

论共享经济对旅游业发展的影响及其应对

曹丹^{1,2}

(1.四川大学 旅游学院, 成都 610064; 2.四川师范大学 历史文化与旅游学院, 成都 610066)

摘要:共享经济在近几年的发展不容忽视,并已经开始在旅游业中迅速生根。如何保持共享经济在旅游业的发展活力,又避免共享经济给旅游业带来的各种负面影响,十分值得探究。通过对共享经济的基本属性与特征、共享经济在旅游业中的发展、共享经济模式在旅游业中适应并迅速发展的原因的探讨,进而从旅游供给方、需求方和中介等宏观角度分析共享经济对旅游业产生的深刻影响,可以发现,共享经济对旅游供给方、需求方和中介均有影响,但因这些部门在旅游业中的地位 and 与旅游业的关联程度不同,所受到影响的程度也有差异。因此,旅游业相关部门、研究机构和共享经济平台有必要共同努力构建一个诚信、安全、规范的旅游共享平台运行和监管体系,以应对共享经济时代社会发展对旅游业的挑战。

关键词:共享经济;旅游业;P2P

中图分类号:F592.3 **文献标志码:**A **文章编号:**1000-5315(2017)01-0056-11

共享经济是人类社会应对资源紧缺、加强社会联系而产生的一种社会经济行为。近年来,共享经济迅速渗透到旅游业中的酒店住宿、餐饮、交通运输等多个旅游相关行业,其中最著名的莫过于住宿业共享经济平台“Airbnb”和交通平台“Uber”。移动互联网的高速发展为共享经济模式的规模发展提供了有利条件。共享经济模式通过移动互联网技术平台,实现资源再配置和再利用,并逐步影响和改变旅游产品供应模式,改变旅游产品的体验方式,引领旅游业进入新发展时代。共享经济快速发展会对旅游业的哪些部门产生影响以及产生怎样的影响,旅游业又应该如何应对等等,均十分值得探讨。对这些问题的分析和探讨,将有助于传统旅游业和政府相关部门更好地制定相应的策略,以适应共享经济的发展。

一 共享经济定义、特性及其与旅游业的关系

(一)共享经济的定义及特性

共享经济,又称为分享经济(Sharing Economy, Share Economy),相关概念有“协同经济”(Collaborative Economy)、“协同消费、协作消费”(Collaborative Consumption)、“对等经济”(Peer Economy)等。有学者认为“协同消费”(Collaborative Consumption)最早出现于1978年Felson和Spaeth^[1]的研究中,并认为这是共享经济概念的起源^[2-3]。但此概念提出是在互联网出现以前,而现代共享经济形态的产生是基于互联网技术的发展。因此,从严格意义上讲,Felson和Spaeth提出的“协同消费”概念不能算作现代共享经济概念的雏形。Belk^[4]指出,传统意义上的共享经济与现代的共享经济最大的区别在于互联网时代。Zervas^[5]等也认

收稿日期:2016-11-02

作者简介:曹丹(1979—),女,四川成都人,四川大学旅游学院博士研究生,四川师范大学历史文化与旅游学院助理研究员,研究方向为旅游规划与开发、气候变化与旅游。

为是互联网技术使得大规模的共享经济行为得以实现。因此,在进入互联网时代之前的协同消费、协同经济和共享经济不能与现代的共享经济概念划等号。

现代共享经济概念出现于几年前。Benkler^[6]认为,共享是一种“单向性的亲社会行为”;Belk^[7]认为,共享是将我们的东西分配给他人使用,或者从他人处接受或者拿走东西给我们自己使用;Botsman和Rogers^[8]⁵⁷⁻⁸⁰认为,共享经济是“一种分享未被充分使用的资产,包括空间、技能、物品,以换取金钱或非金钱利益的经济形态”。Botsman^[9]此后还对协同消费、共享经济和点对点经济概念的区别进行了辨析,认为几个概念存在内涵和外延的区别,不能划等号。此后,Kohen^[10]、欧盟^[11]、Matofska^[12]等个人和组织都对共享经济进行了定义,但这些定义都存在一定差别,并未达成一致。

在我国研究文献、媒体报道、政策文本中共享经济又被称为“分享经济”,而对“协同经济”、“协同消费”等概念并没有明确的界定和划分。《中国分享经济发展报告 2016》将分享经济的定义为:“利用互联网等现代信息技术整合、分享海量的分散化闲置资源,满足多样化需求的经济活动总和。”^[13]该定义几乎将协同经济、协同消费、共享经济、对等经济活动等全部涵盖其中,可以视作广义的共享经济定义。《中国分享经济风潮全景解读报告》对分享经济的定义为:公众将自己的闲置资源,通过社会化平台与他人分享,进而获得收入的经济现象^[14]。

学界对共享经济概念认知仍未达成一致,Schor^[15]更认为共享经济因活动多样性和参与者来自不同领域,几乎不可能对其给出固定的、普遍适用的定义。面对不同观点,笔者认为共享经济涵盖如下要素:第一,共享的主体——个人或者组织,这印证了共享经济运行主体之间关系的主要模式,即组织对个人(B2P)和个人对个人(P2P);第二,共享的客体——物品、资产、服务等,客体的形式既可能是有形的,如资产、物品,也可能是无形的,如服务、技能等;第三,共享的目的——获取利益,经济利益或非经济利益。而对于共享经济使用平台的定义,很少专门提及。现代共享经济的发展是以互联网技术发展为为基础的,因此定义共享经济概念时,还应提及互联网这一重要的中介平台。从以上共享经济的定义还可推导出共享经济的几大特性:互通性,实现了

产品、服务、资源、信息的互通;经济性,使用者以低廉的价格甚至免费获得资源和产品,节约时间成本;便捷性,平台跨越时空,缩短供需双方接触渠道;交换性,平台实现了资源的使用权转移互换。由此,笔者对共享经济提出如下定义:共享经济是在互联网技术基础上展开的个人、组织和社会闲置资源、产品、服务和技能等的交换与共享,以满足不同需求的经济模式。

