

# 基于网络游记的石家庄市露营旅游游客感知体验研究

姚建波, 姚海芳\*

河北师范大学家政学院, 河北 石家庄

收稿日期: 2024年1月29日; 录用日期: 2024年2月18日; 发布日期: 2024年3月14日

## 摘要

本文选取石家庄地区露营旅游者为研究对象, 借助八爪鱼网络爬虫旅游者在小红书发布的网络游记数据, 利用ROST CM6进行词频、社会网络与语义网络分析, 通过NVivo12软件分析游客感知影响因素, 研究旅游者在石家庄露营旅游体验感知。研究表明: 石家庄露营旅游体验核心关注点是旅游出行的时间和地点、露营地设施及服务、游客活动; 旅游出行时间集中于夏日, 多为短假期出行; 露营地设施及服务分别在费用、环境、住宿、交通及饮食上影响游客出行体验; 游客活动分为行为活动和心理活动, 行为活动宏观表现旅游者出游行为为体验, 心理活动体现游客情感目标。基于以上分析结果总结石家庄露营旅游游客感知体验, 并提出当前石家庄发展露营的建议, 为当地露营发展建设提供实践借鉴。

## 关键词

石家庄, 露营旅游, 网络游记, 形象感知

# Research on the Perceived Experience of Camping Tourists in Shijiazhuang Based on Online Travel Notes

Jianbo Yao, Haifang Yao\*

School of Home Economics, Hebei Normal University, Shijiazhuang Hebei

Received: Jan. 29<sup>th</sup>, 2024; accepted: Feb. 18<sup>th</sup>, 2024; published: Mar. 14<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

The article selects camping tourists in the Shijiazhuang area as the research object. With the help

\*通讯作者。

文章引用: 姚建波, 姚海芳. 基于网络游记的石家庄市露营旅游游客感知体验研究[J]. 可持续发展, 2024, 14(3): 541-548. DOI: 10.12677/sd.2024.143064

of the Octopus web crawler tourists' online travel data published on Xiaohongshu APP, ROST CM6 is used for word frequency, social network, and semantic network analysis. NVivo12 software is used to analyze the influencing factors of tourist perception and study the perception of the camping tourism experience by tourists in Shijiazhuang. Research has shown that the core focuses of the camping tourism experience in Shijiazhuang are the time and location of tourism travel, camping facilities and services, and tourist activities; Travel time is concentrated in summer, mostly for short holidays; The facilities and services at the campsite affect the travel experience of tourists in terms of cost, environment, accommodation, transportation, and food; Tourist activities are divided into behavioral activities and psychological activities. Behavioral activities macroscopically reflect the tourist's travel experience, while psychological activities reflect the tourist's emotional goals. Based on the above analysis results, the paper summarizes the tourists' perception and experience of camping tourism in Shijiazhuang, and puts forward suggestions on the current development of camping in Shijiazhuang, providing practical reference for the development and construction of local camping.

## Keywords

Shijiazhuang, Camping Tourism, Online Travel Note, Image Perception

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

露营是最鲜活时尚的休闲方式, 城市中的一顶顶露营帐篷带动的消费市场, 同时刺激城市周边游、短途游及自驾游, 露营业在近几年开始爆发式的增长[1]。2022年11月7日, 为推进户外旅游、体育运动和乡村振兴战略的深入实施, 国家体育总局等八部门印发《户外运动产业发展规划(2022~2025年)》, 全国各省份也在不断响应国家露营旅游发展政策, 推出适合当地露营地管理办法, 比如: 9月12日, 北京市文化旅游局等十三个部门联合印发《通州区规范引导帐篷露营地发展的实施办法(试行)》; 2023年9月13日, 上海市人民政府印发《上海市帐篷露营地管理办法(试行)》等, 国家和省市区推出的露营发展和建设营地相关政策, 促进国内露营旅游的良性发展, 同时避免露营旅游而导致营地生态平衡的破坏, 保持“绿水青山”; 石家庄市也通过2023年露营大会[2]以一站式服务有序引导露营旅游休闲发展, 努力打造“这么近、那么美, 周末到河北”房车露营首选地。

