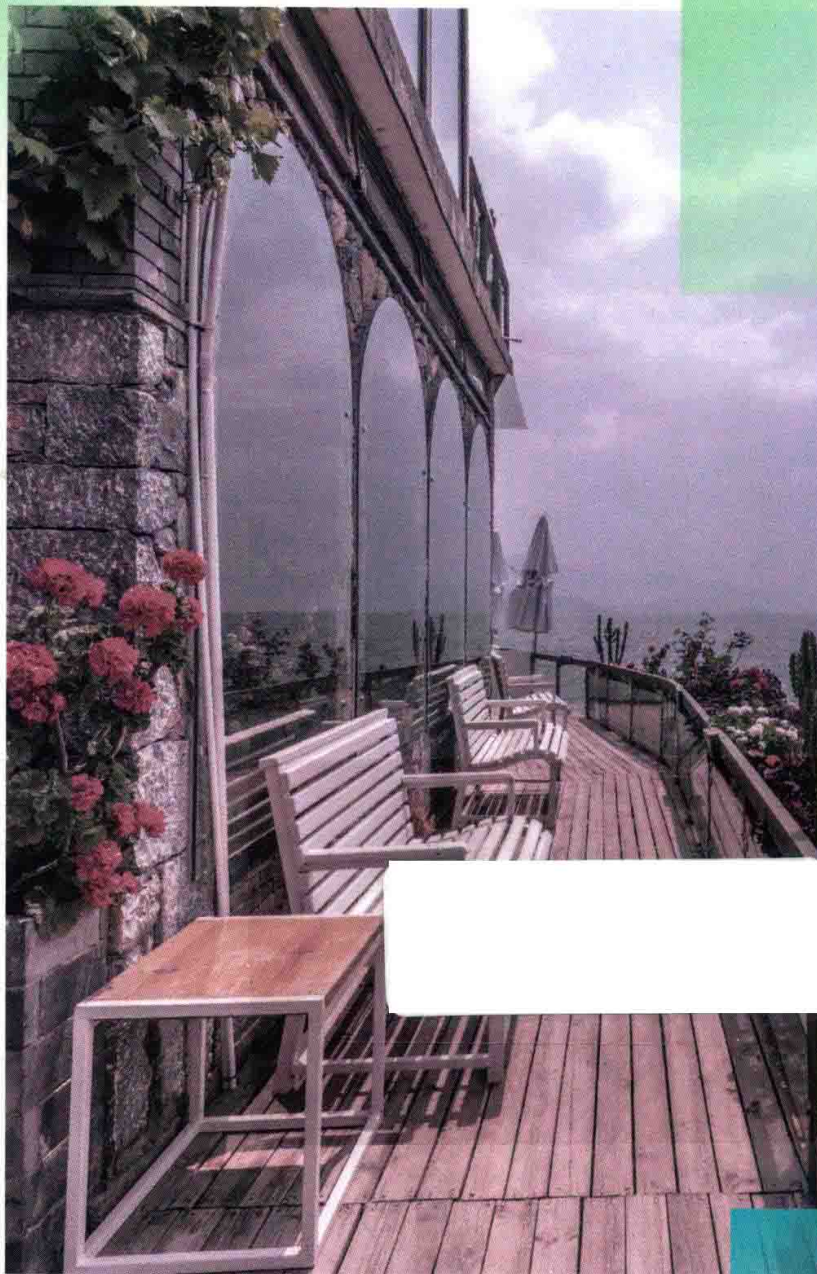


多视野下 民宿发展问题研究



张苗荧 著

DUO SHIYE XIA
MINSU FAZHAN WENTI YANJIU



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

多视野下 民宿发展问题研究

张苗荧 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

多视野下民宿发展问题研究 / 张苗荧著. —杭州:
浙江大学出版社, 2021. 4
ISBN 978-7-308-21236-6

I. ①多… II. ①张… III. ①旅馆—服务业—产业发展—研究—中国 IV. ①F726.92

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 058314 号

多视野下民宿发展问题研究

张苗荧 著

责任编辑 包灵灵
责任校对 徐 旻
封面设计 周 灵
出版发行 浙江大学出版社
(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)
(网址: <http://www.zjupress.com>)
排 版 杭州青翎图文设计有限公司
印 刷 广东虎彩云印刷有限公司绍兴分公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 12.75
字 数 236 千
版 次 2021 年 4 月第 1 版 2021 年 4 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-308-21236-6
定 价 50.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社市场营销中心联系方式: 0571-88925591; <http://zjdxcs.tmall.com>

