

乡村振兴背景下乡村民宿在地化评价指标体系构建研究

吕宛青, 宋志高, 余正勇

(云南大学 工商管理与旅游管理学院, 云南 昆明 650500)

摘要: 文章基于在地化概念探析乡村民宿在地化的内涵、逻辑及其实践维度,并结合乡村振兴战略,运用层次分析法(AHP)从地方经济拉动、产业发展共享、地方产品服务、生态环境维护、社区发展参与等五个维度构建乡村民宿在地化评价指标体系。研究发现:乡村民宿在地化实践主要受内部资源禀赋、外部市场需求和多元主体参与的协同驱动,其发展成效与乡村振兴战略目标高度契合;乡村民宿经营主体以经济利益、文化主题、社会关系以及环境风貌的在地化融入乡村空间,呈现动态性、复杂性特征;民宿产业发展共享与地方产品服务对乡村民宿在地化发展具有主导作用,而准则层面的人才培育和场景真实性权重占比最大,指标层面的地方文化服务水平居于前列。

关键词: 乡村民宿;在地化;指标体系

中图分类号: F59 **文献标识码:** A **文章编号:** 1674-5841(2025)03-0001-14

在中国城乡二元长期发展体制下,后工业时代城市生产生活异化所带来的“疏离感”^[1]驱使大批城镇居民怀着对诗意田园生活的憧憬踏上了前往乡村的旅途,打开了乡村旅游消费市场。富有乡土、田野气息的乡村民宿作为乡村旅游新兴业态,有效承接了游客追寻“真实”的情感消费需求^{[2][15]},已成为乡村旅游的重要载体和乡村经济发展的新引擎。这一产业在盘活乡村存量资源,促进农文旅深度融合,带动农业强、农村美、农民富等诸多方面展现出巨大潜力。2022年,文化和旅游部、国家乡村振兴局等多部门联合印发的《关于促进乡村民宿高质量发展的指导意见》中明确指出,“要丰富文化内涵,加强产品建设,构建乡村民宿发展新格局”。然而,资本无序涌入

基金项目: 云南大学研究生科研创新项目“云南省乡村旅游网络热度与产业发展适配关系及演化机理研究”(KC-242410097);四川省铸牢中华民族共同体意识研究基地四川文理学院巴文化研究院一般项目“川西北民族地区民宿产业集群赋能乡村振兴的逻辑机制及路径研究”(WZLZ2024YB15)。

作者简介: 吕宛青(1962—),女,云南昆明人,教授,博士,博士生导师,研究方向为民族旅游与旅游经济;宋志高(2001—),男,四川广安人,2023级硕士研究生,研究方向为乡村旅游;余正勇(1995—),男,云南昭通人,2023级博士研究生,研究方向为旅游企业管理。

和商业化开发使得乡村民宿无地方性现象加剧,民宿经营面临资本与乡土运行逻辑断裂、情境合法性缺失等现实困境^{[3],[4]45},严重阻碍着乡村民宿的健康可持续发展,抑制着民宿产业乡村振兴效益的发挥。但在乡村振兴战略纵深推进背景下,乡村民宿与地方怎样形成互惠关系、如何利用地方要素创新运营模式、与地方联结状态是否最优等问题现已成为中国乡村民宿研究领域重点关注的内容^[5]。乡村民宿融入地方这一实践过程同样缺乏文献解答。因此,本文尝试从理论层面厘清乡村民宿在地化的概念内涵和实践逻辑,构建乡村民宿在地化评价指标体系,以期深刻把握乡村民宿与地方互动关系状况,为乡村民宿产业高质量发展与乡村振兴效益提升提供有益借鉴。

一、文献回顾

20世纪中后期以来,全球化作为“现代性”扩张的核心力量,深刻重塑了世界各国的政治、经济、文化和社会格局^[6]。Giddens^[7]认为,社会实践、生产关系和地方原生文化在全球资本驱动下持续重构势必导致地方性空间压缩。Robertson^[8]则强调,全球化并非单向作用于地方,地方同样给予全球化反向回馈,二者之间存在碰撞、渗透与整合的互动关系,突破了传统对立的惯常思维。在此背景下,在地化(localization)作为一种与全球化并行的社会现象受到广泛关注,也常被译为“地方化”“本土化”“地域化”^[9],是指外来主体或事物为加速自身发展而适应地方需求,嵌入地方发展脉络,使其能够被某一特定文化习俗、语言地区或是地方主体所接受的创造性活动^[10]。与全球化相异,在地化更加注重地域差异的凸显,是现代性、民族性、地方性多元化共存与共融格局形成的重要驱动力量,也是地方本土特性存续的有效途径^[11-12]。

