

中国年轻消费者对于民宿选择的偏好研究——基于扎根理论的探索研究

李肖 吴国超

安徽财经大学 安徽省蚌埠市安徽财经大学龙湖东校区, 安徽蚌埠, 233030;

摘要: 年轻消费者作为具有巨大消费潜力的消费群体, 年轻消费者对于民宿市场的带动作用巨大, 但目前针对中国年轻消费者对于民宿选择的偏好还缺乏系统研究。基于此, 本文对 16 位拥有过民宿选择经验的年轻消费者进行半结构式的深度访谈, 采用扎根理论方法, 利用质性分析软件 NVivo12 对访谈资料进行整理分析, 归纳了年轻消费者对于民宿选择的偏好。结果表明主观选择倾向、客观选择倾向和促进选择倾向三个选择倾向维度构成了年轻消费者对于民宿选择的偏好理论。研究结果对年轻消费者选择民宿的偏好具有理论意义, 对民宿的经营发展具有实践指导作用。

关键词: 年轻消费者; 民宿; 选择偏好; 扎根理论

DOI: 10.69979/3029-2700.24.5.047

随着中国旅游消费持续向更高层次演进, 旅游需求的多样化趋势愈发显著, 市场细分日益精细化, 精确定位成为关键, 其中, 青年群体正迅速崛起为旅游市场中一股不可忽视的重要力量^[1]。作为具有巨大消费潜力的群体, 中国年轻消费者对民宿市场的带动作用巨大^[2]。民宿, 作为承载青年旅游体验的重要平台, 凭借其独有的自然风光、丰富的文化韵味以及慢节奏的生活体验, 正逐渐赢得市场的广泛青睐与热烈追捧^[3]。民宿, 这一新兴且风格迥异的住宿形态, 凭借其多样化的特色与浓厚的乡愁情怀, 为旅客精心打造了一种独一无二的居住体验。因此, 开展大学生旅游对于民宿选择的意愿倾向研究, 研究目的有:

第一个目标是构建影响中国年轻消费者对于民宿选择的偏好理论模型。该模型将结合观察数据、访谈和文献综述来开发, 以包含影响年轻消费者对于民宿选择中的关键因素。

第二个目标是对年轻消费者对于民宿选择提出切实可行建议, 为青年群体在选择住宿时倾向于民宿提供了更为丰富的理由与可能性。

1 研究综述

最先提出“民宿”一词, 是在林连德的观光随笔中, 林连德(1984)认为“民宿”是一种很受欢迎的小型家庭客店, 提供膳食、收费低廉和服务周到^[4]; 中国台湾学者王显成(2009)认为我国旅游民宿发展最早的地方

是中国台湾省, 由于当时旅游区域内的宾馆无法容纳大量涌入的游客, 因此衍生出民宿服务^[5]; 郑诗华(1992)指出, 民宿通常是指经营者将其居住空间的一部分, 以“副业”的形式运营起来的住宿模式。这种住宿形态在本质上与普通旅馆、饭店相似, 但其独特之处在于能够融合自然、观光与休闲元素, 为寻求住宿的旅客提供既经济实惠又能体验到“家”一般温馨感受的住宿环境^[6]。胡学彦、龚金山、王振英(2007)阐述道, 民宿是一种将个人住宅的部分空间开放给游客居住的住宿形式, 它不仅融入了当地独特的文化与风情, 还致力于为入住的游客营造一种宾至如归的温馨体验。这种经营模式与常见的饭店、旅馆有着显著的差异, 凸显了其别具一格的特色与风情^[7]。

以往对民宿的研究主要集中在民宿的营销、管理、可持续发展, 以及民宿的消费者行为、房主与客人的互动、民宿顾客体验感知、民宿空间分布等方面。目前有关年轻消费者对于民宿选择的偏好研究的文献成果较少, 现有研究中张潇(2024)认为民宿的服务、地理位置、景观环境、价格、氛围感会对大学生的民宿消费意愿产生显著的正向影响关系, 而卫生、基础设施、安全性、主客互动没有对大学生客群的民宿消费意愿产生影响关系^[1]; 胡荣和朱诗辰(2019)提出大学生民宿消费的知觉风险包含时间风险、生理风险、绩效风险、心理风险、财务风险和社会风险六个维度, 其中社会风险是首次提出, 并被证实是大学生在网上预订民宿时知觉到

的风险水平中较高的因素^[8]。

以往游客对于民宿选择的偏好研究中，中国年轻游客对于民宿选择的偏好关注度不够，仅仅依靠文献总结分析和描述性研究来探讨中国年轻游客对于民宿选择的偏好是很难具有说服力。因此，本研究选取扎根理论作为研究方法，对研究对象的深度访谈和观察收集研究数据。通过对收集到的研究数据进行编码和分析，并采用了恒定的比较法。从而希望透过研究年轻游客旅游的视角，来挖掘中国年轻游客对于民宿选择的偏好，进而提炼出中国年轻游客对于民宿选择偏好理论模型。

