）野奢营地

星空营地：划分野奢营位区（轻奢帐篷、独立卫浴）与大众露营区（自搭区、租赁设备），配套观星平台、篝火区。

（四）康养度假住宿

文化生态康养区的荆浩画苑、溪谷度假酒店同时承担高端康养住宿功能，配套禅修、音疗、森林浴等课程。

第二十四条　旅游购物

以“品牌化、专营化、场景化”为策略，打造“洪谷山有礼”旅游商品品牌，构建覆盖景区入口、核心节点、线上线下的购物体系。

（一）品牌化

统一打造“洪谷有礼”产品系列，涵盖：

农特产品：合涧小米、薄皮核桃、连翘茶、手工粉条、秦氏熏肉、古法柿子醋等；

非遗手作：老粗布、竹编、崖柏香、李氏制香；

文创产品：荆浩《太行行居图（匡庐图）》衍生品、数字集福盲盒、祈福挂件、文房茶具、金灯奶奶 IP 周边。

（二）专营化

在游客服务中心设立品牌旗舰店，实行统一 VI、统一定价、统一服务标准。在豫见山庄、云上滑雪场综合服务中心、日出咖啡馆、荆浩画苑等主要节点设专营柜台或无人售卖机。对优质商户授权特许经营，保障商品品质。

（三）场景化

农创市集：结合梯田景观与农耕研学，定期举办周末市集，展销新鲜农产品与手作。后备箱工程：在停车场区域预留空间，鼓励自驾游客购买山货礼包。

线上电商：开发微信小程序商城，联动数字集福活动，实现线上下单、景区提货或邮寄。

第二十五条　旅游娱乐

以“夜间演艺引爆、日间亲子互动、文化沉浸体验”为核心，构建昼夜联动的娱乐产品体系。

（一）夜间核心娱乐—光影演艺

洪谷金灯光影秀依托峡谷水系与崖壁，打造水幕、激光、山体投影相结合的大型光影演艺，以金灯奶奶传说为主线，成为景区夜间必看爆款，激活夜经济。

（二）日间主题娱乐

祈福互动游戏：在步步生福段植入“数字集福”小程序，游客手机扫码打卡，兑换福灯，增强游线趣味性。

荆浩画学雅集：在匡庐画境段定期举办古风音乐会、山水茶会、写生演示等活动，营造文人生活沉浸场景。

亲子剧场与萌宠互动：在林草露营度假区的萌宠乐园设小剧场，开展萌宠表演、儿童手作、自然绘本故事会。

运动类娱乐：在山水生态休闲区可结合飞拉达、丛林飞跃等设置“探险家勋章”挑战赛，增加游戏化机制。

（三）节庆娱乐活动

依托四季主题节庆（春日踏青季、清凉嬉水季、人文祈福季、冰雪休闲季），植入音乐节、写生大赛、山地电影节、篝火晚会等娱乐内容，做到“月月有活动、季季有爆点”。

第七章　旅游产业融合发展规划篇

通过文化提升、生态引领、产业推动等系列举措，延伸、加强旅游产业链上的价值增值能力，发展相关支持产业，包括文化旅游业和研学教育业、体育旅游业，构建坚实的产业保障体系，带动该地区经济、社会和生态发展。

第二十六条　“+旅游”产业规划

（一）“农业”+旅游

依托景区周边梯田、高山农林资源，本地具备小米、核桃、连翘、崖柏等特色作物长期种植传统。板块植入农耕观光、农事动手体验、农创产品展销、四季农耕研学多重旅游功能，重点落地梯田景观提升工程、四季农耕研学营、农创市集、农林经济配套项目，实现农业生产与乡村旅游双向赋能。

（二）“文化”+旅游

依托荆浩山水画文化、北齐至明清佛教石窟群、谢公水利历史、金灯奶奶民间传说等多层级深厚文化遗产。板块植入文化专题展览、山水艺术研学、祈福仪式体验、古迹遗迹观光功能，重点打造匡庐画境游步道、荆浩画苑、洪谷寺与唐塔古迹修复片区、谢公祠、数字集福互动系统、金灯奶奶赐福仪式等核心项目，完整活化洪谷山本土文脉资源。

（三）“生态”+旅游

以十二秀峰、三级叠水瀑布、高山草甸等优质原生山水生态为本底，坚持以生态引客。板块植入生态徒步观光、瀑布亲水打卡、山林森林浴、自然写生摄影等功能，重点依托瀑布溯溪、云上高山草场、四季野生花海、山水画境游步道等项目落地生态文旅融合，依托清幽山林打造轻量化自然休闲产品。

（四）“水利”+旅游

以明代谢公渠水利文化遗存为核心产业基础，关联红旗渠治水源头文脉。板块植入水利文化展示、古渠实地寻访、水利科普教育功能，重点落地谢公祠、谢公溯源滨水休闲段、谢公水利文化陈列馆等项目，串联渠、潭、瀑水系构建水利主题游览动线。

第二十七条　“旅游+”产业规划

（一）旅游+“体育”

依托峡谷天然高低落差资源，以体增粘，培育“户外探险+主题赛事”全新消费业态，核心旅游功能为山地运动体验、赛事活动引流，延伸无动力户外、四季冰雪、极限户外挑战配套产业。重点落地高山滑雪场、绝壁飞拉达、丛林飞跃、山地滑道、云端滑草、山地飞车等项目，面向青年、团建客群打造全季节山地运动产品矩阵。

（二）旅游+“研学”

坚持以学促游，分层设计梯度化研学课程，拓宽校园团体、亲子家庭两大核心客源市场，核心旅游功能为自然科普、沉浸式体验学习，延伸自然教育、荆浩山水画文化研学、水利历史研学配套产业。重点运营自然研学点位、四季农耕研学、荆浩画苑书画研学、谢公渠水利文化研学等课程产品，覆盖中小学全年龄段研学需求。

（三）旅游+“康养”

依托溪谷清幽秘境空间以养留客，打造“山水艺术+原生生态”复合型康养度假胜地，核心旅游功能为高端山居度假、五感身心疗愈，延伸森林静养、禅修、草本 SPA、艺术疗愈配套产业。重点依托溪谷度假酒店、静心潭疗愈空间、荆浩画苑打造康养旅居载体，为高净值客群提供长期静谧疗愈度假服务。

（四）旅游+“低空”

以空拓界联动区域滑翔基地，构建地面山地游览搭配空中俯瞰的全景立体体验，核心旅游功能为空中观光、山地立体交通，延伸滑翔伞、热气球低空飞行配套产业。重点打造云上天路产旅融合走廊低空项目，联动外部专业滑翔基地，补齐景区高空全景游览业态空白。

（五）旅游+“夜游”

依靠光影演艺以夜延客，激活景区夜间文旅消费市场，构建“白天游玩+夜间休闲”全时段消费模式，核心旅游功能为延长游客停留时长、拉动夜间二次消费，延伸山体光影演艺、夜间休闲娱乐、特色夜间餐饮配套产业。核心落地洪谷金灯光影秀、星空营地篝火晚会、日出咖啡馆星光酒吧、夜间光影游步道等项目，补齐景区夜间业态短板。

第八章　旅游配套服务设施规划篇

第二十八条　旅游咨询服务

游客服务中心：共 2 处，主游客服务中心位于景区入口，次游客服务中心结合滑雪场接待大厅设置，均配备旅游服务、商业业态、基础设施和安全设施，提供全方位的综合服务。

游客咨询点：共 2 处，分别结合灵鹫寺景区次入口、伞杆垴景区次入口设置，安排旅游基础服务设施，提供旅游停车、游客咨询等基本旅游服务。

第二十九条　旅游停车场

结合项目需求，合理布局各项目停车配套设施，完善项目静态交通综合服务能力，实现基地车辆的有序停放。

固定停车规划：游客服务中心、索道下站、灵鹫寺景区次入口及伞杆垴景区次入口等区域结合需求分别设置集中停车场。共计：大车停车位 40 个，小车停车位 180 个。

临时停车规划：满足景区高峰期停车需求，景区入口道路两侧可以临时停车，设置小车停车位 200 个。

第三十条　旅游厕所

旅游厕所的布置，不应妨碍风景，同时又须易于寻觅，突出方便性和可达性。

景区公厕须均匀分布于旅游区的各功能区，彼此间距离以 300m 至 500m 为宜，其服务半径应不大于 500m，且应有鲜明的标志，以示游人。

旅游厕所共计 7 处，均结合景区公共建筑设置，移动厕所的布置根据项目需求，共计 6 处，分布在沿线主要节点。

根据《旅游厕所质量要求与评定》（GB/T 18973-2022），景区内旅游厕所应符合Ⅱ类质量要求。

第三十一条　旅游安全设施

以山地旅游安全为核心，围绕洪谷山景区徒步游览、山林生态、滨水体验、人文观览四大场景，构建全域覆盖、分级设防、技防人防协同、平急一体的旅游安全设施体系，全面保障洪谷山景区游览安全。

山地徒步安全设施体系：聚焦景区登山游步道以及云上天路崖壁路段、观景平台等，完善防护、防滑、防坠落、防迷失设施。配置高强度护栏、安全护网、防滑铺装、踏步加固、夜间警示及应急避险点；优化步道宽度、坡度与休息节点，实现徒步线路风险可防、节点可控、全程可护。

预警监测与智慧安防体系：构建气象、地质、客流、林火、雷电“五位一体”监测预警网，覆盖高风险区域。布设视频监控、客流监测、灾害监测、一键报警与应急通讯设施，建立“实时感知—智能研判—快速预警—统一调度”的智慧安防体系，提升洪谷山景区主动防控、精准预警能力。

应急救援与医疗保障体系：按照分区布点、快速抵达、高效处置原则，建设应急救援站、医疗救护点、救援通道、应急物资库，配备山地救援、救生、急救、照明、通讯等装备，建立“景区自救+属地联动”应急机制，实现突发事件快速响应、有效施救、安全转运。

消防与森林防火安全体系：立足洪谷山景区山林与文物资源特点，构建防火隔离、火情监测、消防器材、水源保障、火源管控一体化设施体系，重点覆盖森林片区、古建筑、服务设施与徒步沿线，实现预防在先、火情早控、处置到位。

第三十二条　旅游标识系统规划

为提高游客体验质量，景区内设置旅游标识系统。使标识系统在满足功能需求的同时是一种文化符号展示物散落在景区的各个位置。

全景导览图：分布景区主要入口附近，标出游览路线及几大片区的分布、重要游览点及旅游服务设施的位置

导览指示牌：布置在各片区开阔醒目位置，标明游客现在所处位置及周边景点和服务设施的图示。

方向指示牌：分布于道路交叉口、停车场、旅游公厕等位置，景区内部道路沿线交通指示标识牌，起到指路、引导作用。

景点介绍牌：分布于景区内各景点入口、重要景观点，说明单个景点名称、内容、背景以及最佳游览、观赏方式等信息，是对该景区内具体景观的全面解说。

安全警示牌：分布于休息亭、景观平台、山体易滑路段、台地高差处醒目的位置，以牌示形式给游人警示和忠告的设施，包括安全警示、公益倡议、友情提示等。

管理信息标识：以合规公示、制度上墙、安全告知为核心功能，主要设置于景区入口、游客中心、售票处及关键服务节点，面向游客进行透明化信息公示，同时落实景区运营管理要求。

智慧标识系统：以实时数据采集与动态发布为核心，通过智能终端、传感器网络与可视化载体，向游客提供人数、天气、环境、交通、公厕等实时信息，提升游览便利性与安全性。

网红性打卡标识：轻量化设计强化空间识别性，提升景区整体产品力和品牌形象。

第九章　资源与生态环境保护规划篇

第三十三条　生态环境保护

以“严格保护，合理开发，容量管控，永续利用”为原则，严格保护洪谷山各自然生态类景点，合理开发其他生态空间，科学核定游客容量，按照国家及地方有关法律法规，确保全域生态环境的良性状态。

（一）生物多样性保护

通过环保宣传、人员培训、制定保护制度、规范执行与监督等途径，既保护洪谷山山水、崖壁、溪谷、森林等观光对象的自然原始性，又使游客在满足体验需求的同时获得自然保护的知识，促进当地经济和社会发展。生物物种的保护不单是就其本身进行保护，同样应保护保持该群体生存、繁衍和发展等生态生物学特征所必需的适宜空间，构建洪谷山完整的山地生态系统。

（二）山林与水体保护

加强对山体、沟域、林地的监测力度，保证山体森林覆盖率，对裸露面积超标的区域及时采取人工保育措施，修复因旅游开发造成的植被破坏；对古树名木实行“一树一档”挂牌保护。严禁向溪谷、潭池排放污水、倾倒垃圾，保护洪谷山饮用水源与灌溉水源安全；保护瀑布、溪流的自然水文节律，实现水资源和水生态系统的良性循环。

（三）森林风险防控

健全防火体系，因地制宜布置蓄水池、防火林带等设施，配备消防队伍，消除火灾隐患；加强游客火源管控，严禁野外用火。对危岩、滑坡段进行生态加固，保障游客安全但不破坏原生地貌；设置警示标识与防护设施，防范山地景区安全风险。建立洪谷山隐患台账与突发灾害应急预案，定期开展巡护排查；开展演练，提升应急处置能力。

（四）旅游容量管控

根据洪谷山生态承载力，核定景区日最大承载量、瞬时承载量，明确核心文保区、峡谷窄步道等敏感区域的限流标准。实行预约、错峰、单向通行制度，建立游客流量动态监测与预警机制，避免超量接待对生态与文物造成不可逆破坏。对洪谷山核心景点实行独立限流管理，降低高密度人流对文化遗产与自然环境的影响。

第三十四条　人文资源保护

以“保护优先、活态传承、IP 赋能、文旅融合”为原则，聚焦洪谷山荆浩画学、佛教石窟、水利遗产、太行古道等核心人文资源，构建分级保护与活化利用体系，实现文化遗产的永续传承与价值转化。

（一）荆浩山水画文化保护

对荆浩隐居地、《太行行居图（匡庐图）》原型山水空间采取最小干预的原址原状保护方式，完整留存洪谷山原生山水格局与水墨自然意境；同步搭建集展示、学术研究、技艺传习于一体的完整画学文脉传承体系，设立传承人培育机制，常态化开设山水写生研学、画学授课等文化活动，活化传承荆浩北派山水核心文化；严格管控荆浩画境核心区域的建筑高度与入驻业态，禁止布局大型游乐设施、商业广告等破坏氛围的项目，持续维护原生山水审美空间，塑造“行居太行，问渠洪谷”品牌。

（二）文物古迹分级保护

实行文物古迹三级差异化保护管理，针对洪谷寺塔、千佛洞石窟等全国重点文保单位落实严苛管控标准，按照文物保护规范实施封闭式养护与数字化展陈，严禁刻画攀爬、强光直射等破坏行为，并配套游客预约限流机制；对塔林、摩崖石塔、谢公祠、谢公渠等省市级文保单位设置防护围栏、科普标识，建立常态化监测维保机制，最大程度保留文物本体原始风貌；针对古驿道、古桥、古碑刻等普通历史遗存开展全域普查登记建档，做到遗存保护全覆盖无遗漏，严格禁止私拆、损毁、迁移各类历史遗存。

（三）非遗民俗传承活化

坚持非遗民俗活态传承路径，系统保护洪谷传统庙会、本土民间手工技艺等民俗资源，持续扶持民俗节庆、非遗实景表演常态化开展，推动非遗项目进景区、融入研学课程；深度提炼荆浩山水画文化、谢公渠水利文化等本土核心文化要素，开发系列文创产品与沉浸式文化展陈空间，打造“洪谷子”特色文旅 IP，完成文化资源创意转化；在不扰动原生山水风貌的基础上轻量复原古村落、古道生活场景，开发古道寻踪、古渠研学等低度商业化体验产品，规避低俗化、过度商业化演绎。

（四）历史风貌管控提升

全域统一管控景区及周边建筑风貌，规范建筑高度、外立面色彩与建材选型，确保人工建筑与山地自然环境协调统一；严格开展景观风貌与视线通廊保护，守住洪谷山山体天际线、山体轮廓，完整保留瀑布、荆浩画境等核心观景点的视线廊道，观景平台、游步道全部选用生态友好型建材，实现人工设施融于自然；对谢公渠水利文化遗存实施整体性风貌管控，修复渠岸原生风貌，完整留存水利遗迹的历史原真性与景观完整性。

第三十五条　乡村环境整治

以美丽乡村建设为抓手，升级洪谷山周边乡村产业模式，整治乡村生活环境，保护传统乡村景观，传承特色乡村生活方式，创新乡村发展模式。

（一）构建旅游引导的乡村产业模式

深度推动旅游业与山地农业融合联动，同步带动乡村第二、第三产业全面发展，丰富乡村业态、延伸完整产业链条，农旅层面依托连片农作物种植片区打造生态观光休闲农业，将普通种植园地升级为山地农耕度假庄园，塑造特色太行田园农耕景观；农文旅融合方面，将本地太行杂粮、山林山货、传统手工艺品深加工为便携伴手礼旅游商品；依托第三产业赋能盘活农村闲置宅基地资源，规模化发展乡村休闲旅游与民俗体验业态，实现农、工、旅三位一体协同增收。

（二）构建旅游引导的乡村民宿模式

以乡村民宿发展为抓手双向赋能乡村民生，一方面持续拓宽农民就业创业渠道，政府出台专项扶持优惠政策调动村民开办民宿、农家乐与旅游配套服务的积极性，景区各类旅游服务岗位优先吸纳本地村民，有效消化农村剩余劳动力、稳定村民收入；另一方面依托乡村旅游配套完善全域基础设施，统一开展村容村貌美化提升工程，规范建设乡村垃圾中转站点，系统性改善农村人居生活环境，实现产业增收与宜居建设同步推进。

