

# 共享平台视角下全域旅游演进机理和服务模式研究

徐岸峰, 王宏起, 赵天一

**摘 要:** 作为我国旅游产业供给侧改革的重要举措, 全域旅游是新时期旅游产业创新驱动和协调推进的发展方向。在平台经济和共享经济发展的背景下, 创新旅游服务模式成为新时期我国全域旅游发展的关键。在剖析共享平台运行模式的基础上, 本文以共享平台与全域旅游的耦合关系为切入点, 将共享平台视为主导整个全域旅游服务系统的序参量, 分析全域旅游服务系统中信息、要素和价值依托于共享平台协同发展的演进条件、动力、过程和规律, 揭示其演进机理并据此构建出智能信息对称、多元要素匹配以及服务价值共创等三种创新型服务模式。本文研究有助于实现区域内的资源有机整合、产业协同发展和社会共建共享的全域的旅游发展理念, 为新时期我国旅游产业的结构优化和创新发展提供重要的理论依据以及实践指导。

**关键词:** 共享经济; 共享平台; 全域旅游; 演进机理; 服务模式

**中图分类号:** F592.68 **文献标识码:** A **文章编号:** 1671-0169(2020)04-0141-15

**DOI:**10.16493/j.cnki.42-1627/c.2020.04.012

## 一、引言

作为服务业的重要组成部分, 旅游产业是消费者踊跃参与、自身市场快速成长和国家着力发展的朝阳产业。为推动旅游产业供给侧改革, 文化和旅游部明确“要创新旅游发展战略, 转变旅游发展方式, 推动我国旅游从景点旅游向全域旅游转变”<sup>[1]</sup>。全域旅游是通过各行业积极融入, 各部门齐抓共管, 居民共同参与, 充分利用目的地全部的吸引物要素, 为游客提供全过程、全时空、全方位的产品和体验, 并以旅游产业来统筹引领区域经济发展, 持续增强区域竞争能力的创新模式<sup>[1][2]</sup>。无疑, 全域旅游已成为旅游产业创新驱动和协调推进的发展方向。发展全域旅游需要全民参与、全民共享; 需要借助一定的共享平台将社会大量的、分散化的闲置资源进行集成和配置。虚拟的共享平台在实际运行中可达到资源的高效整合和供需的精准匹配。当前大数据、云计算、人工智能等信息技术赋予了平台更大的优势, 使得供需双方都能在平台上达到帕累托最优, 并显著降低外部性和促进环境可持续发展<sup>[3]</sup>。当前, 共享平台业务已深入渗透至餐饮、医疗、教育培训、生活服务、生产制造等细分领域, 也改变了人们的生活方式。我国已明确指出“要在共享经济趋势下促进旅游模式创新, 推动网上约车、民宿接待和分时度假等项目展开”。因此, 构建合理全域旅游商

**基金项目:** 国家自然科学基金项目“区域科技资源共享平台生态化演进机理、集成服务模式与管理方法研究”(71473062); 国家自然青年科学基金项目“创新生态系统下区域战略性新兴产业创新链与服务链融合机理、模式与协同机制研究”(71704036); 黑龙江省哲学社会科学项目“复杂适应系统视角下黑龙江省冰雪产业发展模式研究”(17GLE293)

**作者简介:** 徐岸峰, 博士, 哈尔滨理工大学经济与管理学院教授, xuanfeng@hrbust.edu.cn (黑龙江 哈尔滨 150080); 王宏起, 博士, 教授、博士生导师, 哈尔滨理工大学经济与管理学院教授; 赵天一, 哈尔滨理工大学经济与管理学院博士研究生

业模式无疑将成为推进新时期我国旅游产业创新发展的关键。

商业模式是连接技术开发和经济价值创造的媒介<sup>[4]</sup>。由于旅游业的本质是以游客为中心的无形服务产品,本文将旅游产业的商业模式等同于服务模式。共享平台以数字化为技术手段,以利他化为本质特征,为全域旅游顾客和企业价值实现提供全新载体,并根据各平台企业的能力禀赋和发展阶段形成围绕“信息”、“要素”和“价值”的综合服务模式。本文基于企业战略管理的基本理论和方法,遵循“技术突破—模式创新—情景解决—价值实现”,揭示共享平台视角下全域旅游演进机理并构建服务模式,以期为新时期我国旅游产业的结构优化及创新发展提供重要的理论依据及实践指导。

## 二、文献综述

### (一) 全域旅游

全域旅游作为我国旅游产业发展的全新模式,近年来一直是国内学术研究的热点问题,关注焦点集中于概念特征<sup>[1][2][5]</sup>、发展路径<sup>[6]</sup>、资源配置机理<sup>[2][7]</sup>和战略规划重点<sup>[8][8]</sup>等。厉新建等<sup>[2]</sup>将全域旅游的概念解析为从单纯的追求旅游人次的增长转变为积极改善旅游的服务质量,将一切可资利用的旅游吸引物开发成吸引节点,全面满足游客体验需求,让旅游目的地成为游客心中永远值得挂念的家园,达到提升游客生活品质的目的。吴海燕<sup>[6]</sup>认为智慧旅游能够促进旅游公共管理的全球化、智能化,推动“旅游+”融合发展,实现从粗放低效旅游转向精细高效旅游发展模式,为全域旅游在信息化、产业融合、满足旅行者个性化需求等方面奠定了基础。杨振之<sup>[7]</sup>认为全域旅游的高级发展模式能够迅速提高区域内和跨区旅游发展能力,但必须从制度上保障旅游业及其关联产业优先配置生产要素,并在区域产业结构中占据优势地位。周永博<sup>[3]</sup>从供给侧改革视角提出全域旅游战略规划的重点是产业结构、服务供给和制度环境三者的均衡关系。

虽然既有研究从不同层面和视角丰富了全域旅游理论体系,但鲜有涉及全域旅游的演进机理和服务模式。在互联网平台模式兴起前,缺乏能够有效实现全域旅游理念的工具和手段,还没有形成保障全域旅游有序运行的外在环境和内在机制。随着共享经济迅速发展,各类共享平台为全社会资源整合配置、全过程旅游要素供给、全行业有效监管以及全民旅游服务共享提供了全新的服务载体和丰富的应用场景,有潜力使全域旅游理念得以贯彻、价值得以凸显。在新时期,我国全域旅游如何实现创新发展,面向最终游客能够呈现哪些全新的服务模式,是构建合理的全域旅游服务模式亟待解决的问题。因此,有必要从共享平台视角探索全域旅游的演进机理,构建匹配的服务模式,从而为制定旅游产业创新发展政策提供决策参考。

### (二) 共享平台

平台是一个多元化的概念,既可以是现实的,也可以是虚拟的交易空间和场所,平台为加入其构建的双边市场的用户群体提供产品或服务交换的中介,并制定统一的标准和动态定价机制保证顺利达成交易<sup>[9](P17-26)</sup>。平台能够解决双边市场参与者的信息不对称,是继市场和企业之后全新的资源配置机制。以计算机和大数据为代表的信息技术推动平台由单纯的虚拟平台演化为平台企业。平台企业可以通过协同多群体行为形成平台生态圈<sup>[10]</sup>,以发挥整体网络效应,实现多方共赢<sup>[11]</sup>。平台生态圈可视为服务生态系统,即不同主体自发感应的价值主张为逻辑起点,为资源共享、价值共创而形成的松散耦合时空结构<sup>[12]</sup>。学者们对平台这一特殊经济体的特性、结构、演化和模式等方面的分析和阐述形成了平台理论。共享平台是平台理论的细分领域,是平台理论在共享经济时代背景下的研究热点。Rochet 和 Tirole<sup>[13]</sup>最先提出平台理论的“成员外部性”和“用途外部性”两个理论基石。在共享经济背景下,共享平台作为新兴的高度信息化、智能化的网络平台,已成为共享

