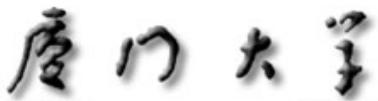


# 调研报告



社会实践成果编号：xmushsj2016



## 暑期社会实践论文（调研报告）

# 国内在线短租平台信任机制研究 ——以厦门地区短租行业为例

租奇制胜暑期社会实践队

所在单位：王亚南经济研究院

指导教师姓名：茅家铭

带队老师姓名：施晨

团 队 人 数：15 人

实 践 时 间：2016 年 6 月——2016 年 9 月

2016 年 9 月

<b>摘要与关键词.....</b>	<b>2</b>
<b>一、引言 .....</b>	<b>2</b>
<b>(一) 课题简介 .....</b>	<b>2</b>
<b>(二) 课题背景介绍.....</b>	<b>2</b>
1. “互联网+”趋势下的住宿服务业 .....	2
2. 分享经济时代来临，短租市场在中国发展迅速，前景广阔.....	4
3. “Airbnb 模式”难复制.....	5
4. “分享经济”鼻祖间的较量——相较于 Airbnb，Uber 市值更高 .....	6
5. 短租行业信任体系正在进步，但仍难过关.....	6
6. 文本挖掘在社会科学领域应用现状.....	7
<b>(三) 课题实践目的与意义 .....</b>	<b>8</b>
1. 课题目的概括.....	8
2. 实践意义.....	8
1) 为房东发布房源提供改进意见。 .....	8
2) 为平台改进提供意见。 .....	9
3) 为政府立法提供参考。 .....	9
4) 解决中国房屋空置率过高的问题。 .....	9
5) 通过研究短租行业，为共享经济的发展提供思路。 .....	9
<b>二、实践课题综述 .....</b>	<b>9</b>
<b>(一) 课题综述 .....</b>	<b>10</b>
1.思路综述 .....	10
2.研究方法概述 .....	10
<b>(二) 文献综述 .....</b>	<b>12</b>
<b>三、调研过程.....</b>	<b>14</b>
<b>(一) 预调研情况.....</b>	<b>14</b>
1. 网络信息搜集.....	14
1) 阅读国内外相关文献。 .....	14
2) 新闻检索.....	14
3) 社区讨论.....	14
4) 其他研究机构的研究.....	14
5) 暗访.....	15
2. 与房东线上访谈.....	15
1) 访谈对象的选取.....	15
2) 访谈过程.....	15
3. 对部分知乎用户进行访谈.....	15
1) 访谈对象的选取.....	15
2) 访谈过程.....	15
3) 针对不同对象提出问题.....	15
4. 线下发放初步设计的预调研问卷.....	16
1) 问卷发放对象.....	16

2) 问卷发放地点.....	16
3) 问卷内容.....	16
5. 预调研初步结论.....	16
<b>(二) 调查问卷部分 .....</b>	<b>16</b>
1. 设计调查问卷.....	16
1) 基本信息.....	17
2) 逻辑处理.....	17
2. 抽样及样本描述.....	17
1) 主要发放对象.....	17
2) 问卷发放地点.....	17
3) 抽样选择说明.....	17
<b>(三) 访谈部分 .....</b>	<b>18</b>
1. 访谈目的.....	18
1) 了解短租行业发展现状.....	18
2) 确认影响机制.....	18
2. 访谈对象的选取.....	18
1) 使用短租平台的房东.....	18
2) 房客.....	18
3) 在线短租平台管理人员.....	18
4) 政府部门工作人员.....	19
3. 访谈问题设计.....	19
<b>(四) 在线调研检验 .....</b>	<b>19</b>
1. 数据来源及选择原因.....	19
1) 数据来源.....	19
2) 来源选择原因说明.....	19
2. 在线数据描述.....	20
1) 基本信息.....	20
2) 数据结果.....	20
<b>(五) 宣传活动 .....</b>	<b>20</b>
1. 三家村线下宣传活动.....	20
1) 活动形式.....	20
2) 活动成果.....	20
2. 线上最美“床照”比赛 .....	21
1) 活动时间.....	21
2) 活动规则.....	21
3) 活动奖品.....	21
3. 总体宣传过程.....	21
1) 前期宣传.....	21
2) 中期宣传.....	21
3) 后期宣传.....	22
<b>(六) 调研行程 .....</b>	<b>22</b>
<b>四、课题研究成果 .....</b>	<b>24</b>
<b>(一) 国内在线短租平台信任机制研究 .....</b>	<b>24</b>

摘要与关键词.....	24
1. 引言.....	25
2. 文献综述.....	26
3. 主要方法.....	27
1) 峰态系数在偏好描述上的应用 .....	27
2) 克隆巴赫系数信度检验.....	28
3) 结构方程模型的建立与检验.....	29
4) 对买方及卖方市场文本的自然语言处理分析.....	33
4. 结果分析.....	36
1) 问卷数据基本情况描述.....	36
2) 信度检验.....	40
3) 路径系数和假设检验成果.....	40
4) 对买方及卖方市场文本的自然语言处理结果.....	44
5. 讨论.....	54
1) 结果简要概括.....	54
2) 对短租市场的启示.....	54
3) 存在的问题.....	55
6. 参考文献.....	55
<b>(二) 在线短租平台初始信任影响因素——来自厦门市联合分析的证据</b>	<b>56</b>
1. 摘要与关键词.....	56
2. 引言.....	57
3. 文献综述.....	58
1) 联合分析方法的应用 .....	58
2) 短租行业现有研究.....	58
4. 主要方法策略.....	59
1) 实验属性介绍.....	59
2) 正交实验设计.....	60
3) 联合分析实验设计.....	62
4) 属性效用赋值.....	63
5) 概念对象的效用数值.....	64
5. 结果分析.....	66
1) 计算拟合优度.....	66
2) 解出效用函数(Utility Function).....	67
3) 利用 Solver 估计效用函数值.....	68
6. 讨论.....	69
1) 数据结果简要概括.....	69
2) 结论分析.....	69
3) 存在的不足.....	69
7. 参考文献.....	69
<b>(三) 国内在线短租平台对比研究</b>	<b>70</b>
1. 摘要与关键词.....	70
2. 课题背景.....	70
3. 课题意义.....	71
4. 分析方法.....	72

1) SWOT 分析法。	72
2) 产业链分析法。	73
5. 对比研究。	73
1) 在线房东产业链分析。	73
3) 五个在线短租品牌的基础数据对比。	74
6. 讨论。	80
1) 通过对比分析的启示。	80
2) 对比分析的不足。	81
7. 参考文献。	81
<b>(四) 厦门短租市场报告——以途家为例</b>	<b>82</b>
1. 摘要。	82
2. 关键词。	82
3. 课题背景。	82
4. 课题目的和意义。	84
1) 详细分析厦门市短租房源现状。	84
2) 推知全国短租行业行情。	84
5. 主要方法。	85
1) 网络爬虫。	85
2) 对比分析(Benchmarking)法。	85
3) 热力地图(HeatMap)的制作。	85
6. 结果分析。	85
1) 基本数据描述。	86
2) 分区对比。	87
3) 最值分析。	91
7. 讨论。	92
1) 厦门市短租房源数量分布原因。	92
2) 厦门市短租价格分布原因。	92
3) 反常识分析。	92
8. 参考文献。	93
<b>五、宣传报道</b>	<b>93</b>
<b>(一) 微信</b>	<b>93</b>
1. 原创推文。	93
2. 转载推文。	95
3. 被转载情况。	95
<b>(二) 微博</b>	<b>95</b>
1. 原创微博。	95
2. 转载微博。	96
3. 被转载情况。	97
<b>(三) Myouth</b>	<b>98</b>
1. 基本情况数据。	98
2. 推送发布情况。	98
<b>六、团队建设</b>	<b>98</b>

<b>(一) 团队成员介绍</b>	<b>98</b>
1. 指导教师简介	98
2. 学术指导简介	99
3. 团队成员简介	99
1) 队长	99
2) 副队长	99
3) 队员	100
<b>(一) 团队分工</b>	<b>104</b>
<b>(二) 团队文化</b>	<b>105</b>
1. 队名：租奇制胜	105
2. 队徽	105
3. 队服	106
<b>(三) 团队章程</b>	<b>106</b>
1. 团队纪律	106
2. 安全注意事项	107
<b>七、附录</b>	<b>109</b>
<b>(一) 调查问卷</b>	<b>109</b>
1. 预调研问卷	109
2. 正式调研问卷	113
3. 联合分析问卷（部分）	117
<b>(二) 租奇制胜外联策划书</b>	<b>119</b>
<b>(三) 访谈记录</b>	<b>123</b>
1. 访谈大纲	123
1) 针对平台	124
2) 针对房东	125
3) 针对房客	126
2. 在线短租平台访谈	127
1) 小猪短租公关总监访谈记录	127
3. 房东访谈	130
1) 游天下房东南某	130
2) 在线短租房东乔某	133
3) Airbnb 平台房东某舍	136
4) 厦门市在线短租房东陈某	138
5) 厦门市在线短租房东李某	140
6) 蚂蚁短租房东章某	144
4. 政府部门访谈	145
1) 厦门市工商局访谈网络商品交易检测中心	145
<b>(四) 新闻稿</b>	<b>147</b>
1. 短租调研在行动——探访厦门市工商管理局	147
2. 正式调研火热开展，问卷调查见短租行业真章	149
3. 短租行业在线谈——实践队线上采访调查	150
4. “短租”在行动，线下活动火热举行	152
<b>(五) 实践心得</b>	<b>153</b>

1.	刘晓曼.....	153
2.	陈琳.....	155
3.	朱星宇.....	157
4.	郝泽栋.....	159
5.	贾琳尧.....	162
6.	林逸伦.....	165
7.	吕昕.....	167
8.	钱晨.....	169
9.	王浩强.....	172
10.	王施闽.....	174
11.	王芷若.....	175
12.	余航.....	179
13.	詹晓君.....	182
14.	张祎璘.....	184
15.	张永杰.....	187
(六)	<b>Python 程序.....</b>	<b>189</b>
1.	小猪短租爬虫程序.....	189
2.	游天下爬虫程序.....	194
3.	后期数据处理 Python 程序.....	200

## 摘要与关键词

**【摘要】**本次社会实践的课题为《国内在线短租平台信任机制研究——以厦门地区短租行业为例》。目前，中国分享经济迅速发展，短租作为分享经济的一部分正在崛起，然而中国社会的信任机制没有部分发达国家完善，因此在短租行业的发展过程中出现诸多问题，我们针对信任问题进行了调研，以发现当前存在的问题并提出解决方案。我们的调研分为线下实地调研和线上检验两部分，在线下实地调研过程中，我们主要采取了问卷发放，访谈，实地调研等方式分别对潜在用户市场，小猪短租平台负责人，房东市场及政府管理机构进行了调研；我们在网络上采取 qq 群暗访，利用网络爬虫技术获得在线短租平台数据等方式进行调研；同时我们举办了丰富多彩的活动，举办了线下宣传活动和线上“床照”比赛吸引更多人关注这一行业。后期我们利用获取的问卷数据和在线数据对行业进行了分析，最终确定了会影响在线短租平台信任机制的因素，包括平台特性，房东属性，口碑特性，保障体系四个维度 11 个指标成立。当然本次调研也有前期考虑不周的因素（平台选择），我们在后期进行了补充性验证。

**【关键词】** 在线短租，信任机制，结构模型

## 一、引言

### (一) 课题简介

在“互联网+”浪潮推动下，分享经济开始融入人们的衣食住行。人们热衷于将闲置资源与他人分享，并从中获取报酬。短租作为分享经济的代表，在中国迅速成长起来，爱日租、小猪、途家等一系列短租平台开始出现。然而近几年来，短租在国内的发展并不像海外那样火爆，“Airbnb 模式”在中国的本土化遭遇了困境。受文化教育、行业问题等诸多因素的影响，人们对短租的接受程度并不算高，而其中信任问题尤为凸显。

本次调研聚焦房客、房东与平台的信任问题，对中国的在线短租平台发展过程中的信任机制进行系统研究。我们认为在线平台的信任度作为系统变量，是由若干个潜变量（影响因子）解释的函数。首先，我们将根据前期调查得到的大量可能的影响因子建立假设。其次，通过两轮预调研以及正式调研（实地调研为主，线上调研作为补充和检验）确定影响因子。再利用经济学和统计学方法，对调研得出的影响因子建立在线短租平台信任指标体系。更清晰明确地展现出在线短租平台信任机制的现状，并根据现状探讨其发展问题及解决方案。

### (二) 课题背景介绍

#### 1. “互联网+”趋势下的住宿服务业

“互联网+”是创新 2.0 下的互联网发展的新业态，是知识社会创新 2.0 推动下的互联网形态演进及其催生的经济社会发

展新形态。通俗地说，“互联网+”就是“互联网+各个传统行业”，但这并不是简单的两者相加，而是利用信息通信技术以及互联网平台，让互联网与传统行业进行深度融合，创造新的发展生态。它代表一种新的社会形态，即充分发挥互联网在社会资源配置中的优化和集成作用，将互联网的创新成果深度融合于经济、社会各领域之中，提升全社会的创新力和生产力。

2015年3月5日上午十二届全国人大三次会议上，李克强总理在政府工作报告中首次提出“互联网+”行动计划。李克强在政府工作报告中提出，制定“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融（ITFIN）健康发展，引导互联网企业拓展国际市场。而“互联网+旅游”和“互联网+住宿服务的”一个趋势就是以短租为代表的非标准住宿。

当下越来越多的旅游爱好者期望能够在旅行中体验到当地的风土人情，随之国内逐渐掀起一股以短租界鼻祖 Airbnb 为模板的非标准住宿平台创业潮。其中最突出的便是以小猪短租、蚂蚁短租、大鱼、度假客、住百家、自在客等为代表的垂直类非标准住宿平台。

2015年11月国务院颁发《关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》中表示要积极发展客栈民宿、短租公寓、长租公寓。意见的出台让一直徘徊在法律边缘的非标准住宿领域的创业者们释怀，中国旅游研究院院长戴斌表示目前国内酒店表面上看是供大于求、有效需求不足，但事实上也存在有效供给不足的现象，生活类消费是一个重要的组成部分，在中国市场已经处于爆发式增长的前期，因此非标准住宿将迎来一个黄金发

展期。

## 2. 分享经济时代来临，短租市场在中国发展迅速，前景广阔

分享经济迅速发展，开始融入人们的生活，改变着人们传统的消费理念。有数据表明，2015年中国分享经济市场规模为19560亿元，参与分享经济活动总人数超过五亿人。预计未来五年年均增长速度在40%左右，到2020年分享经济规模所占GDP比重将达到10%以上。分享经济在中国还有巨大的潜力有待挖掘。

而短租正是伴随分享经济模式的兴起而出现的一种新兴的房屋租赁形式。作为住宿领域的分享经济代表，近年来，在线短租行业迎来跨越式发展。爱日租、蚂蚁短租、小猪短租等一批以在线短租为业务的网站迅速兴起。据艾瑞统计数据显示，在线短租业自2012年开始起步，市场规模1.4亿，之后发展态势迅猛，到2014年市场规模达到38亿，同比增长375%。预计2018年中国在线短租市场份额将会突破200亿。

目前，在线短租平台多采用C2C模式。C2C模式可以说是“分享型经济+短租”的“正统”模式，该模式强调以个性化的服务和资源共享为主。简单来说短租C2C模式是房东通过在线短租平台分享自有房源给有需要的人群租住，房东赚取房租，房客获得服务，平台赚佣金，多方通过互联网合作盈利的经济模式。

C2C模式自身无库存，没有房源销售的压力。主要以网络平台形式出现，直接链接房东与房客，中间环节较少，投入人力资源较少。同时，在线短租平台本身轻资产运营模式使平台能在地域和产品基数实现扩张与增长。房东与房客的迅速对接、不断扩大的用户基数和交易效率的持续提高，使在线短租平台不断扩张。

轻投入、高回报、高收益的特点，使 C2C 模式短租平台回报速度较其他重资产平台回报速度更快。

据统计，我国有 56% 的人愿意将房子租出去，说明在中国一部分人已经认可了租房挣钱的生活方式，“共享 O2O”旅游短租市场如木鸟短租，打开了人们的“短租+旅游”开放旅游思想，优化了交易、社交、“一对一”服务功能，在通过区域性房东的口碑传播和全国式的广告宣传扩充网站房源的策略下，交易额产生了“滚雪球”效应。

同时，在线短租平台融资增长最快，短租市场呈蓝海状态，被资本市场看好。木鸟短租在 7 月获得 6000 万 A 轮融资，创短租届 A 轮新高，途家获得 2.5 亿 C 轮融资，小猪短租也获得高额融资。

在线短租市场正在迅速崛起。

### 3. “Airbnb 模式”难复制

2008 年成立的 Airbnb 在短短几年内取得了巨大成功，目前汇集了来自 191 个国家、34000 座城市的 200 万套房源，估值已达 255 亿美元，超过希尔顿、喜达屋、万豪等高端酒店连锁集团的市值。据美国投行 Cowen&Company 预测，Airbnb 在 2016 年的预订额将达到 123 亿美元，与 2015 年的 72 亿美元相比有大幅上升，且其在 2016 年将为 1.29 亿顾客提供服务，收入可能高达 16 亿美元。

然而，在国外已经成熟的“Airbnb 模式”，在中国更像是被催熟的产物。虽然国内短租市场发展迅猛，但远远不如 Airbnb 在海外掀起的狂潮，同时也存在很多问题。2013 年，完全照搬

该模式的“爱日租”遭遇倒闭，这在一定程度上验证了 Airbnb 模式在中国走不通。此后，模仿 Airbnb 的小猪短租、游天下、蚂蚁短租等相继成立，但是他们的规模、用户量、发展速度都难望 Airbnb 项背，其中原因令人深思。

#### 4. “分享经济”鼻祖间的较量——相较于 Airbnb, Uber 市值更高

据了解，Airbnb 的市值稳定维持在 250 亿美元左右，而 Uber 的市值已经冲到 500 亿到 700 亿之间。投资者普遍认为，相比 Uber 而言，Airbnb 购买库存的难度更高，人们对于分享房屋居住权的接受度并不比分享汽车使用权高。而在中国市场，Uber 以及模仿 Uber 模式而涌现的专车软件起步更早，发展更加迅速，相对于 Airbnb 的短租模式，消费者对其的欢迎程度显然更高，这也导致业界预估 Airbnb 在中国无法达到 Uber 那样的发展程度。

#### 5. 短租行业信任体系正在进步，但仍难过关

在《2015 年在线短租平台发展趋势报告》中，发布者小猪短租表示我国在线短租行业的信任体系正在进步，自己也在通过增加线下管理团队的方式提升信任体系的质量。

但在业界人士看来这些还远远不够。在信任度高的社会，去“陌生人家住一晚”的确是新鲜有趣的体验。但在当今社会信任度还不那么高的现状下，情况便截然不同。许多人在去一线城市旅行时会选择在线短租平台，但去其他治安稍差的地区，仍会倾向于星级品牌酒店，就是这个道理。

即便是在信任度高的社会，由非专业的房东直接提供住宿服务，也会有各种各样的不足，环境脏乱、食品过期、邻居投诉……以上种种都是发生过的真实案例。

所以，对“信任”的质疑，并不直接针对在线短租平台的模式，不可否认，这一模式也有不少可取之处。但在特定的社会大环境中，要剥离层层分担风险的中间环节，直接取得大多数人的信任，实非易事。

有专家分析，在线已有的机制都有助于信任体系的建立。但真正要做到让人放心，最有效的办法，还是应当纳入严格的法律监管之下。当前，短租平台以“日租”概念，试图规避更为严格的旅馆业监管，可这不是长久之计。新生事物的合法化，既需要新人们的诚意，亦需要监管部门的主动出击。在线短租平台的信任机制问题，亟待解决。

## 6. 文本挖掘在社会科学领域应用现状

文本挖掘(text mining)也称文本中的知识发现(knowledge discovery)，是数据挖掘方法在文本数据集上的运用，旨在从大量非结构化的文本集合中挖掘信息、发现知识。它是一个跨学科交叉研究领域，涉及机器学习，自然语言处理和统计学等学科。

近年来，随着数据存储技术和互联网的不断发展，数据正以前所未有的速度增长和积累，特别是社交媒体和O2O平台，用户每天都在创造大量的文本信息。这些数据一定程度上记录了人们的行为态度、交往过程和互动关系，为研究人们的社会化行为提供了可能。

社会科学研究方法是我们认识各种社会现象及事物的途径，

是我们获取知识的重要方式。传统研究方法在当前海量文本内容分析中已不再适用。文本挖掘可以利用机器学习、自然语言处理等计算机技术从大量文本数据中发现模式、规律、趋势等，为学者以定量手段进行社会科学研究提供新方法。基于此，文本挖掘在社会科学研究领域中的应用得到了学者们越来越多的帮助。

### （三）课题实践目的与意义

#### 1. 课题目的概括

分享经济的潮流下，导致短租行业在中国难以实现本土化的因素有很多，而其中信任缺失是影响其发展的一大原因。本次实践针对中国短租行业发展现状，从短租平台信任机制的角度出发，探索影响房东与房客间信任关系的因子，给平台和房东以启示，更好地完善服务体系，同时给予政府及立法机构一些可行的建议。从而帮助在线短租行业提高服务质量和客户体验，在“互联网+”的大趋势下实现转型。

#### 2. 实践意义

##### 1) 为房东发布房源提供改进意见。

中国旅游业迅速发展，出行人数不断增加，这说明短租行业存在着巨大的市场潜力。然而有一部分旅行者因为信任等问题（如不确定房间描述是不是真实的）而不选择短租，是房东的损失。因此我们调研在线短租发展过程中的信任问题，诸如对房东性别和宗教的信任问题，给短租行业的房东提供改进的建议，促进在线短租的发展。

2) 为平台改进提供意见。

从 2011 年起，中国在线短租平台迅速发展，小猪短租，蚂蚁短租，Airbnb，途家，爱日租崛起，短租行业的竞争日益激烈，其中爱日租在烧掉千万美金后倒闭，也有大量小型的短租平台停止运营。我们的调研将会针对信任问题给短租平台提出改进方案，促进短租行业的发展。

3) 为政府立法提供参考。

短租发展时间很短但是发展迅速，所占市场份额不断增加，但是在法律上还是灰色地带，没有相关的法律法规来监管，导致这一行业很容易出现安全问题。我们在调研过程中将会分析短租行业在信任方面存在的问题，为政府的立法工作提供参考，促进政府对这一行业的规范。

4) 解决中国房屋空置率过高的问题。

中国的房屋空置率逐年上升，2015 年中国房屋空置率超过 30%，将会阻碍经济的发展。短租平台作为传统酒店业的补充，可以充分利用这部分闲置的资源，解决房屋空置的问题，刺激社会经济的发展，增加房东的收入。

5) 通过研究短租行业，为共享经济的发展提供思路。

互联网时代加速共享经济发展，使得一大批企业开始逐步迈向繁荣，O2O 模式的发展，诸如快车等服务将大量的社会闲置资源利用起来，给人们的生活提供便捷。共享经济已经成为将来经济发展的一个重要组成部分。通过对短租行业的研究给共享经济的发展提出建议。

## 二、实践课题综述

## (一) 课题综述

### 1. 思路综述

本课题对中国的在线短租平台发展过程中的信任机制进行了系统研究。通过国外大量文献中针对 Airbnb 的研究，我们发现目前国内尚缺乏对中国境内在线短租市场整体信任度的综合研究。在线平台的信任度作为系统变量，是由若干个潜变量（影响因子）解释的函数。结合短租平台的实际，本课题将会建立系统的指标体系与结构模型。

我们的主体思路分为三个步骤：一、根据前期调查得到的大量可能的影响因子建立假设；二、通过两轮预调研以及正式调研确定影响因子；三、利用经济学和统计学方法对调研得出的影响因子建立在线短租平台信任指标体系。

