

浅析共享住宿中的“主”与“客”

——以Airbnb平台为例

江 南, 舒钰丽

广东金融学院, 工商管理学院, 广东 广州

Email: 51146059@qq.com

收稿日期: 2020年8月9日; 录用日期: 2020年8月24日; 发布日期: 2020年8月31日

摘 要

随着互联网技术的迅速发展, 共享经济作为一种新的商业模式应运而生, 并迅速应用于诸多传统行业, 尤其是旅游住宿业领域。其中, 共享住宿作为新的住宿业态发展迅猛, 引起行业与学界的广泛关注。近年来, 关于共享住宿的研究虽然增多, 但涉及共享住宿中主客关系方面的研究却相对较少。因此, 本研究旨在探讨共享住宿业中的主人与客人之间的关系问题。本研究采用以案例分析为主的研究方法对共享住宿中主客之间存在的问题进行剖析。研究发现: 现存共享住宿的主客关系并不完美, 理想的主客关系应是在保持适度距离的基础上有足够多的互动, 同时应更好地解决主客之间存在的信任问题。本研究对于解决共享住宿现存的问题有一定指导意义, 同时也给传统酒店主客互动方面带来启示, 在做好传统酒店标准服务的同时改善自身主客关系存在的不足, 使共享住宿与传统酒店在住宿业中发挥珠联璧合的作用。

关键词

共享经济, 共享住宿, 主客关系

An Analysis on “Host” and “Guest” in Peer-To-Peer Accommodation

—A Case of Airbnb Platform

Nan Jiang, Yuli Shu

School of Business Administration, Guangdong University of Finance, Guangzhou Guangdong

Email: 51146059@qq.com

Received: Aug. 9th, 2020; accepted: Aug. 24th, 2020; published: Aug. 31st, 2020

Abstract

With the rapid development of Internet technology, the sharing economy has emerged as a new business model and rapidly penetrated into various domains, especially the hospitality sector. P2P accommodation, as a new type of lodging, has attracted worldwide attention of the industry and academia. Despite an increasing number of studies on P2P accommodation, research focusing on the relationship between host and guest is limited. This study attempts to explore the host-guest relationship in P2P accommodation. Results suggest that the existing relationship between host and guest is not perfect, and the ideal relationship between host and guest should be more interactive based on maintaining a moderate distance between two parties. Besides, the trust issue should be strategically tackled. The study contributes to P2P accommodation operation and management in the future. It also has great implications for hotel firms in its host and guest relationship management to achieve competitive advantages in a sharing setting.

Keywords

Sharing Economy, P2P Accommodation, Host-Guest Relationship

Copyright © 2020 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

近年来,在科技、经济以及社会等诸多因素的影响下,共享经济得到了迅速发展。共享住宿是在共享经济背景下依托互联网平台而产生的一种新型住宿方式。与传统酒店所提供的标准产品与服务不同,共享住宿多为具有个性化的家庭式经营住宿产品,是由房主借助在线平台,将他们个人所拥有的闲置房源进行出租,并从中获得一定报酬。此外,共享住宿提供了特色文化和引导式服务的窗口,通过“主”与“客”之间有意义的互动,让游客能够更深入地融入到当地的文化生活中,实现游客在旅游住宿过程中对客体和人际双重真实性体验的追求。

根据2019年中国共享住宿发展报告数据显示,2018年我国主要共享住宿平台房源量约有350万个,较上年增长16.7%,覆盖国内近500座城市。同年,我国共享住宿市场交易额为165亿元,同比增长37.5%。可以说,共享住宿的发展不仅刺激了传统住宿业的加快升级,而且带动了相关服务行业更快增长。推动共享住宿发展的三大因素有:1) 旅游市场潜力巨大,平台盈利模式多样化;2) 个性化度假旅游需求日益旺盛;3) 轻社交时代的非标准化住宿促进社会和谐。显然,共享住宿在未来的住宿业和社会经济发展中占据了十分重要的地位。