（三）乡土景观的保护和提升

乡土景观保护提升分为乡村生态、田园景观两大维度统筹实施，项目整体遵循依托生态、因地制宜的开发准则，实现人居环境与自然生态和谐共生，同步推进农村垃圾污染常态化防治，保障绿色农业与乡村生态可持续发展；在田园景观层面持续强化乡村旅游片区原生乡土氛围，科学规划游览动线，农业聚集区内部连通道路完整保留原生田园风貌，严控现代人工建筑建设规模，避免现代化设施

破坏洪谷山整体山水田园风貌基底。

（四）乡土遗产景观保护

从民居风貌、乡村生活方式两大板块开展乡土遗产完整保护，民居层面重点保育承载村庄文脉的古树名木、太行传统石砌民居，对具备历史文化价值的古建古迹开展修缮保护，深度挖掘村庄人文底蕴并通过多元展陈形式还原村落历史脉络；生活方式维度完整留存乡村地域特色传统生产、生活模式，以创新展演、沉浸式体验等形式活化呈现本土原生态民俗文化，在活态展示中完成乡土民俗文化的传承与长效保护。

第三十六条　社会环境优化

以“游客友好、居民受益、景村共生、安全有序”为目标，完善洪谷山旅游公共服务、惠民便民、应急保障、智慧管理体系，打造有温度、有特色、高适配的山地人文景区社会环境。

（一）旅游公共服务优化

以新建游客服务中心为核心完成门户服务提质升级，整合票务办理、旅游咨询、行李寄存、母婴室、医疗救助、文创展示等多项功能，重点植入荆浩山水文化展示空间并设立各类专项服务窗口，全面提升景区门户形象与游客接待效率；全域推进智慧景区建设，搭建客流实时监测、分时预约、智能导览、紧急求助一体化系统，在千佛洞、谢公渠、荆浩写生区等重点点位布设智慧导览与流量预警设备，实现预约游览、错峰参观、全域安全统一管控；统一规划适配全域的标识解说系统，采用一体化视觉风格，覆盖文化解说、文保警示、徒步安全、容量提示四大类标识，在文保片区、画学片区、瀑布景观区增设专属科普与生态保护提示标牌，持续强化洪谷山专属文化辨识度。

（二）旅游惠民与便民服务

面向本地居民推出专属惠民政策，针对林州、合涧镇常住居民发售优惠门票、年卡、亲子卡、研学卡等票种，激活本地高频出游消费，将洪谷山打造为市民近郊休闲后花园；常态化开展公益服务并建立长效开放机制，在节假日增设志愿服务站点，为游客提供文明引导、文化讲解、应急救护、饮水补给等便民服务，核心景观区域实行常态化公益开放，提升公共服务普惠程度；全方位落实特殊人群友好保障，游客中心与全部主干游览线路配套轮椅、拐杖、无障碍通行通道，针

对老年游客增设休憩座椅、遮阳避雨设施、平缓慢行步道，面向研学团队提供专属文化讲解与全程安全陪护服务，覆盖全年龄段、全类型游客出行需求。

（三）景村共建与民生保障

优先吸纳景区周边村民进入导游、保洁、安保、民宿服务、研学助教等岗位，持续扶持村民就业创业，推动村民就地转岗、闲置农房转型为民宿、本地农产品转化为旅游伴手礼；推进景区与乡村配套设施共建共享，停车场、旅游公厕、垃圾转运、供水供电等基础设施对村庄开放共用，同步统一提升全域村容风貌，联动豫见山庄、乡村民宿集群打造一体化住宿服务链条；深挖农文旅融合增收路径，开发太行山货、荆浩文创、祈福伴手礼系列商品，落地乡村市集、后备箱工程产业基地，带动本地种植、养殖、传统手工艺全产业链增值，实现景区发展反哺乡村民生。

（四）文明旅游与品牌营造

围绕荆浩山水画文化、人文古迹文化保护、谢公渠水利文化遗产、无痕生态理念开展文化型文明宣传，倡导轻装徒步、不乱涂刻画、不随意采挖、爱护古建山水等游览准则；搭建完善口碑与舆情管理体系，建立游客投诉快速处置、服务质量常态化监督、达人实地体验反馈完整机制，依托荆浩山水画、人文古迹、山水度假、古道徒步产品打造高品质文旅口碑；常态化开展写生节、祈福仪式、水利研学、山水雅集在地文化活动，持续营造浓厚本土文化氛围，将洪谷山塑造为兼具文化底蕴、游览秩序与人情温度的南太行人文度假标杆品牌。

第十章　旅游营销系统规划篇

第三十七条　总体策略

采用“焕新—统一品牌形象”“创新—升级节事活动”“更新—深化渠道布局”“革新—区域合作营销”四步走打造洪谷山“南太行人文山水旅游标杆景区”。

第三十八条　统一品牌形象

（一）一个统一品牌

打造专属洪谷山区域公共文旅品牌，总体定位为“南太行人文山水旅游标杆景区”，确立“山水画之首，红旗渠之先”形象定位，塑造“洪谷子”核心 IP 形象，统一景区对外品牌调性，确立差异化市场定位，作为营销推广、场景运营、产品开发的核心根基。

1. 洪谷山 LOGO

LOGO 以荆浩画学文化为核心灵感，用水墨山水的表现形式，将洪谷山的自然风貌与文化底蕴融为一体，实现了传统美学与当代设计的统一。浓淡干湿的水墨笔触勾勒出洪谷山标志性的峰峦轮廓，还原其“雄奇险峻、重峦叠嶂”的自然风貌，致敬五代画家荆浩在《匡庐图》中开创的北方山水画派技法，呼应洪谷山“荆浩故里”的文化身份，传递出“国画胜境”的品牌气质。左侧灵动的渐变青绿色溪流，既呼应了洪谷山“山环水绕”的地理特征，也以水的柔和平衡了山的厚重，暗含“山水相依、刚柔并济”的东方哲学，象征着谢公渠水利文化的文脉不息。苍劲的书法字体书写“洪谷”二字，彰显东方文化底蕴；右上角的红色篆刻印章，则为画面增添了古典韵味，进一步强化了洪谷山作为北方山水画派发源地的文化标识。整体构图简洁大气，兼具在地辨识度与文化传承性。

2. 洪谷子 IP

“洪谷子”作为洪谷山专属核心文化 IP 主形象，是画学宗师荆浩的人格化具象载体，承载着景区深层文化内核与精神灵魂。IP 形象设计以五代北方山水画派鼻祖荆浩的历史原型为创作蓝本，还原其隐居洪谷、寄情山水、潜心绘事的清雅文人气质，整体造型采用素色古风汉服，手执毛笔、凝神眺望太行群山，直观彰显北方山水画开创者独有的文化风骨与艺术权威性。

深挖 IP 背后厚重文化内核，荆浩隐居洪谷期间，观察太行山水，开创了以

“皴法”为代表的北方山水画技法，写下中国第一部山水画理论著作《笔法记》，提出“六要”理论，奠定了中国山水画的美学根基，被后世尊为“北方山水画派之祖”。

（二）一套品牌 VI 系统

规范整套品牌视觉形象标志统一使用标准，将标准化 VI 体系落地应用于景区路牌道旗、游客中心导览、活动宣传海报、户外广告、文创周边全场景，统一视觉色彩、山水文化图形、字体版式，塑造高度统一、辨识度鲜明的景区视觉形象，强化游客记忆点。

（三）一部品牌宣传片

以“IP 叙事+趣味科普”为核心，打造洪谷山专属的品牌宣传片及衍生内容载体，用洪谷子 IP 的互动故事贯穿核心资源，覆盖短视频平台、线下大屏、文旅推介会等多渠道传播，差异化传递景区人文底蕴与山水度假核心优势。

（四）一套景区伴手礼

1. 洪谷子的礼物

通过统一质量标准、统一检验检测、统一 IP 形象、统一营销运作、统一文创展示，推动农产品、文创、非遗、美食的整体化发展，建立“洪谷子的礼物”特色产品公共品牌。

洪谷三宝系列：以太行崖柏、连翘、高山草甸艾草为核心原料，打造兼具太行山野特色与康养价值的景区专属伴手礼。

山居手作系列：深度挖掘本地传承久远的民间老手艺，以质朴原生态工艺还原浓郁太行山居生活气息。

山野原生系列：全部取材于合涧镇太行深山，依托本地原生态种植、养殖产业打造纯正乡土风味伴手礼。

禅意祈福系列：洪谷山主题文创产品，分为荆浩 IP 衍生与山水祈福两大支线，兼顾日常使用价值与文旅纪念、祈福寓意双重属性。

2. 洪谷子文创产品

以“洪谷山有礼”为品牌，依托核心 LOGO 与 IP 形象，将荆浩山水画文化、太行山水特色转化为多品类文创产品，打造兼具文化性、实用性与传播性的洪谷山文创产品体系。

（五）一套官方自媒体

搭建覆盖微信公众号、抖音、快手、小红书、携程、美团、同城店铺的官方全媒体发声矩阵，形成景区自有稳定推广平台，同步规划三类常态化内容板块，文旅休闲板块联动网红博主 KOL 产出星空露营、山水祈福体验内容；游玩助手板块实时更新路况、天气、住宿、美食游玩攻略；企业服务板块面向团建、研学机构打造专属区域服务宣传内容，实现多渠道同步发声。

第三十九条　升级节事活动

将节庆营销朝着品牌化、主题化、体验化方向打造，做到“四季有节庆，月月有卖点”，增强游客互动体验，实现洪谷山四时有景、四季可玩、全域精彩。构建“1 个年度艺术节+4 大主题节庆+12 大常驻活动”的节庆体系。

（一）1 个年度艺术节

以荆浩山水画学为核心内核打造全年标志性文化 IP 活动——中国洪谷山·荆浩山水画文化艺术节，设置荆浩山水画艺术展、荆浩山水画论坛、洪谷水墨体验市集、洪谷山水写生创作营、洪谷山水主题打卡五大核心板块，夯实景区“山水画之首，红旗渠之先”文化定位，形成全年常态化、高辨识度的文化艺术活动载体。

（二）4 大主题节庆

春日踏青季：聚焦激活春日山水文旅消费场景，打造集寻春游览、山水写生、自然研学、文创市集于一体的复合型春季体验活动，整体分为三大特色板块：“趣”挑战推出连翘花海寻宝、风筝彩绘、非遗手作、春日徒步、飞花令竞赛等趣味互动项目；“悦”生活依托山水溪畔搭建露营休闲空间；“青”市集打造春日溪畔文创集合集市，汇集多元业态与本土好物，丰富游客春季游览的休闲消费选择。

清凉嬉水季：主打太行山谷清凉戏水体验，着力培育溪谷清凉文旅经济，整体分为三大特色板块：山水画境溪谷嬉游依托步道天然溪流打造泉崖瀑布、浅滩亲水、水石打卡、浅滩嬉水等多元消暑场景；谢公渠畔清凉雅集以谢公渠水利文化为基底，打造古渠亲水步道、文创市集与星空音乐演出；飞虹溪谷动感嬉水打造亲子浅滩嬉水、溯溪闯关、飞瀑打卡点位，兼顾游玩趣味性与安全适配性，覆盖全年龄段游客夏日玩水需求。

人文祈福季：串联登高、祈福、非遗三大核心资源，打造兼具历史活化、祈

福仪式、山水雅集属性的秋季主题活动矩阵，设置三大核心体验板块：古寺禅境祈福体验融合传统祈福文化打造金灯赐福沉浸式仪式；画境登高山水雅集沿山水画境步道规划红叶登高徒步路线，同步举办荆浩山水画文化雅集、户外写生活动；非遗文脉文化市集立足本地非遗与谢公渠文化，开设非遗手作体验、文创周边、秋日限定美食市集，活化本土传统文化资源，形成秋日特色文化消费场景。

冰雪休闲季：以云上滑雪、禅意暖冬为两大核心抓手，打造太行山谷专属冰雪疗愈度假目的地，全面激活冬季文旅消费市场，设置六大特色体验板块：冬日能量补给站通过中医问诊、养生讲座、健康课堂等互动形式普及康养知识；云上充电站开设八段锦、瑜伽等轻运动项目；松弛感养生潮市融合养生理念与潮流业态，推出年轻化康养产品；健康手作 DIY 工坊开放中药香包、养生扇面、药膳糕点手工制作体验；躺平疗愈营地依托冬日静谧山谷开展颂钵音疗、正念徒步、星空冥想等疗愈活动；热雪欢乐世界整合滑雪、冰雪漂流、冰雪温泉、冰雪特色美食多元业态，以冰雪产业带动冬季客流，释放景区“冰雪经济”热效应。

（三）12 大常驻活动

表 10-1 洪谷山 12 大常驻活动表

月份	节庆名称	活动内容
1 月	新春冰雪嘉年华	云上滑雪场体验、雪地趣味闯关、新春祈福灯会、围炉煮茶市集
2 月	元宵祈福民俗节	洪谷寺人文祈福、非遗表演、元宵灯会巡游
3 月	荆浩踏青寻春节	山水画境步道徒步、春日风筝彩绘、荆浩山水拓印、山间踏青市集
4 月	谢公水利研学节	谢公渠古渠寻源、水利科普课堂、渠畔轻徒步、古渠文创手作
5 月	太行徒步运动节	太行轻徒步挑战赛、山林定向寻宝、户外瑜伽、山野太极、山野趣味障碍跑
6 月	端午嬉水潮玩节	溪谷溯溪探幽、浅滩亲水嬉戏、端午国风打卡、溪畔主题市集
7 月	星空露营音乐节	溪畔星空露营、星空音乐会、露天电影放映、清凉主题市集
8 月	七夕国风画境节	山水画境国风打卡、溪畔画舫雅集、汉服主题巡游、七夕祈福仪式
9 月	洪谷画学艺术节	荆浩山水画论坛、山水写生创作营、古画复刻体验、国风主题市集
10 月	重阳登高祈福节	人文祈福步道登高、古寺重阳祈福、红叶打卡徒步、敬老主题活动
11 月	非遗手作体验节	洪谷山非遗手作工坊、太行石画体验、文创市集展销、非遗传承人分享
12 月	福源冰雪趣玩节	云上滑雪场畅玩、雪地烟花秀、暖冬围炉茶会、冰雪主题市集

第四十条　深化渠道布局

稳抓主流媒体稳基本盘，构建“线上精准引流、线下深度分销、跨界联动扩量”的全渠道体系，实现洪谷山渠道精耕、品牌引流、IP 变现升级。

（一）线上渠道精准引流

线上渠道依托旅游电商、综合电商、政务官网、文旅社区、自媒体、直播平台多元载体实现精准线上引流，在同程、携程、飞猪等 OTA 平台打包上线景区线路产品并策划线上主题活动；依托美团、淘宝地方馆搭建本地农产文创线上展销窗口；联动省、市文旅官方网站进行品牌推介；借助微博、马蜂窝等文旅社区发布图文游记、发起互动话题；运营抖音、小红书、视频号自有官方账号输出短视频内容，并常态化开展实景直播、达人探店直播，多平台联动完成线上客群种草、转化全流程。

（二）线下渠道深度分销

线下渠道采用远程推拉、近程迎客双向策略开展深度分销，远程端主动参与各类旅游展会推介景区资源，全面覆盖各地旅行社并设置客源奖励政策，定点对接政企单位打造团建研学专线，在城市公交、客运站、高速出入口、商圈酒店投放户外广告扩大曝光；近程端开通跨区域假日旅游专线打通交通接驳，联动周边景区、民宿村落签订客源互送量化奖励协议，持续拓宽线下实体分销网络，稳定线下基础客流。

第四十一条　联合区域营销

（一）景区联动

与红旗渠打造林州文旅“双引擎”，与林州太行大峡谷风景区联动发展；争取在旅游开发、文化宣传、研学课程、节庆活动等方面加强景区资源互促，构建“山水人文+红色精神”的林州文旅共同体；开通景区间直通专线、推出联票优惠套票、共建研学联盟与户外徒步联盟，实现客源互送、资源共享、市场共拓。

（二）南太行联盟

联动南太行沿线城市景区，以“太行一号旅游公路”关键节点为依托，打造南太行精品环线旅游产品。在资源共享方面，与周边景区贯通旅游交通网络，实现游客互送；与旅行社及在线旅游平台合作，推出“南太行联游套票”。在营销共推方面，联合开展南太行主题营销宣传活动，共享旅行社分销渠道，并共同参与省内外旅游推介活动。在区域活动方面，联合举办南太行徒步节、南太行写生

大赛等跨区域活动，将洪谷山建设为活动核心节点。

（三）中原城市群营销

抓住热点 IP，联动荆浩山水画文化、谢公渠水利文化、人文古迹文化等文化资源，借势文化 IP 打开中原文旅营销新局面；呼应河南旅游整体营销，借助省级营销平台推广景区品牌；联合中原周边城市，如郑州、邯郸、新乡、长治等，参与一线旅游推介活动；联动中原核心城市的高校、美术馆、艺术机构，举办文化活动，吸引艺术师生、文化爱好者群体。

（四）矩阵营销体系

构建“权威 IP 背书、头部达人破圈、垂类精准渗透、用户裂变激活”分层破圈传播体系，实现从专业背书到大众破圈的全链路引爆。

权威背书层：邀请国画界知名画家、美术院校教授、荆浩研究学者走进洪谷山，开展国画技法讲座与创作营，建立洪谷山北方中国画权威形象。

大众破圈层：联动文旅、知识、生活方式类头部博主、网红达人，围绕“水墨洪谷”“荆浩画境”“古寺祈福”打造爆款内容。

精准渗透层：定向邀请美术、摄影、户外、研学类垂类达人，联动高校、研学机构开展写生营、研学营。

种子用户层：发起“洪谷山公益画作计划”，游客创作的洪谷山主题作品可兑换景区优惠权益，鼓励用户自发创作与传播。

第十一章　智慧旅游景区建设规划篇

第四十二条　全流程智慧旅游体系

以“游客体验便捷化、景区管理智能化、数据运营精准化”为目标，构建覆盖游前、游中、游后的全流程智慧旅游体系，提升景区运营效率与游客满意度，支撑国家 4A 级旅游景区创建。