自序

对民宿的深刻印象主要来自浙江省莫干山民宿的住宿体验。说起来得感谢一位友人,他送我们一张莫干山民宿的优惠券。我与家人虽然觉得民宿价格贵,但是优惠券优惠幅度特别大,于是假期抱着试一试的心态去住宿两天。这家民宿位于莫干山脚下的一个村落里,有一个很大的院落,一个大游泳池,两条狗。我们住在那里的两天,的确体验了农家生活的悠闲与自在。

我与我的孩子也曾经住宿过台湾垦丁的民宿。垦丁的阳光沙滩,在夏日特别优美。垦丁附近的民宿更是价格不菲。我们是在网上预定的这家民宿,到民宿之前先致电了民宿主,对方告知会在路边迎接我们。不想到达指定地点发现,路边站着一位赤膊的少数民族,十分热情招呼我们。错愕之际,才知道自己无意间预定了当地少数民族开的民宿。这家民宿带着浓郁的少数民族色彩,但是住宿条件并没有想象的那么好,床铺上还留着上一位客人住宿过的痕迹。真是百闻不如一见。哪怕是在垦丁这样成熟的民宿集聚地,民宿的质量也是良莠不齐。

2015年以来,民宿成为新闻热点,也成为学术研究的热点。在这期间,报纸杂志上陆陆续续刊登了一些对民宿问题的见解,总觉得写得不够深入。于是就有一些冲动,想写一本深度分析民宿的专著。早在2017年,我就把这个设想与浙江大学出版社包灵灵老师做了交流,包老师鼓励我把这个项目做下去。后来由于手头有其他工作,项目搁置了一段时间,但对于民宿的关注以及材料的收集整理一直没有停止过。到2019年,确定了民宿多视野的写作视角,再次提交浙江大学出版社论证。所以这个选题从开始到落地,也是经历了相当长时间的酝酿的。

正如本书“绪论”一章提到的,民宿多视野的写作视角确定,与当今民宿研究的多样化存在密切关系。本书通过文献整理,运用Bicomb以及SPSS软件进行关键词聚类分析,对近年来民宿研究的领域进行分簇,划分出民宿研究的几个重要主题,如旅游目的地营销策略研究、民宿与乡村振兴战略方面的研究、民宿产品与服务研究、民宿提升发展策略研究等。然后再筛选出近



年来能够全面反映多视野下民宿研究最新成果的文献进行分析,得出多视野下民宿研究的几个热点领域。选择这些领域进行分析,至少可以使得我的研究不偏离当下民宿研究的热点,可以把研究视野聚焦于几个值得探讨的学科领域与交叉领域。

本书共分八章。下面简要阐述本书的主要结构与观点。

第一章“绪论”,主要谈本书研究视野的确定,以及确定研究领域的主要内容。大体将本书研究内容划分为营销管理与民宿定位、品牌等策略,中间组织与民宿集群,网红经济与网红民宿传播,危机管理与民宿发展策略,政策、法制保障与民宿外部环境。

第二章“民宿的定位策略”,实际上是从营销管理的角度去谈的。定位策略在国际上已经非常成熟,但是如何把定位策略运用在民宿上,这方面的研究实际上不够深入。运用美国著名的特劳特定位理论以及营销界鼻祖菲利普·科特勒(Philip Kotler)的理论,本书按民宿定位依据的三个方面,分别从竞争对手的角度、民宿产品本身的角度以及游客的角度谈了民宿定位。这些定位在现实中存在不少案例,分析借鉴这些典型案例,对于民宿的定位很有参考价值。

