

构建共享经济中线下交易信任的理论模型 ——以共享停车为例

周雨秋, 车冰艳, 何胜学

上海理工大学管理学院, 上海

收稿日期: 2025年12月12日; 录用日期: 2025年12月25日; 发布日期: 2025年12月31日

摘要

共享停车作为共享经济在线下重资产领域的重要应用, 其发展受制于用户对线下交易风险的担忧与信任缺失。现有研究多直接套用线上信任或技术采纳理论, 缺乏针对“线下实体托付”这一特殊情境的系统性理论框架。为此, 本研究采用理论构建方法, 旨在提出一个整合性的“共享停车信任采纳整合模型”。该模型首次系统阐明了: 平台如何通过硬性保障信号与软性社区信号差异化地构建用户的制度信任与社区信任, 并降低其多维感知风险; 同时, 模型引入了交易价值感知与用户调节焦点作为关键的调节变量, 揭示了信任与风险如何在与具体情境的互动中动态影响用户意愿。本文的理论贡献在于, 通过整合与情境化现有理论, 为理解共享经济中的复杂线下信任问题提供了一个动态、权变的分析范式。实践上, 研究为共享停车平台设计了差异化的信任构建战略, 并为更广泛的O2O型共享经济实践提供了关键的管理启示。

关键词

共享停车, 信任构建, 感知风险, 理论模型, 共享经济

Constructing a Theoretical Model for Offline Transaction Trust in the Sharing Economy —A Case Study of Shared Parking

Yuqiu Zhou, Bingyan Che, Shengxue He

Business School, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai

Received: December 12, 2025; accepted: December 25, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

As an important application of the sharing economy in the offline heavy-asset domain, the development

文章引用: 周雨秋, 车冰艳, 何胜学. 构建共享经济中线下交易信任的理论模型[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 6740-6747. DOI: 10.12677/ecl.2025.14124669

of shared parking is constrained by users' concerns over offline transaction risks and a lack of trust. Existing research often directly applies theories of online trust or technology adoption, lacking a systematic theoretical framework tailored to the specific context of "offline physical asset entrustment". To address this gap, this study employs a theory-building approach to propose an integrated "Shared Parking Trust and Adoption Model". For the first time, this model systematically clarifies: how platforms differentially build users' institutional trust and community trust through hard assurance signals and soft community signals, thereby reducing their multidimensional perceived risk; simultaneously, the model introduces perceived transaction value and user regulatory focus as key moderating variables, revealing how trust and risk dynamically influence user intention through interaction with specific contexts. The theoretical contribution of this paper lies in providing a dynamic, contingent analytical paradigm for understanding complex offline trust issues in the sharing economy, achieved through the integration and contextualization of existing theories. In practice, the research designs differentiated trust-building strategies for shared parking platforms and offers crucial management insights for broader O2O sharing economy practices.

Keywords

Shared Parking, Trust Building, Perceived Risk, Theoretical Model, Sharing Economy

Copyright © 2025 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

共享停车作为一种通过数字平台匹配车位供需的创新模式，被视为缓解城市停车难题的有效方案。然而，其市场推广远未达到预期，凸显出一个核心矛盾：一个在技术上可行、经济上合理的商业模式，在实践中却面临用户采纳瓶颈。其根本症结在于，共享停车并非单纯的线上交易，其价值实现依赖于“线下重资产托付”——用户需将车辆停放于陌生人的私有空间。这一过程涉及财产、安全与履约等多重现实风险，使得信任，特别是支撑线下陌生交易的信任，成为阻碍其发展的关键障碍。现有理论在解释这一困境时呈现明显局限。主流研究或依赖技术接受模型，过于关注功能效用而低估了风险感知的抑制作用；或直接移植电子商务中的线上信任理论，未能充分考量线下实体交互带来的复杂性和执行缺口。共享停车领域的研究则多聚焦于技术优化与商业模式，缺乏从用户行为心理层面深入剖析信任构建机制的整合性理论框架。这种理论上的“情境脱嵌”，导致我们对用户如何评估风险、建立信任并最终作出决策的理解仍存在盲区。