（一）智慧基础设施

全域完善数字化网络与硬件底座，实现景区 5G、4G 通信信号全覆盖，在游客中心、游览步道、观景台、露营营地等重点区域配套 Wi-Fi 网络；全域布设物联网感知层设备，包含各类环境传感器、监控摄像头、公共广播终端，同步落地旅游基础设施一期提升改造项目内全部配套智能化系统，为全景区智慧功能运行提供硬件支撑。

（二）智慧游客服务

围绕游前、游中、游后全触点打造一站式线上线下智慧服务，游前依托景区官方网站、小程序实现虚拟全景预览、分时预约、电子票务办理；游中提供智能语音导览、AR 实景导航、数字集福互动、实时定位拥堵提示电子地图；游后上线电子纪念藏品、游记分享、游览满意度评价功能，同步配套数字集福互动活动、全域智能导览标识系统、游客中心电子显示屏，全方位优化游客游览服务体验。

（三）智慧运营管理

搭建景区数字化内部调度管控体系，在索道、飞拉达、光影秀等重点节点部署客流监测设备，实时完成人流密度监测与拥堵预警；实现全域设施智能管控，包含厕所空位智慧引导、垃圾桶满溢自动报警、机电设备远程操控；完成观光车实时定位与智能车辆调度，统筹观光索道、电梯、魔毯等特种设备监控调度，同步落地旅游基础设施提升工程内全部智能化管理系统，降低人工管理成本。

（四）智慧安全保障

建立主动预警、多方联动的全域安全智慧防控体系，在滑坡、落石风险区域布设位移传感器开展地质灾害实时监测；搭建气象预警系统，对暴雨、大风、雷电天气实时推送预警信息至管理端与游客移动端；沿游览步道布设一键求助 SOS 立柱，信号直连应急指挥中心；依托热成像摄像头、烟雾识别设备构建森林防火智能监测网络，搭配全域安全警示牌、应急救援站点，形成完整数字化安全防护

网络。

（五）智慧数据决策

搭建景区专属大数据中台，统一整合票务、客流、消费、舆情多维度运营数据，通过数据运算输出游客画像、游览热力图、消费偏好分析报告，反向指导景区精准营销投放与文旅产品迭代优化；系统对接林州市市级文旅大数据平台，实现区域文旅数据互通共享；同步支撑品牌营销客群分析、景区运营收益测算等业务模块，以数字化数据为景区经营、营销、规划提供科学决策依据。

第四十三条　AI 智能体规划

本规划引入 AI 智能体作为线上旅游助手，依托大语言模型与多模态交互技术，为游客提供游前规划、游中感知和游后反馈的全旅程智能化和个性化服务，同时为景区管理端构建人机协同的高效运营体系。

（一）游客服务（C 端体验）

AI 智能体作为游客 24 小时全天候线上旅游顾问，依托自然语言交互界面，为游客覆盖游前、游中一站式全流程个性化服务，可根据出行需求生成专属游玩行程并支持动态实时调整，提供全域智慧导览、分时预约、AI 语音实时咨询服务，同步实现园区消费核销、游览体验线上反馈，配套多语种实时语音翻译与荆浩画学、石窟、水利等景区文化智能讲解，全方位提升游客自助游览便捷度。

（二）机器人协同（核心技术）

以机器人协同作为底层核心技术，打通线上虚拟智能服务与线下实地游览体验的边界，依靠全域数据互通、功能互补打造全场景无缝衔接的智能化服务体系，落地线上线下“双员工”云端协同模式，实现信息与服务能力深度互通；兼顾精准高效与人文温度完成服务体系设计，可依托实地机器人完成游览路线现场引导、人流拥堵智能避障，让数字智能与实地游览场景深度融合。

（三）运营服务（B 端管理）

面向景区管理端搭建一体化高效智能运营系统，实现人机协同精细化景区管理，系统可完成全量游览、消费、安全服务数据实时监控与风险预警，基于大数据输出智能化经营、营销、活动策划决策建议，通过自动化智能服务大幅提升整体服务效能，释放线下人力，降低景区常态化运营管理成本。

第十二章 投资运营篇

第四十四条 运营管理

（一）开发时序

1. 开发思路

近期目标：对标国家级 AAA 级景区的要求，以凸显洪谷山景区核心特质的主题体验为核心，以主题观光和基础服务设施为先导，快速形成景区核心吸引力，配套部分品质休闲，提升旅游综合服务接待功能，近期申报国家级 AAAA 级景区。

中期目标：丰富旅游休闲体验产品，打造沉浸式山水运动体验，有效辐射周边城市休闲客群，申报国家级 AAAA 级景区。

远期目标：锚定品质度假客群，完善度假产品及配套，提升区域综合吸引力，形成成熟的山地度假目的地。

2. 分期策略及时间

近期阶段（2026—2027 年）：凸显亮点、集聚人气、塑造品牌

中期阶段（2028—2030 年）：完善功能、特色优化、释放价值

远期阶段（2031—2035 年）：创新业态、区域带动，实现价值

3. 分区项目开发时序

表 12-1 洪谷山分区项目开发时序表

分区	项目	近期	中期	远期
洪谷画境千年文脉走廊	旅游基础设施提升改造项目	√		
	垂直观光电梯		√	
	观光索道		√	
	小火车		√	
	魔毯		√	
	遗址修复类项目：洪谷寺－唐塔片区修复、谢公祠修复		√	
云上天路产旅融合走廊	道路提升工程		√	
	半山腰管轨滑道		√	
	低空类项目		√	
	民宿类项目			√
	农林经济类项目			√
农旅综合服务区	游客服务中心（新增）		√	
	豫见山庄（提升）		√	
	乡村民宿改造		√	

	梯田景观提升		√	
山水生态休闲区	绝壁飞拉达	√		
	丛林飞跃		√	
	自然探险		√	
	山地滑道		√	
	瀑布溯溪		√	
	高空探险		√	
	洪谷金灯光影秀			
高山运动游憩区	全家欢滑雪场			√
	戏雪乐园			√
	滑雪场服务中心			√
	餐饮商业聚落			√
林草露营度假区	星空营地			√
	云上草场			√
	萌宠乐园			√
	日出咖啡馆			√
文化生态康养区	荆浩画苑（提升）			√
	静心潭			√
	溪谷度假酒店			√

（二）管理模式

区整体大封闭式管理，采用“景区基础门票+子项目单项收费模式”管理模式。

大封闭式管理模式：结合山体自然闭合特征、关键通道卡口设置等方式，形成整体大封闭式管理形式；景区内结合产品自身特点灵活设置管理模式，如洪谷画境千年文脉走廊和云上天路走廊和入口综合服务区实行完全开放式管理等。

单点收费运营模式：整个景区设卡口进行封闭式管理，收取基础门票，景区内部分体验产品单点收费，主要通过体验项目小门票、二次消费等获取收益；优点是便于景区统一管理；不足在于需要较好的资源吸引力支持门票的合理性，且需要较好的隔离条件支持门票的收取。

（三）产品模式

产品模式采用多种收费方式组合，一价全包模式+联票模式+单独售票模式。

表 12-2 洪谷山景区收费模式对比表

收费模式	定义说明	适用客群	项目内容与权益

一价全包模式	住宿+两日畅玩套票，含景区大门票、住宿、全部体验项目及部分餐饮	住宿客群	①荆浩画苑/溪谷度假酒店/星空营地住宿 1 晚；②双人早餐+双人正餐；③入住期间无限次出入景区；④含全部体验类项目各 1 次；⑤赠送景区伴手礼/文创产品。
联票模式（畅玩通票）	24 小时内无限次畅玩景区大门票+所有二消体验项目，不含住宿	非住宿客群（一日深度游游客）	①景区大门票；②以下体验类项目各 1 次：云上天路轨道/观光电梯/观光索道/绝壁飞拉达/丛林飞跃/自然研学/山地滑道/全家欢滑雪场等；③云上草场/戏雪乐园。
单独售票模式	单个项目按次收费，可自由组合	所有客群（灵活选择）	住宿客群：房费+单项项目门票，次日退房前有效；非住宿客群：景区大门票+自选单项项目，24 小时内有效。

（四）运营模式

1. 收益模式建议

洪谷山景区构建“观光+体验+休闲”多元运营体系，设立门票收益、体验专项、特色交通、经营二消四大核心盈利点，形成多层次、全覆盖的收益结构。通过组合收益模式，均衡淡旺季客流收益，拓宽景区盈利渠道，提升整体经营收入稳定性与综合盈利空间。

2. 门票价格调整建议

洪谷山现行 15 元大门票仍执行 2008 年定价标准，存在价格与资源价值倒挂问题。首先运营刚性成本持续攀升，2026 年安阳文旅集团投入 4800 万元开展生态修复与全域设施升级后，人力养护等各类维护成本逐年上涨，现有门票收入难以覆盖景区运营与开发投入；其次景区独有的复合型文旅价值长期被低估，低价限制了景区品质提升等发展空间，不利于 4A 景区长效运营。

综合市场行情、资源价值、运营成本三大核心依据，建议将景区基础大门票基准价调整至 60-80 元/人。一是市场对标层面，定价略低于区域同级 4A 景区平均票价，具备市场竞争力；二是价值匹配层面，票价可客观承载荆浩山水画文化、谢公渠水利文化、人文古迹文化等多重资源综合价值，释放景区文化与生态价值；三是成本覆盖层面，调价后收入可平衡日常运营开支，支撑景区持续深度开发、设施维护与文化 IP 打造。

第四十五条　游客量规模

（一）硬件条件与游客容量测算依据

统一设定景区标准化运营测算参数，首先，全年完整运营周期按 300 天核算，剔除各类停运营时段；其次，全年客流淡旺季系数为 6:4，分别对应不同月份；同时，景区常规营业时间固定为 9:00 至 17:30，单日有效游览时长 8.5 小时。另外，远期客流发展目标明确至 2035 年，全年游客总量稳定控制在 85 万人次左右，核定单日游客限流上限 20000 人，以此保障游览舒适度、生态安全与运营可控性。

（二）一期日接待容量测算

1. 核心公式

采用步道承载法核算游览合理接待规模，计算公式为：

游步道瞬时接待容量=游步道总长度×游步道宽度÷人均合理游览占用长度

游步道合理日接待容量=游步道总长度÷人均合理游览占用长度×日周转率

本次测算依托景区 10.78 千米游步道基底条件，步道平均宽度 3 米，按人均所需面积 3 平方米、日周转率 2 开展计算。

2. 测算结果

经核算，景区瞬时环境承载上限为 10000 人，综合游览周转、配套设施、安全管控条件，确定景区全域日最大承载量为 20000 人次，作为远期客流管控硬性红线标准。

（三）分阶段游客量预测

表 12-3 洪谷山景区分阶段游客量预测表

运营阶段	日最高接待量（人）	年运营天数	年游客量（万人次）	核心特征
近期（2026 下半年）	3500	170	8 万人次/半年	导入期（暑期开业），暑期亲子游（7.15-8.31）国庆短途游（10.1-10.7）为核心高峰（占全年客流 70%），品牌认知度低，林州为绝对核心客群，安阳为第二大客群，纯本地短途客流为主。
近期（2027）	4500	300/年	20 万人次/年	成长期前期，本地市场深度渗透，林州仍为核心，安阳客群占比提升，周边短途客群逐步增长，暑期、国庆为主要客流高峰。
中期	6000	300/年	50 万人次/	快速成长期，品牌辐射豫北、晋东南，周边

运营阶段	日最高接待量（人）	年运营天数	年游客量（万人次）	核心特征
（2028-2030）			年	城市客群成为增长主力，安阳客群稳定，林州占比逐步下降，研学、写生客群开始显现。
远期（2031-2035）	10000	300/年	85 万人次/年	稳定成熟期，2036 年达到 85 万目标，客群覆盖豫北及省外，林州仍为第一大客群，安阳为第二核心客群，周边及省外客群占比显著提升，研学、艺术研学成为重要增量。

（四）配套设施规模预测

基于分阶段客流预测，科学测算洪谷山景区停车设施与商业配套的规模需求，为分期建设与高效运营提供精准数据支撑。

1. 分阶段停车场规模测算

表 12-4 洪谷山景区分阶段停车场规模预测表

年份	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
游客量（万人）	8	20	30	39	51	57	64	70	77	85
高峰日接待游客（人次）	974	1217	1826	2374	3086	3456	3871	4258	4684	5153
团客（人次）	195	243	365	475	617	691	774	852	937	1031
散客（人次）	779	974	1461	1899	2469	2765	3097	3407	3747	4122
1.团客停车场										
平均承载人数（人）	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
平均每天周转率	1.5	1.5	1.5	1.2	1.2	1.2	1.0	1.0	1	1
平均每车占地面积（㎡）	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
车位数（个）	3	4	5	9	11	13	17	19	21	23
团客停车场面积（㎡）	**173**	**216**	**325**	**528**	**686**	**768**	**1032**	**1136**	**1249**	**1374**
2.自驾停车场										
平均承载人数（人）	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
平均每天周转率	2	2	2	2	2	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
平均每车占地面积（㎡）	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
车位数（个）	125	156	234	304	527	590	661	727	799	879
自驾停车场面积（㎡）	**3740**	**4675**	**7012**	**9116**	**15801**	**17697**	**19820**	**21803**	**23983**	**26381**

总计（㎡）	3913	4891	7337	9643	16487	18465	20853	22938	25232	27755

2. 分阶段商业配套建筑面积需求测算

表 12-5 洪谷山景区分阶段商业配套建筑面积需求预测表

年份		2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
餐饮	转化率	10%	20%	20%	25%	30%	30%	35%	35%	35%
	周转率	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	人均面积（㎡/人）	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	需求建筑面积（㎡）	**133**	**400**	**520**	**845**	**1136**	**1272**	**1632**	**1796**	**1975**
休闲娱乐	转化率	10%	10%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
	周转率	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	人均面积（㎡/人）	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	需求建筑面积（㎡）	**200**	**300**	**585**	**761**	**852**	**954**	**1049**	**1154**	**1270**
零售购物	转化率	25%	25%	30%	30%	30%	35%	35%	35%	35%
	周转率	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	人均面积（㎡/人）	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	需求建筑面积（㎡）	**167**	**250**	**390**	**507**	**568**	**742**	**816**	**898**	**988**
住宿	住宿游客比例	0%	5%	7%	7%	7%	9%	9%	9%	9%
	平均住宿天数	1	1	1	1	1	1	1	1.2	1.2
	床位平均利用率	50%	60%	60%	60%	60%	65%	65%	65%	65%
	床位数	0	56	117	152	197	262	294	387	426
	房间数	**0**	**31**	**65**	**84**	**110**	**146**	**163**	**215**	**237**

第四十六条　投资估算

本项目总投资估算 48388.8 万元，采用集团直投、合作共建、专项债、招商引资多元投融资模式，其中文旅集团自有资金投入 2 亿元。项目主体工程合计 40324 万元，同步预留 15%基础设施配套费用与 5%不可预见费，分区落地文化、运动、休闲、民宿、服务配套各类文旅项目，分自投、招商、合作三类模式分摊建设资金。

表 12-6 洪谷山景区投资估算表

分区	项目	占地面积（㎡、m）	建设用地（㎡）	建筑面积（㎡）	类型	投资额（万元）	合计（万元）
洪谷画境千年文脉	旅游基础设施提升改造项目	9000	—	1650	自投	4800	12224

分区	项目	占地面积（㎡、m）	建设用地（㎡）	建筑面积（㎡）	类型	投资额（万元）	合计（万元）
走廊	垂直观光电梯	450	150	—	自投	2500	
	观光索道	1500	2000	800	自投	3200	
	魔毯	280	—	—	自投	224	
	无轨小火车	—	—	—	自投	500	
	遗址修复类项目：洪谷寺—唐塔片区修复、谢公祠修复	6000	4000	2500	自投	1000	
云上天路产旅融合走廊	道路提升工程	1800	8100	—	自投	162	912
	半山腰管轨滑道	500	—	—	自投	750	
农旅综合服务区	游客服务中心（新增）	—	2000	2000	自投	900	2760
	豫见山庄（提升）	30000	7352	2200	自投	660	
	乡村民宿改造	12000	7321	3000	招商	1200	
山水生态休闲区	绝壁飞拉达	25000	500	—	招商	875	5732
	丛林飞跃	20000	800	—	招商	320	
	自然研学	23000	600	—	招商	368	
	山地滑道	12000	800	—	招商	600	
	瀑布湖溪	12000	800	—	招商	360	
	高空探险	10000	500	—	招商	1200	
	洪谷金灯光影秀	—	—	—	招商	2000	
高山运动游憩区	全家欢滑雪场	210000	210000	—	自投或合作	10500	11935
	戏雪乐园	35000	35000	—	自投或合作	525	
	滑雪场服务中心	15000	15000	600	自投或合作	210	
	餐饮商业聚落	20000	20000	2000	自投或合作	700	
林草露营度假区	星空营地	50000	4000		招商	1000	3120
	云上草场	60000	3000		招商	720	
	萌宠乐园	35000	1500		招商	700	
	野生花海	—	—	—	招商	400	
	日出咖啡馆	5000	1000		招商	300	
文化生态康养区	荆浩画苑	5784	5784	2000	自投	1500	3650
	静心潭	7000	700		招商	350	
	溪谷度假酒店	20000	20000	3000	招商	1800	
项目合计		606784	336657			40324	
基础设施建设						**6048.6**	

