

互联网经济在旅游业中的角色与影响

——以民宿平台Airbnb为例

胡丹梦

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2024年7月11日; 录用日期: 2024年10月10日; 发布日期: 2024年10月17日

摘要

随着互联网技术的飞速发展, 互联网经济正深刻改变着全球旅游业的面貌。本文以民宿平台Airbnb为例, 深入探讨了互联网经济在旅游业中的角色与影响。研究发现, 互联网经济不仅是信息传播与资源整合的枢纽, 还推动了商业模式的创新, 提升了用户体验, 促进了市场扩展与营销创新, 并提高了行业效率与可持续性。Airbnb通过其独特的C2C模式和全球网络, 为游客提供了多样化的住宿选择, 推动了旅游目的地地的拓展, 并对传统酒店业构成了挑战, 促使市场竞争格局发生改变。同时, Airbnb也深刻影响了消费者的住宿选择和消费决策过程, 推动了旅游体验的个性化与定制化。此外, Airbnb对旅游目的地社区产生了经济、社会和文化层面的积极影响, 促进了当地经济的增长、社区参与和文化交流。面对未来, 旅游业应进一步拥抱互联网经济, 加大在智能预订系统、个性化推荐算法和大数据分析等领域的投入与应用, 深化共享经济模式的应用, 加强与社交媒体和UGC内容的合作, 以推动旅游业的转型升级和高质量发展。

关键词

互联网经济, 旅游业, 民宿, Airbnb

The Role and Impact of the Digital Economy in the Tourism Industry

—A Case Study of the Homestay Platform Airbnb

Danmeng Hu

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Jul. 11th, 2024; accepted: Oct. 10th, 2024; published: Oct. 17th, 2024

Abstract

With the rapid development of Internet technology, the Internet economy is profoundly changing the landscape of the global tourism industry. This paper takes Airbnb, a home-sharing platform, as an example to delve into the role and impact of the Internet economy in the tourism industry. The study finds that the Internet economy serves as a pivotal hub for information dissemination and resource integration, while also driving innovation in business models, enhancing user experience, facilitating market expansion and marketing innovation, and improving industry efficiency and sustainability. Through its unique C2C (Consumer-to-Consumer) model and global network, Airbnb offers tourists a diverse range of accommodation options, drives the expansion of tourist destinations, and poses a challenge to the traditional hotel industry, thereby altering the competitive landscape of the market. Simultaneously, Airbnb profoundly influences consumers' accommodation choices and decision-making processes, promoting the personalization and customization of travel experiences. Furthermore, Airbnb exerts positive economic, social, and cultural impacts on destination communities, fostering local economic growth, community engagement, and cultural exchange. Looking ahead, the tourism industry should further embrace the Internet economy by increasing investments and applications in areas such as intelligent booking systems, personalized recommendation algorithms, and big data analysis. It should also deepen the application of the sharing economy model, strengthen collaboration with social media and UGC (User-Generated Content), and thereby propel the transformation, upgrading, and high-quality development of the tourism industry.

Keywords

Digital Economy, Tourism Industry, Homestay, Airbnb

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

随着互联网技术的飞速发展，互联网经济作为一种新兴的经济形态，正以前所未有的速度和规模改变着全球各行各业的面貌。在旅游业中，互联网经济的崛起尤为显著，它不仅重塑了旅游信息的传播方式，还深刻影响了旅游资源的整合与分配，推动了商业模式的创新与变革。作为这一变革的典型代表，民宿平台 Airbnb 凭借其独特的业务模式和全球影响力，成为了研究互联网经济在旅游业中作用的重要案例。本文旨在通过 Airbnb 的案例分析，深入探讨互联网经济如何促进旅游业的发展，并为旅游业的未来发展方向提供启示。

2. 互联网经济理论基础

互联网经济，作为一种新兴的经济形态，其定义可以概括为基于互联网技术，通过数字化手段进行商品和服务的生产、交易和分配的经济活动。它的核心要素包括用户参与、网络效应、数据驱动和平台化运营。