石家庄是具有燕赵文化特色的省会城市, 非常重视加快城市现代化建设、发展高质量文化旅游业。《石家庄市文化和旅游“十四五”发展规划》提出不断健全露营地配套服务, 持续建设房车营地和交通标识等设施, 加强生态旅游宣传, 打造本地特色露营品牌, 创新露营模式的发展, 带动露营经济产业链。2023年5月26日, 首届“营在石家庄”房车露营大会在灵寿开幕, 以引导本地露营旅游发展, 推进露营休闲经济繁荣。

旅游活动的主体是旅游者, 旅游者的情感体验是旅游的核心[3], 现代旅游者在决策、目的地选择、旅游行为分享等方面更多是通过旅游相关的关键词在App搜索得到信息内容进行参考, 显然各App网络数据信息是旅游者行为研究的重要数据来源[4]。基于网络文本数据研究目的地的体验、形象感知等, 国内外都有大量的案例[5][6][7]。本文以石家庄市为案例地, 对游客在小红书网络平台中发布的露营旅游网络游记文本为数据来源, 使用ROST CM6软件提取高频特征词, 了解石家庄当地露营旅游内容, 再通

过扎根理论和 NVivo12 软件挖掘游客在露营地旅游感知体验, 为石家庄市露营旅游经营管理者提供可持续发展和管理依据, 以更好促进当地露营经济的发展。

## 2. 研究现状

露营是早期人类社会以生存为目的的一种活动形式[8], 并不是以旅游为目的, 而现代露营是基于人们追求高质量的生态旅游, 露营旅游凭借其独特的亲近自然、娱乐放松的优点成为当下旅游的热潮。露营发展至今已经历多种形式, 并没有统一的概念[9], 多数学者根据露营装备、形式等来定义现代露营[10]。近年来, 国内露营发展迅速, 据《中国露营市场专题洞察》[11]显示, 露营旅游产品的多样化, 带动各行各业经济的增长, 成为经济新的增长点, 并且带动旅游产业发展, 对旅游产品、景区立体化、旅游价值收益链等方面都有很大的促进作用。

美国是现代露营营地的发源地, 十九世纪六十年代露营主要作为青少年在自然环境中接受理想教育的场所, 随着工业革命的发展, 汽车逐渐普及, 国外露营旅游研究成熟、深入, 在欧美成为当地旅行文化, 这也是多数家庭旅游的主要选择方式。研究国外露营旅游的学者研究方向呈现多样化, 依托露营旅游发展, 不断扩大研究范围, 涉及环境学: Rice 等通过研究保护生态环境, 提出露营相关的可持续性发展策略[12]; 生态学: Robin 等发现生态和游客人数正相关[13]; 教育学: 美国噶纳瑞中学开设为期两周的户外露营课, 期望培养儿童正确的价值观、提高解决问题的能力与思维逻辑能力[14]; 医学: Gemma 等证实露营在儿童慢性病治疗过程中产生良好作用[15]; 心理学: Garst 等从社会心理学角度总结出露营的体验意义的演变特征[16]以及管理学[17]等科学领域。

国内学者研究主要以某个案例地分析当地露营地空间分布[10] [18]、建设管理[19]、满意度[20]等, 再者就如露营发展方面, 高林安指出中国露营旅游应结合当地经济把握市场, 引进专业人才, 进行开发建设[21], 相比国外研究问题, 国内露营旅游研究深度、广度还有很大差距, 究其原因, 中国没有野营文化, 符合旅游的营地少, 民众旅游多热衷于文化旅游、观光游等游玩表象, 其次近几年国内汽车制造业虽然发展迅速, 但是房车发展缓慢, 没有支撑国内露营旅游的文化发展, 游客出游主要考虑还是旅游成本、旅游情感和旅游舒适等主要因素。

研究旅游体验的主要方式是运用网络文本分析, 使用定性和定量结合的方式研究旅游体验[22] [23]。因此, 本文以石家庄市为例, 通过网络游记分析游客露营旅游体验质量, 提出当前发展中存在的问题并提出策略, 为石家庄市露营旅游发展提供借鉴。

## 3. 研究设计

### 3.1. 研究地概况

河北省省会城市石家庄是中国京津冀地区重要的中心城市, 交通区位优势明显, 自然和人文旅游资源丰富, 太行山、滹沱河及古村落都给露营旅游带来了独特的优势[24]。石家庄市露营旅游规划拥有花溪谷房车露营地、卡尔文房车营地、卡尔文露营文化、廉州云湖露营地等品牌以及滹沱河生态走廊、井陘天路自驾线路, 逐步呈现规范化、高端化。

