

基于 Airbnb 网络文本数据的 旅游者民宿体验感知研究

王玲, 光善军, 吴晓隽

(东华大学 旭日工商管理学院, 上海 200051)

摘要: 民宿作为分享经济在旅游领域发展的新业态, 为旅游者提供了一种全新的休闲方式。为了深入剖析影响旅游者民宿体验感知的关键因素, 利用网络爬虫技术采集 Airbnb 用户评论数据作为研究样本, 依循扎根理论方法的开放式编码、主轴式编码及选择式编码的三重过程, 构建了旅游者民宿体验感知模型; 借助 ROST CM6.0 软件从旅游者的正面评价及负面评价中提取高频特征词, 分别对旅游者积极感知和消极感知的影响因素进行分析, 并将城市民宿与乡村民宿进行比较。结果表明: 旅游者对民宿体验的感知贯穿于旅游前期待体验—旅游中感受体验—旅游回味体验这3个阶段, 由体验期望、体验前准备、民宿周围环境、民宿核心场景体验、体验后评价等5个维度构成; 旅游者对城市民宿及乡村民宿的积极感知因素具有一致性, 主要表现在地理位置、自然环境、文化环境、民宿特色和主客互动等方面; 而消极感知因素具有差异性, 配套设施和卫生条件是旅游者对城市民宿体验消极感知的主要影响因素, 旅游者对乡村民宿的消极感知受到地理位置、基础设施及配套设施等多种因素的影响。

关键词: Airbnb; 网络文本数据; 民宿; 体验感知; 扎根理论

中图分类号: F590

文献标志码: A

文章编号: 1671-6248(2017)05-0049-08

Study on tourists' perception to B&B experience based on network text data from Airbnb

WANG Ling, GUANG Shan-jun, WU Xiao-jun

(The Glorious Sun School of Business and Management, Donghua University, Shanghai 200051, China)

Abstract: As a new form of sharing economy development in tourism industry, B&B (Bed and Breakfast) provides a new way of leisure for tourists. In order to know the key influence of tourists'

收稿日期: 2017-08-21

作者简介: 王玲(1965-), 女, 河南郑州人, 副教授, 硕士研究生导师。

perception of B&B experience, using web crawler technology to collect comments from Airbnb as the research data sample and following the three processes of the grounded theory including open coding, axial coding and selective coding, this study constructed the model of tourists' perception evaluation of B&B experience; by using the ROST CM6.0 software to extract the high frequency words from tourist positive comments and negative comments, this study analyzed influence factors of tourists' positive perception and negative perception, and further to compare city B&B and rural B&B. The results show that tourists' perception of B&B experience is throughout three phases including expectations before travel, enjoying experiences during travel and aftertaste experience after travel, and it's constituted by experience expectations, pre-experience preparation, environment around B&B, core scene experience of B&B and the evaluation after experiencing; tourists' positive perception of city B&B is consistent with rural B&B, mainly manifested in geographical location, natural environment, cultural environment, B&B characteristic and interaction between subject and object; but tourists' negative perception is different, supporting facilities and sanitary conditions are the key factors affected the tourists' evaluation of city B&B. Tourists' negative evaluation of rural B&B is influenced by geographical location, infrastructures and supporting facilities.

Key words: Airbnb; network text data; B&B; experience perception; grounded theory

近年来,分享经济作为一种新的经济模式,已经渗透到各行各业,不断改变着市场业态和人们消费理念。作为分享经济在旅游领域的典型代表,民宿通过将闲置的民居资源分享给旅游者,并为其提供多元有趣的生活方式,其非标准化的特征在一定程度上满足了旅游者追求高品质及个性化的体验需求。旅游者对民宿的体验感知显得尤为重要。

