

“中华源”河南旅游精品线路提升专案

河南省旅游局

二〇一七年十二月

目 录

第一章 形势与任务	1 -
一、发展优势.....	1 -
二、发展机遇.....	2 -
三、发展蓝图.....	3 -
四、本案任务.....	4 -
五、发展挑战.....	4 -
第二章 总体原则	6 -
一、指导思想.....	6 -
二、发展目标.....	6 -
三、提升原则.....	7 -
四、开发要求.....	7 -
第三章 中国功夫体验旅游线路提升	8 -
一、线路基础.....	8 -
二、线路节点.....	10 -
三、线路提升.....	11 -
第四章 中国古都文化旅游线路提升	16 -
一、线路基础.....	16 -
二、线路节点.....	19 -
三、线路提升.....	20 -
第五章 黄河-丝路文明旅游线路提升	25 -
一、线路基础.....	25 -
二、线路节点.....	28 -
三、线路提升.....	29 -
第六章 中原山水休闲旅游线路提升	35 -
一、线路基础.....	35 -
二、线路节点.....	37 -
三、线路提升.....	39 -
第七章 保障体系	46 -
一、政策保障.....	46 -
二、人才保障.....	48 -
三、体制保障.....	50 -
附 件 中国功夫体验旅游线路设计方案	52 -

第一章 形势与任务

党的“十九大”指出，目前中国特色社会主义进入了新时代。这一新的历史定位，为我省旅游产业发展创造了空前良好的发展机遇，同时也提出了更高要求。为加快新形势下河南旅游产业快速发展的步伐，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，特编制《“中华源”河南旅游精品线路提升专案》。

一、发展优势

河南省地处中原，自然资源丰富，人文资源厚重，现代化交通便利，基础服务设施基本完备。在我国《“十三五”旅游业发展规划》中，我省太行山生态文化旅游区、大别山红色旅游区、中原文化旅游区被确立为国家跨区域特色旅游功能区；我省的丝绸之路旅游带、黄河华夏文明旅游带、京杭运河（含隋唐大运河）文化旅游带被确立为国家精品旅游带；我省太行山风景道被确立为国家旅游风景道；这些都标志着我省旅游产业在国家发展战略中具有重要地位。

“十二五”以来，河南省旅游产业得到全面快速发展，旅游业态和产品日益丰富、品牌形象日益靓丽、市场规模扩展迅速、惠民效果日益彰显。旅游经济成为全省国民经济的重要组成部分，在产业结构调整中发挥了重要作用。2016年，全省共接待海内外游客5.8亿人次，同比增长12.4%，其中

入境游客 293.95 万人次，同比增长 9.6%，旅游总收入 5764.06 亿元，同比增长 14.5%，这一良好趋势为我省旅游经济持续健康发展和快速提质升级奠定了坚实基础。

二、发展机遇

近年来，国际旅游市场发展迅速。据世界旅游组织（UNWTO）2017 年 7 月统计，2017 年 1-4 月世界各旅游目的地共接待国际过夜游客 3.69 亿人次，同比增长 6%，其中中东增长 10%，亚太增长 6%，呈现良好的增长势头。我国《“十三五”旅游业发展规划》强调提出“实施积极的旅游外交战略，大力提振入境旅游”，为我省国际旅游市场的开拓提供了良好的政策支持。

据统计，2016 年全年全国居民人均可支配收入 23821 元，比上年实际增长 6.3%。据国家旅游局预测，2017 年，全年国内旅游人数将达 48.8 亿人次，同比增长 10%；国内旅游收入达 4.4 万亿元，同比增长 12.5%；入境旅游人数达 1.4 亿人次，同比增长 3.5%。到 2020 年，旅游市场总规模将达到 67 亿人次。国民旅游需求呈现出多元化、个性化、品质化的发展态势，旅游产品供给也日趋多样化、差异化、高品质化；休闲旅游、度假旅游、特种旅游等成为人们的主要旅游形式；智慧旅游促进出游方式多样化，自驾游、自由行渐成主角；旅游购买方式由在线购买逐步转变为无线购买；国民旅游由游走式转变为滞留式，慢游、细品、发呆、放空，充电、犒

赏自己、弥补子女等逐渐成为人们的出游目的。

现已全面启动的河南省五大国家战略规划，是加快经济结构调整和动力步伐转换，推动实现新发展、新跨越，赶上全国经济发展平均水平的重要战略机遇期。河南自贸区将成为人流、物流、资金流快速流通的地区，活跃的商贸活动促进人员往来，给商贸旅游业发展带来前所未有的发展契机；特别是外国人过境“72小时免签”政策，将为我省旅游打开一扇引进海外游客入豫的新市场大门。

三、发展蓝图

“十九大”报告对未来中国发展提出了全面建设社会主义现代化国家的宏伟蓝图：到2020年，全面建成小康社会；到2035年，基本建成社会主义现代化国家；到2050年，建成富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国。作为产业融合度极高的旅游业，将在国家各项重大国策方面，广泛而深入地发挥积极作用，作出应有的重大贡献。

《“十三五”旅游业发展规划》中要求打造20个跨区域特色旅游功能区、10条国家精品旅游带、培育25条国家旅游风景道等旅游核心产业，其中涉及河南旅游业的有三区、三带、一景道。

结合国家战略，《河南省“十三五”旅游产业发展规划》根据河南实际，确定了“坚持核心带动，轴带扩散，对接周边，以建设旅游目的地为重点，在全省构建‘一核两带四区’

1的旅游产业发展空间格局”的战略部署。

四、本案任务

以“十九大”精神为指导，根据国家《“十三五”旅游业发展规划》和《河南省“十三五”旅游业发展规划》要求，针对我省旅游资源的特殊优势和当前市场需求，我省决定弘扬“中华源”旅游品牌特色，分阶段对现有九条主要旅游线路进行重点打造。在2018年—2020年这三年内，先期重点大力提升“中国功夫”、“古都文化”、“黄河-丝路”、“中原山水”四条精品旅游线路的品质，带动河南旅游全面上台阶和大发展。

为有效完成这一任务，需要对旅游线路相关资源进行全面科学研究，从基础条件、市场需求、核心产品、产品提升、保障体系等方面，提出有助于品质升级的指导性行动方案。

五、发展挑战

国际入境旅游市场竞争正在加剧，在全球经济减速形势下，世界各国普遍加强了发展旅游业的力度，纷纷出台一系

1 “一核”：郑汴洛三市旅游产业整合，打造著名的华夏文明旅游目的地、中国全域旅游示范区，带动全省旅游产业发展的核心区。

“二带”：沿黄旅游带（三门峡、洛阳、郑州、开封、商丘、濮阳），南水北调中线旅游带（南阳、平顶山、许昌、郑州、新乡、鹤壁、安阳）。

“四区”：南太行旅游区、伏牛山旅游区、桐柏—大别山旅游区、豫东平原旅游区。

列促进产业发展和市场开拓的战略、政策和旅游服务举措，强力争取国际旅游客源，如近年欧美发达国家不断强化海外宣传促销，推出签证便利化、购物免退税、廉价航线等各种措施，持续提升国际市场竞争力，对我国入境旅游的增长构成明显压力。同时，山东、陕西、山西、河北、湖北等河南周边省份近年来积极开拓入境旅游市场，为我省入境旅游发展带来了机遇和更多挑战。

此外，河南有着发展旅游业得天独厚的优势，同时也存在产品以观光为主，类型相对单一；旅游功能配套相对薄弱，服务设施建设有待加强；产品链条不健全，产业融合相对滞后；旅游市场以大众消费为主，消费层面相对较低等诸多问题。面临“服务经济”、“访客经济”时代的到来，如何从体验经济的角度配置入境游产品是开拓我省入境游市场的关键。

第二章 总体原则

一、指导思想

以“十九大”精神为指导，紧紧围绕河南省五大国家战略规划 and 《河南省“十三五”旅游产业发展规划》，科学整合四条精品线路沿线优质旅游资源，针对现存的各项薄弱环节，重点加强“三化提升”，即**旅游线路产品高度匹配的全产业链化、旅游线路服务区域的沿线主题化、旅游线路产品和服务品质的国际化**。突出“中华源”旅游主题，强化旅游与文化发展融合、与科技发展融合、与城镇发展融合，打造主题特色鲜明，在全国和海外有较大竞争吸引力的国家级精品游线，带动河南旅游业转型升级上台阶，全面走向全国乃至世界。

二、发展目标

到2020年，完成四条精品线路的品质提升，在郑州、洛阳、开封、焦作、新乡、安阳、三门峡、许昌、济源、平顶山、南阳、信阳、驻马店、商丘、濮阳、鹤壁等线路沿线市域内，基本形成以“中华源”为特色的旅游产品体系和比较完备的旅游服务体系。

有效提升四条精品线路的国际市场知名度，努力实现沿线主题化、全产业链化和品质国际化，促进郑、洛、汴三市国际旅游重点过境地和目的地的建设，促进其他线路沿线城市逐步进入国际旅游市场。同时，带动包括周口、漯河等市

在内的全省旅游发展，积极开发和提升线路沿线旅游产品，加快融入精品线路体系中。

三、提升原则

充分依托沿线现有优势旅游产品和旅游城市，结合国际、国内大市场需求，着力于主要节点与核心旅游产品的开发；加强旅游节点服务功能配套设施建设；强化旅游产品体系的完善和产业链的延伸；发挥旅游企业自主提升的积极性，有效提升旅游服务质量；加强政府主导和行业规范，促进专案实施的可操作性。

四、开发要求

四大旅游精品线路发展现状存在差距，特以 2020 年为限，按年度制定下列重点线路开启时序。

2018 年	中国功夫体验旅游线路
2019 年	中国古都文化旅游线路
2020 年	黄河-丝路文明旅游线路
2018 年——	中原山水休闲旅游线路

功夫游线、古都游线、黄河-丝路游线分别在 2018 年、2019 年、2020 年由省旅游局为主协调指导，每条线路由一个市旅游局牵头组织，其他各地市旅游局积极协调配合、加快提升。山水线路由于覆盖区域广、涉及面复杂等情况，线路提升以相关各地市为主，省旅游局积极协调指导，不限提升年限。

第三章 中国功夫体验旅游线路提升

中国功夫体验旅游线路主要依托郑州、登封“少林功夫”和焦作、温县、陈家沟“太极功夫”的旅游资源和产品。

一、线路基础

(一) 产品现状

中国功夫体验旅游线路依托登封、陈家沟、郑州、焦作、温县等重点区域，已有一批相对成熟的专题景区（点）和具有旅游接待功能的武校武馆武院，构成了线路最雄厚的研学旅游资源。其中，嵩山少林风景区为国家AAAAA级景区，《禅宗少林·音乐大典》为河南文化旅游的名片和精品演艺的龙头，焦作陈家沟景区为国家AAAA级景区，嵩山少林寺武术馆已发展成集演艺、学武、禅修、斋舍、斋食、购物于一体的主题园，塔沟武校则是全球最大的少林功夫教育培训机构。

专栏1 中国功夫体验旅游线路产品发展情况

- ◆ 依托地区：郑州-登封、焦作-陈家沟等。
- ◆ 相对成熟的专题景区（点）：嵩山少林风景区、嵩山少林寺武术馆、三皇寨嵩山禅院、温县陈家沟景区、云台山云武堂度假小镇等。
- ◆ 具有旅游接待功能的武校武馆武院：少林塔沟武术学校、少林武术国际教学中心、少林鹅坡武术专修院、少林寺小龙武院、嵩山禅武医研究院、陈家沟景区、陈家沟太极拳武术馆（陈正雷）、温县太极武术馆（陈二虎）、焦作太极武术馆、陈家沟武术院、中国太极拳博物馆、焦作国际太极拳文化交流中心、云台山云武堂太极馆等。