(二)共享经济与旅游业的关系

共享经济的自身特性,决定了其与旅游业的天然联系。

首先,共享经济平台的产生为旅游业各类资源共享提供了更为便捷的途径,扩大了分享的纵深力度和空间围度,增加了旅游者的自主选择权。资源的公共性和使用的共融性造就了休闲经济天然的共享经济模式^[16]。旅游者在其中实现自然、文化、经济、社会资源的共享,让许多在其产生之前无法分享或者很难分享的资源转化为伸手可及的旅游产品体验,这是过去任何平台都无法提供的。

其次,旅游活动的互通性、交流性与共享经济平台搭建的沟通和交流途径相互契合。旅游业的互通和交流,能帮助包括旅游者、旅游从业者、东道主在内的各个主体满足和实现社交、心理、文化、心理和经济等需要。通过共享经济平台,旅游活动的供给方和需求方能够实现自由的交流与沟通,跨越语言、文化和空间障碍。在产品和服务选择过程中,供需双方的自由交流高度透明,极大地满足了双方产销旅游产品和服务的意识和权利。

再次,共享经济平台搭建的评价体系为具有无库存性和无形性的旅游产品提供了相对客观的口碑系统。旅游产品和旅游服务生产和消费同时发生,旅游者需要体验后,才能对其作出评价。因使用者具有极高的产品和服务评论自主权,分享平台搭建的评价体系具有较高的可信度和真实性,能帮助其他使用者判断和选择产品。不少共享经济平台建立机制给供需双方提供了相对透明的背景信息支撑(如 Airbnb 和小猪短租帮助房东拍照, Uber 为司机提供培训),这将更有利于交易公平性,同时,共享经济平台也为供需双方提供星级评价服务体系,最大程度为产品提供更为全面直观的信息。

再其次,旅游业的复杂性与多样性正好适应了共享经济 P2P 平台深度链接供需双方的特征。旅

游行业系统具备的要素和主体众多,具有复杂性、多样性的特征,P2P模式通过平台搭建和规则制定,将供需两端碎片化、分散化和随机化的资源进行深度链接和整合优化,简化了链接供需双方的中间渠道,供需双方既是交易的管理者、信息的传播者,又可以在生产者和服务者之间转换。

最后,共享经济平台能有效地调节旅游行业的供需,对旅游的季节不平衡性有天然适应。旅游业淡旺季非常明显,共享经济平台可以帮助淡季时期的旅游资源提高利用效率,也可以成为旺季时期传统旅游行业产品和服务的重要补充。

二 共享经济与旅游业相关研究回顾

共享经济与旅游业的融合发展时间并不长,国外学界对这一领域的介入近几年才开始起步。国外较早的研究大都是分析共享经济的市场特征。Molz^[17]从经济人类学角度切入对分享住宿平台 Couchsurfing 进行研究,评估了社交网络技术发展在另类旅游道德经济中扮演的角色,更多关注网络社交中陌生人之间的信任交流模式,对共享经济平台本身特征的关注较少。与之相较,Ert等^[18]的研究则更具创新性,从 Airbnb 房主发布的照片以及受众度图像的认知,分析其对市场选择行为的影响,从技术角度为共享经济平台更好针对市场提供服务和参考。Forno和Garibaldi^[19]分析了意大利使用度假屋的市场特征,发现这一行为建立在信任的基础上,该细分市场具有开放灵活的特征。

相关研究进一步发展到关注共享经济对旅游业产生的影响。Zervas^[5]等考察 Airbnb 对德克萨斯州酒店收入的影响,发现其对非商务型的独立酒店和低端酒店的收入影响最大,中高端酒店受到的影响有限。Guttentag^[20]认为, Airbnb 是一种典型的“破坏性创新”,因其只针对部分细分市场具有吸引力,能给住宿业带来的影响有限,但会促进游客对目的地的到访,带来更多新商机,为旺季提供更多房源。Tussyadiah和Pesonen^[21]发现,共享经济的社会和经济吸引力对旅游目的地选择的扩展有着显著影响,增加了旅游者出行频次、逗留时间和在目的地的活动类型。Fang^[22]等搜集 Airbnb 网站在美国爱达荷州的房源数据,发现由于 Airbnb 更低的房价促使更多的游客到访,共享经济产生了较多的旅游就业岗位,但这一效应随着低端酒店住宿业受冲击并被取代,导致从业人员失业,其边际效应递减。

Wang等^[23]发现共享经济能够多元化旅游产品,提升游客体验。以上研究均是从微观角度出发分析共享经济对旅游业、旅游产品、旅游者、旅游目的地等带来的影响。

另有部分国外学者从宏观角度分析共享经济与旅游业之间的关系,并对该领域的研究现状、未来发展趋势进行了综述性的梳理。Dredge和Gyimóthy^[24]指出,共享经济能更好地利用闲置旅游资源,提高旅游产品透明度,降低市场进入门槛,有利于旅游产品的多样化和创新,满足新兴旅游者的多元旅游需求,但也存在诚信体系的建立、地域分布不平衡、规章制度缺乏、目的地的民生和市场调节不足等问题。Cheng^[25]梳理10篇相关文献后,发现这些研究主要集中在共享经济对旅游目的地和旅游服务的影响以及旅游者的影响两方面,并认为共享经济与旅游的研究多是从社会学角度切入,理论框架运用还不够广泛,应该从宏观、中观和微观多层次,并从多学科切入展开研究。Cheng^[26]发现, Airbnb、对旅游社会经济系统的影响、人的流动性、共享经济创业四个词组是共享经济与旅游相关媒体报道的热词,揭示了共享经济给旅游业未来发展带来的巨大变化。Heo^[27]则发现目前尚缺乏共享经济服务对旅游需求影响以及共享经济对目的地的经济影响方面的研究,并指出共享经济商业模式仍然处于起步阶段,共享服务对旅游业的影响还需要进一步观察。Sigala^[28]对分享商务形态在旅游业的发展进行了分析,并且对其未来研究走势作出了相似的预测。

国内研究方面,李庆雷和杨亚南^[29]、李庆雷和蒋冰^[30]、李庆雷和娄阳^[31]对我国旅游业对共享经济发展应该采取的态度进行了论述,认为共享经济对旅游的渗透给旅游业带来了革命性的变革,其给产权理念、营销、服务标准、主客文化交流、客户数据掌握、闲置资源方面带来了的变化,将对旅游业产生深刻影响。罗云丽^[2]从宏观角度分析旅游与共享经济的相互契合特性,并认为发展共享经济需构建信用体系、政策法规和网络技术保障体系。王政军^[32]等认为,我国要发展共享短租还存在房源供给、行业规范、支撑技术等问题,需要建立房源准入的行业标准,健全法规体系,找准市场定位。凌超、张赞^[33]研究了我国在线短租的商业模式,认为加强制度建设和在线监管是加快共享经济发展的重要途径。

