

Doi: doi.org/10.70693/rwsk.v1i2.615

乡村振兴背景下汤家汇小镇旅游形象感知与乡村旅游高质量发展路径研究

赵雯¹ 车晨¹ 刘家俊¹

(¹ 内蒙古大学 历史与旅游文化学院, 内蒙古 呼和浩特 010021)

摘要: 随着乡村振兴战略的深入实施, 乡村旅游作为推动乡村经济发展的重要产业, 逐渐成为乡村振兴的重要组成部分。特别是红色旅游与乡村旅游的融合, 展现出独特的价值与发展潜力。本文以安徽省汤家汇小镇为研究对象, 运用高频词分析、网络语义分析和情感分析等方法, 探讨了该地区旅游形象感知的现状与乡村旅游高质量发展的路径。研究表明, 汤家汇小镇的旅游形象主要围绕“红色”、“革命”、“大别山”等关键词展开, 游客对其红色文化资源和乡村自然景观表现出较高的认同度, 但在服务设施和基础设施方面存在一定的改善空间。情感分析显示, 大部分游客对小镇旅游体验持积极态度, 但仍有一定比例的游客表达了中性或消极情绪。基于这些发现, 本文提出, 汤家汇小镇应进一步优化旅游产品, 增强红色旅游与乡村旅游的融合, 提升基础设施建设, 以推动其乡村旅游的高质量发展。

关键词: 乡村振兴; 汤家汇小镇; 红色旅游; 旅游形象感知; 情感分析; 网络语义分析

一、引言

党的二十大报告强调, “全面建设社会主义现代化国家, 最艰巨最繁重的任务仍然在农村。”乡村振兴战略的推进为乡村经济发展提供了新的机遇, 其中, 乡村旅游作为乡村产业发展的重要方向, 已成为推动农村经济增长、优化城乡关系的重要抓手。近年来, 红色旅游与乡村旅游的融合发展模式逐渐兴起, 在丰富乡村旅游业态的同时, 也为乡村文化振兴提供了新的动力。红色旅游作为承载革命历史记忆、弘扬爱国主义精神的重要载体, 与乡村的自然景观、传统文化、民俗风情相结合, 不仅提升了乡村旅游的文化内涵, 也促进了乡村旅游的品牌塑造和市场竞争能力。如何在乡村旅游发展过程中充分挖掘红色文化资源, 并将其与生态旅游、乡村产业振兴有机结合, 成为当前乡村旅游高质量发展的重要议题。

尽管乡村旅游和红色旅游的融合发展具有广阔的前景, 但在实践中仍面临诸多挑战。一方面, 部分乡村红色旅游地存在资源开发与保护不平衡的问题, 红色文化资源的挖掘较为浅层, 缺乏深入的文化体验和教育功能, 导致游客黏性不足, 难以形成长效旅游市场。另一方面, 乡村旅游的基础设施建设相对薄弱, 旅游产品开发模式单一, 未能有效结合乡村产业体系, 导致产业链条不完整, 经济带动效应有限。此外, 红色旅游的教育功能与乡村旅游的休闲属性在某些方面存在一定的矛盾, 如何在满足游客多样化需求的同时, 保持红色旅游的严肃性和教育性, 是乡村红色旅游可持续发展的关键问题。因此, 探讨乡村旅游与红色旅游融合发展的模式, 构建文化、产业、生态协调发展的机制, 成为当前学界和实践领域亟需研究的重要课题。

作者简介: [1]赵雯(1979—), 女, 内蒙古包头人, 内蒙古大学历史与旅游文化学院讲师, 研究方向为乡村旅游及传统文化保护研究。

[2]车晨(1991—), 女, 内蒙古赤峰人, 内蒙古大学历史与旅游文化学院讲师, 研究方向为旅游行为意图, 共同第一作者。

[3]刘家俊(2006—), 男, 安徽阜阳人, 内蒙古大学历史与旅游文化学院本科生在读, 研究方向为乡村旅游。

[基金项目] 内蒙古自治区文化和旅游发展研究课题“内蒙古非物质文化遗产保护与利用研究”(2023-WL0060); 内蒙古自治区文化和旅游发展研究课题“内蒙古文物保护与旅游开发互动机制研究”(2024-WL0039); 内蒙古哲学社会科学规划项目: “内蒙古暗夜星空旅游发展模式研究”(2024NDC216); 2022年度留学人员创新创业启动项目: “内蒙古康养旅游高质量发展研究”(12000-15072203)