- ◆ 旅游演艺：登封《禅宗少林·音乐大典》、河南卫视《武林风》等。
- ◆ 功夫主题酒店：登封禅武大酒店（少林武术文化博览中心）等。
- ◆ 旅游餐饮：少林素斋、会善寺素斋馆、云武堂养生餐厅等。
- ◆ 旅游商品：已有少林和功夫主题的食品类、纪念品类、书画类、日用品类、功夫装备类、服饰类、医药保健品类等特色商品，但品质和工艺有待提高，品牌影响力有待增强。
- ◆ 功夫研学：塔沟武校和鹅坡武校每年都有外籍学员进行不同时长的研修，塔沟武校少林武术国际教学中心开设有外籍学员专修班，设有外籍学员专用宿舍；鹅坡武校外籍学员插班培养，其他少林武校在招收外籍学员方面只是个别现象。陈家沟各大太极武馆、武校、武院大都接纳外籍学员，多为插班培养，每年在校培养数百名外籍学员。
- ◆ 旅游节庆：中国郑州国际少林武术节、中国焦作国际太极拳交流大赛等。
- ◆ 国际太极拳大赛会场：焦作国际太极拳文化交流中心。

（二）线路评估

（1）旅游线路以少林功夫和陈氏太极功夫为本底，在功夫观光的基础上，登封和陈家沟已初步形成较完整的功夫文化产业链，并正致力于进一步延伸旅游要素产业链，将功夫休闲、功夫体验、功夫研学等融入功夫旅游，初步体现了“中华源·中华拳”魅力，为开发中国功夫体验旅游精品线路奠定了良好基础。但功夫旅游产品体系开发不平衡，呈“南强（登封）北弱（陈家沟）”、“下实（登封、陈家沟）上空（郑州、焦作）”局面，且深度观光型、体验型、休闲型、研学型产品开发不足，功夫衍生业态不完善、不规范，文化挖掘、展示、创意不够，各旅游要素行业专业匹配度严重不

足，未实现由单一产品开发到系列产业链、产业群的产业化转变，距“三化提升”要求还相差较远。

(2) 在线路市场需求方面，功夫旅游在海外拥有广阔的客源市场，具有发展入境旅游的优越条件。少林功夫是河南最具彰显力的国际旅游品牌，市场影响力辐射全球，是河南开拓入境市场的龙头产品。根据统计数据显示，登封年接待游客量已超过 1200 万人次，其中单少林寺接待游客量就有 320 万人次，占到 26.67% 左右，足以证明少林寺的品牌影响力，但目前登封游客还是主要来自省内、山东、山西、河北、北京、陕西、江苏、湖北等周边省市，吸纳国外游客数量有限。陈家沟作为中国太极拳发源地，是体验太极拳根文化的圣地，其文化影响已达世界 150 多个国家和地区。在入境游方面，欧、美、港、澳、台游客是功夫游潜在的主要入境客源市场。

二、线路节点

依照我省中国功夫旅游资源的分布特色和目前相关旅游产品开发基础，线路主体由以下节点构成。

(一) 主节点

中国功夫体验旅游线路主节点为登封市，以登封为核，链接线路各辅节点和景区。

(二) 辅节点

郑州市区、焦作市区、温县县城、嵩山少林风景区；焦作的

陈家沟、云武堂度假小镇。

登封、郑州、焦作、温县、嵩山少林风景区、陈家沟、云武堂度假小镇各主、辅节点需要针对功夫线路上的旅游公共服务设施进行提升和完善，加速提高国际化接待水平。

三、线路提升

（一）提升要领

积极打造国家“中华功夫文化之旅”游线，突出“中华源·中华拳”主题，深度挖掘中华功夫文化内涵，以观赏、互动、体验、养生、修学、竞技为升级方向，持续推动登封“世界功夫之都”和温县“国际太极圣地”建设。

（二）提升目标

将登封市创建成为中国少林功夫国际旅游目的地，温县建设成为中国太极功夫国际旅游目的地，最终将“中国功夫”纳入国家旅游精品线路，使中国功夫体验之旅成为河南旅游走向世界的第一名片。

（三）线路升级

1、功夫观光游线路产品优化

做好国际化旅游产品的提升与打造，在全面提升各骨干景区景点的国际化旅游产品和服务品质的同时，开发、创新和丰富一批功夫游线路产品。

专栏2 功夫观光游线路产品提升要点

◆ 提升国际化旅游产品品质：

郑州嵩山少林景区、登封《禅宗少林·音乐大典》、嵩山少林寺武术馆、少林武术文化博览中心、禅武酒店剧场、焦作温县陈家沟景区等。

◆ 开发大型武术比赛活动：

《武林风》定时定点赛事（郑州/登封）、舞剧《风中少林》（郑州）、三皇寨嵩山禅院、舞剧《太极》（焦作）、中华太极功夫擂台（焦作/陈家沟）等景点开展多种类型的比赛活动，同时提升中国郑州国际少林武术节和中国焦作国际太极拳交流大赛两大国际赛事的品牌知名度，提高其产品品质。

◆ 深度开发创新型旅游产品：

中华功夫博物馆、功夫主题小镇、武侠实景街、仿古实景武馆、数字化虚拟功夫世界《江湖》等，通过环境营造、建筑设计等，凸显功夫之乡的风情与味道。

◆ 强化郑州在功夫品牌形象上的推广：

郑州航空港区、自贸区作为境外游客在河南的主要入境口，是河南旅游形象的第一印象区，要加强在航空港区、中牟白沙组团区等区域融入功夫主题元素，强化河南功夫旅游品牌建设。

2、功夫体验游线路产品开发

依托嵩山少林寺武术馆、少林塔沟武校少林武术国际教学中心、少林鹅坡武术专修院、少林寺小龙武院、嵩山禅武医研究院、陈家沟太极武术馆（陈正雷）、温县太极武术馆（陈二虎）、陈家沟武术院、国际太极拳文化交流中心等武术馆校创新开发功夫体验、功夫养生和功夫修学等产品。

专栏3 功夫体验游线路产品提升要点

◆ 开发功夫修学旅游产品：

依托现有武校、武馆，针对游客开发中国功夫研修院、中国功夫研修班、功夫之家、太极学苑等修学游产品。

◆ 创意开发功夫体验产品：

依托旅游要素行业，创意开发功夫类主题酒店、主题公寓、主题餐厅、主题

商街、商品专卖店、游乐场（数字化实景功夫冒险世界《江湖》）等体验产品。

◆ **推出功夫养生系列产品：**

依托景区、武术馆、旅游小镇，以武、禅、道、医为核心，推出少林寺禅武医养生、太极养生系列旅游产品，创新开发少林禅武医主题类养生院、疗养院、健身馆、禅修院以及太极康疗主题类养生庄园、养生院、道修馆、中医养生堂等。

◆ **开发系列主题美食产品：**

依托少林素斋、少林功夫、太极文化等元素开发功夫系列主题餐饮，创办少林餐厅的同时，积极打造郑州环球美食城，并依托少林寺、少林寺武术馆、陈家沟等特色景区建设美食馆、美食广场等。

◆ **提升功夫商品业品质：**

在已开发的少林素饼、少林禅茶、嵩山佛茶、少林禅药等主题特产基础上，创意新产品，打造特色旅游商品品牌；进一步开发太极主题特产；在登封和温县分别开发功夫商业街或功夫商业广场。

3、提升线路服务接待能力

重点完善相关旅游服务设施，达到高度匹配的全产业链化。针对目前功夫线路服务设施接待能力的短板，着力加强登封市、焦作市、温县等节点区域的旅游信息服务中心、智慧旅游管理系统、游客集散中心、游客购物中心、游客餐饮中心等大型旅游服务设施建设。线路主、辅节点要有效扩展停车场、游客购物中心和内外餐饮中心的设施空间，完善外文旅游标识导服系统。景区内部要加强智慧旅游服务体系建设，如在线预订、电子门禁、手机自助导游等。特别是温县陈家沟节点，要尽快完善游客服务中心等相关设施建设。

4、提升线路节点沿线主题化水平

(1) 线路核心区域沿线主题化。系统化完善线路核心区

功夫景区景点和各要素服务行业的功夫主题产品，实现旅游公共服务系统的功夫主题形象全覆盖，包括旅游公厕、导识系统、交通设施、环卫设施、广场公园等。（2）线路环核心区沿线主题化。提升线路核心区外围区域的功夫主题化，系统化安排功夫健身进社区、进广场、进公园、进校区，30%的旅游公共服务系统带有功夫主题形象。（3）线路沿线配套产业升级。线路沿线系统发展涉功夫游配套产业，组织包括涉功夫制造业、文化产业和产业综合体等产品项目开发。

（四）推荐通道

功夫体验游线可以郑州为中心节点，向南北两个方向延伸为“少林功夫体验游”和“太极功夫体验游”两条主线：

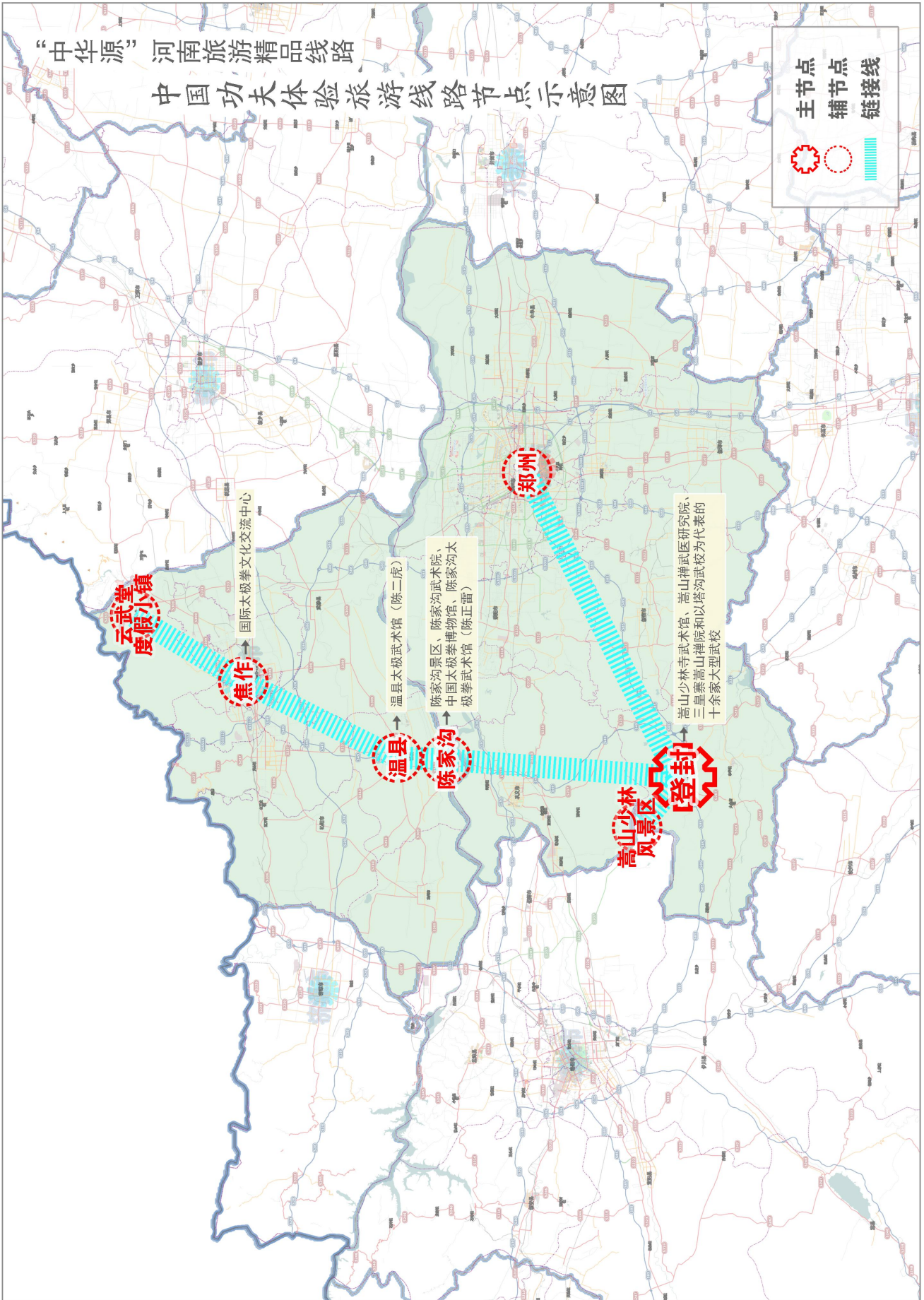
- 1、“少林功夫体验游”：郑州—登封—郑州
- 2、“太极功夫体验游”：郑州—陈家沟—云武堂小镇—郑州