经济商业模式的核心运行载体和价值创造场所<sup>[14][15]</sup>。杨学成<sup>[16]</sup>揭示了共享平台的价值共创和价值独创等价值创造机理与用户关系的内在逻辑。共享平台应专注于创建强大的体验价值主张,真实的人际接触是共享平台带来难忘体验和品牌忠诚度的关键驱动力<sup>[15]</sup>。特别地,聚焦于共享平台对旅游服务模式的影响,Navío-Marco指出共享平台的数字化技术能够改变传统旅游业的创造、营销、分销和消费的整个价值链,提供综合、个性化产品和服务满足旅游新需求<sup>[17]</sup>。因此,通过共享平台提供创新服务的新进入者正在挑战现有的服务提供者。这一转变不仅正在改变旅游者的消费趋势和行为,而且迫使更多传统旅游企业通过在线网络平台开展业务。综上可见,既有研究为本文的研究提供了坚实的基础和有益的借鉴,但大多为基本理论探析且从宏观角度进行论述,关于共享平台在特定产业中的具体影响方式和价值实现机制的成果很少,本文拟通过剖析共享平台与旅游业的内在关联性、协同发展机理和创新服务模式弥补这一不足。

### (三) 共享平台与旅游服务模式创新

自20世纪80年代以来信息通信技术一直影响着全球旅游产业,尤其是平台经济下互联网平台的迅速发展深刻改变了旅游产业的商业战略和产业结构。Li<sup>[18]</sup>指出大数据技术可以帮助平台企业更好地了解旅游需求、游客行为及游客满意度,进而改进旅游营销模式。Buhalis<sup>[19]</sup>指出网络平台为旅游企业重新设计、开发、管理和营销旅游产品和创新服务模式提供了新渠道。Li<sup>[20]</sup>指出旅游产业是信息服务模式最为丰富的产业类型,应借助平台开发更多新颖的商务模式提供高效旅游信息服务,并实现旅游资源和社会资源的共享。可见,网络平台和旅游产业的发展演化和服务模式存在一定耦合性,旅游产业如何依托平台进行服务模式创新已成为当前旅游学术界亟待解决的热点问题<sup>[21][22]</sup>。

当前有研究开始关注共享平台对旅游服务模式的影响;同时,旅游服务模式创新的相关研究中也已有诸多学者指出旅游产业要借助新兴的信息技术和网络平台进行结构调整和模式创新。然而,将共享平台与旅游服务模式创新相关联的理论研究仍然不足。共享平台能够将全域旅游目的地的自然资源、人文资源和社会资源迅速高效整合和匹配,实现不同类型资源的优势互补,更加容易实现全域旅游的全要素、全行业、全过程、全方位、全时空、全社会、全部门 and 全游客的理念。因此,依托共享平台实现旅游产业结构优化和服务模式创新是驱动新时期我国全域旅游创新发展的关键。

为了弥补上述研究不足,本文为全域旅游在共享平台视角下创新服务模式提供了新的思路和解决方案。本文首先解析共享平台的运行模式,然后以论证共享平台与全域旅游的耦合关系为切入点,采用系统性视角将共享平台视为主导整个全域旅游服务系统运行的序参量,剖析全域旅游演进机理,并据此设计符合全域旅游本质特征和演进规律的三种创新服务模式。本文通过揭示其内在机理,为新时期我国全域旅游的创新提供理论指导;设计的全域旅游服务模式,为旅游者提供不同标准的服务形态、为区域全域旅游实践提供了可操作的方式。

## 三、共享平台与全域旅游耦合关系分析

### (一) 共享平台运行模式分析

共享经济的商业模式主要包括产品及服务的供给方、需求方以及第三方共享平台三个主体,其核心基础是“闲置+价值+回报”。共享平台是共享经济下技术、组织、制度和模式组合创新的产物,其顺利运行是共享经济商业模式成功的关键因素。共享平台连接多方群体并提供交易空间和市场规则,让各类群体相互合作以满足各自需求。在共享平台上,供需方的交易目的不仅是要获得最大利益,还为了实现闲置资源的合理化配置;同时,交易主体的关系网络也不仅建立在企业和个人之间,还建立在个人和个人、企业和企业之间。

共享平台运行的基础是依靠移动互联网、物联网、云计算、大数据、人工智能等技术手段实现及时、准确、有效的点对点连接，并借助第三方支付平台达成交易。由于交易双方可能是陌生关系，共享平台不仅自身建立评价机制，也借助社交网络和第三方征信机构等协助供需双方搭建信任关系。此外，由于当前相关法律体系不健全，共享平台的运行模式存在诸多隐患。为了遏制市场不公平竞争的现象，还需要政府相关部门对共享平台进行监管。例如为了应对 P2P 借贷平台的“跑路”现象，政府建立了市场准入和退出机制、平台信息披露制度、保险制度等，以维护共享平台的健康持续发展。基于以上分析，共享平台的运行模式如图 1 所示。

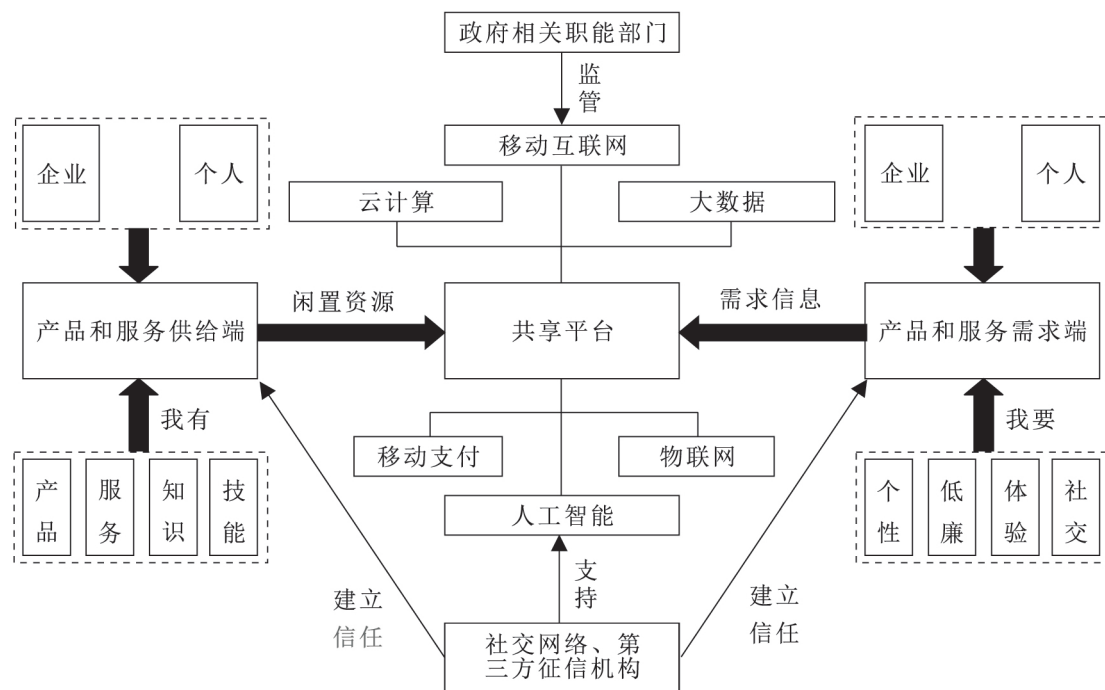


图 1 共享平台的运行模式

## （二）共享平台与旅游业的内在关联性

共享平台和旅游业的特征，决定了彼此之间存在内在关联性和契合性（如图 2 所示）。

第一，共享平台扩展了资源获取的种类和范围，把很多之前不能共享或很难共享的社会资源变成多样化的旅游产品和服务。同时，旅游资源的公共性也使游客一开始就具有共享消费的意识。游客一起共享旅途中的风景、设施和服务，暗示游客会对共享经济模式的旅游产品表现出较大的认同度。