作为共享住宿中的主体,“主”与“客”是不可或缺的构成因素。通过共享住宿平台,主人提供住宿场所等固定资产和服务等无形资产,而游客则通过金钱换取等价的设施和服务,是等价交换的双方。因此,研究共享住宿中“主”与“客”的关系对于共享住宿的发展起到重要的奠基作用和推动作用。本文将通过网络资料、调查问卷以及案例分析的方式对共享住宿业的主客关系进行更深层的剖析,通过发现共享住宿中主客关系存在的问题,并对问题进行分析以期对新型住宿业的主客关系发展和管理提出建议。同时,研究共享住宿的主客关系对传统住宿业的发展也具有一定的推动作用,通过借鉴共享住宿的主客互动模式,传统住宿业可以改善其自身存在的不足,更好地应对共享时代带来的挑战和机遇。

2. 文献综述

共享住宿(P2P)是在共享经济背景下产生的一种新型住宿方式。虽然共享是一个古老的概念,但共享经济,也称为P2P或协作经济,却是一个全新的概念[1]。共享经济在过去几年里随着互联网的迅速发展以及在供应弹性需求的推动下而出现的一种新兴的经济形式,是在社会、技术水平和经济等各个因素的驱动下产生的。与传统的酒店住宿相比,共享住宿除了能够为顾客提供更加丰富和个性化的住宿产品选择之外,其另一个独特之处在于它承诺与当地居民进行更加密切的互动,并创造一种地方感[2][3]。

(一) 关于 Airbnb 的商业模式

作为共享住宿的典范, Airbnb 的商业模式无疑是具有“颠覆性”的。Airbnb 住宿品牌于 2008 年在美国旧金山正式成立,是一家将游客和家有闲置房源出租的房主通过网络平台直接联系在一起的住宿服务型网站。作为平台参与的双方,房主可以通过该平台发布闲置房源信息,游客可以通过该平台进行搜索、查找和预订所需房屋。近年来, Airbnb 作为一种新型的旅游住宿方式,迅速扩展到全球范围。据 Airbnb 官网显示, Airbnb 社区平台分布至 191 个国家和 65,000 座城市,其致力于为世界游客提供丰富独特的入住选择。Guttentag 认为, Airbnb 之所以成功,不仅是因为它打破了传统的物品所有权和消费模式,而且它提供了游客在住宿期间与当地社区进行直接互动的机会[4]。可以说,社交互动性是 Airbnb 住宿方式的重要特点之一。Airbnb 的客人不仅对能够容易进入某些旅游景点的住宿感兴趣,而且对他们在旅游目的地逗留期间获取信息的难易性以及如何有效地解决各种问题更加关注。因此,客人选择 Airbnb 住宿不仅是因为房源或设施设备的质量,而更多的是以负担得起的价格去感受更真实的当地文化生活,以获得原真性体验[4]。Airbnb 住宿主要有两种模式,第一种为远程招待,即房东与房客不同栋居住的情况;第二种为现场招待,即房东与房客共用房屋,通常为房东出租多余的房间或客厅空间给予客人的情况[5]。而无论是哪种模式, Airbnb 的主人都会以其自身的方式(像对待家人与朋友一样)与客人进行有意义的互动,帮助客人了解更多的旅游信息,让客人更多地参与到当地的文化生活中,从而给他们留下难忘的住宿体验,甚至彼此成为朋友。

旅游接待服务是建立于社会关系之上的,社会性是究其根本的一部分,理解旅游服务消费就必须立足于涉及他们之间的社会关系[6]。从社会文化的视角来看,商业组织背景下的住宿服务是一种特殊形式的主客关系[7]。由于共享住宿不同于传统酒店的特点在于消费者和服务提供者都是个人,因此,共享住宿既是关于主人的,也是关于客人的[8]。在 P2P 商业模式背景下人际关系的发展是一个连续和双向的过程[9]。这一过程不同于传统的 B2C 商业模式,因为在该模式下,人际关系是单向的,企业员工几乎不需要向客人分享他们的个人信息。因此,这种双向的 P2P 互动模式会影响人们对于共享住宿居住体验的总体感受[8]。