基于此,本文以安徽省汤家汇镇为研究案例,探讨乡村旅游与红色旅游融合发展的路径及其对乡村振兴的推动作用。汤家汇镇作为一处具有重要革命历史意义的红色文化基地,同时拥有丰富的自然资源和乡村旅游发展条件,为乡村红色旅游融合发展提供了典型案例。本文采用实地调研、参与式观察、深度访谈及文献分析等研究方法,围绕乡村旅游形象感知、红色文化资源利用、产业融合模式等方面展开分析,探讨如何通过红色文化赋能乡村旅游,提升旅游地品牌价值和市场竞争力,并构建红色旅游、乡村经济、生态环境共生共赢的发展机制。研究成果将为乡村红色旅游的可持续发展提供理论支撑和实践指导,同时为乡村振兴战略的实施提供有益借鉴。

二、文献综述

(一) 乡村旅游高质量发展的研究进展

乡村旅游高质量发展不仅要求其在经济层面上能够持续增长,还应注重文化内涵的提升、生态环境的保护以及社会效益的实现。孙九霞等(2023)指出,探讨了乡村旅游资源开发与共同富裕目标之间的内在关系,分析了当前面临的差距,并提出了以“有效开发、协同开发、可持续开发”为核心的创新路径,旨在推动乡村旅游产业的高质量发展,助力实现共同富裕。乡村旅游应在保护自然生态的基础上,推动农业与旅游的深度融合,实现乡村经济多元化发展。同时,管恒善等(2023)强调,旅游作为促进乡村经济发展的关键手段,通过合理开发乡村旅游资源可带动当地经济和改善民生,但过度开发可能超出生态环境承载能力,导致不可逆后果,因此,实现乡村旅游与生态环境保护的协调发展对落实乡村振兴和可持续发展战略至关重要。

此外,生态旅游、绿色发展和可持续发展也逐渐成为乡村旅游高质量发展的重要议题。王琴梅和方妮(2017)在对乡村旅游的研究中提出,生态文明建设是乡村旅游高质量发展的基础,乡村旅游应当作为生态环境保护的有力手段之一,推动生态保护与旅游产业的双赢发展。李光绪(2023)进一步指出,乡村旅游的高质量发展需要政策、市场与技术的综合推动,政策应鼓励地方特色文化的展示,市场应关注游客多元化需求,而技术则可以推动乡村旅游服务质量的提升。

(二) 旅游形象感知的研究进展

旅游形象感知是游客对旅游目的地的整体印象和情感反应,它不仅影响游客的选择,也直接影响到目的地的品牌塑造和市场竞争力。许多学者通过研究旅游形象的感知,提出了多种影响因素和测量维度。王承云等(2022)揭示了旅游者对上海红色旅游形象感知的层次结构及其情感评价,指出红色精神文化的传承是积极情绪的核心因素,而景点结构不合理和非自主性行为则是负面情绪的主要来源。蒋思玮等(2025)则认为,乡村旅游的形象感知不仅由自然景观的美丽与否决定,还与地方文化的独特性、民俗体验的真实性等密切相关,游客的旅游行为受这些因素的强烈影响。

在乡村旅游的形象塑造过程中,文化内涵和地方特色被认为是关键因素。余可发(2021)研究表明,乡村旅游的品牌形象塑造应注重文化的深度挖掘与创新,能够帮助旅游地提升独特性,增强其在市场中的竞争力。梅文慧和王历晴(2017)也提出,乡村旅游目的地应通过多元化的营销策略来塑造鲜明的旅游形象,特别是通过社交媒体和数字化平台提升旅游形象的传播力,从而吸引更多的游客。