第二，共享平台搭建的沟通和交流途径契合了旅游活动的交流性和互通性特征。供需双方通过共享平台能够跨越地域、语言和文化障碍，实现高度透明的自由交流，极大地满足彼此的经济、社交、文化等各方面需要。

第三，共享平台创造的弹性供给方式有助于应对旅游活动的季节波动性，既能提高闲置资源在旅游淡季的利用效率，也能在旅游旺季成为传统旅游产品和服务的重要补充。

第四，旅游活动的复杂性和丰富性恰好与共享平台 P2P 模式的特征相契合。P2P 模式屏蔽多元复杂因素，把平台两端碎片化、零散化的资源进行整合优化，可以为游客提供本土化的微体验，有效迎合游客的长尾旅游需求。

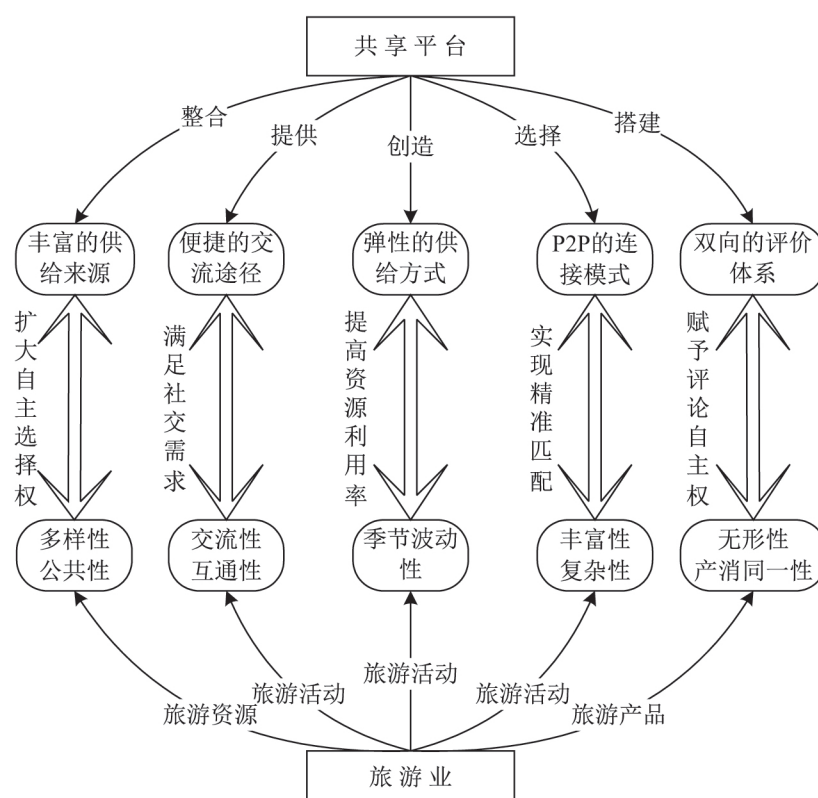


图2 共享平台和旅游业的内在关联性

第五，共享平台为具有无形性和产消同一性的旅游产品搭建比较完善的评价体系。平台赋予用户极大的评论自主权，这些真实可信的评价能帮助其他游客判断和选择。很多平台还建立了健全的背景支撑机制（如小猪帮房东给住宿产品拍照，Lyft 为驾驶者提供系统化培训）及双向评价机制，更有利于交易的公平性。

### （三）共享平台与全域旅游的耦合关系

全域旅游是为迎合新时期我国旅游产业创新发展而提出的全新发展理念，致力于解决游客在时空分布上“宏观分散与微观集中”带给旅游从业者和管理者的矛盾。全域旅游旨在将游客在微观层面尽量分散、在出行时间上尽量延长、充分发挥区域资源禀赋，以提高旅游消费的渗透率，并缓解景区拥堵所造成的生态和安全问题。为了使游客能够在一个区域长时间停留和获得深层次体验，必须依托丰富的旅游产品及服务供给向游客提供具体、有效的解决方案。在这一问题上，厉新建<sup>[23]</sup>认为全域旅游的发展战略绝不仅仅涉及增量问题，更重要的是处理好存量问题，通过共享经济模式来优化传统旅游供给，让传统的旅游供给在新的市场找到价值实现的新路径。共享平台所具备的技术优势和市场特性可以满足全域旅游的发展诉求。因此为了盘活存量，可以充分借助共享平台来整合社会闲置资源，以旅游供给的全域化来应对旅游空间行为的全域化，从而逐步实现全域内经济、社会、生态效益的最大化。

全域旅游具有全要素、全时空、全过程、全行业 and 全游客等特点，这些“全域”特点也与共享平台本身特征高度耦合。全域旅游的创新发展可以依托共享平台来实现，具体如下：

**全要素。**共享平台能够提高旅游产品的透明度和创新度，更好地利用闲置旅游资源来满足新兴游客的多元需求<sup>[24]</sup>。这种丰富多样的非标准旅游资源供给突破了资源的框架限制，颠覆了以景区、

酒店、旅行社等为主体的传统旅游供给模式,引导游客转变消费意识、增强感性消费,丰富游客的活动内容及出游体验。这种资源无框架的结果就是全域旅游发展的全要素基础。

全时空、全过程。共享平台为供需双方提供了不受时间、空间限制的交易服务、信息查询和反馈服务、基于位置的服务等,不仅能满足游客无论淡季旺季、无论是白天黑夜、无论在景区内还是在景区外的全时空体验需求,还能根据游客在旅游前、旅游过程中和旅游后的不同需求提供全过程的服务。

全行业。共享平台在提高旅游信息共享程度、丰富旅游商品供给形式的同时,也能充分发挥“旅游+”的作用。共享平台利用区域的资源禀赋、区位条件和社会经济条件,以旅游业带动、提升关联产业附加值,通过产业融合推动全行业协同发展,如短租平台不仅连接房东和游客,也连接着业余摄影、保洁、设计、管家等,通过与装修、家政、餐饮、娱乐、文创等行业互联互通推动全域旅游全行业建设。

全游客。共享平台的交易模式迎合了全域旅游“游客即居民、居民即游客”的旅游理念。通过共享平台,彼此陌生的游客和居民从线上走到线下,因共享而相遇。这种跨越地域、文化、语言、民族、年龄的互动既能给予游客对当地生产生活的直观感受,使游客深度融入和感受当地生活,对目的地产生更美好更深刻的印象;同时也有利于增强旅游地的服务广度与深度,唤醒当地居民的创业意识。居民积极地融入旅游活动,提供热情周到的服务,在创造优美旅游环境的同时也享受其中,获得不一样的体验和幸福感,形成“全民参与、主客共享”的美好格局。

全域旅游拓展了共享平台的运行边界,增加了共享平台的供需两侧用户。全域旅游把原来封闭在旅游产业内的旅游者和供给商的边界打破,形成了“人人为我和我为人人”的旅游运行格局,共享平台供需两侧用户呈指数级增长,供需双方的频繁交互产生的海量数据在平台聚集。

全域旅游推动共享平台不断升级。平台通过“信息技术、通信技术和数据技术”对两侧数据进行处理形成了每个平台针对不同用户群体的“商业模型”,这种模型沉淀能力随着全域旅游不断向纵深推进而螺旋式加强,平台针对两侧用户都能有个性化和智慧化的系统性解决方案,平台的网络效应不断加强,平台的综合优势逐步形成。