旅游在地化研究展示了旅游发展与地方空间互动关联的最新动态,并为揭示生产与消费、全球与地方以及旅游与在地化之间的辩证关系提供了新的思路^{[13]1}。Cawley等^[14-15]学者发现,旅游经营者将在地化视为一种营销策略,针对游客需求量身打造具有地方文化特色和语境体验的旅游产品,不仅迎合了游客跨文化期待和猎奇心理,也强化了其与在地社区之间的关系。乡村民宿依托自然景观、文化特色、风俗习惯等地方差异性元素所构建的“舞台真实”场景正是游客观赏、入住的主要动机之一^{[16]130},乡村民宿故而成成为旅游在地化实践的重要载体。相较于传统住宿,乡村民宿深度依赖地方资源禀赋,不仅提供基础住宿功能,更创造了主客互动的文化体验空间^[17]。民宿主的直接参与强化了服务交互性,营造出独特的“家”空间氛围^[18]。目前,国内外学界关于乡村民宿研究主要聚焦于乡村民宿的产业发展^{[4]43}、参与主体^[19]、经营管理^{[20]253,[21]89}、规划建设^{[22]47}等议题。

乡村民宿是典型的资源依托型企业,其发展与地方密切相关^[23],乡村民宿在地化议题遂引起旅游领域学者广泛关注。王洛坤等^{[20]252}从战略、文

化、利益三方面着手, 探讨国家现行政策、地方文化内涵、民宿经营主体与乡民之间的利益关系对打造地域特色的民宿旅游服务产品、主客共享的文化旅行体验的重要性, 将地方资源作为产品开发、经营管理的重要内容^{[24]234}。研究表明, 民宿经营者兼具社会角色和乡土身份双重属性^{[25]54, [26]}, 其生活空间与经营空间的叠加促使他们主动融入地方社会网络, 通过参与社区建设构建和谐营商环境^{[27]102}。随着“民宿+”模式的创新发展, 农业观光、农产品加工、文创产品开发和非遗体验等多元业态的融合不仅拓展了民宿产业链, 也丰富了地方文化表征形式^{[28], [29]44}。在这一进程中, 保障社区居民的主体地位, 维护其情感认同、程序参与和利益分配权益, 成为强化农民主体性的重要实践路径^[30]。故此, 乡村民宿在地化本质上是一个多维度的空间重构过程, 既包含对地方性的理解与适应, 也体现在经济、文化、生态和社会关系等层面的深度融合与互动^{[31]39, [32]}。

乡村民宿在地化实践通过创新地方特色内容和服务模式, 在提升游客体验质量的同时, 也为乡村发展注入了新动能。但现有文献主要侧重于旅游在地化、乡村民宿与地方之间内在关系的探讨, 乡村民宿在地化理论研究体系尚未成熟, 其量化测度模型研究存在不足。有鉴于此, 本文旨在深入解析乡村民宿在地化的内在逻辑与实践维度, 构建乡村民宿在地化评价指标体系。

二、乡村民宿在地化的内在逻辑与实践维度

(一) 乡村民宿在地化的内在逻辑

随着国内旅游消费市场的转型升级, 差异化需求催生乡村民宿作为新型微型旅游目的地, 乡村民宿得到快速发展。为满足游客“真实”“趣味”“田野”等日趋多元化的体验需求^{[2]152}, 民宿经营者需要充分整合与利用地方文化景观、旅游资源禀赋、民俗风情等附着于地方的特色要素, 增强民宿的“在地”认同与地方特色, 打造住宿、休闲、娱乐、观赏、在地体验等多功能一体化产品体系, 以提升自身竞争优势^{[20]254}。乡村民宿在发展过程中引发了地方利益结构的重构, 民宿主、村民、游客、村委会、地方政府等各类主体牵涉其中, 且因各群体间诉求差异性显著, 促使经营者不断调适与地方的关系, 增强自身的情景合法性^{[25]55}。同时, 乡村地域系统内部富余的房屋、产业、劳动力、土地等资源要素是民宿地方性生产消费空间得以构建的基础性条件。乡村内部资源条件与外部民宿旅游市场需求, 以及在地社区各类主体的参与, 是乡村民宿经营主体进行在地化实践、深层次地方的关键动因(见图1)。

乡村民宿在地化是一个多维度的动态演进过程, 涉及空间生产、文化生产、场景的构建, 以及多元主体和要素的协同参与, 包含互嵌、互动、融入、共生等多个阶段^{[13]3}, 其发展成效与乡村振兴战略的“产业兴旺、生态