第三章“民宿的顾客满意度”,也是从营销管理的角度来探讨的,是第二章民宿的定位策略的延续。民宿定位,就是要找到民宿产品特点与顾客需求的交合点,把握与竞争对手的区分点。顾客满意,首先是民宿定位恰当,其次是民宿产品能够符合消费者的个性与爱好。顾客入住民宿的体验涉及顾客感知价值。本书对入住民宿的顾客所获得的利益与相关成本进行分析,从而得到顾客感知价值提升的方法。为了对顾客不满意的方面展开深入研究,从马蜂窝和携程选取了杭州民宿网络点评样本,使用 ROST 软件进行分析。最终得出的民宿顾客满意度提升途径包括完善基础设施与氛围,重视客户的相对价值,以及与之匹配的品牌名称与品牌价值、个性等。

第四章“民宿的品牌策略”,是对第三章提出的顾客满意度提升的途径之一——品牌问题进行深入诠释。品牌化策略不光是企业的竞争战略,从顾客方面看,也是增加文化附加值、提升顾客感知价值的重要方法。目前,将定位理论与品牌策略结合在一起的品牌定位,对于民宿未来发展十分关键,这里不仅存在单个民宿的品牌定位,还存在民宿集聚的定位。以政府力量推动公共品牌建设,品牌整合与整合传播进行统一运作,是民宿品牌发展的一大方向。

第五章“网红民宿的传播策略”，仍然属于民宿品牌范畴，但是主要针对品牌传播展开分析。网红民宿这个现象，与网红经济有关，也与“互联网+”视野下微营销、短视频传播崛起有关。网红民宿有利于培育民宿旅游目的地，但其发展也出现了不和谐的声音。不少网红民宿昙花一现，与该民宿的急功近利不无关系。本书提出，网红民宿的可持续发展营销模式，需要引入口碑营销、品牌营销和体验营销等，善于用网红民宿打造旅游目的地。

第六章“民宿的产业集群”，运用了中间组织、制度变迁等理论与视野展开研究。首先，区分了产业集群、民宿产业集群与乡村产业集群。民宿产业集群中的乡村民宿集群属于乡村旅游产业集群，是产业集群在乡村的延伸。乡村旅游产业集群可以推动乡村旅游的转型升级，是国家实施乡村振兴战略的重要举措。其次，对不同地理位置的民宿集群进行剖析。各地民宿集群由于资源禀赋不同，演化路径不同，都产生了不同个性与特点，但是大多数民宿集群都属于诱致型制度变迁。浙江的民宿产业集群走在全国前列，与浙江民宿发育比较早，政府有形之手运用比较恰当有关。总结不同地方不同特色的集群，可以为各地发展民宿路径提供良好指导。

第七章“民宿的危机管理”，主要运用危机管理视野对民宿应对动态环境变化制定对策。针对2020年新型冠状病毒肺炎疫情的影响，有人唱衰民宿，认为疫情对民宿影响是致命的，暴露了旅游业面对危机的脆弱性。本书在反对这一观点的同时提出，要实施民宿发展模式变革。民宿可持续发展策略应该包括危机管理。政府、中间组织、民宿要合力构建危机管理体系。此外，智慧民宿可以及时预警危机与化解危机，是民宿业今后发展的主要方向。

第八章“民宿的规范发展保障”，主要从政策与立法两个方面探讨民宿规范发展的外部环境。民宿的行业标准出台后，其与地方标准的协调适用是一大问题。但运用系统立法推动民宿规范发展，可以避免头痛医头脚痛医脚的短视做法。这一章还重点探讨了民宿产权问题以及相关政策与法律变化态势。保障民宿产权明晰，是民宿规范运作以及可持续发展的前提。总之，今后要运用民宿系统立法，促使政策与法律的对接，以及不同法律法规的相互对接。

感谢为本书做出贡献的几位挚友与民宿主人。本书屡次提及的阿木，曾经是我教学的搭档，也是浙江温州大罗山民宿“罗山会社”创始人之一。她非常热心地向我提供罗山会社民宿发展的一些资料，以及发展过程中面临的困惑与难题。感谢浙江丽水龙泉古窑里民宿的金朝军经理、浙江杭州青芝坞比

翼鸟民宿的殷兴魁经理,他们两位提供了民宿经营的一些细节问题,帮助我获得民宿经营管理方面的丰富材料。感谢浙江天台街头镇山头下村的蔡统喜村主任,他的热心接待,使我对蔡家大院的农家乐集聚获得了感性与理性认识。阿木以及我的好友王明武、张旭等都先后邀请我去民宿进行住宿体验,使我对浙江的民宿有了切身体验与经历。他们的帮助深刻地影响了我对民宿未来发展的看法与信念。

最后,衷心感谢浙江大学出版社国际文化出版中心主任包灵灵,没有她的支持与肯定,这本书不可能面世。她对民宿发展热点的判断以及对本书的整体架构的指导,使我受益匪浅。在此一并深表感谢!