2 研究方法数据来源

在质性研究的广阔领域中，格拉斯（Glaser）与斯特劳斯（Strauss）共同开创的“扎根理论”（grounded theory）占据了举足轻重的地位^[9]。本文采用“开放编码-轴向编码-选择性编码”的编码过程，通过对材料的分析逐步抽象出范畴，最终确立核心关系，实现理论构建。该理论倡导一种独特的质性研究方法，其核心在于从丰富的经验数据中直接提炼并构建理论框架。

为了验证模型的真实性和可靠性，本研究采用了理论抽样法。这种方法决定了下一步在哪里抽样、采访哪些受访者以及提出哪些采访问题。这一过程旨在探索新出现的临时类别，了解它们之间的相互关系。本研究在选择样本时，考虑了受访者的性别、专业、职位及其对所研究课程的了解和参与程度等因素。样本的标准如下：①接受访谈的16位年轻游客均有3次及以上的民宿旅游的经历，这样能够确保获得到的样本数据具有可靠性；②16个样本来自不同学历、不同职业、不同专业和性别的年轻游客，使得获取的文本信息具有广泛性。③根据《中长期青年发展规划（2016-2025年）》定义14-35周岁为青年，所以研究样本均为青年群体^[10]。

3 研究数据分析

3.1 开放式编码：提取概念和范畴

开放式编码是一个逐步提炼和提取文本资料中相关概念的过程，它强调研究者在进行此过程时应竭力避免引入既有的学术定义或个人主观偏见，以确保能够忠实且客观地再现原始资料所蕴含的真实信息和内容^[11]。本研究借助 NVivo 软件，对收集到的原始语句进行了系统的编码处理，采用“逐行编码”、“逐句编码”、“逐段编码”三种方法，以提取出初始概念。随后，对重复

或交叉的概念进行了整合与合并，同时剔除了出现频次较低（即少于2次）的概念，以精简并聚焦分析对象。在范畴界定的过程中，我们设定了一个标准：若某一概念在回答者的回答中出现频次超过3次，则视为该概念已达到相对饱和状态，即其在数据集中具有足够的代表性和重要性^[12]。本文按照编码结果贴近原始语义的严谨原则，对文本资料进行逐字逐句的概念化处理，通过2次编码以及多次的重复修正后，得到49个初始概念（T1-T49），在进一步厘清这些概念的内涵与相互联系后，将概念归类为不同的维度，并进行抽象化，共形成22个初始范畴（C1-C22），如表2所示。

表2 开放式编码示例

文本资料	初始概念	初始范畴
S1 我在每次出游时都会注重消费的预期和遵从旅游计划。对于民宿的选择我更倾向的是否符合我本次出游的经济计划，匹配适合我的民宿。	T1 计划经济、T2 预算、T3 匹配	C1 符合预算
.....		
S22 对于民宿的自身的安保系统我是比较在意的，毕竟出游的时候为了留下更多的回忆，会带很多贵重的拍摄器材，不希望会丢失。	T48 安保系统、T49 财产保护	C22 财产安全

3.2 主轴编码：选取主范畴

主轴编码是对开放式编码阶段所识别出的各个范畴进行进一步联结与整合的过程，它旨在梳理和明确这些范畴在原始资料中所体现的类属关系及它们之间的相互联系。通过主轴编码，研究者能够构建出一个更为清晰、连贯的框架，以反映数据中的内在逻辑和结构^[13]。通过对开放式编码中各个概念的逻辑关系进行深入分析，找出其中脉络所在，进而构建主范畴^[14]。本研究通过整合开放编码阶段得出49个初始概念，22个范畴，并最终确定了价格倾向、情感倾向、安全倾向、环境倾向、个性化倾向以及促进选择倾向6个主范畴（M1-M6），各个类属关系如表3所示。

表3 主轴编码形成的主范畴

主范畴	范畴	主范畴	范畴
M1 情感倾向	C9 主客互动	M4 个性化倾向	C7 招待娱乐
	C3 交互		C10 服务品质
	C21 主观认知		C8 经营特色
	C17 氛围感知	M5 安全倾向	C2 人身安全
M2 价格倾向	C1 符合预算		C22 财产安全
	C3 经济实惠		C4 隐私安全
	C5 节省费用		C11 地理环境
M3 促进选择倾向	C6 他人推荐	M6 环境倾向	C14 景观环境
	C12 平台推荐		C16 卫生环境
	C15 用户评论		C18 基础设施
	C19 宣传促销		C20 文化环境