“民宿”的概念最早来源于国外,一般是指 B & B (Bed and Breakfast),也有学者习惯将其称为 Hostel, Family hotel, Home stay, Guesthouse 等。国内对于民宿的概念尚未统一,对于民宿及民宿旅游的理解也不尽相同。大部分学者研究民宿时借鉴台湾地区有关规定,认为民宿是利用自由住宅空间,结合当地人文、自然景观、生态、环境资源及农村渔牧生产活动,以家庭副业方式经营,来提供旅客乡野生活之住宿处所^[1]。本研究认为,民宿是指利用闲置的居民用房、农村宅基地、集体用地等民居资源,在融合当地自然和人文环境、整合其他旅游业态的基础之上,通过居民自主经营,为旅游者提供一种区别于日常的生活体验方式,打造主客交互、情景交融、特色鲜明的社区空间,来满足旅游者

住宿餐饮、度假休闲、情感交流等个性化需求的旅游目的。

旅游者作为民宿体验最直接的感知主体,其体验感知究竟如何?有哪些因素会影响到民宿旅游者的体验感知呢?研究旅游者民宿体验感知,能够深入了解旅游者民宿体验需求及满意程度,对于合理开发民宿旅游资源、提升民宿旅游体验品质、促进民宿业健康持续发展具有重要的现实指导价值。

一、相关研究进展

查阅文献发现,国外和中国台湾地区有关民宿的相关研究比较成熟,研究内容主要从宏观、中观和微观 3 个层面展开。宏观层面集中在民宿产业竞争态势分析及发展预测^[2-3];中观层面主要体现在民宿企业的管理策略及经营绩效^[4-5];微观层面聚焦于民宿业主与顾客的关系互动及民宿旅游者行为等^[6-7],基于游客体验视角的民宿研究逐渐成为学者们关注的焦点,如林志钧等研究住宿动机、住宿体验及网络口碑三者之间的关系^[8],董孟修研究认为民宿体验主要分为住宿、人情、所在地和活动 4

个方面^[9]。目前国内其他学者们对民宿的研究主要有民宿资源开发现状与发展模式^[10-11]、民宿设计^[12-13]、民宿旅游消费者行为^[14-15]等。研究方法以简单的描述性和解释性分析及定量研究为主,较少采用内容分析法等定性研究。

尽管有学者已经提出民宿旅游是一种生活方式的提供和一种旅游心情分享的“趣体验”^[16],民宿这一旅游产品的发展必然要以体验为主,包括视觉、嗅觉、听觉、知觉等多方面的体验^[17]。游客感知与体验基础上的质量评价是民宿研究的重要方向^[18]。

二、研究设计与数据分析

(一) 研究方法与样本收集

1. 运用扎根理论的缘由

构建旅游者民宿体验感知的评价模型,实际上就是在讨论“影响旅游者对民宿旅游地体验感知的因素有哪些”。对于这一问题的回答,不同民宿旅游者看法不一,需要通过多种渠道搜集大量的旅游者观点,并进行归纳、总结和提炼,最终得出共识性的结论。这种带着问题从原始资料着手,最终形成理论观点的解决问题思路恰好符合扎根理论的研究逻辑。扎根理论作为一种具有科学程序、便于操作的定性研究方法,最早由 Glaser 和 Strauss 在 1967 年提出并在之后逐步完善。该方法是一开始就带着研究问题,直接从实际观察入手,从原始资料中归纳出概念和范畴,然后由此上升到理论,是一种从下往上建立理论的方式^[19];是一个不断提出问题、反复比较、建立分类和联系、发现理论的过程^[20],它注重“发现逻辑”而非“验证逻辑”^[21]。因此,采用扎根理论对搜集的内容文本进行质性分析,可以避免实证范式下经验性观念或预设性理论模式对所用资料和所得结论范围的“程式化”限制^[22]。