### 3.2. 网络游记数据收集及处理

小红书是以生活、旅行等为主题的社交平台, 用户发布旅游相关信息和体验感受是其内容重要组成模块, 小红书种草具有真实性、传播性、实用性特征, 因此, 选取小红书发布的露营旅游者体验游记作为数据来源, 对其研究旅游者感知具有一定参考价值。本文通过八爪鱼爬虫软件, 以“石家庄露营”为搜索关键词, 时间选取 2022 年至 2023 年, 共收集游记 990 篇, 对网络游记进行如下预处理: 剔除同一

用户在同一旅游时间发布的重复游记, 计为一项; 剔除与主题无关、广告宣传类、询问路线及邀请他人同游等无效点评; 剔除内容不完整、纯表情符号内容等无意义游记。最终, 得到 780 条有效游记, 汇总到文本, 总计 11 万余字。

### 3.3. 研究方法

运用 ROST CM6 工具对游记文本进行内容处理及分析[25], 提取描述石家庄市露营旅游形象体验的高频特征词和频数, 再利用高频词网络语义分析进行归类整理, 深入挖掘发现潜在规律和趋势。同时借助 NVivo12 软件进行主题分析[26], 以原始文本出发, 通过编码进行系统化整理分析, 提炼得到主题。

## 4. 研究分析

### 4.1. 石家庄市露营旅游文本高词频分析

文本高频词能够反应游客在旅游感知突出的情感, 通过高频词可以初步了解游客对露营旅游体验的感受。按照词频频数将高频词由高到低排序, 得到石家庄市露营旅游的前 80 名旅游形象感知高频词统计表(表 1)。

**Table 1.** Statistical table of the top 80 high-frequency words in tourism image perception in Shijiazhuang City  
**表 1.** 石家庄市排名前 80 名旅游形象感知高频词统计表

特征词	词频	词性	特征词	词频	词性	特征词	词频	词性	特征词	词频	词性
露营	1055	名词	市区	96	名词	食材	56	名词	落日	39	名词
烧烤	271	名词	导航	96	名词	动物	55	名词	花海	39	名词
营地	245	名词	户外	91	名词	美好	55	形容词	开心	38	动词
石家庄	230	名词	咖啡	90	名词	篝火	53	名词	好去处	38	名词
帐篷	226	名词	风景	83	名词	蟠龙湖	52	名词	阳光	37	名词
地方	208	名词	环境	82	名词	好看	51	形容词	小野于世	37	名词
露营地	177	名词	河边	78	动词	注意	48	动词	厕所	34	名词
假期	163	名词	感受	77	名词	草地	48	名词	团建	33	名词
装备	159	动词	天气	76	动词	游玩	46	动词	担心	33	动词
拍照	155	名词	开车	71	名词	电影	46	名词	过去	33	名词
自然	135	名词	享受	70	动词	日落	46	名词	家庭	33	名词
夏天	119	名词	停车	68	动词	玩水	45	动词	地点	31	名词
五一	116	名词	方便	67	动词	公园	45	名词	门票	31	名词
周末	113	名词	音乐	66	名词	星空	42	名词	小伙伴	30	名词
体验	103	名词	井陘	66	名词	自驾	42	名词	沙滩	30	名词
晚上	102	名词	滹沱河	65	名词	景色	41	名词	逃离	29	动词
草坪	102	名词	周边	62	名词	放松	41	形容词	服务	28	动词
垃圾	100	名词	快乐	62	名词	钓鱼	41	动词	安静	28	形容词
免费	97	名词	小朋友	58	动词	凉快	40	名词	房车	28	名词
野餐	96	名词	下午	56	名词	山水	39	名词	游戏	27	名词

词频越高体现旅游者对意向要素的认识深刻度和关注度越高。通过整理与分析高频词汇可知,市区、井陘、滹沱河、蟠龙湖等地区位序高,说明旅游者对石家庄市附近露营地关注度较高。同时,出行时间上,夏天、假期、周末、晚上等关键词位序高,说明旅游者常在夏天或者短假期去露营。烧烤、草坪、野餐、享受、大自然等关键词体现露营者旅游活动内容,也反映露营地设施设备情况。