(二) 共享住宿的主客关系

与传统的酒店住宿相比,共享住宿的一个独特之处在于房屋的主人会与当地居民进行更密切的互动,并创造一种地方认同感[2]。例如,从客人开始查找和预订房屋开始,到住宿的整个过程,房主和客人会进行频繁的线上交流与沟通,他们关注顾客的需求并尽力帮助客人解决各种问题,让客人倍感亲切和舒适。在服务员与顾客之间密切互动的情况下,执行服务的方式往往比实际交付的方式更重要[10]。如果游客在使用共享住宿时有令其满意的主客互动,他们便会因此有更好的住宿体验,这也是越来越多的游客选择 P2P 住宿服务的主要原因之一[11]。当主客之间的交流是坦率且积极的,双方可以形成对彼此良好的态度。

主客之间社交互动的质量在塑造整体服务质量观念方面起着决定性作用。例如,在社交网络款待方面,那些不断寻求真正的体验式服务的客人更加看重的是一种家庭方式而不是企业方式服务[12]。这就可

以部分解释为什么在考虑租用 Airbnb 房屋时,有形资产对于客人的服务质量评价并不那么重要。一项对服务质量因素的调查结果表明,房客对于 Airbnb 的服务质量的评价中,“理解和关心”被认为是等同于“便利”和“保障”的最关键因素[13]。关于服务质量中的“理解和关怀”因素, Airbnb 主人应该以友好的方式对待他们的客人,这会促使游客选择 Airbnb 住宿而不是传统酒店的客房。例如在客人预定房间之后,房东询问客人的需求和偏好,以按照客人的需要对房间进行安排和布置。同时,在客人抵达后,可以向客人提供关于当地观光、餐厅和交通等方面的建议,有助于让客人充分利用有限的时间,在当地逗留期间有更好的体验,这种好客行为也被客人视为一种优秀的房东行为。

现代住宿服务的本质是建立在互惠原则基础之上的主客关系[14]。虽然传统酒店住宿一直在努力为顾客创造难忘的住宿体验,但是在商业化住宿场景下,酒店员工并没有充足的时间和机会与顾客进行互动。相比之下,共享住宿不仅能够为客人提供更加个性化和多样化的住宿选择,而且房东个人作为住宿服务提供的主体,从客人预订开始,会通过线上与线下的交流与沟通积极与客人进行互动,关注他们的偏好和需求,并帮助房客建立与地方社区之间的联系,从而为客人创造真实的入住体验和地方感受,不断提升顾客满意度。可以说,共享住宿的主客互动模式正深远地影响着整个住宿服务业未来的发展。

3. 调查与分析

本研究以 Airbnb 为研究案例,通过定量研究方法,于 2020 年 1 月 30 日对 Airbnb 平台上的用户(包括房东和房客)的留言评论进行归纳总结,总共选取了 3995 条相关评论;在收集网络文本资料基础上,结合已有学者的研究设计表格,形成问卷,再通过问卷获取量化数据,运用描述统计研究旅游者共享住宿体验的特征。并选取了其中具有代表性的部分关于主客关系的案例进行分析,对共享住宿的主客关系进行更深一步的剖析。

本研究发放问卷的时间是 2020 年 2 月 15 日到 2020 年 2 月 25 日,回收的调查问卷数量为 116 份,其中有效问卷数量为 107 份,有效率为 92.2%。从问卷调查的结果可以看出,对于共享住宿平台的选择,选择 Airbnb 的客人所占比例最大,占比 36.67%。在这些被调查者之中,住过共享住宿的客人年龄在 21~30 岁的占比 91.67% (见图 1),受教育程度 85% 为大学本科,收入在 4000 元以下的客人所占比例较大(见图 2),说明共享住宿业的主要受众为受过较高教育并且收入水平较低的年轻人,这一结论与后面对于选择共享住宿所考虑的因素的调查结果相对应。对于选择共享住宿考虑的因素中,66.67% 的被调查者选择了“价格”这一因素(见图 3),从 Airbnb 的官网上我们也能发现,与酒店对比起来,共享住宿的价格确实较为实惠。也正是因为共享住宿的价格较低且性价比较高,使其成为了收入水平一般的年轻人的住宿首选。