作者于杭州西溪蝶园

2020年6月29日



目 录

第一章 绪 论	001
第一节 民宿热的兴起	001
第二节 民宿研究的多维视野的确立	005
第二章 民宿的定位策略	019
第一节 民宿的定位及其相关因素	019
第二节 民宿的定位技术	027
第三节 民宿的定位方法	032
第三章 民宿的顾客满意度	041
第一节 民宿的顾客满意度及其分析方法	041
第二节 民宿体验与满意度分析实例:杭州民宿网络文本分析	053
第三节 提升民宿顾客满意度的三个层次	058
第四章 民宿的品牌策略	067
第一节 民宿的品牌化发展及其意义	067
第二节 民宿的品牌策略建设	075
第三节 民宿的品牌发展问题与对策	083
第五章 网红民宿的传播策略	090
第一节 网红民宿的发展及其存在的问题	090
第二节 网红民宿的微博与短视频传播策略	096
第三节 网红民宿的可持续发展对策	104
第六章 民宿的产业集群	109
第一节 产业集群、民宿产业集群与乡村产业集群	109

第二节	民宿集群的形成及其分布	114
第三节	乡村民宿集群发展存在的问题	121
第四节	遵循制度变迁规律推动民宿集群	124
第七章	民宿的危机管理	130
第一节	民宿的危机影响	130
第二节	民宿的危机管理方法	135
第三节	危机治理下,民宿的可持续发展策略	141
第八章	民宿的规范发展保障	150
第一节	国家与地方层面的民宿政策	150
第二节	民宿的立法问题	157
第三节	民宿的产权难题	166
参考文献	181



第一章 绪 论

第一节 民宿热的兴起

一、本书构思的由来

笔者的朋友阿木是浙江温州某个职业学校的教师,她的专业是设计,在当地一家文化策划公司做兼职设计师。10年前她看中温州市大罗山盘垟村几幢老房子,在搞设计的她看来,经过一些改造,用天然的材料做装饰,把老房子改造成为民宿,或许可以吸引更多游人入住。说干就干,她用30万元,获得20年租期,租下了大罗山盘垟村三幢老房子。除了简单的改造,她用木料与石头,自己制作了木凳、桌子以及门口的摆设,开起了民宿。她的民宿主打自然健康,没有电视电话,睡到自然醒,发呆看风景。几年下来拥有了一个固定客户群体。阿木的民宿虽然没有赚多少钱,却是一个很好的示范。2010年以来,大罗山盘垟村逐渐形成一个民宿集群。

浙江莫干山民宿也是这样发展起来的。所不同的是,莫干山“洋家乐”民宿缘于外国设计师的灵感。阿木作为设计师,对民宿有独到的见解,她说她的民宿只是用来发呆与思考。笔者与阿木的接触有几年时间,去过她置办的民宿几次,因此对民宿研究开始产生浓厚的兴趣。的确,浙江是民宿发展比较成熟的区域,中国民宿发展的历程,都可以从浙江这里找到影子。

我国民宿较早出现于沿海经济发达地区。早期主要是农民利用自家房屋进行经营,以农家乐作为主要形式,仅仅提供简单的餐饮与住宿,以“吃农家菜,住农家房”作为特色。就农家乐的住宿而言,其具有家庭旅馆性质,以规模小、投入少、时间弹性的灵活经营管理方式,作为标准化住宿的补充。农家乐的红火产生模仿效应,往往整个村子开出大量经营方式雷同的店面,它

属于农民自发创新的一种制度,故此是一种乡村诱致性制度变迁。

到了21世纪初,民宿进入发展阶段,民宿除了由村民个体、村镇集体经营外,以“村外”经营者与投资人最为普遍。云南丽江、浙江德清莫干山、浙江温州大罗山等地产生大量“村外”经营者与投资人。2010年始,政府、酒店集团、社会资本、众筹等成为民宿投资主体,民宿进入拓展升级阶段(见表1.1)。