为此，本研究旨在进行一项理论构建研究。我们以共享停车为典型情境，致力于构建一个整合性的理论模型，以系统揭示从平台信任信号设计到用户采纳行为之间的复杂心理路径与边界条件。本文的贡献在于：第一，整合与深化现有信任与采纳理论，提出一个专为“线下重资产共享”情境设计的分析框架；第二，识别并界定该情境下的关键构念(如线下专属风险、硬性与软性信任信号)；第三，推演出系列可检验的命题，为后续实证研究奠定基础。本研究不仅为共享停车平台的信任战略设计提供理论指引，也为更广泛的O2O型共享经济发展提供了重要的理论透镜。

2. 文献综述

2.1. 共享经济用户采纳的基础理论

共享经济的研究基石源于对新技术和新商业模式采纳的经典理论。技术接受模型及其扩展的统一技

术接受与使用理论[1]，强调了感知有用性和感知易用性对行为意图的核心驱动作用。在共享停车情境下，平台的匹配效率、预订流程的便捷性无疑构成了“有用性”与“易用性”的重要方面。然而，这类模型本质上是一种“效用-易用”理性决策框架，其隐含假设是用户决策主要基于功能收益与使用成本的权衡。核心局限在于，它们严重低估了在涉及实体资产托付、陌生人间线下交互的场景中，用户对潜在损失的恐惧(即感知风险)会如何压倒甚至扭曲对功能收益的理性计算[2]。当用户考虑将价值数万乃至数十万元的汽车停放在一个陌生人的私人车位时，其决策逻辑已远非“这个APP是否好用”所能涵盖。

为此，研究者引入了感知风险理论作为重要补充。该理论指出，消费者的任何交易行为都伴随不确定性及可能的不良后果，这些风险感知将抑制购买或采纳意愿[3]。在电子商务中，风险维度通常包括财务风险、绩效风险、隐私风险等。然而，共享停车引入了物理安全风险与高度情境化的履约风险。物理安全风险涉及车辆本身可能遭受的损坏、盗窃，甚至对车主进入陌生物业时人身安全的担忧。履约风险则更为动态：供给方可能临时取消预订、车位实际状况与描述不符、或取车时发生纠纷。现有研究虽承认风险的存在，但多将其视为一个笼统的、静态的干扰变量，未能深入剖析在共享停车这类双向角色、异步履约的交易中，风险的多维性、动态性及其与平台机制间复杂的交互关系。

2.2. 线上信任构建理论

为化解风险感知，信任研究成为电子商务[4]-[6]和共享经济[7]-[9]的核心议题。以制度信任理论为代表的研究表明，通过设计清晰、公平、有约束力的平台规则、保障措施(如支付担保、纠纷仲裁、认证体系)，平台可以构建一种使陌生人敢于交易的信任环境。信号理论进一步解释了个体如何利用可观察的信号(如用户评价、星级、平台徽章)来推断不可观察的对方可信度。这些理论在 Airbnb、淘宝等平台的成功，证明了其在构建线上或“线上决策、线下轻接触”型交易信任中的有效性。

然而，将这些理论直接“平移”至共享停车场景，面临深刻的情境不匹配挑战：

信号效力的衰减与扭曲：在线上交易中，一篇详细的图文评价是强有力的质量信号。但在共享停车中，一个五星好评无法完全消除下一个用户对“车位夜间照明不足”、“邻居车位车主驾驶技术粗鲁”等高度个性化、情境化风险的担忧。此外，共享停车供需双方角色可能频繁转换，其声誉信号的积累和解读机制比纯买方或卖方模式更为复杂。

制度信任的“线下执行缺口”：平台可以承诺保险赔付，但事故定责、索赔流程在涉及线下实体损伤时远比处理线上退款纠纷复杂和漫长。平台对线下行为的监控能力(如车位是否被占用、车辆是否受损)远低于对线上数据流的监控，这造成了制度信任承诺与线下执行能力之间的可信度缺口。

信任与风险的动态博弈：在标准电商模型中，信任与风险常被视为此消彼长的静态两端。但在共享停车中，用户决策更像一场动态博弈。例如，一个极高的“便利性收益”(如在重大活动会场附近找到唯一车位)可能促使用户在风险感知并未降低的情况下，出于风险容忍而进行交易。这种“风险-价值”权衡机制在现有信任理论中未被充分模型化。