特殊旅游团队，可以郑州为起止节点，延伸为中国功夫游环线。根据沿线旅游景观特色和服务设施，优先推荐以顺时针方向运行：郑州—登封—陈家沟—云武堂小镇—郑州。

“中华源”河南旅游精品线路

中国功夫体验旅游线路节点示意图

主节点
辅节点
链接线



云武堂
度假小镇

焦作

国际太极拳文化交流中心

温县太极武术馆 (陈二虎)

陈家沟景区、陈家沟武术院、
中国太极拳博物馆、陈家沟太
极拳武术馆 (陈正雷)

温县

陈家沟

嵩山少林
风景区

登封

嵩山少林寺武术馆、嵩山禅武医研究院、
三皇寨嵩山禅院和以塔为武校为代表的
十余家大型武校

第四章 中国古都文化旅游线路提升

中国古都文化旅游线路主要依托 5 个省辖市（洛阳、开封、郑州、安阳、许昌）的旅游资源和旅游产品。

一、线路基础

河南是中华民族与华夏文明的发源地，中国八大古都中河南有四个，十三朝古都洛阳、八朝古都开封、七朝古都安阳、夏商古都郑州，是全国唯一四大古都集聚的省份。四大古都之外，还有汉魏故都许昌、宋南京城商丘等。

（一）产品现状

中国古都文化旅游线路具有丰富的景观资源，其中包括龙门石窟、殷墟博物苑、清明上河园 3 个国家 AAAAA 级旅游景区，9 个国家 AAAA 级景区以及数百个其他旅游景区、景点。古都游线是我省发展相对成熟的旅游线路，景源丰富，包括天地之中、龙门石窟、殷墟三大世界遗产以及众多的都城遗址公园、皇宫遗址公园、皇陵、寺庙、府衙、博物馆、祠堂、演艺等旅游资源，涵盖了古城、古街、古宅、古河、古玩、主题酒店、特色美食、特色交通、特色演艺、特色商品等各个要素内容，并且古都旅游线路交通便利，旅游通达性强，形成了较为完善的旅游线路体系。

专栏4 中国古都文化旅游线路产品发展情况

- ◆ **依托地区：**洛阳、开封、郑州、安阳、许昌5市。
- ◆ **相对成熟的专题景区（点）：**郑州河南博物院、商城遗址公园、郑州博物馆，洛阳龙门石窟、白马寺、隋唐洛阳城遗址公园（明堂·天堂、定鼎门）、汉魏洛阳城国家遗址公园、二里头国家考古遗址公园、汉光武帝陵、关林、丽景门、洛阳博物馆，开封清明上河园、龙亭公园、大相国寺、铁塔公园、开封府、包公祠、七盛角、禹王台、大宋御河、小宋城、开封博物馆，安阳殷墟博物苑、中国文字博物馆、姜里城，许昌曹魏古城、曹丞相府、春秋楼景区、灞陵桥、神垕古镇等。
- ◆ **旅游演艺：**开封的《大宋·东京梦华》和《千回大宋》、洛阳的《功夫诗·九卷》、《天下洛阳》和《隋唐百戏城国际大马戏》等。
- ◆ **古都主题酒店：**开封建业铂尔曼酒店。
- ◆ **旅游美食餐饮：**美食——郑州烩面、开封灌汤包、开封马豫兴桶子鸡、洛阳水席、安阳三熏、许昌热豆腐等；名店——开封第一楼、小宋城、黄家老店等，洛阳真不同、洛阳老面馆、蒸食汇、洛阳印象、鹤舍印象等，郑州合记烩面、老蔡记、河南食府、阿五美食、萧记烩面、仲记酒楼，安阳盛德利，许昌沙和义烧鸡等；名街——开封鼓楼夜市、西司夜市、洛阳老城十字街、郑州环球美食城、许昌豫园美食城等。
- ◆ **旅游商品：**洛阳唐三彩、牡丹瓷、洛绣、黄河澄泥砚、洛阳剪纸等；开封汴绣、朱仙镇木版年画、官窑瓷等；郑州嵩山宝剑、大河村双壶、新郑古石磨、惠济剪纸、荥阳草帽、密玉等；安阳道口烧鸡、内黄大枣等；许昌花卉、钧瓷、假发等；独具地方特色。
- ◆ **旅游节庆：**中国开封菊花文化节、中国洛阳牡丹文化节、中国年文化节、中国清明文化节等。

（二）线路评估

（1）洛阳、开封两市已有一大批古都专题观光景区（点），还有一批具有参观价值的古都文化遗址和街区，如

开封新郑门城摞城遗址等。安阳、郑州、许昌3市古都资源保护力度不够，资源整合开发不足，能体现古都文化的有形历史遗存较少。

(2) 古都线路上的5个省辖市依托古都资源建设有一批历史博物馆，并依托古都厚重的文化，吸引了古都主题文化场所开发和各种民营文物博物馆的集聚。开封和洛阳相继开发古都主题演艺产品，如开封《大宋·东京梦华》、《千回大宋》，洛阳的隋唐百戏等，它们构成了古都多层次观光、体验和研学游产品。

(3) 产品链打造方面，洛、汴二市城区都在进行古都主题的旅游产业要素升级改造，洛阳围绕古都龙头景区已初步形成较完整的旅游产业链；开封围绕大宋御河集聚了一批精品宋都宋韵景区，已经打造成完整的古都游产业链，现正进行宋都街区的综合开发。郑州古都产品薄弱，正处于古都遗址区项目保护开发阶段，相关旅游产业链有待随后打造。安阳和许昌停留在产品阶段，相关旅游产业链配套建设相对滞后。

(4) 近几年入境游客仍以郑、汴、洛为主要旅游目的地，往往把郑州作为中转站，洛阳、开封等旅游城市作为目的地。在我省入境客源中，港、澳、台、日本、东南亚和欧美游客多偏好历史文化，他们和全球华人、华侨、华裔共同构成了古都旅游产品主要入境客源市场。国内游客仍是古都

文化旅游的绝对客源市场，并以省内游客居多，而外省游客主要来自半径 800 公里以内的周边省市客源市场，如陕西、山西、河北、天津、北京、山东、湖北、安徽、江苏、湖南等。

总体上看，整个古都文化旅游线路资源丰富，但产品开发不足和开发不平衡，呈“洛汴强、郑安许弱”的局面。郑、安、许三城不同程度地存在古都氛围不足、“古都不古”的现象，各要素行业产品匹配度不高，“购、娱”更是薄弱环节，系列产业链不够完善，产品群的产业化程度不高，线路各节点主题薄弱，距“三化提升”要求还有很大差距。

二、线路节点

（一）主节点

中国古都文化旅游线路主节点为洛阳市区和开封市区，以洛阳和开封为核，链接线路各辅节点和景区。

（二）辅节点

郑州、安阳、许昌三市市区为辅节点。

洛阳、开封、郑州、安阳、许昌五市需要针对古都线路主、辅节点的旅游公共服务设施进行提升和完善，加速提高国际化接待水平。

三、线路提升

（一）提升要领

积极打造国家“中国古都文化之旅”旅游线路，突出“中华源·古都行”主题，深度挖掘古都文化内涵，推动传统观光产品向体验化、精品化方向升级，全面彰显“丝路起点，千年帝都”洛阳、“八朝古都，大宋皇城”开封、殷商古都安阳、商都郑州和汉魏故都许昌的独特风采。

（二）提升目标

努力打造中国（河南）古都文化国际旅游目的地，使古都文化之旅成为助推河南华夏历史文明传承创新区建设的精品旅游线路，从而携手中国其他几大古都共同培育国家“中国古都文化之旅”线路品牌。

（三）线路升级

1、古都观光旅游升级

加强古都文化的有形展示与风情体验，突出皇室礼俗展演、古都府衙文化探秘、皇家寺庙文化展现、京师古建园林展示、古都名人故居探访，精致打造丰富景观，加强古都遗址、遗产的保护性开发，深度开发创新型旅游产品。

专栏5 古都文化观光游线路产品提升要点

◆ 提升国际化旅游产品品质：

1) 强化王朝文化展示：大宋御河、清明上河园、开封府二期、包公祠、铁塔公园、大相国寺、龙亭、隋唐洛阳城遗址公园（明堂·天堂、定鼎门）、汉魏洛阳城国家遗址公园、二里头国家考古遗址公园、汉光武帝陵、郑州古商都旅游

区、新郑黄帝故里、郑韩古城、安阳古都殷墟遗址旅游区、中国文字博物馆、许昌曹魏古城等。

2) 加强古都遗址、遗产的保护性开发：隋唐洛阳城、汉魏洛阳城、偃师二里头、汉光武帝陵、关林、新郑门城摞城遗址、安阳殷墟王陵遗址、殷墟宫殿宗庙遗址、郑州商都遗址、许昌曹丞相府等。

◆ **深度开发创新型旅游产品：**

1) 古都风貌文化街区建设：洛阳老城商业街区、开封宋都街区、郑州古商都遗址街区等历史文化街区体现古都风貌。

2) 深化世界遗产探秘：龙门石窟、殷墟遗址等。

3) 创新开发深度观光旅游产品：洛阳、郑州、安阳、许昌要像开封《大宋·东京梦华》一样，开发属于本城的大型古都风情演艺产品，创意开发情景再现的数字化古都风情博览馆，讲好古都兴衰事，诉说中原儿女情。

2、古都体验旅游开发

依托隋唐洛阳城、汉魏洛阳城、偃师二里头、汉光武帝陵、关林、宋都御街、安阳殷墟、许昌曹魏古城等遗址深入挖掘古代城市各阶层生产、生活习俗资源，创新开发古都体验、古都修学和古都生活等各类产品。在发展省内古都体验游的基础上，联手西安、北京、南京、杭州等城市共同推出中国古都体验游。

专栏 6 古都文化体验游线路产品提升要点

◆ **加强古都文化风情体验：**

1) 开发古都体验产品：依托旅游要素行业，开发创意与科技融合的古都主题类项目。利用现代科技手段，构建虚拟与现实相结合的文化体验系统，注重听觉、视觉、味觉、触觉等全方位的冲击。