跟国外研究相似的是,国内不少相关的实证分析研究也是从 Couchsurfing 和 Airbnb 入手,研究发展可借鉴的经验。丁茜^[34]和 44-50 和陈梓森^[35]都认为,我国在线短租公司发展不能照搬国外同类平台,比如 Airbnb 和 Homeaway 的模式,并认为国内在线短租网站要发展,不仅需要解决市场和房源的问题,还要提供多元化的增值服务和附加服务,如管家、机场接送、保险、清洁等服务,以适应中国市场发展的需要。聂琳琳^[36]以沙发客(Couchsurfing)为例,认为类似共享经济平台提供了良好的保障机制,会促进旅游供需关系的改善,提高旅游体验的真实性。刘运^[37]认为应该借助 Airbnb 这样的共享经济平台发展地方民族旅游,鼓励农户加入 Airbnb 平台,并配合产品和人员素质的提升,提高地方民族旅游的知名度。

相关领域的国外研究中,不少学者首先注意到的是 Couchsurfing、Airbnb 住宿共享经济先驱案例。此后,一些学者开始分析共享经济的商业运行模式,并观察到使用这一平台开展旅游活动的市场人群特征,研究共享经济对旅游住宿业、旅游目的地和旅游者等的影响。其研究多是从具体案例出发,从微观角度探讨共享经济在各个方面产生的影响。国内学界的相关理论研究不甚丰富,但还未形成体系,不少研究是讨论国外旅游共享经济的模式、发展历程和发展经验及其对中国旅游业带来的影响。不少学者认为国外共享经济模式因消费习惯、社会经济情况差别等原因,无法在国内完全复制,国内共享经济平台的发展需考虑政策、文化、社会环境等因素,发展适应国民消费习惯和国民经济体制的共享经济平台模式。基于此,笔者认为,该领域的研究要首先从宏观角度切入,认识共享经济在我国旅游业中的发展现实情况,分析其对旅游业各部门和旅游目的地的总体影响。要解决旅游业和共享经济平台之间的发展矛盾,必须探讨如何从宏观政策角度加以规范,才能够帮助旅游业更好地应对共享经济平台带来的影响。

三 共享经济在旅游业中的发展及原因分析

(一)共享经济在旅游业中的发展

共享经济在旅游业的渗透发展速度非常迅速,尤以住宿、交通为代表的国内外共享经济企业发展最快。国外住宿平台以 Airbnb、Couchsurfing 等领衔。Airbnb 市值已经达到 255 亿美元^[44],在全球

191 个国家的 34,000 多个城市有超过 200 万个房源^[38]。国内住宿平台有小猪短租、蚂蚁短租和途家等。国外平台大多以 P2P 模式为主,国内平台则是 P2P 和 B2P 两种模式居多。不少国内共享住宿平台在发展初期,受国人习惯、住房条件等客观因素制约,个人房源发展速度缓慢,由此,国内共享短租平台纷纷采用 B2P 与 P2P 并行发展的模式。

交通平台以拼车、打车和租车服务为主,行业代表是 Uber 和滴滴出行。相较于住宿平台,其经营商业模式更为灵活,既有神州专车等为代表的 B2P 平台,也有 Lyft、Getaround 这样的 P2P 平台,Uber、滴滴出行、Zipcar 则是两种模式兼具,这与交通共享平台发展边际成本更低,发展方式更灵活密切相关。截止 2015 年年底,Uber 全球市值达到 510 亿美元,滴滴出行市值达到 150 亿美元;2008 年至 2015 年,全球共享经济融资额度最高的就是交通行业^[44]。这充分说明交通共享经济平台在全球具有极大的发展活力。

相较于住宿和交通发展,餐饮和游览服务共享经济平台的发展起步更晚,规模也相对较小。国外餐饮平台有 EatWith 等,国内餐饮共享平台我有饭和回家吃饭。游览服务共享经济平台的发展速度则相对偏慢,一方面,因为游览服务共享经济平台绝大部分提供出境旅游产品,需具备一定专业能力和语言素养的人员参与;另一方面,因出境旅游目前仍是团队旅游占主流,共享平台仅对部分自助游客具有吸引力,因此游览服务平台仍是小众型共享经济平台。

以上四类旅游共享经济中,住宿和游览平台与旅游业关联度最大,其使用者主要为各种类型的旅游者和出行者,而交通和餐饮共享平台的使用者则主要为本地居民,与旅游业的关联度较小。

(二)共享经济在旅游业兴起的背景原因分析

1.共享经济与旅游业的自身属性天然适配

共享经济模式的特性与旅游业特性的天然适配使得其在旅游业能够较快地发展。共享经济为旅游业提供了各类资源的共享平台,使旅游者获取前所未有的体验;其搭建的交流途径跨越语言、文化和空间障碍;评价体系为具有无库存性和无形性的旅游产品提供了直观客观的口碑系统;旅游业的复杂性与多样性适应了共享经济 P2P 平台深度链接供需双方的特征;共享经济能有效地调节旅游行业的供

需,对旅游的季节不平衡性有天然适应。

2. 边际成本低,具有价格竞争力

共享经济平台大多分享和利用的是闲置资源,这使得其边际成本极低,甚至趋于零成本。不少具有各类闲置资源或者可利用资源的民众都具备成为共享经济平台供给者的条件,客观上加快了旅游共享经济平台发展的速度和步伐。随着移动互联网技术、物联网技术的进一步发展,更大人群有潜力成为共享旅游服务和产品的产消者。基于此,共享经济平台的旅游产品和服务极其具有价格竞争力。一项调查显示,北美和欧洲的 22 个城市中,有 16 个城市 Airbnb 的房价低于酒店房间的平均价位,其中价差最大的两个城市是伦敦和巴黎,两种住宿方式的价格差别分别高达 108 和 104 美元^[39]。如此大的价格差异,使得共享住宿产品在竞争中非常具有优势。