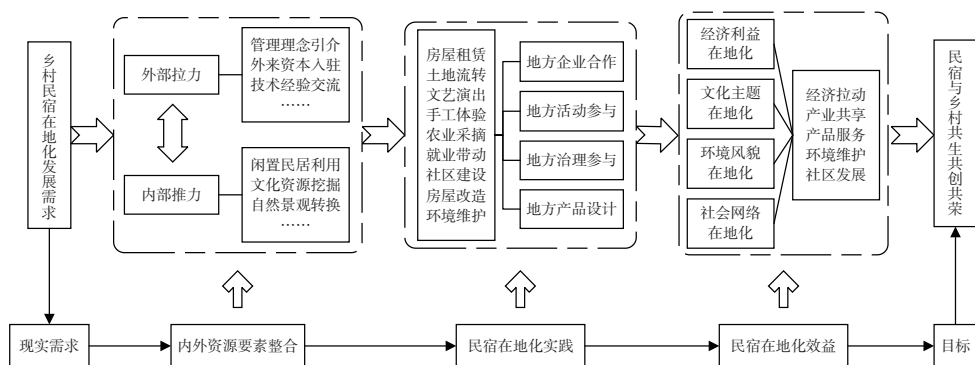


图1 乡村民宿在地化实践框架

宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”目标高度契合。具体而言，乡村民宿通过引入外来人才、管理经验、资本等现代要素，有效促进了乡村地方特色资源要素的盘活、利用效率的提升，例如劳动力、土地、房屋以及自然景观等。在产业发展阶段，乡村旅游经济的持续增长、就地就业创业机会的不断增加吸引着各类经营主体和旅游人才入驻、回流^{[24]231}。此类主体通过介入乡村旅游项目竞争与合作网络，并与乡村民宿经营主体共同参与在地社区治理，为乡村治理体系的完善注入新动力。同时，乡村民宿在地化以利益联结为基础，与村民、村委会和政府等主体建立互利关系，使其成为推动乡村振兴的重要力量。乡村民宿在地化的最终形态是完成地域身份建构，成为“本土”标识性企业，形成“村—宿”共生的发展格局^{[31]47}。

（二）乡村民宿在地化的实践维度

乡村民宿经营主体的在地化过程，即与地方建立联系的过程，用以刻画乡村民宿与地方的社会、环境、经济、文化等多维互动状态。乡村民宿经营者通过经济利益、文化主题、社会关系和环境风貌四个维度融入乡村地方空间，实现乡村民宿与村落共生、共创、共荣的在地化发展目标。

1. 经济利益在地化

针对乡村民宿经营者与在地社区主体的差异化发展诉求，平衡利益追求与乡村融入之间的张力是实现多方主体良性互动和在地化发展的根本保障。在民宿发展初期，土地流转、房屋租赁、劳动力雇佣等市场交换行为是民宿经营主体因获取生产资料而出现的常规互动形式，由此与地方经营主体建立了基于“经济理性”的初步联系^{[27]103}。为避免与乡村其他主体陷入零和博弈，经营者需要完善利益分配和经济补偿机制，协调个人、市场、集体、公共利益配置，营造有利于民宿发展的经营环境。随着产业的发展，其拓宽居民增收渠道、增加基础设施投资和扩大衍生产业规模等方面的经济效益成为地方政府、村集体、村民等各类主体共同参与民宿发展的内生动力。在此过程中，乡村民宿与地方农业、文化等产业相互渗透、融合，催生并拓展了紧

密相连的乡村地方产业链网络, 助推了“民宿+”衍生业态的发展与地方产业经济活力的增强, 进而带动乡村产业结构优化调整与农文旅深度融合, 在产业经济层面形成“以宿带村、以村促宿、村宿共赢”的共生格局。

2. 文化主题在地化

乡村传统文化中的习俗、价值观和宗教信仰虽然在一定程度上制约着民宿的生产消费活动, 但挖掘乡村文化资源, 遵循乡土文化逻辑, 却是乡村民宿实现在地化发展的关键^{[2]154}。究其原因, 乡村地区普遍保留着丰富的历史文化遗产, 相较城市, 受现代文明侵蚀尚浅, 诸多富有传统文化价值的民俗、建筑、农耕景观得以存续, 这些成为民宿特色化发展的持续动力。在丰富产品和服务的过程中, 民宿经营主体与乡村地方建筑设计师、手工艺人、非遗传承人、村民共同合作, 打造与乡村地方文化相关的主题房间、参与举办乡村民间文艺表演、开展农作物耕作及收割等主题活动, 为游客提供独特的在地文化体验, 这些都是民宿与乡村地方文化元素融合, 进行乡村地方文化生产消费空间营造和展演的建构性实践。由此, 民宿经营主体从被动的文化接受者转变为主动的文化生产者, 并通过与非民宿从业者的合作带动乡村民宿经营范畴的拓展和乡村文旅产业接待服务水平的提升。这种融合有效弥合了市场经济与乡土文化之间的割裂感, 使人们深刻体悟乡土文明之韵, 增强文化认同感和自豪感, 从而实现民宿与乡村在文化层面的共创。

3. 环境风貌在地化

周边生态景观的保护性开发和民宿建筑对地方元素的创造性利用, 为乡村民宿的在地化发展奠定了重要基础。优美的自然风光和独特的人文景观(如高山流水、小桥人家、阡陌交通)构成了吸引游客的核心要素。因此, 民宿经营者更加注重生态环境保护, 以满足游客亲近自然的需求。这种绿色经营理念不仅影响着乡村产业发展方向, 也使民宿在标准化住宿行业中脱颖而出。在建筑景观设计方面, 民宿通过就地取材(如地方木材、石料和工艺), 强化地方特色表达, 将乡村人文和自然元素融入建筑、景观和室内设计中, 为游客提供独特的视觉体验和入住感受, 增强民宿的真实性和地方性^[33]。此外, 乡村民宿的空间分布与地方产业、人文、自然等乡村特色景观的关系紧密相连, 由此成为乡村民宿在地化的具象化表征。民宿主在参与旅游目的地品牌塑造时需要合理规划民宿布局, 使其与景观发展方向相协调, 实现“融宿于景”的在地化目标。