2) 开发古都修学游产品：依托古都遗址和博物馆，开发古都修学游，针对国内外学生和青年游客，开发中国古都文化学习基地、洛阳太学院、古都文化书

院、古都文化书馆、殷墟和中国文字博物馆等修学游产品；依托郑州大学、河南大学、洛阳师院、殷都学院，开发中国古都文化研修院、研修班等高端修学游产品。

3) 推出古都生活类产品：依托古都遗址，以古形、古风、古韵为核心理念，推出古都文化主题类社区、公寓、公园、养生园、养老院等。

◆ **创新旅游购物产品：**

将郑州轩辕祠、商都古城墙、青铜莲鹤方壶，开封菊花、汴绣、官窑制品，洛阳龙门、牡丹、唐三彩，安阳殷墟甲骨文、殷墟文物、许昌腊梅、钧瓷等古都元素融入日常消费品。

◆ **提升古都美食文化产品：**

依托郑州淮河路美食街，开封小宋城、鼓楼夜市，洛阳老城十字街等特色美食街，打造国际化地方美食体验区。

3、提升线路服务接待能力

重点完善相关旅游服务设施，达到高度匹配的全产业链化。针对目前中国古都文化旅游线路服务设施接待能力的短板，郑州、洛阳、开封、安阳、许昌各市要着力加强各类市级大型旅游服务设施建设。郑州、开封线路主节点要有效扩展景区停车场和景区游客购物中心的设施空间，完善外文化旅游标识导服系统。景区内加强智慧旅游服务体系建设，如在线预订、电子门禁、手机自助导游等。郑州商城遗址公园节点，要尽快完善游客服务中心和大型停车场等相关设施。

4、线路节点沿线主题化水平提升

打造郑州、开封、洛阳、安阳和许昌五个节点城市服务区域，全方位提升这五个节点城市的沿线主题化水平。

(1) 线路核心区域沿线主题化。系统化完善古都景区景点和各要素服务行业设施的古都主题产品，在五个古都城区开发建设相应时代的仿古建筑或新中式样式建筑，实现五城核心区旅游公共服务系统的古都主题形象全覆盖。(2) 线路环核心区沿线主题化。系统安排古都文化形象进社区、进广场、进公园、进校园、进商街，20%的旅游公共服务系统带有古都文化主题形象。(3) 线路沿线配套产业升级。线路沿线系统发展涉古都游配套产业，组织包括涉古都制造业、涉古都文化产业和产业综合体等产品项目开发。

(四) 推荐通道

根据河南入境客源的主要来向与线路交通的便利通达性，推荐中国古都文化旅游入境线路通道和域内线路通道：

(1) 入境线路推荐通道：

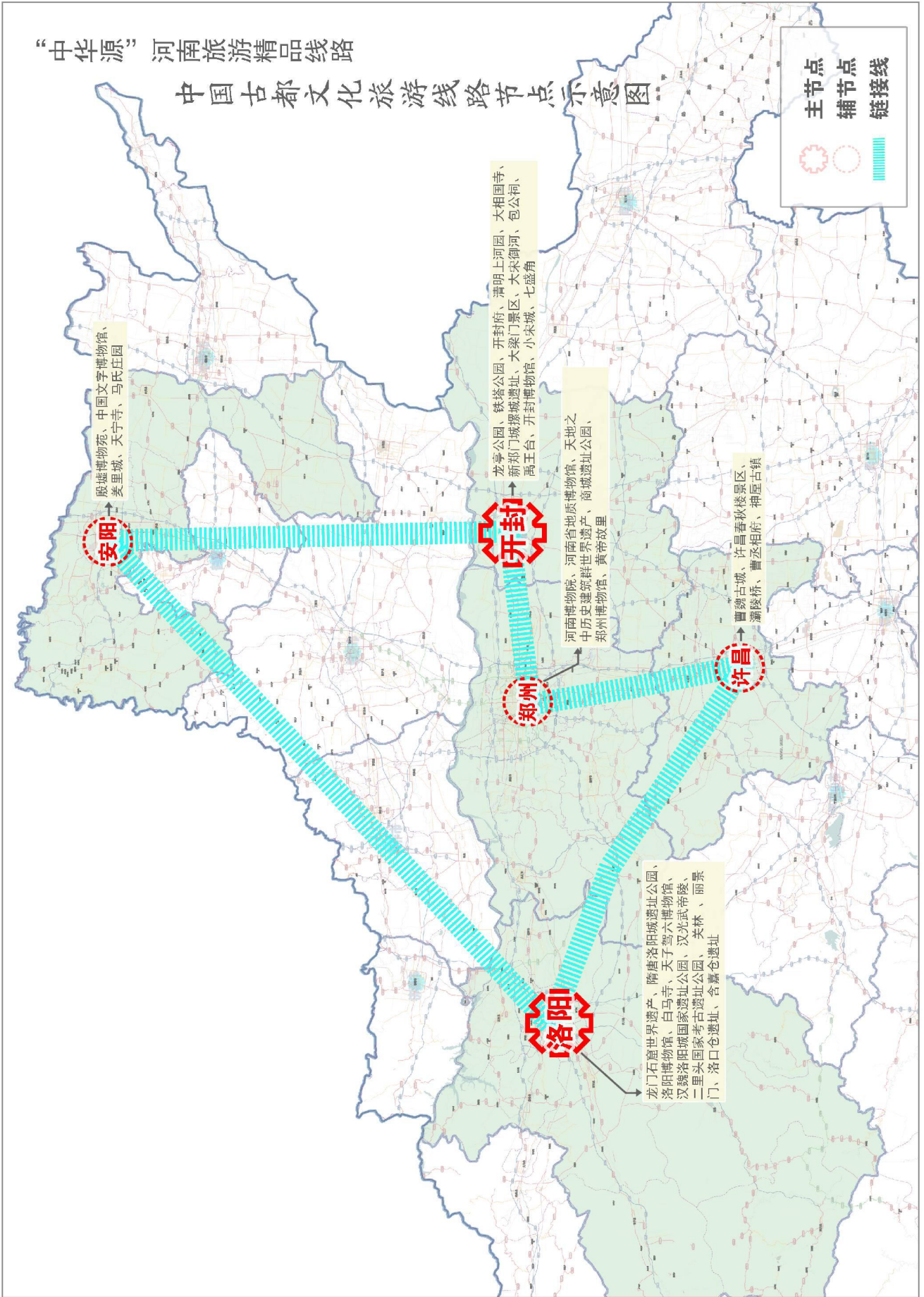
- ①北京—郑州—洛阳—安阳—开封—郑州
- ②西安—洛阳—郑州—开封—安阳
- ③济南/青岛—开封—郑州—许昌—洛阳

(2) 域内线路通道：

特殊旅游团队，可以郑州为起止节点，优先推荐以顺时针方向运行：郑州—许昌—洛阳—安阳—开封—郑州。

“中华源”河南旅游精品线路

中国古都文化旅游线路节点示意图



第五章 黄河-丝路文明旅游线路提升

河南黄河文明游与古今丝路风情游在线路上高度重合，因此合并打造黄河-丝路文明旅游线路，主要依托三门峡、济源、洛阳、巩义、焦作、郑州、开封、滑县、濮阳、商丘等市县。

一、线路基础

(一) 产品现状

黄河-丝路文明旅游线路是河南省开发最早、知名度最高的旅游线路，也是纳入国家旅游局重点打造的10条国家精品旅游带之一。整个线路连接4个国家AAAAA级景区、23个国家AAAA级景区，还有数百个A级—AAA级景区，是近十年河南开发的高起点旅游线路。其中，中国（河南）自由贸易试验区是国家十一大自贸区之一，大运河世界文化遗产河南段有7处，丝绸之路世界文化遗产河南段有4处。

专栏7 黄河-丝路文明旅游线路产品发展情况

◆ **依托地区：**三门峡、济源、洛阳、巩义、焦作、郑州、开封、滑县、濮阳、商丘等市县。

◆ **相对成熟的专题景区（点）：**

三门峡：黄河三门峡大坝、天鹅湖城市湿地公园、黄河丹峡、虢国博物馆、仰韶文化博物馆、函谷关、陕州地坑院、崤函古道石壕段遗址（丝绸之路河南段遗址）；

济源：黄河小浪底风景区、济渎庙、黄河三峡景区、王屋山；

洛阳：小浪底—西霞院风景区、黄河湿地自然保护区、大运河回洛仓遗址（大

运河河南段遗址)、含嘉仓遗址(大运河河南段遗址)、通济渠隋唐洛阳城段、新安汉函谷关遗址(丝绸之路河南段遗址)、玄奘故里、洛阳博物馆、天子驾六博物馆、龙马负图寺、黄河古镇孟津会盟古镇、汉魏洛阳城遗址和隋唐洛阳城定鼎门遗址(丝绸之路河南段遗址);

巩义:河洛汇流、大运河通济渠洛口仓段、康百万庄园;

焦作:嘉应观、孟州黄河湿地自然保护区;

郑州:河南博物院、新郑黄帝故里、商城遗址公园、黄河风景名胜区、黄河花园口风景区、孤柏渡飞黄旅游区、黄河博物馆、郑州黄河湿地保护区、通济渠荥阳故城段(大运河河南段遗址)、桃花峪、河南自由贸易试验区;

开封:新郑门城摞城遗址、朱仙镇运粮河遗址、汴河北宋东京城段、朱仙镇、朱仙镇国家文化示范园区;

滑县:卫河(永济渠)滑县段(大运河河南段遗址)、道口古镇;

濮阳:濮阳黄河水利风景区、戚城文物景区、二帝陵、仓颉陵、毛楼生态旅游区、将军渡黄河游览区、东北庄杂技小镇、水秀国际杂技产业园;

商丘:商丘古城、通济渠商丘南关段(大运河河南段遗址)、夏邑汴河济阳镇段(大运河河南段遗址)、黄河故道、隋唐大运河商丘码头遗址、应天书院。

◆ **旅游商品:** 开封汴绣、朱仙镇木版年画、黄河澄泥砚、滑县道口烧鸡等。

◆ **旅游节庆:** 三门峡黄河文化旅游节等。

(二) 线路评估

(1) 沿黄6市——郑州、开封、洛阳、三门峡、济源、濮阳已有一大批黄河专题景区(点),它们构成了黄河线路雄厚的观光、休闲、度假和研学游产品。焦作、商丘、巩义3市县开发的黄河主题旅游产品较少,局部势单力薄。丝绸之路和大运河两大世界遗产资源有限,影响力有限,且小而分散,只有纳入整个线路才具有市场吸引力。

(2) 三门峡、济源、洛阳、郑州、濮阳5市依托黄河

水利资源建成的景区包括：黄河第一座水利枢纽工程——三门峡水库、黄河第一大水利枢纽工程——小浪底水库、黄河上最大的巨人雕像景点——炎黄广场、亚洲第一大闸——濮阳渠村黄河大闸，它们最具形象张力，构成了线路上具有垄断性的观光产品和研学游产品。特别是三门峡市凭借天鹅湖城市湿地公园、三门峡国际黄河旅游节等黄河文化资源发展迅速，2016年接待游客3207.74万人次，旅游总收入达235.62亿元，已成为我省接待国际入境游客的重要目的地。但两座水库的旅游开发都不到位，没能打造出黄河旅游精品；大量黄河湿地、黄河故道资源未得到良好开发。