此外,88.33% 的客人认为共享住宿与传统酒店的主客关系存在区别,并且有 51.67% 的客人更加倾向于选择共享住宿。在选择共享住宿所考虑的因素中,“真实文化体验”占比 53.33%,“获得更多旅行体验”占比 48.33%,“房东的好客程度”也是较多客人关注的一个因素,占比 26.67%。从调查结果可以得出结论,共享住宿之所以区别于传统酒店,是因为其主客关系呈现出不同的特点。首先是提供房源与服务的主体不同,在 Airbnb 平台上,共享住宿中提供房源与服务的主体多为个人,即使大多数的服务提供者在很大程度上也是出于盈利的目的来提供服务,但是其更主要的服务方式及出发点是“共享”,与客人共享住宿,向客人介绍当地的特色及生活方式,与客人分享生活经历等等,这与纯粹出于盈利目的而展开服务的传统酒店有本质上的区别。其次是顾客的期望和诉求不同。共享住宿的参与者更多的是为了在旅途中寻求更多的社会归属感和认同感,通过与当地居民积极互动来融入当地文化生活,从而获得旅游住宿体验的本真性[15]。

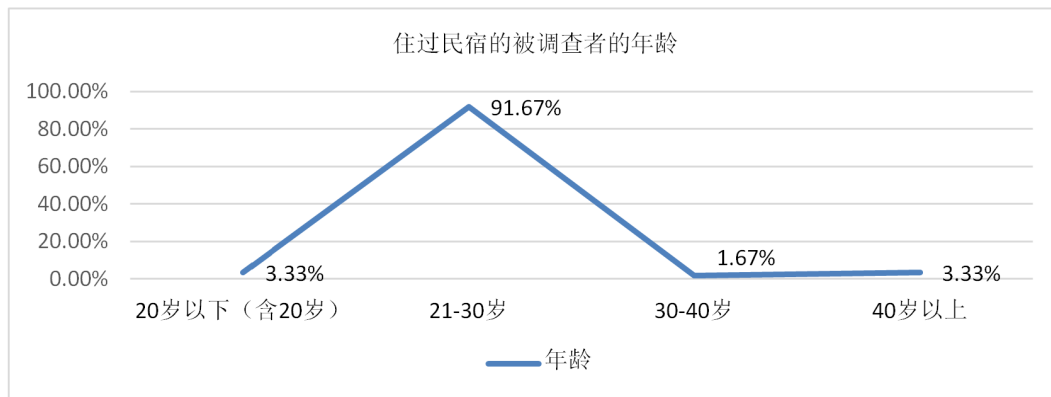


Figure 1. Age of responses of respondents who lived in shared accommodation
图 1. 住过共享住宿的被调查者的年龄(Age of respondents)

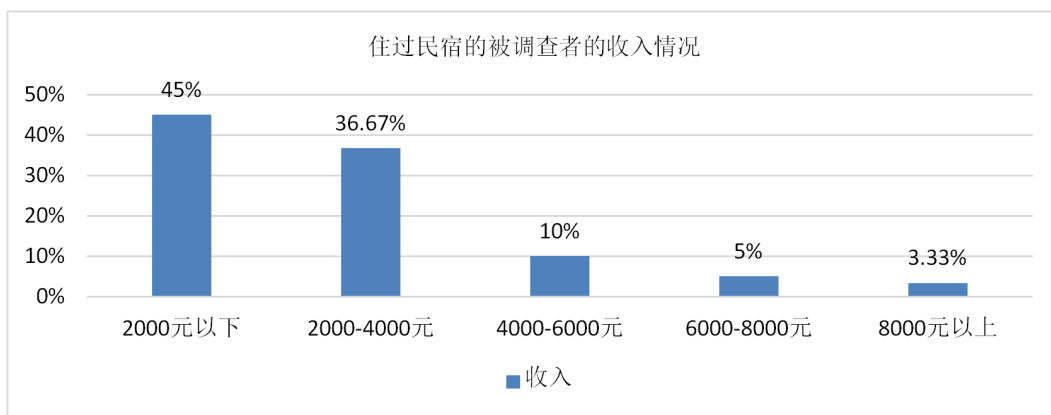


Figure 2. Income of respondents who have lived in shared accommodation
图 2. 住过共享住宿的被调查者的收入情况(Income of respondents)