#### 四、基于共享平台的全域旅游服务系统演进机理

全域旅游服务系统是一个包括旅游吸引物子系统、游客子系统、旅游企业子系统和目的地管理子系统的巨服务系统。同时,全域旅游服务系统不仅包含传统旅游产业的全部要素,还融合了旅游吸引物所在特定区域的经济、社会、文化和生态等多重要素,故与传统旅游产业相比,全域旅游服务系统是一个内外利益主体性质更为多样、交互关系更为复杂的综合服务系统(如图3所示)。根据复杂系统的逻辑结构本文从系统本质演进的条件、动力、过程和系统演进规律等五个方面对系统的演进机理进行阐释<sup>[25][26]</sup>。

系统本质特征。全域旅游服务系统的本质特征是旅游景区的区域全空间性布局,旅游资源的全社会性优化配置,旅游要素提供主体的全过程性参与,旅游管理体制的全部门性综合协调和旅游服务的全民参与和共享。在共享平台成熟前,以上本质特征没有能够得以实现的工具和载体,尚未形成全域旅游有效运行的外在环境和内在机制,而成熟的共享平台可以实现信息资源整合、供需匹配、全程参与、有效监管和价值共创。因此,共享平台成为全域旅游服务系统本质特征彰显的载体和价值实现的重要抓手,同时也是系统的核心运行机制和“序参量”。

系统演进条件。旅游产业的开放性构成系统演进的基本条件。系统必须保持开放性,不断地和



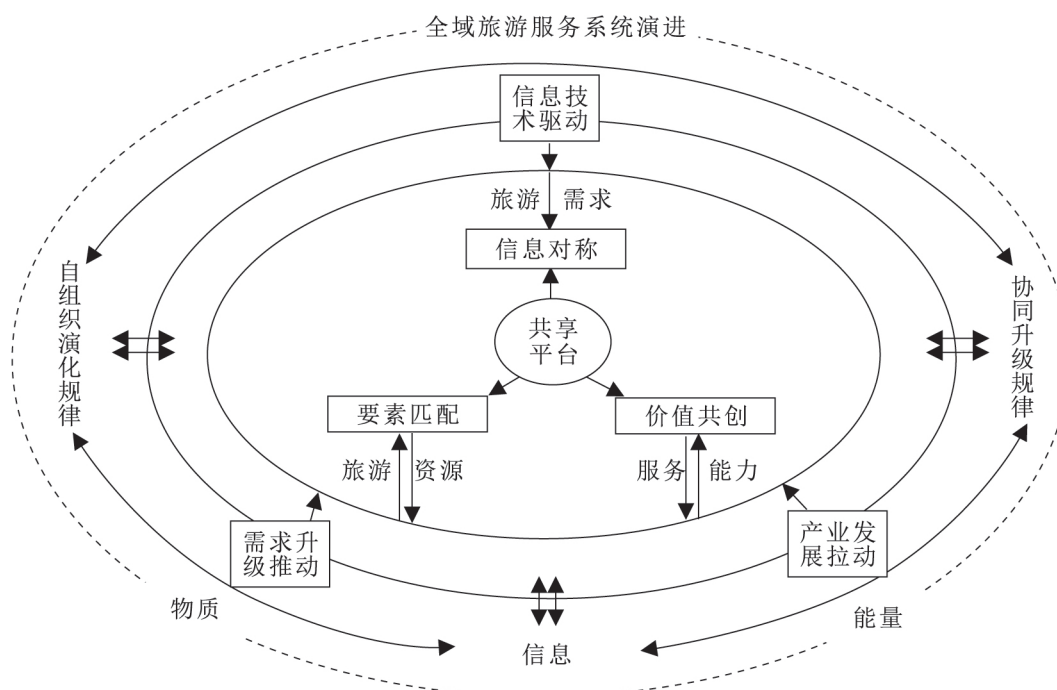


图3 基于共享平台的全域旅游服务系统演进机理

环境交换物质、能量和信息以降低系统内的混乱程度。开放是“熵减机制”形成以保证系统协调发展和良性运行的必要条件。旅游产业作为我国最先开放的产业，持续从外界吸收资金和技术，旅游企业的商业模式也随外界变化而变化。全域旅游服务系统内外的开放程度更高、开放层面更多。全域旅游的内在逻辑还要求区域内除景区外的各种社会、经济、文化和生态子系统必须对旅游者完全开放以便旅游者在区域内做长时间的深入停留。

**系统演进动力。**需求升级的推动、产业发展的拉动和平台技术的驱动共同构成了系统演进的驱动力。传统的团队旅游模式可以把旅游者限制在旅游产业系统内封闭运行。由于既定旅游行程节奏的限制，通常情况下旅游者和旅游吸引物所在区域的非旅游要素层面接触很少，旅游者对目的地体验不深刻，游后评价不高，难以形成重复购买，逐渐形成并放大旅游供需的矛盾。随着当前大众旅游、观光旅游模式逐渐转变为散客出行的休闲旅游、深度旅游，这种需求的升级能够从需求侧推动传统旅游产业服务模式向全域化、全要素服务供给模式转变。

**系统演进过程。**根据旅游者的旅游行为特征和旅游产业运行规律，共享平台驱动全域旅游服务系统中信息、要素、价值三者协同演进，使系统整体依次呈现智能信息对称、多元要素配套和服务价值共创三种服务模式。

首先，全域旅游各服务子系统间存在着一层非常重要的联系，即信息传递。信息的传递是保证系统正常运行的基础<sup>[27]</sup>，原因在于旅游者开展旅游活动的实质是通过信息而触发，旅游活动中无时无刻不需要目的地“食、住、行、游、购、娱”等要素信息、空间信息、时间信息和审美信息。共享平台能为旅游活动营造泛在化和智能化的信息环境，进一步消除供需双方之间信息不对称。其次，旅游者在旅游目的地需要通过多元要素的供给满足自身物质需求、享乐需求和审美需求，尤其在大众休闲时代的全域旅游模式中，旅游者停留时间更长、接触层面更广、体验程度更深，且个性化特征日益凸显，对旅游要素的需求越发苛刻。文化和旅游部副部长（原国家旅游局局长）李金早指出如今激发人们出游动机和体验的要素日益增多，需要在“食、住、行、游、购、娱”旅游六个

基本要素的基础上拓展“商、养、学、闲、情、奇”新的六要素<sup>[28]</sup>。从这一视角看，借助各类型共享平台，游客能接触数量更多、类型更丰富、性价比更高的旅游产品和服务，故共享平台在实现旅游信息开放共享的同时也能实现多元化旅游要素的集聚和充分释放，形成以信息闭环为基础并与之匹配的要素闭环。最后，服务是全域旅游的具体实现形式，而价值创造是全域旅游服务的最终目标。由于全域旅游模式中游客流动范围的无序和扩张，旅游活动必然涉及更多的主体。在这一背景下，旅游地居民的积极参与便成为资源供应池重建和进一步扩充的重要基础。因此，共享平台作为一种整合机制能够不断促进全域旅游服务迭代并使更广泛的参与者共同参与服务产品的生产和消费，为各方的利益共享与价值增长创造更多机会，最终形成价值闭环达到多方价值主张的共同实现。

综上，全域旅游服务系统的演进过程是依托共享平台在旅游活动各环节依次提供围绕信息、要素和价值的综合旅游服务模式。首先由于旅游活动始终围绕“信息对称”而展开，形成信息闭环是全域旅游形成和发展的首要前提；其次要在满足游客在不同旅游阶段获取信息需求的同时提供各种配套的要素服务，各种独立的资源要素又必须依靠信息有机整合和同步协同，进而支持完整的旅游活动；在信息闭环和要素闭环基础上，全域旅游系统内最终还应形成更高层次的价值闭环，满足游客、居民、平台方等多重主体的共同价值主张。可见，信息对称、要素配套和价值共创三种服务模式既按旅游者的旅游活动规律渐次产生，由低级向高级逐次演进，同时也相互交织出现并服务于某一具体旅游场景，故三种服务模式相互助力并协同演进。