3.3 选择性编码：发现核心范畴

选择性编码是一个系统性的研究方法，它旨在运用

科学的方法提炼出关键的核心范畴，随后将这些核心范畴与其他相关范畴建立起逻辑联系。此过程还深入分析了各范畴间的相互作用与影响，从而明确界定并阐述主要范畴之间存在的复杂关系^[15]。本文通过分析主轴编码阶段确定的 6 个主范畴，确定年轻消费者对于民宿选择的偏好。本研究以“中国年轻消费者对于民宿选择的偏好”为核心，最终确定以价格倾向、情感倾向、安全倾向、环境倾向、个性化倾向以及促进选择倾向为主的 6 大核心倾向。选择性编码结果如表 4 所示。

表 4 主范畴的典型结构关系

典型关系	关系类别	关系结构内涵	文本资料
情感倾向 ↔ 个性化倾向	互为因果	由于情感倾向属于人的主观倾向，民宿利用个性化倾向来吸引年轻游客，反之年轻游客可以根据情感倾向选择个性化民宿。	这里还可以采摘葡萄和草莓耶，自己动手采的水果吃起来的就是美味。晚上还有独特的篝火晚会，玩的特别开心。下次还来，带好朋友一起来，他们绝对没有这样的体验。
价格倾向 → 环境倾向	因果关系	价格倾向会影响环境倾向，环境倾向会随着价格倾向的变化而变化。	我可能为了能吃到更多的美食和体验更多的项目，在民宿住宿方面我会压缩开支，为其他项目提供更多的可能。所获的环境不是那么的满意。
环境倾向 → 安全倾向	因果关系	环境倾向会影响安全倾向，安全倾向会随着环境倾向的改变而改变。	有一次住民宿给我带来了很差的体验，民宿的老板在我们没有同意的情况下进入我的房间，虽然没有丢什么东西，但是感觉我的隐私遭到了侵犯。

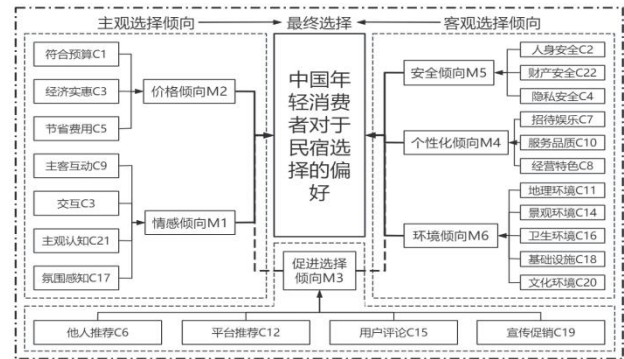
4 构建理论模型及阐释

依据上述的扎根理论分析结果，影响中国年轻游客对于民宿选择的偏好有 6 个倾向，分别是价格倾向、情感倾向、安全倾向、环境倾向、个性化倾向以及促进选择倾向，这些倾向由 22 个范畴构成，这些倾向之间相互作用，构成一种相辅相成的关系。从而形成中国年轻消费者对于民宿选择的偏好理论模型，具体理论模型见图 1。

理论模型将通过对访谈数据进行编码后发现的四个概念联系起来：以上的“故事线”可以概括为行为理论提出的“意识→情境→行为”模型特征：提炼出中国年轻消费者对于民宿选择的偏好多维特征，在这种模式中，年轻消费者对于民宿选择的偏好被视为全面的，年轻消费者们为了满足自己的价格倾向（M2）时往往会选择到符合预算（C1）且经济实惠（C3）的民宿，从而为自己的旅程节省费用（C5），在选择的同时他们遵从自己的情感倾向（M1）会从主观认知（C21）的角度出发去判断民宿的安全倾向（M5）和环境倾向（M6）是否符合自己的选择偏好。民宿的经营者往往会利用个性化倾向（M4）为游客提供良好的服务品质（C10）与经营特色（C8），并且采用具有氛围感知（C17）的招待娱乐（C7）与游客进行主客互动（C9）从而引导游客的选择。其次，

经营者会对民宿进行宣传促销（C19）与平台推荐（C12），消费者听取他人推荐（C6）以及查询用户评论（C15）从而促进选择倾向（M3）。在整个模型当中只有主观选择倾向以及客观选择倾向会直接导致游客对民宿进行选择，而客观选择倾向对民宿只起到间接的选择作用。