3. 体验经济时代下旅游产品多元化和个性化发展的需要

进入体验经济时代,市场对旅游产品的需求更加多元化、个性化和细分化。共享经济平台正符合旅游市场的需要。根据普华永道《共享经济》报告的统计数据,63%使用过共享经济的美国消费者认为使用共享经济平台比跟传统公司打交道“有趣”,P2P 平台上的旅游产品比传统在线旅游社更为丰富,这会使得旅游者在目的地的体验发生深刻的变化^[40]。旅游者可根据自身需求和预算,进行产品和服务定制,在过程中感受到满足感,并在旅游活动过程中最大程度地在旅游目的地与当地文化接触,极大地增加旅游体验的真实性。

4. 全球社会、经济、环境与资源的压力

全球社会、经济、环境危机频次的增加,让消费者资源再利用、环境保护和价格更为敏感。共享经济平台通过对资源的利用,不仅使供给方获得额外收益,还给需求方提供了更为经济和可持续的产品选择。不少负责任旅游者将使用共享平台作为自主选择,认为通过这种旅游方式可以减少对旅游目的地社会生态和自然生态带来的负面影响,提高资源利用效率。

四 共享经济对旅游业的影响

旅游业系统极其复杂,要全面分析共享经济渗透对旅游业产生的影响非常困难。旅游共享平台主要涉及的是供给方、需求方和平台中介三个要素,因此,笔者试图从宏观角度对旅游活动的供方要素、需

方要素和中介要素三个方面进行分析,解读共享经济对旅游业的影响。在共享经济兴起之前,传统供需关系包括搜索引擎、在线旅行社(OTA)、代理网站、旅游供应商官方网站等多个中介渠道(见图 1);旅游产品通常通过 B2B 平台和传统旅行社,再由 B2C 平台(在线旅行社)最终接触旅游者,旅游需求方需要至少一个中介平台才能接触到旅游供应商。

共享经济平台的兴起则让供需链条发生了根本性变化,需求方仍然是旅游者,但是供给方则变成共享经济平台供给者,他们的身份已经不再是传统旅游供给方,而是在共享经济平台上进行资源和服务分享的个人或者组织,供给的绝大部分资源则是在传统旅游供给中前所未有的。换句话说,共享平台的出现,让传统旅游供给方出现了新的竞争者,共享平台分享的新型旅游产品和服务开始大量进入旅游市场。

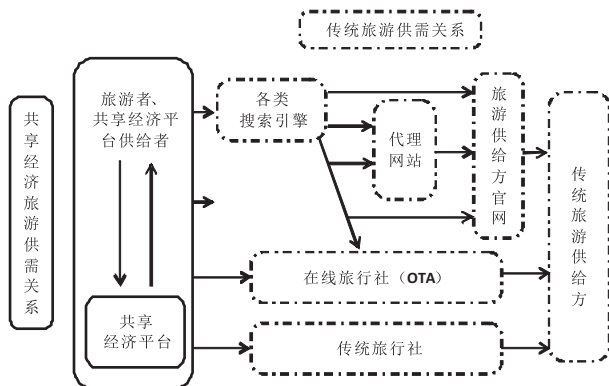


图 1. 共享经济旅游供需关系与传统旅游供需关系对比图

(一) 对传统旅游供给方的影响

传统旅游供给方主要包括酒店住宿业、交通业、餐饮业、娱乐业、导游服务业和零售业等。毫无疑问,共享经济平台已经或者将会对以上旅游供给行业产生影响,但由于以上行业的供给市场范围及与旅游业的关联程度不尽相同,因而受到影响的程度也不同。近期受影响最大的,将会是酒店住宿业和导游服务业。

1. 酒店住宿业

已经有研究证实, Airbnb 对旅游目的地的酒店业存在一定程度的负面影响,尤其是独立经营的低端酒店^[5]。2014 年, Airbnb 在全球每晚平均为 42.5 万人次提供住宿,全年有超过 15,500 万人次选择在 Airbnb 住宿,这个数字比希尔顿酒店集团同

年全球接待人次高出 22%^[40]。到 2014 年末, Airbnb 成为全球最大的住宿业供应者。由于低端酒店业服务水平和设施设备相对落后, 也没有品牌连锁酒店强大的营销网络可依赖, 面对类型丰富、层次多元、价格相对低廉的 Airbnb 房型竞争, 自然毫无优势可言。

尚没有明确的数据表明, Airbnb 对中高端大型品牌连锁酒店有影响, 酒店业人士对共享经济进入酒店业的反应也不太一致。虽然 Airbnb 估值已经超过国际酒店业巨头之一的万豪国际集团, 但该集团亚太区总裁施康瑞认为其对高端酒店行业不构成威胁, 因为 Airbnb 并不是酒店的管理者, 更像一个预订引擎, 帮用户订私人房间^[41]。另外, 一些酒店业人士认为共享经济将会给酒店业带来巨大冲击, 应该引起酒店从业者的足够重视, 酒店业不能坐以待毙, 应该尽快采取措施开始变革^[42]; 并已有高端酒店开始进入共享经济平台, 与之成为合作伙伴^[43]。这从侧面说明部分中高端酒店业已经开始对共享经济带来的影响做出反应。

可以预测在未来几年内, 随着共享经济平台继续扩张, 中高端酒店业受到实际冲击只是时间问题。第一, Airbnb 等共享经济平台已经开始采用新的全球扩张措施, 比如实施客房清洁服务、更便捷的钥匙递交服务等以优化客户体验^[44], 从中高端酒店手中争夺市场的可能性正在变大, 其发展是不可阻碍的历史潮流; 第二, 共享经济平台的住宿产品更具多样化特色, 城堡、缆车、树屋、游艇、图书馆均能成为住宿产品, 非常契合当下个性化旅游体验的发展需要; 第三, 尽管目前共享经济的市场更多是新千禧旅游者, 其选择共享经济平台旅游产品的主要动机是节省开支, 似乎跟中高端酒店市场交集并不大, 但随着新千禧旅游市场的成长和变化, 其选择共享经济平台的消费习惯也许会继续保持。中高端酒店业具体能受到共享经济多大的冲击, 还需进一步的观察和研究。另一方面, 酒店业也能从共享经济平台模式中受益, 尤其是共享经济平台良好的互动评论模式和畅通的移动网络预订体系, 让酒店业认识到网络销售和营销渠道对酒店产品销售的重要性, 纷纷开始在移动网络预订和在线评价体系方面开始创新。