分区	项目	占地面积（㎡、m）	建设用地（㎡）	建筑面积（㎡）	类型	投资额（万元）	合计（万元）
（15%）							
其他不可预见费用（5%）						2016.2	
总计						48388.8	

第四十七条　经济效益评价

1. 投资收益

经初步估算，项目总投资约 4.84 亿元，远期收益率超 10%。多元化的收益结构包括门票收入、体验项目收入、特色交通收入、餐饮住宿收入、文创商品收入等，逐步降低门票收入占比，构建可持续的多元盈利结构。项目整体总投资约 4.8 亿元，分三期梯度投入，其中近期投资 1.46 亿元、中期投资 1.12 亿元、远期投资 2.24 亿元；依托门票、山地体验、特色交通、住宿文创多元盈利板块稳定创收，经测算项目远期综合收益率可突破 10%，具备良好投资回报水平。

2. 经济效益

项目构建多元化文旅产业体系，能够有效加速区域产业转型升级，持续壮大全域旅游经济；稳定拓宽地方税源、优化财政税收结构，同时带动本地农产品、民宿、手作等产业增收，显著提升乡镇居民年均收入，达成“强财政、富百姓”的城乡协同发展目标。

3. 社会效益

项目可直接创造超 200 个稳定旅游就业岗位，吸纳本地村民就近务工；依托文旅产业集聚书画、运营、服务类专业人才，推动区域产业提质升级，持续拓宽居民增收渠道；同时统筹政府、企业、市民多方发展诉求，构建多方共赢格局，助力区域社会和谐稳定发展。

4. 品牌效益

随着景区客流稳步增长，能够持续吸引民宿、特色酒店等文旅业态落地，联动周边景区串联精品旅游线路，形成区域旅游集群；持续放大洪谷山荆浩画祖 IP 影响力，不断优化游览配套与服务品质，全面提升景区在南太行文旅市场的知名度与竞争力。

5. 生态效益

通过全域生态修复、山林保育、低冲击游览设施建设，系统性改善区域山水环境风貌，推行低碳游览、无痕山林运营模式，统筹开发与生态保护平衡，打造南太行绿色低碳文旅标杆示范区，实现生态资源可持续利用。

第十三章　系统保障篇

第四十八条　政策保障

（一）完善配套政策体系

围绕生态保护、文旅发展、乡村振兴、投资经营等方面，制定项目专项政策与管理规范，明确政府、经营者、游客的权利义务，规范旅游开发、经营与管理行为。

（二）争取上级专项扶持

对接国家及地方文旅融合、研学基地、生态保护、水利文保、乡村振兴等专项政策，积极争取政策、资金、宣传推广等方面的支持。

（三）保障土地供应合规

依据项目实施节奏，协调相关部门，在符合生态红线、国土空间规划的前提下，保障基础设施、经营性业态等用地需求，顺利完成土地供应。

（四）优化营商与招商政策

针对入驻的民宿、露营、餐饮、文创、运动等业态运营商，制定税收、租金、服务等方面的扶持政策，降低企业入驻成本，吸引优质市场主体参与。

第四十九条　组织保障

（一）政府统筹引导

成立由属地政府牵头，文旅、自然资源、林业、水利、应急管理等部门组成的项目专项领导小组，统筹规划落地、政策对接、跨部门协调，明确分管负责人，统一监管区域内产业、旅游、土地等资源。

（二）企业主导运营

组建项目开发运营主体，主导景区整体开发、投资建设与运营管理，搭建投资运营平台，统筹业态招商、品牌推广、服务提升等核心工作。

（三）村集体协同参与

吸纳周边村集体与村民参与景区服务、农产品经营、民宿配套等环节，建立共建共管、利益共享的联动机制，带动村民增收，实现景村协同发展。

（四）专项工作组执行

下设工程建设、业态运营、文化活化、智慧运维、安全应急、乡村联动六大

专项工作组，明确岗位职责，推动各项任务落地执行。

第五十条　资金保障

（一）构建多元融资结构

整合多渠道资金来源，以项目自有资金为基础，积极对接政策性银行贷款、文旅产业基金，同时通过商业贷款、债券、信托等方式筹集合规资金，降低融资成本。

（二）实施滚动开发模式

按照“一期基础建设、二期业态提升、三期全域融合”的节奏，优先开发投资少、见效快的经营性项目，以前期运营收益反哺后续建设，保障项目现金流稳定。

（三）创新特色融资模式

针对民宿集群、露营地、研学课程、康养服务等经营性业态，探索合作联营、品牌加盟、经营权质押等模式，实现资金快速回笼，减轻一次性投入压力。

（四）精细化资金管控

实行专款专用、分板块独立核算，优先保障生态保护、安全设施、基础服务、智慧底座等刚需投入；严格执行轻体量开发原则，严控非必要重资产建设，提升资金使用效率。

第五十一条　用地保障

（一）严守空间管控底线

严格遵循国土空间规划、生态保护红线、永久基本农田、文物保护单位等管控要求，合理规划项目用地，严禁违规占用生态敏感区、文保核心区，保障用地合规性。

（二）分类保障用地需求

积极协调相关部门，依据项目实施节奏，推进土地调规优化，将重点项目逐步调出生态保护红线、永久基本农田、风景名胜区管控等限制区域，保障重点项目建设用地。

（三）盘活存量建设用地

对豫见山庄等存量项目用地进行改造提升，通过功能优化、业态升级盘活存量资产，减少新增用地需求，提高土地利用效率。

（四）规范用地手续办理

提前对接自然资源、林业、文旅等部门，依法办理项目用地审批、林地占用、规划许可等手续，确保项目建设合法合规；协调解决用地过程中的难点问题，保障项目顺利推进。

（五）用地调整建议

本次规划统筹景区基础设施、山地文旅体验、文化康养、滑雪露营等重点建设项目，结合各项目区位、生态管控分区、风景名胜区保护层级现状，逐项目梳理生态保护红线、风景名胜区一级保护区、公益林地等限制性管控要素，分类提出建设用地调出、空间调规、用地性质转换实施意见，保障项目合规落地。

表 13-1 洪谷山用地调整建议表

序号	项目类型	项目名称	建设性质	建设年限	占地面积	新增建设用地	限制性因素	调规意见	是否在风景名胜区范围内
1	基础设施	游客服务中心	新建	2028年	—	2000 ㎡	--	地块需要调整建设用地约 2000 ㎡，进一步落实国土空间规划相关建设用地调整	否
2	基础设施	半山腰道路提升工程	提升	2029年	14400 ㎡	--	生态保护红线 风景名胜区一级保护区（其他）	需将金腰带现状及新增道路（长度 3200m，宽度 4.5m）调整为游览道路与交通设施用地	是
3	基础设施	索道建设工程（上站）	新建	2029年	4000 ㎡	2000 ㎡	生态保护红线 风景名胜区一级保护区（其他） 文物保护范围线	新建索道全长 1500m，高差 476m，其中：索道下站位于景区现状内部停车场区域，海拔高度 594m，现状建设用地不受影响；索道上站位于景区金腰带上侧山坡之上，海拔高度 1070m，风景名胜区一级保护区（其他）边界外部，需调整为建设用地 索道桩基地块逐步调整为建设用地	部分在（索道上站不在、索道下站在、索道桩基在）
4	基础设施	观光电梯建设工程	新建	2029年	900 ㎡	300 ㎡	生态保护红线 风景名胜区一级保护区	新建观光电梯 3 处，结合三级金腰带崖壁设置，地块基本位于风景名胜区一级保护	是

							（其他）	区范围内，结合观光电梯实际建设需求，需要对点状建设地块调出后进一步调整为建设用地	
5	旅游项目	山地运动项目	新建	2028年	10.95ha	点状供地2000-4000 ㎡	生态保护红线 风景名胜区一级保护区（其他） 公益林 文物保护建控地带	地块基本位于生态保护红线及风景名胜区一级保护区范围内，且部分受公益林限制，结合山地运动实际服务设施建设需求，需要对点状建设地块调出后进一步调整为建设用地	是
6	旅游项目	半山腰现状建筑（灵鹫寺及周边现状建筑）提升扩容工程	提升	2027年	5784㎡	5784 ㎡	生态保护红线 局部位于风景名胜区一级保护区（其他）	灵鹫寺及周边现状建筑地块 784 ㎡已经调出生态保护红线，需要逐步调整为建设用地；后续根据实际建设野奢度假需求，需要对点状建设地块从生态保护红线范围调出，并逐步调整为建设用地	部分在（灵鹫寺不在、周边现状建筑在、新增建设不在）
7	旅游项目	滑雪场建设工程（包括魔毯、滑道等）	新建	2028年	20ha	200000㎡	局部位于生态保护红线、省级公益林	新建魔毯全长 300m，海拔高度从 1075m 至 1245m，高差 170m，魔毯及服务设施地块需要从生态保护红线及公益林范围调出，并逐步调整为建设用地 10000 ㎡， 滑道范围需要调整建设用地 190000 ㎡，商业及游乐设施需要调整建设用地 4000 ㎡	否
8	旅游项目	星空营地建设工程	新建	2028年	15ha	2000 ㎡	局部位于风景名胜区一级保护区（其他）、省级公益林	地块基本受公益林限制，部分新建游步道在风景名胜区一级保护区范围内，结合游步道、营地实际建设需求，需要对点状建设地块调出并逐步调整为建设用地	部分在（游步道在、营地不在）

第五十二条　人才保障

（一）专业人才引进

重点引进文旅运营、市场营销、文化策展、山地运动管理、康养服务、数字技术、研学课程研发等专业人才，补齐高端管理与技术短板，打造核心运营团队。

（二）本土人才培育

优先吸纳周边村民参与景区保洁、管护、基础服务、农产经营等岗位，定期开展服务礼仪、安全操作、生态保护、产品讲解、农产加工等技能培训，带动本地就业增收。

（三）专业团队外包

对低空项目、滑雪赛事、光影演艺、智慧系统运维、艺术交流等专业性强的板块，长期签约第三方专业团队负责运营执行，降低自主培养成本，保障服务品质。

（四）标准化服务体系建设

高标准构建旅游服务、岗位操作、应急处置等人才上岗标准，建立动态监测与考核机制，定期开展服务技能培训与演练，提升从业人员业务水平，保障旅游服务质量。

（五）外部智库支撑

联动文旅规划机构、美术院校、研学教育机构、山地运动协会、智慧科技企业组建专家智库，为业态迭代、文化活化、产品创新、品牌升级提供专业指导。

第五十三条　安全保障

（一）旅游安全设施建设

完善全域防护设施，在临崖路段、峡谷瀑布、运动场地等重点区域增设防护栏、安全警示标识；布设全域视频监控、应急广播、一键报警装置，实现重点区域全覆盖。

（二）风险预警体系建设

构建“气象+地质+林火+客流”多维预警机制，联动气象、地质部门实时推送暴雨、大风、霜冻、落石等预警信息；依托智慧平台监测客流密度，实现客流分级管控与超载预警。

（三）应急救援体系建设

在游客集中区域、偏远步道设置医疗救护点，配备专职医护人员与急救设备；制定森林防火、地质灾害、客流拥堵、突发事件等专项应急预案，定期开展应急演练；联动专业救援队伍，保障突发情况快速响应。

（四）专项安全管理

针对山地运动、露营、高空项目、餐饮食品、文物古建、网络数据等领域，制定专项安全管理制度与操作规范，定期开展安全隐患排查，消除安全风险。

（五）安全宣传教育

通过景区标识、线上平台、入园提示等渠道，向游客传递安全旅游理念；定期对安保、医护、运营人员开展安全技能培训，提升从业人员应急处置能力，保障游客人身财产安全。

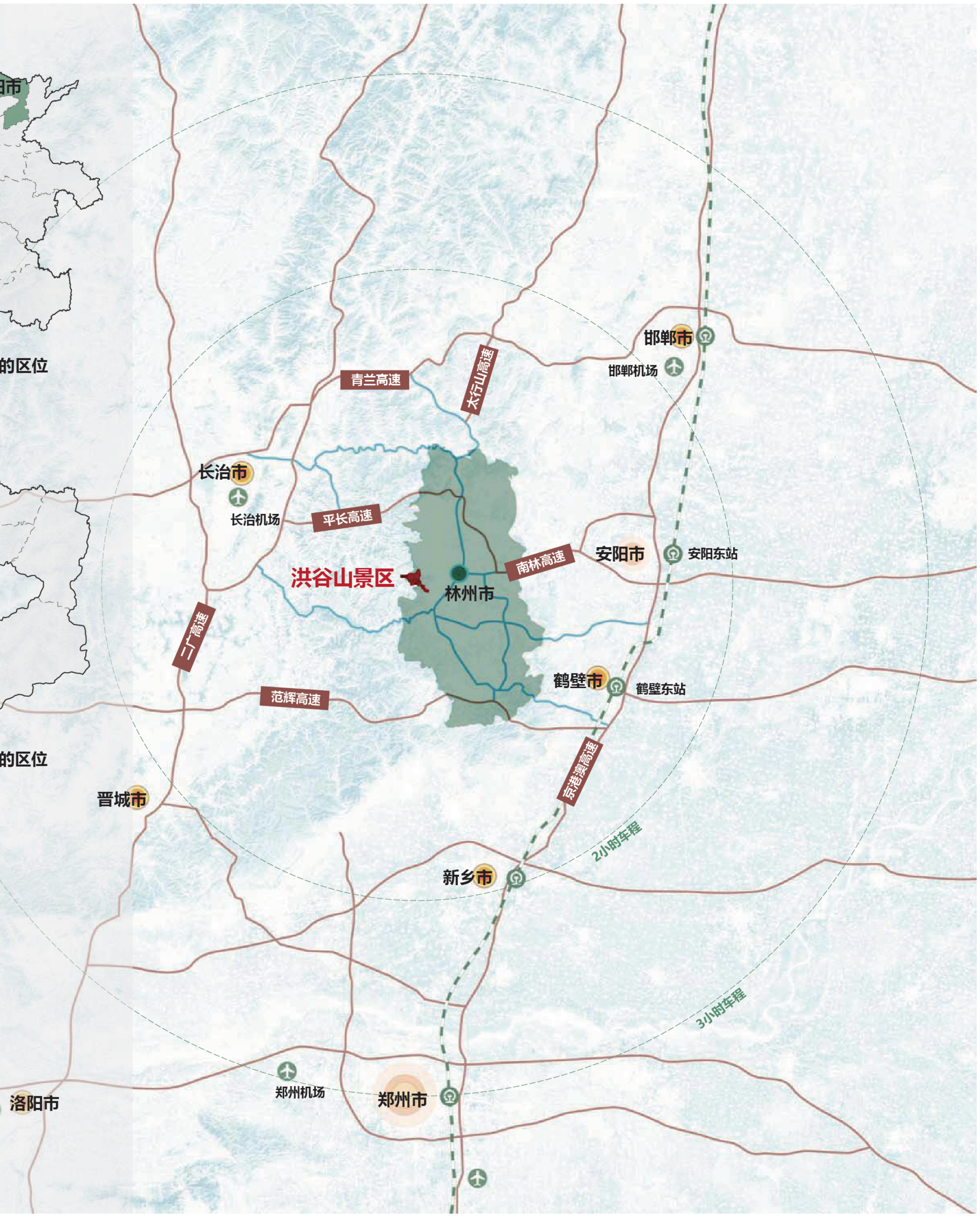
第二部分

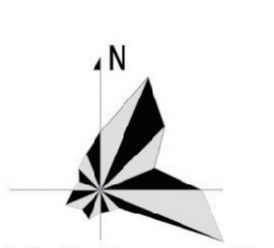
图 集

1. 区位交通分析图
2. 道路交通现状分析图
3. 居民点现状分析图
4. 旅游资源分布图
5. 周边旅游资源布局图
6. 开发限制性因素分析图
7. 旅游市场定位图
8. 空间结构规划图
9. 旅游项目布局图
10. 外部道路交通规划图
11. 内部道路交通规划图
12. 旅游游线规划图(主题游线)
13. 旅游游线规划图(区域联动游线)
14. 旅游餐饮要素规划图
15. 旅游住宿要素规划图
16. 旅游购物要素规划图
17. 旅游娱乐要素规划图
18. 旅游咨询服务规划图
19. 旅游停车场布局图
20. 旅游厕所布局图
21. 旅游标识系统规划图
22. 项目开发时序图