互联网经济对传统行业产生了显著的冲击，同时也带来了融合的机遇。它通过降低交易成本、打破信息壁垒、提供个性化服务等方式，改变了传统行业的运作模式。例如，在零售领域，电子商务的兴起改变了消费者的购物习惯，迫使实体店铺进行数字化转型。

数字经济时代，互联网强化了地区间的关联，引发了旅游业发展模式的系统性变革。首先，在线旅游平台通过提供便捷的预订服务，降低了游客的搜索和预订成本。其次，通过用户评价系统，增强了旅游服务的透明度和可信度。再次，利用大数据分析，旅游平台能够更精准地满足游客的个性化需求，提供定制化的旅游产品和服务。此外，社交媒体和 UGC 内容的兴起，使得旅游营销更加多元化和互动化。

互联网经济还促进了旅游业的创新和多样化发展。互联网经济的发展为民宿带来了契机，使得民宿向更为科学的方向发展，同时民宿的迅速发展也拓宽了互联网经济的内涵，双方之间是一种相互促进的关系[1]。Airbnb 等民宿平台的兴起，不仅为游客提供了更加丰富和个性化的住宿选择，也促进了当地经济的发展，带动了相关产业链的增长。这推动了旅游业的可持续发展，通过在线预订和智能管理等方式，提高了资源的利用效率。

3. Airbnb 平台概述

Airbnb 是一个革命性的在线短租平台，由布莱恩·切斯基和乔·格比亚在 2007 年创立于美国旧金山。创立初期，Airbnb 仅是一个简单的信息撮合平台，帮助个人房东和背包旅客进行交易，其收入来源于向双方收取的预订费。随着时间的推移，Airbnb 逐渐发展成为一个全球性的共享经济巨头，其业务模式基于轻资产运营策略和互联网技术的巧妙应用，通过创新的信息撮合为用户提供个性化服务。

Airbnb 的业务模式是典型的点对点平台商业模式，利用双边网络效应来增加用户基础和市场影响力。平台通过向客人收取预订金额的 5% 至 15% 作为服务费，而房东的佣金一般为 3%。2023 年，Airbnb 通过该平台产生了近 10 亿美元的服务费，总预订价值超过 73 亿美元。此外，Airbnb 还推出了“弹性搜索”、“智能定价”和“闪订”等创新功能，以提高用户体验和房东的运营效率。

在全球旅游业中，Airbnb 的地位和影响力日益显著。它不仅改变了人们旅行住宿的方式，还对传统酒店业产生了深远的影响。Airbnb 的房源遍布全球，提供了从城市公寓到乡村小屋的多样化选择，满足了不同旅行者的需求。

4. 互联网经济在旅游业中的角色

互联网经济在旅游业中扮演着至关重要的角色，它不仅改变了信息的传播方式和资源的整合模式，还推动了商业模式的创新，进而提升了用户的整体旅游体验。同时，作为社会交换的载体，互联网对旅游业的技术性嵌入，使数据作为关键要素参与到价值创造中，对旅游经济增长产生了重要影响[2]。

4.1. 信息传播与资源整合的枢纽

互联网通过在线平台汇集了海量的旅游信息，包括但不限于航班、酒店、景点、餐饮和娱乐活动的详情。这些平台不仅提供了丰富的信息，还通过搜索引擎和过滤功能，帮助用户快速找到符合需求的旅游产品和服务。同时，它们也促进了旅游资源的全球化整合，使得偏远或新兴的旅游目的地能够被更多人发现和了解。

4.2. 商业模式创新的催化剂

互联网经济激发了旅游业内的商业模式创新，最显著的是共享经济模式的兴起。Airbnb、Uber 和其它类似平台打破了传统旅游业的界限，让个人能够成为服务提供商，直接对接消费者，创造了全新的收入来源和旅游体验。这种去中介化的过程提高了行业的效率，降低了成本，同时也为消费者提供了更多样化、更具个性化的选择。