2. 导游服务业

抛开从业资格和相关政策限制的考虑, 共享经济平台让目的地的每个人都可能成为业余导游。

Vayable、Trip4real、丸子地球等共享平台推出的目的地游览接待服务, 为游客提供更为真实和深切的旅游体验, 其从业人员除专业导游之外, 还有目的地的建筑学家、历史学家、语言学家、艺术家、在校大学生等。丸子地球等共享平台更是利用中国留学生遍布世界的现实情况, 招募留学生为中国游客出境旅游提供导览服务。他们提供的不再是刻板的、程式化的导游服务, 而是利用其语言、专业的优势和对当地的熟悉程度, 提供“地道”、“新奇”、“独特”的旅游体验。这对部分旅游市场来说, 具有极大吸引力, 也给传统导游服务业带来了严峻的挑战。虽然部分共享平台的导游服务者并不具备正式的执业资格, 但在相关政策正式出台之前, 这种新型服务类型不仅会给现有导游人员的从业模式带来根本性的变化, 给传统导游行业带来极大的挑战和竞争, 也会带动目的地不同专业领域的人士通过共享平台提供目的地导游服务, 扩大导游的从业人群, 从而改变“导游”这一行业的现有运行模式。

3. 其他供给行业

交通业、餐饮业、娱乐业、零售业由于其市场并不仅仅是旅游者, 行业的发展和变化受到外部经济因素、社会因素和人文环境等诸多因素的影响, 共享经济平台对他们的具体冲击, 目前仍难以衡量。但从一些现象也不难分析出共享经济平台可能带来的冲击。以交通业为例, 目前涌现的私人飞机共享平台, 会对中短途航空运输业产生一定程度的冲击。而目的地的陆地交通行业, 如传统租车服务, 也极有可能部分的被更为便捷的拼车服务和共享租车服务取代。皇包车服务平台就是一家典型的 P2P 出境旅游目的地交通旅游服务综合平台, 其提供的目的地游览在内的增值服务, 对出境游客来说极其便捷。对城市出租车行业来说, Uber 和滴滴出行已经对其构成全面冲击, 全球多个城市均出现出租车行业的反弹和政府的政策限制。餐饮、娱乐和零售业也会因为共享经济平台类型的不断增加和规模的不断扩大, 而受到不同程度的冲击。

4. 旅游目的地

旅游共享平台在很大程度上丰富了旅游目的地的游览活动和旅游产品, 扩大供给地的旅游产品供给能量和产品层次, 能在旅游旺季为目的地旅游接待业缓解接待压力。目的地的个人和组织作为供给者, 通过共享平台与作为旅游者的需求方接触、交

流,目的地的社区参与度提高,能够促进东道主与旅游者之间的互动关系,加强文化沟通和交流,增进社区在旅游活动和旅游行业中的参与度。共享经济平台还能有效地扩大目的地小微企业的市场接触空间,培育目的地旅游小微企业的成长,促进就业。共享平台相对低廉的旅游产品价格,客观上会增加旅游者在目的地的逗留时间,从而增加旅游者的花费。笔者认为,从总体上看,共享经济平台对旅游目的地的总体影响是正面的。能够通过丰富目的地旅游供给,扩大旅游者与目的地的接触层面,以更为深刻的目的地文化体验和更为丰满的旅游形象吸引旅游者,进而从整体上增强目的地竞争力。

(二)对旅游需求方的影响

旅游需求方作为共享经济平台的重要主体,其受到的影响必然与共享经济平台的特性紧密相关,因此笔者试图从共享经济平台本身的特征角度切入观察旅游需求方受到的影响(见图2)。

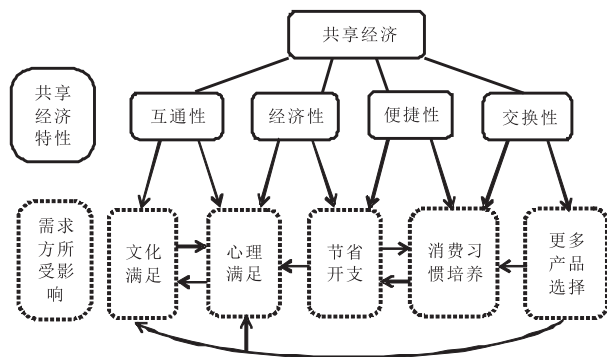


图2.共享经济平台对旅游需求方的影响

共享经济具有互通性、经济性、便捷性和交换性的特征。这些特征给需求方带来的影响是多方面的。

首先,共享经济平台使得供需双方能够进行充分的交流和沟通,供给方通过图片、文字等方式展示提供的服务和产品,需求方通过平台自主搜索、选择和定制需要的服务和产品,这赋予需求方极大的自主权。跨文化、跨语言的沟通给消费者带来很强的消费心理满足感和文化满足感,这是需求引导时代,消费者自主权实现的重要途径。

其次,共享经济模式边际成本极低,使得其产品和服务价格具有经济性。有研究指出^[11],旅游者选择使用共享经济平台的首要原因是价格因素。共享经济平台产品和服务的价格,尤其是住宿交通和住宿类产品价格,普遍低于传统旅游产品,而这两类支

出常常在旅行支出中占据较大比例。可以说,共享平台的经济性不仅能够让作为需求方的旅游者节约旅行开支,还能给旅游者带来心理满足体验。

再次,便捷性是基于移动互联网技术的共享平台具备的天然属性,给供需双方提供了极大便利。不仅能够节约时间和沟通成本,缩短供需双方的交流渠道,还能从客观上引导消费者,培养其使用共享经济平台的消费习惯。

最后,在共享经济平台上闲置资源的流动、服务和产品的互换,让旅游产品和服务达到前所未有的丰富程度,最大程度将旅游产品与旅游市场细分,提供高度定制化、本土化的“微体验”,将个性化做到极致,这是在共享平台出现之前无法达到的旅游产品细分程度。共享经济平台还能够通过高度细分市场,满足小众市场的需求。

以上共享经济平台的四个特性给旅游需求方带来的影响之间又能相互作用,产生叠加的正面影响效应。虽然共享经济平台出现后,由于安全、诚信、政策矛盾等方面的问题给旅游者带来过威胁和不便,但总体来讲,共享平台对旅游需求方的影响是利大于弊的,它能将旅游者的需求细分和个性化提升到前所未有的高度,并赋予旅游者极大的自主选择权利。