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划





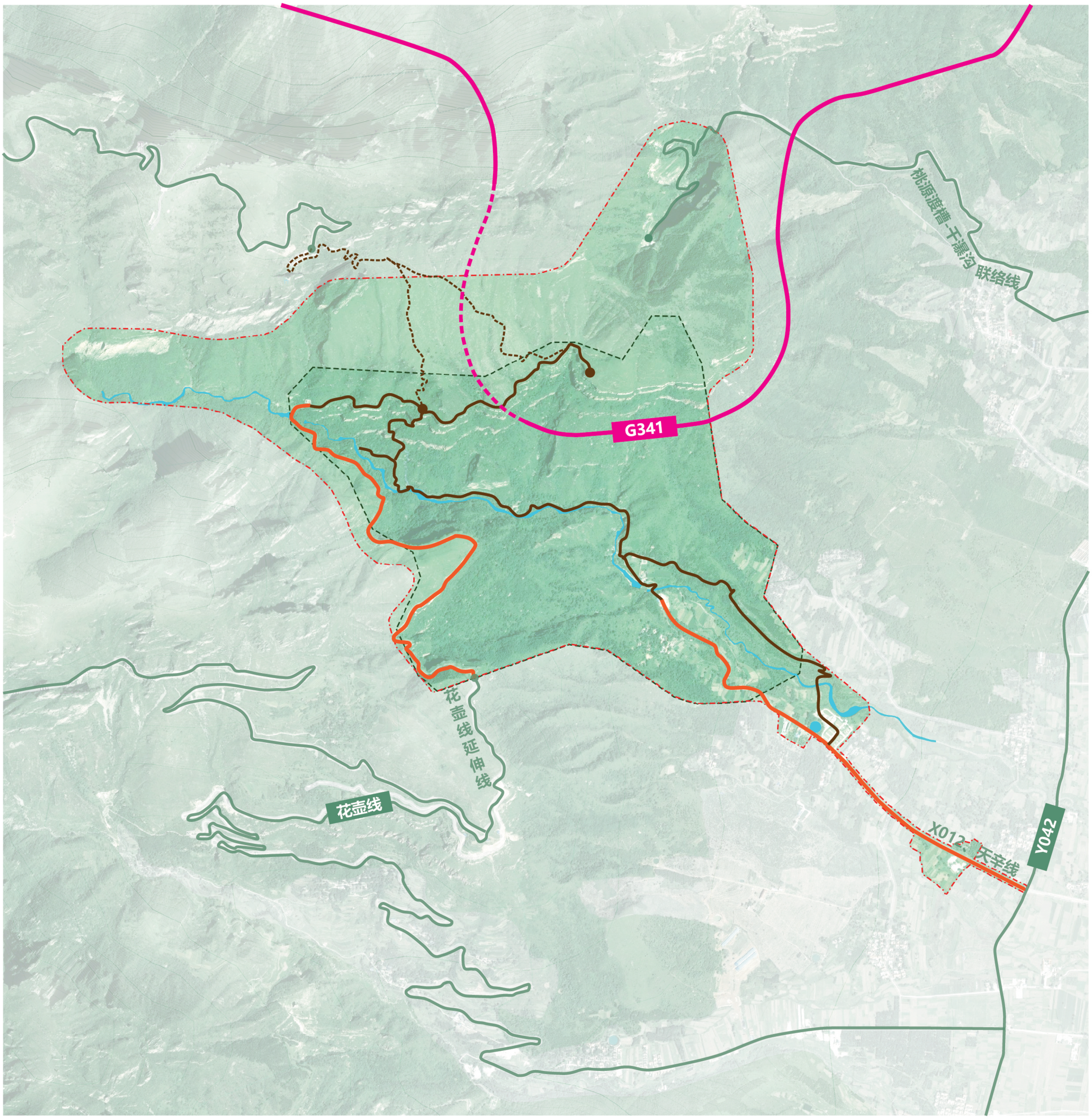


图例

- 铁路
- 高速公路
- 国道
- 机场
- 火车站

浙江大学建筑设计研究院 | 区位交通分析图 | 01

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划



N

0 50 100 200 500m

图例

- 规划道路
- 外部车行道
- 内部车行道
- 游览步道
- 徒步野道
- 林虑山风景名胜区(洪谷山区域)
- 洪谷山景区范围

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划

北庵沟
南庵沟
小山
南聚池
桥北荒

N

0 50 100 200 500m

图例

- 自然村
- 林虑山风景名胜区(洪谷山区域)
- 洪谷山景区范围

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划

睡象
古道
灵鹫寺遗址
太平寺塔林
三级瀑布
达光洞
龙须寨
猴梯
双龟望月
神钲山
黄龙潭瀑布
荆浩隐居处
荆浩会仙岭
狮子山
观音阁
洪谷寺
六角亭
洪谷寺塔林
五松亭
谢公祠
洪谷池
谢公渠
千佛洞石窟
大缘禅师摩崖石塔
唐代摩崖石塔
豫见山庄

N

0 50 100 200 500m

图例

- 五级人文旅游资源
- 三级人文旅游资源
- 四级自然旅游资源
- 二级自然旅游资源
- 四级人文旅游资源
- 二级人文旅游资源
- 三级自然旅游资源
- 洪谷山景区范围

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划

桃源渡槽公园

千瀑沟景区

金灯寺

车程13km

车程9km

车程28km

洪谷山景区

车程5km

林州 3 号滑翔基地

车程20km

石板沟雪光寺

N

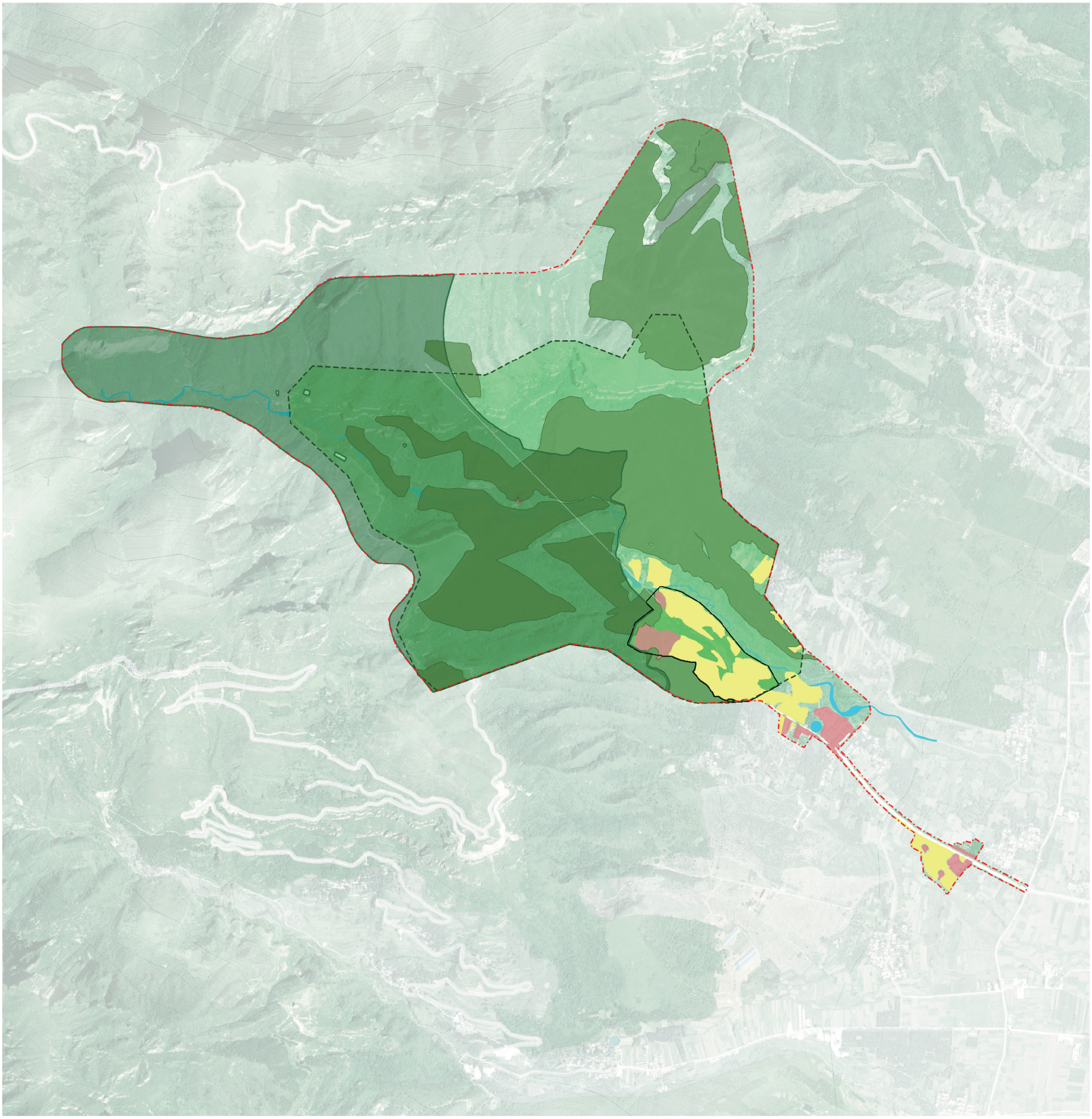
0 50 100 200 500m

图例

周边旅游资源点

洪谷山景区范围

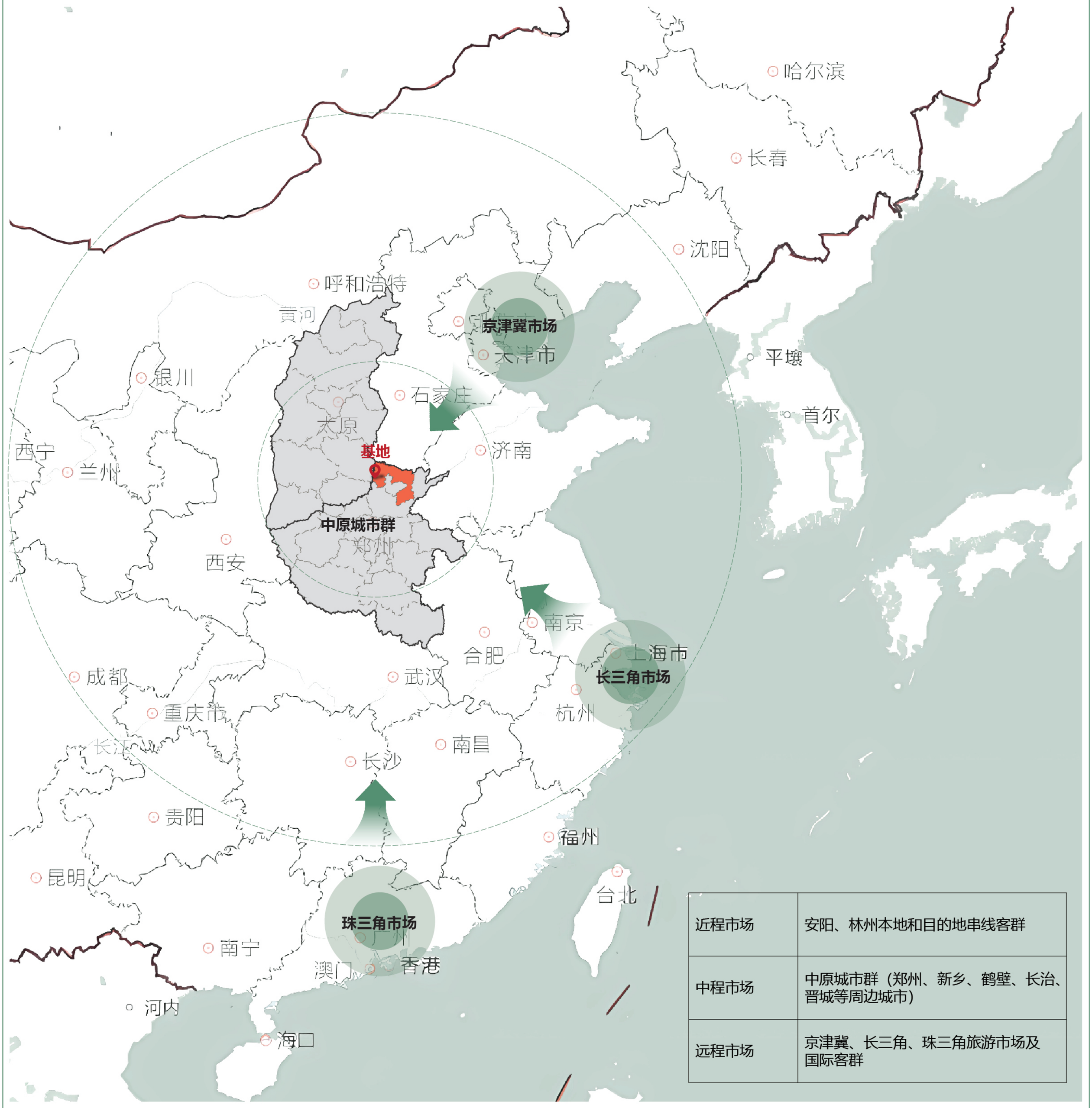
安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划



图例

- 生态保护红线
- 永久基本农田
- 公益林
- 风景名胜区一级保护区(其他)
- 风景名胜区三级保护区
- 村庄建设用地
- 洪谷山景区范围

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划



安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划



安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划



图例

洪谷画境千年文脉走廊

1 旅游基础设施提升
2 垂直观光电梯
3 观光索道
4 魔毯/扶梯
5 文化遗址修复

云上天路产旅融合走廊

6 云上天路
7 半山腰管轨滑道
8 云上宿集
9 滑翔伞

农旅综合服务区

10 游客服务中心
11 豫见山庄
12 乡村民宿聚落
13 梯田景观

山水生态休闲区

14 瀑布溯溪
15 山地滑道
16 绝壁飞拉达
17 高空探险
18 丛林飞跃
19 自然研学
20 洪谷金灯光影秀

高山运动游憩区

21 滑雪场服务中心
22 全家欢滑雪场
23 餐饮商业聚落
24 戏雪乐园

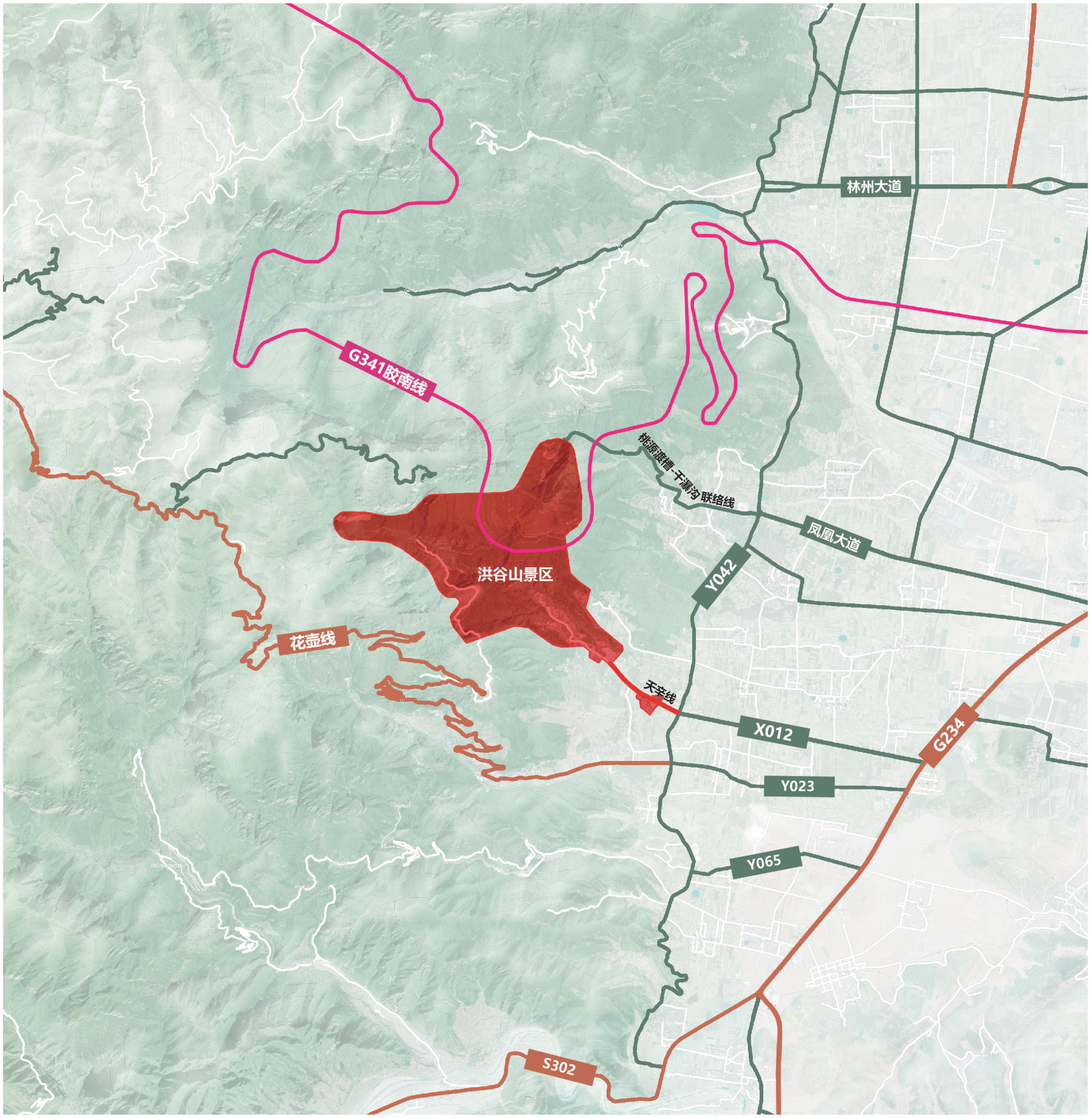
林草露营度假区

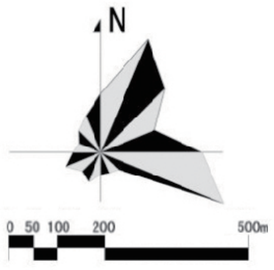
25 云上草场
26 野生花海
27 星空营地
28 萌宠乐园
29 日出咖啡馆