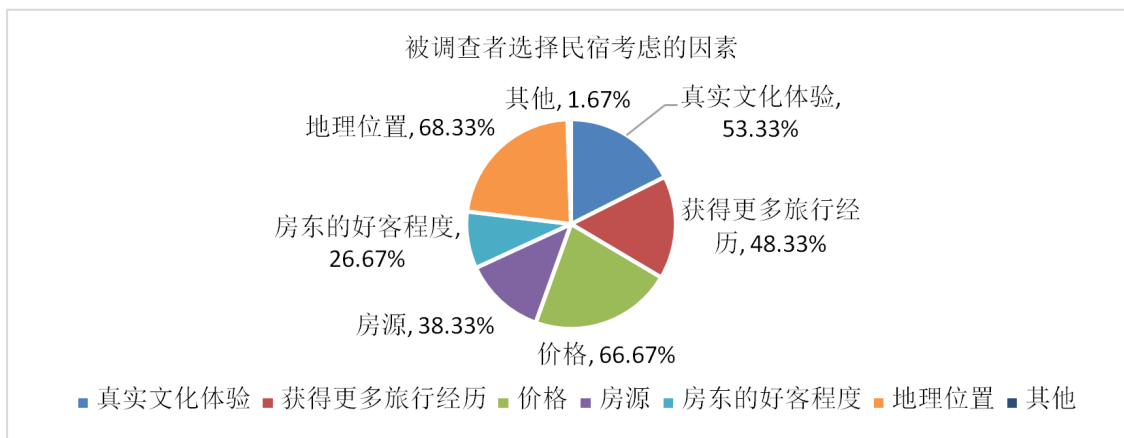


Figure 3. Factors to consider when choosing P2P accommodation
图 3. 被调查者选择共享住宿考虑的因素

问卷调查的结果显示,被调查者对于共享住宿与传统酒店的区别体现的答案倾向于共享住宿的主客关系更加值得他们青睐。共享住宿所倡导的去商业化,重新定义了其参与主体的角色,即个体参与。共享住宿的“共享”性质,改变了以往传统酒店“商家”与“顾客”的角色,而还原为最原始的“主人”与“客人”的

角色, 改变了仅以物质利益为驱动的唯一性。由此可见, 共享住宿特定的情境性使得主客双方的权力与关系趋于平等并相互制约。客人不以酒店的标准去衡量主人的服务, 在共享住宿的主客关系中, 顾客在传统酒店的主导地位被弱化, 其自觉地以“客人”的身份去规范自己, 主人也不是出于“管理顾客关系”的目的去处理与顾客的关系, 主客之间是基于自愿平等的前提成为朋友的, 这是一种双向制约的社会交往行为[15]。游客选择共享住宿的重要原因之一是为了能够与当地居民建立联系并互动, 即追求人际本真性。共享住宿的提供者向客人展示当地的风俗习惯和生活状态, 带领客人领略当地的风采, 同时也可与客人交流旅行心得, 他们的服务并非如传统酒店般为缺乏本真性的表演, 而是以一名“主人”的身份带领“客人”像当地人一样去感受生活, 让游客更加真实地融入东道主的生活中, 从而实现本真性的体验诉求, 提升顾客的体验[15]。

4. 结论与建议

从本文的调查结果可以看出, 共享住宿业的主客关系总体上处于利好态势, 在双方看来, 房东和房客大多数情况下都是以一种友好的状态在相处, 房东抛开盈利的唯一目的, 以东道主的身份去款待客人, 房客回之以客人之礼, 双方更多的是以一种朋友的身份去相处和交流。然而, 共享住宿的主客关系现状并非完美的, 正如上文所提及的, 其主客关系还有待改善。基于调查者的反馈以及对调查结果的分析, 作者认为建立和维护理想的主客关系应该遵循以下几点:

(一) 展现真诚的好客之情

共享住宿的重要理念之一是给客人如家般的感受, 像对待自己的好朋友或家人般去款待和关怀客人。从社会学的角度来看, 现代住宿服务的本质是一种基于主客关系的人类交换过程。在这个过程中, “热情”、“慷慨大方”、“幸福感”以及“人际互动”等元素得到了充分诠释。共享住宿虽然并非真正意义上的“共享”, 但是, 这种新型的住宿方式所传达的“开放”、“协作”、“平等”、“价值共创”和“社会联系”等积极理念为其可持续性发展奠定了基础。

在未来的发展中, 共享住宿平台可以进一步加强对主人的管理, 发挥其作为房屋主人的优势。从客人最初线上查找预订房屋开始到住宿的整个过程, 为客人提供热情、耐心、细致和周到的住家式服务, 例如, 询问客人对住宿的需求、提供相关旅行资讯, 为客人准备美食和娱乐活动等满足客人的需求, 从而为客人创造独特的住宿体验。

(二) 主客双方保持适度距离

作者提倡主客双方像好友/家人般相处, 并不表示这是一种亲密无间的关系, 双方还是会有所保留, 因此, 主张主客双方松紧有度地处理好这样一种关系也是共享住宿健康发展的重要基础之一。

例如, 由于在共享住宿平台上预订房间的客人来自不同地域, 因而难免会因其不同文化背景而产生一定文化冲突和思想碰撞, 这种文化差异性一方面会增加主客之间交流的意愿和兴趣, 而另一方面, 也会因彼此的一些不理解而产生沟通上的障碍, 从而造成一定矛盾, 对主客关系产生了消极的影响。因此, 作者认为, 理想的主客关系需要保持适度距离并尊重彼此的想法和文化价值观。

(三) 增强主客互动

与传统住宿相比, 共享住宿的优势之一在于其为游客提供了真实的住宿体验。与传统商业化的住宿情景不同, 游客选择居住在当地居民的家中通过与房屋主人线上线下的互动使旅途充满了独特和趣味的体验。基于“消费关系”的理念, 房屋主人应当通过建立一定的社会关系来为客人创造不同的旅行体验, 一种在真实旅游住宿氛围下的人际互动关系即主客关系。例如, 房东可以在客人入住前询问客人的偏好, 按客人的喜好布置好房间, 给客人以惊喜。在客人入住后, 向客人介绍当地的风俗习惯和特色小吃等, 提供当地游玩攻略, 如果有机会, 可以带客人一同体验当地的特色生活方式和文化生活, 以尽地主之谊。

今天, 共享住宿的消费者多为千禧一代, 他们追求更多的是与旅游目的地地方文化的深度亲密接触, 而通过不断加强主客之间的沟通与交流(例如分享旅游见闻、交流爱好等), 房屋主人会为客人创造难忘的旅游住宿体验, 彼此留下美好的回忆。

共享住宿的发展给原本就竞争激烈的传统酒店业带来了更大的挑战。共享住宿业由于其运营模式的特殊性, 逐渐发展出独特的主客互动关系, 这是其区别于传统酒店的重要特征之一。而基于运营模式和服务方式的不同, 传统酒店业无法将这一主客互动模式直接复制。为了应对新挑战, 传统酒店业应该扬长避短, 充分发挥自身的资源优势。例如加强建设酒店自身软硬件设施, 加速提升服务品质, 在不断对酒店产品设施更新换代以为顾客提供舒心的居住环境的同时, 借鉴共享住宿业的主客互动模式, 做到标准中存差异, 不断创新, 为顾客提供个性化服务。此外, 传统酒店还可以与共享住宿业合作, 做到精准营销, 引入一种新型的运营模式, 为顾客提供更加贴心的服务。总之, 对于共享住宿业给传统酒店业带来的挑战, 应该辩证地去看待, 顺应趋势, 以包容、合作的方式去应对。