(三)对传统旅游供需中介平台的影响

共享经济平台扮演的是供给者和需求者的交易平台,从其运行模式可以推测,共享经济平台的发展将对传统旅游业中的旅游中介产生如下影响。第一,部分传统旅游代理商、旅行社、在线旅行社的业务将被旅游共享经济平台取代。虽然目前旅游中介机构没有明确的趋势表明受到了共享经济的影响,但一些数据仍然能说明问题。有统计报告^[49]显示,2015年,Airbnb的用户在在线旅行社的花费与其他常旅消费相比少了2%;2016年第一季度,Airbnb的用户的人均在线旅行社花费比其他旅行者少了4%;该报告也同时指出,用户使用Airbnb并不表示他们就会停止或者减少对在线旅行社的使用。第二,共享经济平台旅游产品的价格优势明显,将会给各类旅游中介的定价机制产生冲击。共享经济平台旅游产品价格相对同类产品更为低廉,为了应对竞争,各类旅游中介机构必然会采用价格策略,这将会对旅游中介的定价机制和盈利产生不可避免的影响。第三,在线旅游旅行社经营模式更为先进,受到

的影响将会小于传统旅行社。在线旅行社同共享经济平台一样具有强大的网络分销系统,只是两个分销系统面向的群体有所差异,以在线旅行社为代表的旅游中介体系如果能够变革创新,与共享经济平台展开合作,则这种影响将会趋于良性。此外,在线旅行社的抗风险和抗冲击能力明显高于传统旅行社。可以预言,传统旅行社遭受的冲击将会更大。

五 共享经济切入旅游业带来的挑战及应对

共享经济平台在旅游业的快速发展,已经成为无法忽视的现象。它与旅游业的融合发展,必然会给旅游业带来各种无法回避的挑战。虽然共享经济不可能在短期内彻底颠覆传统旅游业的运行模式,但在未来数年,它将与传统旅游业运行模式共存。因此,如何让旅游业更好地拥抱和适应共享经济平台,需要旅游业管理部门、研究机构和共享经济平台相关机构共同努力,搭建一个诚信、安全、规范的旅游共享平台运行和监管体系(见图3)。

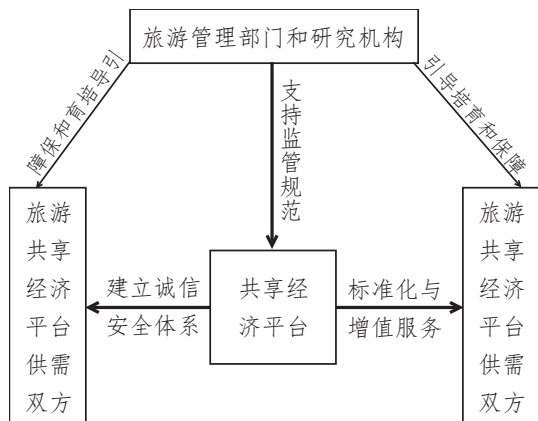


图3. 旅游业与共享经济平台发展应对措施

(一) 共享经济诚信体系的自我完善

共享经济的核心在于“共享”,旅游产品的分享就意味着旅游者需要在陌生人的家里住宿,享受陌生人提供的餐饮和服务,这可能会带来一定的风险。尽管共享经济平台通过平台认证和用户评价体系来降低风险,但是在全球各地呈现点状发生的共享经济平台安全事件表明,共享经济平台需要执行更为有效的诚信体系和安全体系,进一步提高共享经济平台信息的诚信度和透明度,以确保共享平台使用者的经济安全与人身安全。普华永道的报告表明,69%的受调查者明确表示他们不会信任共享经济平台,除非有他们信任的人向他们推荐共享经济平台^[40]。因此,在考虑旅游共享经济平台诚信体系完

善的时候,应该充分考虑平台消费者信任机制和信任来源,搭建更为合理的多方来源诚信认证体系。更完善的诚信体系建立,也将会进一步促进共享经济平台市场的扩展。

(二) 多元化、个性化与标准化、专业化的并存

共享经济平台旅游产品的多元化和个性化,可以说既是其优势也是其劣势。多元化和个性化,引发的是创新的旅游产品和服务,使其区别于传统的旅游产品,具备前所未有的吸引力。但是,其在专业性和标准化方面,明显无法与传统旅游产品相抗衡。普华永道的报告显示,72%的共享平台使用者认为他们的体验并不总是保持一致^[40]。

一方面,共享经济平台利用其在大数据和消费趋势变化感知方面的优势,分析客户体验和偏好,努力提高产品和服务的质量,提供标准化服务和增值服务,提升客户体验。蚂蚁短租就推出了“优质住宿计划”,建立一套可以评估非标住宿产品的体系,该体系由房源品质、房屋设施、房东服务3大维度构成,并进一步细致拆分,涉及9大标准27个细节^[45]。不仅如此,共享经济平台还应在食品安全、卫生标准方面做出更多的质量标准化尝试,这类尝试会进一步促进和推动共享经济平台旅游产品品质的整体提升。另一方面,传统旅游行业也需要着力于继续保持提供优质、专业的服务和体验,使得专业旅游产品进一步与共享旅游平台的部分非专业旅游产品区分开来。受到Airbnb冲击,部分市场敏感度极高的在线旅行社已经开始对共享经济平台做出反应,开始与之展开合作,比如世界最大的在线旅行社Expedia作为住宿共享平台Home Away的拥有者,就开始在其网站发布Home Away上的住宿房间,Priceline旗下的booking.com也开始在欧洲平台上启动公寓和度假屋租赁业务,加入与共享平台的市场竞争^[46]。这种做法非常有利于将传统旅游产品与共享旅游产品在统一背景下区分开,便于消费者进行比较选择,凸显传统旅游产品和共享旅游产品的各自优势。

(三) 旅游监管政策的制定

现有的旅游监管政策很明显无法适用于共享经济平台,旅游业在应对政策方面越完善,受到共享平台的冲击也会越小。不少国际组织已经开始着手制定旅游共享经济平台的相关政策,但是目前我国旅游业没有任何国家级和地方级监管和应对政策。因