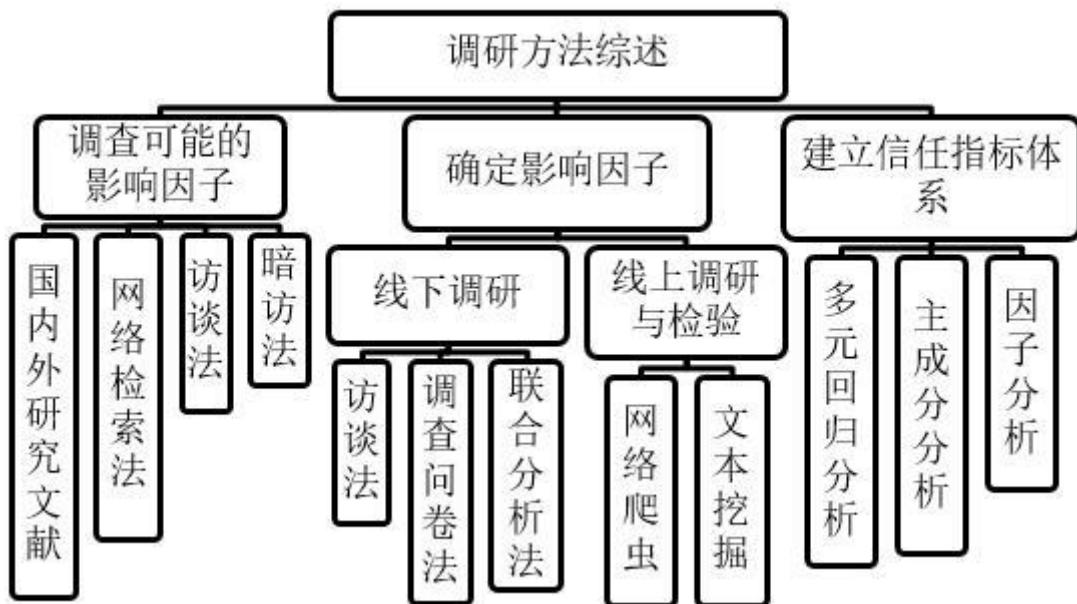
表 1 调研主要思路

1	根据调查得到的因子进行假设
2	实地调研与线上调研相结合确定影响因子
3	利用经济学和统计学的方法建立信任指标体系

### 2. 研究方法概述

本次调研活动主要分为线下实地调研和线上调研与检验两个部分。

图 1 线上线下调研主要思路



其中，我们利用网络检索法阅读了近几年来国内各大新闻网站对短租行业的报道，利用顺差法、追溯法和浏览法了解了短租市场存在的主要问题；

访谈法收集信息资料是通过研究者与被调查对象面对面直接交谈方式实现的，具有较好的灵活性和适应性，目前已经广泛适用于各种研究领域；

我们利用暗访法伪装成房主的身份进入各大房主 qq 群，了解目前短租行情；

问卷调查法经过多年的发展，已经成为社会统计学的最主要的方法，并且已经逐渐发展成熟；

联合分析法 (conjoint analysis) 是多重变量分析的主要方法之一，用于评估不同属性对消费者的相对重要性，以及不同属性水平给消费者带来的效用，我们通过前期一系列假设构建我们的研究对象，排除了其他因素的干扰，也解决了可观察属性相关

的问题，将其作为问卷调查法的一种补充方法；

网络爬虫（web scraping）作为一种新型的网络技术，被广泛应用于数据的采集，便于采集大批量的数据，并且能够提高网络的覆盖率；

文本分析（txtmining）一般是指从大量的文本中通过算法搜索隐藏于其中信息的过程。文本挖掘通常与计算机科学有关，并通过统计、在线分析处理、情报检索、机器学习、专家系统（依靠过去的经验法则）和模式识别等诸多方法来实现上述目标；

因子分析是利用统计指数体系分析现象总变动中各个因子影响程度，提取共性因子的统计分析方法。因子分析法能够使一组反映事物性质的变量简化为少数反映事物固有的、决定本质特征的因子，可在多个变量中找出隐藏的代表性因子，使相同本质的变量归入同一因子，减少变量数目，还可检验变量间关系的假设；

多元回归分析，是在有目的变数的情形下，建立一个因变量与多个自变量之间线性或非线性回归模型数量关系式，以加深对定性分析结论的认识，表示目的变数和解释变数之间的数量依存关系，从而进一步揭示出各要素间内在的规律的统计方法；

主成分分析法主要分析变量具有较强相关性的情况，可以利用方差分析和离差平方和来衡量。

## （二）文献综述

格林•查尔斯在《信任与经济》(Trust and Sharing Economy)中提到，信任是共享经济的核心，但不仅仅局限在共享经济中。

作者通过引入信任云 (TrustCloud)，对信任的商业模型可能存在的潜在漏洞的详细介绍，对信任者与被信任者之间的信任赋予具体的公式进行量化处理，对数据的收集来源，收集数量，以及数据的分类全面深入探究以及对所收集数据从经济，竞争，战略等基本原理上的详细分析，最终得出信任的公共建设对共享经济的长期影响和作用。

Salman Dostmohammad 在《Regulating the Sharing Economy: Applying the process for creative destruction》在法律规范的视角分析了共享经济，他认为规范共享经济是必要的，是为了保护市场行为不受外部性，不对称信息等市场失灵情况的影响；会遵循以预防措施为主的原则，可以有效保护劳动力(labour)。然而规范过程中，已有法规可能会与新出台的法规相抵触，新的法规出台可能花费巨大的成本和冒巨大的风险。

Michael Luca 在《Digital discrimination》中分析了房东的种族对短租平台交易情况的影响。Daniel Guttentag 在《Airbnb disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation》中首先介绍了 Airbnb 的发展，对比了与传统酒店模式的不同，采用 peer to peer accommodation 的形式更加方便快捷并且五大洲五个不同城市进行了 Airbnb 和 Hotel 的对比。《Satisfaction in hospitality on TripAdvisor. com: An analysis of the correlation between evaluation criteria and overall satisfaction》利用网络评论找寻整体满意度和潜在评价标准之间的联系。本文研究通过抓取在 TripAdvisor. com 登记的三星级到五星级的巴西酒店的反馈评论，分析价格，地点，睡眠质量，房间舒适度，整洁度和酒

店服务六个维度的评价标准对各星级酒店的主要影响。

聂卉、吴毅骏在《基于特征表现的虚假评论人预测研究》中通过提取用户数据集，并且划分评论人体征的 15 个变量，提炼对预测评论人可信度有显著影响的特征因子，根据特征因子的性能做出评价，从而构建能够有效识别虚假评论人身份的预测模型，筛选出虚假评论人和正常评论人，对商家基于评论改进营业方式有显著帮助。

### 三、调研过程

#### (一) 预调研情况

##### 1. 网络信息搜集

###### 1) 阅读国内外相关文献。

主要包括：国外关于 Airbnb 的文献，国内关于各个短租平台的文献，研究 Uber（同为分享经济）的文献，研究婚恋市场（同样面临严重的信任问题）的文献。

###### 2) 新闻检索

主要来自：搜狐，网易，新浪等各大新闻平台。

###### 3) 社区讨论

主要来自知乎平台用户对短租行业的讨论。

###### 4) 其他研究机构的研究

主要有：迈点网（酒店业专业门户），速途研究院（速途网旗下数据研究机构），浩华管理顾问公司（浩华国际的亚太分部，专业致力于酒店及旅游业专业顾问服务），STR Global（酒店业

数据共享中心)

### 5) 暗访

加入各大短租行业房东的QQ群，伪装成将要发布房源的房东，从房东的视角了解情况。

## 2. 与房东线上访谈

### 1) 访谈对象的选取

从五个主要在线短租平台（途家，蚂蚁短租，游天下，小猪短租，Airbnb）上挑选可行的房东

### 2) 访谈过程

- a) 从短租平台上可以直接联系房东。
- b) 说明来意，询问对方的意见，保留电话录音。
- c) 针对我们开始提出的假设询问房东的意见，咨询平时他们遇到过上述假设中的哪些。同时询问有哪些其他影响信任机制的因素。

## 3. 对部分知乎用户进行访谈

### 1) 访谈对象的选取

短租房东，短租房客，短租平台创始人或高层管理者

### 2) 访谈过程

- a) 在短租话题下寻找上述三类用户。
- b) 向用户发私信说明来意。
- c) 针对我们开始提出的假设询问意见，保留聊天记录。

### 3) 针对不同对象提出问题

- a) 房东：租房过程中遇到过哪些其他影响信任机制的因素。

- b) 房客：主要咨询在选择房子的过程中更在意哪些因素。
- c) 平台：平台的优势；（如果平台倒闭的话）不再运行的原因；进入这一行业的原因；对短租行业未来发展的看法。

#### 4. 线下发放初步设计的预调研问卷

##### 1) 问卷发放对象

厦大校内游客

##### 2) 问卷发放地点

厦门大学校内，主要有三家村、南门、西门、芙蓉隧道口、东苑餐厅、芙蓉餐厅等。

##### 3) 问卷内容

- a) 区分已经使用过在线短租平台的和没有使用过在线短租平台的。
- b) 主要针对第一轮中新添加的几个影响因子设计问题。
- c) 注意询问游客有没有什么其他的关于短租行业信任机制的想法。

#### 5. 预调研初步结论

初期设定的大部分影响因素为正确的，同时也有明显不相关的因素被排除掉，也有新的因素增加进来。

部分问卷问题需要重新设计和修改，不合理或者不方便填写的地方需要更正。

### (二) 调查问卷部分

#### 1. 设计调查问卷

### 1) 基本信息

问题数量：28个

问题类型：填空，选择

### 2) 逻辑处理

为了让问卷更加具有逻辑性，我们实践队社会调研组将调查问卷分为个人信息采集，在线短租行为和个人态度三部分，方便调查对象填写。

同时，为了让问卷结果更真实有效，设计问卷时将表示程度的选项不断反复，比如将表示1-5五个程度的选项反复排列，从而增加被调查者阅读问题的时间，从而提高问卷的准确性。

## 2. 抽样及样本描述

### 1) 主要发放对象

正式调研过程中，我们问卷的主要发放对象为年轻游客。一方面，游客使用短租的几率更大；另一方面，根据速途研究院的研究成果，当前使用短租平台的人主要以年轻人为主，这一点也在我们的预调研过程中得到了证实。

### 2) 问卷发放地点

最终选择的调研地点主要有鼓浪屿，轮渡码头，园林植物园，白城沙滩，胡里山炮台，鸿山公园，中山路，中山公园，南普陀寺，曾厝垵，黄厝等人口密集场所。

### 3) 抽样选择说明

本次问卷发放地点不是随机抽样，是根据厦门市各个景点的人数进行选择。

随机抽样势必会造成一部分抽样地点只有大量的本地人，而

本地人使用短租的概率较小，我们无法获得需要的数据；相比之下，各个景点的游客众多，同时具有极强的流动性，方便我们收集数据。

### (三) 访谈部分

#### 1. 访谈目的

##### 1) 了解短租行业发展现状

作为策划中补充性调研进行，主要为了了解行业中基本状况，从而针对行业的整体情况作出评估，也为我们信任机制模型的建立提供参考。

##### 2) 确认影响机制

我们前期提出了 12 个可能影响在线短租平台信任机制的影响因素，后期主要想通过对房东，房客访谈的方式确认这些因素的影响作用。

#### 2. 访谈对象的选取

##### 1) 使用短租平台的房东

一方面我们在线下发放问卷时找到部分短租房源的房东进行访谈；另一方面直接利用在线短租平台上的对话框进行交流；同时我们也在知乎平台上找到部分房东发送私信了解情况。

##### 2) 房客

主要是在发放问卷的过程中随机提问，没有录音记录，只作为整体结果的参考，由发放调查问卷的队员进行情况反馈。

##### 3) 在线短租平台管理人员

我们通过我们的新浪微博平台（租奇制胜实践队）联系到了小猪短租公关总监郑艳琼女士，郑女士很热心的答应了我们的采访，实践队成员利用电话也邮件两种形式对其进行了采访。

#### 4) 政府部门工作人员

鉴于目前国内在线短租平台法律机制不完善，因此我们最终只找到了工商局网络信息管理中心。相关方面没有明确规定，全国只有部分地区的派出所在管制。

### 3. 访谈问题设计

我们分别针对房东，房客，在线短租平台设计了调查问题，主要是针对短租行业的信任机制，同时也涉及到了行业基本情况。详情可见附录。

## (四) 在线调研检验

### 1. 数据来源及选择原因

#### 1) 数据来源

- a) 在线短租平台：途家，小猪短租，游天下
- b) 社区：知乎“短租”话题下全部内容；“短租之家”全部文章（已经获得授权）

#### 2) 来源选择原因说明

- a) 三个短租平台目前在短租市场占有的市场比例最大。原本策划中的蚂蚁短租现已经被途家收购，成为途家民宿房源的一部分；Airbnb 因为数据结构较为复杂而被放弃，同时它在国内占有的市场份额较小。

- b) 知乎平台上讨论水准较高，且“短租之家”专栏有自己的网站，在短租行业的关注度也较高。

## 2. 在线数据描述

- 1) 基本信息
  - a) 数据类型：csv, xls
  - b) 数据大小：1M 左右
- 2) 数据结果

数据可信度较高，经过了克隆巴哈指数信度检验；文本聚类程度较高，说明数据合理；经过分析我们得出了 12 个因素中的 11 个均成立。详细结果可以看结果分析的第一部分。

## (五) 宣传活动

### 1. 三家村线下宣传活动

- 1) 活动形式
  - a) 提前在三家村张贴海报宣传

海报张贴地点为三家村海报栏。海报设计、印刷事先完成；海报申请、张贴提前 3 天由宣传组负责完成。海报内容涵盖队伍标志、队伍目标、实践简介等内容。
  - b) 在线短租行业基础知识普及
  - c) 发放问卷，赠送书签

提前设计好书签（见附件），邀请游客填写问卷并赠送书签作为纪念品。
- 2) 活动成果

在线下宣传活动中，我们邀请游客填写了大量的问卷，并拍摄大量活动照片及视频。

成功的普及了在线短租的基础知识，让更多的人了解到在线短租这个行业，希望更多的人能够加入这个行业。

## 2. 线上最美“床照”比赛

### 1) 活动时间

7月16日—7月22日

### 2) 活动规则

独占寝室一隅，自有一方天堂；想将自己的温馨小窝展示出来吗；无论你是懒癌晚期还是收纳狂人；快来晒晒你的寝室“床（位）照”吧！只要印象深刻，引人入胜，皆可参与到活动中，更有丰厚奖品等你拿~在7月16日0:00前，关注“XMU租奇制胜”公众号，将你所在床位的整体拍成照片并发送到后台。

### 3) 活动奖品

一等奖：微缩盆景；二等奖：宿舍神器；三等奖：手机支架。

## 3. 总体宣传过程

### 1) 前期宣传

前期线下宣传主要采取平面宣传的形式，增加关注度；线上则主要采取QQ群邮的形式。同时开始着手积累各线上宣传平台（微信公众号、微博，Myouth平台等）的粉丝数和关注度，为中期宣传奠定基础。

### 2) 中期宣传

中期宣传需要专人负责每天在不同宣传平台上及时跟进实

践最新消息。同时定期向各级各形式媒体投新闻稿，争取官方线上媒体转发，并且及时更新微博微信等。所有现场宣传活动都要在中期宣传中完成。

### 3) 后期宣传

后期宣传主要回归QQ群邮等形式。实践报告出炉后可以大规模投稿，争取各级媒体报道关注。

## (六) 调研行程

**表2 调研行程表**

阶段	时间	主要事项
一、前期筹备	5月1日—6月中旬	<p>5月1日—5月10日 组队，确定课题以及子课题，咨询相关老师，确定团队成员分工，完成初步策划，联系指导教师</p> <p>5月10日—5月20日 对策划进行深度的修改，细化课题，深入分析课题的可行性，同时与学术指导人和导师进行交流</p> <p>5月20日—6月中旬 完成第一轮预调研，外联组开始着手联系可行的房东、法律工作者和平台管理人员，为后期的线下活</p>

		动做更加细致的筹备，联系报社等宣传平台，在微信平台上造势
二、正式调研	6月中旬—7月下旬	<p>6月18日—6月22日 完成第二轮预调研</p> <p>6月23日—6月28日 与短租平台管理人员进行访谈</p> <p>6月29日—7月2日 与房东进行面谈</p> <p>7月4日 与法律工作者进行面谈或者电话访谈</p> <p>7月5日 举办线下宣传活动，进行房屋纸模义卖活动。</p> <p>7月6日—7月24日 在厦门市短租房密集的区域发放调查问卷和联合分析问卷，在厦门市游客密集的地方发放调查问卷</p> <p>9月初 举办线下活动，宣传实践成果</p>
		分析调研数据，进行数据

三、完成调研报告	7月25日—9月13日	分析，确定影响因子的模型； 整理活动过程中的照片和视频资料； 制作团队成员的心得集，散文集； 撰写实践报告，调研报告
四、调研报告	9月14日—10月中旬	与指导老师当面沟通，完善调研报告，提交并完成后期展示工作

## 四、课题研究成果

### (一) 国内在线短租平台信任机制研究

#### 摘要与关键词

**【摘要】**我们通过查找文献，社会调研，网络爬虫等方式获取了关于国内在线短租平台信任机制的大量信息。对这些信息利用经济学，统计学的方法进行简单处理，发现治安，卫生，信用，法律保障等信息对潜在的短租用户信任的影响最为显著；同时我们利用路径系数检验了前期建立的结构模型，确认了11个因素（房源描述、价格波动、卫生质量、治安情况、房东性别、房东信用、使用体验、好评数量、社会认可、平台担保、信息保障、法律保障）对在线短租平台的影响；辅以自然语言处理，k聚类分析等方法，利用网路获取的数据作为线下调研的补充，证明了

我们的结论并挖掘出了新的影响因素（平台效应）；最后我们分析了存在的问题并为短租市场的发展提出了一些建议。

**【关键词】** 在线短租 信任因素 自然语言处理 结构模型

## 1. 引言

2015年3月5日上午十二届全国人大三次会议上，李克强总理在政府工作报告中首次提出“互联网+”行动计划。而“互联网+旅游”和“互联网+住宿服务的”的一个趋势就是以短租为代表的非标准住宿。与此同时，分享经济迅速发展，开始融入人们的生活，改变着人们传统的消费理念。有数据表明，2015年中国分享经济市场规模为19560亿元，参与分享经济活动总人数超过五亿人。而短租正是伴随分享经济模式的兴起而出现的一种新兴的房屋租赁形式。作为住宿领域的分享经济代表，近年来，在线短租行业迎来跨越式发展。

2008年成立的Airbnb在短短几年内取得了巨大成功，目前汇集了来自191个国家、34000座城市的200万套房源，估值已达255亿美元。在中国，爱日租、途家、小猪短租等一批以在线短租为业务的网站迅速兴起。据艾瑞统计数据显示，在线短租业自2012年开始起步，市场规模1.4亿，之后发展态势迅猛，到2014年市场规模达到38亿。

然而，在国外已经成熟的“Airbnb模式”，在中国更像是被催熟的产物。虽然国内短租市场发展迅猛，但远远不如Airbnb在海外掀起的狂潮，同时也存在很多问题。2013年，完全照搬该模式的“爱日租”遭遇倒闭，这在一定程度上验证了Airbnb

模式在中国走不通。此后，模仿 Airbnb 的小猪短租、游天下、蚂蚁短租等相继成立，但是他们的规模、用户量、发展速度都难望 Airbnb 项背，其中原因令人深思。

在短租行业的发展过程中，信任因素无疑是非常重要的一点，在刚发布的《2015 年在线短租平台发展趋势报告》中，发布者小猪短租表示我国在线短租行业的信任体系正在进步，但在业界人士看来这些还远远不够。在信任度高的社会，去“陌生人家住一晚”的确是新鲜有趣的体验。但在当今社会信任度还不那么高的现状下，情况便截然不同。因此，我们对在线短租平台的研究是非常有必要的。

## 2. 文献综述

国内的很多学者已经对在线短租这一行业进行了很多研究，比如凌超等通过国内短租平台与 Airbnb 的对比探究了其发展路径及存在的问题；隋婷婷从用户体验角度分析了在线短租发展的情况及对策；潘月杰等分析了在线短租的商业模式。很多研究都指出了在短租行业里，信任因素的重要性，但是却没有针对信任因素的系统的研究。

在信任方面，王永钦等针对股票市场研究了“信任品”的竞争效应和传染效应；万君等研究了婚恋网站的信任机制。都说明了信任在特定市场上的重要性。

蔡忠建在指出根据统计学中平均数抽样分布定理，同样本数的抽样实验计算的偏度和峰值的可信分布区间是可作为判断不同样本数的数值资料的分布特征。当数值资料计算的偏度在置信区间时，判为正态或接近正态分布。此时，三个集中位置量数指

标基本相近，可选其中任何一个来描述资料的基本特征；当数值资料计算的偏度在置信区间之外时，峰值在正常值之间或峰值小于负界值之外，说明偏态分布，峰值正常或平坦。此时，数值资料中有超大值或超小值影响均值较大，应选用中位数来描述数值资料的基本特征较为合理；当数值资料计算的偏度在置信区间之外时，峰值又大于正界值时，说明偏态分布并是尖峰型，。此时，数值资料中有超大值或超小值，而且某一范围值还较集中，选用众数来描述数值资料的基本特征较为合适。

自然语言处理是研究能实现人与计算机之间用自然语言进行有效通信的各种理论和方法，是一门融语言学、计算机科学、统计学于一体的科学。而其中的语义分析，词法文法分析更是在计算机处理文本方面发挥着重要作用。而 1988 年由 Scott Deerwester, Susan Dumais, George Furnas 等人在《indexing by latent semantic analysis》提出的 LSA(隐含语义分析)是一种处理文本与字词的常用方法，通过“矢量语义空间”来提取文档与词中的“概念”，进而分析文档与词之间的关系。因此，本文将采取此方法分析短租市场中买方与卖方共同关注的焦点。

通过文献，我们认为在线短租平台的信任程度是由若干个变量决定的；此外我们根据前期预调研和文献分析的结果，确定变量并进行假设。在线短租作为 P2P 的一种表现形式，信任因素在行业发展中具有重要作用，因此有必要建立它的指标体系与结构模型。

### 3. 主要方法

#### 1) 峰态系数在偏好描述上的应用

各个影响因子对短租市场中房客对房源信任程度的影响，反映在问卷上就是各选项所得分值的分布。通常情况下，我们可以用平均值、方差、众数等来描述数据。但作为平均水平的指标，平均值和众数并不能很好地反映数据中所体现的偏好情况。所以，为了进一步描述各因子对房客信任程度的影响程度，我们将关注峰度和偏态系数。

峰度与偏态系数均基于与正态分布的比较。峰度是衡量数据分布陡峭程度的量，峰度为正值，表示数据的分布比正态分布更陡峭；为负值则表示比正态分布更平缓。正值越大，越陡峭；负值的绝对值越大，越平缓。偏态系数则反映数据 分布偏离正态分布的程度，偏度为正值，表示分布偏向于数值较大的一侧；为负值则表示偏向于数值较小的一侧。

由于在问卷数据处理过程中，我们采用按偏好程度依次赋分的方法，而且每题各选项的分值设置为 1~4 或 1~5。所以在一些因子间进行比较时，平均数和众数的参考价值相对较小（例如：某两个因子得分的众数分别为 4 分和 5 分，但二者对信任程度的影响可能非常接近）；而我们收集到的数据显示，房客对每个因子的偏好，基本都是呈“几”字形的，所以在上述情况下，通过比较峰度和偏态系数，可以弥补平均值的不足。

故我们对数据的分析，是综合了平均数、众数、峰度和偏态系数的。（在进行比较时，峰度和偏态系数的值可用于检验平均数和众数的有效性。）若峰度较大，则说明偏好更加明显；若峰度较小，则说明偏好比较分散。在峰度较小的情况下，我们可以通过比较平均数来衡量偏好程度。

