

基于消费群体导向乡镇矿区旅游发展路径调查研究

胥倩*, 李莹莹, 陈欣, 郭思寒, 高国琴
重庆外语外事学院国际传媒学院, 重庆, 中国
*通讯作者

【摘要】为更好地推动文旅融合的号召, 本文以重庆市大渡口区跳磴镇新合村为例, 研究废弃矿区旅游发展路径, 旨在挖掘文化资源、助推乡镇经济。研究采用实地调研与问卷调查方法, 运用SWOT分析法展开分析。结果表明, 当前矿区旅游市场认知度低、资源利用不足, 文旅经济带动效应有限。据此, 研究从综合发展、客观条件、特色挖掘、文化消费及新型旅游五个导向提出改造路径, 并建议配套基础设施、宣传与管理措施。结论认为, 实施以上路径可有效盘活矿区资源、扩大消费群体, 实现废弃矿山的“变废为宝”与可持续发展。

【关键词】乡镇旅游, 矿区发展, 消费群体, swot分析, 乡村振兴

1. 绪论

1.1 研究背景

随着我国进入高质量发展新阶段, 文旅融合已成为推动经济结构转型升级、促进区域协调发展的重要引擎。要求推进文化和旅游深度融合, 乡村文旅作为实施乡村振兴战略的有效路径, 肩负着盘活乡土文化资源、培育乡村新业态、实现共同富裕的时代使命。

然而, 在广阔的乡村地区, 特别是曾以资源开采为支柱的乡镇矿区, 其转型发展面临独特挑战。后工业时代遗留的废弃矿址, 既是生态修复的难点, 也蕴藏着巨大的潜在开发价值。如何跳出传统工业路径依赖, 将工业遗存转化为独特的文化旅游资本, 成为此类地区实现绿色可持续发展的关键命题。本研究正是在这一宏观趋势下, 聚焦于消费群体视角, 探索乡镇矿区通过旅游活化实现“变废为宝”的创新路径, 旨在为同类地区的产业转型与高质量发展提供理论参考与实践借鉴。

1.2 研究意义

从国家政策方面看来, 本文所探究的矿区旅游发展路径是对新时代推进文旅融合发展的积极响应, 有着较强的理论意义。对废弃矿区进行改造, 是深挖文化资源富矿的有效方式, 为促进文旅融合, 着力推进文化与旅游融合高质量发展, 本项目组通过对消费群体导向的乡镇矿区旅游发展路径进行调查研究, 探索矿业与旅游共兴的发展之路, 以挖掘乡村地区文化特色, 打造特色文旅, 进一步推广乡村文化内涵, 扩大乡村地区特色文化的传播范围, 增强特色文旅的吸引力和消费者对旅游文化的趋同感, 带动乡村地区经济和社会的发展动能。

在基于消费群体导向方面的实际应用价值中, 本文具有针对性地对消费群体进行多角度、多因素研究, 有效地对五条发展路径下消费群体心理与需求进行总体把握, 精确找出该矿区目前存在的问题并提出措施, 对进一步改进现有发展形式, 完善本文所调研分析路径的实际应用性, 实现正确的路径探究, 提高矿区旅游开发现实应用成功率, 推进矿区旅游助力经济、赋能文化有着重要的实践意义。

1.3 研究设计

本课题组通过实地调研发现重庆市大渡口区跳磴镇新合村现存多座废弃矿山。据了解, 大渡口区开采矿种以石灰岩、砂岩为主, 主要分布在跳磴镇中梁山片区新合村、拱桥村和蜂窝坝村。近年来, 大渡口区坚持生态发展理念, 以中梁山片区为重点, 积极实施全区矿山生态修复。结合文献查阅资料, 本课题组发现, 学术界目前较多旅游研究项目选择将发展重点聚焦在矿区自身开发、矿产资源利用以及生态改造等方面, 较少研究矿区旅游消费群体视角下的市场需求。因此本研究通过问卷法结合实地走访, 调查矿山区域目前存在的现状, 以消费者群体为导向, 分析消费者群体的需求, 结合当地矿山旅游文化, 提出具有新合特色的矿山旅游发展路径, 并对其不足之处进行措施建议, 以实现文旅助推经济的乡镇发展目标。

1.4 研究目标

重庆市大渡口区跳磴镇新合村作为废弃矿山所在地之一, 现存大面积未修复矿坑。如何有效提高废弃矿山资源的利用率, 是我们思考的问题。本研究以新合村废弃矿山为例, 通过乡镇废弃矿山和旅游相结合的模式, 融合