2. 样本采集

由于在线点评是在旅游者感知所见所闻的基础之上,通过交互平台撰写自己的真实体验和感

受,资料具有多样性、真实性和代表性的特征,能够反映当事人的真实态度和情感^[23]。Airbnb(爱彼迎)是全球最大的第三方民宿预订与旅游短租平台,已覆盖国内大部分地区,房源越来越丰富,成为旅游者预订民宿的重要渠道。因此,本研究选取 Airbnb 在线点评这一网络文本数据作为样本来源,将浙江莫干山、云南大理、厦门鼓浪屿、北京和安徽歙县 5 个地区作为案例地,主要出于以下几点原因的考虑:第一,五地分别处于中国东西南北中 5 个地理区位,且在民宿旅游中都具有代表性;第二,五地民宿类型不尽相同,既有依托古镇古村落的乡村民宿,也有在知名旅游城市中发展起来的城市民宿。利用网络爬虫技术采集 Airbnb 网站中这 5 个地区民宿的点评数据(截至 2017 年 5 月 20 日),并将原始数据中的非中文点评、重复点评、无实质内容的点评(比如“很好”“不错”等)剔除,经过整理,一共有 4 690 条点评作为最终研究样本。表 1 展示了选取样本的基本情况。

从样本数量上来看,各地区存在着一定的差异性,这主要与地区游客规模、入驻 Airbnb 网站的民宿数量及时间跨度等因素有关。

(二) 样本的处理与分析

1. 开放式编码:概念化与范畴化

开放式编码是将原始样本资料逐步进行概念化和范畴化的过程。基于“不带任何主观预设与偏见”的原则,对原始文本进行多次整理分析,将完整的句子“碎片化”为概念化的一个个小标签;并对这些概念进行反复对比,整理与归纳,将一些性质相似、同属于一种类型、彼此之间有关联的概念聚类成范畴,最终得出了 29 个范畴,分别是网络宣传、民

表 1 研究样本的基本情况

| 序号 | 地点 | 民宿类型 | 点评数量/条 |
|----|-------|------|--------|
| 1 | 浙江莫干山 | 乡村民宿 | 348 |
| 2 | 云南大理 | 乡村民宿 | 1 748 |
| 3 | 厦门鼓浪屿 | 城市民宿 | 456 |
| 4 | 北京 | 城市民宿 | 1 996 |
| 5 | 安徽歙县 | 乡村民宿 | 142 |
| 总计 | | | 4 690 |

宿形象、口碑宣传、旅游偏好、旅游动机、出行方式、目的地选择、行程安排、旅游同伴、地理位置、基础设施、自然环境、历史文化、民间艺术、饮食特色、当地居民、建筑风格、民宿特色、主客互动、配套设施、卫生条件、个性化服务、愉悦心情、期望差异、生活体验、乡愁与怀旧、自然回归、幸福沉淀、地方依恋等,这 29 个范畴成为影响民宿旅游者体验感知评价的重要因素。概念化与范畴化演绎过程如图 1 所示。

2. 主轴式编码:挖掘主范畴

主轴式编码的主要目的在于根据各范畴的内涵与属性对独立的范畴进行归类,从而发现不同范畴之间的潜在关系,再进一步提炼出主范畴。经过编码分析,最终总结形成 5 个主范畴:体验期望、体验前准备、民宿周围环境、民宿核心场景体验、体验后评价等。

3. 选择式编码:发现核心范畴,构建“故事线”

选择式编码就是为了识别出可以统领其他范畴的核心范畴。根据研究目的,通过对收集的原始样本资料、归纳的概念、总结的范畴以及范畴之间的关系进行不断反复的比较,将研究的核心问题范