图 1 中国年轻消费者对于民宿选择的偏好理论模型



5 结论与讨论

综上所述，本文通过开放式编码、主轴编码、选择性编码提取出六个核心范畴，即价格倾向、情感倾向、安全倾向、个性化倾向、环境倾向和选择性倾向并构成三个选择维度分别是主观选择倾向、客观选择倾向和促进选择倾向。从而构成中国年轻消费者对于民宿选择的偏好理论模型。根据研究，本文认为中国年轻消费者对于民宿选择的偏好主要来自主观选择倾向和客观选择倾向两个选择维度。拥有主观选择倾向的年轻消费者在民宿选择的过程中更偏向主观内在的选择倾向，而具备客观选择倾向的年轻消费者面对民宿选择时更多的是考虑客观外在的选择倾向，当主观选择倾向与客观选择倾向遭到平衡对峙时，促进选择倾向会提供打破此平衡的参考意见，即促进加深选择倾向。

本文运用扎根理论以民宿为载体，结合中国年轻消费者对于民宿选择的偏好结合研究，具有一定的理论创新和实践意义。既可以探索中国年轻消费者对于民宿选择的偏好，也可以针对性地开发民宿旅游资源、优化年轻消费者旅游体验品质，对于推动民宿产业的健康、可持续发展，具有深远的现实意义和重要的促进作用。

参考文献

- [1] 张潇. 大学生民宿消费意愿及影响因素研究[J]. 四川旅游学院学报, 2024(2): 17-22.
- [2] 何佳萌, 李啸虎. 我国大学生旅游研究进展及发展趋势——基于 CiteSpace 软件的知识图谱分析[J]. 北

方经贸 2024(2):140-147.

[3]刘秀实.大学生乡村民宿旅游体验研究[J/OL].现代商贸工业,2020,41(16):29-31. DOI:10.19311/j.cnki.1672-3198.2020.16.014.

[4]林连德.观光随笔——日本八丈岛遐想[J/OL].国际贸易,1984(1):45-46. DOI:10.14114/j.cnki.itrade.1984.01.019.

[5]王显成.我国乡村旅游中民宿发展状况与对策研究[J].乐山师范学院学报,2009,24(6):69-72.

[6]鄭詩華.农村民宿之經營及管理[J/OL].戶外遊憩研究,1992,5(3&4):13-24. DOI:10.6130/JORS.1992.5(3/4)2.

[7]胡學彥,龔金山,王振英.地方產業型民宿供需特性之研究[J/OL].土地問題研究季刊,2007,6(4):68-84. DOI:10.29604/BGY.200712.0006.

[8]胡荣,朱诗辰.民宿消费的知觉风险维度研究——以南京大学生为例[J/OL].江苏商论,2019(7):14-15,22. DOI:10.13395/j.cnki.issn.1009-0061.2019.07.005.

[9]建构扎根理论质性研究实践指南(凯西·卡麦兹)(Z-Library).pdf[Z].

[10]新华社.中共中央国务院印发《中长期青年发展规划(2016—2025年)》[EB/OL].(2017-04-13)[2024-08-04].https://www.gov.cn/zhengce/2017-04/13/content_5185555.htm#1.

[11]陈向明.扎根理论的思路和方法[J].教育研究与实验,1999(4):58-63+73.

[12]王平,茹嘉祎.国内未成年人图书馆服务满意度影

响因素——基于扎根理论的探索性研究[J/OL].图书情报工作,2015(19):41-46. DOI:10.13266/j.issn.0252-3116.2015.19.005.

[13]常红,田野.新手用户对信息素养教育的感知价值研究——基于扎根理论的探索[J/OL].图书情报工作,2020(22):96-106. DOI:10.13266/j.issn.0252-3116.2020.22.010.

[14]张文德,黄佳鑫,曾彩凤.基于扎根理论的研究生信息资源建设课程改革体系构建[J].情报探索,2023(7):54-61.

[15]What is an adequate sample size? Operation alising data saturation for theory-based inter view studies.-中国知网[EB/OL].[2024-07-26].http://kns-cnki-net-s.vpn2.aufe.edu.cn:8118/kcms2/article/abstract?v=5MjHq03BiXVzRk_Iso3eFmLSzurNWicKsrEh9M-oPvme7JYG0wG1x_iojiKxxCayroC-9mz0Q2Wk_62eYKCT7FzICMYBZaXEJJg8bvEzTsdHilhZW8a5s_CeGWl-s64D-20S7apxAEFFZR-Kytj01DvYhRwE64uzhIfxzFslEgMgDSwkd4SYld_Emj77_NI0tEXvaHz_eo4=&uniplatform=NZKPT&language=CHS.

李肖; LiXiao; 1997; 男; 安徽财经大学; 研究生在读; 文化旅游开发设计

吴国超; WuGuochao; 1998; 男; 安徽财经大学; 研究生在读; 视觉与品牌设计

作者介绍: 李肖, 1997年, 男, 安徽蚌埠, 研究生在读, 文化旅游开发设计, 安徽财经大学, 安徽省蚌埠市安徽财经大学龙湖东校区, 233030,