系统演进规律。基于共享平台的全域旅游系统演进呈现自组织运行和协同升级的规律。一方面，全域旅游具有复杂系统特征，经历从低级无序向高级有序的动态演化过程，呈现出自组织运行规律。共享平台依靠平台自身强大的多边网络效应和完善的系统功能广泛吸纳异质性的功能节点并不断形成多样化的连接，呈现出创新的运行方式；同时随着平台连接节点不断增多，系统规模不断扩大，网络空间结构由简单到复杂、由零散无序到稳定有序，整体表征为由初级到高级的自组织运行规律。

另一方面，在共享平台支持下全域旅游服务系统中信息服务不断优化、资源供给不断丰富、服务价值不断提升，呈现出系统各要素协同升级的演进规律。首先在网络效应下全域旅游服务的各利益主体大量聚集、交互而持续产生海量数据，共享平台通过大数据汇聚、运算和人工智能分析能够生成向游客主动推送的个性化旅游信息并日趋精确化和智能化；其次，基于对游客共性和个性、显性和隐性需求的反复识别和深度挖掘，共享平台在信息和需求的双重牵引下广泛整合社会各类闲散的旅游资源以提供相配套的服务，不断丰富和创新资源要素的供给模式；最后，为顺应宏观环境、产业环境、需求的日益变化以及平台技术的不断升级，共享平台以服务主导逻辑为指导，持续优化平台服务结构、升级服务功能、扩展服务供需主体以充分释放共享价值，进而实现系统信息、要素、价值三者协同升级和系统整体循序渐进的可持续发展。

## 五、基于共享平台的全域旅游服务模式构建

### （一）基于共享平台的全域旅游服务模式构建思路

遵从基于共享平台的全域旅游服务系统的本质特征、演进过程及规律，本文从信息、要素与价值三个维度分别构建三种创新型的全域旅游服务模式，分别是智能信息对称模式、多元要素匹配模式和服务价值共创模式。三种模式既逐次递进也相互交织，集中体现了旅游产业“信息对称”和“要素配套”的本质要求和“价值创造”的高级诉求，同时回应全域旅游中游客对个性化、整体性旅游解决方案的时代需求。全域旅游服务模式构建思路如图4所示。



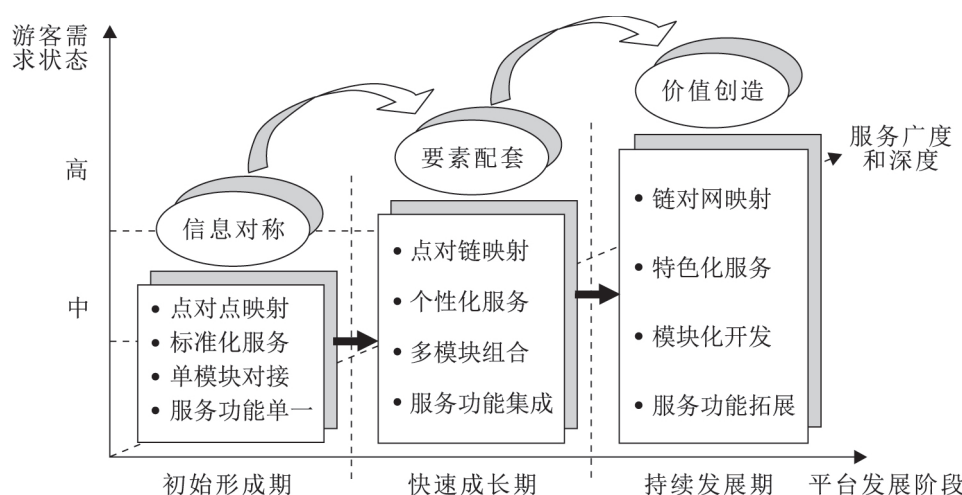


图4 基于共享平台的全域旅游服务模式构建思路

## （二）基于共享平台的全域旅游服务模式设计

### 1. 智能信息对称模式。

（1）智能信息对称模式内涵。传统的旅游模式中，旅行社通常会将旅游资源打包后整体推销给游客。随着互联网发展与应用，游客开始在线搜索、浏览和购买旅游产品和服务，可以根据行程预订酒店或机票等。虽然这种在线旅游模式在一定程度上拓宽了游客的信息获取渠道，但事实上仍存在信息不对称现象，常常出现价格不统一、行程与合同不一致、服务质量不达标等现象。共享经济模式下游客的主动权更大，信息获取渠道更加多样化。智能信息对称模式是指通过汇集、整合、分析、匹配等一系列信息手段，实现共享平台上旅游产品信息以及供需双方信息的高度共享和智能匹配，为游客高效提供全过程、全时空的信息服务，实现全域内的旅游信息化。

（2）智能信息对称模式内容。首先，共享平台拥有信息获取渠道多样、交易不受时空限制、大数据分析用户习惯和偏好等一系列的平台优势。游客可以在共享平台上享受便捷的信息查询服务、基于物联网和通讯技术的定位和导航服务、在线交流与评价服务、及时交易和保障服务以及产品智能推送服务等。

其次，由于共享平台上的产品和服务大多是由个人提供，游客不仅可以事先在平台上与资源提供者进行充分的交流，并根据自身的旅游需求和出行计划定制专属旅游方案，而且可以在旅游过程中与对方保持沟通，及时调整旅游方案，可以在旅游体验完成后进行评价和反馈，帮助提供方不断完善和改进现有服务。

最后，共享平台拥有健全的信息管理机制。供需双方认证机制可以确保彼此信息以及产品信息的真实性；动态定价机制可以根据市场情况进行合理的价格调整；用户的双向评价机制则能帮助供需双方更好地判断和选择交易对象。总之，这一系列的信息管理机制能帮助游客更加全面、对等地掌握各类旅游信息，促进交易的公平性，降低旅游投诉的发生率。

### 2. 多元要素匹配模式。

（1）多元要素匹配模式内涵。多元要素匹配模式是指个性化的游客需求和非标准化的旅游供给通过共享平台实现多元匹配和精准对接。“多元”体现为这种匹配不仅要包括“食住行游购娱”等旅游基本要素，还应包括“商养学闲情奇”等旅游拓展要素，进而为游客提供全域化旅游环境和全方位的出游体验，并以旅游业为依托促进社会各行业的互联互通和协同发展，最终形成全要素、全行业共同参与的全域旅游发展模式。

(2) 多元要素匹配模式内容。基于旅游基本要素和旅游拓展要素的划分，多元要素匹配模式包含了两种具体的服务模式，分别为基本要素的共享模式和拓展要素的共享模式。

① 首先在基本要素方面，共享经济目前对“食、住、行、游”四个要素的影响较明显<sup>[29]</sup>。近年来各种共享平台的出现促进了“团餐+酒店+旅游大巴+景区+导游”的传统链式服务模式向住房共享、出行共享、美食共享、出游共享等多维立体式服务模式的转型升级（如图5所示）。