## 2) 克隆巴赫系数信度检验

克隆巴赫系数是一种常用的信度检验工具。通过估量测验内部的一致性，作为信度的指标。克隆巴赫系数公式为：

$$\alpha = \frac{n}{(n - 1) \left( 1 - \sum \frac{S_i}{S_t} \right)}$$

其中：

$\alpha$  为信度系数，n 为测验题目数， $S_i$  为每题各被试得分的方差， $S_t$  为所有被试所得总分的方差。

一般来说，该系数愈高，说明内部一致性较好，即工具的信度愈高。在基础研究中，信度至少应达到 0.80 才可接受，而如果指数较低，可考虑修改题目以提高可信度。

### 3) 结构方程模型的建立与检验

结构方程模型（Structural Equation Modeling, SEM）是社会科学研究中的一个非常好的方法。“在社会科学以及经济、市场、管理等研究领域，有时需处理多个原因、多个结果的关系，或者会碰到不可直接观测的变量（即潜变量），这些都是传统的统计方法不能很好解决的问题。

本文的目的是探求影响在线短租平台信任机制的因素。我们团队经过前期对已有文献的梳理，预调研中进行大量的访谈与问卷调查，最后确定了 4 个维度 12 个变量，并结合 12 个变量设计调查问卷，如下图。

表 3 变量解释及问卷对应问题

维度	变量	变量解释	对应问卷
			问题

平台特性	房源描述	短租平台上的房源描述是否客观	10
价格波动	短租平台上面房源价格是维持稳定还是自然波动	13 18	
卫生质量	对房源的卫生评分，评论图片等反映卫生状况的情形	11 16	
治安情况	房源所处地理位置的治安状况	12 17	
房东属性	房东性别 是否更偏好女性房东	14 20 21	
房东信用	房东是否绑定信用卡，芝麻信用	22 24	
口碑特性	使用体验 初次使用体验是否影响对整个市场的信任程度	19	
好评数量	是否关注对房源的好评数量	23	
社会认可	来自周围人的评价	25	
保障体系	平台担保 短租平台是否给出足够的保障政策	26	
信息担保	身份认证，是否连接微博等社交平台	27	
法律规定	法律对短租的相关政策及规定	28	

结合指标分析，我们可以建立影响在线短租平台信任机制的因素的概念模型，并且提出以下 12 个假设。

**表 4 影响短租平台信任机制的假设及其内容**

假设	内容
H1	房源描述的客观程度会影响信任程度
H2	价格波动会影响信任程度
H3	表现出来的卫生质量会影响信任程度
H4	描述的治安情况会影响信任程度
H5	房东性别会影响信任程度
H6	房东信用会影响信任程度
H7	使用体验会影响信任程度
H8	好评数量会影响信任程度
H9	社会认可会影响信任程度
H10	平台担保会影响信任程度
H11	信息担保会影响信任程度
H12	法律规定的完善程度会影响信任程度

其中：

H1：在线短租平台上的房源信息中，一部分是客观的事实描述，一部分添加了大量房东的主观感受，而过于主观的内容可能会让人觉得对房源描述失去信任。

H2：房东可以在平台选择自己制定单一价格，也可以制定一个价格范围，允许价格在这个范围内自然波动。

H3：房东描述中会添加对房间卫生的描述，比如床单更换频率，卫生打扫频率；其他房客在使用之后也会留下相关信息，比

如能够展示卫生情况的照片等。

H4：治安情况可以从房源的地理位置看出，也可以从其他房客的评价中了解到。

H5：可能有部分家庭用户或者女性用户更加倾向于女性房客。这一点是基于已经有的男性犯罪记录。

H6：部分平台会展示出房东的芝麻信用级别，芝麻信用分在650以上为极好。随着芝麻信用的不断推广，它已经成为一个反应房东信用程度的重要指标。

H7：对某个房源的使用体验可能会影响对整个短租市场的信任程度。

H8：房源页面展示出的好评数量在一定程度上反映了房间的受欢迎程度以及房源的质量，是很多房客参考的一个重要指标。

H9：社会认可度指的是潜在用户周围的人对整个短租行业的评价，以及各种新闻媒体对短租行业的评价。

H10：不同的短租平台会提出不同的担保政策，其中包括退款政策，人身财产损失保险，事故发生后的处理和参与等等，这些政策会在潜在用户选择房源时做出详细的说明，也可以在一定程度上影响潜在用户对短租房源的信任程度。

H11：信息担保指的是房客对房东信息的了解程度。首先，部分平台（如 Airbnb）仍然没有强制要求房东绑定个人身份证件等身份信息；其次，平台可以通过连接到新浪微博等社交平台的方式，来使房客对房东有进一步的了解。诚然，国内社交平台的仍然存在较大的缺陷，但是这不失也是一条增加保障的途径。

H12：目前短租行业仍然是在以“日租”的名义在运行，没有具体的相关部门，只有零散的地方法律作出一些规定。而随着

短租的进一步发展，必定会像网约车一样获得正式的政策认可。

#### 4) 对买方及卖方市场文本的自然语言处理分析

##### d) 文本获取以及文本的预处理

利用 python 的网络爬虫 (web crawler) 技术获取某社交网站短租市场房主专栏文本以及住户评论文本，利用 python 的 BeautifulSoup module 规范化解析网络 HTML 文本，并利用正则表达式 (regular expression) 格式化文本，处理冗余信息。

##### e) 文本矢量化

加载某中文字典，生成树 trie，给定待分词的句子，使用正则获取连续的字符表示，切分成短语列表，对每个短语使用有向无环图 (DAG) 和动态规划，得到最大概率路径，对 DAG 中那些没有在字典中查到的字，组合成一个新的片段短语，使用隐马尔科夫模型 (HMM) 进行分词。对分词之后的文本进行矢量化，建立词空间。

##### f) 利用改进 TF-IDF 模型进行向量空间的转换

单纯地以词频作为字符的向量化表示可能会使某些停用词 (stop words) 权重增大，并且鉴于如果某一特征项只在某一两篇文档中大量出现，而在其他文档中出现频率较低，会使权重偏移，考虑使用改进过后的 TF-IDF 模型。以文章所有出现的词构造一个词空间，以每篇文章的集合构成一个语料库：

$$TF(t) = \frac{N(t)}{\sum N(i)}$$

$$IDF(t) = \log \frac{N}{n}$$

$$D(t) = \frac{1}{n} * \sum_{i=1}^n (TF(t) - \overline{TF})^2$$

$$W(t) = TF(t) \times IDF(t) \times D(t)$$

$$tf_{i,j} = \frac{n_{i,j}}{\sum_k n_{k,j}}$$

$$idf_i = \log \frac{|D|}{|\{j : t_i \in d_j\}|}$$

因此，字符 t 的向量表示为：

$$\text{Vector}(t) = (id(t), W(t))$$

$Id(t)$  为字符 t 的编号。

例如第一篇文章第一句中的“本文推荐”的矢量化描述即为：

$$[(29, 0.002321), (31, 0.002273), (51, 0.004103)]$$

以字符的 id 号作为 row name，以每篇文章的编号作为 column name 构造一个矩阵，矩阵中的数字即为这个字符在第 i 个文档中的 TF-IDF 权重，这样即可得到语料库的向量化表示。

g) 对向量空间进行隐含语义分析 (Latent Semantic Analysis)

通过语料库的向量化表示，得到的是一个  $N * M$  的矩阵，欲对其特征进行分析考虑对其进行部分奇异值分解，并通过运算得到过滤后的文本库。

奇异值分解是一个能适用于任意的矩阵的一种分解的方法：

$$A = U \sum V^T$$

假设 A 是一个  $N * M$  的矩阵，那么得到的 U 是一个  $N * N$  的方阵（里面的向量是正交的，U 里面的向量称为左奇异向量）， $\Sigma$  是一个  $N * M$  的矩阵（除了对角线的元素都是 0，对角线上的元素称为奇异值）， $V'$  ( $V$  的转置) 是一个  $N * N$  的矩阵，里面的

向量也是正交的， $V$ 里面的向量称为右奇异向量）。

奇异值在矩阵  $\Sigma$  中从大到小排列，而且  $\sigma$ （奇异值）减少特别的快，在很多情况下，前 10% 的奇异值的和就占了全部的奇异值之和的 99% 以上了。也就是说，我们也可以用前  $r$  大的奇异值来近似描述矩阵，这里定义一下部分奇异值分解：

$$A_{m \times n} \approx U_{m \times r} \sum_{r \times r} V_{r \times n}^T$$

第一个矩阵  $U$  的每一行即为该文本的矢量化描述，向量的各个坐标表示每个词的重要性（或者说相关性），数值越大越相关。  
最后一个矩阵  $V$  的每一列表示

语料库中文章的相关性。中间的矩阵则表示词和文章之间的相关性。

#### h) 文本空间 k-means 聚类

K-means 算法是很典型的基于距离的聚类算法，采用距离作为相似性的评价指标，即认为两个对象的距离越近，其相似度就越大。该算法认为簇是由距离靠近的对象组成的，因此把得到紧凑且独立的簇作为最终目标。

利用 k-means 聚类的算法，通过使用 python 这种工具，首先从  $n$  个数据对象任意选择  $k$  个对象作为初始聚类中心；而对于所剩下其它对象，则根据它们与这些聚类中心的相似度（距离），分别将它们分配给与其最相似的（聚类中心所代表的）聚类；然后再计算每个所获新聚类的聚类中心（该聚类中所有对象的均值）；不断重复这一过程直到标准测度函数开始收敛为止。通过 k-means 算法可以很清楚地展现文本空间的聚类效果。

## 4. 结果分析

### 1) 问卷数据基本情况描述

此次问卷共设置 28 道题目，其中用于衡量影响因子的题目有 18 道。

**表 5 变量及问卷对应问题**

维度	变量	对应问卷问题
平台特性	房源描述	10
	价格波动	13 18
	卫生质量	11 16
	治安情况	12 17
房东属性	房东性别	14 20 21
	房东信用	22 24
口碑特性	使用体验	19
	好评数量	23
	社会认可	25
保障体系	平台担保	26
	信息担保	27
	法律规定	28

按照影响程度由低到高：10~14 题每题设有四个选项，依次赋分 1~4 分；16~19, 22~28 题每题设有五个选项，依次赋分 1~5 分。在一份问卷中，某一指标影响程度的得分等于该指标对应问卷题目的得分之和。

根据收集到的数据，以各因子的最终分值为条件，我们得到以下的条件分布：

表 6 调查问卷各项基本数据指标分布

	房 价	卫 生	治 安	房 东	房 东	使 用	好 评	社 会	平 台	信 息	法 律
	源 格	生 活	安 全	性 别	信 息	体 验	数 量	认 可	担 保	担 保	规 定
	描 述	波 动	质 量	况 况	别 别	用 用	验 验	量 量	保 保	保 保	定 定
1	12	0	0	0	5	0	4	4	2	4	2
2	32	1	0	0	18	2	12	16	6	6	4
3	65	4	1	1	44	4	40	26	70	36	70
4	81	23	3	5	68	3	86	93	81	92	81
5	1	37	13	11	30	4	49	52	32	53	32
6		42	16	27	26	12					
7		43	41	42	0	24					
8		26	53	45	0	67					
9		14	63	58	0	37					
10		1	1	2	0	38					

对数据的描述统计如下：

表 7 对问卷数据的简单描述性统计结果

	房 价	卫 生	治 安	房 东	房 东	使 用	好 评	社 会	平 台	信 息	法 律
	源 格	生 活	安 全	性 别	信 息	体 验	数 量	认 可	担 保	担 保	规 定
	描 述	波 动	质 量	况 况	别 别	用 用	验 验	量 量	保 保	保 保	定 定
1	12	0	0	0	5	0	4	4	2	4	2
2	32	1	0	0	18	2	12	16	6	6	4
3	65	4	1	1	44	4	40	26	70	36	70
4	81	23	3	5	68	3	86	93	81	92	81
5	1	37	13	11	30	4	49	52	32	53	32
6		42	16	27	26	12					
7		43	41	42	0	24					
8		26	53	45	0	67					
9		14	63	58	0	37					
10		1	1	2	0	38					

	3.	6.	7.	7.	3.	8.	3.	3.	3.	3.	3.	3.	4.
平 均 数	14.13	21.98	66.49	51.83	93.19	04.71	85.86	90.57	70.68	96.33	70.68	34.03	
标 准 误	0.06	11.09	10.09	09.09	11.09	06.06	06.06	05.05	06.06	05.06	05.06	31.06	
中 位 数	3.3	6.6	8.8	8.8	4.4	8.8	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	5.5	
众 数	4.4	7.7	9.9	9.9	4.4	8.8	4.4	4.4	4.4	4.4	4.4	5.5	
0. 标 准 差	0.92	55.55	33.40	40.24	64.64	94.94	96.96	81.81	88.88	81.81	87.87		
1. 方 差	10.5	72.65	88.03	61.63	41.76	88.85	36.3	32.83	94.39	47.94	94.39	32.26	
2. 峰 差	0.84	2.42	1.79	1.97	1.54	2.71	0.89	0.92	0.67	0.78	0.67	0.76	
3. 峰 差	83.33	50.76	23.95	72.94	79.75	04.21	04.38	14.14	8.8	6.6	8.8	24.3	
4. 峰 差	-0.0	-0.0	0.0	-0.0	-0.0	2.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	3.0	

度	.3	.5	38	.0	.4	27	48	66	15	29	15	36
	11	49	77	89	00	41	20	33	48	34	48	30
	02	33	01	01	11	69	32	62	48	63	48	05
	-0	-0	-0	-0	-0	-1	-0	-0	-0	-0	-0	-1
	.7	.0	.9	.6	.0	.2	.7	.9	.2	.9	.2	.6
偏	34	08	23	92	68	86	76	52	22	41	22	81
度	46	44	12	08	72	16	79	06	02	7	02	01
区 域	4	8	7	7	5	8	4	4	4	4	4	4
最 小 值	1	2	3	3	1	2	1	1	1	1	1	1
最 大 值	5	10	10	10	6	10	5	5	5	5	5	5
观 测 数	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

从上表中我们可以看出，房客在选择房源时，对房源描述并不很在意，并较少关注价格波动；房源的卫生状况和治安情况会较为明显地影响房客的选择（这一点主要从平均值和众数就可以看到），同时峰度也表明，仍有一部分房客不会经常在意这两个

因子；房东的信用、法律保障可以明显影响房客们对房源的信任程度，这也暗示了提高短租市场内信任程度可能的措施。

## 2) 信度检验

对于问卷录入结果中的缺失值（missing data）采用该题的平均得分作为替代。分别对问卷的各个部分计算克隆巴哈系数，以检验问卷的可信度。我们得到结果：

评价部分	克隆哈巴系数
外界评价部分	0. 9173
个人态度部分	0. 8978

这两部分的克隆巴哈系数均大于 0.8，具有较好的内部一致性，具有较强的可信度。

在线短租行为部分的克隆巴哈系数（0.68）低于 0.8 不具有较高的可信度，考虑对问卷内容进行修改。发现删除 15 题（短租房东性别对短租市场活动的影响）结果之后，克隆巴哈系数达到 0.8513。因此，删除第 15 题的问卷部分具有较高的可信度。

## 3) 路径系数和假设检验成果

利用 Lisrel 8.8 中对概念模型的条途径对假设进行验证。通过多条路径来分析影响在线短租平台信任机制的影响因素及其影响程度。

运用 Lisrel 我们可以得到 12 个指标的相关系数矩阵。

表 8 12 个影响因素的相关系数矩阵

	房 价	卫 生	治 房	房 使	好 社	平 信	法

	源	格	生	安	东	东	用	评	会	台	息	律
	描	波	质	情	性	信	体	数	认	担	担	规
	述	动	量	况	别	用	验	量	可	保	保	定
房源		0.										
描述		85										
价												
格	0.	2.										
波	24	43										
动												
卫												
生	0.	0.	1.									
质	65	77	79									
量												
治												
安	0.	0.	1.	1.								
情	55	81	27	98								
况												
房												
东	0.	0.	0.	0.	1.5							
性	20	25	18	34	5							

别 房 东	0.	0.	1.	0.	-0.	2.		
信 用 使 用	30	93	07	92	01	72		
体 验 好 评	0.	0.	0.	0.	0.0	0.	0.	
数 量 社 会 认 可 平 台 担 保 信	12	42	64	58	1	63	89	
	0.	0.	0.	0.	-0.	0.	0.	0.
	22	31	57	41	01	94	41	93
	0.	0.	0.	0.	0.1	0.	0.	0.
	09	38	30	33	2	66	23	30
	0.	0.	0.	0.	-0.	0.	0.	0.
	17	42	51	52	01	96	34	37
	0.	0.	0.	0.	0.1	0.	0.	0.

息 担 保 法 律 规 定	09	38	30	33	2	66	23	30	67	39	67
	0.	0.	0.	0.	0.0	0.	0.	0.	0.	0.	0.
	15	25	52	53	5	86	27	35	26	39	26
											76

同时我们也获得了各个指标的路径系数估计值和 T 值。

表 9 12 个影响指标的路径系数估计值和 T 值

假设	内容	估计值	T 值	是否成立
H1	房源描述	4.53	0.31	Y
H2	价格波动	6.05	0.69	Y
H3	卫生质量	9.49	0.86	Y
H4	治安情况	8.57	0.83	Y
H5	房东性别	1.24	0.12	N
H6	房东信用	12.47	1.30	Y
H7	使用体验	7.90	0.52	Y
H8	好评数量	9.21	0.61	Y
H9	社会认可	10.58	0.57	Y
H10	平台担保	11.74	0.67	Y

H11	信息担保	10. 58	0. 57	Y
H12	法律规定	9. 48	0. 56	Y

以上数据结果的主要拟合优度指标如下：

表 10 影响因素的拟合优度指标数据

平均平方残差平方根 (Root Mean Square Residual)	0. 0613
拟合优度指数 (Goodness of Fit Index)	0. 92
调整拟合优度指数 (Adjusted Goodness of Fit Index)	0. 846

根据以上结果我们可以看到，均方根残差小于 0.1，拟合优度指数大于 0.9，调整拟合优度指数大于 0.8，说明数据总体的拟合程度较好。

根据检验结果我们可以得知，除去房东性别一项，其它所有假设的 T 值都大于 1.96，均有显著影响。

因此我们可以确定，房源描述，价格波动，卫生质量，治安情况，房东信用，使用体验，好评数量，社会认可，平台担保，信息担保，法律规定等 11 个指标对我国在线短租平台的信任机制具有显著的影响作用。

#### 4) 对买方及卖方市场文本的自然语言处理结果

通过 python 进行隐含语义分析与 k-means 聚类，将所得到的结果可视化之后，可以得到一个关于字符的左奇异向量矩阵，一个关于文本的右奇异向量矩阵。对奇异值进行筛选，可以得到一个降维之后的字符，文本的向量空间（是一个 14 维度的）。

部分特征值描述：

表 11 文本向量空间的部分特征值描述

0. 340
033
0. 306
294
0. 253
737
0. 250
746
0. 240
248
0. 225
428
0. 221
572
0. 210
053
0. 208
904
0. 200
019
0. 191

807
0. 189
214
0. 187
186
0. 180
937
0. 017
9447

选取部分互相对应的坐标，进行可视化描述：

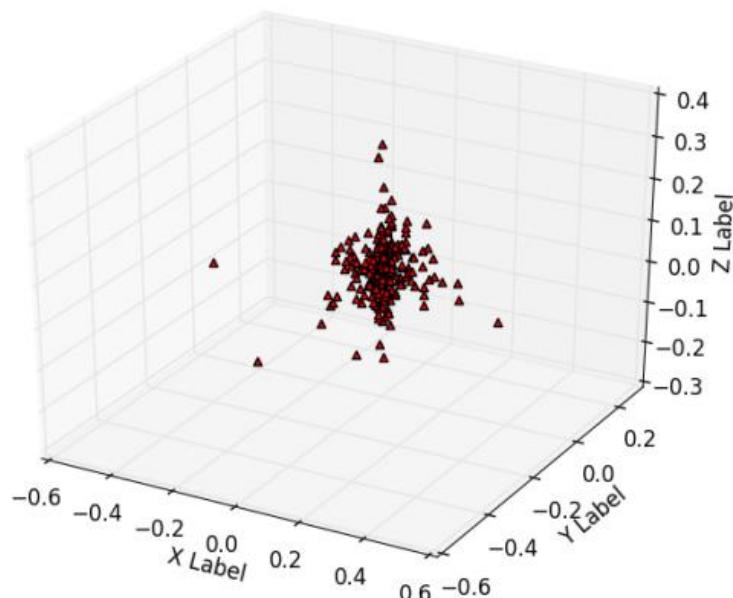


图 2 文本向量空间相互对应坐标的可视化表示

红色三角形表示的是进行降维，降噪（去除停用词）之后的文本空间描述。可以看到，在去除冗余信息之后，该专栏下的大

部分文本具有较好的聚集效果。

文本空间的中心 (0.001397, 0.000587, 0.012951) 文本空间的 k-means 聚类：

文本空间 k-means 聚类三个方向上的投影：

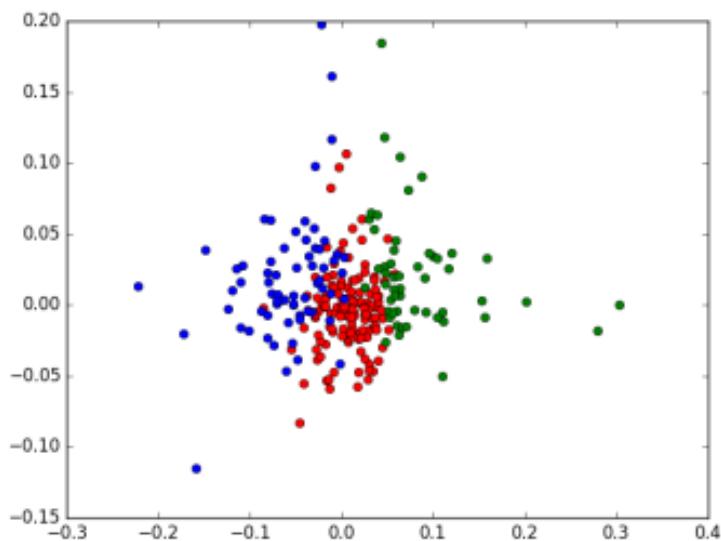


图 3 k-means 聚类在三个方向上的投影 (a)

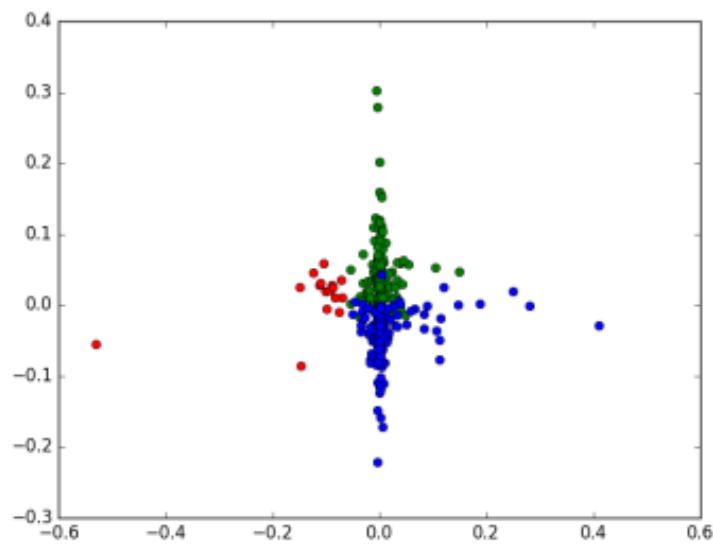


图 4 k-means 聚类在三个方向上的投影 (b)