4. 社会网络在地化

乡村民宿通过与在地社区各类主体的合作、资源整合和权益共享逐步融入乡村原生社会网络^{[25]56}, 拓宽了民宿主与社区在场主体社会交换的行动路径, 为其在地化发展提供必要的社会支持。民宿产业的繁荣给村庄引入了资本、管理理念、知识技术, 有助于破除乡村发展桎梏。而外来资本和人口进

人改变了以往以情感为纽带的熟人社会关系,由原有相对单一、封闭的人情往来逐渐演变为情感和利益交织、开放性乡村社会网络关系。这主要源于乡村民宿与社区在场主体间的联系、信任程度、合作规范以及发展规划的契合程度对当前乡村民宿经营绩效以及未来的合作产生直接影响,譬如帮工、换工等组织成本浮动问题。在行为层面,经营者通过参与地方事务和公共治理,遵循本土规范,完成乡土身份建构。持续的互动符合乡村交往逻辑,培育了稳定的社会关系,使经营者在“互通有无”中获得了情境合法性,实现了社会身份与乡土身份的融合,使社会身份与乡土身份并置于乡村社会关系网络之中。

三、乡村民宿在地化评价指标体系构建

(一) 指标体系构建

基于以上分析,本文遵循科学性、适用性和系统性原则,参考现有文献^{[2]154,[16]127,[25]54}相关政策文件精神 and 乡村全面振兴五大要求,从经济、产业、文化、生态、社会等 5 个维度出发,初步构建在地化评价指标体系,并通过线上问卷咨询形式邀请民宿行业协会组织负责人、民宿企业管理人员和民宿旅游研究人员等共计 16 人组成专家组参与评价。评价体系指标必要性 5 级评分,保留均值 3 分及以上的指标,并整合专家意见进行指标修改、替换或新增,以保证指标体系权威性、信效度,避免数据失真。最终将乡村民宿在地化水平测度指标体系具体构建为地方经济拉动、产业发展共享、地方文化呈现、生态环境维护、社区发展参与 5 个系统层、13 个准则层,33 个具体指标(见图 2)。

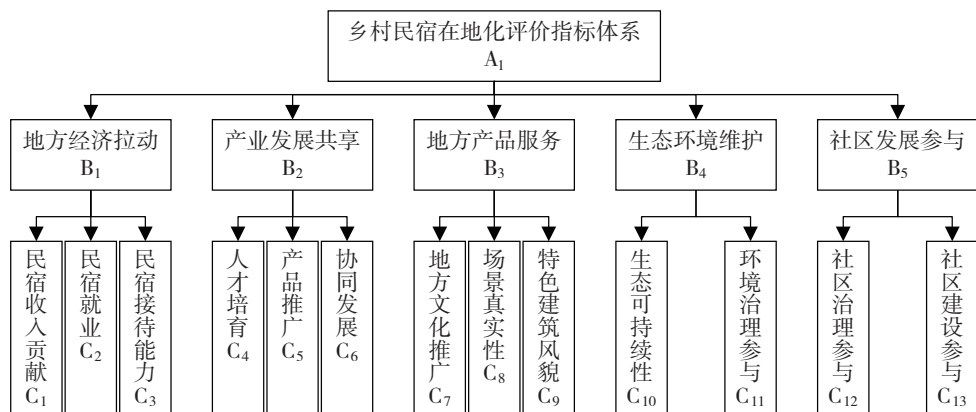


图 2 乡村民宿在地化水平评价指标体系

(二) 指标要素内涵

1. 地方经济拉动

在地化是增强乡村民宿核心竞争力的重要策略,能够立足“差异化”

特色, 带动餐饮、手工艺品、农副产品等产业链发展, 推动基础设施建设, 持续扩大游客流量, 提高旅游消费水平, 为地方创造更多的就业机会和经济效益。乡村民宿产业的经济拉动能力是经济运行模式与民宿产业相结合的综合概念, 反映了民宿在乡村经济中的活跃程度及其与地方经济的互动关系^{[29]42}。本文聚焦民宿运营过程中经济活力、规模和经济带动效益, 以民宿收入贡献度、民宿就业情况、民宿接待能力3个准则层构建民宿地方经济拉动系统层。其中: 民宿收入贡献包括民宿占旅游收入比重、民宿占地区生产总值比重、民宿占居民收入比重3个指标; 民宿就业包括社区居民民宿就业比重、民宿失业率2个指标; 民宿接待能力包括民宿客房数量、民宿接待游客数量、社区居民参与民宿产业情况3个指标。