表 1.1 我国民宿的发展历程

民宿的发展阶段	起步期: 20世纪90年代	发展阶段: 21世纪初期	拓展升级阶段: 2010年至今
关键词	低端、分散、农家菜	个性化、情怀	精致化、中高端、小而美
自身规模	乡村个体农家乐	品牌化发展;区域拓展、模式复制	美丽乡村改造、集群式发展、形成度假区域
主要功能	承担住宿及餐饮功能	关注选址,依托景区发展	成为景区的核心吸引之一,旅游目的地逐渐形成
民宿档次	价廉、低档;设施不足	档次升级,设施健全	精品化、中高端、设施完善
民宿主题	基本无主题	个性化开始凸显,主题风格与服务理念开始衔接	关注人文,融入所在地文化;同质化问题出现
民宿服务	村民自发的“热情好客”	民宿主人特色化服务	当地文化交融,定制化活动体验
投资主体	村民自发经营	村民个体、村镇集体,以“村外”经营者与投资人最为普遍	政府、酒店集团、社会资本、众筹等

参考资料:李彬彬,次仁旺加.中国台湾地区民宿成功经验对拉萨民宿发展的启示[J].旅游纵览(下半月),2018(11):151-153.

阿木的民宿发展也经历了这样的历程。大罗山的民宿群在阿木等人的带领下,开始集聚发展,形成规模化态势。在这个过程中,遇到了市场定位、品牌传播以及集群化发展的一系列难题。其中有一些难题解决了,有一些难题成为死结,成为困扰民宿进一步发展的障碍。

由于工作关系,笔者接触过众多民宿经营者,如大罗山的民宿集群的规划者,杭州市青芝坞比翼鸟民宿的主人,以及加入民宿经营的会计师、设计师、经营管理人员等,逐渐深入了解了经营者们的苦衷。他们的市场定位策略、提升顾客满意度的举措,以及产业集群发展策略、有关产权问题的困扰



等,都引发我很多思考以及写作的冲动。

动笔写一本民宿研究相关的专著,这个冲动一直在我心头涌动,但是具体从什么角度出发,一直是难题。

二、民宿作为舆论热点的兴起

大概在2015年前后,作为一个新闻热点,民宿在我们生活中逐渐扮演越来越重要的角色,占据越来越重要的位置。民宿这个热点究竟是从什么时候开始的?近年来其热点又是如何演化的呢?我们可以从百度指数的关键词搜索趋势,来判断民宿从2011年1月到2020年4月6日的关注热度,进一步分析民宿在学术研究上的进展,帮助我们理清思路,从而修正、完善本书的框架。

从新闻头条来看,2015年之后,民宿这个关键词开始成为一个新闻热词。从2015年到2020年,虽然总体呈现某些周期现象,但其发展趋势是向上的。从2015年开始,民宿迅速进入人们消费领域并形成热点,与国内中等收入群体的形成以及时尚消费有关。随着20世纪70年代后期,我国大跨步进入改革开放时期,人们收入水平不断增加,中等收入群体形成并扩展,从而出现了新的阶层,即中产阶级。在21世纪初,我国中等收入群体的人口已经有8000万之巨,远远超过美国未来学家奈斯比特的预测。他认为到20世纪末期,这个群体人数可能达到百万。据国家统计局数据显示,2019年中国中等收入群体人数就已超过4亿,全国人均GDP突破1万美元。2020年,中国打赢脱贫攻坚战,全面建成小康社会。

2015年11月份,国务院印发了两份文件:一个是从供给角度强调发展生活性服务业,从而促进消费,推动消费结构升级;另外一个是从需求角度强调发展新消费,推动崭新供给动力的形成。特别值得提出的是,这两份文件要求供给侧深耕细分市场,满足人民群众新的市场需求,其中包括客栈民宿以及短租与长租公寓业态。文件强调生活性服务业的重要性,提出要大力发展生活性服务业,为了达到服务的便利,提升服务的质量,需要对服务市场进行进一步细分。从服务业态、服务内容以及服务方式方面进行改革,以达到供给创新与消费升级的双向驱动。此外,以上文件还强调乡村的土地政策改革,及充分利用农村土地存量进行乡村建设。这些密集出台的政策,都对民宿发展起了重要的推动作用。