畴化为“旅游者民宿体验感知的影响因素”,进而构建旅游者民宿体验感知的评价模型,如图 2 所示。

根据图 2,围绕核心范畴发展出的“故事线”可以概括为:旅游者对民宿旅游地的体验感知贯穿于“旅游前期待体验—旅游中感受体验—旅游后回味体验”3 个阶段。体验感知受体验期望和体验前准备这两个前提条件影响,民宿形象、网络宣传、口碑宣传和旅游者的旅游偏好、旅游动机等直接影响着旅游者的体验期望,体验前准备主要包括出行方式、目的地选择、形成安排及旅游同伴等。在民宿旅游目的地,民宿周围环境和民宿核心体验是影响旅游者体验感知的关键因素,其中,民宿周围环境包括地理位置、基础设施等 9 个方面民宿核心场景体验主要包括民宿特色、主客互动、配套设施、卫生条件和个性化服务等。民宿旅游者体验感知的最终结果则体现在体验后的评价之中,会将实际体验的情况与出游前的期望进行比较,并主要反映在愉悦心情、生活体验、乡愁与怀旧、自然回归、幸福沉淀和地方依恋等方面,体验后评价不仅会影响旅游者本人对下次体验的期待,也会通过口碑传播对其他民宿旅游者形成影响。