当地特色文化,以旅游促进经济发展,带动乡村地区经济和社会的发展能力,期望从消费者角度出发探索一条乡镇矿区特色文化旅游发展路径,提高矿山区域知名度,满足消费者群体的需求,提高矿区经济发展水平。

2.文献综述

2.1 矿区旅游的研究现状

工业旅游的雏形初现于20世纪中期欧美国家的工厂观光游。20世纪80年代,工业遗产旅游开始在欧洲兴起,并逐步在全球各地开展起来。直到20世纪90年代,我国才引入工业旅游概念[1]。当前,我国矿区发展正面临多重挑战。利用自身优势和潜力,发展工业旅游是摆脱困境的有效方法。该方法在对我国旅游格局产生影响的同时,也可以促进矿区开发新视角的发展。

矿区旅游的分类大致如下:

第一,观光旅游模式。通过观光旅游的模式将旅游作为创造社会效益和经济效益的途径。

第二,矿山工业旅游模式。根据应承担的不同功能分为矿山文化展示馆、参与式矿山博物馆以及矿山生态博物馆等几种形式。

第三,绿色生态农业模式。以农业为依托打造农业与自然、人文景观以及现代旅游相结合的高效产业。

第四,山地运动模式。根据需要进行各种形式的开发和建设,如将矿山废弃地改造成网球场、高尔夫球场等。

第五,科学研究试验基地。除了文化基地、旅游基地之外,矿区还可以为相关的生态修复、地质研究、采矿学等不同学科的研究者提供实习实验的场所[2]。

矿区旅游的特点包含:

第一,不安全性。废弃矿区存在部分安全隐患,在开发的过程中,首先要解决的就是矿区的安全问题,由此才能更好的结合旅游资源发展优势,针对不安全的地区采取防护措施。

第二,科学性、教育性和知识性。工业遗产是具有历史价值、技术价值、社会价值、建筑或科学价值的工业文化遗存。

第三,丰富性。丰富的矿区旅游项目作为景区发展的强大动力,是旅游景区的竞争力之一,在吸引客流量上起着重要作用。

第四,生态性。在矿区开发过程中,对环境和生态造成的破坏采取相应措施进行土地治理和生态修复,建立合理的生态修复系统和规划策略[3]。

2.2 矿区旅游模式的发展

国际上,矿山生态修复已经过长期的探索和实践,基本形成以基质改良、植物修复、土壤质量演变以及植物演替为主的技术体系。在土地功能转化上,除了传统的复垦复林利用外,基本可以概括为生态游憩、遗产纪念、再生利用三种活化矿区旅游模式的发展。

生态游憩模式是在矿山环境整治,恢复地区生物多样性的基础上,以优美的户外环境和特色景观为依托,将废弃矿区打造为生态主题的郊野游览园区、主题公园等,重塑生境,丰富周边居民生态游憩产品,带动地区经济发展。例如:日本国营明石海峡公园、法国比维尔采石场、马来西亚近打自然公园[4,5]。

遗产纪念模式在生态修复的基础上,突出工矿地区景观,重点体现矿山开采情景,将废弃矿山改造为城市工业文明记忆场所、遗产公园、博物馆等科普文化设施以及工业旅游目的地。例如:希腊狄俄尼索斯采石场、上海辰山植物园矿坑花园[4,5]。

再生利用模式充分挖掘矿山地区所处的区位价值,强化原有矿山地区悬崖、峭壁等地形特征,将原有矿业用地转化为具备独特的空间体验的体育运动场地、高端度假酒店等功能空间,重塑地区活力。例如:布拉加市政球场、上海天马山酒店[4,5]。

2.3 评价与启示

通过以上所述,本课题组发现矿区旅游作为旅游发展形式之一,种类繁多,但受关注度不高,主要消费群体数量较少,人群分散。通过对重庆市渝北区铜锣山矿山公园、南京汤山矿坑公园、上海佘山世茂深坑酒店、秦皇岛昌黎葡萄小镇矿坑公园五座具有代表性的现代式矿山改造项目进行对比研究[6],本文发现目前现有矿区旅游发展模式相关研究关注点多数在于旅游地策划与设计,针对旅游地本土特色、风俗人情进行旅游项目规划,消费群体作为旅游业发展的支撑重点,所受关注相对较少。此外,现存矿山开发区域多数以文旅结合,发展矿山产业或生态旅游。矿山产业方面,如上海佘山世茂深坑酒店,通过矿山用地再规划,开发矿区地势新发展,以实现矿区利用的经济效益[6]。生态旅游方面,如渝北区铜锣山矿山公园,通过环境改善打造舒适美丽矿区、新型天然氧吧,紧扣消费群体需求扩大市场,在发挥文化效益同时促进经济效益[7]。对比现有矿区旅游发展相关调查报告,本课题组选择从消费群体导向出发,对消费者偏好、需求等旅游