2. 产业发展共享

构建乡村民宿与当地社区之间的利益联结机制, 是实现乡村民宿在地化发展的关键路径。通过与地方社区各类主体的深度合作以及多元业态的融合, 能够扩大乡村民宿产业的受益群体, 推动乡村经济的高质量发展和社会进步。乡村民宿产业发展成果的共享既是在地化发展的核心内涵, 也是衡量社区居民参与民宿产业发展程度的重要指标^{[21]90}。本文将民宿产业发展共享设计为系统层, 其下包括人才培育、产品推广、协同发展3个准则层。其中: 人才培育包括社区居民参与民宿产业情况、民宿返乡人才引进率、返乡人才从事民宿业人数、就业技能培训频次4个指标; 产品推广包括地方产品开发投资额和农副产品销售额2个指标; 协同发展包括与本地企业协调发展度、地方形象营销度、农文旅产业融合带动情况等3个指标。

3. 地方文化呈现

乡村民宿的在地化运营通过深入挖掘地方文化内涵, 使游客沉浸于地方文化氛围之中, 从而促进地方传统文化、习俗和生活方式的传承与发展, 同时增强居民对乡村文化的认同感和归属感。乡村民宿地方文化呈现水平是评价其对地方文化资源、自然景观、风土人情的活化利用和展演能力的重要指标, 在提升乡村地方知名度、文化输出水平、旅游吸引力等方面发挥着重要作用^{[16]123, [22]42}, 以文化产品营销、场景真实性、特色建筑风貌3个准则层构建地方文化呈现系统层。其中: 文化产品营销包括文化展示平台建设程度、文化产品销售额、地方文化活动参与度3个指标; 场景真实性包括原生生活场景保留度、地方文化服务水平2个指标; 特色建筑风貌包括地方元素材料利用度、地方风貌展现度2个指标。

4. 生态环境维护

乡村民宿的在地化发展强调对本地资源的合理利用与生态保护, 有助于推动乡村经济的可持续增长。乡村民宿对于地方生态环境的维护是其履行相应社会责任的行为表现, 直接影响着乡村地区的发展导向及可持续发展能

力^{[20]253}。本文在准则层面选取民宿生态可持续性与环境治理参与程度作为具体指标衡量民宿生态环境维护效度。其中：生态可持续性包括民宿房屋改造率、垃圾与污水处理效率 2 个指标；环境治理参与包括绿色低碳生活理念营销度、民宿环境治理投资额度 2 个指标。

5. 社区发展参与

乡村民宿的在地化运营倡导在地社区主体的积极参与，通过推动社区建设实现互利共赢的发展模式。社区发展建设参与度直接刻画了乡村民宿的地方社会融入层次，即地方政府、村委、社区居民、其他各类经营主体将民宿企业囊括在其信任结构和社会圈层之内的接受程度^{[25]57, [27]113}。本文以社区治理参与与社区建设参与 2 个准则层构成民宿社区参与程度系统层。其中：社区治理参与包括社区治理参与程度、社会责任承担情况、民宿管理政策完善度 3 个指标；社区建设参与包括地方信息化建设参与度、地区接待设施建设参与度、接待服务能力提升贡献度 3 个指标。

四、基于层次分析法的指标权重赋值

乡村民宿在地化水平测度是一项综合性和复杂性较强的测评活动。本文采用层次分析法（the analytic hierarchy process，简称 AHP），将目标问题拆解为若干有序结构层次，并对乡村民宿在地化水平评价指标进行权重赋值，进而评估相应层面具体指标的重要性程度^[34]。

（一）指标权重计算步骤

1. 层次结构模型构建

基于已确定的乡村民宿在地化水平评价指标体系，本文将乡村旅游在地化这一评价目标划分为目标层、准则层和方案层 3 个层次，进而构建了一个包含 5 个系统层、13 个准则层和 33 个具体指标的递阶层次结构模型。

2. 判断矩阵构造

借助 Satty 提出的 1~9 级重要等级量表，两两比较具体评价指标并将其量化，构建出 14 个判断矩阵，部分判断矩阵如表 1 所示。

表 1 一级指标判断矩阵

	A	B	C	D	E
A	1	1.752 8	0.662 9	0.545 9	1.330 1
B	0.570 5	1	0.551 1	0.507 6	0.689 4
C	1.508 6	1.814 6	1	0.671	1.701 1
D	1.831 8	1.97	1.490 4	1	1.782 8
E	0.751 8	1.450 5	0.587 9	0.560 9	1

3. 指标权重值计算

本文采取方根法计算具体指标权重值，计算公式如下：

$$\overline{\omega}_i = \sqrt[m]{\prod_{j=1}^m a_{ij}} \tag{1}$$

$$w_i = \frac{\overline{\omega}_i}{\sum_{j=1}^m \overline{\omega}_j} \tag{2}$$

式（1）—（2）中： $i、j$ 分别代表计算权重的目标因素和与其比较的其他因素， w 为指标权重， m 为判断矩阵阶层， a_{ij} 表示因素*i*和*j*的重要性比值。