(三) 乡村旅游与乡村振兴的关系研究

乡村旅游与乡村振兴战略的关系已经成为近年来学术研究的一个重要方向。朱长宁和鲁庆尧(2023)指出,乡村旅游不仅可以促进农民就业和收入增加,还能为地方政府提供税收来源,推动乡村基础设施的改善。因此,乡村旅游的高质量发展应与乡村振兴的目标高度契合,即不仅要实现经济效益,还要注重社会效益和文化效益。王金伟等(2024)进一步指出,乡村振兴战略中,乡村旅游发展应该注重乡土文化的保护与传承,将地方特色文化与现代旅游需求相结合,实现乡村文化的创新性转化。

在乡村振兴的背景下,乡村旅游也面临着产业整合和创新的问题。乡村旅游的成功不仅依赖于自然资源的利用,还依赖于地方文化的创新与品牌建设,乡村旅游的产业链应当更加多样化,涉及农产品、文化创意产业、手工艺品等多种领域。通过这种融合,能够提高乡村旅游的吸引力,提升乡村振兴的整体效果(崔海洋,成玲,2025;宋才发等,2025;明庆忠等,2023)。

(四) 研究地概况

为了深入探讨乡村振兴背景下乡村旅游的高质量发展路径,本研究选取了汤家汇小镇作为研究对象。

汤家汇小镇位于安徽省六安市金寨县，是一个典型的融合自然资源、农业资源和文化底蕴的乡村旅游目的地。小镇地处金刚台脚下，四季分明，拥有得天独厚的山水景观和丰富的农业资源。其自然资源优势包括茂密的森林、清澈的溪流以及广阔的田园风光，这些资源为乡村旅游的生态体验提供了优良条件。此外，汤家汇小镇还拥有独特的农业资源，特别是茶叶、中药材和有机水稻，已成为当地重要的特色产品。除了自然和农业资源，汤家汇小镇还具备深厚的文化底蕴，尤其是红色文化的优势。作为大别山腹地的革命老区，小镇保存了大量的红色遗址和纪念建筑，成为红色旅游的重要目的地。该地区的革命历史和文化为小镇的旅游形象增添了独特的文化内涵。小镇通过挖掘并传承地方文化、红色文化和传统农业文化，逐步形成了以农业体验、红色文化旅游和乡村民宿为核心的多元化旅游模式。近年来，汤家汇小镇依托乡村振兴战略的实施，逐步发展成为乡村旅游的典范。小镇将农业、旅游与文化深度融合，推动了乡村经济的多元化发展。乡村民宿的兴起和乡村旅游基础设施的不断完善，提升了小镇的吸引力，也为当地居民创造了新的就业机会和收入来源。然而，随着游客数量的增长，如何平衡旅游发展与生态环境保护，如何在保持地方文化特色的同时避免同质化，仍然是汤家汇小镇面临的挑战。总体而言，汤家汇小镇通过发挥其独特的自然和文化资源优势，逐步形成了具有地方特色的乡村旅游发展路径，为其他乡村旅游地提供了宝贵的经验和借鉴。

三、数据收集与研究方法

（一）数据收集与处理

本研究的数据来源主要包括社交媒体（如微博、抖音）、旅游网站（如携程、马蜂窝）等平台上的游客评论数据。这些平台上游客的评价内容包括对汤家汇小镇旅游资源的认知、旅游服务质量的反馈、景区体验的描述等。这些数据反映了游客对旅游地的真实感受，具有较强的代表性和现实意义。数据收集过程采用网络爬虫技术和手动收集相结合的方式，确保获取足够的样本数据。所有收集到的数据在进行分析前，首先经过数据清洗和预处理，包括去除无关信息、重复数据、错别字和噪声数据等。预处理后，数据将被输入到高频词分析、网络语义分析和情感分析等分析工具中进行进一步处理和分析。

（二）高频词分析

高频词分析是一种定量分析文本中高频词汇的方法，能够揭示出文本中反映关键内容的核心词汇。在本研究中，我们通过对汤家汇小镇的游客评论、社交媒体帖子以及旅游网站的游客反馈数据进行高频词分析，识别出游客对汤家汇小镇旅游形象感知的主要关键词。具体操作包括以下步骤：首先，收集游客对汤家汇小镇的评论数据，包括微博、抖音等社交平台和马蜂窝、携程等旅游网站上的评论；其次，利用 Python 中的自然语言处理（NLP）工具进行文本处理，提取出高频词并生成词云图，从而直观地展示游客在评论中常提及的词汇。通过高频词分析，能够初步了解游客关注的主要旅游元素，如自然景观、乡村体验、红色旅游等，为进一步的语义分析和情感分析提供基础。