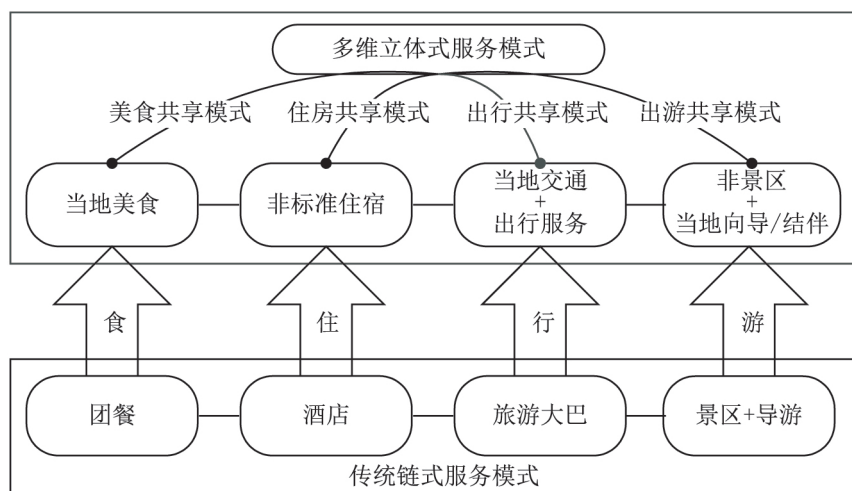


图5 基本要素的共享模式

a) 美食共享模式。如今游客对吃有着多样性的需求，吃的痛点早已不在“饿”上，而是进化到了“馋”。除了景点小吃与街边饭店，游客更希望走入市井深处或当地居民家中，吃到最真实的当地特色美食。目前我国的美食共享平台数量众多且服务模式多样，如家厨共享模式的“回家吃饭”、“妈妈的菜”，私厨上门模式的“爱大厨”、“好厨师”以及拼桌饭局模式的“咿咪厨房”等。美食共享模式既可以激活当地闲置的厨房和厨师资源，也可以让游客在点餐的基础上实现个性化延伸，品尝当地的家常菜和特色小吃。此外，这种味蕾上的交流还具有因食而识的社交特性。通过一次美食分享经历，游客还能结识更多的食客和当地居民，彼此分享与学习厨艺。

b) 住房共享模式。随着对传统酒店标准化住宿服务的逐渐厌倦，越来越多的游客开始追求个性化的入住体验。Airbnb、途家、小猪、榛果民宿等短租平台集聚了各地大量的闲置房源，更好地帮助游客应对旅游的季节性问题；同时也整合了一些特色房源，如窑洞、四合院、花园洋房、森林木屋等。通过在短租平台上预定民宿，游客可以更近距离地接触和体验旅游地的风土人情与生活习俗，满足更高层次的社交、文化等精神需求。

c) 出行共享模式。共享经济对“行”的影响最明显。在旅游地，游客既可以选择滴滴出行、首汽约车、曹操专车等打车平台提供的网约车服务，也可以在宝驾出行、一嗨租车、轻享出行等租车平台租用当地车主发布的闲置车辆或新能源共享汽车。当目标地点距离较近时，游客还可以选择使用分时租赁的共享单车。出行共享模式迎合了“低碳出行”的社会理念，在一定程度上缓解了旅游地的交通压力，还可以给游客带来多元化的出行选择，使游客能够灵活安排行程，大大缩短等候时间。

d) 出游共享模式。随着自由行的比例逐年攀升，近年来国内出现了一些能够为游客提供结伴出行服务的平台，如拼途网、捡人网等。同时，许多综合性的大型旅游平台也相继推出了该类服务，如去哪儿网的“去哪儿当地人”专栏，马蜂窝、携程、穷游网的“结伴”专栏等。游客可以在

此类平台上找到同行的伴侣, 一起分担旅游开销、分享旅游体验。除此之外, 当前还有一些为游客和当地向导(私人导游)提供对接服务的平台, 如陪伴玩、丸子地球、鲜旅客等。游客可以根据自身的兴趣偏好在该类平台上选择不同职业、专长和风格的旅游向导。在向导的陪同下, 游客除了去一些常规的旅游景区, 也可以去一些当地的特色街区, 或是体验当地的特色活动, 更深地领略整座城市的文化和风俗。

②其次, 在旅游拓展要素方面, 随着游客出游方式的转变和出游时间的延长, 旅游目的地的任何要素都可能成为游客的兴趣点。这一态势就迫使旅游发展要突破现有要素的框架限制, 结合旅游拓展要素进行供给方式创新。因此, 可以依托共享平台打造全要素供给网络, 通过实现在日常物品、健身空间、生活服务以及知识技能等领域的共享, 推动“闲”、“养”、“学”、“情”等拓展要素的供给由难至简、从特殊到一般、从小批量到规模化的转变, 逐步实现全要素旅游供给的广泛性(如图6所示)。

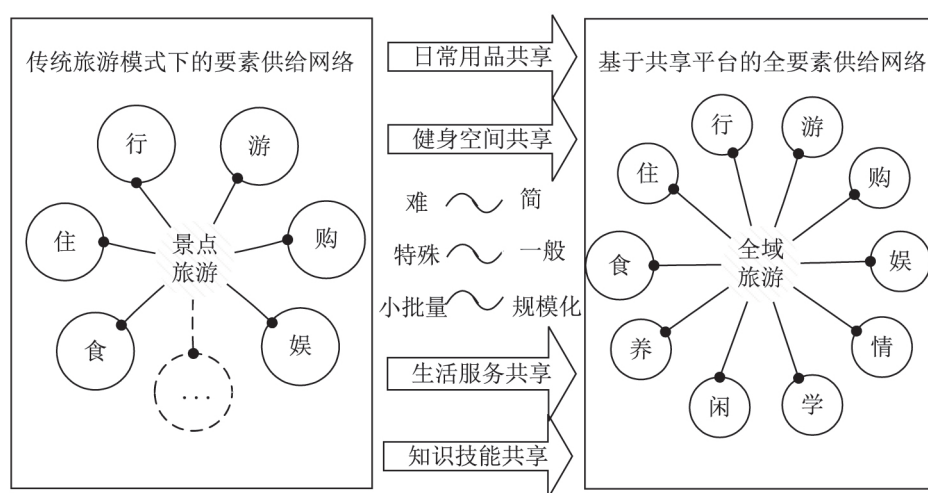


图6 拓展要素的共享模式

a) 日常物品共享模式。随着大众休闲时代到来, 我国旅游业正迈入旅居时代, 最典型的特征就是游客即居民, 游客像居民一样在此地“休养生息、生产劳作”<sup>[30]</sup>。然而, 游客想达到旅居状态, 就必须在当地消费生活物品, 将因此而承受巨大的生活成本。因此, 共享某些日常物品的生活方式可以大大节省游客的生活开支。比如一些不方便携带或临时需要的物品, 游客既可以选择临时租赁, 也可以选择二手交易, 待用完后再度转让。目前, 国内的闲置物品共享平台有闲鱼、转转、瓜子网、弄一下、爱回收等。闲置物品的共享模式可以提高物品的利用效率, 响应社会低碳生活的号召。更重要的是, 在物品传递过程中人与人通过物品所寄托的情感价值会放大, “情”的价值将远大于物品本身的经济价值。游客在一次面对面的交易中不仅需求得到了满足, 而且能收获朋友。

b) 健身空间共享模式。由于旅游活动需要具备一定的身体素质, 健康成为旅游以及各类娱乐活动的前提条件。共享经济衍生出了多种的空间共享形态, 不仅有住房、停车位、办公空间等, 还包括健身空间。健身空间的共享模式迎合了游客对拓展要素“养”的需求, 让游客能够便捷地参与到运动休闲和健身养生当中。目前, 国内的健身空间共享模式大致分两种, 一种是共享公共的体育场所, 如“趣运动”、“球友圈”和“动网体育”等平台能够为用户提供羽毛球、篮球等运动场馆的在线查询和预订服务, 并倡导以“球”会友和积极向上的运动生活理念。另一种是共享健身仓, 如“趣跑吧”、“觅跑”、“公园盒子”等。这类平台以更灵活、更划算的消费模式打破了健身房办卡消