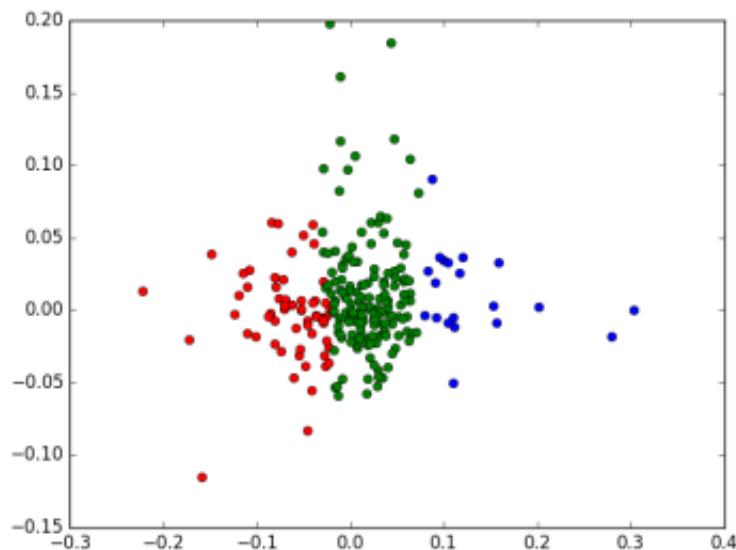


图 5 k-means 聚类在三个方向上的投影 (c)

蓝色圆形点描述的是字符的向量化表示，每个坐标相关应的是对文档重要度的贡献程度。

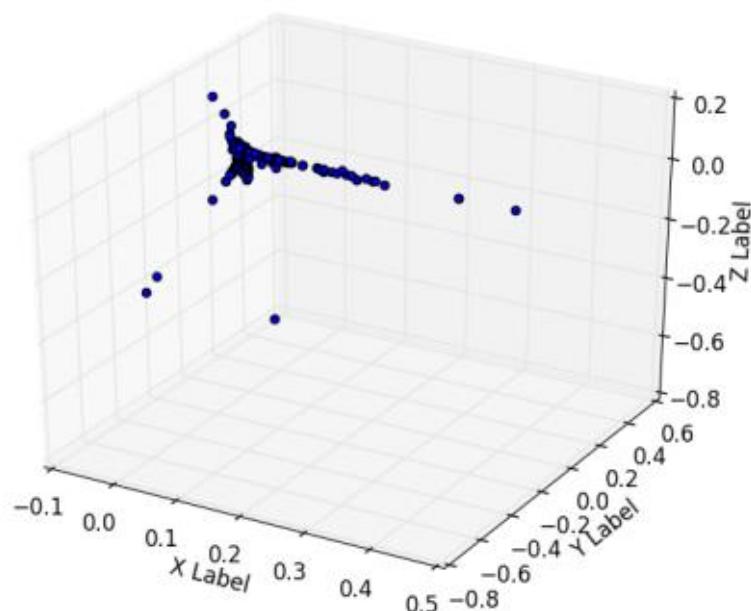


图 6 字符空间向量化表示 (a)

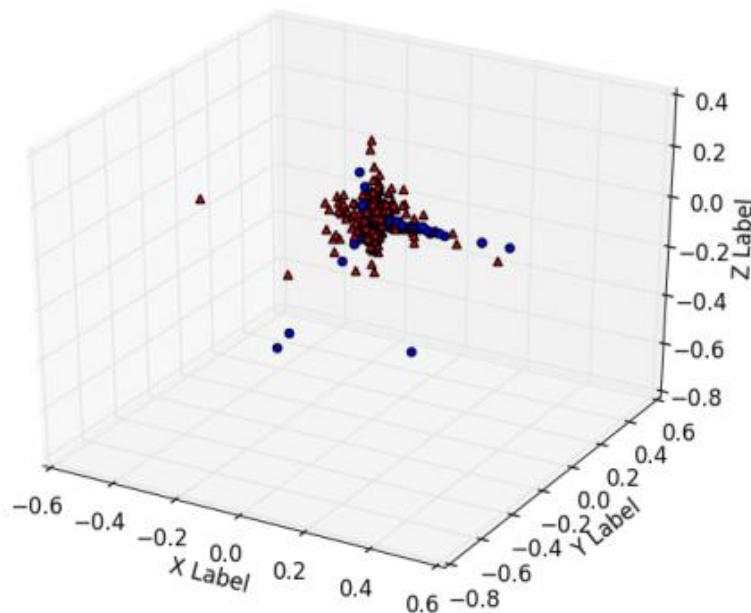


图 6 字符空间向量化表示 (b)

将文本与字符两个向量空间合并，红色与蓝色部分重合度较高的部分表示文本与字符具有较大的关联性。通过计算文本坐标与字符坐标之间的距离，并且过滤掉一些明显偏离主题的词（例如：村上村树，http，吴秀波等词），并且按照这些词在文本中出现的频数顺序排列，可以得到与短租卖方市场专栏关联度较大的词语：

卖方市场文本与单个字符空间距离的统计描述：

表 12 文本与字符空间距离的描述统计

mean	0.013093
------	----------

std	0.009359
Min	0.003610
25%	0.012317
50%	0.012763
75%	0.012912
max	0.813914

卖方市场文本字符关联程度表（前 20 个字符）：

表 13 卖方市场文本字符关联程度表（前 20 个字符）

字符	频数	距离
旅舍	192	0.00 361
LOFT	136	0.00 3888
还价	128	0.00 4023
涨价	107	0.00 4901
治安	101	0.00 51
洗护	99	0.00

		5598
Airbnb	72	0.00
软萌系	46	0.00
别墅	42	0.00
信用	40	0.00
品牌	34	0.00
线上	32	0.00
线下	32	0.00
代金券	39	0.00
厦门	10	0.00
微信群	9	0.00
APP	4	

快捷 酒店	3	
穷游 网	2	
QQ	2	

买方市场字符关联程度表：

表 14 买方市场字符关联程度表

字符	频数
Airbnb	100
被套	47
治安管理	34
银子	33
营业	30
别墅	30
信用	28
品牌	28
方便快捷	24
线上线下	21
58	20
B2C	10

解决问题	10
经济型	8

### 基于关键词的词频统计表（前 50）：

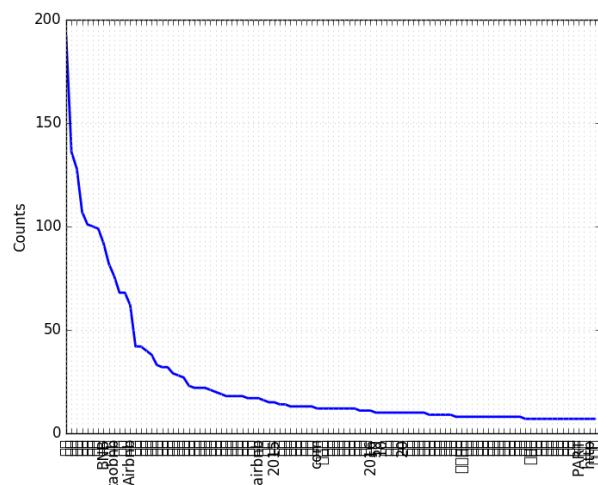


图 7 基于关键词的词频统计表（前 50）

### 买方市场关联词词频统计（前 50）：

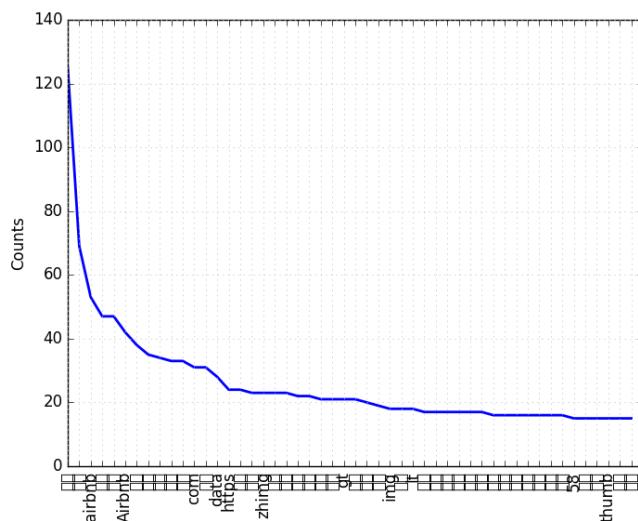


图 8 买方市场关联词词频统计（前 50）

买方与卖方市场关注共同点：重复上述步骤，对买方市场的文本同样进行矢量化(vectorlize) 和隐含语义分析(latent semantic indexing)，并将矢量化后的文本与卖方市场的文本空间(corpus)进行比对，做交集(利用数据库型的 merge method)，并且卖方市场关心词语（例如涨价代金券等，频数超过 160），而买方市场关心词语（银子，经济型，58 同城）频数达到 61 以上，因此可考虑将价格因素列入其中。

因此得出两端市场 (two side market) 共同关注的字符：  
Airbnb(短租市场主要平台)，治安，别墅(房屋质量因素)，  
信用，品牌，线上线下，价格。

## 5. 讨论

### 1) 结果简要概括

通过对获取的问卷数据进行简单的统计处理，结合偏度，峰度指标与路径系数，我们可以看出房客在选择房源时，基本不会考虑房东的性别题，对房源描述并不很在意，也较少关注价格波动；房源的卫生状况、治安情况、房东信用和法律保障情况则会较为明显地影响房客的选择。

利用 Python 语言和自然语言处理方法，我们发现卖方市场和买方市场共同关注的问题主要有 Airbnb(短租市场主要平台)，治安，卫生情况，信用状况，别墅(房屋质量因素)，品牌，线上线下，价格等。其中可能影响信任的有平台的选择，治安状况，卫生情况，信用状况，房源质量(体现在描述中)。

### 2) 对短租市场的启示

从房东的角度：对于用户比较关注的治安，卫生，信用，房

屋质量方面的信息，房东可以在房源的描述中或者是在咨询的过程中主动向潜在的房客说明，以增加房客的信任程度，提高成交可能性。在管理房源的过程中也要采取措施提高上述几个指标的质量。比如定时高频打扫卫生，对有质量问题的房源及时修整，绑定芝麻信用等。

从平台的角度：对于用户关注的治安、房屋质量和卫生问题，可以制定标准，也可以强制房东披露信息。在信用方面，鼓励用户绑定芝麻信用，并连接用户的信用卡等。

### 3) 存在的问题

样本量不足：由于发放问卷的过程中严格控制问卷数量，并且没有足够的激励措施，我们最终仅使用了 192 份问卷的数据，样本量不足，可能会造成结果偏差。这一点我们后期利用在线平台的数据做了一些补充性的检验。

影响因素考虑不足：在文本分析得出的结果中，平台是一个很重要的因素。但是我们前期的调研没有涉及这一点。同时没有获取到 Airbnb 的数据，主要原因有两个，一是 Airbnb 虽然关注量大，但是在我们前期调研中发现它在国内占有的市场份额并不多（可能因为业务内容较少），小于 1.9%（当时最大的平台蚂蚁短租（现已被途家收购）市场占有率达 40%以上）；二是相较于几个国内平台，Airbnb 的数据更难利用网络爬虫获取。

拟合优度不够：出于以上两个问题，我们的模型并未达到 95%的可信度。还需要进一步的调研建立更加准确的结构模型。

## 6. 参考文献

- [1] 凌超, 张赞. 分享经济在中国的发展路径研究——以在

线短租为例[J]. 现代管理科学, 2014 年, 第 10 期

[2] 隋婷婷. 从用户体验角度探析在线短租的发展情况及对策[J]. 时代金融, 2014 年, 第 1 期

[3] 潘月杰, 张圆圆. 分享型经济: 在线短租商业模式初探[J]. 管理锦囊, 2014 年, 第 3 期

[4] 王永钦, 刘思远, 杜巨澜. 信任品市场的竞争效应与传染效应: 理论和基于中国食品行业的事件研究[J]. 经济研究, 2014 年, 第 2 期

[5] 万君, 张祥, 庞培培. 婚恋网站初始信任影响因素模型研究[J]. 现代图书情报技术, 2012 年, 第 10 期

[6] 张晓冉. 峰度统计意义的探讨[J]. 燕山大学学报, 2006 年, 第 1 期。

[7] 蔡忠建. 对描述性统计量的偏度和峰度应用的研究[J]. 北京体育大学学报, 2009 年, 第 3 期

[8] 王鹏, 王建琼, 魏宇. 自回归条件方差-偏度-峰度: 一个新的模型[J]. 管理科学学报, 2009 年, 第 5 期

## (二) 在线短租平台初始信任影响因素——来自厦门市联合分析的证据

### 1. 摘要与关键词

【摘要】通过在线短租平台选择的过程中, 潜在的短租用户需要对不同的房源进行筛选。尽管我们可以明确知道他们的选择结果, 但是由于选择者拥有多维度的选择偏好, 我们无法明确得知选择者最关注的短租房源属性。我们团队在厦门地区进行了联

合分析实验，这篇论文意在找出在线短租选择过程中，能够影响选择者信任程度的一些因素，比如房屋描述的客观程度，房主的性别等。我们发现，

## 2. 引言

目前短租发展的现状，前人已经有的关于对信任程度影响因素的调查结果。但是因为影响在线短租房源的因素众多，并且大多数不可直接衡量，因此没有前人比较各个因素对短租行业信任机制影响程度的大小。

影响短租平台的每一个因素都可以具化为一种属性，什么样的属性？比如，房源交通便利是一种属性，房源好评数量多是另一种属性。多种属性组合在一起就会形成一个产品的概念，在我们的研究中即代表着一个房源。那么房客究竟会信任什么样的房源呢？什么房源属性是信任机制里潜在房客最看重的？次之呢？这些都是我们想要知道的。

不同属性的效用就代表着这种属性对潜在房客信任机制的影响程度，那么这些属性的效用如何衡量呢？获得属性效用可以用两种方法，一种是直接估计法，另一种是间接估计法。直接估计法是让被调查对象直接说出选择偏好的过程，但是此种方法存在着两种主要缺陷，第一是我们常说的社会期望偏差（social desirability bias）——受访者常因面子和其他原因，以符合社会期望的方式回答问题。第二，即便受访的对象愿意吐露内心的真实答案，人也往往很难对多个因素进行单独排序。在现实世界中，房源的可观察属性总是相关的，交通便利的地区一般治安也比较好，所以受访对象偏好治安好的地区，很可能是交通便利

这个因素造成的。

联合分析则避免了这种可观察的属性。这种实验方法提供给受访者的场景与真实的选择房源的场景比较类似，而且二选一的选择对大多数人来说比较容易，因此，我们获得的答案就比直接问哪个因素重要更准确。由于这些特征是我们利用软件随机抽取的，它们之间是统计不相关的，这就解决了刚才所说的房源的可观察属性相关的难题。另外，这个设计还有一个好处，就是排除了其他干扰因素的影响，如房源的价格等等。

联合分析的作用为，虽然单一属性的效用难以衡量，但是如果能够将不同等级的属性联合起来加以分析，属性的效用就可以间接地被测量出来。最终获得数据之后进行简单的回归分析就能够分析出不同房源属性在信任机制中的效用。

### 3. 文献综述

#### 1) 联合分析方法的应用

联合分析作为一种重要的社会学调查方法，20世纪60年代被发明，但是目前在中文文献中的应用较少，最早提及这一方法的中文文献为菲利普·科特勒的作品《营销管理》。但是由于该方法需要计算有关属性的效用，因此需要用到复杂的计算机程序，所以一直没有普及。

20世纪初期，孟玉红的文章《试论联合分析方法的改进与应用》对该方法的复杂程序进行了改进，使我们能够利用简单的office程序对研究对象的属性进行分析。后人也对此方法进行了少量的修改，本文用到的方法主要为该文章中介绍的方法。

#### 2) 短租行业现有研究

国内的很多学者已经对在线短租这一行业进行了很多研究，比如凌超等通过国内短租平台与 Airbnb 的对比探究了其发展路径及存在的问题；隋婷婷从用户体验角度分析了在线短租发展的情况及对策；潘月杰等分析了在线短租的商业模式。很多研究都指出了在短租行业里，信任因素的重要性，但是却没有针对信任因素的系统的研究。

在信任方面，王永钦等针对股票市场研究了“信任品”的竞争效应和传染效应；万君等研究了婚恋网站的信任机制。都说明了信任在特定市场上的重要性。

#### 4. 主要方法策略

##### 1) 实验属性介绍

本次设计实验一共设计了 7 种房源属性，包括房源描述、地理位置、房价变动、房东性别、信用凭证、社交平台、好评数量七个因素。对于每个因素都选择了两种不同的描述，作为一个房源的具体的属性，因素及属性的选择设计见下表。

表 2 联合分析属性及其描述

影响因素	属性描述 1	属性描述 2
房源描述	客观详细	主观情绪化
地理位置	治安良好	治安混乱
房价变动	经常波动	维持稳定
房东性别	女	男
信用凭证	绑定信用卡或芝麻	无认证

信用		
社交平台	连接微博	没有连接微博
好评数量	多	少

## 2) 正交实验设计

正交试验设计(Orthogonal experimental design)是研究多因素多水平的又一种设计方法，它是根据正交性从全面试验中挑选出部分有代表性的点进行试验，这些有代表性的点具备了“均匀分散，齐整可比”的特点，正交试验设计是分式析因设计的主要方法。是一种高效率、快速、经济的实验设计方法。

当析因设计要求的实验次数太多时，一个非常自然的想法就是从析因设计的水平组合中，选择一部分有代表性水平组合进行试验。因此就出现了分式析因设计(fractional factorial designs)，但是对于试验设计知识较少的实际工作者来说，选择适当的分式析因设计还是比较困难的。例如作一个三因素三水平的实验，按全面实验要求，须进行  $3^3=27$  种组合的实验，且尚未考虑每一组合的重复数。若按 L9( $3^4$ ) 正交表安排实验，只需作 9 次，按 L18( $3^7$ ) 正交表进行 18 次实验，显然大大减少了工作量。因而正交实验设计在很多领域的研究中已经得到广泛应用。

本次研究过程中主要利用了软件“正交实验助手”及 SPSS22.0 设计了八个正交实验，并分别编号为 ABCDEGFH。

表 2 正交实验设计表

	房源 A	房源 B
房源描述	主观情绪化	主观情绪化
地理位置	治安混乱	治安良好
房价变动	经常波动	维持稳定
房东性别	女	男
信用凭证	绑定信用卡或芝麻 信用	绑定信用卡或芝麻 信用
社交平台	连接微博	连接微博
好评数量	好评数多	好评数少

	房源 C	房源 D
房源描述	客观详细	主观情绪化
地理位置	治安良好	治安混乱
房价变动	经常波动	经常波动
房东性别	女	男
信用凭证	无认证	无认证
社交平台	连接微博	没有连接微博
好评数量	好评数少	好评数少

	房源 E	房源 F
房源描述	客观详细	主观情化

地理位置	治安混乱	治安良好
房价变动	维持稳定	维持稳定
房东性别	女	女
信用凭证	绑定信用卡或芝麻 信用	无认证
社交平台	没有连接微博	没有连微博
好评数量	好评数少	好评数多

	房源 G	房源 H
房源描述	客观详细	客观详细
地理位置	治安良好	治安混乱
房价变动	经常波动	维持稳定
房东性别	男	男
信用凭证	绑定信用卡或芝麻 信用	无认证
社交平台	没有连接微博	连接微博
好评数量	好评数多	好评数多

### 3) 联合分析实验设计

#### a) 问卷情景

情景：为了出行的需要，您正在某在线短租平台上挑选房源。假设其他情况相同，综合以下两个房源的情况，您更倾向选择哪

一个？请在合适的选项上打钩（√）并在下方表格中对其进行评分。

### b) 选择表格

在情景问题之后是每两个问卷进行对比的表格，表格中描述了两个房源的 7 种属性，包括房源描述、地理位置、房价变动、房东性别、信用凭证、社交平台、好评数量七个因素。房客可以自由的在两个房间之间根据自己的偏好进行选择。

选择之后会有问题要求房客在两个房源之间进行评分，分数为 5 分制，评分表格如下。

**表 3 对房源质量评分设计表格**

	1	2	3	4	5
房源 A					
房源 B					

被调查者需要在对应的分数下面打勾，针对房源的质量给出自己的评分。

### c) 问卷设计说明

情景设计是为了更好地模拟真实的房源选择环境，让受访者在更加真实的情况下进行选择，从而排除一些外在干扰的因素。

对房源的选择和评分有助于我们通过对大量数据的分析得出不同属性的效用，从而分析他们对信任机制的影响程度。

## 4) 属性效用赋值

在联合分析过程中，为了衡量各个属性的效用，我们需要对选择的各个属性进行赋值。在此过程中，属性的效用值为序数意

义，不具有大小比较的性质，因此我们可以对各个属性随机赋值。在我们的研究中，我们对 7 个因素的 14 个属性的赋值情况如下表。

表 4 不同等级的各属性赋值

属性名称	属性等级	赋值情况
房源描述	客观详细	0.8
	主观情绪化	0.2
地理位置	治安良好	0.7
	治安混乱	0.3
房价波动	维持稳定	0.6
	持续变动	0.4
房东性别	女	0.6
	男	0.4
信用凭证	绑定信用卡或芝麻信用	0.7
	无认证	0.3
社交平台	连接微博	0.8
	没有连接微博	0.2
好评数量	好评数多	0.9
	好评数少	0.1

### 5) 概念对象的效用数值

在对各个不同的对象进行赋值之后，我们就可以计算各个实验对象的效用数值。

具体计算过程只需要将各个等级的属性的效用值相加即可。比如，我们计算房源 A 的效用值，即为  $0.2 + 0.3 + 0.4 + 0.6 + 0.7 + 0.8 + 0.9 = 3.9$ ，因此，房源 A 的效用值为 3.9。

表 5 房源 A 效用计算示例

	房源 A	等级效用值
房源描述	主观情绪化	0.2
地理位置	治安混乱	0.3
房价变动	经常波动	0.4
房东性别	女	0.6
信用凭证	绑定信用卡或芝信用	0.7
社交平台	连接微博	0.8
好评数量	好评数多	0.9
	总效用值	3.9

根据上图的示例，我们可以依次计算出其他七个研究对象的效用值，详情见下表。

表 6 特定设计属性房源的效用值

房源名称	效用值
A	3.9
B	3.5
C	3.7

D	1. 9
E	3. 3
F	3. 5
G	4. 1
H	4. 1

## 5. 结果分析

### 1) 计算拟合优度

我们发放问卷回收到 82 份有效问卷，每一份问卷包括 28 组房源对比，要求受访者在对比房源之间进行选择。我们统计了选择各个房源对象的频数，并按照房客的偏好程度重新为效用值排序，如下表。

表 7 偏好程度与房源效用之间对应关系

偏好程度	效用值	偏好程度	效用值
1	3. 9	15	3. 9
2	3. 5	16	3. 5
3	3. 7	17	3. 7
4	4. 1	18	1. 9
5	3. 3	19	3. 3
6	3. 5	20	3. 9
7	4. 1	21	3. 5
8	3. 9	22	3. 7
9	3. 5	23	1. 9