(3) 黄河-丝路文化旅游资源欠缺整合，文化内涵挖掘不够，具有较强观赏性的黄河历史文化遗存不多，开发的旅游产品规模不大，高品质的历史文化资源没有转化为具有吸引力的产品。

(4) 在产业链打造方面，三门峡、济源、洛阳、郑州4个沿黄城市的主要黄河旅游区已初步形成较完整的旅游产业链，并努力建设较为完善的配套旅游服务产品体系，具备国际旅游、国内旅游共同发展的产业格局；开封、焦作、商丘、濮阳、巩义、滑县等市县仍处在黄河文化景区开发阶段，旅游产业链打造工作明显滞后；黄河丝路线形成了“西强东弱”的发展格局，全产业链不够完善。

(5) 在线路市场需求方面，多偏好中国历史文化的我

国港、澳、台地区和日本、东南亚各国及欧美游客，构成了黄河-丝路旅游产品的主要入境客源市场。

二、线路节点

依照我省黄河-丝路旅游资源的分布特色和目前相关旅游产品开发基础，设计线路由以下节点构成。

（一）主节点

黄河-丝路文明旅游线路主节点为三门峡市区、洛阳市区和郑州市区，以三门峡、洛阳和郑州为核，链接线路各辅节点和景区。

（二）辅节点

以济源、开封、商丘三市市区为辅节点。

三门峡、济源、洛阳、郑州、开封、商丘六个沿黄城市需要针对黄河-丝路线路主、辅节点的旅游公共服务设施进行提升和完善，加速提高国际化接待水平。

（三）潜力节点

焦作、濮阳、巩义、滑县等市县作为黄河-丝路文明旅游线路潜力节点，需要对各区域线路节点的旅游公共服务设施和旅游产品进行积极打造，逐步提升其旅游接待水平，以期能够进入黄河-丝路文明旅游线路的推荐节点中。

三、线路提升

（一）提升要领

积极融入国家“黄河华夏文明旅游带”，突出“中华源·黄河魂”主题，整合特色旅游资源，将厚重的历史文化资源、重要的历史考古发现和沿岸山水风光融为一体，活化华夏文明物质载体，强化黄河两岸旅游通道、慢游绿道建设，运用新的文化元素和科技手段，精心组织、打造一批具有浓厚黄河文化特色的旅游项目。

充分发挥丝绸之路和大运河两大世界遗产的历史魅力，突出“中华源·丝路情”主题，讲好“古今丝路”和“运河兴衰”故事，将古今丝路旅游节点及隋唐大运河节点与黄河华夏文明的经典元素相融合，串点连线，完善旅游要素，强化文化创意，培育旅游精品，提升旅游服务。

（二）提升目标

倾力打造展现辉煌久远的华夏文明，丝路文化、运河文化与沿黄区域黄河文化互融共生，具有国际吸引力和竞争力的精品旅游线路，全面融入国家“黄河文明旅游线路”、“丝绸之路精品旅游线路”、“京杭运河精品旅游线路”。

（三）提升要点

1、加快黄河-丝路观光旅游产品升级

加强三门峡、济源、洛阳、郑州、开封、商丘等沿黄6市体现黄河-丝路风貌的主题文化景区建设，强化黄河-丝路

文化观光游产品项目，深化世界文化遗产探秘，注重遗址景点可视性景观的开发建设，创新开发深度观光旅游产品。

专栏8 黄河-丝路文明观光游线路产品提升要点

◆ 提升国际化旅游产品品质：

1) 强化黄河-丝路各景区主题文化展示：在天鹅湖国家城市湿地公园、函谷关、济源王屋山、济渎庙、小浪底风景区、黄河三峡景区、洛阳龙马负图寺、玄奘故里、郑州黄河风景区、黄河博物馆、开封清明上河园、朱仙镇启封故园、大相国寺、商丘古城等景区中，强化黄河-丝路华夏文明的典故传说、民俗文化展演、官府河务管理文化展现、名人故居探访等各类产品提升和新项目开发。

2) 加强黄河-丝路文化遗址保护性开发：加强崤函古道石壕段遗址、大运河商丘南关码头遗址等世界文化遗产的保护，加强文化遗产的有形化展示，注重可视性景观的建设，在各市博物馆设置黄河-丝路展厅。

3) 依托陕州地坑院、洛阳窑洞建筑等黄河特色民居，深入挖掘传统民居建筑文化，加强特色民居的活化利用。同时，保留部分特色民居的原住民，彰显当地的民风与习俗，加强游客与当地居民的互动交流。

◆ 深度开发创新型旅游产品：

1) 黄河-丝路文明主题园区建设：沿黄各城市应加快开发独具特色的黄河-丝路风情园区，如孟津伏羲文化传承区（以龙马负图寺为核心）。

2) 文化创意性项目开发：三门峡、洛阳、郑州、开封、济源等沿黄城市利用新技术开发深度观光产品，如济源黄河水秀；创作数字化实景冒险世界游园《丝路游记》、《黄河传奇》等；开发情景再现的数字化黄河-丝路风情展览馆或博物馆。

◆ 借助节庆活动打造文化品牌：

依托三门峡国际黄河旅游节、黄河小浪底观瀑节等品牌节庆，丰富黄河-丝路游线的休闲活动内容，提升产品品质。

2、加强黄河-丝路体验旅游产品开发

依托大、中型黄河-丝路主题相关景区和度假区，以黄河文化、丝路文化为核心，创新开发黄河-丝路体验、黄河-

丝路修学和黄河-丝路养生等各类产品，推出黄河生态休闲养生、丝路养生系列旅游产品。

专栏9 黄河-丝路文明体验游线路产品提升要点

◆ 加强黄河-丝路体验：

1) 旅游休闲度假区：黄河小浪底旅游度假区、洛阳龙门大唐小镇、黛眉山旅游度假区、三门峡黄河天鹅湖湿地旅游度假区、高阳山温泉度假区、商丘黄河故道旅游度假区等。依托各市旅游休闲度假区和旅游要素行业开发具有黄河-丝路文化主题的情景性、互动性体验产品。加快发展文艺表演、夜游、夜宴、夜饮等夜间休闲活动。

2) 推出主题养生系列产品：创新开发黄河湿地养生院、小浪底度假区疗养院、郑州白沙湖休闲养生园、龙门旅游度假区禅修院、洛阳黛眉山顶草甸养生园、三门峡高阳山温泉度假区温泉保健院、黄河养生庄园、济源五龙口温泉小镇、黄河中医养生堂等主题养生产品。

◆ 开发黄河-丝路修学游产品：

开发黄河-丝路文化学习基地、黄河私塾、黄河-丝路文化书院、黄河-丝路文化书馆、黄河-丝路画院、洛阳河洛书院等黄河-丝路修学游产品。依托郑州大学、河南大学、河南师大、洛阳师院等各城市高校，开发中国黄河文化与丝路文化研修院、研修班等高端修学游产品。

◆ 丰富文化元素打造主题商品：

以开封汴绣、朱仙镇木版年画、黄河澄泥砚等旅游商品为依托，融入黄河文化、丝路文化以及时尚元素，推广文化精神，打造品质化特色商品。

◆ 深入挖掘黄河-丝路美食文化：

以黄河大鲤鱼、三门峡羊肉汤等特色美食为依托，深入挖掘地方美食文化，提升地方特色文化街区，借助品牌美食吸引人气。

3、提升线路服务接待能力

重点完善主、辅节点区域的旅游基础设施和服务设施建设，达到高度匹配的全产业链化。基于黄河—丝路文化产品

开发难度大和涉及面广，三门峡、济源、洛阳、郑州、开封、商丘等区域旅游部门要联合交通部门加强交通网络体系和交通标识体系的建设，联合文保单位加强文化遗产的保护性开发，联合园林单位加强交通沿线和主辅节点区域的环境营造，联合水利单位加强黄河和大运河水利工程的提升整治和旅游开发，部门联动，形成开发合力，加强基础工程建设。同时，各市县要加强旅游集散中心、旅游信息服务中心、旅游餐饮接待区域、旅游住宿接待区域、旅游购物接待区域等旅游配套服务体系的建设，完善旅游服务接待体系，完善产业要素，提升各节点旅游接待能力和水平，以达到国际化的产品品质和服务水平。各节点景区要加强在线预订、电子门禁、手机自助导游等智慧旅游服务体系建设。

4、提升线路节点沿线主题化水平

(1) 线路核心区域沿线主题化。三门峡、济源、洛阳、郑州、开封、商丘六大节点城市的核心区实现旅游公共服务系统的黄河-丝路主题形象全覆盖，包括星级公园、导视系统、环卫系统、道路桥梁、城市公园、园林景观等；(2) 线路环核心区沿线主题化。系统安排黄河-丝路文化形象进社区、进广场、进公园、进酒店、进乡镇；(3) 线路沿线配套产业升级。系统发展涉黄河-丝路产业，组织黄河-丝路文明主题的制造业、农业、文化产业和产业综合体。