费的传统模式,开启了“五分钟运动圈”市场,可以帮助游客把零碎的时间变得有意义,在享受吃喝玩乐的同时能方便地参与到运动休闲和健身养生中去。

c) 生活服务共享模式。随着共享经济触角不断延伸,共享经济已经渗透融入到日常生活的方方面面。在生活服务方面,有关家政、美业、修理、跑腿、排队、配送等服务众包平台在服务需求者和拥有闲置时间的个体间搭建了便捷的桥梁,该类平台有猪八戒网、河狸家、蜗蜗生活、任务兔等。在旅游目的地,游客对周边设施和服务商家普遍陌生,该类平台使得游客能像在淘宝购物一般便捷地购买当地的个性化生活服务。

d) 知识技能共享模式。学作为拓展要素之一,在游客心中占据了越来越重要的地位。在目的地学习得来的知识技能将会是游客旅途中更为宝贵的收获。目前该类型平台有在行、教我吧、分答、知乎 live、喜马拉雅 FM 等,大量顶尖的达人汇聚于此,在业余时间为用户提供知识技能的学习服务。对于游客而言,这些平台就如同共享经济背景下的社会大学,把游客的研学、休闲及兴趣爱好结合起来。游客既能约见同地区行家进行线下一对一的技能教学,也能选择在线提问的方式,更深入地了解关注的事物,实现寓学于游。

### 3. 服务价值共创模式。

(1) 服务价值共创模式内涵。“服务价值共创模式”是指在全域旅游系统内不仅要形成信息闭环和要素闭环,而且要借助共享平台形成价值闭环,满足游客、产品及服务供给方、第三方共享平台等多主体的多重价值主张,让旅游业真正成为全民参与、主客共享的幸福产业,实现旅游服务价值的共同创造。

(2) 服务价值共创模式内容。服务主导逻辑下的价值共创理论认为企业不能单独创造价值,提出顾客通过投入智力、体力等资源参与企业的生产过程,在完成自身价值感知和获取的同时与企业合作式地创造价值<sup>[31]</sup>。Constantin<sup>[32](P20-22)</sup>将资源划分为对象性资源和操作性资源,前者指自然资源等有形资源,在生产中常处于被动地位;后者主要包括知识技能等无形资源,在生产中常占据主动地位。在旅游服务方面,可以将游客投入的知识、技能、精力等操作性资源看作精神投入,将工具、设备、金钱等对象性资源看作实体投入,二者的本质是价值交换。游客在旅途中通过投入自身知识、技能等与企业共同创造旅游服务的使用价值,并获得功能、社会及心理价值<sup>[33]</sup>。

在共享经济下,价值共创的涵义有了进一步的升华。首先是共创场景的变化,共享经济依托于崭新的价值创造平台,不再受企业内部流程的掌控。其次是共创主体的变化,原来的共创主体是呈垂直型互动的企业和用户,而共享经济下共创主体呈现“用户—平台—用户”的水平互动。最后是共创内容的变化,由于共享经济强化使用权而弱化所有权,交换价值在双方互动中上升为共享价值;使用价值方面,除了利用闲置资源创造经济性价值外,游客可以与供应方合作交流,建立友谊与信任,也可以与其他游客分享旅游信息和心得体会,创造更多的非经济性价值,拓展使用价值的维度。可以看出,共享经济下的价值共创模式也契合了社会化共创理论的思想。所谓社会化共创,是指由企业提供价值共创平台,广大用户利用盈余资源,通过平台持续、动态地共同创造经济或非经济价值<sup>[34]</sup>。

本文通过分析共享经济背景下价值共创的新变化,构建基于共享平台的旅游服务价值共创模式(如图7所示)。

在价值共创的整个流程中,最为关键的就是当地居民的参与。因此各地区设计旅游产品时要从居民和游客双重角度入手,通过营造健康时尚、自由惬意的生活环境,逐渐提升居民的满足感和归属感,从而激发居民主动参与旅游服务的热情和积极性。此外,为了尽快促成服务热情向服务产品的直接转化,引导居民充分发掘共享平台的价值,政府和企业应共同宣传共享消费的生活理念,积极搭建服务体系完善的本土化平台,鼓励居民共享自身的闲置资源和时间,在交通、住宿、餐饮、



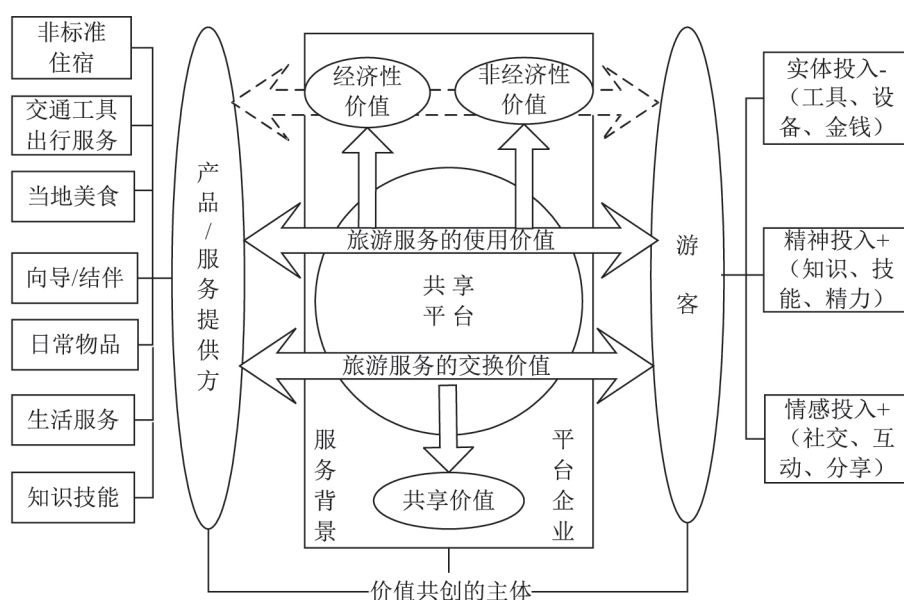


图7 基于共享平台的旅游服务价值共创模式

导游陪同、休闲娱乐等各环节与游客全面接触和互动。由于这种互动不仅体现在交易上，还体现在社交、心理等方面，所以在满足游客体验诉求和居民经济诉求的同时，还能创造出非经济价值，满足双方更高层次的情感诉求，以构成完整的价值闭环，最终形成游客、居民和共享平台三方共同创造旅游服务价值的局面。

## 六、结 论

1. 旅游业被认为是区域经济结构性改革和增长的重要驱动力，而全域旅游则是旅游产业升级和价值提升的重要发展模式。本文紧紧把握平台经济和共享经济发展的这一现实背景，基于对相关文献的全面整理和评述提炼当前的研究不足，进而得出本文的研究重点、逻辑关系以及理论和实践意义。

2. 本文解析了共享平台的运行模式，探析了共享平台与全域旅游二者的耦合关系。在此基础上，将共享平台视为主导整个全域旅游服务系统运行的序参量，揭示了全域旅游服务系统中信息、要素和价值三者依托共享平台的协同演进机理，然后据此设计全域旅游智能信息对称、多元要素匹配和服务价值共创三种服务模式，有助于解决旅游产业“信息对称”和“要素配套”的核心问题，实现价值创造的最终目标，真正形成“需求—产品—交易—服务—分享”完整的旅游闭环，推动全域旅游向更高层次持续演进和创新发展。

