

# 在线短租“分享经济”在中国的发展路径研究

范曼铃

(四川师范大学经济与管理学院,四川成都 610101)

**摘要:**该文以 Airbnb 商业模式的经营案例作为研究切入点,针对该模式在市场结构、竞争策略、市场绩效维度上对于中国在线短租行业发展的借鉴效果进行具体分析,围绕深化垂直细分市场布局、建立行业统一信用标准、完善网络营销策略体系、强化在线共享平台建设四个层面,探讨了“分享经济”导向下中国在线短租行业的创新发展路径,以期为中国 P2P 商业模式的运营发展提供参考价值。

**关键词:**分享经济;在线短租;信用标准;产业链延伸;共享平台

**中图分类号:**F270 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-2404(2020)101-0052-04

## 引言

“分享经济”是一种由个体自然人借助以互联网平台为代表的平台媒介,将个体所有的房屋、汽车等财产进行租赁交易的商业模式,也称为“P2P”模式。当前“分享经济”模式在国外房屋、汽车租赁领域已取得一系列成功实践,如何结合现实国情引入该模式,发展中国在线短租行业,成为当前学术界和商业领域亟待解决的热点问题,对于中国双边市场平台交易模式的建构发展具有现实意义。

## 1 Airbnb 模式对于中国在线短租行业的借鉴效果

### 1.1 Airbnb 经营案例分析

#### 1.1.1 发展战略

Airbnb 又称为爱彼迎,是一家创建于 2008 年 8 月、以互联网平台为媒介、为消费者提供闲置房源租赁服务的网站,由美国 Brian Chesky 和 Nathan Blecharczyk 两人联合创建,并于 2015 年 8 月进入中国市场。在运营模式上,该网站主要为租客与租户间开展交易活动提供中间平台与安全交易环境,由租客在平台上浏览租户提供的房屋信息,与租户达成一致意向后发起交易,支付费用并完成入住,向租户方收取租金 3% 的服务费、向租客收取 6% - 12% 的服务费以及收取第三方广告费,依靠品牌口碑效应

与轻资产模式实现业务扩增、保持稳定盈利来源<sup>[1]</sup>。Airbnb 经过十余年的经营和发展,于 2020 年 12 月 10 日在美国纳斯达克成功上市。

在品牌策略上, Airbnb 主张“Belong Everywhere”理念,依托“旅游+内容”模式拓宽受众群体、吸引潜在用户,以用户体验为中心为其提供定制化、个性化服务模式,利用照片、视频与文章打造富有地方文化特色与温情的内容产品,将消费者引入内容传播链条中进行故事内容的共享,利用社交网络与数据化运营模式扩大口碑效果,实现产品与服务增值目标。

在市场策略上,利用社交媒体平台 KOL 与不同行业领域的名人进行品牌曝光宣传、扩大品牌影响力,借助新支付网关、实时追踪、自动问答等技术的研发应用带动平台业务发展,结合数据分析结果研发出身份认证、移动端日历等系统,消除用户负面体验、提供“即时预定”服务,并且实行全球化与本土化开发战略的并重,进一步加快品牌扩张战略的实施<sup>[2]</sup>。

#### 1.1.2 面临的问题

从租户视角入手,一般情况下租客可提供的住宿面积与租客年龄成反比,年轻租户群体受经济条件限制,在租赁服务上的可操作空间较小、被选择几率相对偏低,而年龄层较高的租户在租赁观念上较为保守、对于 Airbnb 模式的接受度相对低于年轻租户,较少在经济因素的驱动下选择开展租赁交易。同时, Airbnb 主打高性价比的产品运营策略,相对更加倾向于满足租客的短期住宿需求,其市场价位与房屋居住质量成正比,而在相同价位水平上租客更

加倾向于选择酒店类租赁产品,导致 Airbnb 的价格优势无法得到有效发挥<sup>[3]</sup>。

从租客视角入手,中国旅游业发展形态相对较为滞后,“五一”类小长假的概念于近年方在国内开始普及,短期租赁行业进入中国市场的时间较晚,缺乏健全的行业监管机制与法律保障,加之部分房东过度宣传、虚假宣传或房客损坏房屋、逃避支付租金等行为经由社交网络的曝光,将进一步影响到租赁双方的选择意愿与倾向性。同时中国受儒家文化、亲缘关系的影响,国人的消费观念仍趋向于保守、注重隐私,导致 Airbnb 模式在中国市场的发展受到一定阻碍。

## 1.2 中国在线短租行业的发展情况

### 1.2.1 市场结构

在消费升级潮流的驱动下,中国在线短租平台呈现出强劲发展势头,以途家、蚂蚁短租、携程、去哪儿为代表的共享住宿企业陆续覆盖全国各个城市,在线短租行业开始由初创期向成长期过渡,并且因行业内部无明显资金或技术壁垒,导致各类新企业不断进入市场,进一步加剧市场内部竞争的激烈程度,形成低集中度、寡占市场结构<sup>[4]</sup>。

