

基于网络评论的网红民宿情感认同研究 ——以莫干山网红民宿为例

陈敏, 邹晓兰, 年四锋

安徽大学商学院, 安徽 合肥 230601

DOI:10.61369/HASS.2026010043

摘 要 : 民宿作为中国乡村振兴和旅游产业转型升级的重要抓手, 其在整合乡村闲置资源和拓展住宿业新边界中起着至关重要的作用。在民宿产业飞跃式发展过程中, 大量的特色民宿成长起来, 民宿热潮中不可避免的出现产品同质化、管理粗放、竞争激烈等问题。莫干山民宿群已经发展成为中国民宿发展的示范区和品牌聚集地, 拥有的网红民宿经营管理体系较为成熟。本文以浙江德清莫干山网红民宿为研究对象, 运用内容分析法对莫干山网红民宿的网络评论进行检索和分析, 总结顾客对网红民宿的情感认同形成过程。研究结论显示, 顾客在网红民宿产品、网红民宿服务、网红民宿形象的持续互动中, 对民宿的空间意境、主人态度、体验的沉浸感和乡村真实性生活产生积极的情感表现, 这些积极的情感表现共同构成客人对莫干山网红民宿的情感认同。

关 键 词 : 网红民宿; 情感认同; 网络评论; 内容分析法; 积极情感

A Study on Emotional Identification with Online-Famous Homestays Based on Web Reviews-A Case Study of Moganshan Online-Famous Homestays

Chen Min , Zou Xiaolan, Nian Sifeng

School of Business, Anhui University, Hefei, Anhui 230601

Abstract : As a crucial lever for China's rural revitalization and the transformation and upgrading of the tourism industry, homestays play a pivotal role in integrating idle rural resources and expanding the boundaries of the accommodation industry. During the leapfrog development of the homestay industry, a large number of distinctive homestays have emerged, and issues such as product homogenization, extensive management, and fierce competition have inevitably arisen amidst the homestay boom. The Moganshan homestay cluster has developed into a demonstration area and brand gathering place for Chinese homestay development, boasting a relatively mature management system for internet-famous homestays. This paper takes the internet-famous homestays in Moganshan, Deqing, Zhejiang as the research object, employs content analysis to retrieve and analyze online reviews of Moganshan's internet-famous homestays, and summarizes the formation process of customers' emotional identification with internet-famous homestays. The research conclusion shows that customers exhibit positive emotions towards the spatial ambiance, host attitude, immersive experience, and authentic rural life through continuous interaction with internet-famous homestay products, services, and imagery. These positive emotional expressions collectively constitute guests' emotional identification with Moganshan's internet-famous homestays.

Keywords : online celebrity homestay; emotional identification; online comments; content analysis method; positive emotions

引言

在乡村振兴战略的推行中, 民宿引领乡村旅游转型升级, 民宿的创新是乡村振兴的有效助推器。在民宿井喷式增长的趋势下, 民宿产品同质化、质量参差不齐的问题日渐凸显。同时, 民宿价格虚高、定位不明、服务不规范、安全风险、文化内涵深度不够等问题普遍存在, 大批的“问题”民宿成了乡村旅游品质升级、创新发展的透镜。在竞争激烈的市场背景下, 仍有品牌溢价能力高的乡村民宿脱颖而出, 成为倍受游客欢迎的网红民宿。在流量经济时代, 这些网红民宿在为游客提供宾至如归的入住体验和游客给予积极情感反馈的双向互动中积攒了较高的品牌知名度和市场辨识度, 更是成为吸引旅游者前往乡村旅游的重要吸引物。

基金项目: 国家自然科学基金项目+乡村旅游社区居民社会距离的测度模型与影响机制研究+(42201260)