2.3. 共享停车研究现状

聚焦于共享停车本身的学术研究，目前呈现出“重技术、轻行为；重模式、轻心理”的格局。大量文献集中于：

技术系统层面[10]-[12]：利用物联网、大数据、博弈论进行车位预测、动态定价和路径优化。

商业模式与政策层面[13]-[15]：探讨与物业的合作模式、定价策略及公共政策激励。

这些研究从供给侧提供了重要见解，但普遍将用户视为一个对外部激励(价格、便利性)做出简单反应的理性经济人，忽略了其作为一个受复杂心理机制(信任、风险、社会规范)驱动的行为决策者的面向。少

数涉及用户行为的研究，往往直接套用 TAM 或泛化的信任量表，缺乏对共享停车独特交易属性的深度解构，因而未能揭示影响用户决策的深层心理黑箱与关键情境边界。

2.4. 理论缺口总结

综上所述，现有研究呈现出一个亟待弥合的理论断层：

碎片化应用：技术采纳、信任、风险理论被孤立或简单叠加应用于共享停车研究，缺乏一个整合性框架来系统解释平台设计、用户心理与情境因素如何协同作用。

情境不敏感：源于纯线上或轻线下交易情境的理论构念与关系，未能针对共享停车“线下、重资产、异步履约、双向角色”的核心特征进行必要的深化、细化与重构。尤其是对“线下专属风险”维度的界定及其影响路径的研究严重不足。

缺乏动态与权变视角：忽略了在真实决策中，信任与风险并非绝对的主导力量，它们会与具体的交易价值(如价格、时间紧迫性)以及用户的个人特质发生交互，共同决定行为结果。这种权变关系未被纳入主流分析框架。

因此，本研究呼召一个情境化理论构建的努力。我们旨在提出一个全新的理论模型，它不仅能有机融合现有理论碎片，更能精确捕捉共享停车信任构建的特殊性，并清晰刻画其影响用户采纳的动态心理机制与边界条件。

3. 核心概念界定与理论模型构建

承接上文对理论缺口的剖析，本章将致力于完成本研究的核心任务：构建一个专用于解释共享停车用户信任建立与采纳行为的整合性理论模型。我们将首先锚定模型的理论根基，继而系统界定关键构念，最后提出完整的理论框架及其系列研究命题。

3.1. 理论基础

本模型基于对以下核心理论的批判性整合与情境化再造，旨在克服其单一应用的局限性：

1、制度信任与信号理论：作为信任生成的基础机制

制度信任：我们将采纳这一观点，即用户对平台的信任，源于对其中立、公正、有效且具备保障能力的规则与结构的信赖。在共享停车中，这体现为对平台制定的交易协议、保险赔付机制、争议解决程序和身份验证系统的信任。

信号理论：平台与用户均会释放可观察的“信号”，以传递其不可观察的“质量”或“可信度”。我们将平台设计的信任构建机制(如认证徽章、用户评价、保险承诺)视为关键的制度信号，它们旨在降低用户的信息搜索成本与风险感知。

2、心理所有权与情境化风险感知：深化线下交易的心理机制

心理所有权理论：该理论指出，个体即使在不拥有法律所有权的情况下，也会对物体产生“这是我的”的感觉。在共享停车中，车位供给方对其私人车位具有强烈的心理所有权，这会显著影响其对共享的风险感知(如对财产被破坏的担忧)和控制感丧失的焦虑。这一理论帮助我们理解供给方行为，是传统采纳模型常忽略的视角。

3、情境化风险感知：我们超越电商中通用的风险维度，基于共享停车特征，提出三个核心风险构念：

物理与财产风险：车辆或车位遭受损坏、盗窃的风险。

履约与绩效风险：交易另一方(供给方或需求方)未能履行约定(如临时取消、车位不符、超时占用)的风险。

社交与隐私风险：因共享私密空间(如住宅小区车位)带来的隐私泄露或遭遇不愉快人际交互的风险。

4、风险 - 价值框架与调节焦点理论：引入动态决策的权变视角

风险 - 价值框架：该框架认为，消费者的最终决策是基于感知利益与感知风险之间的权衡。我们将此动态化，提出在共享停车决策中，交易价值(主要指经济价值——价格，和功能价值——便利性/位置)是用户与风险进行权衡的关键砝码。