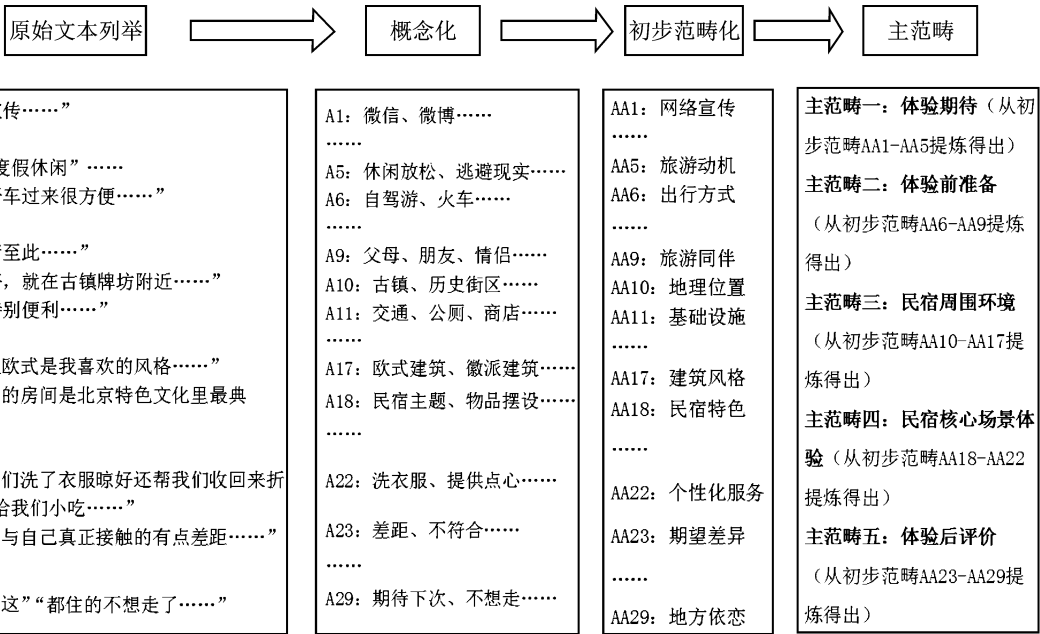


图 1 概念化与范畴化举例分析

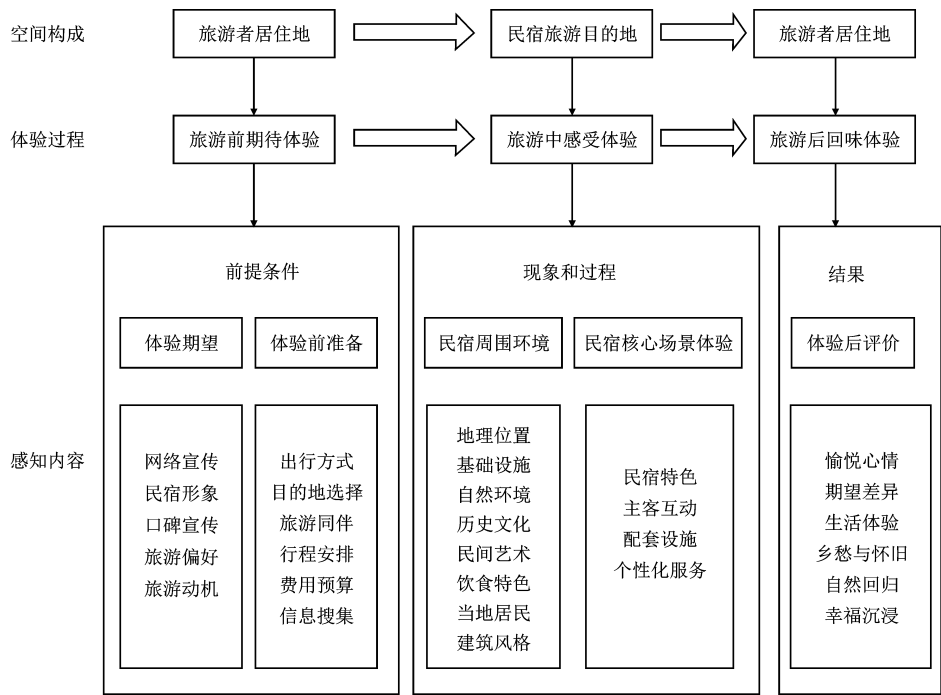


图 2 旅游者民宿体验感知模型

4. 理论饱和度检验

将之前预留的部分样本对研究得出的模型进行理论饱和度检验,经过对这些样本进行编码分析后,并未发现其他新的范畴和关系。因此,可以认为本研究构建的理论模型是饱和的。

三、旅游者体验感知因素分析

运用 ROST CM6.0 软件对原始资料进行内容分析,分别对城市民宿、乡村民宿中的“好评”文本和“差评”文本提取有效高频特征词,进而比较分析旅游者对城市民宿、乡村民宿体验感知因素。具体操作步骤有:(1)使用 word 文档编辑器中的替换功能,将同义词、近义词进行合并,比如:将“房东”“老板”统一为“房主”,将“房子”“房屋”“屋子”等统一为“房间”等。(2)将 word 文档保存为“.txt”文本文件格式,利用 ROST CM6.0 软件进行分词操作。(3)将与研究关联度不大的词汇过滤剔除,如“我们”“真的”“虽然”等,然后再利用“词频分析”功能,得出正面评价及负面评价高频特征词,结果如表 2 所示。由于负面评价数量明显少于正面评价,

因此负面评价中列举了排名前五的高频特征词。

(一) 旅游者积极感知的因素分析

根据表 2 并结合旅游者点评内容可以发现:旅游者对城市民宿及乡村民宿积极感知的主要影响因素具有共性,集中体现在民宿周围环境和民宿核心体验这两个维度上,尤其是地理位置、自然环境、文化环境、民宿特色和主客互动等方面。

地理位置、自然环境和文化环境是民宿能够形成旅游目的地的基础条件,是能否对民宿旅游者产生吸引力和影响民宿体验质量的重要因素。地理位

表 2 正面评价及负面评价高频特征词

| 类别 | 正面评价高频词 | | | | 负面评价高频词 | |
|------|---------|-----|----|-----|---------|-----|
| | 序号 | 高频词 | 序号 | 高频词 | 序号 | 高频词 |
| 城市民宿 | 1 | 房主 | 6 | 热情 | 1 | 隔音 |
| | 2 | 房间 | 7 | 安静 | 2 | 异味 |
| | 3 | 位置 | 8 | 设计 | 3 | 卫生 |
| | 4 | 环境 | 9 | 聊天 | 4 | 老旧 |
| | 5 | 体验 | 10 | 特色 | 5 | 卫生间 |
| 乡村民宿 | 1 | 房主 | 6 | 安静 | 1 | 位置 |
| | 2 | 房间 | 7 | 体验 | 2 | 偏僻 |
| | 3 | 位置 | 8 | 设施 | 3 | 热水 |
| | 4 | 环境 | 9 | 聊天 | 4 | 信号 |
| | 5 | 热情 | 10 | 设计 | 5 | 网速 |