作者简介: 陈敏(1994.10-), 女, 汉族, 安徽省阜南人, 讲师, 博士, 研究方向: 旅游地理与旅游规划。

一、研究设计

（一）样本选取

本研究采用多平台数据采集方法，选取携程、去哪儿及同程三大主流在线旅游平台，作为数据来源，系统收集莫干山民宿相关数据。利用各网站的民宿板块和受欢迎程度排名功能在各大OTA网站筛选前二十名的民宿，参考小红书、大众点评的热度排名和榜单，最终确定前十名。这十家民宿分别为莫干·遥远的山、莫干山西竹云见、莫干山隐西39精品民宿、莫干山溪山原宿、莫干山居图、莫干山杏宿、莫干山缦田、莫干山窝舍、莫干山橙月、莫干山寂野。

（二）网络评论的采集与处理

携程网作为我国最大的OTA平台之一，其民宿供给和用户使用率较高。作为国内领先的在线旅游服务平台，携程网通过双重机制保障用户评价数据的有效性：其一，实施评论资格限制，仅允许近三个月内具有实际消费记录的注册用户发表评价；其二，建立严格的虚假交易识别与惩戒制度。这种制度设计显著提升了用户评价数据的可信度与研究价值。本研究利用八爪鱼采集器，

在携程网页上系统抓取以上十家民宿在2023年3月1日至2025年2月28日之间的网络评论，共筛选出有效评论2719条。

二、研究结果

（一）情感形象分析

本研究采用ROST CM6文本挖掘软件对采集的网络评论文本进行系统的词汇分析。具体操作流程包括：首先执行词频统计以提取高频特征词，随后基于语义相似性对词汇进行系统归类。在分类过程中实施词汇标准化处理，包括将具有相同或相近语义的词汇（如“美丽”、“漂亮”、“好看”）合并为统一语义单元；对指代同一概念的词汇（如“午饭”“午餐”）进行归并整合。并剔除如三天、逛逛、路过等一些与民宿体验无关的虚词、助词、关联词。对于少部分意味不明但可能体现二者形象感知的词语，将再次回归文本，找寻它们的原意从而进行分类分析，该方法有效提升了文本分析的准确性和系统性。最终得到334个关键词及词频，现选取前100个高频词作为研究数据，如莫干山网红民宿顾客网络评论高频词统计（表1）所示。

表1 莫干山网红民宿顾客网络评论高频词统计

词频排序	关键词	词频	词频排序	关键词	词频	词频排序	关键词	词频
1	民宿	1421	35	唱片	78	69	咖啡	127
2	服务	1393	36	温泉	76	70	鸡汤	126
3	房间	1271	37	装修	76	71	准备	126
4	环境	888	38	老板娘	76	72	到位	125
5	很好	881	39	风格	74	73	姐姐	123
6	酒店	726	40	人员	74	74	阳台	121
7	管家	712	41	提前	73	75	时间	120
8	老板	688	42	整洁	72	76	升级	120
9	干净	621	43	特色	72	77	孩子	119
10	热情	576	44	放松	71	78	态度	117
11	体验	533	45	地方	69	79	优美	113
12	早餐	457	46	用心	69	80	有机	113
13	下次	425	47	朋友	68	81	整个	113
14	入住	421	48	整体	68	82	新鲜	111
15	晚餐	409	49	小朋友	68	83	惬意	111
16	贴心	409	50	味道	68	84	漂亮	111
17	莫干山	392	51	安静	67	85	感受	110
18	设施	369	52	方便	66	86	布置	108
19	周到	332	53	风景	65	87	宠物	107
20	满意	315	54	开心	65	88	丰富	106
21	香草	301	55	餐厅	64	89	哥哥	106
22	卫生	299	56	这次	64	90	值得	105
23	好吃	291	57	度假	64	91	位置	103
24	舒服	284	58	温馨	64	92	景色	102
25	适合	282	59	蜡烛	63	93	齐全	101
26	超级	273	60	友好	61	94	美味	101
27	下午	266	61	水果	60	95	竹林	100
28	晚上	258	62	氛围	60	96	住宿	100
29	这家	246	63	帮忙	59	97	山里	99