## 4.2. 石家庄市露营旅游游记语义网络分析

语义网络图可以直观展示关键词之间的共线关系,反映文本深层次结构,方便整体分析旅游者参与露营旅游的体验。根据图 1 可以看出,语义网络图以“露营”“帐篷”“烧烤”为核心词向其他的高频词发散,说明石家庄游客在露营旅游深刻体验的是帐篷露营和烧烤活动。“市区”“地方”“石家庄”“营地”“大自然”“装备”“假期”“过夜”“野餐”“周边”“孩子”“好友”“垃圾”等关键词与核心词出现次数多,相互影响高,说明参与露营旅游的游客是家庭或者朋友结伴露营,在周末假期或者晚上到市区周边户外进行篝火、烧烤、野餐等亲近自然的休闲娱乐活动,表明游客注重旅游目的地的丰富的露营活动,并且游客有意识注意垃圾的回收,避免露营地生态的破坏。

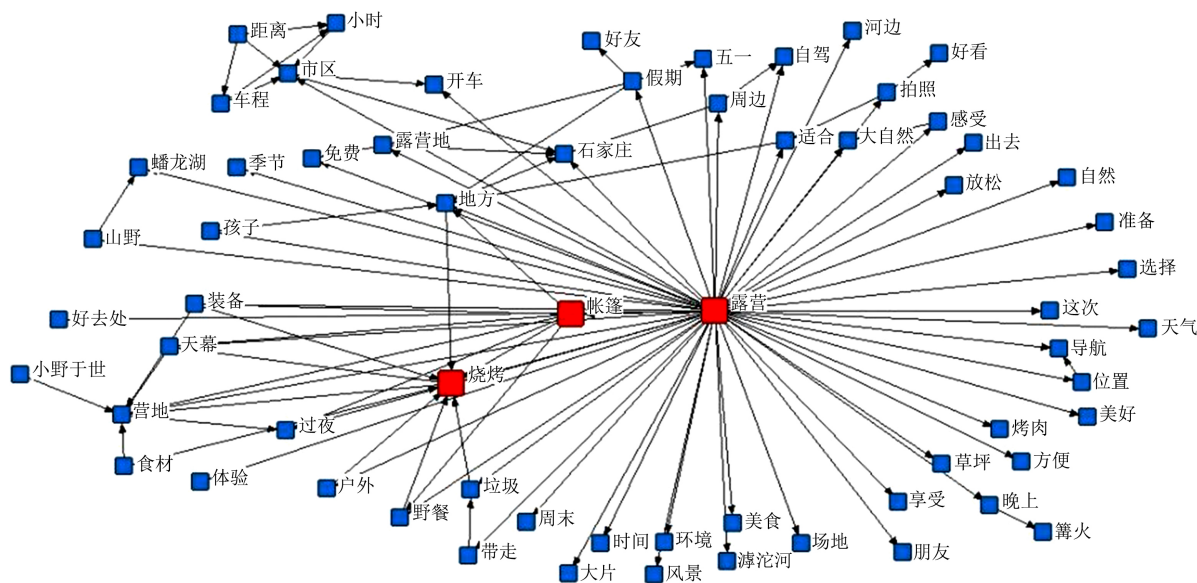


Figure 1. Semantic network diagram

图 1. 语义网络图

## 4.3. 石家庄露营旅游游客感知影响因素分析

本研究采用扎根理论的方法,对游记文本先进行关键词提取,选取出现频率排名前 80 位的关键词,通过 NVivo12 对其进行开放式编码、主轴编码和选择性编码,逐步提高概念层次,挖掘核心范畴。通过编码整理并结合语义网络图 1,最终确定 3 个核心范畴:旅游时间和地点、露营地设施、游客感知体验(如表 2)。

### 4.3.1. 旅游时间和地点特征

露营旅游被认为是人们远离城市喧嚣和生活的一种方式,在亲近自然中,有助于放松身心,减轻压力,提高幸福感,而合理的旅游时间和地点,是游客出游首先要考虑的要素,露营地确保游客露营过程中的舒适和放松,达到旅游目的。例如游客写到:“在办公楼紧张工作周,很渴望周末能到户外”“在