10	3. 7	24	3. 3
11	1. 9	25	3. 5
12	3. 3	26	1. 9
13	3. 5	27	1. 9
14	3. 3	28	3. 3

## 2) 解出效用函数(Utility Function)

效用函数需要重复随机赋予函数值与排序偏好的过程，最终获得一个偏好程度与效用值最拟合的结果，获得最大的拟合优度。

我们采用 excel 来完成上述过程，需要利用如下公式，为了方便起见，我们这里用三个变量的公式作为示例，详细公式见附录程序。

$$\text{Max} r^2 = \frac{(\sum xy)^2}{(\sum x^2)(\sum y^2)}$$

$$x = X_{ijk} - \bar{X}$$

$$y = Y_{ijk} - \bar{Y} \quad (i, j=1, 2, 3; k=1, 2, 3, 4, \text{下同})$$

$$Y_{ijk} = a_i + b_j + c_k$$

约束条件为：

$$\text{Max}(a_i, b_j, c_k) = 1$$

$$a_i, b_j, c_k \geq 0$$

其中， $r^2$ 为拟合优度程度， $a_i, b_j, c_k$ 分别为 i, j, k 三种属性不同等级下的效用值，及模型的选择变量。

### 3) 利用 Solver 估计效用函数值

重复上述过程，我们能够获得七个因素 14 个属性的效用排行。

表 8 属性等级效用值估计值

属性名称	属性等级	估计值情况
房源描述	客观详细	0.63
	主观情绪化	0.37
地理位置	治安良好	0.72
	治安混乱	0.28
房价波动	维持稳定	0.53
	持续变动	0.47
房东性别	女	0.51
	男	0.49
信用凭证	绑定信用卡或芝麻信用	0.93
	无认证	0.07
社交平台	连接微博	0.74
	没有连接微博	0.26
好评数量	好评数多	0.88
	好评数少	0.12

## 6. 讨论

### 1) 数据结果简要概括

根据最终获得的效用的估计值，我们可以知道，法律的保障在信用机制中发挥着重要的作用，除此之外好评数量，治安状况的影响也很大；而在房东性别和房价波动方面，对信用机制的影响程度却并不明显。

### 2) 结论分析

- a) 保障体系影响，目前短租行业在法律规定尚不完善，因此部分房客的人身财产安全受到侵害时，经常报案无门。短租行业不规范会加重他们对该行业的担心。
- b) 好评数量影响程度大。房源描述的影响程度不大是因为受到淘宝购物的影响，部分潜在房客会认为房东在进行房源描述时存在不实的因素，因此更倾向于看已经使用过该房源的用户的评价，所以更关注评论中的情况。
- c) 房东性别因素：大部分受访者都表示不会受到房东性别的影响，不会存在性别偏向。

### 3) 存在的不足

本次调研的主要问题为问卷数量不足，联合分析的问卷数量仅有 82 份。出现这样的结果主要是因为该问卷数量庞大，填写时间长，而我们没有提供足够的激励，只是发放书签的方式无法做到足够的激励使受访者填写问卷。

## 7. 参考文献

[1] 孟玉红,《试论联合分析法的改进与应用》,《财报研究》,2000 年,第四期

[2] Hanzhang Liu,《The Logic of Authoritarian Political Selection:Evidence from a Conjoint Experiment in China》,working paper,2016 年 7 月

### (三) 国内在线短租平台对比研究

#### 1. 摘要与关键词

**【摘要】**我们通过采集国内主要短租平台(途家、蚂蚁短租、小猪短租、木鸟短租)的各方面信息,对他们运用 SWOT 分析法,通过多方面(市场份额、APP 下载量、房源数量、估值,以及其他概况)对比,并选取 Airbnb 作为对照,进行了分析。

通过以上结果确定了各大短租平台之间的差异,分析了这些差异创造的优势和导致的劣势,并为针对信任机制问题的调研提供参考和补充,为短租平台提供创新和改革的建议,帮助房东和用户选择便于自己实现利益最大化的平台。

**【关键词】**在线短租,对比研究,SWOT 分析

#### 2. 课题背景

十二届全国人大三次会议后,“互联网+”的概念开始被人们所熟知。与此同时,在五中全会公报和“十三五”规划建议中,“分享经济”首次被提出。作为互联网下的“新经济”“新商业”形态,“分享经济”正在改变传统的经济模式。而在线短租作为贴合热点政策的分享经济代表,近年来在国内发展态势迅猛。

在中国，爱日租、途家、小猪短租等一批以在线短租为业务的网站迅速兴起。根据速途研究院预计，2016年我国在线短租市场规模将达到300亿元，与2012年仅为1.4亿元的市场规模相比，发展速度不可谓不迅速。

不过，尽管国内在线短租目前看上去很红火，但这种红火远远不如Airbnb在海外掀起的狂潮，同时也存在很多问题。2013年，完全照搬该模式的“爱日租”遭遇倒闭，这在一定程度上验证了Airbnb模式在中国走不通。同时，腾讯研究院数据分析显示，2016年上半年国内在线短租行业融资次数大大减少为4次，这在一定程度上说明在线短租行业已经迎来了“资本寒冬”。国内在线短租行业的发展路上仍有众多壁垒。

针对这种现象，我们在主课题部分着重研究和分析了国内在线短租行业发展中遇到的信任机制问题，并运用多种方法验证了我们提出的关于信任程度影响因素（房源描述、价格波动、卫生质量、治安情况、房东性别、房东信用、使用体验、好评数量、社会认可、平台担保、信息保障、法律保障）的假设。

然而随着调研的深入，我们发现：由于不同在线短租平台之间基本情况大不相同，之前一直没有纳入考虑范围的平台因素可能对最终结果产生不可忽略的影响。基于以上考虑，我们认为国内在线短租平台的对比研究十分重要。

### 3. 课题意义

本次调研旨在通过多方面对比国内主要的在线短租平台，确定各大短租平台之间的差异，分析这些差异创造的优势和导致的劣势，并为针对信任机制问题的调研提供参考和补充。利用以上

结果，为短租平台提供创新和改革的建议，帮助房东和用户选择便于自己实现利益最大化的平台。

#### 4. 分析方法

##### 1) SWOT 分析法。

SWOT 分析法又称为态势分析法，它是由哈佛商学院的 K·J·安德鲁斯教授于 1971 年在其《公司战略概念》一书中提出的，是一种能够比较客观而准确地分析和研究一个单位现实情况的方法。SWOT 四个英文字母分别代表：优势（Strength）、劣势（Weakness）、机会（Opportunity）、威胁（Threat）。从整体上看，SWOT 可以分为两部分：第一部分为 SW，主要用来分析内部条件；第二部分为 OT，主要用来分析外部条件。利用这种方法可以从中找出对自己有利的、值得发扬的因素，以及对自己不利的、要回避的东西，发现存在的问题，找出解决办法，并明确以后的发展方向。通过这种分析，可以将问题按轻重缓急分类，明确哪些是目前急需解决的问题，哪些是可以稍微拖后的事情，哪些属于战略目标上的障碍，哪些属于战术上的问题，并将这些研究对象列举出来，依照矩阵形式排列，然后用系统分析的思想，把各种因素相互匹配起来加以分析，从中得出一系列相应的结论，有利于领导者和管理者做出较正确的决策和规划。

在 SWOT 分析中，优劣势分析主要是着眼于企业自身的实力及其与竞争对手的比较，而机会和威胁分析将注意力放在外部环境的变化及对企业的可能影响上。但是，外部环境的变化给具有不同资源和能力的企业带来的机会与威胁也是完全不同，因此，两者之间又有紧密的联系。企业并不必需要花费时间和精力去追

逐那些目前看起来更加有利的机会，相反，如果能够将企业的优势和即将来临的机会很好地进行匹配，那么这个企业同样也会在未来的竞争中处于最佳有利的地位。把 SWOT 分析中的四个纬度综合起来考虑，即可以建构 SWOT 矩阵或 TOWS 矩阵。在完成环境因素分析和 SWOT 矩阵的构造后，便可以制定出相应的行动计划。制定计划的基本思路是：发挥优势因素，克服弱点因素，利用机会因素，化解威胁因素；考虑过去，立足当前，着眼未来。运用系统分析的综合分析方法，将排列与考虑的各种环境因素相互匹配起来加以组合，得出一系列公司未来发展的可选择对策。

虽然 SWOT 分析法更多情况下应用于行动计划的制定，但在分析的过程中，它着眼于优势和劣势的对比，明确现状与前景的关系，还会进行竞争对手之间的比较，贴合我们的本次调研的目的。其简洁实用的特点，让我们这次选择 SWOT 分析法显得不失合理性。

## 2) 产业链分析法

产业链分析可以让我们看清行业现状，明确利益关系，对本次调研有辅助作用。

## 5. 对比研究

### 1) 在线房东产业链分析

房东：即房屋的拥有者，通过将个人闲置的房屋进行短期租赁，按日收取费用。

中介代理：即房屋的经营者，例如个人房产经营商、物业公司、地产中介等。大部分中介代理采先从房东签订长期租赁合同，再将房屋发布到各在线短租平台，通过短租的模式进行出租，赚

取差价。

**在线短租平台：**在线短租平台为房东及房客提供线上预订交易服务，通过独立运营的线下团队或与中介代理合作，将线下房源进行搜集管理。并为消费者提供房屋搜索及交易担保。

**媒体：**消费者通过不同媒体进入短租网站，包括搜索引擎、分类信息、房产门户、在线旅游网站等。

**房客：**有出行需求的消费者，包括旅行者、商务出差等。

从上面的分析我们不难发现，在线短租平台处于整个行业的核心地位，是在线短租行业中的重要角色，它的方方面面都牵动着整个行业的发展，故本次调研着重对比在线短租平台之间的差异。

## 2) SWOT 分析法中在线短租平台的选择

目前，整个在线短租行业，分为三大类：一是独立的创业型网站；二是依附原有业务相关的互联网公司；三是传统房屋中介推出的短租网站。

综合考虑市场份额和应用下载量两个方面，根据速途研究院发布的 2015 年第一季度垂直领域市场份额统计和截至 2016 年 6 月 30 日的国内在线短租类应用下载排行榜，我们选取途家、蚂蚁短租、小猪短租、木鸟短租和国外品牌 Airbnb 共五个品牌，其中 Airbnb 作为对照。

## 3) 五个在线短租品牌的的基础数据对比

**表 1 国内五个在线短租平台基础数据对比表**

	途家	蚂蚁短租	小猪短租	木鸟短租	Airbnb
市场份额	<10%	43. 5%	15. 2%	20. 3%	<10%

APP 下载量(万次)	1448	113	61. 6	58. 1	328
国内房源数	>28 万套	>30 万套	>8 万套	>30 万套	3 万套左右
估值	10 亿美元（国内唯一一家估值超过 10 亿美元的“独角兽”）	无可靠数据	5 亿美元	1 亿美元	255 亿美元

\*市场份额数据来源：速途研究院国内在线短租市场 2015Q1 行业报告；

APP 下载量数据来源：速途研究院发布截至 2016 年 6 月 30 日的数据；

房源数数据来源：途家、蚂蚁短租、小猪短租和木鸟短租数据来源于官网，Airbnb 数据来自业内人士估计；

估值数据来源为公司公开数据。

#### 4) 关于四个国内在线短租品牌的情况简述

##### a) 途家：

途家于 2011 年成立，创始人罗军之前曾担任新浪乐居、易居中国高官，对房地产市场相当熟悉。途家本身是一家房地产开

发公司，因为这一背景，其掌握了大量的房源，官网上提供的房源来源于途家自己旗下的房产。它的模式是属于自营 b2c。途家房源分布十分广泛，并已初步开始国际化的脚步——于 2013 年就开始与 HomeAway 的合作，目前途家拥有超过 12 万套海外房源。

途家经营模式注重多方合作互利，主要体现在一下三个方面

途家 VS 业主：

途家从业主手中免费获取房源，与业主平分租金收益；

业主选择途家托管服务，实现闲置房屋的租金收益，并可以通过提前预约，以托管房屋的租金收益兑换享受异地房屋使用权，

业主选择途家管家服务，将房屋的闲置时间按照一定比例兑换成异地房屋使用权，提高房屋的利用价值；而途家处置该房屋的时间段，交给业主的只是异地房屋使用权，没有金钱；

途家 VS 开发商：

途家与开发商合作，获取更多房源，扩大市场规模；

开发商通过途家有管家、带租约、可交换的成功品牌效应，实现项目快速销售；

如果是清水交付的房源，需要开发商、业主和途家三房约定由谁来完成房屋的装修，以达到途家的出租要求标准；

途家承诺业主一定的租金回报，剩余收入全部归途家。

途家 VS 租赁者：

中国四星级酒店等中间市场相对空白，因此途家定位在中高端，其房价高于同一区域的经济型连锁酒店，低于五星酒店，市场需求空间大；

租赁者看中途家打造的高品质个性化居住环境，享受出游地家庭式、个性化的居住体验。

通过这样的模式，途家的预期效果是达到所谓的“芯片效应”，即途家模式类似于电脑芯片，房企类似于造 PC 的厂家，拿过去后可以根据自己的特点做不同宣传。有的房企拿过去以后，主推的是“交换”；有的房企主推的是售后服务；有的房企主推的是经营回报。还有的房企会在周边自己再拓展一些别的服务。针对不同的客群和不同的地域，不同的房企会有不同的宣传。

b) 蚂蚁短租：

蚂蚁短租的目标用户大多为：自由行的休闲游客或度假类型中的中低端市场，以及有中长期逗留需求的商务客人。

蚂蚁短租的核心优势主要体现在以下几个方面：

一是短租，网站面向的人群是有出差、背包客、求学、看病、找工作等需求的用户群体。

二是高性价比，高性价比的原因房源是长期闲置的。有空房但只想出租一段时间的房东、旅馆、合作酒店等。

三是在线预订，蚂蚁租房不是简单的供求信息发布，而是可以在线完成支付交易，直接把房子预订好。

c) 小猪短租：

小猪短租于 2012 年成立。小猪短租目前是国内唯一一家仍然坚持 airbnb 模式的短租网站，它的个人房东相对蚂蚁短租更多。小猪短租属于 o2o 模式，个人房东在小猪短租发布发布消息是免费的，但在交易完成后，小猪短租会在房屋租金中抽取 10% 的佣金费用。

虽然小猪短租是一个房屋 o2o 平台，但它仍旧采取了一些线

下的模式，在保障房东和房客安全上下了许多功夫，以打消房东和房客对于房屋出租安全的顾虑。

例如，会有线下人员对房东发布的房源信息的真实性进行审核，甚至有时候会深入到家另一个。还有，房东和租客都需要将个人真实信息和证件照上传到网站，双方的前期交流和付款活动也只能在平台上完成。

小猪短租还会为房东安装智能锁，为双方购买保险等。房东发生任何财产损失，小猪承诺赔偿。小猪短租还配备了大量专门的线下人员，指导房东如何装修、布置房间，以提高交易率。

除此之外，小猪短租还和芝麻信用合作，把个人信用体系引入在线短租行业。小猪平台上的注册用户可授权开通自己的信用名片，并通过及时点评等维护信用分数。这些分数将影响到实际的租房情况。

#### d) 木鸟短租：

木鸟短租房源分布较为广泛，其国际化处于初步阶段。其房源特点为：以家庭民宿为主，温馨且性价比高。

目前木鸟短租有对房源优选的标准与项目，这种类标准化的筛选，与优质房源的标志，能够帮助用户快速筛选出优质房源，对促进行业类标准化认识有积极意义。

木鸟短租还推出了“房客求租”功能，求租功能是房客预先将对房源位置、价格、要求的内容规定好，并可以预付房款的租房方式，当求租被房东发现之后，符合条件并能够接受价格的房东可以直接确认订单。这种反向预订的方式，对房东、房客双方来说都是优质体验，快速对接供与需求，并极大的缩短了房客预

订与房东接单的时间。

木鸟短租还开通了地主之谊功能，点亮功能的房东将会为房客提供服务。从用户体验角度来说，木鸟短租的地主之谊更迎合游客的需求。

### 5) SWOT 分析

综合以上情况，经过 SWOT 分析，得出以下结果。

	S-O 分析	W-O 分析	S-T 分析	W-T 分析
途家	作为国内短租市场目前的领头羊，打造短租经营者孵化平台，为行业作出人才方面的贡献。	利用目前实力，并购或推出新产品，来弥补在中低端市场的空缺。	积极采用促销手段，防止竞争对手通过精明的市场策略夺取市场份额和品牌认可度。	保留途家主题品牌高端性，避免与竞争对手在中低端市场发生直接竞争。
蚂蚁短租	在高市场份额的基础上，进一步提高用户平台认可度和用户满意度。	抓住收购后的机遇，持续发力，吸纳更多优质房源的房东。	利用现有庞大房东和用户群体，对已有资源进行升级，品牌升级的同时做到不流失客户。	采取更严格的房源审查制度，避免出现问题房源。通过挑选优质房源，争取不被对手抢占市场份额。

			户。	
小猪短租	抓住合作机会，进军国外市场，乡下市场，发展 IP 板块。	抓住合作机会和品牌更名机会，借此机会对企业进行全面升级。	努力发展短租行业新领域，做到不被对手落下，不被行业淘汰。	目前融资市场环境恶劣，应尽快完成配套服务和衍生服务升级，并寻找可靠的投资者。
木鸟短租	抓住获得融资的机会，进行品牌宣传和升级，试图走出一条不一样的道路。	抓住行业重组机会，对终端进行规范，灵活调整整整租和单租界限。	在衍生服务方面提供更多可能也许可以应对传统酒店品牌不断推新带来的挑战和威胁。	在行业差异化不明显的今天，要勇于创新探索短租市场的 new 领域。不少酒店品牌也在寻求更年轻、更多场景的新产品，应防止被其抢占市场份额。

## 6. 讨论

### 1) 通过对比分析的启示

综合来看，各大平台常规性内容大致相同，但仍在某些细节做了创新，用差异化的功能和服务给予用户更好的体验。在平台测评过程中，我们不难发现：途家网最重视房客功能，在会员卡、

积分兑换等方面的动作最丰富，同时其对用户论坛、用户社区做的最为全面；而木鸟短租则更重视房东服务，其为房东提供了多种多样的专属服务，包括微店、求租、抢单等功能；综合来看小猪短租的功能做的最少，但重点项目都涉及覆盖了，尤其在收款方式及管家服务中小猪对房东的关注最高，其次在默认赠送保险中，小猪是独一家。

其实，互联网是一个日新月异的时代，在线短租也不例外。所有的短租平台为了避免同质化，都在竭尽全力挖掘用户需求，完善产品功能，同时不断制造创新点，在满足用户需求的同时培育其新需求，而在线短租行业就是在这种“求差异”的过程中逐步趋向成熟，迎来创新的爆发时代。

## 2) 对比分析的不足

本次分析采集的内容和数据大部分来源于网络，很多并非第一手数据，导致可信性有所降低。对比时部分信息和数据难以采集，导致一些对比不够全面。

## 7. 参考文献

[1] 资本寒冬，在线短租的冷思考

<http://www.admin5.com/article/20160822/682077.shtml>

[2] 速途研究院:2016年H1在线短租市场报告

<http://www.sootoo.com/content/664873.shtml>

[3] 短租市场如何盈利？国内外7家典型在线短租平台模式  
分析 李璐

<http://www.cyzone.cn/a/20130110/237824.html>

[4] Airbnb的5个中国门徒：住百家、途家、游天下、蚂蚁

短租 创界网

<http://www.chinaz.com/start/2015/0727/427436.shtml>

[5]基于 SWOT 分析法的个人分析

#### (四) 厦门短租市场报告——以途家为例

##### 1. 摘要

为了更加详细的了解厦门地区短租房源的情况，我们获取了来自途家网的数据，根据这些价格和数量对厦门市的房源进行了简单的对比分析。通过分析我们发现，厦门市房源在各个区之间分布不均，集中分布在思明区，湖里区与集美区；房源价格分布不均，集中在 100-200 元/晚之间，占到了总体比例的 44%；同时指出，厦门市短租房源性价比最高的地区为思明区，平均价格最高的地区为同安区。之后我们针对这些现象进行了解释，并分析了我们研究的不足。

##### 2. 关键词

厦门市 短租房源 价格

##### 3. 课题背景

根据新一线研究所的报道，厦门地区短租市场在全国占有相当大的比重。

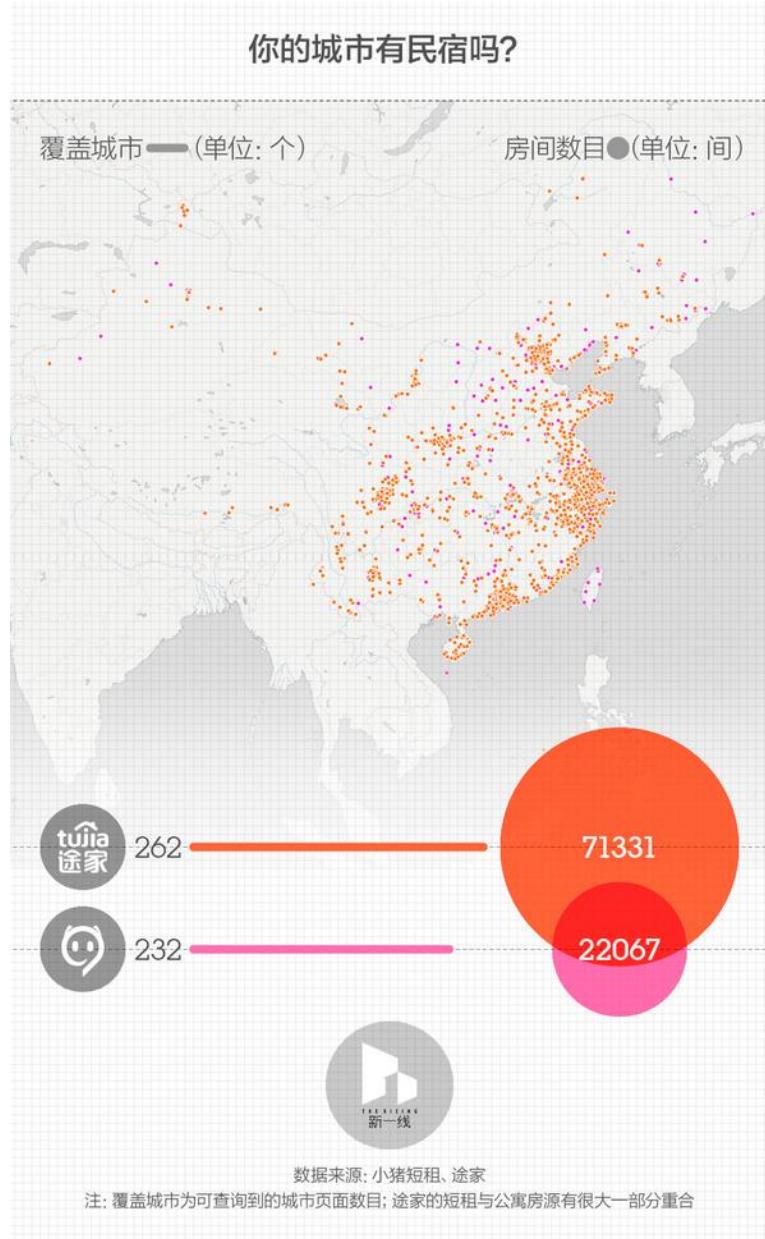


图 1 国内短租房源分布（来自小猪和途家的数据）

参考来源：新一线研究所

同时，根据途家网的数据，厦门市短租房源数量居全国首位，但是房源的价格却排在 176 位，是性价比高的代表。

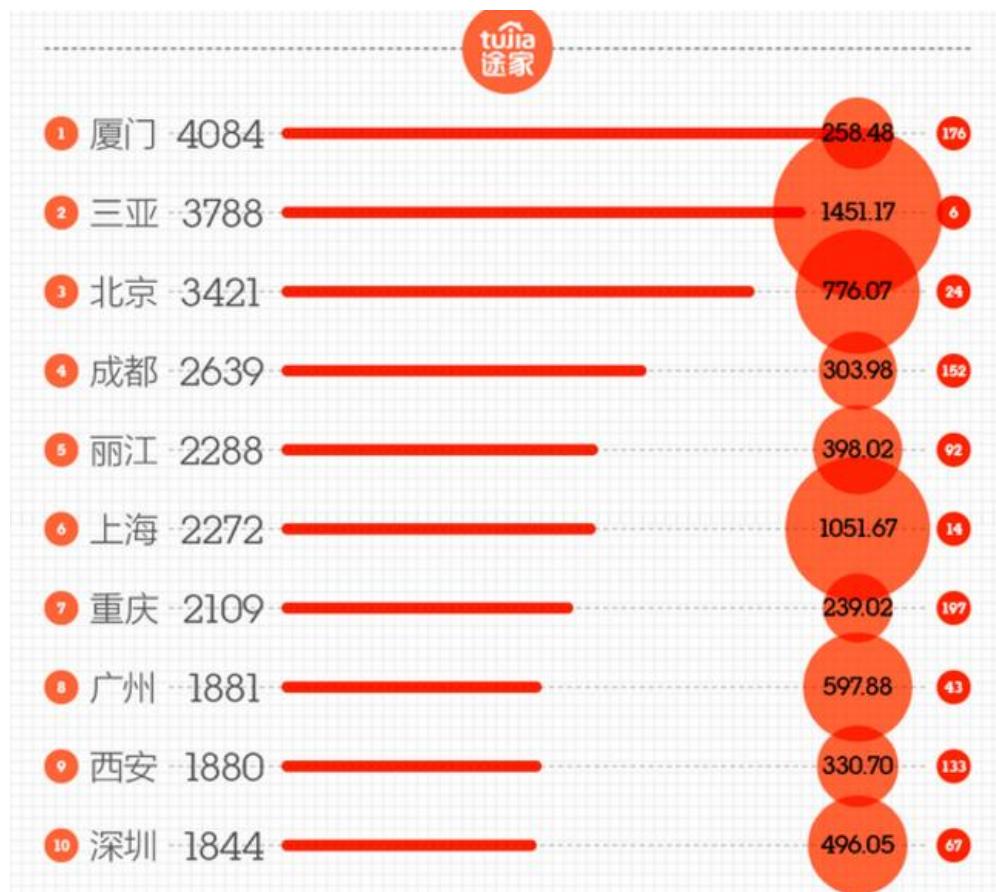


图 2 全国部分城市房源数量及价格对比图

因此，厦门的短租市场十分发达，适合作为全国短租市场的代表进行研究，从而推知短租在全国的发展情况。

#### 4. 课题目的和意义

##### 1) 详细分析厦门市短租房源现状

我们希望能够对整个短租市场有更清晰的认识和了解，因此除了利用问卷数据分析信任问题之外，我们用网络数据分析了厦门市短租发展的现状。

##### 2) 推知全国短租行业行情

厦门市的短租行业发展一定程度上反映了全国的行情，这与

我们的主课题内容是相符的。

## 5. 主要方法

### 1) 网络爬虫

我们利用网络爬虫获取了途家网站的基本数据，网络爬虫作为近些年来兴起的一项工具，又被称为网页蜘蛛，网络机器人，在FOAF社区中间，更经常的称为网页追逐者，是一种按照一定的规则，自动地抓取万维网信息的程序或者脚本。这项技术极大地方便了数据的采集工作，使我们有机会能够接触到更加详细的数据。网络爬虫技术目前可以利用多种语言完成，我们使用的主要语言为Python。