4.3. 用户体验的革命者

借助大数据分析、人工智能、虚拟现实等前沿技术，互联网经济显著提升了旅游体验。个性化推荐

系统能够根据用户的兴趣和历史行为提供定制化的旅游方案；智能导览和虚拟旅游应用让远程预览和规划行程成为可能；在线支付和即时通讯工具简化了交易流程，增强了安全性。这些技术的应用使得旅游过程更加便捷、舒适和个性化。

4.4. 市场扩展与营销创新的推手

互联网经济扩大了旅游市场的边界，使得小众目的地和特色旅游产品能够触达全球受众。社交媒体、内容营销和在线广告等数字营销工具，为旅游业提供了前所未有的宣传渠道，企业能够精准定位目标群体，进行有效推广。同时，用户生成的内容，如游记、评价和照片分享，也成为了一种口碑营销的形式，影响着潜在游客的决策。

4.5. 行业效率与可持续性的促进者

互联网技术优化了供应链管理，提高了旅游业的运营效率。例如，库存管理、预订系统和数据分析工具帮助旅游企业更好地预测需求，减少浪费。此外，互联网经济也促进了旅游业的可持续发展，通过推广绿色出行、环保住宿和生态旅游项目，引导消费者和企业关注环境保护，实现经济效益与社会价值的双赢。

5. Airbnb 对旅游业市场结构的影响

Airbnb 对旅游业市场结构产生了显著影响，主要体现在旅游住宿市场的变革、旅游目的地的拓展。

5.1. 房源供应的多样化

在创始阶段，Airbnb 团队提出“Living like a local” [3]的经营理念，确定了其与传统酒店住宿行业的分野。Airbnb 通过 C2C (消费者对消费者)的模式，为游客提供了丰富的住宿选择，包括独立房间、整套公寓、别墅等，打破了传统酒店业的单一供应模式。这种模式使得房源数量迅速增长，满足了不同游客的个性化需求。Airbnb 已覆盖全球超过 500 万套房源，覆盖 191 个国家或地区。

5.2. 市场竞争格局的改变

Guttag [4]对芝加哥、蒙特利尔、里约热内卢、旧金山、悉尼、威尼斯六个城市的 Airbnb 与酒店、旅馆价格进行了统计分析，发现六个城市的 Airbnb 住宿费用都处于较低水平。Airbnb 的崛起对传统酒店业构成了挑战，尤其是在中低端市场[5]。游客可以通过 Airbnb 找到价格更为亲民且体验独特的住宿方式。这种竞争促使传统酒店业不得不调整策略，包括提升服务质量、降低价格或开发新产品以应对市场变化。

5.3. 旅游目的地的拓展

Airbnb 作为全球领先的短租平台，其房源网络之广泛，远远超越了传统酒店行业的边界，触及了许多传统酒店难以企及的地域，尤其是那些风景如画却相对偏远的乡村、历史久而独具韵味的古镇，以及自然风光旖旎的偏远山区和海岛。这些地区，往往蕴藏着丰富的文化遗产、未被过度商业化的自然景观以及独特的地方风情，却因地理位置偏远或基础设施限制，在过去难以吸引大量游客驻足。

然而，Airbnb 的出现彻底改变了这一现状。它不仅为旅行者提供了多样化、个性化的住宿选择，更重要的是，它将这些偏远而迷人的地区直接连接到了全球旅游市场的版图上。通过 Airbnb，游客可以轻松预订到位于这些特色地区的房源，无论是体验地道的农家生活、漫步在古镇的青石板路上，还是沉浸于宁静的海边小屋中，都能感受到前所未有的旅行体验。

6. Airbnb 对消费者行为的影响

Airbnb 作为一个创新的共享经济平台，深刻影响了消费者的住宿选择、体验个性化及旅游消费决策过程。

6.1. Airbnb 改变了消费者的住宿选择

根据 Steven Kent 和他的团队对美国 2000 名旅行消费者的调查，一旦消费者开始使用 Airbnb，他们对传统酒店的偏好可能会显著降低。数据显示，如果人们在过去五年里一直使用 P2P 住宿，他们更喜欢传统酒店的可能性将从 79% 降到 40%。这表明 Airbnb 为消费者提供了传统酒店之外的新选择，而且这种选择一旦被采纳，往往会转变为偏好。