文化生态康养区

30 荆浩画苑
31 溪谷度假酒店
32 静心潭

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划

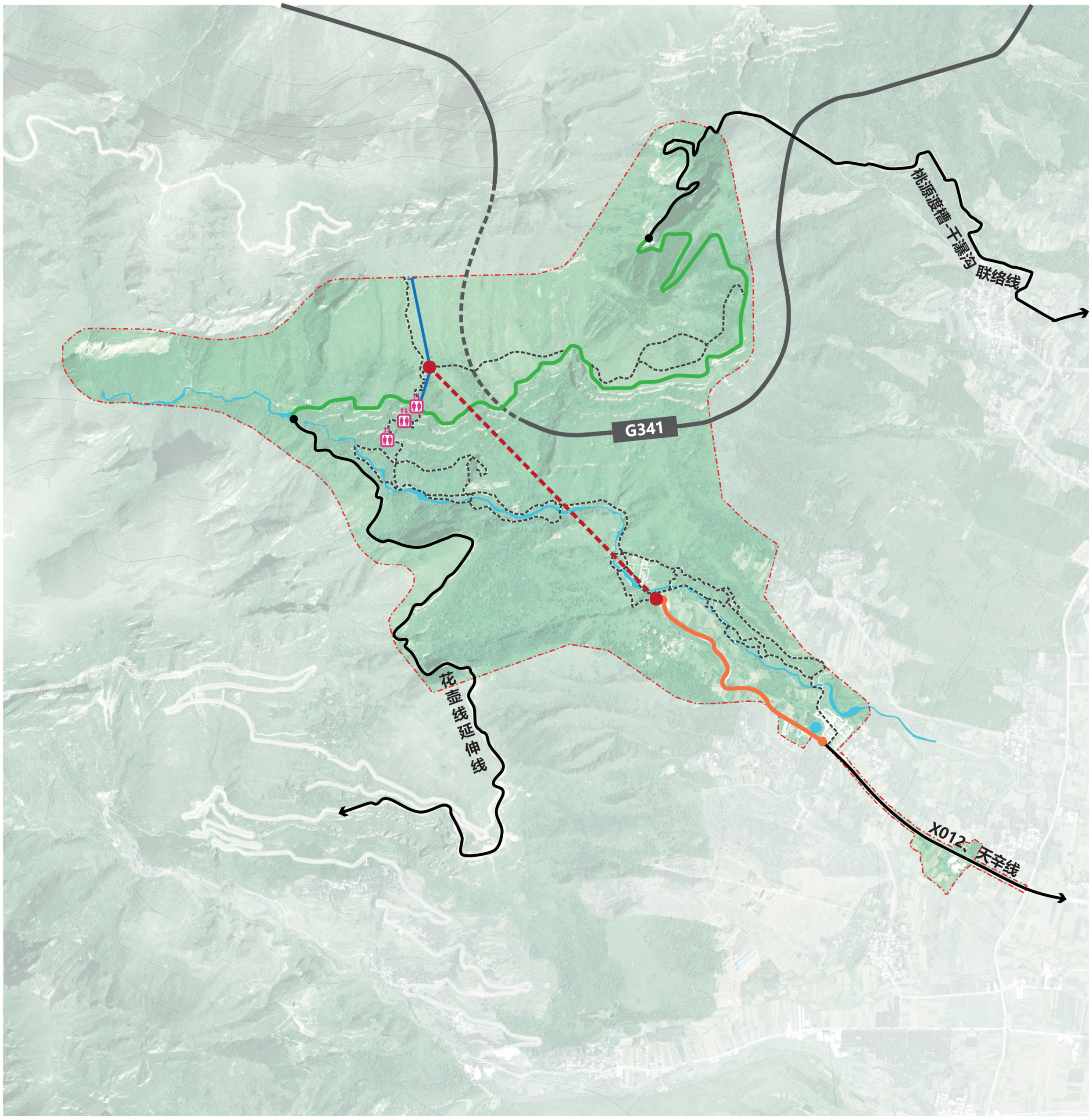


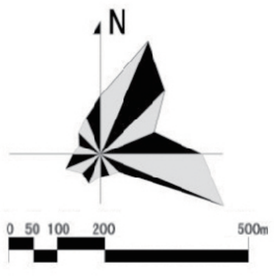


图例

- 规划快速路
- 城市快速路
- 外部主要车道
- 外部次要车道
- 洪谷山景区范围

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划





图例

- 规划道路
- 景区车行道
- 电瓶车道
- 主游览步道
- 次游览步道
- 观光索道
- 垂直观光电梯
- 扶梯/魔毯
- 洪谷山景区范围

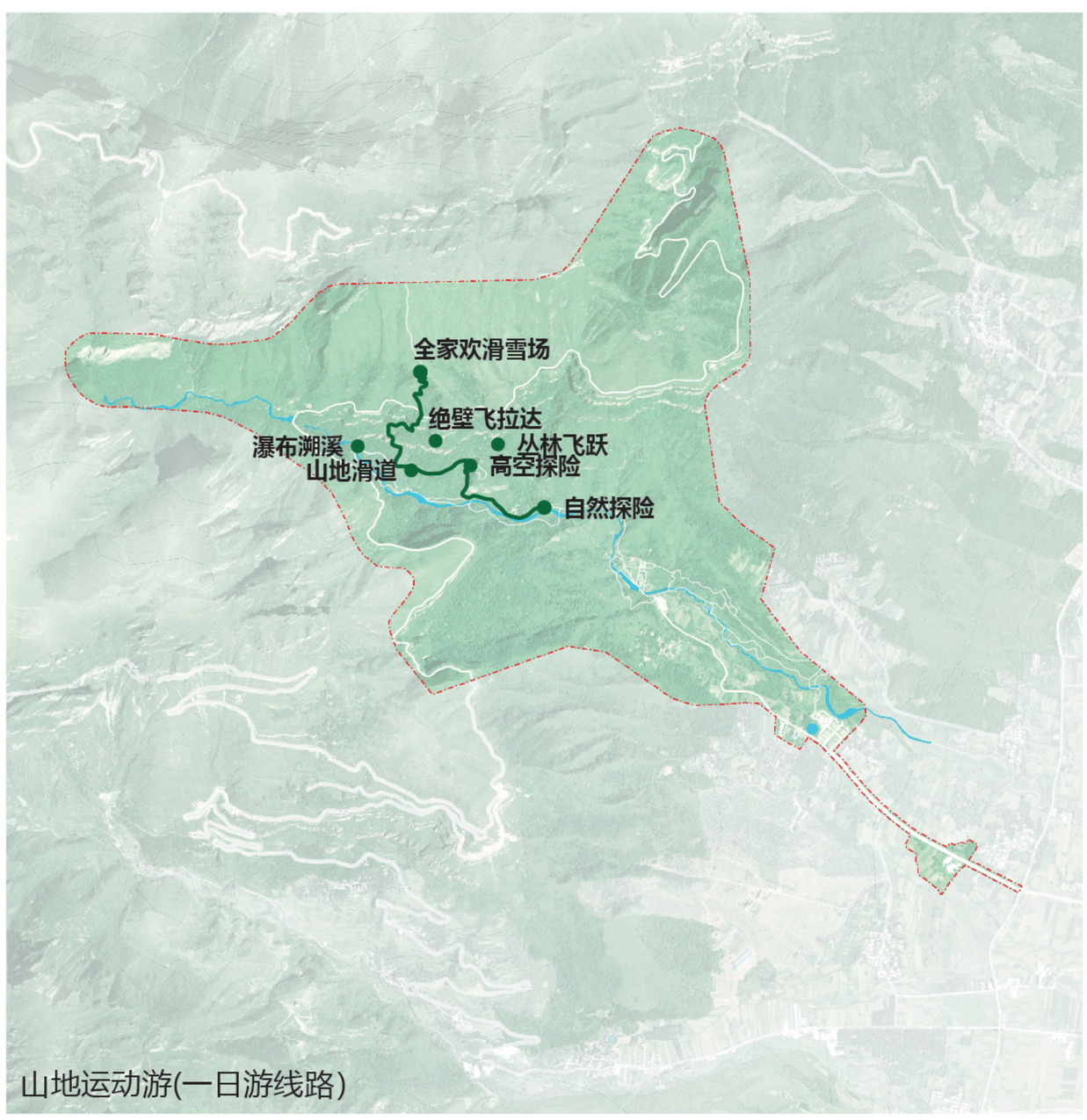
安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划



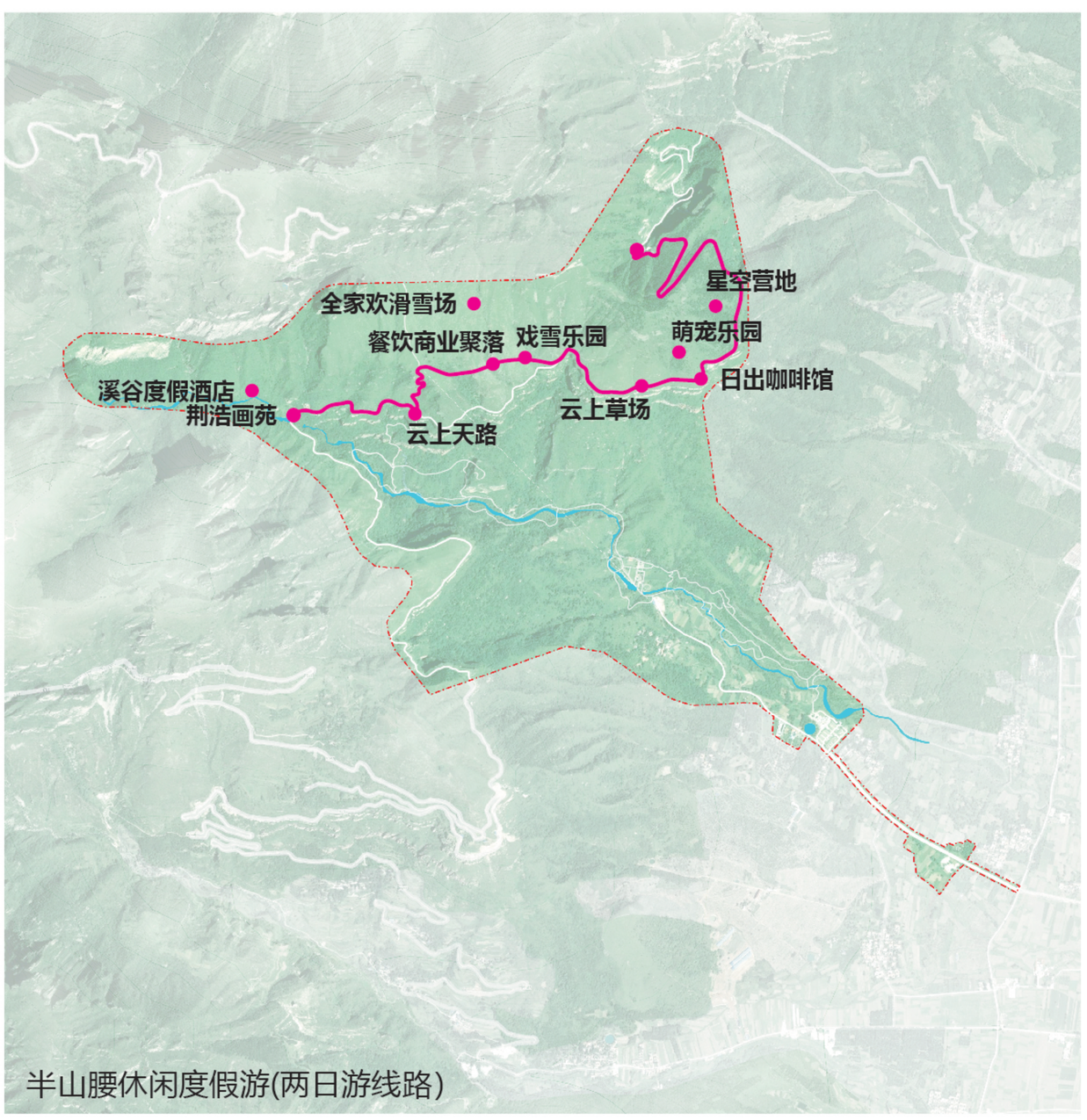
祈福主题游(一日游线路)



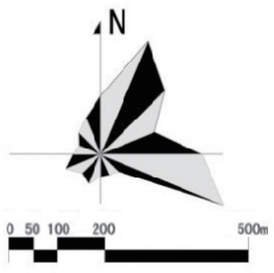
谢公瞻仰游&山水画廊游(一日游线路)



山地运动游(一日游线路)



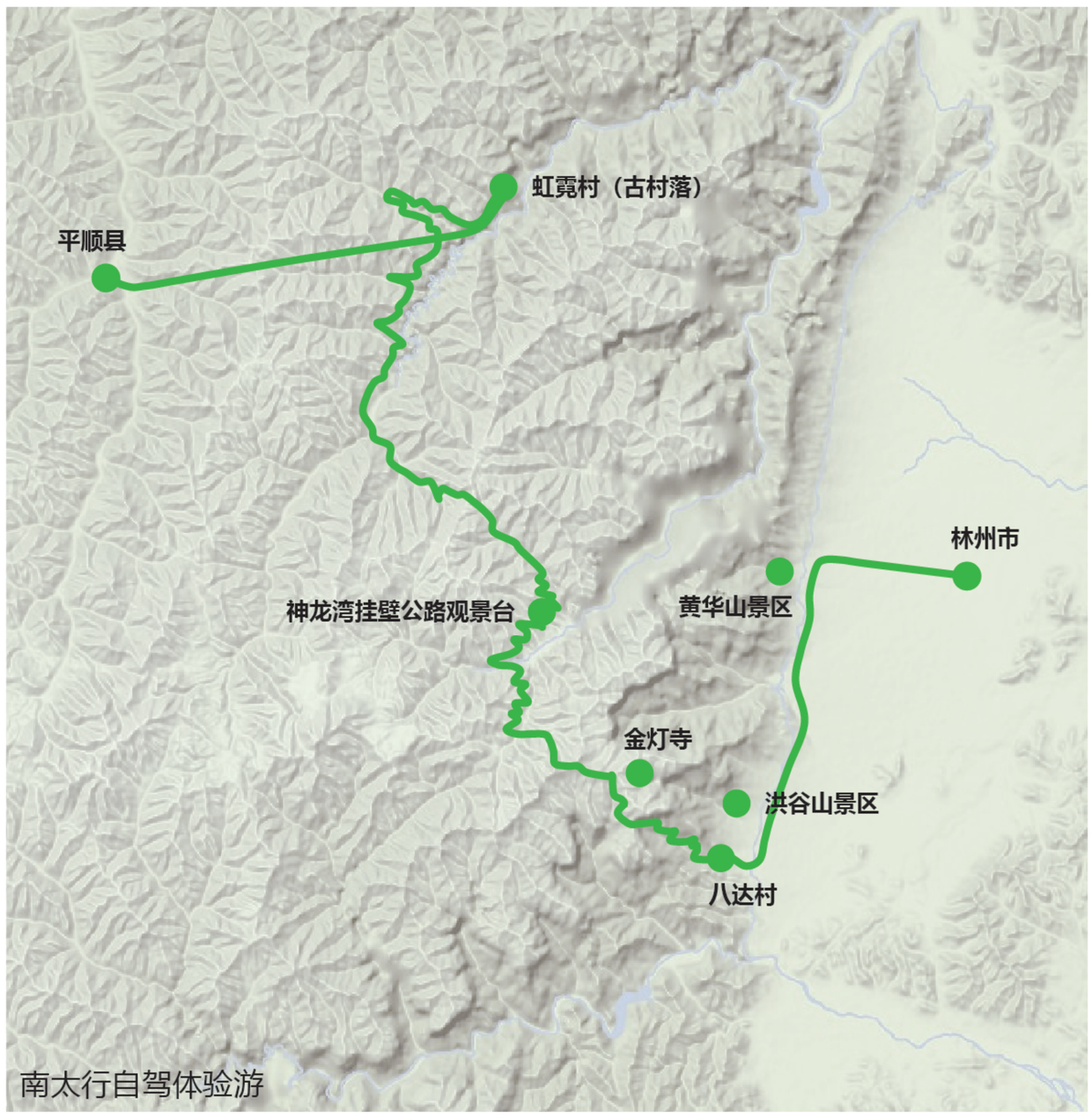
半山腰休闲度假游(两日游线路)



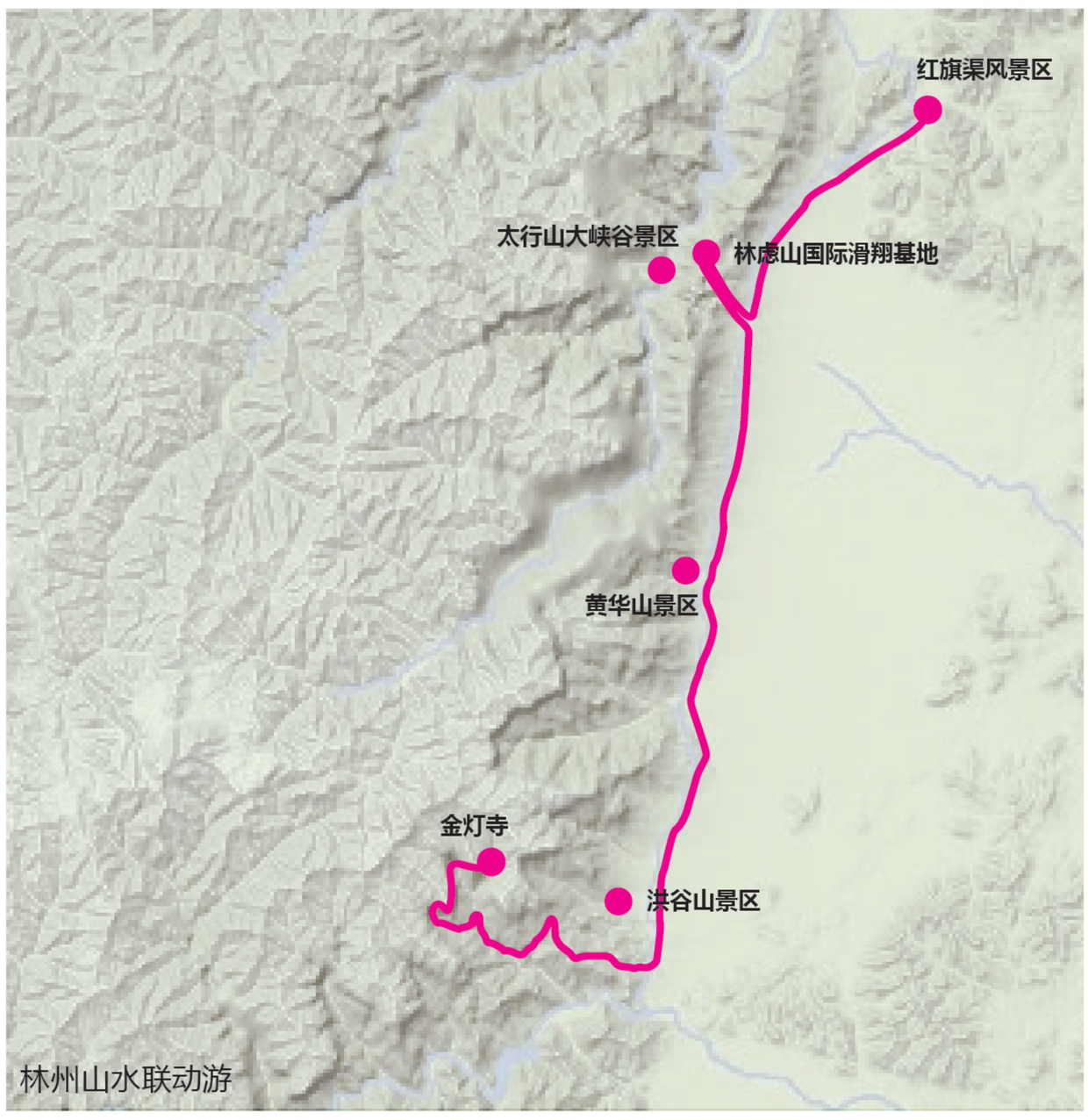
图例

- 祈福主题游(一日游线路)
- 谢公瞻仰游(一日游线路)
- 山水画廊游(一日游线路)
- 山地运动游(一日游线路)
- 半山腰休闲度假游(两日游线路)
- 洪谷山景区范围