行为进行调查分析,力求真正实现旅游贴近生活,打造更具实际应用性的矿区旅游发展路径。

3.基于新合村发展现状的SWOT分析

3.1 优势

新合村位于重庆市大渡口区跳磴镇,跳磴地处重庆主城西南部,南与巴南鱼洞镇、江津珞璜镇隔江相望,西、北与九龙坡陶家镇、华岩镇接壤。辖区总面积 49.5 平方公里,全域划入重庆高新区拓展园,有“半壁山水半壁城”之况[8,9]。新合村进村主要道路,一条北接云新路,与内环快速路中立立交、重庆西站相连,车程约 20 分钟,另一条南连拱新路接拱新村,与镇政府相通。在建道路石新路,建成后将与建桥 C 区相连,车程约 10 分钟。

新合村周边的金鳌山已建成各具特色的民宿,可为游客提供舒适休息场所。跳磴镇附近村庄具备独特景观和特色农家乐,例如蜂窝坝村利用天然优势,挖掘打造“蜂窝叠石”奇景,游客可沉浸式体验乡情的叠石火锅、柴火鸡,同时规划出石场矿山越野基地、钟乳石溶洞、蜂窝民宿等文旅项目,其全面打造的环金鳌山片区“义渡桃园”和“义渡田园”项目在石盘村、沙沱村打造的火葱、四季葱、柑橘三个跳磴镇绿色食品品牌有着特色农业宣传优势,可助力形成新合村打造特色农业发展产业链[8,9]。

新合村及其周边景点类型多样,果林、花草鸟木等生态元素共同构成景观群,生态集群状况好。在复绿基础上,新合村发动社会共建,计划共同打造蒲公英成长酷玩营地,集休闲旅游、亲子研学、体育竞技、赛事活动等多元素于一体,拟建设 3A 级标准的矿山公园,培育发展乡村旅游、特色民宿、农产体验、文化旅游等新业态。徐家湾石灰石矿将结合新合村规划和森林防火规划,把新合村片区矿山生态修复景观步道与消防通道连通,发展乡村采摘观光农业。

3.2 劣势

新合村进村交通便利,但道路条件较差。新合村进村道路整体为水泥混凝土路面,距离较为狭窄,大型车辆对向行驶常处于拥挤状态。此外,除主干水泥道路,两侧道路多数为土路和山路,部分路段路面破碎,土路雨天泥泞。

新合村工业发展没落。2008 年前后,新合村周边出现大量轻工业加工厂,村庄整体工业发展状况良好,工厂分布点较多。从地理因素上考虑,工厂距离新合村居民区较远,废气排放口位于下风向,工厂污染对居民区造成的影响较小。据实地考察发现,现进村路段多数

工厂处于废弃停用状态,废弃工厂外部悬挂“厂房出租”等广告出租标识,以工业发展促进经济发展的方式发生转变[8,9]。

新合村农业种植特色不足、售卖量小。村内主干道路左侧主要以居民楼为主,右侧为农田种植地。蔬果产物大部分作为居民日常生活需求。在农业种植中,居民多采用传统打水灌溉的方式浇种作物,种植方式较为传统,科技使用投入小。

3.3 机遇

新合村对人居环境整治等乡村振兴措施积极性高。2022 年 3 月中旬,新合村开启“心合花海”计划,实行矿山复绿行动,在六合矿矿山片区补种了 2000 余株观赏花草苗木,致力于打造美丽乡村旅游景观。

新合村蔬果种植区域集中且面积较大。果林项目启动后,新合村在矿山复绿区域种植 30000 多株柑橘、桃、李等经济果木,积极加大农产品宣传力度,运用新媒体助农进行对外销售,为集体增收。

新合村矿区发展受到国家政策的大力支持。2019 年自然资源部发布《关于探索利用市场化方式推进矿山生态修复的意见》。《意见》鼓励在国有建设用地修复后拟改为经营建设用地的废弃遗留矿山,在符合国土空间规划的前提下,通过政策激励,吸引各方投入,推行市场化运作、科学化治理的路径,加快推进矿山生态修复。