共享住宿作为一种新兴的住宿新业态, 也为住宿服务业带来了更多的机遇。这种强调个性化的非标准化服务正在成为住宿服务业未来的发展趋势, 其带领消费者融入当地生活、与当地居民互动的服务方式得到了更多顾客特别是新一代年轻人的青睐。主客关系是否和谐与共享住宿的发展有着密不可分的关系, 二者相辅相成。研究共享住宿业的主客关系现状并找出其存在的问题, 对于解决共享住宿业现存问题有很大的帮助。主客关系的友好和谐发展有助于服务的进一步提升, 从而拉动共享住宿业的发展。然而, 共享住宿业的出现对于传统酒店造成了不可避免的威胁, 将其推向竞争的不利位置。对此, 传统酒店企业应该如何识别并评估潜在的威胁并提出合理有效的应对方案, 成为后续研究的重点。

参考文献

- [1] Tussyasiah, I.P. (2016) Factors of Satisfaction and Intention to Use Peer-to-Peer Accommodation. *International Journal of Hospitality Management*, **55**, 70-80. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.03.005>
- [2] Cheng, M.M. (2016) Sharing Economy: A Review and Agenda for Future Research. *International Journal of Hospitality Management*, **57**, 60-70. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.06.003>
- [3] Tussyadiah, I.P. and Pesonen, J. (2015) Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns. *Journal of Travel Research*, **55**, 1022-1040. <https://doi.org/10.1177/0047287515608505>
- [4] Guttentag, D. (2015) Airbnb: Disruptive Innovation and the Rise of an Informal Tourism Accommodation Sector. *Current Issues in Tourism*, **18**, 1192-1217. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.827159>
- [5] Ikkala, T. and Lampinen, A. (2015) Monetizing Network Hospitality: Hospitality and Sociability in the Context of Airbnb. *Proceedings of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*, Vancouver, February 2015, 1033-1044. <https://doi.org/10.1145/2675133.2675274>
- [6] Urry, J. (2002) *Consuming Places*. Routledge, London, 272 p. <https://doi.org/10.4324/9780203202920>
- [7] King, C.A. (1995) What is Hospitality? *International Journal of Hospitality Management*, **14**, 219-234. [https://doi.org/10.1016/0278-4319\(95\)00045-3](https://doi.org/10.1016/0278-4319(95)00045-3)
- [8] Moon, H., Miao, L., Hanks L. and Line, N.D. (2019) Peer-to-Peer Interactions: Perspective of Airbnb Guests and Hosts. *International Journal of Hospitality Management*, **77**, 405-414. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.08.004>
- [9] Price, L.L. and Arnould, E.J. (1999) Commercial Friendships: Service Provider-Client Relationships in Context. *Journal of Marketing*, **63**, 38-56. <https://doi.org/10.1177/002224299906300405>
- [10] Ozment, J. and Morash, E.A. (1994) The Augmented Service Offering for Perceived and Actual Service Quality. *Journal of the Academy of Marketing Science*, **22**, 352-363. <https://doi.org/10.1177/0092070394224004>
- [11] Karlsson, L. and Dolnicar, S. (2016) Someone's Been Sleeping in My Bed. *Annals of Tourism Research*, **58**, 159-162. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.02.006>
- [12] Symons, M. (2013) The Rise of the Restaurant and the Fate of Hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, **25**, 247-263. <https://doi.org/10.1108/09596111311301621>
- [13] Priporas, C.V., Stylos, N., Rahimi, R. and Vedanthachari, L.N. (2017) Unraveling the Diverse Nature of Service Quality

in a Sharing Economy: A Social Exchange Theory Perspective of Airbnb Accommodation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, **29**, 2279-2301. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2016-0420>

[14] Brotherton, B. (1999) Towards a Definitive View of the Nature of Hospitality and Hospitality Management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, **11**, 165-173. <https://doi.org/10.1108/09596119910263568>

[15] 李力, 苏俊仪. 共享住宿: 主客关系的变化与影响[J]. 旅游论坛, 2019, 12(3): 15-21.