（三）网络语义分析

网络语义分析主要通过对游客评论的语义信息进行深入解析，揭示出游客对汤家汇小镇的认知结构和情感倾向。利用自然语言处理技术，可以帮助研究者挖掘评论中的潜在信息，包括游客的具体体验、态度和观点。在本研究中，网络语义分析将采用文本挖掘技术，对收集到的游客评论数据进行分词、词性标注、句法解析以及语义理解等操作。通过这些方法，能够识别出评论中的关键主题，如“红色”、“红军”、“革命”等，并进一步分析游客对这些主题的态度。语义分析将依托成熟的工具和算法，通过对每条评论的语义结构进行解析，了解游客对汤家汇小镇的整体认知框架。这种分析不仅有助于识别游客对小镇的关注点，还能揭示出游客的情感倾向。

（四）情感分析

情感分析是利用计算机算法对文本数据中的情感色彩进行分析，分类为正向、负向或中性情感。在本研究中，情感分析将对游客在社交平台、旅游网站等线上平台发布的评论进行情感倾向分析，评估游客对汤家汇小镇的整体满意度和具体体验的情感态度。情感分析使用的主要工具为情感词典和机器学习算法，通过对评论进行情感分类，判定其情感倾向。情感分析的具体过程包括：首先，对游客评论数据进行情感词典匹配和情感分类；其次，利用机器学习算法，对情感类别进行预测和归类；最后，分析情感分布，以揭示游客对汤家汇小镇的情感态度。通过情感分析，能够全面了解游客对汤家汇小镇的情感反馈，识别游

客的主要满意点和不满点，从而为改进小镇的旅游服务和资源配置提供依据。

四、数据分析结果

（一）高频词分析结果

通过对从社交媒体平台（如微博、抖音）及旅游网站（如携程、马蜂窝）收集的游客评论数据进行高频词分析，揭示出游客对汤家汇小镇的主要认知维度。在分析过程中，研究者利用 Python 中的 TextBlob、WordCloud 等工具提取关键词，并生成词云图。从分析结果来看，游客提及频率较高的关键词主要集中在“金寨”、“红色”、“红军”、“革命”等方面。具体而言，“金寨”这一关键词出现频率最高，表明汤家汇小镇作为金寨县的一部分，其独特的地理位置和历史背景在游客的感知中占据了重要地位。金寨作为著名的革命老区，是红色旅游的重要目的地之一，游客对这一地区的历史和文化具有较强的认同感与兴趣。其次，“汤家汇”、“红色”、“革命”也是频繁出现的词汇，反映了游客对汤家汇小镇的红色旅游资源的高度关注。作为革命历史的见证地，汤家汇小镇的红色文化遗产吸引了大量游客前来参观，尤其是在国家大力推动红色旅游的背景下，游客对革命历史和红色教育有着浓厚的兴趣。此外，游客还提到“红军”、“历史”等关键词，显示出游客对汤家汇小镇作为历史文化名镇的认知，尤其是对红军长征时期的历史背景及其在中国革命中的重要地位的关注。红军的足迹、历史遗址和革命文化在游客的讨论中占据了重要地位，表明这些元素构成了汤家汇小镇旅游形象的核心部分，并且是游客选择该地作为旅游目的地的重要动因之一。