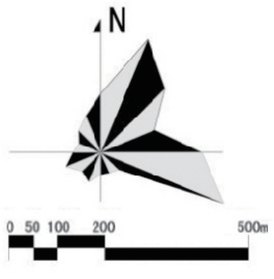
安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划







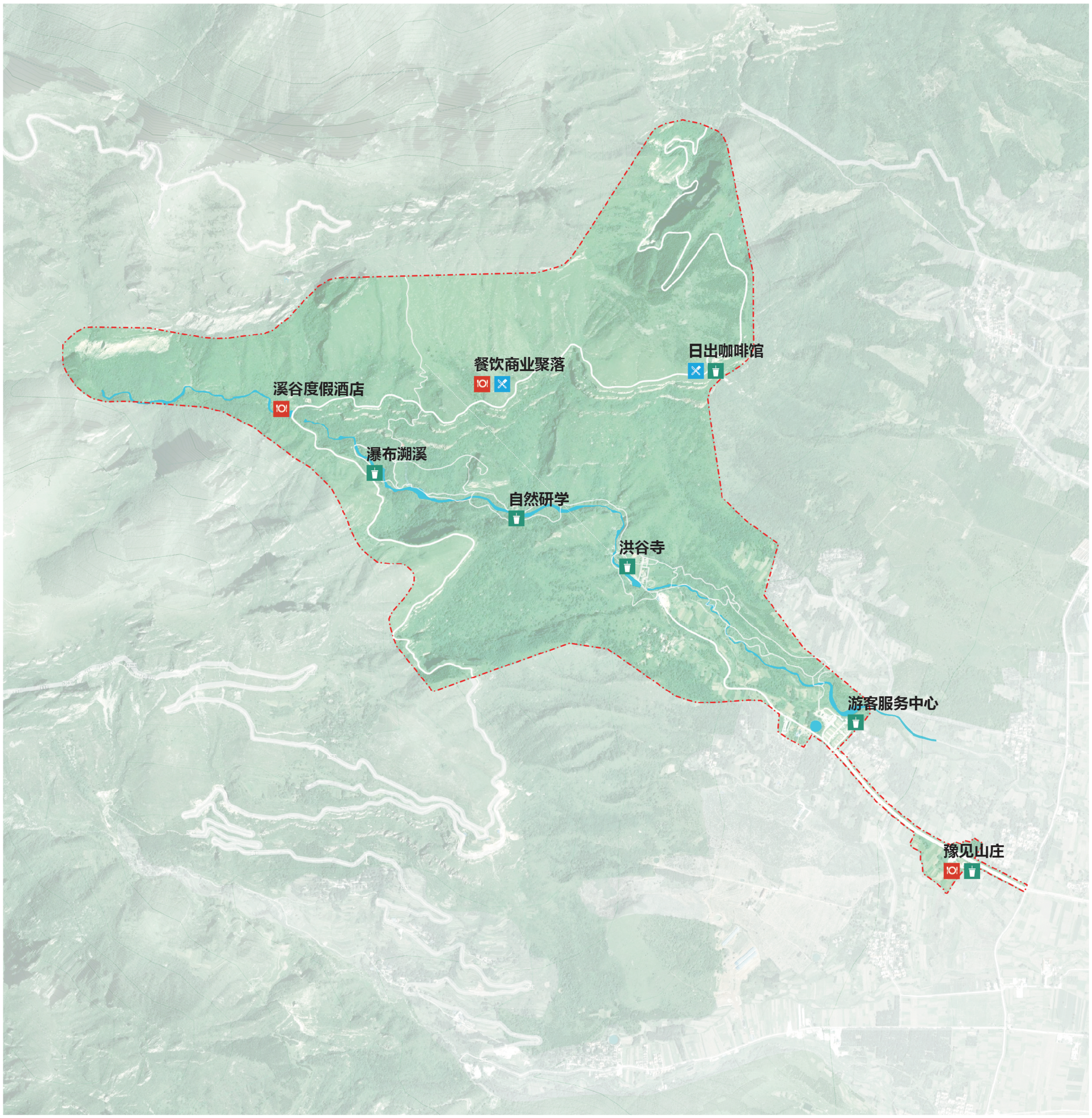


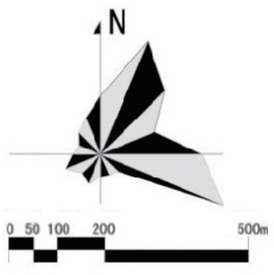


图例

- 南太行自驾体验游
- 安阳深度文化游
- 林州山水联动游
- 洪谷山周边串线游
- 洪谷山景区范围

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划

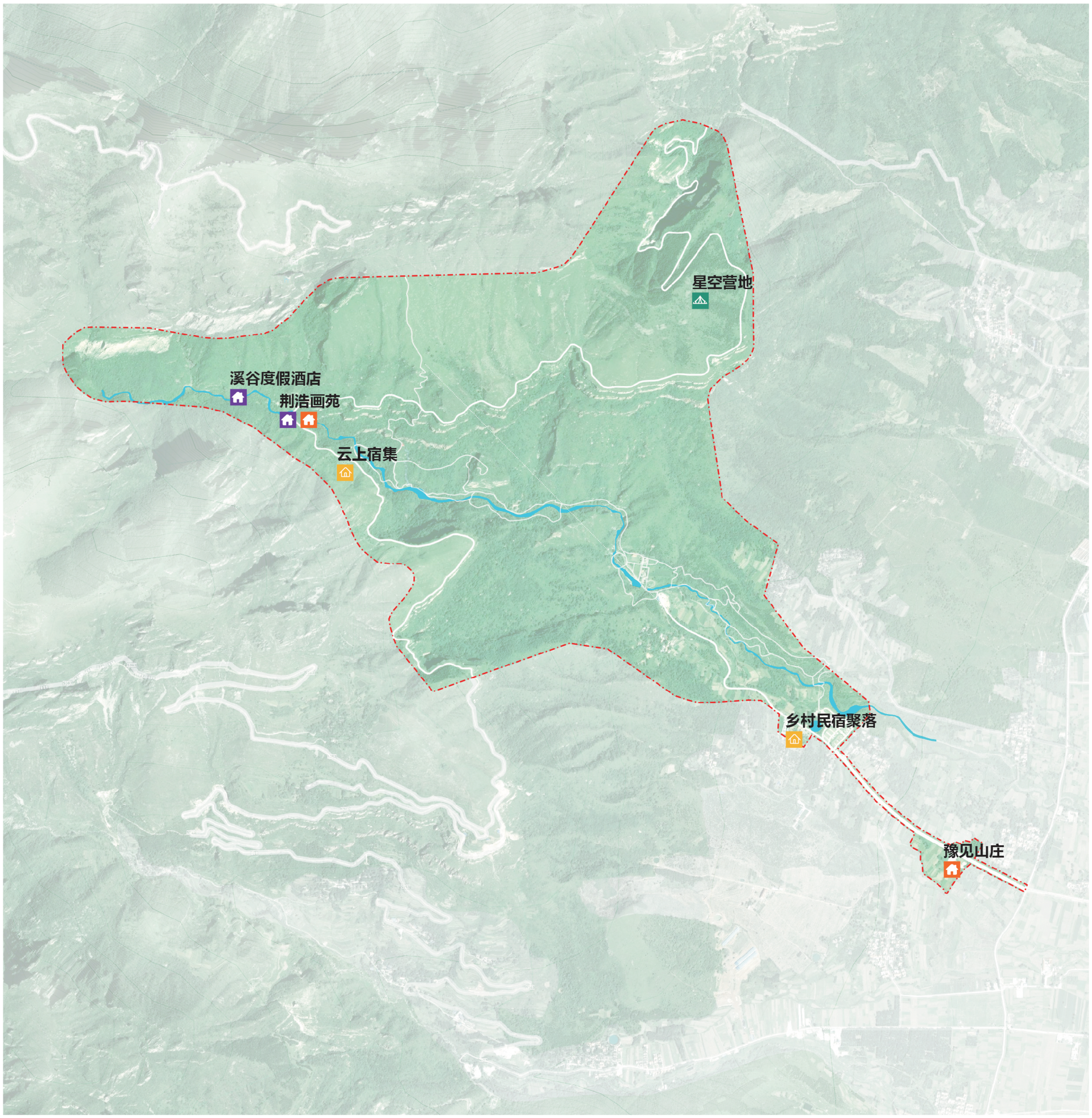


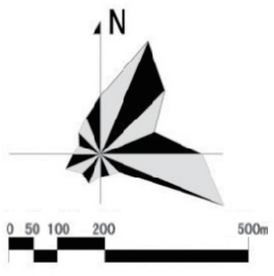


图例

- 主题餐饮
- 特色小吃
- 轻食简餐
- 洪谷山景区范围

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划

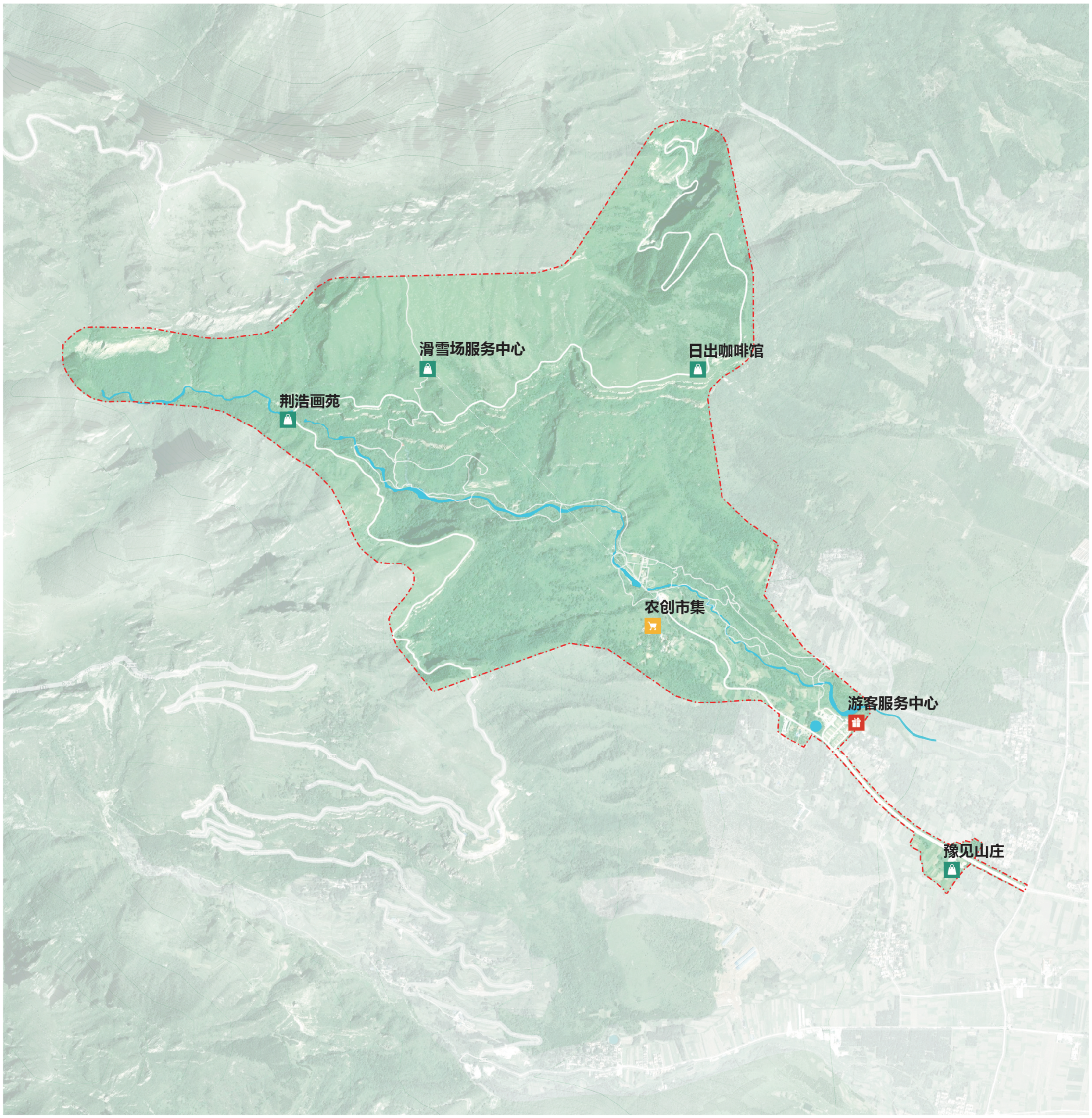




图例

- 文化主题酒店
- 乡村民宿集群
- 野奢营地
- 康养度假住宿
- 洪谷山景区范围

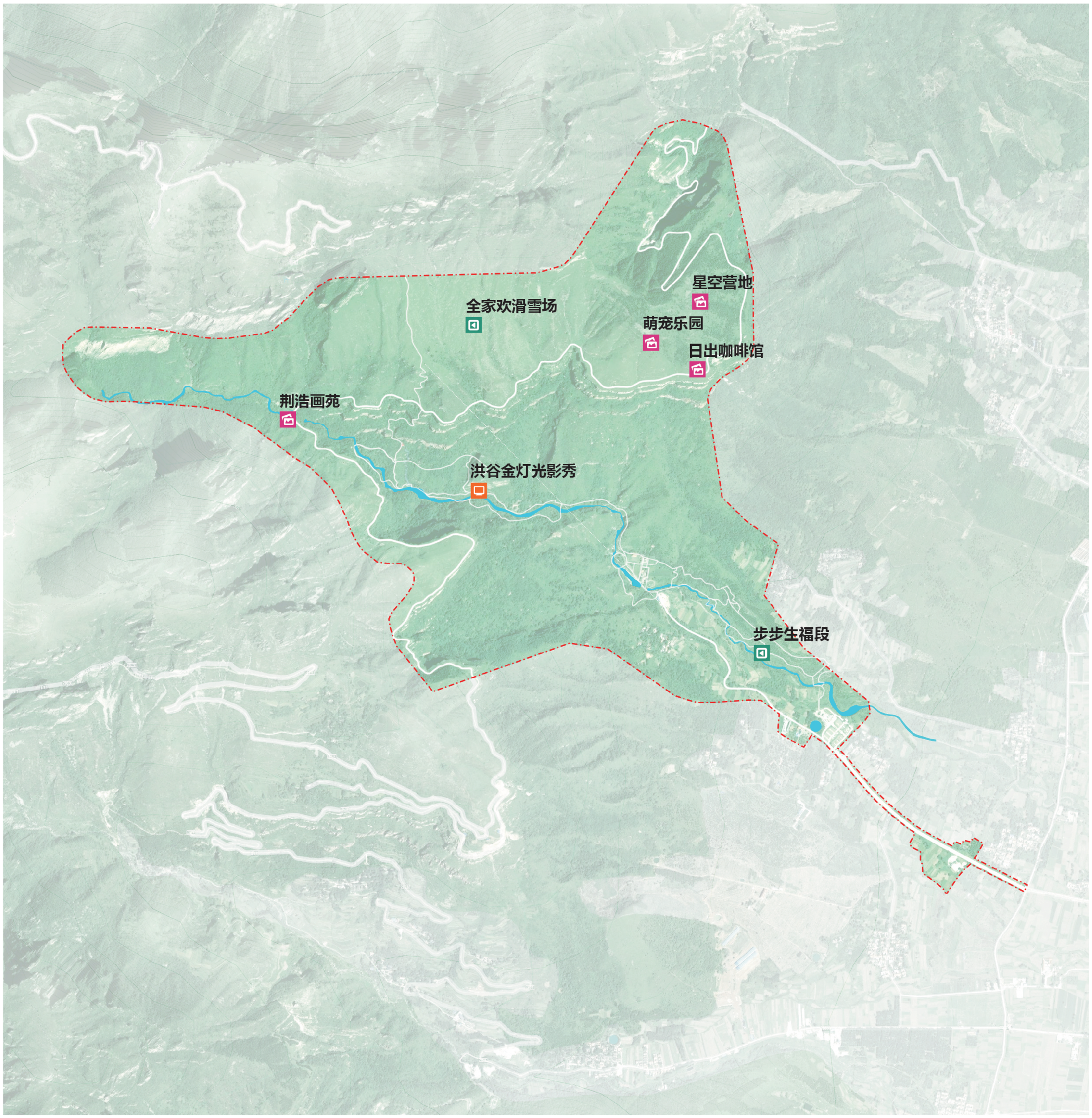
安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划