### 1.2.2 竞争策略

在规模竞争策略上,国内在线短租企业主要采取寻求战略同盟的形式进行规模扩张,利用市场合作、战略联盟形成规模优势,维持资金链的长效运转;在价格竞争策略上,受双边市场交易模式的影响,多数短租企业采用弹性化定价策略,中介费率控制在 10%–12% 左右,少数企业采用“零费率”定价模式扩大市场份额,但整体上仍处于同质化竞争格局中;在差异化竞争策略上,主要以房源、服务两个方面作为切入点,依托在线短租与自营旅游住宿公寓模式的结合形成“B2C”等本土化探索模式。

### 1.2.3 市场绩效

据统计,2019年中国在线短租用户规模突破 1.47 亿人,与其密切相关的在线旅游业市场用户规模达到 3.9 亿人。在此背景下,在线短租行业的发展具有较为广阔的市场空间,加之市场竞争、大众消费观变化、监管机制建构等因素的影响,将在未来进一步推动在线短租房源质量的提升,反哺市场规模扩大的与绩效提升。

## 2 “分享经济”导向下中国在线短租行业的创新发展路径

### 2.1 深化垂直细分市场布局,动态跟进政策实施

#### 2.1.1 创新市场战略

通过针对 Airbnb 商业模式的本土化探索实践经验进行总结分析,在激烈的国内市场竞争局势下,在线短租企业应当调整自身竞争战略,改变单一依靠性价比制胜的价格竞争策略,面向市场同质化竞争局面进行差异化市场竞争战略的设计,以客户需求为切入点,运用大数据、云计算等技术手段进行用户需求信息收集、用户群体细分、建立不同用户群体画像,面向不同群体需要打造定制化服务和产品,向目标客户精准推动具有地方文化特色、符合用户个性需求的房源信息,借此有效规避同质化竞争路线,在现有竞争局面中脱颖而出、扩大短租业务规模,提高市场占有率。

#### 2.1.2 发挥政策优势

国务院办公厅于 2015 年起印发多项文件,将住宿类分享经济归入非标准住宿业态中,在市场准入许可制度、租赁经营许可制度等方面展开一系列探索,致力于推动在线短租行业形成一种成熟的新业态。虽然现阶段国内尚未出台专项法规进行管控,但在线短租企业仍需密切关注政府动态与监管部门信息,充分运用政府的税收优惠政策扩大行业布局,并且注重结合外部市场环境 with 内部经营情况的变化进行应对方案的编制,通过主动与监管部门沟通、协商寻求利益最优策略,降低监管、税收等方面的风险,保证共享短租行业的合规经营与长效发展。

### 2.2 建立行业统一信用标准,优化业务服务质量

#### 2.2.1 确立统一标准

分享经济是一种建立在信任机制基础上的商业运作模式,从事交易活动的主体彼此间保持陌生人身份,依托对平台的信任开展交流、完成交易活动,由此凸显出平台的重要性,倘若信任机制崩塌将严重动摇企业的发展根基。因此要求在线短租行业尽快确立统一的信用标准、健全规范化信用体系,企业可借鉴 Airbnb 模式进行信任机制的建构。例如从服务层面入手进行优化,通过制定房东培训计划,引导房东增进对于在线短租行业发展形势的了解,引入奖惩机制起到对房东的激励与监督作用,培养房东的服务意识、责任意识,使其以良好的态度与租客

进行沟通,为其提供更加优质的服务;从房源质量入手进行优化,应注重从源头健全房源开发机制,针对房屋的全生命周期进行动态跟踪与记录,保证实现对各项交易信息的整合,保证房源信息的真实可靠、房源质量达标,借此消除租客的顾虑,促进交易的顺利开展;从信用机制入手进行优化,在线短租企业可与支付宝、微信等第三方平台建立长期合作关系,引入担保机制与信息披露机制为交易安全提供保障,实现交易双方信息的对等。

### 2.2.2 优化用户体验

基于信任机制进行分享经济运营模式的分析,在线短租平台应牢固以“用户先行”理念为核心,坚持进行产品与服务细节的精细化设计,结合用户需求进行网站平台、APP 应用程度的开发设计,在网站布局、功能模块设计、导航、菜单及快捷键等细节处进行重点优化,使用户借助便捷操作即可浏览、接收所需信息,并且注重定期收集用户反馈与评价进行产品及服务质量的完善,更好地优化用户的使用体验<sup>[5]</sup>。同时,还应注重从房源入手开展房源质量改造提升工程,合理调配资金投入前期市场调研、实地调查、房源资质认证等环节,将房屋的基础设施、装修风格、所处区位因素、使用功能、安全性等因素均纳入管理机制中,致力于打造高品质房源、提升市场口碑。

## 2.3 完善网络营销策略体系,推动产业链条延伸

### 2.3.1 创新营销策略

分享经济作为一种新兴经济体,其进入中国的时间较晚,因此需通过加大宣传与营销逐步转变消费者认知。以小猪短租为例,该平台结合品牌优势进行营销策略的创新,以“人情味”为标志,面向旅游、求职、出差、就医等群体提供性价比高、家庭氛围浓厚、更具人情色彩的住宿服务,并定期邀请房东参加营销推广活动,采用实拍模式为用户提供房源的真实信息,有效吸引用户、实现流量变现。