滹沱河找处安静地方, 高质量陪伴家人”“蟠龙湖轻奢露营地已经给你安排明明白白”等。石家庄露营旅游游客会常选择短假期和夏天去进行露营活动, 目的地会选择石家庄郊区亲近自然的地方。

**Table 2.** Examples of coding of tourism image elements of Shijiazhuang City

**表 2.** 石家庄市旅游形象要素编码举例

主类目	次类目	相关高频词
旅游时间和地点	旅游时间	夏天、假期、五一、周末、晚上、下午
	旅游目的地	井陘、滹沱河、蟠龙湖、小野于世
露营地设施及服务	营地费用	免费, 门票
	营地环境	草坪、垃圾、风景、河边、天气、自然、动物、沙滩、山水、花海、阳光
	住宿	帐篷、营地、厕所
	交通	导航、开车、停车、方便、自驾
	饮食	野餐、咖啡、食材
游客活动	行为活动	户外、音乐、烧烤、篝火、游玩、电影、星空、钓鱼、游戏
	心理活动	担心、感受、享受、快乐、美好、开心、逃离、安静、担心

#### 4.3.2. 露营地设施及服务特征

游客对露营地关注的主要要素有: 环境、交通和住宿饮食。

石家庄露营地环境按照露营地资源类型, 可分为山地型、湖畔型和森林型。山地型露营地根据山川地形而建设, 以山石为主要特征, “打开帐篷就山川河流, 那些恼人烦心事仿佛也都无足轻重”; 湖畔型露营地临近湖畔, 生态优美, 方便游湖和钓鱼等活动, “傍晚能看到绝美落日山川湖水, 景色让人心旷神怡”; 森林型露营地景观特点在于森林环境下建设, 空气清新是天然大氧吧, “被绿植环绕, 沉浸式感受森林里露营, 跟朋友过来起聚会, 真好好呀”。游客从石家庄市到露营地的主要交通方式是自驾, 自驾旅游具有安全、舒适、快捷和节约成本的优点, 游客自驾时间一般在 1~2 小时即可到达, 并且露营地会提供免费的停车位, 非常便利, “建议自驾, 市区出发 1.5 h 车程”、“滹沱河旁, 建议自驾去, 可以开进去, 方便停车”。

住宿饮食也是游客关注的方向, 研究者中游客住宿基本为帐篷, 有自带的也有露营地提供的, 体现与自然的结合, 营地提供的帐篷更注重游客体验, 提升满意度, 游客表示: “每个帐篷内都温暖棉被和枕头, 提供一次性洗漱用品、浴巾”, 但是露营地可提供搭帐篷的地方不明确也没有标识, 甚至没有搭帐篷的地点, “现在蟠龙湖水位上涨, 基本找不到适合搭帐篷地方”, 这点是营地管理者应该注意的地方。饮食方面, 游客选择多数为自带食材露天烧烤, 露营地也会提供丰富的食材, 对于饮食产生的垃圾, 游客写到: “享受美景后记得把垃圾收走呀”, 说明石家庄露营旅游游客具有很好的生态保护理念。

#### 4.3.3. 游客活动特征

露营地的活动是影响游客体验的主要影响之一, 不同的活动丰富旅游者产生不同的旅游体验, 达到旅游目的。研究文本中, “音乐”“烧烤”“篝火”“电影”“钓鱼”等反映游客在营地的行为活动, 是游客旅游过程的体现, 游客写到: “想亲近大自然你一定不要错过这里哟, 不需要场地费烧烤费, 自己烧烤简直不要太爽”“穿插其中户外运动、音乐 live、篝火晚会、油画手作等系列精彩活动”, 通过营地提供的独特的场景, 游客不管是参加家庭亲子游、朋友聚会、公司团建等都会获得幸福和满足: “担

心”“快乐”“美好”“逃离”“安静”等体现游客心理情感活动, 游客评价: “来起听鸟叫, 闻花香, 感受大自然美好吧!” “每周次逃离城市露营之旅, 不需要做什么, 只想坐在树底下喝喝茶、发发呆”, 实现了游客露营的动机, 亲密自然、躲避城市喧嚣、陪伴家人等, 情感方面几乎没有看到负面的、消极的情绪表现, 说明露营旅游不同于其他旅游形式, 可以纯粹的达到旅游目的。