词频排序	关键词	词频	词频排序	关键词	词频	词频排序	关键词	词频
30	舒适	242	64	拍照	59	98	丰盛	99
31	黑胶	238	65	周边	58	99	院子	96
32	设计	232	66	免费	58	100	精致	96
33	选择	230	67	行李	58			
34	泳池	228	68	细节	58			

使用情感分析工具对所收集的2719条网络文本进行分析得出(表2),其中正向积极情感倾向达71.9%,中性情感达21%,消极情感仅占7.1%,可以看出,顾客对莫干山网红民宿的认可程度较高。

表2 莫干山网红民宿情感分析结果

名称	积极情绪	中性情绪	消极情绪
分析结果	71.9%	21.0%	7.1%
发言数量	1955	571	193

为可视化呈现顾客情感认同的关键维度,本研究采用词云分析技术生成语义可视化图谱。该词云图基于词频统计结果,以视觉化形式呈现评论语料中出现频率最高的100个特征词,其中词汇的字体尺寸与其在文本中的出现频次呈正相关。如图1结果显示,“房间”、“民宿”、“服务”及“管家”等核心词汇具有显著的视觉突出性,直观反映了顾客评价的关注焦点与情感倾向。



图1 莫干山网红民宿顾客评论高频词云图

（二）情感认同的作用过程分析

顾客与网红民宿提供的产品、服务、意象等客体的互动中产生积极的情感倾向。笔者对网红民宿提供的产品总结为民宿的建筑设计风格、住宿房间、硬件设施、公共区域以及其他基

基础设施,是网红民宿的物质载体。服务因素为民宿所提供的具体服务和入住民宿带来的活动体验,包括超个性化服务、在地化服务、情感化服务以及其他温馨服务,客人在接受网红民宿的服务中,其感受和主观评价是动态变化的,和民宿提供的活动体验质量直接相关。意象因素主要指网红民宿所在地的乡村环境,民宿所体现的文化符号、情感价值、场景建构和集体记忆,是网红民宿的灵魂。顾客基于放松心情、社群融入、体验新奇、亲近自然等需求,选择网红民宿作为出行的目的地产品。客人入住民宿空间后发生了一系列体验活动,在主体和客体互动过程中,这些要素作用于民宿客人的旅游度假过程,也推动客人对网红民宿持有积极的、美好的情感倾向。

三、结论

本研究以莫干山网红民宿为例，基于网络文本分析和实地调查，深入探讨其情感认同机制。莫干山网红民宿是一个完整的度假生态系统，通过产业集群、品牌优势、业态丰富、市场口碑的多重加持，莫干山民宿已经从一个名不见经传的山村民宿演变为一个具有核心“IP”品牌的现象级度假民宿群。研究结果显示，客人对莫干山网红民宿的情感认同程度总体上较高，主要源于民宿产品、民宿服务与民宿意象三要素，分别来源于民宿的建筑设计风格、住宿房间、硬件设施、休闲设施、公共区域、超个性化服务、在地化服务、情感化服务、品牌故事、文化符号、场景建构、优美环境、审美意境等方面，这些内外部要素共同构成了顾客对莫干山网红民宿的情感认同体系。

参考文献

- [1] 吴有进. 乡村民宿旅游发展对农业经济的带动作用 [J]. 农业经济, 2018, (05): 140-142.
- [2] 王璐, 郑向敏. 乡村民宿“温度”与乡村振兴 [J]. 旅游学刊, 2021, 36(04): 7-10.
- [3] 黄和平, 郦振华. 民宿文化微空间的游客感知多维分异与地方认同研究——以上海地区为例 [J]. 地理研究, 2021, 40(07): 2066-2085.
- [4] 吴文智, 崔春雷. 民宿主人角色呈现对顾客情感认同生成的影响——基于莫干山网红民宿的质性分析 [J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2023, 44(06): 26-35.