调节焦点理论：该理论区分了“促进聚焦”和“预防聚焦”两种自我调节导向。这启发我们，不同用户的决策权重不同：有的用户更关注共享可能带来的收益(便利、收益，促进聚焦)，有的则更关注如何避免损失(安全、无纠纷，预防聚焦)。用户的个人特质(如风险厌恶程度)或情境因素(如深夜停车)会激活不同的调节焦点，从而调节信任与风险信号对最终意愿的影响路径。

3.2. 核心构念界定：针对共享停车情境的具体化

为使理论模型精确，我们对关键构念进行情境化定义：

平台信任构建机制：指共享停车平台为促成交易、降低不确定性而有意识设计并展示的一系列功能与规则。我们将其区分为：

硬性保障信号：具有契约强制力和经济兜底性质的机制，如平台全额保险/担保、实名制生物认证、具有法律效力的电子合同。

软性社区信号：依赖于社区互动和声誉积累的机制，如双向评价系统、车主/车位主历史交易记录、社区论坛与社交认证(如微信关联)。

硬性信号与软性信号的交互作用：硬性保障信号(如平台全额保险、强认证等)和软性社区信号(如用户评价、历史交易记录等)在共享停车情境中并非独立作用，而是存在复杂的交互作用。硬性信号有时能够增强软性信号的可信度，但也可能在某些情况下削弱软性信号的作用。例如，平台提供的强保障(如保险承诺)可能使用户在评估软性信号(如评价或历史记录)时更加依赖保障，而不完全考虑评价本身的质量。

平台通过硬性保障信号(如全额保险、实名认证、隐私保护等)与软性社区信号(如用户评价、历史交易记录、社区声誉等)来促进用户的信任。然而，在共享停车的情境下，供需双方的非对称性体现在其需求和关注点的差异上。车位供给方通常更加关注资产安全、财产保护和隐私保障，因此其对硬性保障信号的依赖性较强；而车位需求方则更关心交易的便利性、成本节约及可用性，因此其更依赖软性信号(如评价、历史记录等)来判断交易的可靠性和平台的服务质量。因此，模型的核心框架应当充分考虑这种供需双方的非对称性，尤其是在信任构建的路径上，供给方和需求方在信任建立中的侧重点不同，平台应根据这一差异化需求进行信号设计和策略调整，从而更好地促进双方的信任建立和平台使用意向的提升。

用户心理认知状态：

情境化制度信任：用户基于对平台硬性保障信号和规则公正性的评估，所产生的“在此平台交易是安全且有保障”的信念。

基于声誉的信任：用户基于对平台声誉信号(如其他用户评价、社区氛围、历史交易记录等)的评估，所产生的“平台上的其他成员是可靠且守规的”信念。这种信任主要依赖于平台提供的软性社区信号，通过声誉系统、用户评价等信息来建立对他人行为的预测与信任。多维感知风险：如上文定义的物理财产风险、履约绩效风险和社交隐私风险的集合感知。

交易情境与个人特质(调节变量)：

交易价值感知：用户对本次特定停车交易带来的经济节省/收益与时空便利性的综合评估。

用户调节焦点：在本次决策中，用户是更倾向于追求获益(促进焦点)还是规避损失(预防焦点)的主导心理状态。

行为结果:

使用意向: 用户(作为需求方或供给方)在特定情境下, 使用共享停车平台完成一次交易的意愿强度。

本模型主要适用于“线下重资产共享”模式, 特别是那些具有较高资产专用性和低社交互动的共享经济模式, 如共享停车、共享汽车等。在这些模式中, 用户之间的互动主要通过平台信号进行, 且用户对资产的安全性和风险感知较高, 因此信任构建的复杂性也更为突出。对于其他共享经济模式(如共享技能、共享知识等), 由于其低资产专用性和更高的社交互动特征, 模型中的信任机制可能需要进一步调整。例如, 共享技能模式中, 信任的形成可能更加依赖于用户之间的互动与长期积累的个人声誉, 而不仅仅是基于平台提供的硬性或软性信号。在这种情况下, 模型中硬性保障信号的作用可能会相对减弱, 社交互动和个体声誉的作用则可能更加重要。