新合村有着较好的社会秩序。新合村实行农村人居环境整治长效机制,充分发挥乡村网格化管理作用,利用“三级网格”助力人居环境整治。该村先后获得省级生态村、省级安全文明村、国家级农业旅游示范点、市农业先进村等诸多荣誉,被评为“全国文明村”并成功创建了第三批市级“一村一品”示范村。

3.4 挑战

新合村临近大渡口森林公园景区,游客容易流失。大渡口森林公园位于中梁山山脉下中段,距新合村约 13 公里,是主城的“绿肺”之一。经过提升改造,公园内现建有翠湖、七孔桥、石刻群、奇石园、盆景园、桃花岛、鲤鱼池等人文景观,公园分区明确,徒步登山项目游客市场大[8,9]。

重庆市内已有包括重庆市万盛公园(在建)、重庆市渝北铜锣山矿山公园、重庆市江合煤矿国家矿山公园等在内的 8 座以矿山为主题的公园,分别承担了矿山历史宣传、生态旅游等功能,同类矿山公园已形成较为完善的

旅游路线及策略，且有一定的游客基础，旅游项目差异小，同类市场竞争大。

新合村矿山由于前期的经济发展需要，开采煤矿的过程中无法避免对绿色植被、地质环境产生一定程度上的破坏，目前矿区存在沙石滑落、山体滑坡、山顶落石等安全隐患。如遇到天气持续异常干燥，会造成山体松动。尤其是进入雨季时，在连日暴雨天气后，山体会出现沙石滑落和泥土松动等现象。

4. 数据分析与整理

4.1 问卷设计

本次调研主要结合新合村现存矿区旅游发展问题，针对 16-60 岁消费群体开展问卷调查。问卷从消费群体旅游偏好、行为、习惯等方面进行设计，旨在通过问卷数据的整理与分析，探究消费群体导向下乡镇矿区旅游发展的大方向，并基于调研结果设计贴近消费群体需求的矿区旅游路径，促进废弃矿山改造再利用，推动乡镇矿区旅游发展。

4.2 调查方法

本次调研主要采用问卷调查法，利用 spss 24.0 进行描述性统计分析。问卷由 8 个部分组成，共计发放 720 份，回收 720 份，回收率 100%。在问卷中本课题组针对消费群体对矿山旅游的了解程度、印象、旅游花费、住宿、形式等以及消费群体在旅游时的兴趣等问题进行调查，并根据调查结果进行数据分析和路径设计。

4.3 数据分析

表 1. 出游频率

| 问卷调查问题 | 问题选项 | 占比 (%) |
|--------|-----------|--------|
| 出游频率 | 1 年 1 次 | 50% |
| | 1 年 2-4 次 | 31.94% |
| | 1 年 3-5 次 | 11.11% |
| | 更多 | 6.94% |

首先，根据出游频率（表 1）的结果得出，平均出游率最高的是是一年一次，占比 50%，第二高的是一年出游 2~4 次，占比 31.94%，出游频率不同的人群占比使得调查结果更加具有参考性。

表 2. 对矿山旅游的了解程度

| 问卷调查问题 | 问题选项 | 占比 (%) |
|------------|--------|--------|
| 对矿山旅游的了解程度 | 完全没有了解 | 66.67% |
| | 稍有所了解 | 27.78% |
| | 很了解 | 5.56% |

其次，了解过矿山旅游的人群（表 2）占比非常少，完全没有了解过的占比为 66.67%，

稍有所了解的人群占比为 27.78%，仅有 5.56% 的人群深度了解过矿山旅游。

表 3. 对矿山旅游的印象

| 问卷调查问题 | 问题选项 | 占比 (%) |
|----------|------|--------|
| 对矿山旅游的印象 | 地势险峻 | 47.22% |
| | 空气污染 | 4.17% |
| | 增长见识 | 19.44% |
| | 观光旅游 | 19.44% |
| | 锻炼身体 | 4.17% |
| | 休闲度假 | 5.56% |

提到矿山一词，第一反应通常会联想到地势险峻，增长见识和观光游览（表 3），此三项分别占比为 47.22%，19.44% 和 19.44%。而空气污染，锻炼身体和休闲度假占比均在 5% 左右。

除此以外，本项目组调查研究了消费者的出行方式，出行时间以及旅游的相关信息。

表 4. 出行方式和出游时间

| 问卷调查问题 | 问题选项 | 占比 (%) |
|--------|---------|--------|
| 出行方式 | 飞机 | 25% |
| | 动车 | 40.28% |
| | 汽车 | 6.94% |
| | 所在地公共交通 | 27.78% |
| 出游时间 | 周末 | 25% |
| | 短期节假日 | 19.44% |
| | 长期节假日 | 37.5% |
| | 其他 | 18.06% |