6.2. Airbnb 推动了用户体验的个性化与定制化

Airbnb 平台提供的住宿多样性，让旅行者能够根据自己的喜好选择不同类型的住宿，从而获得更加个性化的旅行体验。例如，Airbnb 的房源包括城市公寓、乡村小屋甚至城堡，满足了不同消费者的需求。此外，Airbnb 推出的体验(Experience)项目，允许旅行者参与到个性化、非传统的旅游项目中，如美食之旅或手工艺课程，进一步丰富了旅游体验。

6.3. Airbnb 促进了旅游消费决策过程的网络化

随着互联网技术的发展，消费者越来越多地依赖在线信息和评价来做出旅游消费决策。Airbnb 平台上的房东描述、房间照片、用户评价等信息，对消费者的购买行为有显著影响。研究发现，房东的描述策略，如诚实描述和积极描述，对客房预订和消费者满意度产生积极影响。此外，平台的推荐、供应商验证信息以及供应商的响应率和响应速度，也会增强消费者的购买意愿。

7. Airbnb 对旅游目的地社区的影响

Airbnb 对旅游目的地社区的影响是多方面的，包括经济、社会和文化等各个层面。

经济层面上，2024 年，Airbnb 的第一季度财报显示，净利润同比翻倍，达到了 2.64 亿美元的新纪录，这表明 Airbnb 的业务在持续增长，对全球旅游市场产生了积极影响。特别是，Airbnb 在亚太地区的表现强劲，这在很大程度上得益于中国市场的开放和出境游需求的大幅增长。2023 年第三季度，亚太地区的住宿间夜量与 2019 年同期相比增长了 23% [6]，这表明 Airbnb 在推动地区旅游经济方面发挥了重要作用。再者，互联网不仅有利于本地旅游经济增长，而且也具有正向空间溢出效应，带动周边地区的经济增长[7]。

社会层面上，Airbnb 促进了社区参与和可持续发展的实践。中国旅游研究院与 Airbnb 联合发布的《中国分享住宿消费趋势报告 2017》[8]指出，共享经济模式通过合理利用闲置房源，不仅解决了住房问题，还拉动了直接就业，使上百万房东受益。此外，Airbnb 房东通过分享住宿场所，对社区的交流方式产生了积极的影响，83%的房客希望在旅游过程中像当地人那样生活，这有助于推动社区的可持续发展。Airbnb 一直致力于拓展原有的旅行住宿的边界，希望通过房东和房客的互动、组织当地特色活动、承担社会责任等方式，将 Airbnb 平台社区化地运作，这是传统酒店行业难以做到的[5]。

文化层面上，Airbnb 通过提供深入当地生活的住宿体验，促进了文化交流与地方身份的塑造。Airbnb 发布的 2021 年旅行趋势显示[9]，“有意义的旅行”成为主流，这表明旅行者越来越倾向于通过住宿体验当地文化和生活方式。同时，Airbnb 平台上的体验项目，如美食之旅或手工艺课程，为游客提供了参与当地文化活动的机会，加深了对目的地文化的理解。

然而，Airbnb 对旅游目的地社区的影响并非全然积极。一些研究表明，Airbnb 可能会对当地社区造

成负面影响，如房价上涨、社区过度商业化等。但总体来看，Airbnb 通过促进经济贡献、社区参与和文化交流，对旅游目的地社区产生了积极的影响，并推动了可持续发展的实践。未来，Airbnb 需要继续探索如何更好地平衡商业利益与社区利益，以实现共赢。