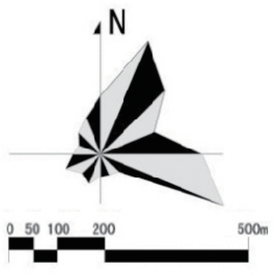


图例

- 主题购物店
- 配套购物点
- 特色购物点
- 洪谷山景区范围

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划

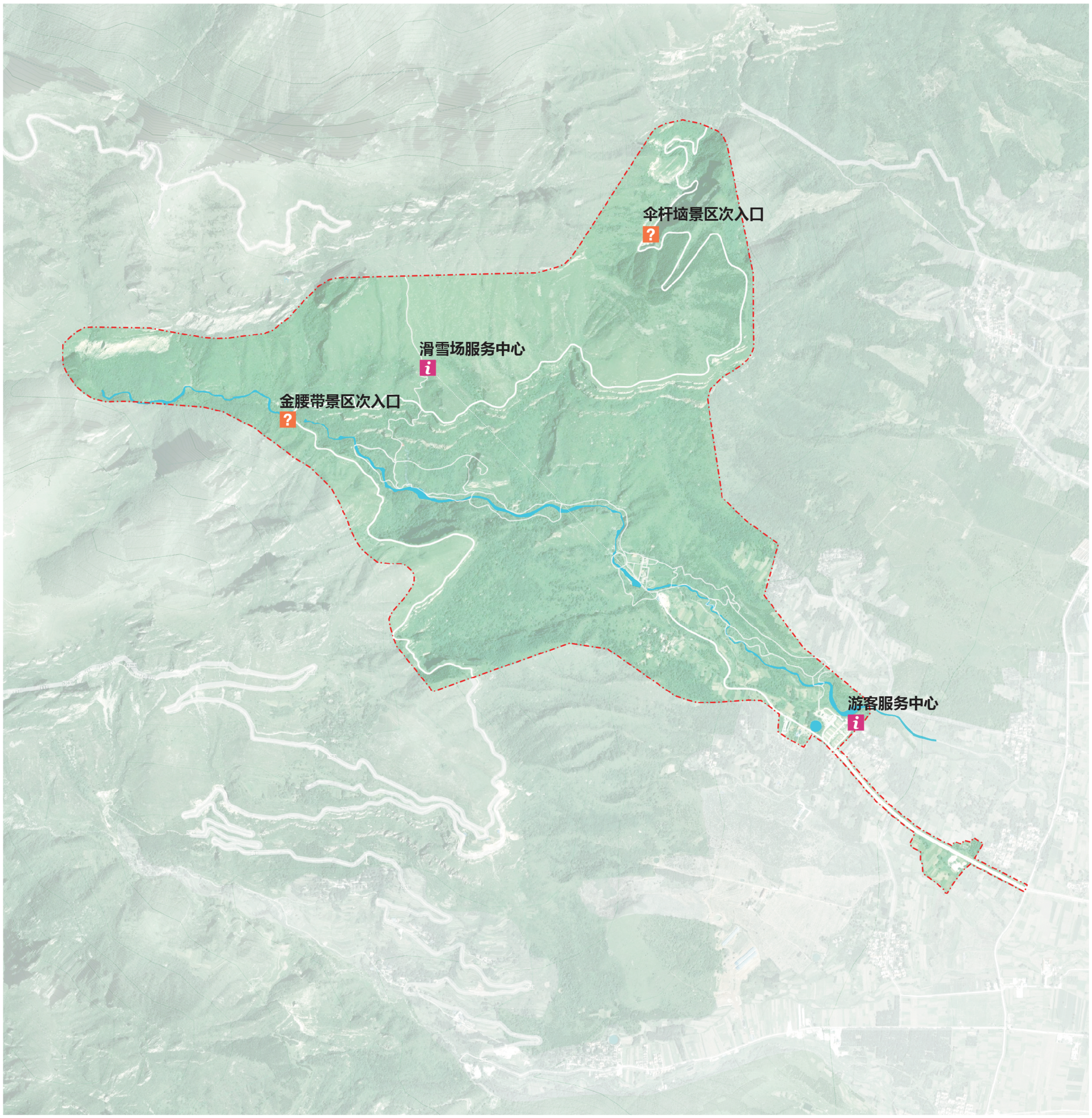


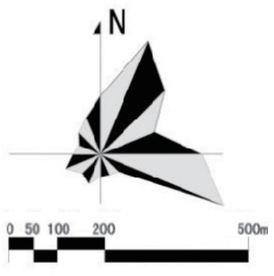


图例

- 光影演艺
- 娱乐活动
- 娱乐设施
- 洪谷山景区范围

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划



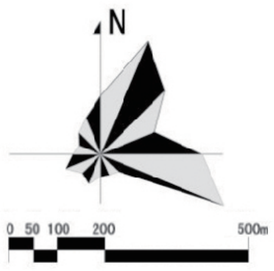


图例

- 游客服务中心
- 游客咨询点
- 洪谷山景区范围

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划





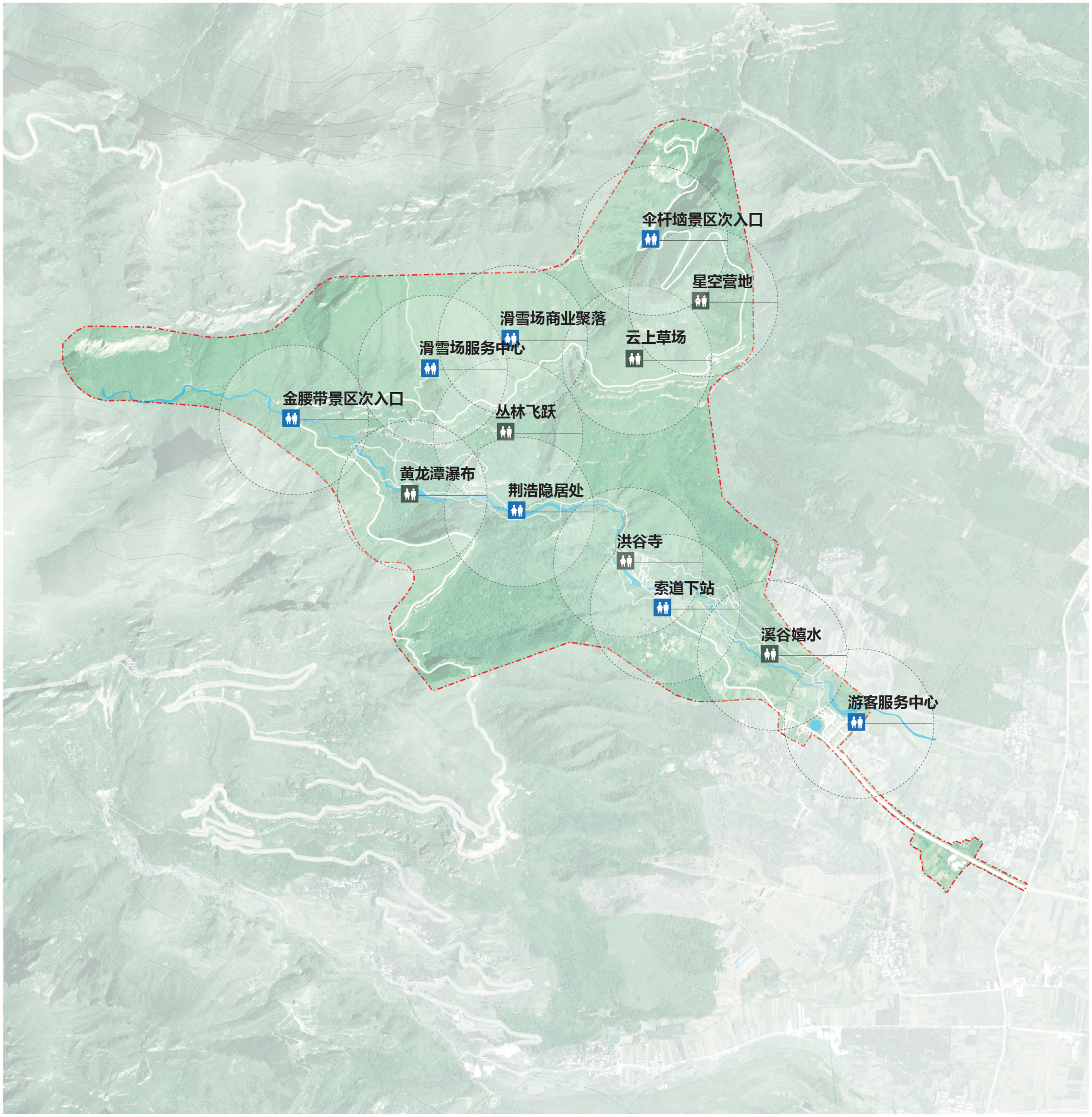
图例

固定停车场

临时停车场

洪谷山景区范围

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划



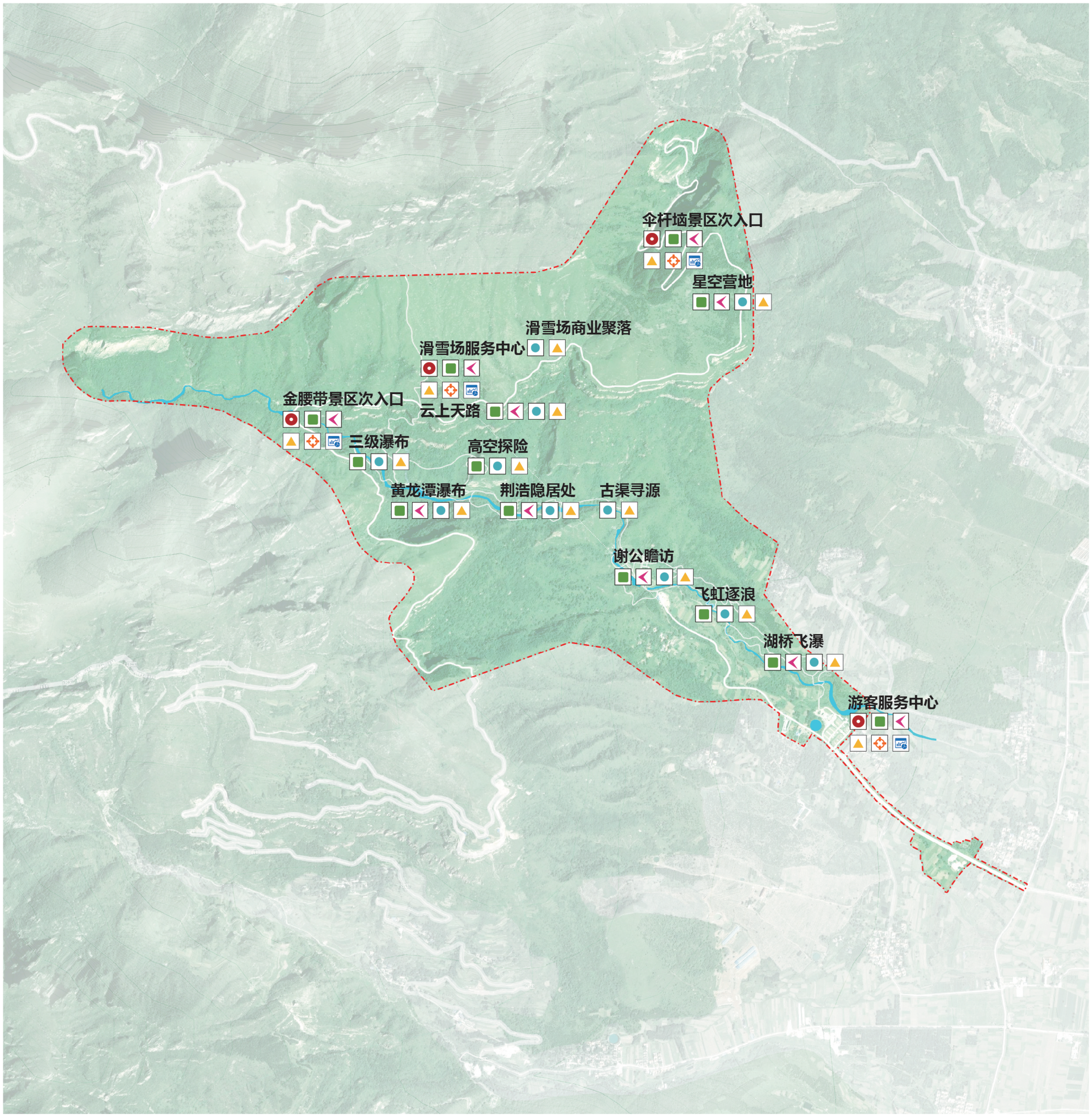
N

0 50 100 200 500m

图例

- 旅游厕所
- 移动厕所
- 洪谷山景区范围

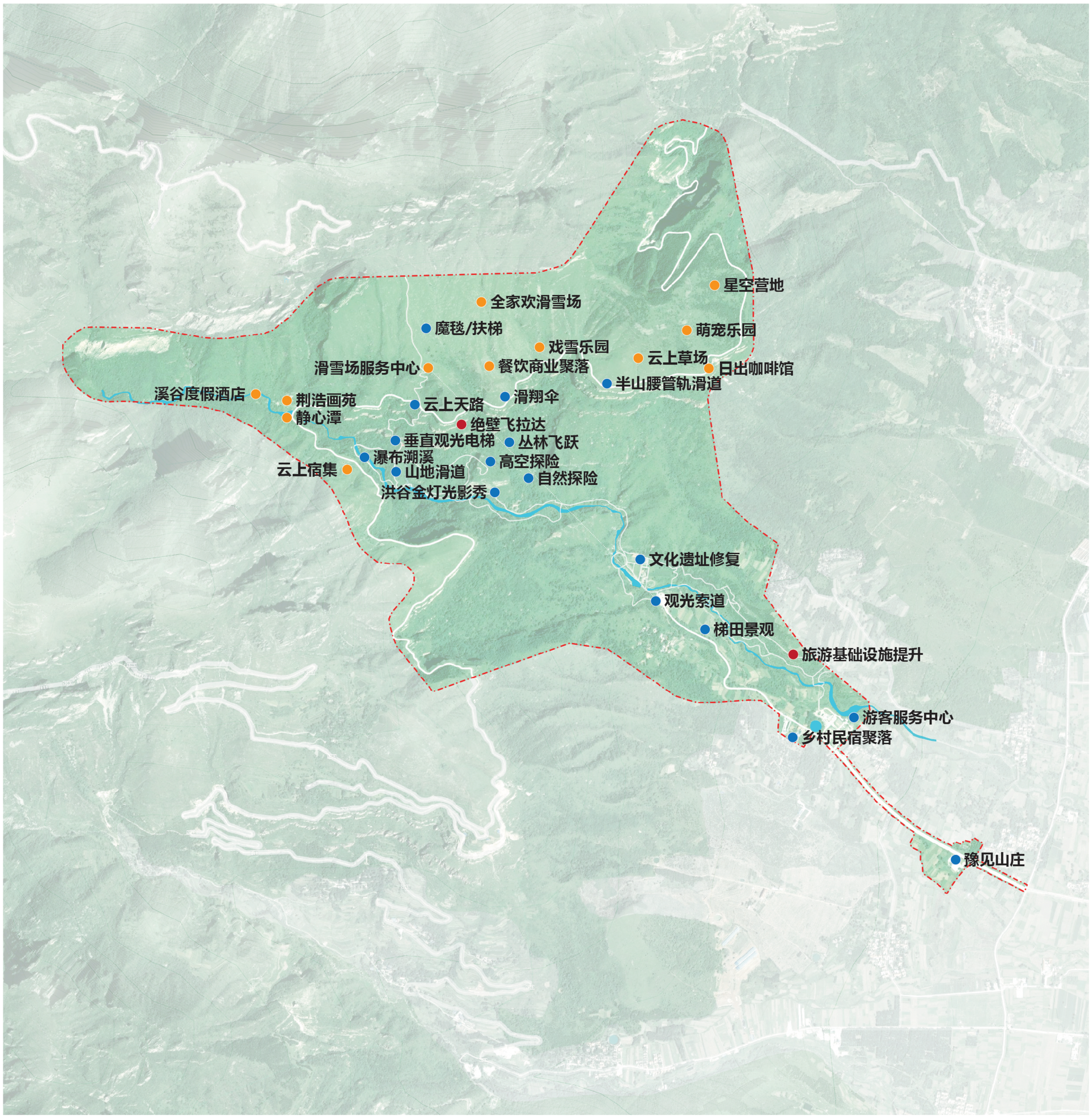
安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划

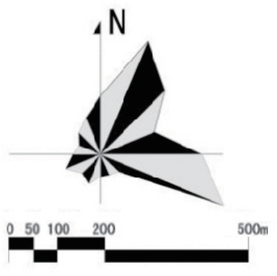


图例

- 全景导览图
- 导览指示牌
- 方向指示牌
- 景点介绍牌
- 安全警示牌
- 管理信息标识
- 智慧标识系统
- 洪谷山景区范围

安阳洪谷山景区旅游战略运营策划及总体规划





图例

- 近期项目（2026-2027年）
- 中期项目（2028-2030年）
- 远期项目（2031-2035年）
- 洪谷山景区范围