（四）推荐通道

根据河南入境客源的主要来向与线路交通的便利通达性，推荐黄河-丝路文明旅游入境线路通道和域内线路通道：

（1）入境线路推荐通道：

①北京—郑州—洛阳—济源—三门峡—西安

②西安—三门峡—济源—洛阳—郑州—开封—商丘—青
岛

③济南/青岛—商丘—开封—郑州—洛阳—济源—三门峡—西安

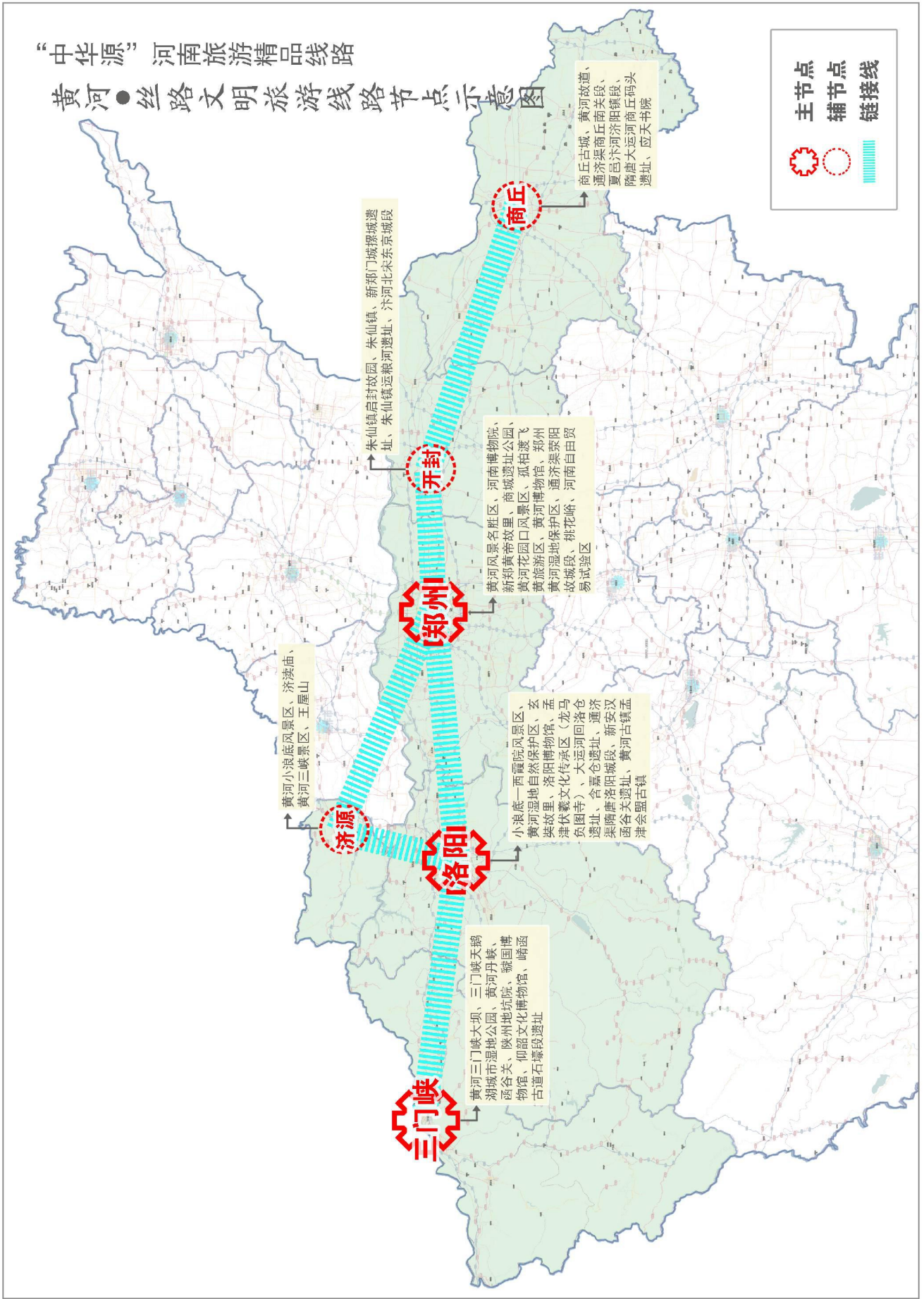
（2）域内线路通道：

①西线：郑州—洛阳—三门峡—济源—郑州

②东线：郑州—开封—商丘—郑州

“中华源”河南旅游精品线路

黄河·丝路文明旅游线路节点示意图



第六章 中原山水休闲旅游线路提升

中原山水休闲旅游线路主要依托焦作、新乡、安阳、鹤壁、洛阳、平顶山、南阳、驻马店、信阳9个省辖市。

一、线路基础

主要依托太行山、伏牛山、大别山三大山系得天独厚的山水资源和丰富的旅游产品。

(一) 产品现状

中原山水休闲旅游线路涉及9个省辖市，12个5A级景区，40余个4A级景区，山水资源开发程度较高、数量较大，集中展示了“老家河山”的壮丽美景。以云台山、太行大峡谷为代表的豫北山水景区已形成较完整的高品质对韩旅游接待产品。各景区积极引进户外运动、峡谷漂流、森林康养、避暑度假、玻璃栈道、露营地等新兴旅游项目，国内市场日渐蓬勃，但差异化发展仍是山水型景区需要解决的核心问题。

专栏 10 中原山水休闲旅游线路产品发展情况

◆ **依托地区：**焦作、新乡、安阳、鹤壁、洛阳、平顶山、南阳、驻马店、信阳等省辖市。

◆ **相对成熟的专题景区（点）：**

1、太行山系

焦作云台山景区、青天河景区、神农山景区；安阳红旗渠·太行大峡谷；新乡南太行旅游区、宝泉景区、轿顶山景区；鹤壁大伾山风景区、云梦山风景区；

2、伏牛山系

洛阳白云山国家森林公园、老君山·鸡冠洞旅游区、新安龙潭大峡谷景区、

黛眉山景区、重渡沟景区；平顶山尧山·中原大佛、尧山温泉旅游度假区、画眉谷、墨子故里；南阳老界岭·恐龙遗迹园旅游区、宝天曼生态旅游区、宝天曼峡谷漂流、二龙山景区、丹江湖旅游区，驻马店嵯峨山景区和嵯峨山温泉小镇；

3、桐柏山-大别山系

南阳淮河源风景区；信阳鸡公山风景区、南湾湖风景区、灵山风景区、黄柏山景区、西九华山景区、金刚台景区、汤泉池度假区、红色首府、将军故里景区；驻马店老乐山景区、金顶山景区、铜山景区。

- ◆ **旅游美食餐饮：**各系山水景区内及周边区域多以农家餐厅为主，以山水风味餐厅为辅。多数 5A、4A 级景区旅游餐饮发展相对成熟，其中云台山、太行大峡谷、白云山、尧山温泉旅游度假区、丹江湖、鸡公山、南湾湖、汤泉池、嵯峨山等景区共有十几间具有国际化接待水平的餐厅。
- ◆ **旅游酒店：**大部分 5A、4A 级山水景区内或周边都有酒店或农家宾馆等住宿接待设施，但品牌酒店、主题酒店、特色民宿等高品质住宿接待设施较少。
- ◆ **旅游购物：**有洛阳唐三彩、南阳玉器、焦作铁棍山药、信阳毛尖等特色商品，但大多数山水景区内的旅游购物点小而杂，缺乏监管，旅游商品缺乏本土特色。
- ◆ **旅游节庆：**中国云台山国际旅游节、全国群众登山健身大会暨河南省“三山同登”群众登山健身大会、安阳航空运动文化旅游节等。

（二）线路评估

（1）山水游线共分为太行山方向、伏牛山方向、大别山方向三组山脉，其中太行山方向以焦作市为引领，安阳、新乡发展迅速，后劲十足，其游客主要来自北京、山东、天津、陕西、内蒙古、上海等地；伏牛山方向以洛阳为龙头，南阳市游客量也稳步增长，但 60%的景区还是以门票收入作为景区的主要收入来源；大别山方向，信阳和驻马店旅游发展基本持平，游客接待量都在 2500 万人次左右，且基本上

都是国内游客，主要来自湖北、安徽、北京、省内等其他城市。

(2) 多数山水产品内容单一，开发滞后，山水休闲度假旅游产品的吸引力和竞争力弱小，难以激起省外和海外旅游者的购买欲望，直接影响我省中高端山水休闲游产品的丰度和品质。

(3) 线路上的主要景区都在进行旅游产业的要素升级改造，但仍存在产业结构不合理、部分要素环节较薄弱，各要素的数量、层次、质量结构跟不上，住宿业和餐饮业接待能力和水平明显低于景区发展要求，“购、娱”更是薄弱环节；多数景区仍处于单一的“门票经济”阶段，食、住、行、游、购、娱等多环节综合收益不足，服务总体质量不高，服务专业化程度较低。

(4) 山水游线近几年的入境客源仍以亚洲第一、欧洲第二、北美洲第三。在亚洲客源中，韩国客源居首位，港、澳、台次之，日本和东南亚各国仅居其后，亚洲客源占入境游客总人次的70%左右。远途的欧洲、北美、澳洲及其他国家地区占客源总数的20%。国内游客是中原山水旅游的绝对客源市场，主要来自省内与半径800公里以内的周边省市，表现出较为明显的近地效应。

二、线路节点

依据我省太行山、伏牛山、大别山三山的山水资源分布

特色和目前已开发的旅游产品基础，设计以下线路节点。

1、太行山方向

主节点：新乡市区，要以新乡为核，南北链接线路各辅节点和景区。

辅节点：焦作市区、安阳市区和鹤壁市区。

新乡、焦作、安阳和鹤壁四个太行山系城市需要针对中原山水线路主、辅节点的旅游公共服务设施进行提升和完善，加速提高国际化接待水平。

2、伏牛山方向

主节点：南阳市区，要以南阳为核，链接线路各辅节点和景区。

辅节点：洛阳、平顶山、驻马店三市市区。

南阳、洛阳、平顶山和驻马店四个伏牛山系城市需要针对中原山水线路主、辅节点的旅游公共服务设施进行提升和完善，加速提高接待水平。

3、大别山方向

主节点：信阳市区，要以信阳为核，链接线路各辅节点和景区。

辅节点：桐柏县城区、新县城区、商城县城区。

信阳、南阳和驻马店三个桐柏-大别山系城市需要针对中原山水线路主、辅节点的旅游公共服务设施进行提升和完善，加速提高接待水平。

三、线路提升

（一）提升要领

以“中华源·好河山”为主题，依托太行山、伏牛山、桐柏—大别山的生态山水旅游资源，将山水资源打造成集观光、休闲、度假、养生于一体的复合性旅游精品。突出开发断崖万仞太行风光国际观光游和运动养生休闲国内游。依托绿色生命宝库“伏牛神韵”，开发伏牛山生态休闲和养生度假游。依托桐柏—大别山革命根据地和红旗渠的“红色血脉”，开发南北两处红绿兼备的红色教育、生态休闲和养生度假游。

（二）提升目标

以国际化标准严格要求所有的山水5A景区（含正实施申报5A景区工作程序的景区）对区内产品和服务进行升级，打造名副其实的精品景区。开发出多层次、多元化的中原山水休闲旅游线路体系，与河南“功夫线路”、“古都线路”和“黄河—丝路线路”相融合，倾力打造生态山水、休闲山水与文化山水互融共生的具有国际国内吸引力和竞争力的中原山水精品旅游线路。

（三）提升要点

1、开发国际化太行旅游区观光休闲游

以打造“中原山水国际目的地”为目标，升级发展太行观光，大力发展运动休闲度假养生旅游，创新发展专项和新型旅游产品，提升各类接待设施和旅游服务品质达到国际化水平，将太行山游线打造成为河南首条以山岳观光为基础、以健康休闲和运动养生为特色的国际化旅游线路。

专栏11 中原山水休闲旅游线路太行山段产品提升要点

◆ 全面提升国际化观光旅游产品品质：

1) 加强太行山水精品景区建设：焦作、新乡、安阳、鹤壁4市每市打造2—3个国际化的中原山水旅游精品景区。重点建设新乡八里沟，进一步开发太行大峡谷山顶观光游，开发宝泉景区“太行水峡”、“崖上水镇”项目。

2) 创新开发深度观光旅游产品：深度挖掘太行断崖风光、红旗渠精神、北派山水画、太行人家等太行文化内涵，开发太行文化主题大型风情演艺产品，创意开发情景再现的数字化风情博览馆，深度开发红旗渠精神观光体验产品。

◆ 大力发展专项和新型旅游产品：

1) 加强写生摄影基地建设：提升一批老牌写生摄影基地服务品质，新建一批服务品质国际化的高端写生摄影基地，主要接待国内外中、高端写生摄影者。

2) 建设一批时尚户外运动旅游基地：设置山地自行车、攀岩、速降、极限、飞行、野战、拓展等项目。完善太行大峡谷“飞翔的太行”产品，青天河开发成为太行水上运动基地。

3) 提升一批、新建一批高品质的避暑度假和健康养生宾馆、度假村和民宿：对太行大峡谷旅游区、南太行旅游区、云台山现有农家宾馆和民宿建筑进行升级改造，加快宝泉二期“崖上水镇”开发。

4) 开发一批儒、释、道、医养生院和研修院，如云台山百家岩等。

2、开发大伏牛山旅游区生态休闲游

以打造“中原山水休闲目的地”为目标，推动传统观光

产品向游憩休闲方向转型。大力打造山地运动、休闲度假、文化养生等新型旅游产品，把各类接待设施和旅游服务品质提升到国际化水平，将伏牛山打造成为以山水休闲、养生度假为特色的国际知名、国内一流的旅游区。

专栏 12 中原山水休闲旅游线路伏牛山段产品提升要点

◆ 加快推进伏牛山生态山水旅游产品转型：

1) 加强伏牛山水精品景区建设：平顶山、南阳、洛阳、驻马店 4 市每市打造 2—3 个中原山水旅游精品景区。重点建设宝天曼生态旅游区，加快白云山、老君山、龙潭大峡谷、嵯峨山、重渡沟、老界岭、宝天曼休闲度假产品的开发。