表 1 高频词排序

序号	单词	词频	序号	单词	词频	序号	单词	词频
1	金寨	703	21	商城	64	41	参观	37
2	汤家汇	482	22	国家	63	42	步道	36
3	红色	431	23	将军	61	43	发展	36
4	革命	248	24	文物	59	44	纪念	35
5	安徽	227	25	金刚台	58	45	皖西北	34
6	旅游	188	26	建筑	54	46	特色	33
7	小镇	185	27	生态农业	53	47	指挥部	33
8	大别山	173	28	保护	50	48	公路	33
9	红军	152	29	遗址	50	49	徒步	31
10	历史	135	30	放松	48	50	鄂豫皖	31
11	六安	124	31	天堂寨	47	51	茶产业	31
12	旧址	106	32	村落	47	52	传统	31
13	风景	105	33	乡村	45	53	赤色邮政局	29
14	文化	90	34	河南	44	54	古朴	28
15	景点	89	35	立夏节起义	41	55	笔架	28
16	自然	81	36	政府	39	56	红军街	28
17	教育	76	37	豫东南	39	57	遗迹	27
18	苏维埃	72	38	线路	38	58	烈士	27
19	体验	70	39	美丽	38	59	民宿	27
20	中国	69	40	朱家湾	37	60	小学	26



图1 词云图

(二) 语义分析结果

为了进一步深入理解游客的旅游形象感知,本研究利用 ROSTCM6 对游客评论进行网络语义分析。通过对文本中的词汇进行分词、词性标注、句法解析和语义理解,揭示出游客对汤家汇小镇旅游资源和服务的整体认知结构。分析结果显示,游客普遍将汤家汇小镇的旅游形象与“红色”、“革命”、“大别山”、“安徽”紧密联系。这表明,汤家汇小镇的核心旅游形象是建立在其深厚的革命历史文化基础上的,特别是与红色文化和革命历史的关联,使得这座小镇在游客心中形成了鲜明的历史印记。游客在评论中反复提到“红色”和“革命”,这不仅表明汤家汇小镇作为一个红色旅游目的地的地位,也反映了游客对小镇历史文化的认同与热情。此外,“大别山”和“安徽”这两个关键词的出现频率较高,进一步突显了汤家汇小镇的地理特征和地方文化特色。大别山作为革命老区的重要组成部分,赋予汤家汇小镇浓厚的红色旅游资源,而“安徽”则强调了汤家汇小镇在整个安徽省旅游资源中的独特地位。

通过对游客评论文本的网络语义分析,研究还揭示了游客对汤家汇小镇旅游资源的多维认知。除了红色旅游资源外,游客还表现出对小镇自然风光、民俗文化和农耕体验的浓厚兴趣。评论中涉及的“自然”、“生态农业”以及“体验”等词汇,表明游客对小镇的生态环境和乡村风情有较为积极的评价,尤其是对田园风光和农业景观的体验具有较高的期望。这些认知不仅显示了游客对汤家汇小镇的多维度评价,也反映了游客在选择旅游目的地时,既看重历史文化的底蕴,也对自然景观和乡村生活方式充满好奇与向往。