3. 在理论贡献上，本文基于企业战略管理的基本理论和方法设计全域旅游服务模式，丰富了战略管理的理论体系；在研究贡献方面，本文在弥补全域旅游当前研究不足的同时，也将共享经济与网络平台的研究边界进一步拓展到旅游产业研究领域，促进了多领域、跨学科交流和融合；在实践启示方面，提出的全域旅游服务模式可为新时期我国旅游产业结构优化、产业政策制定以及产业创新实践提供重要的理论依据和实践指导。

4. 随着信息技术不断进步，后续还有很多领域可以深入探讨。例如，数字化和人工智能技术将在身份核验、辅助决策、风险防控、安全监管等方面发挥更加重要的作用，进一步丰富共享平台

游客的服务体验;区块链技术的创新应用将进一步健全共享平台的社会信任体系和信用保障体系,增强全域旅游各节点的信用传递。因此,在未来共享经济与旅游业会产生更大的共鸣、创造出更大的经济价值与社会价值,这些都需要进行跟踪分析和开展进一步的研究。

### 参考文献

- [1] 李金早. 从景点旅游走向全域旅游,努力开创我国“十三五”旅游发展新局面[EB/OL]. [http://www.xinhuanet.com/travel/2016-01/29/c\\_128683893.htm](http://www.xinhuanet.com/travel/2016-01/29/c_128683893.htm), 2016-01-29.
- [2] 厉新建,张凌云,崔莉. 全域旅游:建设世界一流旅游目的地的理念创新——以北京为例[J]. 人文地理, 2013(3).
- [3] 周永博,沈敏,吴建. 迈向优质旅游:全域旅游供需错配及其治理——苏州吴江案例研究[J]. 旅游学刊, 2018(6).
- [4] Chesbrough, H., R. S. Rosenbloom. The role of the business model in capturing value from innovation: Evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies[J]. *Industrial and Corporate Change*, 2002(3).
- [5] 张辉,岳燕祥. 全域旅游的理性思考[J]. 旅游学刊, 2016(9).
- [6] 吴海燕. 以智慧旅游视野发展全域旅游的理论和实践[J]. 经济问题探索, 2018(8).
- [7] 杨振之. 全域旅游的内涵及其发展阶段[J]. 旅游学刊, 2016(12).
- [8] 李君轶,高慧君. 信息化视角下的全域旅游[J]. 旅游学刊, 2016(9).
- [9] 徐晋. 平台经济学(修订版)[M]. 上海:上海交通大学出版社, 2013.
- [10] Shriver, S. K., H. S. Nair, R. Hofstetter. Social ties and user-generated content: Evidence from an online social network[J]. *Management Science*, 2013(6).
- [11] 刘家明. 双边平台战略研究综述[J]. 江苏商论, 2016(1).
- [12] 李雷,简兆权,张鲁艳. 服务主导逻辑产生原因、核心观点探析与未来研究展望[J]. 外国经济与管理, 2013(4).
- [13] Rochet, J. C., J. Tirole. Platform competition in two-sided markets[J]. *Journal of the European Economic Association*, 2003(4).
- [14] Bullock, C., F. Brereton, S. Bailey. The economic contribution of public bike-share to the sustainability and efficient functioning of cities[J]. *Sustainable Cities & Society*, 2017(28).
- [15] Dogru, T., M. Mody, C. Suess, et al. Airbnb 2.0: Is it a sharing economy platform or a lodging corporation? [J]. *Tourism Management*, 2020, 78.
- [16] 杨学成,涂科. 出行共享中的用户价值共创机理——基于优步的案例研究[J]. 管理世界, 2017(8).
- [17] Navío-Marco, J., L. M. Ruiz-Gómez, C. Sevilla-Sevilla. Progress in information technology and tourism management: 30 years on and 20 years after the internet—Revisiting Buhalis & Law's landmark study about e-tourism[J]. *Tourism Management*, 2018, 69.
- [18] Li, J., L. Xu, L. Tang, et al. Big data in tourism research: A literature review[J]. *Tourism Management*, 2018, 68.
- [19] Buhalis, D., R. Law. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of e-tourism research[J]. *Tourism management*, 2008(4).
- [20] Li, Y., C. Hu, C. Huang, et al. The concept of smart tourism in the context of tourism information services [J]. *Tourism Management*, 2017, 58.
- [21] 李菲菲,田剑. 在线旅游企业商业模式创新研究:以“同程旅游”为例[J]. 江苏科技大学学报(社会科学版), 2016(4).
- [22] 史灵歌,郑月月. 移动互联背景下在线旅游业商业模式类型与比较研究[J]. 曲阜师范大学学报(自然科学版), 2017(3).
- [23] 厉新建,马蕾,陈丽嘉. 全域旅游发展:逻辑与重点[J]. 旅游学刊, 2016(9).
- [24] Dredge, D., S. Gyimthy. The collaborative economy and tourism: Critical perspectives, questionable claims



- and silenced voices[J]. *Tourism Recreation Research*, 2015(3).
- [25] Cohen, R., S. Havlin. *Complex Networks: Structure, Stability and Function* [M]. Cambridge University Press, 2010.
- [26] Boccaletti, S., V. Latora, Y. Moreno, et al. Complex networks: Structure and dynamics[J]. *Physics Reports*, 2006(424).
- [27] 王家骏. 旅游系统模型: 整体理解旅游的钥匙[J]. 无锡教育学院学报, 1999(1).
- [28] 李金早. 李金早提出新旅游发展六要素: 商养学闲情奇[EB/OL]. <http://roll.sohu.com/20150115/n407816594.shtml>, 2015-01-15.
- [29] 聂琳琳. 浅议共享经济对旅游业的影响[J]. 商场现代化, 2015(31).
- [30] 李晓雪, 赵亮. 浅析共享经济视角下全域旅游的发展趋势[J]. 当代经济, 2016(31).
- [31] Vargo, S. L., R. F. Lusch. Service Dominant Logic: Continuing the Evolution[J]. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2008(1).
- [32] Constantin J. A., R. F. Lusch. *Understanding Resource Management: How to Deploy Your People, Products, and Processes for Maximum Productivity* [M]. Burr Ridge: Irwin Professional Publishing, 1994.
- [33] 郑小云, 杨振之. 旅游服务价值共创研究——基于服务主导逻辑的视角[J]. 社会科学家, 2016(6).
- [34] 杨学成, 陶晓波. 从实体价值链、价值矩阵到柔性价值网——以小米公司的社会化价值共创为例[J]. 管理评论, 2015(7).

## Research on the Evolution Mechanism and Service Model of Comprehensive Tourism from the Perspective of Sharing Platform

XU An-feng, WANG Hong-qi, ZHAO Tian-yi

**Abstract:** As an important measure for the supply-side reform of China's tourism industry, comprehensive tourism is the development direction of the innovation-driven and coordinated promotion of tourism industry in the new era. In the context of the development of the platform economy and the sharing economy, innovation of tourism service model has become the key to the development of comprehensive tourism in China. Based on the analysis of the operation model of the sharing platform, this paper takes the coupling relationship between sharing platform and comprehensive tourism as the starting point, regards the sharing platform as the order parameter that dominates the whole comprehensive tourism service system, analyzes the evolution conditions, driving forces, process and law of the collaborative development of information, elements and value in the comprehensive tourism service system relying on sharing platforms, reveals the evolution mechanism and then constructs three innovative service models of intelligent information symmetry, multiple element matching, and service value co-creation. The study helps to realize the development philosophy of comprehensive tourism characterized by regional resource organic integration, industrial collaborative development and social co-construction and sharing, thus providing important theoretical reference and practical guidance for the structural optimization and innovative development of China's tourism industry in the new era.

**Key words:** sharing economy; sharing platform; comprehensive tourism; evolution mechanism; service model

(责任编辑 王开明)