此,我国相关旅游监督部门应尽早出台相关共享经济平台监管政策。第一,共享平台供应者准入政策。设置供应者的准入门槛,对营业执照、职业资格、食品安全、环境保护等进行明确规定,明确供给者的权利和义务。第二,共享经济平台公平、安全和售后保障政策。促进市场公平竞争,保护传统旅游经营商的正当权益,保障消费者的安全和权益。第三,税收与保险政策。共享经济平台的税收和保险仍然处于灰色地带,亟需建立并完善。第四,共享经济平台就业保障政策。不少共享经济平台属于小微企业,拥有少量雇佣员工,就业保障体系并不完善。共享经济平台完全基于网络发展,想要对其进行监管,在技术上并不是难事。恰当的技术监管和政策监管相配合,将有利于共享经济平台在旅游业的健康发展。

(四)引导和培育共享平台消费习惯

共享经济平台对旅游业可持续发展,环境保护和提高资源利用率,非常有利。引导和培养共享平台消费习惯,能够更好地促进共享平台与旅游业的融合发展。一方面,应该以政策鼓励共享平台旅游企业在中国本土的发展,推进共享平台的试点和改革,发展多元化的共享经济旅游平台,促进行业的健康自律发展。另一方面,应该加强对市场主体的培育,引导消费者发掘共享经济平台的利用价值。

六 结语

共享经济的发展潮流不可阻挡,共享经济与旅游业因各自的特殊属性而具有十分紧密的联系。共享经济切入旅游业,客观上促进了旅游业产品的多元化发展,而旅游行业特性也决定了其将成为共享经济模式运行的优质行业平台。旅游共享经济平台发展速度会继续加快,未来旅游共享经济平台将会呈现以下趋势。第一,发展更为专业化与多元化,且或许会形成旅游产品横向链接,比如住宿与交通、目的地游览产品相结合的服务;第二,营销方式创新,平台会提供更为多元的产品和服务展示方式,如视频直播等;第三,会有更多传统旅游企业参与到共享经济平台的发展中,形成传统旅游业与共享旅游平台的融合发展;第四,全球化发展趋势与细分化发展共存,全球化的共享经济平台趋势不可逆,但是会有更多细分化的共享经济平台出现,满足各类细分市场的需求;第五,会有更多旅游共享经济平台的参与者,共享经济平台规模会进一步扩大。

共享经济在旅游业中的持续深入发展,未来将会出现许多值得研究的问题。如共享经济在旅游目的地扮演的角色,旅游业各个具体的行业部门受到共享经济平台的影响程度,各个部门行业如何应对共享经济带来的影响,共享旅游平台使用者的偏好与市场特征等,这些话题值得学界从中观和微观角度展开进一步探讨。

参考文献:

- [1] FELSON M, SPAETH J L. Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach[J]. *American Behavioral Scientist*, 1978, (4): 614-623.
- [2] 罗云丽. 旅游共享经济的基本特征、运行机制与发展对策[J]. *商业经济研究*, 2016, (14): 175-176.
- [3] 吴光菊. 基于共享经济与社交网络的 Airbnb 与 Uber 模式研究综述[J]. *产业经济评论*, 2016, (2): 103-112.
- [4] BELK R. You Are What You Can Access: Sharing and collaborative Consumption Online[J]. *Journal of Business Research*, 2014, (67): 1595-1600.
- [5] ZERVAS G, PROSERPIO D, BYERS J. The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry[J/OL]. Boston U. School of Management Research Paper No. 2013-16. (2013-12-14)[2016-06-23]. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2366898.
- [6] BENKLER Y. Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production [J]. *Yale Law Journal*, 2004, (114): 273-358.
- [7] BELK, R. Sharing[J]. *Journal of Consumer Research*, 2010, (36): 715-734.
- [8] BOTSMAN R, ROGERS R. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* [M]. New York: Harper Collins, 2010.
- [9] BOTSMAN R. The Sharing Economy Lacks A Shared Definition [EB/OL]. (2013-11-12)[2016-06-23]. <https://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition/9>.
- [10] COLLEEN W. The Big Share, HBS Historian Examines A New Kind of Connectivity[J/OL]. *Harvard Gazette*. (2014-08-