置是民宿旅游场景产生的物理空间,民宿旅游者往往青睐于地理位置优越的旅游目的地,其优越性主要体现在当地资源的丰富性与独特性、与客源地距离的适当性、交通的可达性、基础设施的完备性等诸多方面。自然环境与文化环境包含着旅游吸引物的核心要素,民宿所在地的地脉和文脉资源为民宿个性特色的塑造和文化的沉淀提供了极其丰富的营养内涵,成为民宿旅游者体验不一样生活的重要元素。

相比于观光旅游者和普通的休闲度假旅游者而言,民宿旅游者更倾向于不同生活方式的个性化体验和追求精神世界的满足。尽管地理位置、自然环境对民宿旅游者会产生强烈吸引力,但是民宿的核心吸引力还在于个性特色。民宿特色的彰显则需要民宿文化的沉淀,而民宿文化在凸显其个性化特征的同时,更不能脱离地域文化的影响,在外观设计、设施设备、建筑风格等方面都应该融入地方本土文化的特色和内涵。因此,文化是特色民宿的灵魂,旅游者对民宿目的地的选择在很大程度上反映了旅游者对某种文化的兴趣和认同,旅游者体验感知程度也往往取决于民宿特色是否能够满足其精神层面的个性化体验需求。

民宿作为一种有温度的旅游体验方式,主客互动则是“有温度”的重要体现。一方面,“主客住在同一个屋檐下”是民宿的重要特征之一,生活化的旅游情境使旅游者感受着主人传递的生活主张和生活态度,体验着当地人的生活态度和有特色的当地文化。另一方面,民宿主通过组织各种社交体验活动、带领旅游者体验当地风土人情,打造主客交融的同乐式的社交空间。旅游者与主人之间不再只是物质的交易关系,更有情感和精神层面的交融,让旅游者感受到家的温暖;不同旅游者之间打破了原有社会地位、阶层、年龄等方面可能产生的隔阂,相互自由平等地分享各自的经历与故事,享受着单纯美好的人际交往。这种互动不仅使旅游者建立起新的人际关系,扩大人脉圈,增强自信心与信任感,寻找归宿感与认同感,还能因为成员之间的经历分享、兴趣交流,引起思想的碰撞,产

生心灵的震撼,激发情感的共鸣。另外,旅游者可以增加与同伴相处沟通的时间,进一步增进感情交流,促进情感亲近与互动,从而维系了现有的人际关系。

(二) 旅游者消极感知的因素分析

对比旅游者对城市民宿及乡村民宿的负面评价可以发现,消极感知的主要影响因素具有差异性。

旅游者对城市民宿体验的消极感知主要体现在配套设施和卫生条件上。一方面城市民宿坐落在城市中心,大多是在城市居民自家空余房源的基础上发展起来,城市房价昂贵、老城区相对老旧等因素,使得城市民宿空间相对狭小、设施相对陈旧;另一方面,民宿具有非标准化的特性,卫生条件和相关配套设施可能不及酒店,从而使得旅游者会因为“房间异味”“毛巾很不卫生”“隔音效果不太好”等问题感到不满,从而影响到旅游者体验质量。