民宿发展这个时候同时走向规范化,浙江、福建等地相继出台政策法规,对民宿的建造标准、等级划分进行规范。浙江德清出台的全国首个县级乡村

民宿地方标准中对乡村民宿的软硬件设施和服务质量提出了基本要求和标准,并据此将乡村民宿划分为标准、优品和精品三个等级。而在浙江宁波发布的特色客栈地方标准中,则是将客栈等级分为五档,并对客栈类型进行了划分。

民宿的品牌化也有了新进展,品牌理念开始建立。2015年10月开始,迈点旅游研究院通过对客栈民宿品牌指数的采集和分析,按时发布月度品牌报告,对其品牌现状和发展进行监测。迈点品牌指数主要从搜索指数、运营指数、媒体指数、舆情指数出发对民宿品牌进行数据分析,打造了一个新的品牌分析体系。

从新闻热点看,2015年后,民宿这个热词在2017—2019年几个阶段的搜索指数都达到新高。国家政策,还有民宿行业的一些大动作,使得民宿成为香饽饽,更多的资金、更多的人才流入这个行业。与此同时,学术研究也是水涨船高,一些比较深度的研究也开始出现。

2017年后民宿搜索指数的上升,与党的十九大召开有密切关系。党的十九大提出了乡村振兴战略,把农业农村农民问题提高到国计民生的高度,并要求解决好“三农”问题,实施乡村振兴战略。而乡村旅游恰恰是乡村振兴的重要抓手,乡村旅游中民宿做得好,可以发挥村民闲置房屋的作用,充分发挥乡村的文化资源与旅游资源,推动产业融合发展,吸纳乡村劳动力,提高农民收入水平。乡村民宿的发展,还肩负着实施精准扶贫,落实乡村振兴的战略使命,对于解决“三农”问题大有帮助。

2017年颁布的《旅游民宿基本要求与评价》可以说第一次对旅游民宿诸方面发展立下一系列规矩,包括民宿相关概念、民宿分类、民宿评级要求以及卫生、环境、空间、服务、质量等,它的出台为民宿发展中的很多问题提供了答案,解决了民宿行为不规范问题,对民宿今后提升服务水平、提高产品质量以及健康持续发展具有重大价值与意义。这个规范化的文件统一了旅游民宿的定义:利用当地闲置资源,民宿主人参与接待,为游客提供体验当地自然、文化与生产生活方式的小型住宿设施,包括但不限于客栈、庄园、宅院、驿站、山庄等。该国标还规定了旅游民宿的评价原则、基本要求、管理规范 and 等级划分条件。从此,民宿业走上规范化发展的正规轨道。《旅游民宿基本要求与评价》拓展了民宿范围,把民宿作了分类,按照地理位置不同将民宿划分成城镇民宿和乡村民宿。国标的出台,进一步刺激了地方政府出台相应的民宿管理细则,大大推动城镇民宿与乡村民宿的发展进程。

2018年9月21日,中共中央政治局就实施乡村振兴战略进行第八次集体学习,习近平总书记在主持学习时强调,乡村振兴战略是新时代“三农”工



作总抓手。习总书记指出实现乡村振兴是前无古人、后无来者的伟大创举,没有现成的、可照抄照搬的经验。他重点强调要抓好农民合作社和家庭农场两类农业经营主体发展。家庭农场、民宿是乡村旅游的不同业态。现实中,农民合作社逐渐融入民宿发展,特别是规模比较大的民宿,往往需要农民合作社介入或者投资。在乡村振兴中,家庭农场、民宿这两种业态相互配合有助于乡村旅游的升级。正是基于此,中国文化和旅游部多次强调乡村民宿在乡村振兴战略中有它的特别优势与作用。乡村民宿通过利用农村闲置住宅和房屋,发展共享经济,再把农民合作社等农村经济组织整合进来,可以创新乡村旅游业态,推动乡村旅游升级。