问卷中（表 4）消费群体普遍选择动车的方式出行，分项占比为 40.28%，选择飞机和所在地公共交通的占比分别为 25% 和 27.78%。出行的时间一般会选择长期节假日，如国庆节春节等，该项占比为 37.5%，选择周末的占比为 25%。

旅行前消费者（表 5）更多地留意目的地的景点、当地特色和美食，该三项分别占比为 75%，77.78% 和 68.06%。

表 5. 出行规划要素

| 问卷调查问题 | 问题选项 | 占比 (%) |
|----------|------|--------|
| 留意目的地哪方面 | 景点 | 75% |
| | 行程 | 44.44% |
| | 地图 | 29.17% |
| | 住宿 | 65.28% |
| | 交通 | 50% |
| | 当地特色 | 77.78% |
| | 美食 | 68.06% |
| | 娱乐 | 52.78% |
| | 天气 | 41.67% |

表 6.旅行活动偏好

| 问卷调查问题 | 问题选项 | 占比（%） |
|------------|--------|--------|
| 旅行中感兴趣的活动的 | 红色团建活动 | 2.78% |
| | 实景剧本杀 | 19.44% |
| | 走街访古 | 23.61% |
| | 景点徒步探秘 | 20.83% |
| | 中医养生馆 | 4.17% |
| | 乡村田园生活 | 19.44% |
| | 其他 | 9.72% |

旅行时消费者最感兴趣的活动的（表 6）是实景剧本杀、走街访古、景点徒步探秘和乡村田园生活，该事项分别占比为 19.44%，23.61%，20.83%和 19.44%。

对于旅游路线的看法，大多数调查对象对此存在无所谓态度。该项占比为 54.17%。

表 7.旅行消费金额

| 问卷调查问题 | 问题选项 | 占比（%） |
|----------|-------------|--------|
| 旅游花费接受程度 | 500 元以下 | 11.11% |
| | 500-2000 元 | 44.44% |
| | 2000-3500 元 | 31.94% |
| | 3500-5000 元 | 12.5% |

在旅游价格（表 7）方面，消费者普遍选择性价比最高的方式出行，该项占比为 91.67%，其中对于旅行花费接受程度较高的两项分别是 500-2000 元区间和 2000-3500 区间，其分别占比为 44.44%和 31.94%。

4.4 结论

4.4.1 整体消费市场规模

矿山旅游整体消费市场规模有待扩大。在关于对出游频率（图 1）、对矿山旅游的了解程度（图 2）和对矿山旅游的印象（图 3）的调查中，选择一年一次出游的人群占比 50%，消费群体在出游上不能对矿山公园的游览上产生持续性的影响。同时，66.67%的人群对矿山旅游完全没有了解，且在调查对矿山旅游的印象时，有 47.22%的人对矿山旅游的印象为地势险峻，这些因素在一定程度上会造成消费群体在旅游时不会优先考虑矿山类旅游。如何在当前路径下改变大众对矿山旅游的第一印象显得尤为重要。

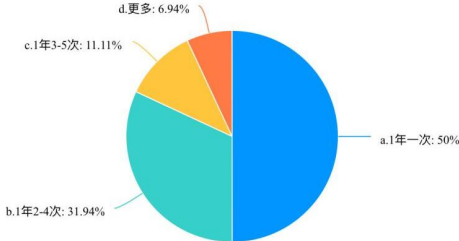


图 1.出游频率

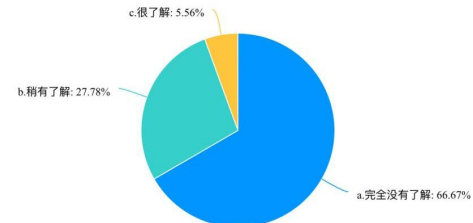


图 2.对矿山旅游的了解程度

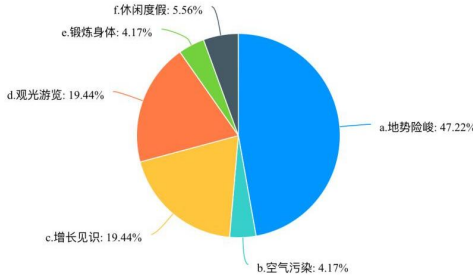


图 3.对矿山旅游的印象

4.4.2 主要消费群体

矿区旅游主要消费群体或将来自距离较近的周边城市。在对关于出行方式（图 4）和出游时间（图 5）的调查中，选择使用动车和所在地公共交通的人占比 68.06%，出游时间大多选择周末和长期节假日。据此可以推断出，选择来到矿山公园出游的人大多不会是距矿山公园较远的地区，如本次的调查对象地处重庆市大渡口区的预发展的矿山公园的主要消费群体大部分所在地将会集中在成渝地区。