3.3. 理论模型呈现与命题推导

基于上述理论整合与构念界定, 我们提出“共享停车信任采纳整合模型”。该模型的核心逻辑是: 平台释放的差异化信任信号, 通过影响用户差异化的信任与风险认知, 最终作用于其使用意向, 而这一过程受到具体交易情境价值与用户心理特质的系统性调节。

模型核心路径与命题:

命题组 1: 信任信号的差异化作用路径

P1: 平台的硬性保障信号(如保险、强认证)主要增强用户的情境化制度信任, 并直接降低其物理财产风险与履约绩效风险感知。

P2: 平台的软性社区信号(如评价、历史记录)主要增强用户的情境化社区信任, 并有效降低其社交隐私风险与履约绩效风险感知。

命题组 2: 心理认知对行为意向的核心驱动

P3: 情境化制度信任与情境化社区信任均正向影响用户的使用意向。

P4: 多维感知风险(特别是物理财产与履约绩效风险)负向影响用户的使用意向。

命题组 3: 交易价值的调节作用

P5: 交易价值感知调节风险与意向的关系。当感知价值(如价格极低或便利性极高)足够大时, 它会弱化感知风险对使用意向的负面影响(即用户为高价值而容忍较高风险)。

P6: 交易价值感知调节信任与意向的关系。对于高价值交易, 制度信任对意向的正面影响增强(因为用户更依赖平台保障来守护高价值交易的安全)。

命题组 4: 用户调节焦点的调节作用

P7: 处于促进聚焦(关注收益)的用户, 其使用意向更易受交易价值感知和社区信任(象征社交认同与潜在收益)的正向影响。

P8: 处于预防聚焦(关注安全)的用户, 其使用意向更易受感知风险的负面影响, 并更依赖制度信任来缓解风险、促成交易。

命题组 5: 供给方与需求方的非对称模型

P9: 对于车位供给方, 心理所有权会放大其财产风险和社交隐私风险感知。因此, 吸引供给方入驻, 平台需要更强调硬性保障信号(如财产保险、隐私保护)和建立初始制度信任。

P10: 对于车位需求方, 即时便利性和成本节约是其核心价值诉求。因此, 促进需求方交易, 平台在确保基础制度信任的同时, 应优化软性社区信号以快速建立对特定车位的信任, 并灵活运用动态定价来调节其价值感知。

本模型首次将平台信号、双重用户角色心理、多维风险、动态价值权衡及调节心理聚焦纳入一个统

一的分析框架，为解构共享停车这一复杂交易场景下的信任与采纳难题提供了系统的理论透镜。接下来的讨论将深化此模型的理论意涵与实践启示。

4. 讨论与启示

4.1. 理论贡献

本研究构建的“共享停车信任采纳整合模型”具有三重理论贡献。

第一，理论整合：突破了现有研究对单一理论视角(如技术接受模型或信任理论)的依赖，首次将平台信号、用户心理(信任与风险)、交易情境与个体特质纳入一个“信号－认知－情境－行为”的连贯框架，提供了系统性的分析范式。

第二，情境化深化：针对“线下重资产共享”特性，对核心构念进行了再定义与再维度化。这包括区分了制度性的硬性保障信号与社区性的软性信号，构建了包含物理财产、履约绩效与社交隐私的多维风险感知结构，并揭示了供给方(重保护)与需求方(重价值)的非对称信任逻辑。

第三，动态视角引入：通过纳入交易价值感知与调节焦点作为关键调节变量，将决策模型从静态权衡推进为动态的“风险－价值－信任”情境权衡模型，从而解释了极端情境下的“情境理性”行为，并呼吁研究从静态用户画像转向动态心理画像。

4.2. 管理启示

本模型为实践者提供了超越功能优化的信任战略指引。

对平台运营商：应实施“信号组合”战略——优先投资并传播硬性保障信号(如全覆盖保险)以建立基础信任，再精细化运营软性社区信号以提升粘性。需进行动态化信任沟通(如在高价值交易中突出保障，在常规交易中突出评价)并差异化引导双边用户(向供给方强调保护，向需求方突出价值与社区声誉)。