8. 结论与建议

互联网经济的兴起和深入发展，为旅游业带来了前所未有的变革和机遇。互联网经济在旅游业中扮演着至关重要的角色，它不仅是信息传播与资源整合的枢纽，更是商业模式创新的催化剂和用户体验的革命者。以 Airbnb 为代表的民宿平台，正是这股浪潮中的佼佼者，它们巧妙地将互联网技术与旅游住宿服务相结合，不仅为游客提供了超越传统酒店范畴的个性化、本土化住宿体验，还极大地促进了旅游目的地的经济多元化发展，激活了当地社区的经济潜力，形成了旅游产业链上下游的良性互动与循环。

面对未来，随着 5G、人工智能、大数据、云计算等前沿技术的快速发展，互联网经济在旅游业中的应用将更加深入和广泛。基于上述对互联网经济在旅游业中角色与影响的深入分析，特别是以 Airbnb 为例的探讨，建议旅游业在未来发展中应进一步拥抱互联网经济，将其视为转型升级和高质量发展的关键引擎。首先，加大在智能预订系统、个性化推荐算法以及大数据分析等前沿技术领域的投入与应用，是实现这一目标的重要路径。通过智能化预订平台，游客可以享受到更加便捷、高效的预订流程；而基于大数据分析的个性化推荐系统，则能精准捕捉游客需求，为其量身定制旅行计划，进一步提升旅行的满意度与忠诚度。同时，深化共享经济模式在旅游业的应用，是释放旅游资源潜力、促进资源优化配置的关键所在。鼓励和支持更多像 Airbnb 这样的共享经济平台发展，不仅能够丰富旅游产品的供给形态，满足游客多元化、个性化的需求，还能有效缓解旅游旺季时的住宿紧张问题，促进旅游市场的供需平衡。此外，加强与社交媒体和 UGC(用户生成内容)的合作，也是旅游业提升品牌影响力、拓宽营销渠道的重要手段。社交媒体作为当代人信息交流的主要渠道之一，拥有庞大的用户群体和高度活跃的社区氛围。通过与社交媒体平台的深度合作，旅游业可以更加直接地触达潜在游客，利用 UGC 内容的真实性和感染力，增强游客对旅游目的地的兴趣与向往，从而提升旅游产品的吸引力和市场竞争力。

综上所述，互联网经济在旅游业中的作用日益凸显，为行业的转型升级和高质量发展提供了强大动力。未来，旅游业应继续深化与互联网经济的融合，强化技术创新与数据驱动，以更加开放、包容的姿态迎接新的发展机遇，共同推动旅游业的繁荣与可持续发展。

参考文献

- [1] 杨熠. 互联网经济背景下民宿经营管理探讨[J]. 现代营销(下旬刊), 2020(2): 106-107.
- [2] 孙黎, 许唯聪. 数字经济对地区全球价值链嵌入的影响——基于空间溢出效应视角的分析[J]. 经济管理, 2021, 43(11): 16-34.
- [3] Largest Airbnb Campaign to Date Tells Travelers to Live Like a Local. <https://www.lbbonline.com/news/largest-airbnb-campaign-to-date-tells-travellers-to-live-like-a-local/>
- [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] 王芊滋. 颠覆式创新的实践之路——以 Airbnb 为例[J]. 现代商业, 2022(13): 18-21.
- [6] Airbnb 最新财报: Q3 收入涨 18%, 亚太全面复苏, 中国出境游贡献大[EB/OL]. <https://www.traveldaily.cn/article/177593>, 2023-11-02.
- [7] 刘震, 杨勇, 睦霞芸. 互联网发展、市场活力激发与旅游经济增长——基于空间溢出视角的分析[J]. 旅游科学, 2022, 36(2): 17-43.
- [8] 中国旅游研究院与 Airbnb 爱彼迎联合发布中国分享住宿消费趋势报告 2017——出境消费市场[EB/OL]. 中国旅游研究院. <https://ctaweb.org.cn/>
- [9] Airbnb 爱彼迎发布 2021 年旅行趋势——“有意义的旅行”成主流, 国内短途至长途游需求将逐步释放[EB/OL]. <https://www.traveldaily.cn/article/144049>, 2021-03-17.