旅游者对乡村民宿体验消极感知的主要影响因素可以归纳为地理位置、基础设施和配套设施等方面。在地理位置方面,一些民宿主选址不恰当,使旅游者抱怨“偏僻”“荒凉”“窗外就是马路,噪音很大”等。另外,“没有标识”“不好找”“交通不便利”“晚上回来的时候路确实有点黑”等,反映了基础设施的不完善给旅游者带来了一定的不便利性,这不仅会影响民宿旅游者的体验质量,也进一步弱化了目的地对旅游者的吸引力。相比于城市而言,乡村发展相对落后,从而使得民宿目的地基础设施和配套设施不够完善。一些民宿旅游者由于“需要到外面的露台上才会有信号”“Wi-Fi 信号不稳定”“网速慢”等引发抱怨、不安、失望等负面情绪,导致旅游者产生消极的体验感知。

四、结论与讨论

第一,本研究以 Airbnb 网络文本数据作为研究样本,利用扎根理论对文本资料进行质性分析,通过开放式编码、主轴式编码和选择式编码,提炼得出 29 个初始范畴和 5 个主范畴,并构建了由旅游前期待体验—旅游中感受体验—旅游后回味体验 3 阶

段,体验期望、体验前准备、民宿周围环境、民宿核心场景体验、体验后评价等五维度组成的旅游者民宿体验感知模型。

第二,通过利用 ROST CM6.0 软件对研究样本进行内容分析,提取旅游者正面评价和负面评价内容的高频特征词,并将城市民宿与乡村民宿进行对比。研究发现,在积极感知方面,旅游者对城市民宿及乡村民宿的体验感知评价具有共性,地理位置、自然环境、文化环境、民宿特色、主客互动等是主要影响因素。在消极感知方面,配套设施和卫生条件是影响旅游者对城市民宿消极感知评价的主要因素,而对乡村民宿的消极感知评价主要表现在地理位置不优越、基础设施不完善、配套设施不到位等方面。值得一提的是,地理位置既是旅游者积极感知的主要影响因素,也成了一些旅游者消极感知的诱因,这充分体现了地理位置对民宿的重要性。地理位置不只是涉及到民宿的空间布局,更会影响民宿个性特色的形成和民宿品牌形象的塑造。

第三,影响旅游者民宿体验感知的因素具有多样性、复杂性的特征,贯穿于民宿体验前中后期。因此,对于民宿业主而言,需要充分整合民宿所在地碎片化资源,结合当地的自然环境和人文环境营造具有特色的体验场景,完善基础设施和相应的配套设施,增强个性化和体验感,并通过多种渠道传播民宿形象,改善旅游者体验前感知,使旅游者对民宿充满体验期待。在旅游者民宿体验过程中,民宿业主需要不断丰富创新体验内容,通过各种活动的设计打造主客共享的社交空间,为旅游者提供全新的生活方式和传递不同的生活理念,从而使民宿成为地方自然景观、地域文化资源、主人情怀、休闲体验活动等多种元素融为一体的综合性强、特色鲜明的旅游目的地,使旅游者在体验时能够形成“物我交融”的高峰体验,形成“共睦态”。此外,旅游者体验的结束并不意味着服务的终止,民宿业主需要进一步“跟踪”旅游者,比如通过照片的分享唤起旅游者的回忆、通过线上的互动与旅游者一同分享体验后的幸福感,从而使旅游者产生重游意愿并向其他人推荐宣传。

五、结语

随着中产阶级消费群体的崛起,中国逐渐进入休闲社会,民宿旅游越来越成为人们体验生活、休闲度假的新方式,民宿业日渐崛起的同时也加剧了行业的竞争。因此,民宿业主需要将满足旅游者体验需求置于首位,将打造差异化民宿旅游场景和提供个性化旅游服务转化为核心竞争力,进而不断促使民宿旅游者精神诉求的实现和积极情感的满足。本研究仅选取 Airbnb 这一种在线平台中 5 个目的地的数据,研究样本的局限性使得结论的普适性需要进一步商榷。

参考文献:

- [1] 中国台湾交通部事务主管部门. 民宿管理办法[EB/OL]. (2011-03-16) [2017-05-29]. http://admin.taiwan.net.tw/law/law_d.aspx?no=130&d=39.
- [2] 曾喜鹏,吴盈莹. 台湾民宿竞争群组及其竞争策略探讨[J]. 乡村旅游研究,2013,7(2):15-24.
- [3] 黄晓晴,徐瑞良,赵启宏. 垦丁地区民宿产业经营竞争优势评估指标构建之研究[J]. 运动与游憩研究,2016,11(1):1-15.
- [4] Fang C K, Cheng T K. Integrated bed and breakfast into eco-tourism in Guan Zi-ling areas in Taiwan [J]. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 2012(7):503-510.
- [5] 杨芝霖,郭雅惠,谢雨良,等. 民宿产业集群之形成与民宿经营绩效影响之研究——以清境地区民宿业者为例[J]. 商业现代化学刊,2013,7(1):181-199.
- [6] Hsieh, Pearl L. Bed and breakfast operators' work and personal life balance: a cross-cultural comparison [J]. International Journal of Hospitality Management, 2010, 29(4):576-581.
- [7] Gunasekaran N, Anand K V. Factors of influence in choosing alternative accommodation: a study with reference to pondicherry, a coastal heritage town [J]. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 2012 (8): 1127-1132.
- [8] 林志钧,戴瑞芬. 台湾民宿顾客住宿动机、住宿体验与网络口碑之关系——以 Airbnb 为例[J]. 育达科大学

- 报,2016(42):15-39.
- [9] 董孟修. 自由行陆客民宿体验之研究——以花莲“好客民宿”为例[J]. 岛屿观光研究,2015,8(3):1-22.
- [10] 邓念梅,詹丽,黄进. 鄂西南民族地区民宿旅游发展现状、风险及对策探讨[J]. 资源开发与市场,2014,30(7):880-882.
- [11] 李忠斌,刘阿丽. 武陵山区特色村寨建设与民宿旅游融合发展路径选择——基于利川市的调研[J]. 云南民族大学学报:哲学社会科学版,2016(6):108-114.
- [12] 王闽红,熊俊辉. 基于环境心理和定向的以茶文化为主题的民宿设计研究[J]. 旅游纵览:下半月,2017(3):69-70.
- [13] 王英子. 湖南中部山区乡村庄园化民宿设计探析——以双公山居为例[J]. 农村经济与科技,2017(3):90-91.
- [14] 普片. 藏区民宿品牌体验对顾客行为意向的影响研究[D]. 杭州:浙江大学,2014.
- [15] 孙明月. 基于家庭生命周期的游客乡村精品民宿选择动机研究[D]. 上海:上海师范大学,2016.
- [16] 杨丽娟. 中国台湾地区民宿旅游的研究进展与启示[J]. 成都大学学报:社会科学版,2016(2):31-38.
- [17] 范欧莉. 顾客感知视角下的民宿评价模型构建——基于扎根理论研究方法[J]. 江苏商论,2011(10):37-39.
- [18] 李燕琴,于文浩,柏雨帆. 基于 Airbnb 网站评价信息的京台民宿对比研究[J]. 管理学报,2017,14(1):122-128,138.
- [19] 张敬伟,马东俊. 扎根理论研究法与管理学研究[J]. 现代管理科学,2009(2):115-117.
- [20] 韩正彪,周鹏. 扎根理论质性研究方法在情报学研究中的应用[J]. 情报理论与实践,2011(5):19-23.
- [21] 李志刚. 扎根理论方法在科学研究中的运用分析[J]. 东方论坛,2007(4):90-94.
- [22] 高军,马耀峰,吴必虎. 外国游客感知视角的我国入境旅游不足之处——基于扎根理论研究范式的分析[J]. 旅游科学,2010,24(5):49-55.
- [23] 白丹,马耀峰,刘军胜. 基于扎根理论的世界遗产旅游目的地游客感知评价研究——以秦始皇陵兵马俑景区为例[J]. 干旱区资源与环境,2016,30(6):198-203.