对城市管理者与物业方：应协同构建“信任基础设施”，如推动行业信任标准认证、建立跨系统诚信档案，使线下管理与线上机制形成闭环，以扩大制度信任的边界。

对更广泛的共享经济：本模型所揭示的“制度化保障奠基、社区化运营升温、情境化价值调节”内核，为共享汽车、共享奢侈品等其他O2O重资产共享模式提供了可迁移的信任构建范式。

4.3. 研究局限与展望

本文作为理论构建研究，其命题有待实证检验。未来研究可通过实验法、大样本问卷调查或纵向案例研究对模型进行验证。此外，区块链、人工智能等“技术信任”新形式如何重塑信任机制，以及文化情境因素的调节作用，亦是富有潜力的研究方向。

5. 结论

共享经济正步入实体资产深度共享的新阶段，信任已成为其发展的核心基石。本文以共享停车为镜，构建了一个整合性理论模型，揭示了线下重资产交易中信任构建的复杂逻辑。这不仅为解构特定场景下的用户决策提供了系统工具，更标志着相关研究从关注“交易可能”向关注“交易可信”的范式深化。如何科学构建与管理这份“沉重的信任”，是学界与业界未来共同的关键命题。

致 谢

本研究在选题、构思与成文过程中，得到了导师的悉心指导与无私帮助，谨此致以诚挚的感谢。同时，也要感谢始终给予我理解与鼓励的家人和朋友。文中如有疏漏之处，概由本人负责。

参考文献

- [1] Davis, F.D. (1989) Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, **13**, 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- [2] Bardhi, F. and Eckhardt, G.M. (2012) Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. *Journal of Consumer Research*, **39**, 881-898. <https://doi.org/10.1086/666376>
- [3] Pavlou, A.P. (2003) Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, **7**, 101-134.
- [4] 黄钰雯. 跨境社会化电子商务信任影响因素及其实证研究[D]: [博士学位论文]. 昆明: 云南财经大学, 2023.
- [5] 李丹宁, 叶臻. 消费者信任与电子商务平台发展的相关性研究[J]. 营销界, 2024(22): 59-61.
- [6] 潘莹. 基于零信任的电子商务平台安全实践方案与研究[J]. 电脑与电信, 2024(9): 55-58.
- [7] 牛阮霞, 宋瑞, 毛丽娟. 共享住宿平台房东信任建立机制研究[J]. 旅游学刊, 2023, 38(8): 62-76.
- [8] 石岿然, 赵银龙, 宋穗. 共享平台服务需求者信任演化的影响因素[J]. 中国流通经济, 2020, 34(7): 68-78.
- [9] 徐峰, 张新, 梁乙凯, 等. 信任构建机制对共享民宿预订量的影响——基于 Airbnb 的实证研究[J]. 旅游学刊, 2021, 36(12): 127-139.
- [10] 蔡雯凯, 邓鹏飞, 吴芳. 基于 Logistic 模型的驾驶人共享车位停车选择行为分析[J]. 中国储运, 2025(9): 69.
- [11] 胡晓伟, 陈福存, 安实, 等. 考虑多主体博弈的共享停车激励政策与协同发展分析[J/OL]. 交通运输工程学报: 1-19. <https://link.cnki.net/urlid/61.1369.u.20251125.0928.002>, 2025-12-09.
- [12] 孙伟, 张亚茹. 停车泊位共享模式与泊位供需分析方法[J]. 安徽水利水电职业技术学院学报, 2025, 25(4): 55-61.
- [13] 侯志贤, 刘金广, 褚昭明, 等. 关于加快推进城市共享停车的策略思考[J]. 道路交通管理, 2025(5): 24-27.
- [14] 杨聪美, 蔡金彪. 杭州市富阳区停车治理创新策略分析[J]. 道路交通管理, 2025(5): 46-49.
- [15] 张利凤, 慕银平, 樊鹏英. 共享平台下的停车位预订控制策略研究[J]. 系统工程理论与实践, 2022, 42(2): 437-454.