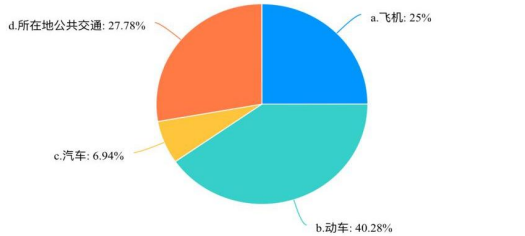


图 4.出行方式

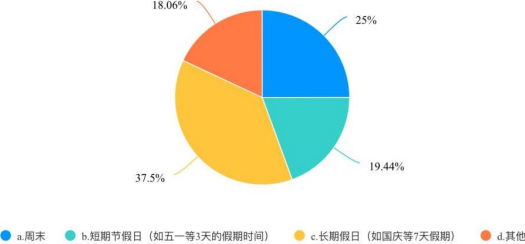


图 5.出游时间

4.4.3 影响出游地点选择的主要因素

价格因素和同行人群是人们选择出游地点的主要因素。在对旅游形式（图 6）、影响出游的决定因素（图 7）和对旅游价格的态度（图 8）的调查中，73.61%的人会选择和亲朋好友一起出行，选择价格因素作为主要决定因素的人占比 79.17%，91.67%的人认为价格定制应适中。该调查结果对于本次设定的矿山旅

游路径来说,在消费群体的设定和价格的制定都比较符合调查结果,具体上游学、大型沉浸式红色剧本杀等项目在一定程度上都能够满足消费群体对价格和同行人员的选择考虑要求。

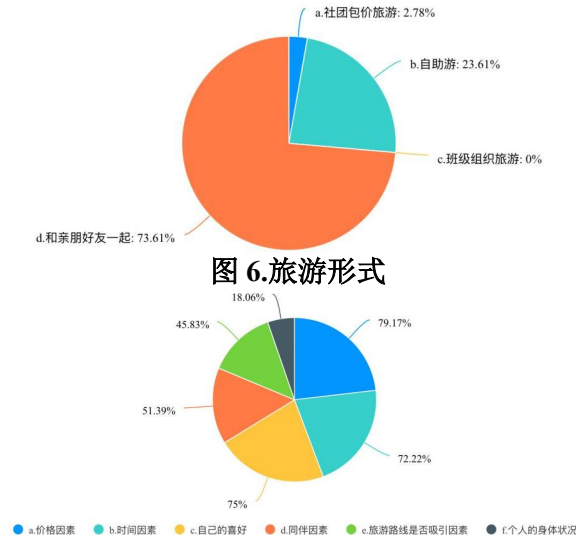


图 6.旅游形式



图 7.出游的决定因素

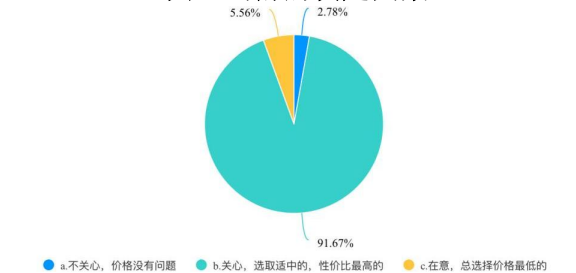


图 8.对旅游价格的态度

4.4.4 旅行消费态度

旅行中购物消费和住宿消费的态度呈矛盾态势。在对旅行中购物点的态度(图 9)和对住宿环境的态度(图 10)的调查中,近 30%的人对购物点持消极态度,26.39%的人持乐观态度,这反映出在对旅游路径的设置中,尽量不设置强制消费的购物点,且购物点要有创新点,以此吸引人群消费。在住宿态度上,近 95%的人都会选择中档或中档以上的住宿环境,人们更愿意将旅游资金的投入在住宿条件上,这与消费群体的消费观念有着较大关联。