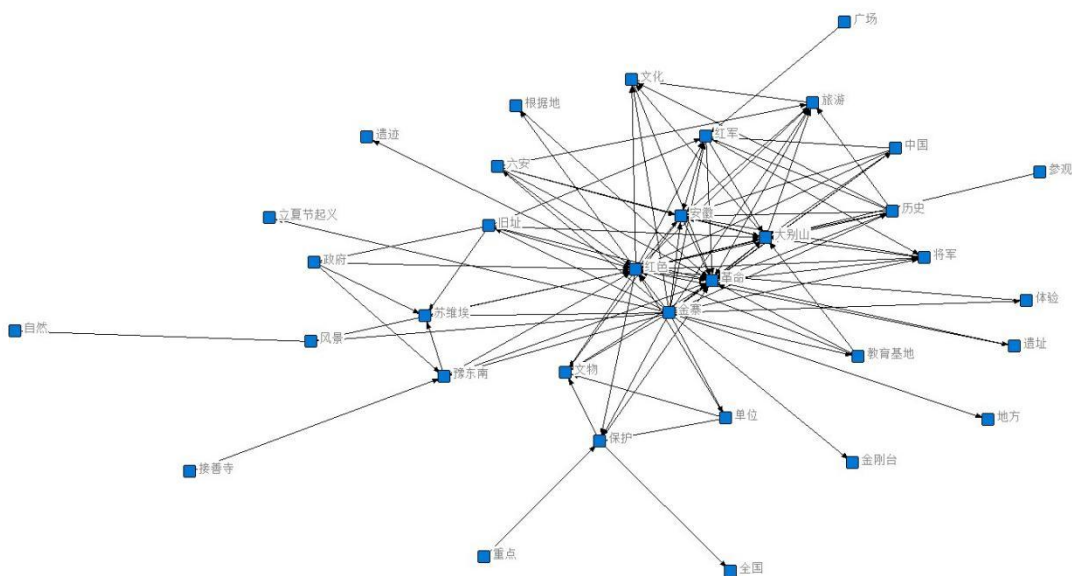


图2 网络评论社会网络和语义网络分布图

（三）情感分析结果

情感分析的目的是通过自动化工具对游客评论进行情感分类，识别游客对汤家汇小镇旅游体验的正向、负向或中性情感倾向。情感分析结果显示，游客对汤家汇小镇的整体情感倾向主要呈现出积极情绪、中性情绪和消极情绪三种类型。具体而言，积极情绪占比 48.97%，表明大多数游客在评价汤家汇小镇时表达了较为正面的情感。游客普遍赞赏小镇的自然景观、红色旅游资源和乡村体验，认为小镇的历史文化背景丰富，尤其是红色文化和革命遗址的开发为游客提供了深刻的教育意义和情感共鸣。此外，游客也对小镇的生态环境和田园风光给予了高度评价，认为这里是一个适合休闲、放松并感受自然与历史的理想之地。其次，中性情绪占比 40.61%，说明相当一部分游客对汤家汇小镇的体验持较为中立的态度。此类游客的评论中，较少表现出强烈的情感色彩，往往更多是对旅游资源和服务的基本描述，如提到景点的布局、设施的完善性以及交通状况等。虽然这些评论并未显著表达出负面情绪，但也未表现出特别热烈的喜爱或高度推荐，反映了部分游客在整体满意度上较为平稳、无明显倾向。消极情绪占比 10.42%，这一比例相对较低，表明少数游客对汤家汇小镇的旅游体验感到不满。消极情绪的评论通常集中在一些具体的旅游服务方面，如住宿条件、交通不便、部分景点设施欠缺等。部分游客还提到，在红色旅游项目的呈现上存在一定的商业化倾向，未能充分传达革命历史的深度和情感，这也导致了部分游客的失望情绪。

情感类别	词条数（条）	所占比例	情绪分段统计	词条数（条）	所占比例
积极情绪	902	48.97%	一般（0—10）	548	29.75%
			中度（10—20）	195	10.59%
			高度（20 以上）	159	8.63%
中性情绪	748	40.61%			
消极情绪	192	10.42%	一般（-10—0）	160	8.69%
			中度（-20—-10）	29	1.57%
			高度（-20 以下）	1	0.05%

表 2 情感类别表

五、 结论与探讨

本研究通过高频词分析、网络语义分析和情感分析等多维度的分析方法，对汤家汇小镇的旅游形象感知与乡村旅游高质量发展路径进行了深入研究。研究表明，汤家汇小镇的旅游形象在游客的认知中主要围绕“红色”、“革命”、“大别山”和“安徽”等关键词展开，这表明红色旅游与乡村旅游的融合已经在游客的认知中占据了重要位置。红色旅游作为一种独特的文化旅游形式，与乡村旅游在汤家汇小镇的结合，不仅凸显了小镇的历史文化价值，也为其提供了差异化的竞争优势。红色文化和革命历史资源已经成为汤家汇小镇的核心旅游资源，形成了强烈的文化认同感。通过高频词分析，我们可以清晰地看到，红色旅游与革命历史的文化符号在游客心中占据了主导地位，这些元素已经成为汤家汇小镇旅游品牌的关键构成。