第二节 民宿研究的多维视野的确立

一、近年来民宿学术研究的多维视野

随着民宿的发展,民宿面临的问题日益突出,视野狭窄与理论缺失进一步限制民宿行业的发展进程。近年来,对民宿的研究运用了旅游学、社会学、心理学、消费者行为学、经济学、管理学等众多学科。我国台湾地区民宿研究开始比较早,其研究划分为八大热点领域,包括民宿的核心吸引物、消费行为规律、管理模式、经营策略、市场营销、规划设计、政策措施和发展效应。^①

蒋佳倩和李艳(2014)^②运用文献分析法对文献进行详细整理。她们根据21世纪初,民宿发展过程中出现质的飞跃的时间节点,把民宿分为2006—2007年前后不同阶段。前一个阶段民宿研究主要聚焦于民宿的概念、开发条件、市场定位优劣势分析,民宿的发展现状、出现的问题,营销策略,等等。这个阶段研究停留于理论层面为主,没有涉及或很少涉及一些操作层面问题。从研究框架来看,重宏观轻微观现象比较普遍。后一个时期的重心有所转向,定量研究方法得到运用,宏观研究与微观研究并举,并深入一些操作层面的具体问题,例如:如何评价民宿的服务质量,如何规范民宿操作,如何建立民宿的可持续发展体系,如何立足游客本体研究游客满意度与游客体验,如

^① 张海洲,虞虎等.台湾地区民宿研究特点分析——兼论中国大陆民宿研究框架[J].旅游学刊,2019,34(1):98.

^② 蒋佳倩,李艳.国内外旅游“民宿”研究综述[J].旅游研究,2014,6(4).

何从供给侧改善民宿产品价格渠道促销策略。

蒋佳倩和李艳在2014年写的这篇文章被业内广泛引用,成为一篇热度较高的共引文献。然而,2014年之后的进展如何呢?笔者找到另一篇写于2019年,运用关键词共词分析对跨度达到10年的民宿文献进行梳理的文章。这篇文章中,业云(2019)^①运用这一方法研究国内民宿发展的主要问题,挖掘了民宿旅游产业链架构研究,民宿建筑改造设计、空间营造研究,本地文化挖掘与外来文化移植研究,以及资本运筹经营研究等一系列热点话题。

这个研究告诉我们,民宿研究存在很多热点,分析这些热点进而揭示民宿发展趋势十分必要。虽然蒋佳倩和李艳(2014)^②对民宿学科视野进行归纳,但总体来看,近年来的民宿研究比较分散,理论上缺乏进展,需要我们从多学科、多视野进行审视。最近有一篇文献值得对民宿多学科视野方面的研究我们注意。该文献基于Web of Science对民宿进行研究,于2020年1月13日在《旅游学刊》进行网络首发,该研究在综合一些学者对民宿领域相关研究成果后,将研究内容归纳为共享民宿影响效应、消费者参与动机、消费者参与影响因素、房东参与行为、共享民宿定价研究、商业模式研究等六个方面。^③

在主要对2010—2016年发表的文献进行综述的基础上,徐峰等(2020)^④进而揭示了这些学者进行共享民宿研究的脉络主线和主要贡献:(1)厘清了共享民宿的研究边界,对比了共享民宿相近概念并辨析了其本质特征;(2)分析了共享民宿对社会经济、生态和政治方面的影响;(3)共享民宿作为新兴经济模式而引发的监管和规制问题。他们同时指出:已有共享民宿研究涉及动机理论、创新扩散、旅游者行为、在线信任、信号理论等多个学科的融合;随着共享民宿研究从现象讨论向理论分析过渡,共享民宿相关数据的不断丰富使得定量研究成为主流,研究情境扩展到新兴发展地区,从多维视角和多学科理论研究共享民宿的微观现象。他们还指出,目前共享民宿研究中偏重于实证研究的技术性定量研究不利于发展新的理论,可以结合扎根理论和案例研究等质性研究方法,通过定性和定量混合研究方法来完成共享民宿的理论体系。

从对未来民宿研究的展望看,龙飞等(2019)^⑤强调民宿研究要加强对于

① 业云. 基于共词分析的国内民宿研究热点分析[J]. 价值工程, 2019, 38(30): 230.

② 蒋佳倩;李艳. 国内外旅游“民宿”研究综述[J]. 旅游研究, 2014, 6(4): 16.

③ 转引自徐峰,等. 基于Web of Science的共享民宿研究综述[J]. 旅游学刊, 2020, 35(10): 135.