- 05)[2016-09-30].<http://news.harvard.edu/gazette/story/2014/08/the-big-share>.
- [11]EUROPEAN PARLIAMENT. Tourism and the Sharing Economy: Challenges and Opportunities for the EU(2015-10)[R/OL].[2016-06-23].[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/563411/IPOL_STU\(2015\)563411_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/563411/IPOL_STU(2015)563411_EN.pdf).
- [12]MATOFSKA B. What is the Sharing Economy[EB/OL].(2016-09-01)[2016-09-15].<http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy/>.
- [13]国家信息中心信息化研究部,中国互联网协会分享经济工作委员会.中国分享经济发展报告2016[R/OL].(2016-02)[2016-06-23].<http://www.sic.gov.cn/archiver/SIC/UpFile/Files/HtmlEditor/201602/20160229121154612.pdf>.
- [14]腾讯研究院.中国分享经济热潮全景解读报告(2016-03-03)[R/OL].[2016-06-20].http://tencentresearch.com/Public/Uploads/file/20160307/20160307093349_15766.pdf.
- [15]SCHOR J. Debating the Sharing Economy. Great Transition Initiative[R/OL].(2014-10)[2016-06-23].http://www.gre-atransition.org/images/GTI_publications/Schor_Debating_the_Sharing_Economy.pdf.
- [16]魏小安.共享经济与休闲未来(2016-01-11)[R/OL].[2016-09-13].http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA4NTgyODcxOQ==&mid=401932639&idx=1&sn=08d20bb5617d2fe3ca52df098042966e&3rd=MzA3MDU4NTYzMw==&scene=6.
- [17]MOLZ J G. Social Networking Technologies and the Moral Economy of Alternative Tourism: The Case of Couchsurfing.org[J]. *Annals of Tourism Research*, 2013,(43):210-230.
- [18]ERT E,FLEISCHER A,MAGEN N. Trust and Reputation in the Sharing Economy: The Role of Personal Photos in Airbnb[J]. *Tourism Management*, 2016,(55):62-73.
- [19]FORNO F,GARIBALDI R. Sharing Economy in Travel and Tourism: The Case of Home-Swapping in Italy[J]. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 2015,(2):202-220.
- [20]GUTTENTAG D. Airbnb: Disruptive Innovation and the Rise of An Informal Tourism Accommodation Sector[J]. *Current Issues in Tourism*, 2015,(12):1192-1217.
- [21]TUSSYADIAH L P,PESONEN J. Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns[J]. *Journal of Travel Research*, 2016,(8):1022-1040.
- [22]FANG B, YE Q, LAW R. Effect of Sharing Economy on Tourism Industry Employment[J]. *Annals of Tourism Research*, 2016,(57):234-278.
- [23]WANG D, LI M M, GUO P C, Xu W Q. The Impact of Sharing Economy on the Diversification of Tourism Products: Implications for Tourist Experiences[C]// INVERSINI A, SCHEGG R. Information and Communication Technologies in Tourism 2016. Switzerland; Springer International Publishing, 2016.
- [24]DREDGE D, GYIMÓTHY S. The Collaborative Economy and Tourism: Critical Perspectives, Questionable Claims and Silenced Voices[J]. *Tourism Recreation Research*, 2015,(3):286-302.
- [25]Cheng M M. Sharing economy: A Review and Agenda for Future Research[J]. *International Journal of Hospitality Management*, 2016,(57):60-70.
- [26]Cheng M M. Current Sharing Economy Media Discourse in Tourism[J]. *Annals of Tourism Research*, 2016,(60):111-114.
- [27]HEO C Y. Sharing Economy and Prospects in Tourism Research[J]. *Annals of Tourism Research*, 2016,(58):166-170.
- [28]SIGALA M. Collaborative Commerce in Tourism: Implications for Research and Industry[N/OL]. *Current Issues in Tourism*, (2015-01-10)[2016-06-23].<http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2014.982522>.
- [29]李庆雷,杨亚南.共享经济理念对旅游产业发展的影响[N].中国旅游报,2016-03-21(B5).
- [30]李庆雷,蒋冰.国外旅游共享经济的发展及其启示[N].中国旅游报,2016-04-13(C2).
- [31]李庆雷,娄阳.旅游共享经济的十个特征[N].中国旅游报,2016-05-04(14).
- [32]王政军,崔永聪,刘真.基于共享经济下的短租住宿产品问题研究[J].酒店管理研究,2016,1(2):78,80.
- [33]凌超,张赞.“分享经济”在中国的发展路径研究——以在线短租为例[J].现代管理科学,2014,(10):36-38.
- [34]丁茜.房屋在线短租企业商业模式研究[D].北京:北京交通大学,2015.
- [35]陈梓森.Airbnb对外国来华旅客住宿产品发展方向的启示[J].商,2015,(20):273.

- [36] 聂琳琳. 沙发客的共享经济特征及启示[J]. 企业导报, 2016, (12): 13-14.
- [37] 刘运. 恩施枫香坡侗族风情寨乡村体验旅游 Airbnb 模式的发展建议[J]. 中国市场, 2015, (52): 225-226.
- [38] Airbnb. 关于我们[EB/OL]. [2016-09-20]. <https://zh.airbnb.com/about/about-us>.
- [39] DIEBELIUS G, MCGUIRE C. Airbnb Vs Hotels: Infographic Reveals Which Type of Accommodation Is Cheapest in Cities Around the World (2016-03-20) [R/OL]. [2016-09-25]. http://www.dailymail.co.uk/travel/travel_news/article-3513617/Airbnb-vs-hotels-Infographic-reveals-type-accommodation-cheapest-cities-world-staying-s-house-100-DEARER.html.
- [40] PWC. The Sharing Economy (2015-04) [R/OL]. [2016-06-30]. <http://www.pwc.com/us/en/industry/entertainment-media/publications/consumer-intelligence-series/assets/pwc-cis-sharing-economy.pdf>.
- [41] 韩璐, 余沐聪. 万豪国际: 为什么不怕 Airbnb[J]. 二十一世纪商业评论, 2015, (10): 67-69.
- [42] GRANT THORNTON. Hotel 2020: Welcoming Tomorrow's Guests(2015-04)[R/OL]. [2016-06-30]. http://www.grantthornton.global/globalassets/1.-member-firms/global/insights/article-pdfs/2015/gt_hotelfutures_lowres.pdf.
- [43] DEANNA T. Airbnb's Impact on Online Travel Agencies and Hotel Is Different than You Thought(2016-06-06)[R/OL]. [2016-09-20]. <https://skift.com/2016/06/06/airbnbs-impact-on-online-travel-agencies-and-hotels-is-different-than-you-thought>.
- [44] CARR A. Inside Airbnb's Grand Hotel Plans(2014-03-17) [R/OL]. [2016-09-24]. <https://www.fastcompany.com/3027107/punk-meet-rock-airbnb-brian-chesky-chip-conley>.
- [45] 肖阳. 分享经济盛行, 旅游业能“分享”到什么[N]. 南方都市报, 2016-03-24(7).
- [46] EUROMONITOR INTERNATIONAL. Travel and the Sharing Economy(2014-09)[R/OL]. [2016-09-25]. http://www.slovenia.info/pictures/TB_board/attachments_1/2014/Travel_and_the_Sharing_Economy_19148.pdf.

The Influence of Sharing Economy upon Tourism and Its Response

CAO Dan^{1, 2}

(1. School of Tourism, Sichuan University, Chengdu, Sichuan 610064;

2. College of Historical Culture and Tourism, Sichuan Normal University, Chengdu, Sichuan 610066, China)

Abstract: Sharing Economy has been experiencing great development and convergence with tourism these years, which cannot be ignored. How Sharing Economy can maintain its vigorous development in tourism without generating negative influence is worth studying. On the basis of discussions on the essential attributes and features of Sharing Economy, the development of Sharing Economy in tourism and the reasons for it to adapt to and develop rapidly in tourism, This paper aims to probe into the influence of Sharing Economy on different sub sectors in tourism from suppliers, demanders, intermediary agents and tourist destinations. The research finds that Sharing Economy has influence on the above-mentioned four aspects in different degree due to the different relevance of the sub sectors with tourism and their positions. This paper proposes measures and policies for tourist sectors and sharing economy platforms to adapt to the changes brought about by the fast development of Sharing Economy in tourism.

Key words: sharing economy; tourism; P2P

[责任编辑: 钟秋波]