情感分析的结果进一步揭示了游客对汤家汇小镇旅游体验的情感倾向。分析显示，约一半的游客情感表现出积极情绪，这些游客对汤家汇小镇的红色文化资源、革命遗址和自然景观等给予了高度评价，认为其既具有历史文化价值，又能提供宁静的自然体验。尤其是在游客对红色文化的认同和对自然景观的赞美中，汤家汇小镇的红色旅游和乡村旅游的结合显得尤为重要。然而，约四成的评论表现为中性情绪，这表明游客的旅游体验缺乏深刻的情感共鸣，可能是因为现有的旅游产品尚未完全满足游客对个性化、多样化体验的需求。少数游客的评论则表达了消极情绪，主要集中在旅游设施、服务质量及交通不便等方面，表明汤家汇小镇在其乡村旅游高质量发展中，虽然红色旅游的文化吸引力显著，但仍面临提升服务和基础设施的挑战。

通过对分析结果的总结，我们可以得出，汤家汇小镇的红色旅游资源和乡村自然景观已成为其独特的竞争优势，但这种优势的充分发挥仍需进一步改进和优化。红色旅游和乡村旅游的融合提供了独特的旅游产品和体验，游客普遍认同这一融合模式，并表现出较高的满意度。然而，游客情感分析中存在中性和消极情绪的反馈，显示出汤家汇小镇在服务设施、交通便捷性和游客接待等方面仍有提升空间。因此，汤家汇小镇应注重结合红色旅游的深度挖掘和乡村旅游的多样化需求，推动这两者在更高层次上的融合，形成

更加丰富和互动的旅游产品,增强游客的情感共鸣和体验深度。

本研究的局限性主要体现在数据来源的单一性和情感分析方法的局限性。虽然通过在线游客评论收集了大量的数据,但这些评论只能代表部分游客的反馈,可能存在一定的代表性偏差。情感分析技术在处理复杂情感时也存在一定的误差,尤其在游客评论中含有混合情感的情况下,可能影响情感倾向的准确性。未来的研究可以结合更多元化的数据来源,如实地访谈和问卷调查,进一步深入了解游客的真实需求与体验。此外,随着情感分析技术的不断发展,结合深度学习、情感词典扩展等技术,未来能够更精确地分析游客的情感表达,提高研究的准确性。

未来的研究应进一步探讨如何深化红色旅游与乡村旅游的融合,以提升旅游产品的多样性和创新性。汤家汇小镇的红色旅游资源与乡村自然景观相结合,已具备了良好的发展潜力,但为了实现高质量的乡村旅游发展,必须在产品创新和服务优化方面下功夫。具体而言,汤家汇小镇应结合红色文化资源,开发更加具有互动性和参与感的旅游项目,打造深度文化体验和教育意义相结合的旅游活动,如红色教育体验营、历史文化主题村落等。这不仅能够深化游客对红色文化的理解,也能够提升游客的参与度和情感共鸣。同时,乡村旅游的基础设施建设也需要同步提升,如改善交通、住宿和旅游信息服务,增强游客的便捷性和舒适度。

此外,汤家汇小镇应根据红色旅游和乡村旅游的融合,推动全域旅游的发展,扩大旅游的消费场景。通过将红色文化、农业体验、乡村风貌和生态旅游等多元化元素结合,小镇能够提供更为丰富的旅游选择,满足不同游客群体的需求,提升其市场竞争力。在这方面,小镇可以借助现代化科技手段,创新旅游产品和服务形式,利用数字化平台来提供虚拟导览、智能化服务等创新体验,进一步提升旅游服务质量和游客满意度。通过这些措施,汤家汇小镇不仅能提升红色旅游的文化价值,还能促进乡村旅游的高质量发展,推动乡村振兴战略的深入实施。

总之,红色旅游与乡村旅游的融合在汤家汇小镇具有广阔的发展前景。未来,汤家汇小镇应不断创新旅游产品与服务,优化基础设施建设,提升游客的整体体验,进而推动其乡村旅游的高质量发展。通过这一路径,不仅可以提升汤家汇小镇作为红色旅游目的地的吸引力,也为乡村振兴提供有力支持,为我国的乡村旅游与红色旅游融合发展探索出一条可持续的路径。

参考文献:

- [1]孙九霞,张凌媛,罗意林.共同富裕目标下中国乡村旅游资源开发:现状、问题与发展路径[J].自然资源学报,2023,38(02):318-334.
- [2]管恒善,代洪丽,顾佳琪.乡村旅游与生态环境保护协调发展探索[J].环境保护,2023,51(Z3):89-90.DOI:10.14026/j.cnki.0253-9705.2023.z3.012.
- [3]王琴梅,方妮.乡村生态旅游促进新型城镇化的实证分析——以西安市长安区为例[J].旅游学刊,2017,32(01):77-88.
- [4]李光绪.文化资源赋能乡村振兴的内在机理与实践路径——基于吉林省民族地区“西村”的实践研究[J].黑龙江民族丛刊,2023,(05):85-94.DOI:10.16415/j.cnki.23-1021/c.2023.05.009.
- [5]王承云,戴添乐,蒋世敏,等.基于网络大数据的上海红色旅游形象感知与情感评价研究[J].旅游科学,2022,36(02):138-150.DOI:10.16323/j.cnki.lykx.2022.02.001.
- [6]蒋思玮,黄诗艺,陈嘉文,等.基于网络文本的民族特色村寨旅游形象感知研究——以羊茸哈德村为例[J].长江师范学院学报,2025,41(01):82-90.DOI:10.19933/j.cnki.ISSN1674-3652.2025.01.010.
- [7]余可发.生态位视角下乡村旅游目的地品牌成长机制研究——以婺源篁岭为例[J].江西财经大学学报,2021,(06):13-28.DOI:10.13676/j.cnki.cn36-1224/f.2021.06.003.
- [8]梅文慧,王历晴.社交媒体时代旅游目的地的品牌传播研究[J].今传媒,2017,25(03):14-15.
- [9]朱长宁,鲁庆尧.乡村旅游发展对农户收入影响的实证研究——基于匹配倍差法[J].南京农业大学学报(社会科学版),2023,23(03):155-167.DOI:10.19714/j.cnki.1671-7465.2023.0046.
- [10]王金伟,黄震方,王兆峰,等.乡村振兴视域下新质生产力赋能文旅深度融合:科学问题与战略路径[J].资源科学,2024,46(12):2335-2354.
- [11]崔海洋,成玲.传统村落“产村景”一体化促进共同富裕路径探析[J/OL].广西民族大学学报(哲学社会科学版),1-11[2025-03-14].<http://kns.cnki.net/kcms/detail/45.1349.C.20250228.1317.002.html>.

- [12]宋才发,杨志恒,王孟欣,等.中国式现代化背景下城乡融合发展的理论与政策研究[J].河北大学学报(哲学社会科学版),2025,50(02):1-27.
- [13]明庆忠,李志飞,徐虹,等.共同富裕目标下中国乡村旅游资源的理论认知与应用创新[J].自然资源学报,2023,38(02):286-304.

Research on the Tourism Image Perception and High-Quality Development Path of Rural Tourism in Tangjiahui Town under the Background of Rural Revitalization

Zhao Wen¹, Che Chen¹ Liu Jiajun¹

¹ College of History and Tourism Culture, Inner Mongolia University, Hohhot, Inner Mongolia

Abstract: With the deepening implementation of the rural revitalization strategy, rural tourism has gradually become an important component of rural development, serving as a key industry to drive the rural economy. Particularly, the integration of red tourism and rural tourism has demonstrated unique value and development potential. This study focuses on Tangjiahui Town in Anhui Province, employing methods such as frequency word analysis, network semantic analysis, and sentiment analysis to explore the current perception of the town's tourism image and the path toward high-quality development of rural tourism. The results show that the tourism image of Tangjiahui Town primarily revolves around keywords such as "red," "revolution," and "Mount Dabie." Tourists show a high level of recognition for its red cultural resources and rural natural landscapes, although there is room for improvement in service facilities and infrastructure. Sentiment analysis reveals that most tourists have a positive attitude toward the town's tourism experience, but a certain proportion of tourists express neutral or negative emotions. Based on these findings, this paper suggests that Tangjiahui Town should further optimize tourism products, enhance the integration of red tourism and rural tourism, and improve infrastructure to promote the high-quality development of its rural tourism.

Keywords: Rural Revitalization; Tangjiahui Town; Red Tourism; Tourism Image Perception; Sentiment Analysis; Network Semantic Analysis