4. 一致性检验

考虑到层次分析法运算结果可能出现一致性偏离，在判断矩阵构造过程中需要满足一致性检验条件。计算公式如下：

$$\lambda_{max} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^m \frac{(AW)_i}{W_i} \tag{3}$$

$$CI = \frac{\lambda_{max} - m}{n - 1} \tag{4}$$

$$CR = \frac{CI}{RI} \tag{5}$$

式（3）—（5）中： λ_{max} 为判断矩阵最大特征根， A 为判断矩阵； CI 为判断矩阵最大特征根， CI 数值越小，判断矩阵一致性越强，反之， CI 数值越大，判断矩阵一致性越弱； RI 为参照指标（见表2）； CR 为一致性比率，当 CR 数值小于0.1时，该判断矩阵通过一致性检验，反之，判断矩阵不通过一致性检验；剩余符号与公式（1）中一致。

表2 RI 指标参照表

阶层	1	2	3	4	5	6	7	8	9
RI	0	0	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45

本文基于 MATLAB 软件编程对 16 位专家评议结果产生的判断矩阵进行一致性检验，检验数值均小于 0.1，通过一致性检验。

（二）指标权重赋值

本文采用层次分析法构造的判断矩阵以及 MATLAB 软件编程运行得到乡村民宿在地化水平评价指标权重（见表3）。从系统层面来看，指标权重依次为产业发展共享（0.299）>地方文化呈现（0.239）>地方经济拉动（0.184）>社区发展参与（0.155）>生态环境维护（0.122），民宿产业发展共享与地方产品服务指标权重占比最大，表明二者在乡村民宿在地化过程中发挥着至关重要的作用，而社区发展参与和生态环境维护对乡村民宿的在地化的影响相对较小。在准则层面，除人才培育（0.137）外，场景真实性（0.106）指标权重最大，这表明乡村民宿的个人发展带动性以及游客的主观感知，同样是乡村民宿在地化水平的重要表现形式。在指标层面，指标权重由大到小依次为地方文化服务水平（0.062）、民宿房屋改造率（0.059）、

农副产品销售额（0.058）、社区居民参与民宿产业情况（0.056）、社区治理参与程度（0.052）、原生生活场景保留度（0.045）。其中，地方文化服务、房屋改造、原生生活场景保留等是对民宿内部地方性生产消费空间的营造，而社区居民参与、社区治理参与是乡村民宿于所在地区进行品牌塑造和形象展示的重点领域，它们共同构成了乡村民宿实现在地化发展的坚实基础。

表 3 乡村民宿在地化评价指标体系

系统层	权重	准则层	权重	指标层	权重
地方 经济 拉动 B ₁	0.184	民宿收入贡献 C ₁	0.084	民宿占旅游收入比重 D ₁	0.018
				民宿占地区生产总值比重 D ₂	0.025
				民宿占居民收入比重 D ₃	0.041
		民宿就业 C ₂	0.059	社区居民民宿就业比重 D ₄	0.040
				民宿失业率 D ₅	0.019
		民宿接待能力 C ₃	0.041	客房数量 D ₆	0.015
				游客接待数量 D ₇	0.027
产业 发展 共享 B ₂	0.299	民宿收入贡献 C ₁	0.084	社区居民参与民宿产业情况 D ₈	0.056
				民宿返乡人才引进率 D ₉	0.025
				返乡人才从事民宿业人数 D ₁₀	0.039
				就业技能培训频次 D ₁₁	0.018
		产品推广 C ₅	0.090	地方产品开发投资额 D ₁₂	0.032
				农副产品销售额 D ₁₃	0.058
		协同发展 C ₆	0.072	与本地企业协调发展度 D ₁₄	0.022
				地方形象营销度 D ₁₅	0.034
农文旅产业融合带动情况 D ₁₆	0.017				
地方 文化 呈现 B ₃	0.239	文化产品营销 C ₇	0.079	文化展示平台建设程度 D ₁₇	0.038
				文化产品销售额 D ₁₈	0.017
				地方文化活动参与度 D ₁₉	0.025
		场景真实性 C ₈	0.106	原生生活场景保留度 D ₂₀	0.045
				地方文化服务水平 D ₂₁	0.062
		特色建筑风貌 C ₉	0.053	地方元素材料利用度 D ₂₂	0.022
				地方风貌展现度 D ₂₃	0.031
生态 环境 维护 B ₄	0.122	生态可持续性 C ₁₀	0.079	民宿房屋改造率 D ₂₄	0.059
				民宿垃圾、污水处理效率 D ₂₅	0.021
		环境治理参与 C ₁₁	0.043	绿色低碳生活理念营销度 D ₂₆	0.018
				民宿环境治理投资额度 D ₂₇	0.025

表 3 (续)

系统层	权重	准则层	权重	指标层	权重
社区 发展 参与 B ₅	0.155	社区治理参与 C ₁₂	0.101	社区治理参与程度 D ₂₈	0.052
				社会责任承担情况 D ₂₉	0.036
				民宿管理政策完善度 D ₃₀	0.016
	0.054	社区建设参与 C ₁₃	0.054	地方信息化建设参与度 D ₃₁	0.011
				地区接待设施建设参与度 D ₃₂	0.024
				接待服务能力提升贡献度 D ₃₃	0.018