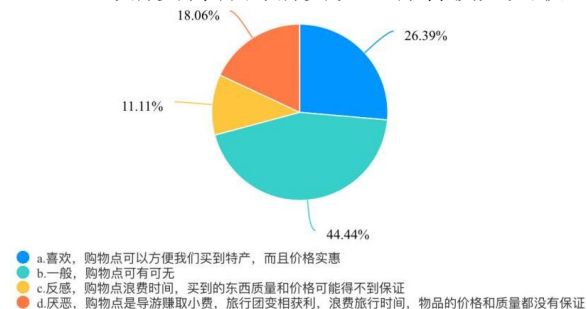


图 9.对旅行中购物点的态度

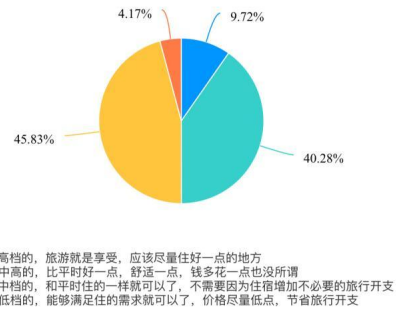


图 10.对住宿环境的态度

4.4.5 矿山旅游发展的新关注点

沉浸式旅游的路径或将成为矿山旅游发展的新关注点。在对旅行中不满意点(图 11)和旅行中感兴趣的活动中(图 12)的调查中,约 60%的人不希望旅游景点加收门票和在旅游过程中赶时间而导致的没能最大程度上体验景点本身的乐趣,单纯的拍照打卡式的旅游路径已经不能满足消费群体日益增长的对精神文化更深层次的追求。在本次旅游路径下设定的项目中,中医养生馆和红色团建活动爆冷,该现象是大众对该类项目的刻板印象所致,同时也反映了现有市场上对于该类项目创新性、表现力不足的问题。

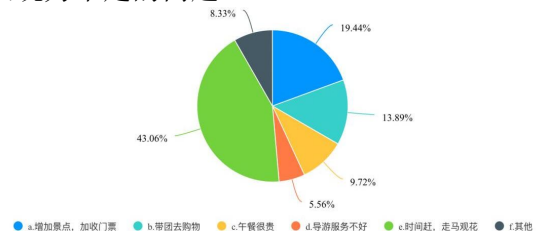


图 11.对旅行中不满意点

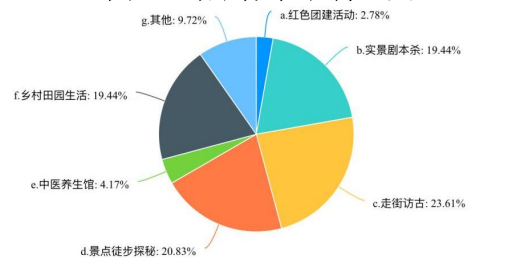


图 12.旅行中感兴趣的活动

5.基于消费群体导向矿山旅游发展路径研究

根据调研结果显示,大众对矿区旅游的了解程度较低,且传统的矿区生态旅游已经不能对消费群体产生新的消费刺激。在此情况下,本项目组制定了以下跳磴镇矿区旅游发展路径。

5.1 以多项目综合发展为导向的路径

根据矿山旅游整体消费市场规模有待扩大的结论,本项目组设置集历史文化、趣味农场、游学、实景剧本杀、生态游为一体的特色综合旅游项目,在旅游区内为消费者打造多样

化旅游项目,同时积极进行项目创新规划,刺激群体消费欲望。在该路径下,项目计划利用现有条件开发部分趣味农场功能、大型沉浸式历史剧本杀以及花椒中医理疗体验三项特色活动,同时开展对建筑设施的工程,对于部分未复绿的平坦土地利用形成草地的发生进行复绿等工作,为后续开展露营地打下基础。在开发过程中,积极鼓励当地居民有序参与土地复绿、果树养护等工作,开发工程后期。该做法不仅能使游客体验到不同以往的游玩方式,也能够为当地居民提供旅游区基础维护工作,带动当地居民就业。

5.2 以时间、距离等客观因素为导向的路径

基于来自距矿山旅游公园较近周边城市的消费群体有望成为公园游览的主要消费群体、价格因素和同行人群因素,本项目组结合当地的客观环境条件和已有配套设施情况,设置短时两天一夜或一天一夜为主的“生态果蔬种植+”和文化游学项目。“生态果蔬种植+趣味农场”项目,该项目充分分析当地生态环境和种植结构,引入先进的生产种植技术,打造生态果蔬种植、售卖、体验于一体的较为完整的产业结构,形成智慧蔬菜果苗+趣味农场的特色项目。

5.3 以矿山特色因素为导向的路径

根据对矿山特色地形条件的开发和利用,设置矿山历史文化体验馆项目。在馆外地表上保留部分矿山开采的痕迹作为展示,馆内展示包括本矿山在内的重庆各处矿山开发的历史。该项目旨在通过农业种植增加项目收入外,用“趣味农场”项目吸引周边地区对增加孩子农学知识有需求的父母为代表的消费群体,以及希望增加游学项目的学校为代表的消费群体,通过该项目形成固定的消费群体[10]。