2) 创新开发深度体验文化旅游产品：深度挖掘伏牛山文化内涵，开发具有伏牛山文化主题的大型伏牛山风情演艺产品，创意开发情景再现的数字化风情博览馆，深入开发恐龙遗迹园主题公园。

◆ 大力发展休闲度假和新型旅游产品：

1) 加快发展休闲度假区，开发一批温泉养生宾馆、林浴养生木屋、康体健身露营、避暑度假民宿项目，重点完善尧山温泉旅游度假区、嵯峨山温泉小镇休闲度假功能，加快白云山、老君山、老界岭等高山景区避暑度假设施建设。

2) 着力发展山地运动休闲区，提升一批漂流、滑雪产品，建设一批时尚户外运动休闲基地，设置山地自行车、山地摩托车、攀岩、极限挑战、野战、拓展、翼装飞行等项目。

3) 开发一批儒、释、道、医养生院和研修院，如尧山、老君山、重渡沟等，进一步完善尧山尧祠项目。

4) 围绕尧山、老界岭、老君山、白云山、龙潭大峡谷、重渡沟等龙头景区，选择旅游资源品质高、景观奇异独特的中小景区，建设一批服务品质国际化的高端写生摄影基地，同时接待国内高端写生摄影者和观光休闲客。

3、开发桐柏-大别山旅游区文化山水游

充分利用桐柏-大别山和淮河风光生态文化资源，推动生态文化山水旅游景区转型，大力发展休闲度假和新型旅游产品。

专栏 13 中原山水休闲旅游线路桐柏-大别山段产品提升要点

◆ 加强桐柏-大别山生态文化山水旅游产品转型开发：

1) 依托鸡公山丰富的旅游资源，打造以文化山水为特色的鸡公山国际山地旅游休闲度假区。

2) 开发桐柏-大别山 3 市文化旅游精品：老乐山重阳文化之旅；新县、商城、桐柏革命老区红色教育文化之旅深度体验项目；固始西九华山寻根拜祖恳亲体验文化之旅项目；

3) 依托豫南丰富的茶文化资源，大力开发茶文化休闲、茶园体验、茶道修习、茶饮养生、茶经修心等系列茶文化体验旅游产品，打造中原茶文化旅游区。

4) 在提升淮源观光、大别山游憩、淮南水乡风情、南湾湖光山色等产品品质的基础上，汇聚淮南大别山风情，开发一场信阳民歌乐舞会——《大别山诗》。

◆ 大力发展休闲度假和新型旅游产品：

1) 以国际化品质打造休闲旅游精品：积极打造汤泉池温泉康体、灵山禅修养生、淮源道教修养、桐柏佛学院禅修、新县大别山露营公园、金刚台峡谷漂流、老乐山生态休闲等产品。

2) 通过提升主题打造特色更突出的品质酒店，如依云森林温泉酒店、山湾大酒店、星湖之畔度假酒店、颐庐别墅酒店等。

3) 积极打造豫南土特产品生产基地、淮南艺术品制作基地、大别山动漫技术研创基地等创新产业园区。

◆ 加强区域联动，强化联合推广：

依托“老家河南·生态豫南”旅游推广联盟的成立，加强区域组织建设、注重产品开发、强化市场推广，以联盟为推广主体，有效实施精准营销，形成推广合力。

4、提升旅游要素行业产品

重点完善各线路方向主、辅节点区域的旅游基础设施和服务设施建设，达到高度匹配的全产业链化。

专栏 14 中原山水休闲旅游线路要素行业产品提升要点

◆ 做大做强旅游商品品牌：

以好想你枣等品牌企业为典范，各城市或区域提升自己的旅游商品，做精品，做强企业，做大品牌。

◆ 做精做细旅游美食：

以地方特产为食材，精细化制作流程为特点，口感品质为卖点，品牌企业为依托，打造地方餐饮品牌、美食广场或美食街区，实现精细化餐饮管理。

◆ 高品质酒店和特色酒店相结合：

积极引进高星级酒店、品牌酒店等高品质酒店，积极发展主题民宿，注重露营地、帐篷酒店、树屋酒店、崖壁酒店等特色酒店的培育和发展。

◆ 加强内外部游线的提升与管理：

保证外部交通指示标识明晰、路况优良，提升内部游线的景观丰度。

◆ 完善相关旅游服务设施：

加强市级旅游信息服务中心、市级游客集散中心、游客购物中心、游客餐饮中心、市域智慧旅游管理系统等大型旅游服务设施建设；有效扩展线路主节点的景区停车场、景区游客购物中心和景区内餐饮中心的设施空间；完善外文旅游标识、在线预订、电子门禁、手机自助导游等旅游服务体系。

5、提升主要节点的沿线主题化水平

(1) 线路核心区域沿线主题化。系统化完善中原山水景区景点和各要素服务行业设施的中原山水主题产品，实现核心区旅游公共服务系统的中原山水广告形象全覆盖，包括导视系统、道路桥梁、城市公园、园林景观等。(2) 线路环核心区域沿线主题化。提升线路环核心区的中原山水主题

化，系统安排中原山水文化形象进社区、进广场、进公园、进山村，20%的旅游公共服务系统带有中原山水文化主题形象。（3）线路配套产业升级。系统发展中原山水衍生产业链，组织户外活动装备、休闲旅游服饰、山水家常食品、生态饮料、山茶等工业品生产，创意开发山水主题纪念品、书画作品、影视制作、动漫设计等文创产品。

6、中原山水休闲旅游线路推荐通道

根据河南入境客源的主要来向与线路交通的便利通达性，推荐“太行山水观光游”、“伏牛山水休闲游”、“大别山水文化游”线路通道：

（1）“太行山水观光游”

- ①北京—郑州—焦作—新乡—鹤壁—安阳—西安
- ②西安—安阳—鹤壁—焦作—新乡—郑州
- ③济南/青岛/合肥—郑州—焦作—新乡—安阳—北京

（2）“伏牛山水休闲游”

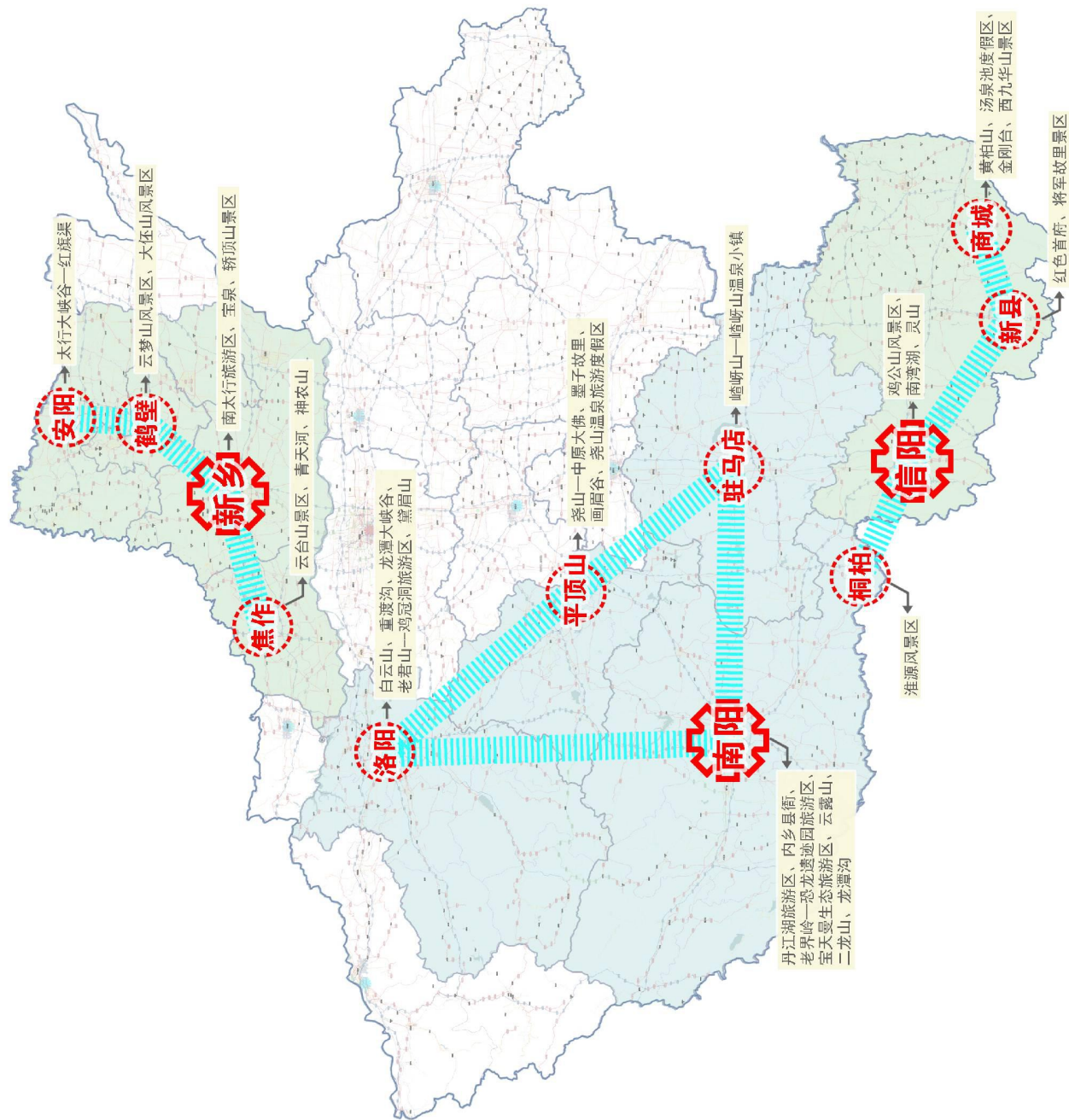
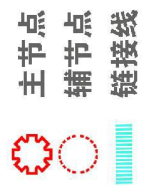
- ①北京—郑州—洛阳—南阳—郑州
- ②郑州—平顶山—南阳—郑州

（3）“大别山水文化游”

- ①郑州—驻马店—南阳—信阳—郑州
- ②上海/武汉/合肥—信阳—南阳—驻马店—郑州

“中华源” 河南旅游精品线路

中原山水休闲旅游线路节点示意图



第七章 保障体系

一、政策保障

（一）顶层设计指导区域发展

依托《中原城市群发展规划》，河南重点打造大都市区核心区，加快郑州国家中心城市和郑州航空港经济综合实验区建设。我省旅游产业发展应紧密结合上层战略规划，实施线路主要节点城市带动战略，实行区域旅游组团式发展。在河南省人民政府指导下，由河南省旅游局牵头，组织各相关地市人民政府，从道路交通、行业管理、环境整治、景区提升、服务设施建设、市场监管等方面着手，以“三化提升”为目标，联合各县级人民政府制定和实施区域旅游提升发展的政策与办法。

（二）因地制宜完善用地政策

以土地利用成本最小化为基准，针对精品线路提升所需的土地利用进一步完善旅游用地政策，鼓励尽量在原有用地的基础上进行工程改造提升，尽量利用一些未利用地、废弃地、非农田用地等土地建设公共服务设施。同时，积极争取在文化遗产周边开发休闲旅游的用地政策，如殷墟、龙门石窟周边都可进行高品质旅游产品的开发。