五、结论与讨论

(一) 结论

乡村民宿的在地化发展是乡村民宿为了适应和满足自身发展需求而融入地方经济、文化和社会脉络的过程，成为当前乡村民宿产业丰富供给的重要途径，能够有效契合乡村全面振兴战略的五大要求。其中，乡村内部的资源条件、外部的民宿旅游消费市场需求以及各类主体的积极参与，是推动乡村民宿经营主体进行在地化实践的关键因素。

乡村民宿的在地化实践具有复杂性和动态性特征，主要体现在经济利益、文化主题、社会关系和环境风貌 4 个方面。乡村民宿经营主体可以通过与地方各类主体合作、产品开发设计、倡导可持续理念以及参与在地社区活动和治理等方式，融入乡村地方空间，从而实现乡村民宿与村落的共生、共创和共荣的在地化发展目标。

在系统层面，民宿产业发展共享与地方产品服务指标权重占比最大，而社区发展参与和生态环境维护对乡村民宿的在地化的影响相对较小；在准则层面，人才培育外和场景真实性指标权重最大；在指标层面，指标权重由大到小依次为地方文化服务水平、民宿房屋改造率、农副产品销售额、社区居民参与民宿产业情况、社区治理参与程度。

(二) 讨论

乡村民宿的可持续经营主要依赖于其深厚的价值内涵、原生态的生活场景体验、地方文化展示以及活动参与，故而民宿经营者、管理部门及学者有必要提升民宿和地方的关系认知。本文从学理上对乡村民宿在地化进行了概念界定与逻辑阐释，结合乡村全面振兴总要求初步构建了乡村民宿在地化水平评价指标体系，丰富了乡村民宿在地化理论研究，为乡村民宿在地化水平评价量化提供了测度工具，有利于相关评价工作的开展，并据此指导我国各地区乡村民宿行业治理，助推我国乡村民宿特色服务体系创新与完善。值得注意的是，出于对乡村民宿在地化水平

评价系统的多方面因素综合考虑,本文在指标体系构建过程中既选取了经济、产业、设施等客观性评价指标,同样也选取了乡民、游客和村委等各类主体的主观性评价指标,主观性评价指标数据拟通过半结构化访谈、网络文本采集、问卷调查等多途径补充获取。

本文的局限性在于借助层次分析法赋值各级指标权重时,或因专家咨询样本量偏少干扰指标权重准确性,未来可考虑扩大专家咨询组规模,提升赋值权重准确性。同时,囿于篇幅,本文未能选取具体案例点进行实地数据获取与分析,后续研究可进一步选取民宿聚集地区或多案例地区进行实证检验,揭示乡村民宿在地化实践于不同地区、不同阶段所呈现的异质性特征,不断深化和调整指标体系内容,增强乡村民宿在地化评价指标体系解释力度。

[参考文献]

- [1] 史艳荣,谢彦君,曾诗晴. 疏离感与亲和力:乡村旅游体验中的院落情结与人际关系再造[J]. 旅游学刊, 2020, 35 (12): 63-80.
- [2] 刘俊,占胜蓝,郑诗琳,等. 民宿旅游的乡村性生产与消费研究[J]. 旅游学刊, 2023, 38 (10).
- [3] 龙飞,戴学锋,张书颖. 基于 L-R-D 视角下长三角地区民宿旅游集聚区的发展模式[J]. 自然资源学报, 2021, 36 (5): 1302-1315.
- [4] 戴其文. 中国乡村民宿高质量发展的策略研究[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2022, 43 (10).
- [5] 赵一青,黄燕玲,赵佳星. 近三十年来国内外乡村民宿研究进展[J]. 重庆文理学院学报(社会科学版), 2020, 39 (1): 11-19.
- [6] 祁进玉,郭跃. 全球在地化与流动性:亚洲共同体意识及其展望[J]. 西北民族研究, 2020 (2): 166-177.
- [7] GIDDENS A. The consequences of modernity [M]. Stanford: Stanford University Press, 1990: 55-78.
- [8] ROBERTSON R. Glocalization: time-space and homogeneity-heterogeneity [M]. London: SAGE Publications Ltd, 1995: 25-44.
- [9] 孙信茹. 社交媒体在地化:一种进入整体情境的方法论[J]. 南京社会科学, 2021 (3): 108-119.
- [10] 隗斌贤. “一带一路”背景下文化传播与交流合作战略及其对策[J]. 浙江学刊, 2016 (2): 214-219.
- [11] FUKUYAMA F. The end of history and the last man [M]. Kansas City: Andrews McMeel Publishing, 2006: 298-304.
- [12] TOMLINSON J. Globalization and culture [M]. Chicago: the University of Chicago Press, 1999: 136-140.
- [13] 杨蓉,朱竑. 全球—地方动态下的旅游在地化:模式与启示[J]. 旅游学刊, 2023, 38 (4).
- [14] CAWLEY M, GAFFEY S, GILLMOR D A. Localization and global reach in rural tourism: Irish evidence [J]. Tourist Studies, 2 (1): 63-86.