5.4 以文化和消费需求因素为导向的路径

根据文化需求导向设置中医文化体验项目发展路径。重庆市目前老年消费群体不断增加,各年龄阶段的养生意识不断提升,加之,重庆市卫生计生委、中医药管理局联合发布《关于加强中医药文化建设的意见》,旨在充分发挥中医药文化对事业的推动和引领作用,面向社会大众和基层,宣传中医药文化,普及中医药知识,帮助群众提高健康保健知识,打造健康和谐的生活方式。在市场因素、政策因素和现有条件因素的三重因素的影响下,根据当地农业产业结构,与周边花椒种植产业进行联动,打造花椒中医理疗体验馆,形成“旅游+产业”的路径联动,最大程度上挖掘和发挥当

地农产品资源的作用,促进产业路径的形成。

5.5 以新型“慢节奏”旅游为导向的路径

基于沉浸式旅游的模式或将成为矿山旅游发展的新关注点的结论,本项目组打造特色旅游线路。根据消费群体对沉浸式、慢节奏旅游的需求,在整体路径规划之下,设置对不同项目的特色分析,整合项目资源,拓展特色旅游路线项目与自定义旅游路线项目,消费者可根据自身因素考虑选择不同的旅游路线,充分体验公园内的自然景观、矿区历史和其他休闲娱乐项目,以此提升消费者的体验感受。

6.对策及研究展望

6.1 对策

政府应提高矿区资源有序开发和综合利用水平,对于矿区改造给予相关政策支持,积极培养乡村旅游重点项目,扶持本地产业发展,以此助推乡村振兴,改善人居环境。

新合村应抓住国家对工业旅游资源开发的机遇,发挥自身优势,做好旅游开发规划,为游客打造更具吸引力的旅游体验,确保矿区旅游的可持续发展和带动村民的再就业。

针对乡村旅游发展进行专业人才的培养,提高旅游区的服务质量,同时随着信息技术的发展,可培养新媒体人才,借助互联网进行旅游宣传和推广,使用自媒体短视频吸引游客。

6.2 研究展望

本次研究理论探讨较多,实践性研究较少;理论方法总结较多,经过检验的实际方法较少,统性研究较多,分类研究较少。所获取的内容不够全面,方法论的局限性、理论观点的不成熟都会影响研究结果的正确性和普遍性。同时,随着社会的不断发展和变化,受各种因素影响,数据未能及时更新,只能暂时作为参考。希望未来的研究,能够运用更全面的研究方法和更多元化的视角使发展路径能够得以推广。

参考文献

- [1]李玉琴.乡村振兴背景下荆楚文化与乡村旅游融合路径研究[J].现代化农业, 2023, (03): 59-61.
- [2]庞喆.榆林矿区生态修复与多产业融合发展模式研究[J].自然资源情报, 2022, (01): 57-62.
- [3]汪秋菊,王玥,马钰莹,等.废弃矿区旅游资源评价研究现状与展望[J].煤田地质与勘探, 2022, 52(04): 1-8.
- [4]Bao W, Ma Y, Fan W. Path Research of Developing Nighttime Cultural Tourism

- under the Condition of Prominent Limiting Factors A Case Study of Hohhot[C]//Science and Engineering Research Center. Proceedings of 2021 International Conference on Modern Management and Education Research (MMER2021). Beijing Institute of Graphic Communication, 2021: 23-26.
- [5]Xiaohang R, Gudian Z, Kangyin D, et al. How does high-speed rail affect tourism development? The case of the Sichuan-Chongqing Economic Circle[J]. Transportation Research Part A, 2023, 169.
- [6]杜浩源, 王明真.乡村振兴背景下乡村旅游可持续发展面临的挑战与路径研究[J].旅游纵览, 2023, (02): 94-96.
- [7]李伟琴.乡村振兴背景下农村文化产业发展路径研究[J].农业经济, 2025, (07): 63-65.
- [8]刘思源, 王子颖.乡村振兴战略视域下矿区绿色转型对策研究[J].中国煤炭, 2023, 49 (04): 1-8.
- [9]林爽.矿区农村乡村振兴发展水平评价及影响因素研究[D].内蒙古农业大学, 2023.
- [10]张军爱.乡村振兴背景下乡村旅游农民专业化发展的路径研究[J].安徽农业科学, 2023, 51 (01): 247-249.