### 2) 对比分析（Benchmarking）法

对比法，也叫对比分析法或者比较分析法，是通过实际数与基数的对比来提示实际数与基数之间的差异，借以了解经济活动的成绩和问题的一种分析方法。在科学探究活动中，常常用到对比分析法，他与等效替代法相似。

在这篇论文中，我们利用对比分析法，在不同维度对比了厦门与全国其他城市短租发展情况、厦门市各个区之间房源分布与价格情况、思明区内各个地点房源分布与价格情况、鼓浪屿岛内房源分布与价格情况。

### 3) 热力地图（HeatMap）的制作

热力地图可以以特殊高亮的形式显示访客热衷的页面区域和访客所在的地理区，用可视化的效果使我们能够更加清晰的观察到厦门市短租房源的数量分布状况以及价格分布状况。

## 6. 结果分析

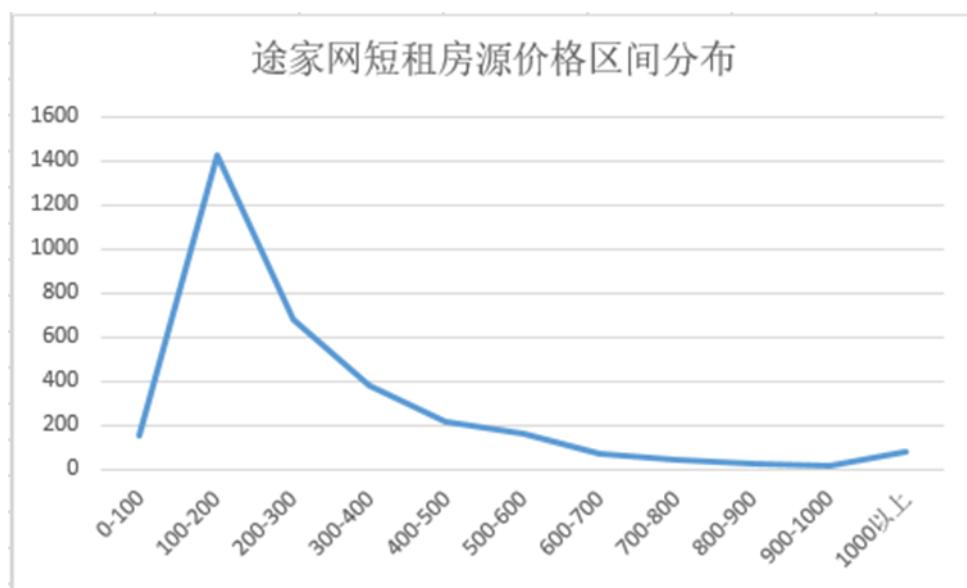
### 1) 基本数据描述

我们对途家网 3153 家房源的价格进行了统计，价格分布如下表。

表 1 途家网短租房源价格分布（厦门市）

价格范围	房源数量	所占比例%
0-100	151	4.663372
100-200	1428	44.1013
200-300	683	21.09327
300-400	381	11.76652
400-500	215	6.639901
500-600	160	4.941322
600-700	69	2.130945
700-800	40	1.23533
800-900	19	0.586782
900-1000	17	0.525015
1000 以上	75	2.316245

同时我们绘制了显示房源数量的折线图，如下图。



### 图 3 途家网短租房源价格分布（厦门市）

从图片可以看出，绝大部分房源分布在 100–200 元之间，占到了总体比例的 40%以上，价格分布呈现出非常集中的态势。这一点也说明当前我国在线短租房源的类型比较集中，以房源质量相差不大的民宿为主。高端房源（别墅）较少，房源价格在 1000 以上的房源数量只有 75 个，占据所有房源 2.3%的比例，说明高端房源市场在厦门发展空间较大。

#### 2) 分区对比

##### a) 数量对比

厦门市在线短租房源主要分布在思明，湖里，集美三个区。

表 2 厦门市分区房源数量统计

区名	数量
思明	2965
湖里	327
集美	187

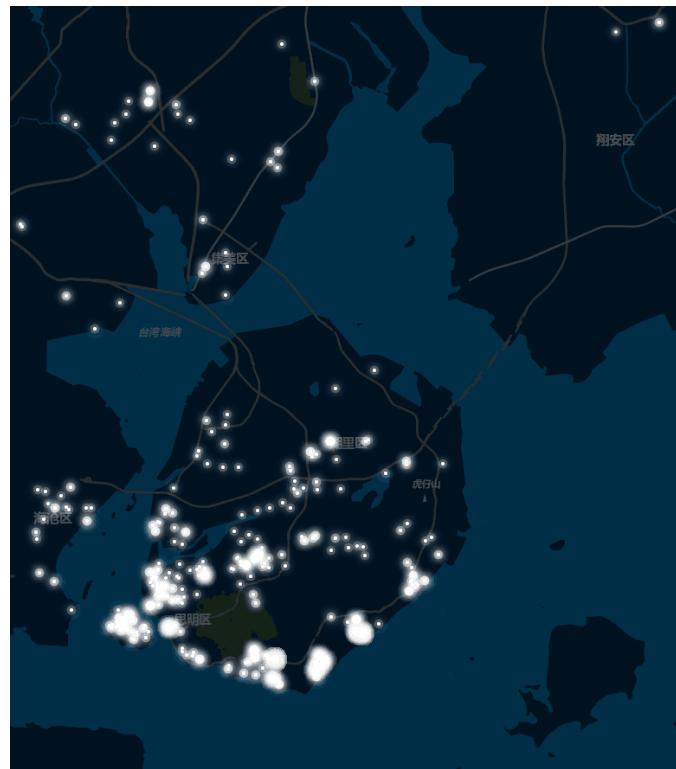


图 4 厦门市短租房源分布地图

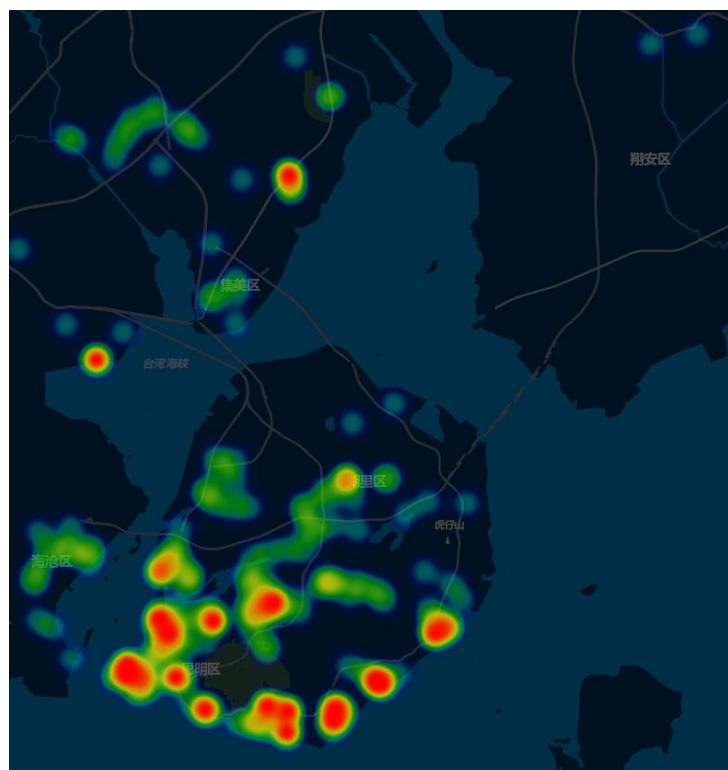


图 5 厦门市短租房源热力地图

从厦门市短租房源分布地图鱼厦门市短租房源热力地图我们也可以容易的看出厦门市的短租房源集中分布在思明区。

而在两张地图的左下角，我们可以清楚的看到房源的密集分布，这部分地区在鼓浪屿，是厦门市短租房源最为密集的地区。



图 6 鼓浪屿短租房源分布地图

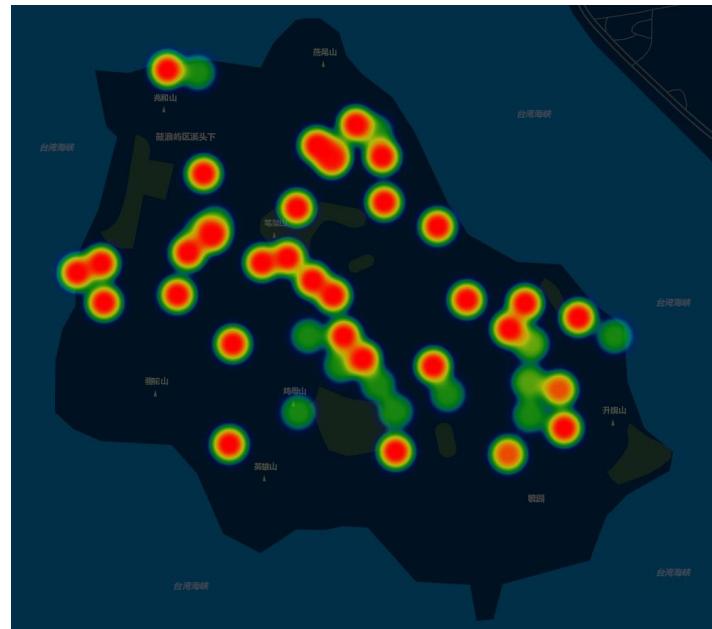


图 7 鼓浪屿房源分布热力地图

鼓浪屿作为全国闻名的重要景点，岛上密密麻麻的遍布着各种短租的房源，用以满足游客的住宿需求。

### b) 价格对比

厦门市各个区及其平均价格如下。

表 3 厦门市分区房源平均价格

区名	平均价格
翔安	325
思明	367
集美	260
湖里	374
海沧	461

在这里，我们获得了与新一线相似的结果，在短租房源越密

集的地区，房屋价格反而越低。思明区是厦门市房源最密集的地区，但是价格却仅仅次于翔安区。

整个厦门市的房源平均价格为 363 元/晚，与思明区的价格基本持平。

针对房源最多的思明区，我们更细致的分析了其价格分布。

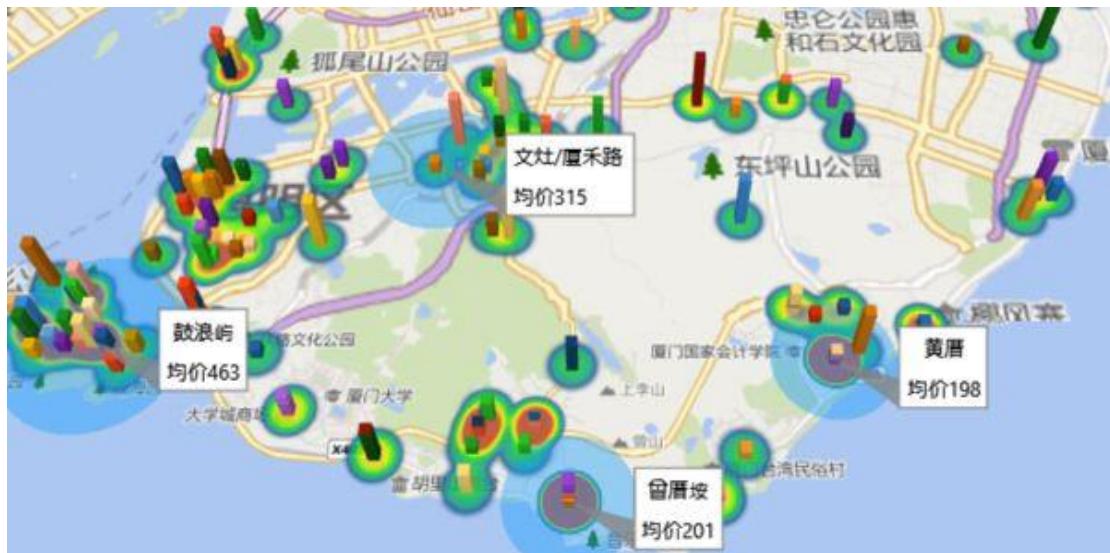


图 8 思明区短租房源价格分布

思明区全区房源均价为 367 元，其中黄厝的价格最低，为 198 元，而鼓浪屿的均价最高，为 463 元，文灶的平均价格为 315 元，曾厝垵的平均价格为 201 元。

### 3) 最值分析

#### a) 价格最高

厦门市短租房源价格最高的区为同安区。

#### b) 性价比最高

厦门市短租房源性价比最高的区为思明区

#### c) 鼓浪屿

鼓浪屿有 393 个房源，均价为 463 元。其中，最贵的地段是

鹿礁路，最密集的地段是复兴路。

## 7. 讨论

### 1) 厦门市短租房源数量分布原因

厦门市的短租主要分布的思明区。主要是因为厦门市思明区的旅游景点较多，包括南普陀寺，曾厝垵（思明区短租聚集地），胡里山炮台，鼓浪屿等等。

我们也可以因此推知，目前短租的主要用途是旅游，短租房源相对于商务酒店来说性价比更高，更能够满足年轻人出行的需求。而经常出差的商务人士则因为考虑到旅程的顺利和舒适等原因，更倾向于一切都规范化的商务酒店。

### 2) 厦门市短租价格分布原因

思明区的房源最多，但是价格却仅仅次于翔安区，说明思明区是厦门短租性价比最高的地区。新一线的结果同样证明，短租房源的数量与短租房源的价格成反比。

出现这样现象的原因主要是因为房源数量多的地区一般竞争比较激烈，而短租房源之间作为彼此的替代品（几乎完全），游客一定会倾向于选择价格更低廉的房源。这就造成一定区域内的商家进行价格战。最后导致的结果就是在景区最为密集的地区房源价格反而更低。

### 3) 反常识分析

#### a) 岛外价格不便宜

岛外旅游景点相对较少，因此短租房源也较少，除了集美区几乎都是大型的别墅在进行短租活动，因此拉高了短租的均价，导致了景点更密集的岛内价格反而更便宜的现象。

### b) 鼓浪屿房源均价高于思明区

鼓浪屿属于景点，但是短租房源价格更高，主要是因为岛上人口密集，有相当一部分进行短租的房源为别墅，这些别墅拉高了鼓浪屿整体短租的价格。除此之外，岛上物资运输需要经过水路，增加了房屋运营的成本，也是造成价格高的原因之一。

## 8. 参考文献

[1]新一线研究所,《“共享经济”一边去吧,我只想住好房子》,2016年1月

[2]途家网, <http://www.tujia.com/>

[3]速途研究院,《2016年Q1在线短租市场分析报告》,2016年4月

## 五、宣传报道

### (一) 微信

#### 1. 原创推文

主要内容	发送时间	阅读量
我想你根本不了解“短租”	05月22日	阅读 387 点赞 24
干货   Economics of Online Platforms & Reputation Mechanism	05月26日	阅读 230 点赞 10
实践队成员介绍①	06月01日	阅读 225

		点赞 17
实践队成员介绍②	06月20日	阅读 214 点赞 7
实践队成员介绍③	06月24日	阅读 218 点赞 6
预调研电子问卷	06月28日	阅读 161 点赞 6
颜值足够高，逼格恨天高   没有队徽队服的实践队怎么够拼？！	07月05日	阅读 140 点赞 9
线上有奖互动   秀“床照”，晒“床品”，赢壕礼！	07月08日	阅读 102 点赞 6
“租奇制胜”预调研结果展示	07月09日	阅读 95 点赞 10
【科普向】你可能了解短租，但不一定了解爬虫。	07月10日	阅读 48 点赞 5
Python 优质资料合集	07月10日	阅读 29 点赞 1
团队成员队服合影	07月11日	--
工商局访谈调研	07月13日	阅读 151 点赞 7
租奇制胜实践队海报	07月23日	--
租奇制胜   短租行业在线谈——实践队线上采访调查	08月19日	阅读 36 点赞 1

## 2. 转载推文

主要内容	发送时间	阅读量	转载平台
科普：什么是分享经济？	08月09日	阅读 27 点赞 3	短租之家
锐评   中国百亿短租市场：一边圈地，一边摸石头过河	08月13日	阅读 30 点赞 1	短租之家

## 3. 被转载情况

主要内容	转载时间	阅读量	转发平台
正式调研火热开展，问卷调查见短租行业真章	09月05日	阅读 39 点赞 1	厦门大学社会实践指导中心；
正式调研火热开展，问卷调查见短租行业真章	08月21日	阅读 17 点赞 3	XMU 经院实践
短租调研在行动——探访厦门市工商管理局	08月02日	阅读 21 点赞 1	XMU 经院实践

## (二) 微博

### 1. 原创微博

主要内容	发送时间	阅读量
对于“短租”概念的简要介绍，转自“租奇制胜”微信公众号	5月22日	1223
“短租”平台课堂，茅家铭导师亲自为实践队队员上课，转自“租奇制胜”微信公众号	5月26日	1557
预调研结果讨论	7月7日	290
队服设计稿	7月7日	373
线上有奖互动   秀“床照”，晒“床品”，赢壕礼！	7月11日	1540
“租奇制胜”预调研结果展示	7月11日	752
网络爬虫技术科普	7月11日	2985
试穿校重点实践队队服	7月12日	291
正式调研前会议讨论，试穿队服	7月12日	570
实践队队员前往工商局进行访谈	7月12日	5.2万
三家村广场线下活动	7月21日	1125
中华城调研	8月31日	170

## 2. 转载微博

主要内容	发送时间	阅读量
西塘民宿等级评定	5月20日	88

给民宿客栈评级	5月20日	81
以香樟树树叶为等级标识	5月20日	93
我想你根本不了解短租	5月22日	1528
哈佛商学院 Thales Teixeira 通过对 Uber、Airbnb 和 Esty 三家标杆性的共享经济代表进行案例研究总结出他们的经验。	7月21日	58
小猪 CEO 陈驰：分享经济终将全面合法化	7月31日	80
网约车合法化	7月31日	66

### 3. 被转载情况

主要内容	发布时间	转载平台
“租奇制胜”预调研结果展示	7月11日	厦大社会实践指导中心
网络爬虫技术科普	7月11日	厦大社会实践指导中心
正式调研前会议讨论，试穿队服	7月12日	厦大社会实践指导中心
实践队队员前往工商局进行访谈	7月12日	厦门大学
实践队队员前往工商局进行访谈	7月12日	青春厦大
实践队队员前往工商局	7月12日	厦大社会实

进行访谈	日	践指导中心
------	---	-------

### (三) Myouth

#### 1. 基本情况数据

团队名称	租奇制胜
成员数	12
动态	3
访问数	45

#### 2. 推送发布情况

主要内容	发送时间	点赞数
微信号推送	6月28日	5
7.4 第一次预调研结 束后会议	7月4日	1
7. 11 会议推送	7月11日	1

## 六、团队建设

### (一) 团队成员介绍

#### 1. 指导教师简介

茅家铭

男，厦门大学王亚南经济研究院助理教授。宾夕法尼亚州立

大学经济学博士。主要研究领域为应用微观、劳动经济学、产业组织等。

## 2. 学术指导简介

张果

男，厦门大学王亚南经济研究院 14 级国际化试点班。

China's Prices Project 课题组负责人（第一作者），经济学院覃志刚老师课题组成员（第二作者），公共事务学院 985 人才数据库课题组成员，2016 年经济学拔尖计划第一名录取。曾是经济学院钦车孰路实践队成员，与实践队队友合作斩获 2015 南风窗全国十五强、人民网“强国杯”大中专学生志愿者暑期“三下乡”社会实践全国 100 强、省级优秀实践队、社会实践大赛第一名、公论大赛二等奖等奖项和荣誉称号。社会实践和科研经历丰富。

## 3. 团队成员简介

### 1) 队长

a) 刘晓曼

女，王亚南经济研究院 15 级经济学本科国际化试点班，共青团员。性格活泼开朗，待人随和，做事认真细致，责任心较强。在本次实践中，希望能和大家一起合作，一同成长，在暑期社会实践中得到锻炼、开阔视野，不断完善自己，同时也能获得更多宝贵的友谊。

### 2) 副队长

b) 陈琳

女，2015 级厦门大学经济学院金融学国际试点班本科生。厦门大学经济学院青年志愿者协会与会同行队主要成员，参与各种经济会议的志愿者工作并担任带班，在经济学院女子篮球队担任主力中锋。另外还参与了厦门大学经济学院 China's Price Project 中国消费者物价指数研究课题组的工作，主要负责服务器方面。个性活泼又不失严谨，具有很强的学习能力和团队协作能力。希望能在本次社会实践中与实践队的各位同学一起努力，一起合作，共同成长，并增长见识，开阔视野，培养自己的实践操作能力。

c) 朱星宇

男，厦门大学王亚南经济研究院 2015 级本科生，共青团员。在院团总支部组织部和科创中心担任干事职务。性格外向，待人随和，处事谨慎。希望通过参加实践队分享自己对一些热点问题的看法，与其他成员共同学习，培养理论与实践相结合的能力。