（三）实施项目管理举措

1、建立专门的精品游线提升项目库。积极争取国家有

关政策性资金支持；针对不同的提升项目设置旅游发展专项资金、旅游发展基金。

2、建立实施精品游线提升项目协调机制。建议由省旅游局总体协调指导，每条线路由一个市旅游局牵头组织、全力打造，其他各地市旅游局积极协调配合、加快提升。省旅游局对外旅游合作处、旅游促进处、规划发展处、监督管理处等各业务处室要具体责任落实到位，分别督导监管精品游线提升工程不同领域的工作。

3、设置政府支持扶持资金，明确扶持奖补标准，以推动精品游线提升项目加快落地。与金融机构合作，为旅游设施提升工程提供优惠贷款。

（四）完善河南旅游大交通

争取河南省财政厅、河南省交通运输厅等相关部门的财政政策和资金支持，进一步完善高速公路网建设，连通各旅游节点城市，连接线路各节点景区景点。加快建设城际铁路轨道交通，缩短城与城、城与景之间的距离。在相关旅游城市交通主节点处设置旅游集散中心，为游客提供中转服务。旅游局结合民航局出台相关低价航空、包机、72小时落地免签等鼓励政策，促进郑州成为入境游主要节点或中转城市。

（五）完善行业标准体系

1、旅游服务标准化下的差异化发展

建立专项旅游市场监督检查制度。对旅游企业实施年度

检查和审核制度，以保证旅游服务的标准化、规范化。鼓励景区、酒店等旅游企业实行差异化的服务创新，结合各自的企业文化与主题，提供个性化、人性化、差异化服务。

2、旅游商品绿色标准化下的品质化提升

以国际绿色产品标准严格要求旅游商品的制作加工，全程实行国际绿色化标准，并结合各游线主题、区域的本土特色，从商品的口味、品质、包装上进行工艺提升，突出本土特色。

（六）鼓励大众涉旅创新创业

鼓励引导社会大众涉旅创业和涉旅就业，对一些乡村的农民进行专业培训，尤其是山区农民，鼓励他们在家乡涉旅创业，旅游部门可以出台以奖代补、小额贷款资金支持、个体免税等相关政策支持本土居民创新发展民宿、旅游农业等相关产业。同时鼓励大学生投身旅游创新创业，搭建创新创业平台，为精品线路注入新生力量，以“活力、开放、创新”的理念打造旅游商品、旅游纪念品。此外，还要积极引进“花间堂”、“山里寒舍”等高端品牌入驻河南，提升旅游产品品质，开拓小流量、高层次、高消费市场群体。

二、人才保障

（一）建立优秀人才储备库

通过组织各大院校、科研机构、旅游企业的智慧力量，组建包涵高校知名教授、旅游专家、企业精英、青年英才等

多样性人才的旅游智库，组织开展精品线路旅游发展现实性问题研究，以及其他旅游相关问题的研究。

（二）拓宽旅游教育与培训渠道

鼓励省级、各地市建立旅游人才教育培训基地，以精品线路为抓手，以教育培训基地为据点，鼓励企业之间的经验交流和技能培训。通过校企合作、数字化课程共享等手段，采用分段式学习、学徒制、双导师制、理论与技能相结合等灵活性的学习形式，增加旅游教育机会，拓宽教育培训渠道。

（三）健全旅游人才流动配置机制

在省旅游局网站、各地市旅游官网及相关旅游专业网站上发布旅游企业人才需求清单和院校旅游人才供给清单，促进企业与高校之间的人才供需对接。在旅游智能化信息平台上建立长期的旅游人才信息分级管理档案，关注旅游高级人才流动方向，以推动高层次人才的引进和培养。

（四）强化旅游人才激励保障机制

建立旅游人才发展专项资金，制定优秀人才评选机制，重视对旅游人才的物质奖励和精神鼓励。

（五）加强旅游人才的交流与合作

政府主导，创造条件输送省内专业旅游人才到省外、国外考察和学习先进旅游经验，加强旅游人才之间的对接与开发合作，支持我省院校、行业组织等举办国内或国际上具有影响力的旅游发展论坛、研讨会，鼓励我省院校开展与其他

国内或国际院校之间的人才交流与合作，促进优质教育资源的共享。

（六）创新旅游智库共享机制

以中华源精品线路为载体，以线路提升、资源整合为契机，促进专家智力向各个旅游点的输送，强化景区与周边区域的共同发展。促进旅游与其他学科之间的智慧碰撞和人才交流，通过多元化的项目合作和共融性的智慧平台建设，促进旅游与相关专业知识的智力共享。

三、体制保障

（一）建立常态化的协作机制

以问题为导向，建立常态化、开放式的协作机制，加强各部门之间的互相交流与合作。省政府及各地市政府明确各级旅游局为牵头部门，组织相关部门协商研究，制定推进方案，明确各部门职责，权责到人，强化各部门的运作效率。

（二）建立旅游综合性监管体制

积极探索“1+3”模式（即综合性旅游管理机构和旅游警察、旅游法庭、旅游工商分局等）在我省旅游市场监管中的开展，根据各市县、各乡镇的不同情况，联合卫生、公安、物价、工商、交通等不同职能部门，在节假日、黄金周等旅游旺季开展综合性专项整治和监管工作，保证旅游市场有序规范。

（三）坚持试点先行，不断创新发展体制

以线路试点探路，通过探索经验，寻找线路提升的突破点，在体制改革中起到示范、突破和带动的作用。同时，根据线路试点总结经验教训，并结合各条线路的不同特点、各个区域的不同发展程度，不断创新性调整，走出适合自身发展的新路子。

（四）鼓励各地自主建立旅游协调管理机制

鼓励和支持村、乡、镇等小区域范围根据自身情况建立由地方主要领导负责的多元化旅游协调管理机制，借鉴特色小镇、旅游名镇等区域发展经验，形成以政府为主导、旅游名企引领、周边产业带动等协同发展模式。

（五）运用现代化信息技术建立智慧化管理体系

建立地区化的旅游数据共享平台，采取网上办事、注册优先等措施，统筹整合政府部门、旅游企业、景区、旅行社等数据，实现不同平台信息的网络共享。通过网络平台与相关部门形成信息共享和协作联动，提高综合性协同管理能力。依托信息技术，对景区游客量、游客信息等数据进行积累和分析，挖掘旅游热点和游客喜好，推动旅游产业提质增效。

附件 中国功夫体验旅游线路设计方案

中国功夫体验旅游线路要以郑州市为牵头单位，主要组织登封、陈家沟、焦作、温县等区域进行联合开发。

一、产品设计

（一）功夫观光线路

第一天游程：郑州—登封（嵩山少林风景区、嵩山少林寺武术馆、三皇寨嵩山禅院）

体验项目：在嵩山少林武术馆演武厅内观看武术表演，练功房和少林传统功夫练功场里跟着大师现场学习八段锦，茶舍里品味禅茶，禅修堂里听大师讲禅，在室外练功场观看学徒练武、比武等其他休闲活动。

午餐：少林素斋

晚餐：永泰寺素斋馆

住宿：登封禅武大酒店

交通：乘坐旅游大巴，从郑州至登封，走绕城高速/郑少高速

娱乐：《禅宗少林·音乐大典》

购物：嵩山少林武术馆、中岳大街或万佳时代广场

第二天游程：登封—陈家沟（陈家沟景区、陈家沟武术院、中国太极拳博物馆、陈家沟太极拳武术馆（陈正雷））—焦作（云武堂度假小镇）

体验项目：在中国太极拳博物馆内观看太极拳表演，跟着教练学习太极拳基础套路，和拳师切磋武艺。在陈家沟武术院和大师讨论拳

法，研习精髓，互动切磋。

午餐：王庭大酒店

晚餐：云武堂养生餐厅

住宿：云台山云武堂度假小镇

交通：乘坐旅游大巴，从登封到陈家沟，走焦桐高速/S237 省道；
从陈家沟至焦作云武堂，走晋新高速/S233 省道

娱乐：中国太极拳博物馆太极拳表演

购物：陈家沟购物街

第三天返程：焦作（云武堂度假小镇）—郑州

备注：如果时间宽裕，第一天以少林寺、少林武术馆、三皇寨嵩山禅院为据点，对嵩山风景区进行全面地观光游览，第三天可以在云台山景区内参观、游览活动。

（二）功夫研学产品

1、产品分类

（1）短期研学班

时间：3—7 天

对象：国内、外武术爱好者

（2）假期研学班

时间：寒、暑假或国外的其他长假期间

对象：国内、外武术爱好者

（3）长期研学班

时间：1—3 年或更长时间的研学

对象：国内、外武术爱好者

(4) 居士禅修营

时间：三天

对象：居士（主要针对佛教修行者）

2、推荐武校武馆和禅院

嵩山少林寺武术馆、少林塔沟武术学校、少林鹅坡武术专修院、三皇寨嵩山禅院、少林寺小龙武院、陈家沟太极拳武术馆（陈正雷）、温县太极武术馆（陈二虎）、陈家沟武术院、国际太极院、陈家沟太极拳学校。

备注：①河南少林武术学院（隶属嵩山少林寺武术馆）、少林塔沟武术学校、少林鹅坡武术专修院、少林寺小龙武院、陈家沟太极拳学校都是专业的武术学校，都可针对国内、外武术爱好者开展短、中、长期武术培训和教学，食、宿都可安排。其中嵩山少林寺武术馆有专门的接待酒店—少林禅居国际酒店，也有针对性的少林功夫国际教学部；少林塔沟武术学校有专门接待国外学生的公寓宿舍；少林鹅坡武术专修院有功夫主题接待酒店—禅武大酒店。②三皇寨嵩山禅院已成功举办两届居士禅修营。③陈家沟太极拳武术馆（陈正雷）、温县太极武术馆（陈二虎）、陈家沟武术院、国际太极院都是由太极大师创办的武馆，均有接待国内、外太极爱好者短、中、长期功夫研学的能力。

二、区域联合

省外联合区域：河北、湖北、江苏、福建、北京、西安等省市。

省内联合区域：开封、洛阳、三门峡等市县。

三、产品推广

1、推广对象

国内、外功夫爱好者，其中国外主推欧美市场。

2、推广思路

中国功夫作为河南乃至全国吸引入境游的名片，中国功夫体验游线要积极融入到国家旅游局的推广线路中。我省可联合河北、湖北、江苏、福建等省市组建“中国功夫旅游推广联合体”，搭建中国功夫游境外联合推广平台，构筑务实高效、互惠互利的区域旅游联合体，拓宽河南旅游营销推广渠道，提升中国功夫旅游品牌在世界范围的关注度和影响力。

3、营销渠道

(1) 寻找国内、外经营中、高端旅游产品的旅行商，建立合作机制，推广新产品，开拓新渠道。

(2) 与直飞新郑机场的航空公司联系，在航点城市开展促销，借助航空公司的推广渠道宣传河南功夫旅游。

(3) 借助国内、外的武馆、武校、武院推广河南“功夫之乡”。

(4) 借助蚂蜂窝旅行网、西安马可波罗、北京中桥、携程、驴妈妈、去哪儿、途牛、同程、飞猪等国内外有影响的 OTA 平台，还可与主要旅游城市的 OTA 组成联盟，拓宽河南旅游营销渠道。

(5) 不断优化河南旅游官方网站—河南旅游资讯网，针对目标市场发布具有特色性和吸引力的旅游信息。

“中华源” 河南旅游精品线路

功夫观光线路示意图

主节点
辅节点
公路线路
铁路线路