## 5. 提升策略

基于研究结果, 石家庄市露营旅游在游客体验感知方面的问题, 提出如下提升策略。

强化石家庄城市露营基础建设。露营在很大程度上受到季节性因素的影响, 旅游更是具有明显的淡旺季, 而石家庄位于华北中部, 春秋气候不稳定, 所以只有夏季才有大量旅游者可能参与到露营旅游来, 通过建设多场景的露营地和室内露营地, 来缩小露营所受季节等因素的影响。发展期间也应培养专业人员, 确保石家庄露营发展过程的开发、建设、管理、服务良好的发展, 促进石家庄露营经济的发展。

树立石家庄露营旅游“符号”。旅游的宣传, 离不开耳熟能详的标识, 通过具有独特性的辨识“符号”, 传递石家庄露营特点, 形成吸引力, 向外扩张, 提高知名度。品牌的建设也对石家庄露营经济的发展起到促进作用, 政府应该引导当地相关企业开发本土露营品牌, 抓关键期, 在全国露营发展迅猛势头下, 勇做行业领头羊。

露营旅游融合石家庄农业文化、教育特色等。在乡村振兴的背景下, 石家庄一直在打造具有生态农业、智慧农业的农业生产之路, 并取得了良好的成果, 现在是富有特色的绿色农业强市, 为发展“露营 + 三农”模式奠定一定基础; 石家庄拥有全国闻名的教育模式, 具有优质的教育教学服务和资源, 通过“露营 + 研学”模式发展特色露营, 吸引青少年。总之, 露营旅游的迅猛发展, 离不开大胆创新, 石家庄市应该结合当地丰富的旅游资源, 发展石家庄特色的露营旅游, 也为石家庄创建自己的城市符号起到关键作用。

## 6. 结论

本文以石家庄市为例, 通过网络游记文本分析和关键要素分析, 借助 ROST CM6 和 NVivo12 分析软件, 围绕旅游者在石家庄露营过程发表的游记进行内容分析, 根据主题特征挖掘旅游者在旅游过程的体验感知, 得出以下结论。

通过词频、语义网络图及三级编码的分析, 可将石家庄露营旅游体验的核心主题归纳为: 旅游时间和地点、露营地设施及服务、游客活动三大主题。在旅游时间地点上, 旅游者会选择在短假期和夏天在郊区进行露营; 露营地设施上, 游客主要关心费用、营地环境、交通、住宿、饮食方向, 旅游者自驾去交通停车便利、有山有水、环境安静、空气清新的环境地, 暂时逃离城市的喧闹, “咖啡”“烧烤”“野餐”等关键词也说明游客饮食丰富, “帐篷”说明住宿的主要形式, 营地环境的多样, 山地型、湖畔型、森林型露营可以给旅游者提供不同的方式, 达到自己旅行的目的; 游客活动方面, 主要分为行为活动和心理活动, 行为活动体现游客露营旅游过程, 心理活动表现出游客情感, 并以积极情感为主。

本研究存在一定的局限性。本文研究的网络游记只是来源小红书 App 社交平台, 青年者居多, 具有局限性, 旅游人口学特征多样化可以更好的挖掘石家庄露营旅游者体验感知。

## 基金项目

本课题为河北师范大学研究生创新资助项目(XCXZZSS202445)。

## 参考文献

- [1] 艾媒网. 2022-2025 年中国露营行业: 通过“营地+”的模式, 促进露营全产业链的发展[EB/OL]. <https://www.iimedia.cn/c1020/91763.html>, 2023-10-17.