3) 队员

d) 钱晨

男，厦门大学王亚南经济研究院 2015 级经济学本科国际化试点班。现任厦门大学国家基础人才培养基地《学经济》编委。性格活泼开朗，待人随和，为人热心，做事认真负责。会下围棋，吹长笛，平时喜欢阅读和听音乐。在本次实践中，希望能和大家一起合作，一同成长，在暑期实践中锻炼自己，提升自己的能力，同时也能获得更多的友谊。

e) 贾琳尧

女，厦门大学王亚南经济研究院 2014 级本科生。现任任经济学院青年志愿者协会项目部干事，同时任读者协会内务部部长，

组织参加多次校园活动，兴趣广泛，积极友善，热心公益，乐于助人，具有很强的责任感和使命意识，善于与他人沟通交流，做事严谨认真，注重效率。本人十分热爱学习，刻苦仔细，具有很强的学习能力，善于思考、发问、请教，专业课在班级名列前茅，对数理方面格外擅长，曾获第十二届厦门大学“京润杯”数学竞赛三等奖，思维逻辑性极强，且思维缜密严谨，有好奇心，善于钻研探索。本次社会实践，本着开放谦虚的态度积极与队内同学探讨，努力协调好同学之间关系，尽最大努力做好本次实践活动。

f) 郝泽栋

男，厦门大学王亚南经济研究院经济学专业 2015 级本科生，共青团员。2016 年参加经济学院羽毛球团体赛，获团体第二名。本人处事沉稳，能够使自己沉浸在某项工作之中；有一定的独立处理工作的能力，也乐于与他人合作、共同学习。喜欢阅读，所选书籍偏重思想但不限于此。参与本次实践，可以说是接触一个较为陌生的领域，也算得上是对自己的一次挑战。希望使这次实践成为我提升自我的一个机会，从中学到一些我目前不具备的技术与知识；希望自己可以融入一个团队，并在其中做出自己的贡献。

g) 王芷若

女，厦门大学王亚南经济研究院 2015 级本科生。性格开朗乐观，乐于帮助他人。对待本职工作认真负责，对待同学谦逊和善。富有上进心，敢于迎难而上，开拓进取。在本次实践中，我希望可以在这个集体中发光发热，贡献出自己的一份力量。同时，我也很开心可以和众多优秀的伙伴一起为共同的目标而努力，希望能够在增长知识的同时，增进我们的友谊。

h) 张祎璘

女，厦门大学经济学院统计系 2015 级本科生。现为厦门大学百合支教队成员，cpp 项目组成员，2015 级统计国际化试点班学习委员。做事认真负责，待人随和，责任心强。擅长数学与数理统计方面等应用知识。在本次实践中，希望能和大家一起合作，一同成长，在暑期社会实践中提升技能，增长见识，完善能力，同时获得更为宝贵的友谊。

i) 张永杰

男，厦门大学经济学院金融系 2015 级本科生，共青团员。现任厦门大学校学生会学术部干事，厦门大学经济学院就业促进中心干事。曾获厦门大学“南强诗韵”诗歌诵读决赛三等奖，厦门大学经济学院运动会男子跳远第七名、 $30 \times 60$  混合接力第三名，厦门大学经济学院物筹大赛第三名。性格乐观向上，学习能力较强，对待工作严谨认真。希望在此次社会实践中，能够这个优秀的团队共事，一起学习，互利共勉。同时希望自己能够得到更全面的锻炼，提高自己的综合能力。

j) 王浩强

男，厦门大学经济学院 2015 级本科生，共青团员。现为厦门大学国家基础人才培养基地《学经济》期刊编委会编委，厦门大学经济学院外联部成员。2015 年参加厦门大学返校宣讲实践活动并积极完成。性格活泼开朗，待人随和，做事认真细致，责任心强，能积极完成处理各项活动，有较强的自学能力。希望能在暑期社会实践中和大家一起努力，共同进步，同时也希望在实践队中和大家有共同收获，建立长期的实践合作友谊。

k) 林逸伦

女，厦门大学人文学院人文科学试验班 2015 级本科生。现担任校学生会学术部干事、社联会外联部干事、院体育部干事、院篮球队经理等职务，尽职尽责，并多次参与志愿者活动和社会实践，热心公益、关注社会。曾撰写过“浅析青少年犯罪的成因及对策”、“福州市经济发展现状及前景分析——以平潭为例”等论文，并参与“关于 H7N9 对禽类及相关产品的市场影响”、“智能快递箱鸟箱使用的调查与思考”等课题的研究性学习，有较好的逻辑思维能力和实践调研能力。本人社交、沟通能力强，性格开朗大方，耐心负责。希望借暑期社会实践之机，开阔视野，结识更多志同道合的伙伴，增强自己的沟通表达能力、团队协作能力，不断提高自身综合素质。

### 1) 余航

男，厦门大学艺术学院美术系美术学专业 2015 级本科生，共青团员。现任厦门大学艺术学院宣传中心干事、厦门大学科技创业与就业服务中心宣传部干事、厦门大学青年志愿者指导行动中心宣传部干事，曾获得厦门大学第一届文创大赛三等奖，也曾带领团队获得 2015 年厦门大学团学宣传骨干培训团队二等奖。性格开朗随和、善于协助他人、责任感较强，擅长美术设计，视频剪辑等。在本次实践中，希望能够与其他学院的同学进行亲密合作，了解更多跨学科专业知识，促进自我的全面发展，同时希望与小组成员建立亲密的友谊关系，磨练自己，与队员们共同进步。

### m) 詹晓君

女，厦门大学人文学院人文科学试验班 2015 级本科生，共青团员。现为人文学院学生宣传中心网宣部干事，人文学院易班

网络工作室成员，南强话剧社《你好，疯子》剧组宣传组成员，人文学院男子篮球队经理。在寒假期间组织并参与返校宣讲实践活动，担任宣传组组长。性格热情开朗，善交好友，做事责任心强。热爱文字，醉心宣传，多次组织和参与学院各项活动在新媒体平台的宣传工作，有一定的互联网思维，脑洞与执行力兼具。本着虚心学习的心态加入实践队，望能广交好友，开拓视野，学有所得。

### n) 吕昕

男，厦门大学国际学校都柏林合作项目会计专业2014级学生。高中时担任班级团支书，组织过大量班级活动，高三作为学生代表参加百日誓师大会。大学期间加入学院团总支学生会，获得过院学生会优秀干部称号，加入厦门大学创行分部，参加过大量项目运营，领导过院重点大学生创业项目，担任过中国联通，神舟电脑的校园代理和辅导员助理，有丰富的实践经验。希望这次实践活动中能和大家一起努力，做出好成果。

## (一) 团队分工

**表8 租奇制胜实践队团队分工表**

组别	负责人	组员
统筹组	刘晓曼	刘晓曼，陈琳，朱星宇，王芷若
技术组	陈琳	陈琳，吕昕，钱晨
学术组	贾琳尧	贾琳尧，张祎璘，张永杰
调研设计组	王施闻	王施闻，郝泽栋
宣传组	林逸伦	林逸伦，詹晓君，余航
外联组	王浩强	王浩强

## (二) 团队文化

### 1. 队名：租奇制胜

队名“租奇制胜”取“出奇制胜”谐音，泛指用新奇的、出人意外的办法获胜。这也是我们实践队员的期望，我们希望能够用创新的方式来完成我们的社会实践。同时，“租”代表在线短租行业，紧扣我们的调研对象。这个新兴的行业也用突破传统的方式在迅速发展，我们希望通过我们的调研结果，能够帮助这个行业往更好的方向发展、制胜。

### 2. 队徽



图 8 租奇制胜实践队队徽

我们队徽的主题是实践队的名称“租奇制胜”，我们在四个字的组合中加入了英文单词“Rent”，暗示这是一个从国外兴起的行业，在我国的发展还面临这诸多的本土化问题。“租奇制胜”四个字总体上构成了一座房子的造型，也紧扣了我们研究的主题。

背景是一条向远处延伸的路，象征在线短租行业的发展，代表了我们实践队对我们实践成果和对短租行业发展的信心。

### 3. 队服



图9 租奇制胜实践队队服

## (三) 团队章程

### 1. 团队纪律

为了保证暑期社会实践能够在团结向上的氛围中进行，队伍成立伊始，由团队成员共同商量制定了关于实践队所要遵守的六项纪律。

第一、坚决遵守团队纪律。

第二、队员之间和睦相处，发生矛盾时寻求其他队员帮助，即时解决，相互理解、相互体谅。对队员行为不满的地方可向队长反应以求协调，对队长有不满的地方，当面指出，有权要求其

改正。

第三、认真完成团队所安排的任务，如果遇到分工不合理的地方可以向队长或所在小组组长及时提出，大家相互监督，杜绝“打酱油”的事情发生。

第四、不能在行程中擅自脱离队伍。如果中途有事要退出团队，要说明原因，征得大家的谅解和同意以后，可以退出。

第五、本次实践要出远门，没出过远门的同志们一定要和家人商量好，绝对不能在家人不同意的情况下，私自决定。

第六、遇到困难时我们一起解决，身体不适要及时提出，不要强忍不说。我们力求“安全第一，实践第二”。

## 2. 安全注意事项

### a) 总则

(1) 为强化我实践队在整个实践过程中的安全管理，增强每个队员的安全意识，确保每位实践队员的人身、财产安全和活动的顺利进行，根据实践安全要求制定本安全细则。该细则适用于实践队的每位队员。

(2) 实践活动过程中采取“预防为主，安全第一”的安全管理方针，落实各项安全管理工作。

### b) 安全细则

#### (1) 前期保证

a. 本次实践活动队长带领并组织队员提前计划，周密安排，经家长同意、院校批准后，方可实施。

b. 队长按规定签订《厦门大学经济学院 2015 年暑期社会实践队长责任书》；须保证所有队员已购买保险。

## (2) 实践过程安全须知

- a. 活动期间必须以团队为单位，禁止任何形式的单独行动。不单独去陌生或偏僻的地方；夜间不单独出行，防范抢劫、诈骗等事故的发生；
- b. 队长保证队员不要在暴雨、高温等天气下进行长时间的户外活动，对实践行程合理安排。
- c. 保证在实践过程中，团队配备必备药物，身体出现不良反映时及时向队长说明情况。
- d. 出行在外时注意文明举止，了解并尊重实践地的风俗习惯，尽量避免与陌生人发生任何形式的冲突，以免带来不必要的麻烦；
- e. 严格遵守交通法规，杜绝交通意外的发生；
- f. 在乘车、乘船及外出时保管好自己的行李物品；
- g. 严禁在野外进行危险性活动；
- h. 确保饮食安全，不喝生水，不在小摊小贩处购买食品或就餐；
- i. 实践队员在实践活动结束后返回各地时尽量结伴而行，单独返回的同学应特别注意安全，抵达目的地后主动向队长汇报；

## (3) 报告平安

- a. 队长每天向实践部部长报平安。
- b. 队员每天向家人报平安。

## (4) 应急措施

- a. 实践过程中，如遇突发事件，队长要及时报告指导老师或学院相关负责人，不得擅自处理；

- b. 及时采取紧急救援等方式救助;
- c. 及时与队员家长取得联系，说明情况。

c) 安全、急救措施

(1) 急救措施，小病防治

在实践队出发前，队长向每位队友发放一份“急救措施，小病防治”的安全、急救常识守则。

(2) 行途安全

a. 注意身体健康，切勿吃生食，光顾路边无牌照摊档，暴饮暴食。不抽烟，不喝酒。

b. 搭车时请勿任意更换座位，头、手勿伸出窗外，上下车时请注意来车方向以免发生危险。

c. 切勿在公共场所露财，购物时也勿当众清数钞票。

d. 集体行动，队员间相互关心帮助，要有协作精神。

d) 附则

(1) 本细则最终解释权归实践队所有。

(2) 本细则自 2015 年 5 月 10 日开始实施。

## 七、附录

### (一) 调查问卷

#### 1. 预调研问卷

关于在线短租在中国市场的信任问题的调查问卷  
尊敬的先生/女士：

您好！ 我们是厦门大学租奇制胜实践队的调查员。为了更好地了解在线短租在中国市场的发展现状，针对在线短租市场的信任问题，给平台和房东以启示，更好地完善服务体系， 我们特别展开这次调查。非常感谢您抽出时间填写这份调查问卷！我们的调研活动不存在任何商业用途，也绝不会泄露您的个人信息。请您根据您的真实情况填写问卷，您的每一个回答都会给我们的调研活动提供十分宝贵的信息！谢谢！

厦门大学租奇制胜实践队

为了资料的详实和完整，为了便于将来我们对数据的统计和分析，烦请您花费 1 分钟的时间，填写一下您的个人信息。请放心的填写您的真实信息，该信息将仅用于调研数据分析，不涉及任何商业用途，我们也会对您的信息进行保密，绝不泄露给第三方。

- 性别 A. 男 B. 女 C. 其他
- 有无宗教信仰 A. 有 B. 无
- 年龄 A. 11~20 B. 21~30 C. 31~40 D. 41~50 E. 51~60
- 您的文化程度？ A. 研究生及以上 B. 本科 C. 大专 D. 中专 E. 高中及以下
- 您的职业是？
- 您年均旅游的次数： A. 小于 1 次 B. 1 次 C. 2 次 D. 3 次 E. 4 次 F. 大于 5 次
- 你是否使用过短租： A. 使用过 B. 从未

( 短租是一种新兴的旅游短期居住方式。房东常通过蚂蚁短租、Airbnb 等平台，将空置房屋租赁给游客，按天计费。常见的短租如家庭旅馆、住宅区公寓等。)

对于下列问题，请您根据自己的实际情况在表格中打钩。

问题	非常 不同 意	比较 不同 意	无所谓	比较 同意	非常 同意
1. 您了解短租市场。					
2. 预订房源的时候，您会在意商家对房源的描述。					
3. 房主对房源的描述，会影响您对房源的信任程度。					
4. 您在意房源的卫生状况。					
5. 您觉得卫生状况良好的房源更值得信任。					
6. 预定房源的时候，您从未留意过周围的治安状况。					
7. 您认为经第三方信用软件评价后，信用等级高的房主					

更值得信任。					
--------	--	--	--	--	--

问题	非常 不同 意	比较 不同 意	一 般	比较 同意	非常 同意
8. 您觉得位于治安状况良好的地区的房源更值得信任。					
9. 您认为房价经常变动的房源不值得信任。					
10. 您更信任身边人评价高的平台上的房源。					
11. 好评数量多并不意味着房源更值得信任。					
12. 您觉得有平台提供担保的房源更值得信任。					
13. 更加完善的法律规定会提高您对短租平台上房源的信任程度。					
14. 如果房源与房主的信用卡连接，您会觉得房源更可信。					
15. 您不认为与社交平台合作的短租平台会更可信。					
16. 如果第一次使用体验好，那么在之后的使用中，您会					

更信任短租。						
--------	--	--	--	--	--	--

17. 您觉得房主的性别会影响您对房源的信任吗？

- A. 男性房主更值得信任
- B. 女性房主更值得信任
- C. 其他性别房主更值得信任
- D. 无所谓

对您所提供的帮助，我们表示诚挚的感谢。感谢您的配合！我们将妥善处理您的信

息，最后，请您在花费一些时间，给我们的问卷提出一些建议。您的每一个建议都会为我们前进的道路多增加一块石板。谢谢！  
建议：

租奇制胜实践队

2016 年 6 月

## 2. 正式调研问卷

问卷编号：\_\_\_\_\_

关于在线短租在中国市场的信任问题的调查问卷（以厦门为例）

尊敬的先生/女士：

您好！我们是厦门大学租奇制胜实践队的调查员。为了更好地了解在线短租在中国市场的发展现状，针对在线短租市场的信任问题，给平台和房东以启示，更好地完善服务体系，我们特别展开这次调查。非常感谢您抽出时间填写这份调查问卷！我们的调研活动不存在任何商业用途，也绝不会泄露您的个人信息。请您根据您的真实情况填写问卷，您的每一个回答都会给我们的

调研活动提供十分宝贵的信息！谢谢！

厦门大学租奇制胜实践队

填答问卷说明：

[1]本问卷由受访人员自行填写。请仔细阅读题目，并根据题目要求，在最符合您地实际情 况的选项上打钩“√”。

[2]有些题目需要您直接填写数字或文字。

[3]如无特殊说明，所有题目均为单选。

[4]所有问题都需要作答。

## 一、个人信息采集

1. 性别： 1) 男      2) 女

2. 年龄：

3. 职业：

4. 年均工资：                  元

5. 文化程度： 1) 小学 2) 初中 3) 高中（含中专） 4) 本科（含大专） 5) 研究生及以上

6. 有无宗教信仰： 1) 有      2) 无

7. 年均旅游次数：                  次

8. 年均使用在线短租的次数：                  次

(\*注： 在线短租指的是人们将自己闲置的房间放在网络平台上，供房客们挑选，从而实行 短期租赁的一种活动。)

9. 对短租的了解程度： 1) 非常了解      2) 比较了解      3)  
不是很了解      4) 不了解

## 二、在线短租行为

10. 在线预订短租的时候，您会留意房东对房源的描述吗？

- 1) 每次都会    2) 经常会    3) 有时会    4) 从不

11. 使用在线短租的时候，您会留意房源的卫生状况吗？

- 1) 每次都会    2) 经常会    3) 有时会    4) 从不

12. 使用在线短租的时候，您会留意房源周边的治安状况吗？

- 1) 每次都会    2) 经常会    3) 有时会    4) 从不

13. 使用在线短租的时候，您是否会关注房源的房价变动消息？

- 1) 每次都会    2) 经常会    3) 有时会    4) 从不

14. 使用在线短租的时候，您是否会留意房东的性别？

- 1) 每次都会    2) 经常会    3) 有时会    4) 从不

15. 目前您使用过的短租的房东的性别\_\_\_\_？（如果从未使用过短租，请跳过此题）

- 1) 男性居多    2) 女性居多    3) 男女相当    4) 无法判断

三、个人态度 16. 您认为卫生状况好的房源更值得您信任。

- 1) 非常不同意    2) 比较不同意    3) 一般    4) 比较同意    5) 非常同意

17. 您认为位于治安状况良好地区的房源更值得您信任。

- 1) 非常不同意    2) 比较不同意    3) 一般    4) 比较同意    5) 非常同意

18. 您认为房价比较稳定的房源更值得您的信任。

- 1) 非常不同意    2) 比较不同意    3) 一般    4) 比较

同意 5) 非常同意

19. 如果初次体验好，您会觉得短租更值得信任。

1) 非常不同意 2) 比较不同意 3) 一般 4) 比较

同意 5) 非常同意

20. 您对房源的信任程度是否会受到房东的性别的影响？

1) 会 2) 不会 3) 不知道

21. 您认为什么性别的房东更值得您的信任？

1) 男性房主 2) 女性房主

#### 四、外界评价

22. 如果房东被要求通过信用可进行身份认证，将会提高您对房源的信任程度。

1) 非常不同意 2) 比较不同意 3) 一般 4) 比较  
同意 5) 非常同意

23. 您认为好评数量多的房源更值得您信任。

1) 非常不同意 2) 比较不同意 3) 一般 4) 比较  
同意 5) 非常同意

24. 您认为信用等级高的房东的房源更值得信任。

1) 非常不同意 2) 比较不同意 3) 一般 4) 比较  
同意 5) 非常同意

25. 您认为身边的人评价高的平台上的房源更值得您信任。

1) 非常不同意 2) 比较不同意 3) 一般 4) 比较  
同意 5) 非常同意

26. 您认为有平台提供担保的房源更值得您信任。

1) 非常不同意 2) 比较不同意 3) 一般 4) 比较

同意 5) 非常同意

27. 如果有社交平台与之合作，您将更信任该短租平台。

1) 非常不同意 2) 比较不同意 3) 一般 4) 比较

同意 5) 非常同意

28. 更加完善的法律会提高您对在线短租平台的信任程度。

1) 非常不同意 2) 比较不同意 3) 一般 4) 比较

同意 5) 非常同意

对您所提供的帮助，我们表示诚挚的感谢。感谢您的配合！

请您再花一分钟的时间重

新浏览一下您答过的问卷，看看是否有错填、漏填的问题。

我们将妥善处理您的个人信息

以及答题信息。谢谢！

租奇制胜实践队

2016 年 7 月

### 3. 联合分析问卷（部分）

问卷编号：\_\_\_\_\_

关于在线短租在中国市场的信任问题的调查问卷

（以厦门为例）

尊敬的先生/女士：

您好！我们是厦门大学租奇制胜实践队的调查员。非常感谢您抽出时间填写这份调查问卷！

请您根据您的真实情况填写问卷，您的每一个回答都会给我们的调研活动提供十分宝贵的信息！

谢谢！

厦门大学租奇制胜实践队

(注：在线短租指的是人们将自己闲置的房间放在网络平台上，供房客们挑选，从而实行短期租赁的一种活动。)

情景：为了出行的需要，您正在某在线短租平台上挑选房源。假设其他情况相同，综合以下两个房源的情况，您更倾向选择哪一个？请在合适的选项上打钩（√）。

请仔细阅读并认真考虑后作答。

房源 A	房源 B
房源描述	主观情绪化
地理位置	治安混乱
房价变动	经常波动
房东性别	女
信用凭证	绑定信用卡或芝麻信用
社交平台	连接微博
好评数量	好评数多
	好评数少

1. 您更倾向于选择哪一个房源？

房源 A

房源 B

2. 请给两个房间的质量打分。（分数越高，质量越好）

1	2	3	4	5
房源 A				

房源 B				
------	--	--	--	--

谢谢！

## (二) 租奇制胜外联策划书

### 前 言

厦门大学积极响应国家“大学生暑期三下乡活动”的号召，开展了一系列以考察调研为主题的暑期社会实践，迄今已有20多年的历史。该项活动的开展旨在提高厦大学子的社会实践能力，将专业知识与社会实践相结合，在实践中发现问题、解决问题，并结合所学知识寻找不足，以更高效地学习科学文化知识。同时在组织实践、参与实践的过程中，通过与企业及其人员的交流，或者走入农村与农民的接触等方式不断提高自身素质，为将来走向社会打下了良好的基础。

“租奇制胜”实践队作为厦门大学校重点实践队之一，通过研究短租平台房东与房客间关系，搜寻影响短租的信任因子，在分享经济发展的大背景下，旨在通过一系列调研为短租行业提出可行的建议。故举办本次线下宣传活动，扩大实践队在校内和社会上的影响力，让更多人认识到我们的调研内容和意义。

我们相信，与我们的合作可以给赞助商带来非同寻常的社会效益，为企业品牌树立一种更好的形象，对品牌起到良好的宣传推广的作用，在获得更多的经济效益的同时也提升了社会效益。

### 第一部分 活动内容概述

#### 活动主题

“租奇制胜”暑期社会实践活动

活动时间

2016 年 9 月初

活动地点

三家村广场

活动对象

厦门大学“租奇制胜”暑期社会实践队及全校师生和游客们

## 五、 活动目的和意义

在“互联网+”浪潮推动下，分享经济在中国市场潜力巨大。

自 2011 年 Airbnb 进军中国市场，短租行业在中国迅速崛起，一系列本土短租平台开始出现。本课题组聚焦于房客、房东与短租平台的信任问题进行研究。并希望通过一系列线下宣传活动，针对厦大校园内部的学生和游客群体，扩大“租奇制胜”实践队的社会影响力。

## 第二部分 市场分析

厦门大学暑期社会实践至今已举办二十余年，期间全校学生积极参与各类调研活动，收获实践成果，是在同学心中具有重大影响力的大型系列活动。而“租奇制胜”实践队有面向学生、短租房东、游客三个群体的特殊性质，势必能够吸引更多的人关注。作为“租奇制胜”暑期实践线下活动的赞助商，您将在以下几个方面赢得广大的校园市场：厦大师生共四万多人，市场潜力不容忽视。

大学生属于中高消费团体，在大学之中利用在同学心中有重大影响力的活动进行造势宣传，对于引领消费潮流，为企业制造新的消费群体有重要意义。

暑期社会实践活动作为全校性活动，有着极大的受众群和影响力，且地点设置于三家村广场，往来学生和游客流量多，宣传效果好。

如果本次活动合作成功我们愿意与赞助商建立长久的联系。以后经济学院和学校各项活动的合作我们将优先考虑本次活动的赞助商。

### 第三部分 赞助商宣传方案与权益

对于本次活动，我们将采取全方位多种形式的宣传方式，借助活动广泛的参与度，伴随媒体的宣传报道，进行品牌的深度传播，以确保赞助商的利益，强化赞助企业品牌的认知。不仅如此，我们将大力发挥植入式广告的优势，尽可能多的在活动中植入商业信息，使得活动中处处都有商家的品牌，又不会像传统宣传模式一样枯燥乏味。相信在我们的良好配合下，定会收到意想不到的宣传效果。赞助商将享受以下宣传方式：