④ 转引自徐峰,等. 基于Web of Science的共享民宿研究综述[J]. 旅游学刊, 2020, 35(10): 135.

⑤ 龙飞,刘家明,昌晶亮. 国内民宿研究现状与未来展望[J]. 城市学刊, 2019, 40(1): 31.



民宿集群方面的系统研究。张海洲等(2019)^①认为,国内民宿研究应当借鉴其他国家成功经验,他山之石可以攻玉。他们还认为民宿的文化视野尤其重要,需要从文化的角度研究信息沟通与社会关系;民宿建设本身离不开环境,需要在与环境的互动中把握民宿动态平衡;同时需要注意信息化、互联网+对于民宿管理的挑战。

二、本书对民宿研究的多维视野与研究重点

笔者最早动笔撰写民宿研究热点以及不同的视野是在2019年的秋夏时节,直到2020年,经历了新冠肺炎疫情从暴发到趋于缓和,笔者居家写作时发现,原先确定的一些热点与视野都发生了很大变化。在2020年4月份,笔者考虑重新修订研究内容,在通过知网进行以民宿作为关键词的搜索后,对原先已经完成的内容进行重新调整。截至2020年4月6日,对知网的期刊进行搜索,共找到以民宿为主题的文献4031篇。

那么如何对这些学术研究进行分类呢?本书借助了中国医科大学崔雷教授和沈阳市弘盛计算机技术有限公司研发的信息共现挖掘系统(BICOMS)。崔雷教授的主要研究方向是文本挖掘以及文献计量学,BICOMS目前应用广泛,通过对文本信息的提取与挖掘,然后对多维数据进行聚类分析,使复杂结构数据标准化。

和SPSS22作为主要研究工具,通过对关键词词频分析以及聚类分析,找到学术上对民宿的几个主要研究方面。笔者通过知网搜索文献,将搜索到的文献根据软件要求的格式进行整理。使用BICOMS构建矩阵,将高频关键词通过软件分析成为一些相似组或簇,构建出的共词频矩阵以及聚类图,利用SPSS22多维尺度分析将研究领域的热点通过计算机的绘画,描画出热点图谱,然后对图谱展开分析与解释。

首先分析高频关键词。对前期检索出的论文进行关键词统计,共得到关键词78个。然后对统计结果进行以下处理:去除对主题没有很大意义的词,如“发展”“现状”“公共图书馆”等以及地名词“莫干山”“宏村”“山西”等,对表达同一个意思的关键词进行标准化处理,如“民宿”“民宿客栈”“民宿产业”“民宿经济”等都标准化为“民宿”。通过以上整理,最终得到关键词64个。

经过多次比较,最终选择词频大于3的关键词作为高频关键词,从而确定民宿研究的高频关键词(见表1.2)。从高频关键词分布可以看出,民宿研究

^① 张海洲等. 台湾地区民宿研究特点分析——兼论中国大陆民宿研究框架[J]. 旅游学刊, 2019, 34(1):103-105.

重点关注的研究对象集中在乡村旅游、乡村民宿、乡村振兴、民宿设计、民宿旅游、全域旅游、旅游业、地域文化、农家乐、经营者、精准扶贫、文旅融合等方面。

表 1.2 民宿研究的高频关键词表

序号	关键词	出现频次	百分比/%
1	民宿	134	7.7100
2	乡村旅游	52	2.9919
3	乡村民宿	32	1.8412
4	乡村振兴	22	1.2658
5	民宿设计	16	0.9206
6	民宿旅游	15	0.8631
7	全域旅游	13	0.7480
8	旅游业	12	0.6904
9	地域文化	11	0.6329
10	农家乐	9	0.5178
11	经营者	9	0.5178
12	设计	9	0.5178
13	精准扶贫	8	0.4603
14	文旅融合	7	0.4028
15	共享经济	6	0.3452
16	传统民居	6	0.3452
17	旅游	6	0.3452
18	空间设计	6	0.3452
19	乡土文化	5	0.2877
20	设计师	5	0.2877
21	室内设计	5	0.2877
22	民族地区	5	0.2877
23	旅游民宿	4	0.2301
24	特色民宿	4	0.2301