- [2] 河北省文化旅游厅. 2023 首届石家庄房车露营大会启幕[EB/OL]. <https://whly.hebei.gov.cn/c/2023-05-30/572391.html>, 2023-10-19.
- [3] 吴俊, 唐代剑. 旅游体验研究的新视角: 具身理论[J]. 旅游学刊, 2018, 33(1): 118-125.
- [4] 彭丹, 黄燕婷. 丽江古城旅游地意象研究: 基于网络文本的内容分析[J]. 旅游学刊, 2019, 34(9): 80-89.
- [5] Choi, S., Lehto, X.Y. and Morrison, A.M. (2007) Destination Image Representation on the Web: Content Analysis of Macau Travel Related Websites. *Tourism Management*, **28**, 118-129. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.03.002>
- [6] 王永明, 王美霞, 李瑞, 吴殿廷. 基于网络文本内容分析的凤凰古城旅游地意象感知研究[J]. 地理与地理信息科学, 2015, 31(1): 64-67, 79.
- [7] 赵振斌, 党娇. 基于网络文本内容分析的长白山背包旅游行为研究[J]. 人文地理, 2011, 26(1): 134-139.
- [8] Drought, R.A. (1943) *A Camping Manual*. A. S. Barnes, Philadelphia.
- [9] Caldicott, R.W., Scherrer, P. and Harris, A. (2022) The RV Camping Framework for Understanding Modern Camping Practices. *Tourism Management Perspectives*, **43**, Article ID: 100990. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100990>
- [10] 陈昆仑, 宋新昊, 刘小琼, 等. 中国露营活动网络关注的时空特征及影响因素[EB/OL]. 旅游科学, 1-15. <https://doi.org/10.16323/j.cnki.lykx.20230923.001>, 2023-11-11.
- [11] 艾媒咨询. 2023 年中国露营经济市场运行监测报告[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1774356408225898540&wfr=spider&for=pc>, 2023-10-27.
- [12] Rice, W.L., Park, S.Y., Pan, B. and Newman, P. (2019) Forecasting Campground Demand in US National Parks. *Annals of Tourism Research*, **75**, 424-438. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.01.013>
- [13] Kearns, R., Collins, D. and Bates, L. (2017) "It's Freedom!": Examining the Motivations and Experiences of Coastal Freedom Campers in New Zealand. *Leisure Studies*, **36**, 395-408. <https://doi.org/10.1080/02614367.2016.1141976>
- [14] Harper, N.J. (2017) Wilderness Therapy, Therapeutic Camping and Adventure Education in Child and Youth Care Literature: A Scoping Review. *Children and Youth Services Review*, **83**, 68-79. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2017.10.030>
- [15] Kiernan, G., Gormley, M. and MacLachlan, M. (2004) Outcomes Associated with Participation in a Therapeutic Recreation Camping Programme for Children from 15 European Countries: Data from the 'Barretstown Studies'. *Social Science & Medicine*, **59**, 903-913. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2003.12.010>
- [16] Garst, B.A., Williams, D.R. and Roggenbuck, J.W. (2010) Exploring Early Twenty-First Century Developed Forest Camping Experiences and Meanings. *Leisure Sciences*, **32**, 90-107. <https://doi.org/10.1080/01490400903430905>
- [17] Craig, C.A., Ma, S., Karabas, I. and Feng, S. (2021) Camping, Weather, and Disasters: Extending the Construal Level Theory. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, **49**, 353-363. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.10.005>
- [18] 厉新建, 殷婷婷, 李姗, 宋昌耀. 中国露营地空间分布及其影响机制[J]. 经济地理, 2023, 43(5): 205-218.
- [19] 朱荣, 薛勇. 基于入境旅游视角下的河西走廊露营旅游研究[J]. 冰川冻土, 2019, 41(1): 246-256.
- [20] 李凤, 汪德根. 基于游客网络点评的房车营地发展影响因素和机理——以苏州太湖房车露营公园为例[J]. 地理与地理信息科学, 2019, 35(2): 135-140.
- [21] 高林安, 李蓓, 刘继生, 梅林. 欧美国家露营旅游发展及其对中国的启示[J]. 人文地理, 2011, 26(5): 24-28.
- [22] 谭红日, 刘沛林, 李伯华. 基于网络文本分析的大连市旅游目的地形象感知[J]. 经济地理, 2021, 41(3): 231-239.
- [23] 付业勤, 王新建, 郑向敏. 基于网络文本分析的旅游形象研究——以鼓浪屿为例[J]. 旅游论坛, 2012, 5(4): 59-66.
- [24] 文旅融合建设现代化国际化美丽省会[N]. 河北日报, 2022-12-02(007).
- [25] 柴海燕, 杨雨哲. 基于网络文本分析的武汉精致露营旅游体验研究[J]. 国土资源科技管理, 2023, 40(1): 74-85.
- [26] 王佳果, 王尧. 基于 NVivo 软件的互联网旅游文本的质性研究——以贵州黔东南肇兴的旅游者文本为例[J]. 旅游论坛, 2009, 2(1): 30-34.