### 2.3.2 营造商业生态

近年来社会经济的发展推动大众消费水平的提升与消费观念的更新,因此在线短租行业应在加强产品与服务建设的基础上,引入产业化经营理念进行经营范围的延伸,例如与航空公司、餐饮公司、酒店等行业建立合作关系,为租户提供航班预订、定制化食宿等服务产品,结合在线旅游业发展样态推出农家体验、摩登娱乐等多种主题的房源,在室

内装修上融入地方文化元素与租户需求意愿,并与新浪微博、抖音、快手等多个平台的网络红人建立合作关系,借助其网络影响力进行产品宣传,更好地发挥联动宣传效应、提高市场知名度。

## 2.4 强化在线共享平台建设,引入信息技术支持

### 2.4.1 引入先进技术

当前大数据、人工智能、VR 等技术已在社会各领域得到广泛应用,为分享经济的本土化发展创设良好前提。在线短租企业应当借鉴 Airbnb 发展模式,引入“智能短租”的经营理念,与国内百度、小米等知名公司建立供应链合作关系,推广智能灯具、智能冰箱等先进家居产品,借此为消费者提供更具新鲜感和趣味性的居住体验,同时还有助于避免能源浪费问题,提高平台竞争力。

### 2.4.2 建立诚信档案

考虑到社会文化、国民素质差异等因素的影响,在短时间内建立起信任机制成为消除房东和租客顾虑、扩大市场容量的重要途径。对此在线短租平台应运用信息技术手段分别建立虚拟租户社区、租客社区等网络模块,引入个人信用档案、匿名投稿信箱等模式进行信息公开,用于约束交易双方在整体租赁过程中的行为表现,借此既有助于提高市场门槛、筛选出优质的租户和租客,也能够更好地增进用户对平台的信任度与认可度,配合身份认证与加密技术的应用,为公民身份信息与隐私安全提供保障。

## 3 结语

总体来看,互联网时代“分享经济”的发展,得益于庞大网民规模、政府政策支持、传统文化中的节俭理念以及社会经济发展对于新业态提出的迫切需求,在中国具有较为广阔的发展前景。在借鉴 Airbnb 模式的基础上,国内以小猪短租、途家为代表的短租企业已逐步建构起成熟的商业化经营模式,未来中国短租企业还需进一步完善市场布局、健全信用机制、推动产业链延伸、开拓用户群,满足大众多元化住宿需要。

### 参考文献

- [1] 肖晶. 在线短租在中国市场的发展与困境研究[J]. 商情, 2018(26): 50.
- [2] 马琴, 孟莹莹. 共享经济视角下的税收征管研究——以在线短租为例[J]. 农家参谋, 2019(9): 273.

- [3] 严明祎,周雪莹,张书瑞,等. 探究共享经济持续发展的最佳运营模式——以在线短租,网约车,共享单车,共享充电宝在上海的使用及运营情况为例[J]. 新丝路,2019(24):181-183.
- [4] 吴新宇,徐梦月. Airbnb 短租模式发展研究——以苏州地区为例[J]. 商情,2019(9):53-55.
- [5] XunXu,ShuoZeng,Yuanjie He. The impact of information disclosure on consumer purchase behavior on sharing economy platform Airbnb[J]. International Journal of Production Economics,2020(7):231.
- [6] SaifBenjaafar,Guangwen Kong,Xiang Li,Costas Courcoubetis. Peer-to-Peer Product Sharing: Implications for Ownership, Usage, and Social Welfare in the Sharing Economy[J]. Management Science,2018(65):459-954.
- [7] 孟韬,关钰桥,董政,王维. 共享经济平台用户价值独创机制研究——以 Airbnb 与闲鱼为例[J]. 科学学与科学技术管理,2020,41(8):111-130.
- [8] 王水莲,李志刚,杜莹莹. 共享经济平台价值创造过程模型研究——以滴滴、爱彼迎和抖音为例[J]. 管理评论,2019,31(7):45-55.

## Research on the Development Path of Online Short-term Renting "Sharing Economy" in China

FAN Manling

(School of Economics and Management, Sichuan Normal University, Chengdu Sichuan Province 610101, China)

**Abstract:** This paper takes Airbnb business model as the research starting point, analyzes the reference effect of the model on the development of China's online short-term renting industry in terms of market structure, competition strategy and market performance. It focuses on four aspects: 1) Deepening the vertical market segmentation layout. 2) Establishing a unified credit standard for the industry. 3) Improving the network marketing strategy system. 4) Strengthening the construction of online sharing platform. In order to provide reference value for the operation and development of China's P2P business model, this paper discusses the innovative development path of China's online short-term renting industry under the guidance of "sharing economy".

**Key words:** sharing economy; online short-term renting; credit standard; industrial chain extension; sharing platform