- [15] SOULARD J, MCGEHEEN G, STERN M. Transformative tourism organizations and glocalization [J]. *Annals of Tourism Research*, 2019, 76: 91 – 104.
- [16] 张海洲, 徐雨晨, 陆林. 民宿空间的地方表征与建构: 网络博客的质性分析 [J]. *旅游学刊*, 2020, 35 (10).
- [17] 张海洲, 虞虎, 徐雨晨, 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): 95 – 111.
- [18] TAO C, DENG B, SUN J. Memorable interactive experiences between hosts and guests in B & Bs and their generation process: the host perspective [J]. *Tourism Management*, 2024, 102: 104861.
- [19] 吴琳, 吴文智, 牛嘉仪, 等. 生意还是生活?: 乡村民宿创客的创业动机与创业绩效感知研究 [J]. *旅游学刊*, 2020, 35 (8): 105 – 116.
- [20] 王洛坤, 冯维波. 乡村民宿可持续发展路径研究: 以重庆城口县河鱼乡为例 [J]. *中国农业资源与区划*, 2024, 45 (4).
- [21] 杨在军, 刘爽. 民宿平台“杀熟”形成机制及其协同治理: 演化博弈视角的研究 [J]. *旅游学刊*, 2023, 38 (8).
- [22] 何义珠, 叶伟萍, 潘丽敏, 等. 基于文旅融合的“图书馆+民宿”实践与建议: 以云和县“漫享书屋”为例 [J]. *国家图书馆学刊*, 2022, 31 (2).
- [23] 邱枫, 干青亚, 张望望. 基于游客感知的四明山民宿意象研究 [J]. *华中师范大学学报 (自然科学版)*, 2017, 51 (4): 561 – 568.
- [24] 包朝阳, 王玉庭, 吴粟琛. 乡村民宿发展助力共同富裕的实现机理与路径规范研究: 以浙江省象山县为例 [J]. *中国农业资源与区划*, 2023, 44 (11).
- [25] 张馨元, 张强, 韩剑磊, 等. 民宿与在地社区的互动与共生: 基于扎根理论的多案例研究 [J]. *人文地理*, 2022, 37 (3).
- [26] 黄克己, 张朝枝, 吴茂英. 遗产地居民幸福吗? 基于不同旅游扶贫模式的案例分析 [J]. *旅游学刊*, 2021, 36 (11): 122 – 132.
- [27] 黄和平, 邴振华, 钟伟, 等. 社区民宿邻避效应: 风险感知、权益冲突与形成机制研究: 以上海地区为例 [J]. *旅游科学*, 2023, 37 (2).
- [28] 王志刚, 于滨铜. 农业产业化联合体概念内涵、组织边界与增效机制: 安徽案例举证 [J]. *中国农村经济*, 2019 (2): 60 – 80.
- [29] 吕宛青, 余正勇. 城乡融合下民宿产业集群赋能乡村振兴的内在逻辑及实践路径: 基于西南地区的多案例分析 [J]. *西南民族大学学报 (人文社会科学版)*, 2024, 45 (1).
- [30] 耿松涛, 张仲阳. 乡村振兴背景下乡村旅游与文化产业协同发展研究 [J]. *南京农业大学学报 (社会科学版)*, 2021, 21 (2): 44 – 52.
- [31] 李亚娟, 许阳艳, 欧阳辰星, 等. 民族旅游地外来小企业地方融入的个案研究 [J]. *旅游学刊*, 2023, 38 (4).
- [32] 杨庆媛, 张荣荣, 苏康传, 等. 基于巴渝民宿的乡村营造研究 [J]. *西南大学学报 (自然科学版)*, 2021, 43 (7): 1 – 10.
- [33] 张义. 乡村振兴背景下旅游民宿环境艺术设计探究 [J]. *中国农业资源与区划*, 2022, 43 (10): 119, 149.
- [34] 邓雪, 李家铭, 曾浩健, 等. 层次分析法权重计算方法分析及其应用研究 [J]. *数学的实践与认识*, 2012, 42 (7): 93 – 100.

Research on the Construction of Evaluation Index System of Rural B&B Localization under the Background of Rural Revitalization

LV Wanning, SONG Zhigao, YU Zhengyong

(School of Business Administration and Tourism Management,
Yunnan University, Kunming 650500, Yunnan, China)

Abstract: Based on the concept of localization, this paper analyzes the connotation, logic and practical dimensions of the localization of rural homestays. It combines the rural revitalization strategy with the analytic hierarchy process (AHP) to construct the evaluation index system of rural homestay localization from five dimensions: local economic promotion, industrial development and sharing, local products and services, ecological environment maintenance, and community development participation. The results show that the synergy of internal resource endowment mainly drives the localization practice of rural homestays, external market demand and multi-subject participation, and its development effect is highly consistent with the strategic goal of rural revitalization. The main body of rural B&B business is integrated into the rural space with the localization of economic interests, cultural themes, social relations and environmental features, presenting dynamic and complex characteristics. At the system level, the development and sharing of the homestay industry and local products and services play a leading role in the localized development of rural homestays, while the talent cultivation and scene authenticity at the criterion level account for the largest proportion, and the local cultural service level at the index level is in the forefront.

Keywords: country houses; localization; indicator system