#### 校园宣传

**海报：**我们将于活动期间在三家村广场张贴海报，对贵公司和本次活动进行介绍。其中，各单项活动将分别突出赞助方的帮助与支持。同时，海报的可适当采用赞助方的产品宣传图案以及印制二维码。根据赞助方的要求，可适当调整宣传侧重点及宣传地点。

**宣传产品：** 我们将在宣传单和所分发礼品上印制商家的**logo**、产品宣传图案及二维码。

**现场宣传：** 我们将在现场实体宣传活动中，引导学生和游客通过关注赞助商微信公众号来得到抽奖机会。并在宣传帐篷外摆

放宣传商家的宣传产品。可制作印有企业标志的纪念品（T恤、杯子、帽子、手电等）或是与企业有关的产品或消费券之类的作用为观众兑奖的奖品，以实现宣传目的。

## 二、媒体宣传

新浪微博：实践队会通过自己的微博平台对活动进行宣传，并且充分调动厦大官微、实践指导中心官微等校级的官方微信平台及关注度较高的个人微博对活动进行宣传，

群邮件：我们将会利用群邮件把宣传信息发送到经济学院、人文学院、公共事务学院、艺术学院各大学院群中。群邮是现在大学生接受消息的一个主要渠道，很多重要信息都是通过群邮扩散出去的，而且群邮数量十分庞大，是一个重要的宣传渠道。

微信公众号：我们将通过实践队公众号对活动进行宣传，并在文章开头结尾附上赞助商名称及二维码。

## 三、其他宣传方式

赞助商可以对本次活动提出修改意见，并可以与实践队进行相应的宣传活动。

成果反馈：在活动中，我们会在所有宣传的时候拍照保存。在活动结束后，我们会将所有的已做的宣传的照片汇总，然后整理发送给贵公司。

## 五、长期合作

厦门大学有着丰富的市场资源。企业可以此次活动为契机，与我们建立长期的合作联系。学生可以为您的企业进行宣传，为您做形象代言人。通过本次的活动，您也可以在高校中树立自己的品牌形象，吸引更多优秀人才加盟。

以上为我方可提供的宣传，覆盖面大，宣传成本低，更重要

的是大学生是一个特殊的消费群体，占领了这个市场，不仅会带来短期而巨大商品效益，从长远来看现在的在校生，若干年之后将是社会中精英力量的组成部分，现在就在他们心目中树立起贵公司的良好形象，会为您赢得长期的利润打下基础，此项目实为一项一本万利的投资！

我们将在最大程度上保证商家的利益，我们有充分的理由让您相信：您的参与将为您带来丰厚的回报。

#### 第四部分 经费预算

校团委经费预算审批表

活动名称：“租奇制胜”暑期社会实践活动					
组织单位：厦门大学经济学院“租奇制胜”暑期社会实践队					
活动举办时间：2016年07月21日					
预算明细：					
财务预算					
类别	项目	单价（元）	数量	合计（元）	备注
宣传	分享经济 知识普及	海报	20	5	100
		传单	0.1	1000	100
		宣传卡片	1	100	100
		宣传册	10	5	50
		贴纸	0.5	20	10
	有奖知 识竞答	成果制作	—	—	50
		奖品	20	10	200
	摄影比赛	奖品	20	4	80
合计	—	—	—	690	

备注：经费预算具体列表可根据实际情况增减。

### (三) 访谈记录

#### 1. 访谈大纲

1) 针对平台

- a) 出于文化/社会等等因素，“让陌生人住进家里”非常困难，很多潜在的房客可能会不信任房源，那么小猪在这方面做了哪些努力呢？
- b) 小猪现在在 16 个城市有线下运营的团队，他们主要工作是什么呢？
- c) 同时为什么要提供免费的线下实拍项目呢？您觉得这点会增加房客对这个房间的信任吗？
- d) 有些人会担心房源的实际卫生状况不如描述的那么好，所以不敢选择短租。小猪目前推出了“小猪管家”服务，对于使用‘小猪管家’服务的房东，是否在房源页面会有明确的标识呢？这样会有助于增加房客对房间的信任吗？
- e) 小猪在审核房源和规范房源要求这方面做了哪些努力？
- f) 我们事先做了预调研，在很多房东群中进行了暗访，发现存在很多刷单的情况，平台是怎么控制的？
- g) 平台为什么要设计可以自动变化的房价呢？
- h) 短租目前还处在法律的灰色地带，一旦房客和房东之间发生纠纷，应该怎么处理？平台在处理过程中扮演一个什么样的角色？这种法律的缺失会导致一部分房客拒绝短租吗？
- i) 小猪平台上，目前房客在使用过一次短租之后又重复使用的比例有多高？
- j) 今年 3 月份南方日报的报导，说小猪现在收取房东 10% 的手续费，但是却仍然没有盈利？您对小猪的盈利状况是怎么看的呢？

- k) 不久前途家全资收购蚂蚁短租，您对这一事件是怎么看的呢？对小猪有什么样的影响？
- l) “小猪短租”更名为“小猪”预示了小猪将来什么样的发展方向吗？
- m) 对未来短租行业的发展方向有什么看法呢？
- 2) 针对房东
  - a) 请问您为什么会进入短租的市场？
  - b) 那您是通过什么渠道知道短租的呢？朋友介绍？网络？
  - c) 请问您在做短租的时候，会不会担心自己的房源信息被房客怀疑？
  - d) 请问您会采用什么样的方法来吸引房客？您是怎么描述您的房源的？
  - e) 您觉得这种描述能吸引到房客吗？又有什么弊端呢？
  - f) 请问在您之前的经历中，有没有出现过，房客入住之后发现与自己的预期有差距的情况？
  - g) 请问您觉得自己的房子的地理位置/治安状况/卫生状况等等的足够好吗？能不能吸引到房客呢？如果不能，会阻碍吗？
  - h) 房客和您联系、想要租房的时候，会不会特地询问某些（比如卫生、治安、交通）状况？
  - i) 那您房子有没有这些方面的不足 如果有的话 也据实告诉他们吗？
  - j) 那您觉得您的回复会使房客更信任您的房源吗
  - k) 请问您觉得有自己的房源的下单数/好评数没有进一步提高的原因是什么？有没有考虑过从哪些方面进行改进？

- 1) 您觉得是平台的条件会影响您的销量？
  - m) 那您觉得如何推广比较好？可以进一步提高销量？
  - n) 请问您觉得平台/政府等，给出怎样的保障/政策等，可以有助于自己的房源更被房客所信任？
  - o) 请问您在租房给房客的时候是否会担心房客的人品或者别的什么问题？如果有的话，为什么还是会继续留在短租市场呢？
- 3) 针对房客
- a) 您使用过短租吗？
  - b) 是通过什么途径了解到短租的？ / 什么促使您使用/选择短租？
  - c) 现今在网络交易的信任方面的负面信息也不在少数，那么您在选择短租的时候是否有过这方面担心？如果有，具体是哪些因素导致了您的担忧？如果没有，为什么您如此信任短租呢？
  - d) 如果受访者自己提到了担忧治安状况，请追问一下他们出行的时候是独自出行还是结伴出行，是否有一些不方便随身携带但是非常贵重的物品）
  - e) 房价的波动：为什么房价的波动会增加自己的担忧？可以接受房价以何种形式、何种幅度、何种频率波动？
  - f) 性别因素口头问。如，对女性房客：“您在选择房源的时候，会不会觉得女性房东更值得信任？”
  - g) 为什么虽然有一定程度的担心，但是还是选择了短租呢？
  - h) 因为周围的人对短租的评价好？
  - i) 房源的好评数很多？

- j) 平台给房源提供了担保？
- k) 使用短租之后，感觉如何？如何评价短租体验？
- l) 是否愿意再次使用短租？
- m) 房主、平台以及政府等，采取怎样的措施会让您觉得短租更值得信任？/ 短租虽然在国外非常流行，但是在国内的发展却是没有那么顺畅，您对此有什么看法和意见吗？
- n) 可能的建议：1) 引入第三方信用软件对其进行评估 2) 更加完善的法律法规 3) 房源与房主的信用卡连接 4) 与社交平台合作

## 2. 在线短租平台访谈

- 1) 小猪短租公关总监访谈记录

访谈对象：小猪短租公关总监郑艳琼

访谈时间：2016年7月

Q：出于文化/社会等等因素，“让陌生人住进家里”非常困难，很多潜在的房客可能会不信任房源，那么小猪在这方面做了哪些努力呢？

A：对于小猪在解决潜在房客的不信任 Q 题，我们很早就开始了对房东和房客信息的审核，确保一切信息是可追溯的；我们也对房东关心的财产损失这一 Q 题，为其购买了财产保险；同时，我们也对房东的房源进行相关的审核，大大降低了两者间的信息不对称

Q：小猪现在在 16 个城市有线下运营的团队，他们主要工作是什么呢？

A：我们目前线下运营团队的主要工作是对提交上来的房源

进行实地考察；另外，我们也提供房间设计、房间清理、兼职摄影师实拍等活动。

Q：同时为什么要提供免费的线下实拍项目呢？您觉得这点会增加房客对这个房间的信任吗？

A：由平台举行的实拍在一定程度上可以减少房客的不信任，同时也方便小猪管家按图示进行清理，打扫房间

Q：是否考虑和微博之类的社交平台合作，增加房客房东的交流，这样会使房客更加信任短租吗？

A：据我们所知，Airbnb 具有查看房客 Facebook 的功能，这样能增加房东对房客的了解，对减少信任危机或许有帮助。目前我们支持社交验证但不强制

Q：有些人会担心房源的实际卫生状况不如描述的那么好，所以不敢选择短租。小猪目前推出了“小猪管家”服务，对于使用‘小猪管家’服务的房东，是否在房源页面会有明确的标识呢？这样会有助于增加房客对房间的信任吗？

A：目前房源页面仅对实拍、验真、智能门锁做了标志，没有对使用‘小猪管家’予以特殊标志，因为根据房客对房源卫生的评价即可说明 Q 题，一般好评率高的房源预定次数要比其他高很多

Q：小猪在审核房源和规范房源要求这方面做了哪些努力？

A：这之类的 Q 题可以参考小猪平台官网

<http://www.xiaozhu.com/>

<http://www.xiaozhu.com/help/auditRule>

Q：我们事先做了预调研，在很多房东群中进行了暗访，发现存在很多刷单的情况，平台是怎么控制的？

A: 刷单与私下交易是很多分享经济公司难解决的 Q 题，我们正加大对房客的信息核实，最大可能的减少此类现象发生

Q: 平台为什么要设计可以自动变化的房价呢？

A: 小猪目前主要以收取房东的平台费盈利，小猪会根据供求关系自动调节房屋价格

Q: 短租目前还处在法律的灰色地带，一旦房客和房东之间发生纠纷，应该怎么处理？平台在处理过程中扮演一个什么样的角色？这种法律的缺失会导致一部分房客拒绝短租吗？

A: 对于房客与房东纠纷，平台主要处于中间人的角色，我们会为房东购买财产保险，并提供房东与房客的个人资料，供双方解决。法律的缺失对房客的影响较小，纠纷 Q 题房东多处于不利方。这对房源数量的影响更大

Q: 小猪平台上，目前房客在使用过一次短租之后又重复使用的比例有多高？

A: 使用短租平台的有用于出游、度假或外出工作的各种房客，不同房客的重复使用比例也不一，且目前小猪在各地的房源数量并不均一，具体比例不便告知

Q: 今年 3 月份南方日报的报导，说小猪现在收取房东 10% 的手续费，但是却仍然没有盈利？您对小猪的盈利状况是怎么看的呢？

A: 相比于盈利，我们更在乎用户体验。2015 年小猪平台房源增长 3.5 倍，交易率增长高达 5 倍，并吸引了更多八零后来使用小猪，目前的盈利状况符合预期。我们也将逐步扩大规模，增加各项其他业务

Q: 不久前途家全资收购蚂蚁短租，您对这一事件是怎么看

的呢？对小猪有什么样的影响？

A：对于途家收购蚂蚁短租，我认为他们回避了核心竞争力的Q题，单纯扩大规模并不能改变市场竞争格局。短租行业的筛选与细化，要求了平台必须保持长期竞争力，向标准化、规范化方向发展

Q：“小猪短租”更名为“小猪”预示了小猪将来什么样的发展方向吗？

A：小猪短租（有人情味的住宿）更名为小猪（居住自由主义）就如同于滴滴打车更名为滴滴出行，具体分析网上已经有很多信息，可自己搜索

Q：对未来短租行业的发展方向有什么看法呢？

A：我认为：未来的短租行业会更加多元化，不再拘泥于短租一种形式，或许会成为一个满足新中产阶级的更加多样化的平台。

### 3. 房东访谈

#### 1) 游天下房东南某

访谈对象：游天下房东南某

访谈时间：2016年7月

Q：您好~我是厦门大学租奇制胜实践队的学生~现在在做一个关于在线短租信任机制的社会实践，想对您进行一个简短的线上采访，可以吗？万分感谢！

A：你说

Q：非常感谢您！那我开始问了~ 1 请问您为什么会进入短租的市场？

A: 换工作，换地点，然后综合评分，

Q: 那您是通过什么渠道知道短租的呢？朋友介绍？网络？

综合评分是什么意思呀？

A: 网络

Q: get~那我下面开始问一些关于在线平台发布信息的关于信任方面的问题~希望您不要介意嗷~人流，城市文化，城市特色

A: 嗯

Q: 请问您在做短租的时候，会不会担心自己的房源信息被房客怀疑？

A: 不担心，一开始都是实拍的，为什么要担心？

Q: 嗯嗯 3 请问您会采用什么样的方法来吸引房客？您是怎么描述您的房源的？

A: 真实的表现，装修风格吧，真实的，简单易懂的描述

Q: 您觉得这种描述能吸引到房客吗？又有什么弊端呢？

A: 大部分客户都是先看自己的需求的，再来看整体的感觉，再对比价格的，所以，华丽的语言顾客并不一定会去看

Q: 所以您觉得不需要用什么技巧了吗

A: 也不能说不需要技巧，只是客户肯定更在乎真实的表现的

Q: 请问在您之前的经历中，有没有出现过，房客入住之后发现与自己的预期有差距的情况？

A: 目前没有

Q: 请问您觉得自己的房子的地理位置/治安状况/卫生状况等等的足够好吗？能不能吸引到房客呢？如果不能，会阻碍吗？

A: 没有完美的，而且人的需求不同，看重点也不一样，喜

欢的风格也不一样，就看自己的客房会吸引到那些人，

Q：房客和您联系、想要租房的时候，会不会特地询问某些（比如卫生、治安、交通）状况？

A：都会的

Q：那您一般是怎么回复的？

A：真实回答

Q：那您房子有没有这些方面的不足 如果有的话 也据实告诉他们吗？

A：客户有知情权，肯定要说，避免到时候出现问题，

Q：恩恩 那您觉得您的回复会使房客更信任您的房源吗

A：是的

Q：请问您觉得有自己的房源的下单数/好评数没有进一步提高的原因是什么？有没有考虑过从哪些方面进行改进？

A：这一点我自己也疑惑，我在其他平台的订单反而更多，这个平台订单很少

Q：所以您觉得是平台的条件会影响您的销量？

A：不懂，肯定跟自己也有关系，也看推广

Q：恩恩 那您觉得如何推广比较好？可以进一步提高销量？

A：我不是推广人员，我不懂

Q：好的~8 请问您觉得平台/政府等，给出怎样的保障/政策等，可以有助于自己的房源更被房客所信任？

A：是不懂，我们这边并没有得到保障，反而派出所还在管制，

Q：请问您在租房给房客的时候是否会担心房客的人品或者别的什么问题？如果有的话，为什么还是会继续留在短租市场

呢？

A: 安全问题，怕客人出来了不愉快，然后闹事

Q: 那您既然有这样的顾虑 为什么还留在短租市场呢？

A: 喜欢。

## 2) 在线短租房东乔某

访谈对象：在线短租平台房东乔某

访谈时间：2016 年 7 月

Q: 请问您为什么会进入短租的市场？

A: 因为自己除外旅游有这方面需求

Q: 所以是您之前外出旅游时体验了，觉得很好觉得这个产业挺可靠的就选择了短租？

A: 闺蜜聚会想窝一个房子聊天，标间太挤，两间不够 high，有需求就有市场，只要是创业就不敢保证百分百可靠吧，投资有风险创业需谨慎，做短租我们有个优势是设计，这么说对于我们算相对可靠的产业了

Q: 那我下面开始问一些关于在线平台发布信息的关于信任方面的问题~希望您不要介意嗷~请问您在做短租的时候，会不会担心自己的房源信息被房客怀疑？

A: 怀疑？

Q: 就是他们会不信任房东发布的信息，怀疑虚假或者过分美化

A: 他们有怀疑啊，我们都说实景图啊，确实实景啊，大家都淘宝过，都讨厌过度美化，正常啊。所以只能真实展现

Q: 您是怎么描述您的房源的。您觉得这样可以吸引房客吗？  
请问您会采用什么样的方法来吸引房客？/怎么打消这种顾虑

呢？

A: 就是品质和口碑

Q: get~请问您在描述房源的时候，会使用一些技巧吗，还是说只是实话实说？或者有选择性地突出优点？

A: 实话实说，会选择性突出优点

Q: 请问在您之前的经历中，有没有出现过，房客入住之后发现与自己的预期有差距的情况？

A: 我们会选择性描述干净整洁

Q: 选择性描述干净整洁？怎么说？

A: 就实话实说啊

Q: 那有没有房客入住之后发现与自己的预期有差距的情况？如果有的话，您是如何处理的？

A: 预期差距的情况没发生，因为都是实话实说，就是有时觉得水温不够，那就加大热水器容量嘛，觉得冷就买取暖器，慢慢配套齐了

Q: 房客和您联系、想要租房的时候，会不会特地询问卫生/治安/交通状况？”

A: 问得最多的是交通

Q: 或者还有哪些条件是他们比较在意的？您一般是怎么回答的？

A: 实话实说啊，以诚待人啊，靠湖总不能说我出门就是海嘛，只能说打车到海边大概多久，虽然不靠海边但处市中心，紧邻火车站

Q: 那您觉得您的回复会使房客更信任您的房源吗？

A: 对房客就是不奉承不欺瞒

Q: 所以您觉得说真话就能增加他们对房子的信任度是吗？

A: 因为租客多数年轻人，还是以诚相待，毕竟口碑很重要

Q: 然后？

A: 现在不允许啊，劳心劳力，我们也是年轻人，也有主业

Q: 会影响你们时间是吗？

A: 有时太忙推广不好这是 bug

Q: 但是主业肯定更重要嘛，您觉得有哪些措施有助于通过解决房客的信任问题而提高销量/好评数？比如说 您觉得自己的房子的地理位置/治安状况/卫生状况等等的足够好吗？能不能吸引到房客呢？如果不能，会阻碍吗？还有没有别的方面可以增加房客对于房源的信任呢？

A: 满足他们要求

Q: 请问您觉得有自己的房源的下单数/好评数没有进一步提高的原因是什么？有没有考虑过从哪些方面进行改进？

A: 在不断改进中啊，因为租客的入住感受很重要

Q: 请问具体的方面或者说措施有哪些呢？

A: 所以认真对待他们提任何建议，就是比如梅雨季节干花容易发霉啊，那就换啊

Q: 所以你们是根据之前房客的反馈和建议来调整自己的房子设置？请问您在租房给房客的时候是否会担心房客的人品/素质或者别的什么问题？如果有的话，为什么还是会继续留在短租市场呢？

A: 能调的合理的调啊，有个租客说厨房装窗帘，那换你装么，不合适就不调整

Q: 听起来不是很合适呢，那你会担心房客的人品或者素质

吗

A: 房客人品有高有低啊，有的住完搞完卫生无任何垃圾再走啊，同事朋友的素质都参差不齐，那何必对租客要求那么高

Q: 那你担心的话 怎么处理和判断这个房客可不可信？

A: 服务行业就是服务各种人群啊

Q: 请问您觉得平台/政府等，给出怎样的保障/政策等，可以有助于自己的房源更被房客所信任？

A: 就是丢失补偿啊

Q: 给房东的吗？平台的措施？

A: 我不懂啊

Q: 那政府？

A: 政府扶持呗

Q: 好的，谢谢。

### 3) Airbnb 平台房东某舍

访谈对象：Airbnb 平台房东某舍

访谈时间：2016 年 7 月

Q: 请问您为什么会进入短租的市场？

A: 去年 4 月份，我原来是作旅馆的。去年 4 月份接触到 airbnb。  
进入的短租的

Q: 这样子啊~请问是从网络还是身边人渠道了解到的嘞？

A: 是我的小姨。她因为工作原因经常出国。我是她那了解到的

Q: 那我下面开始问一些关于在线平台发布信息的关于信任方面的问题~希望您不要介意嗷~

A: 没关系

Q：请问您在做短租的时候，会不会担心自己的房源信息被房客怀疑？

A：会有想过。但我不担心因为我已经有了一定的评价积累。客人可以通过评价来判断。最重要的是。我的信息没有伪造和虚假

Q：请问您会采用什么样的方法来吸引房客？怎么打消房客的顾虑呢？

A：1 我们的服务和口碑。2 价格。3 房间位置。4 房间风格。

Q：请问您在描述房源的时候，会使用一些技巧吗，还是说只是实话实说？或者有选择性地突出优点？

A：会突出我的地理位置。还有网站一般客人都是看图片的。

Q：请问在您之前的经历中，有没有出现过，房客入住之后发现与自己的预期有差距的情况？

A：有的。主要是因为 我们小区入住率不高。有些客人比较害怕

Q：害怕？你们小区是一片都是做短租的吗？

A：不是 我们是安置房小区。入住的业主比较少

Q：哦哦因为周围没有什么住户 所以会有不舒服的感觉？那如果他们表现出不满的话 你一般怎么缓解他们的不安呢？

A：有需要退房的就给他们退了。一般住下来的客人都比较满意  
Q：您觉得自己的房子的地理位置/治安状况/卫生状况等等的足够好吗？能不能吸引到房客呢？如果不能，会阻碍吗？

A：我感觉我的各项条件都不错。一定能吸引到足够的客人

Q：您觉得有自己的房源的下单数/好评数没有进一步提高的原因是什么？有没有考虑过从哪些方面进行改进？

A：我认为我的整体服务还不够细致。要深入。规范。确切

的解决方式我还在摸索

Q: 恩恩~希望您早日摸索出来哈~您觉得平台/政府等，给出怎样的保障/政策等，可以有助于自己的房源更被房客所信任？

A: 我感觉没有

Q: 那你希望他们能给出哪些帮助呢？

A: 能够让我们正规化 得到政府部门的承认。

Q: 您在租房给房客的时候是否会担心房客的人品/素质或者别的什么问题？如果有的话，为什么还是会继续留在短租市场呢？

A: 我不担心。素质低的是一小部分。但我不能因为这部分人 就放弃大部分的客人的。我也是旅客。我相信大部分都会跟我一样的。

#### 4) 厦门市在线短租房东陈某

访谈对象：厦门市在线短租房东陈某

访谈时间：2016 年 7 月

Q: 请问您为什么会进入短租的市场？

A: 因为喜欢出行，一次偶然的机会，接触到这种方式的住宿，很喜欢，

Q: 是您之前自己住了一次短租所以后来也想自己做吗？

A: 嗯嗯，是的，喜欢这种分享模式吧

Q: 请问您在做短租的时候，会不会担心自己的房源信息被房客怀疑？

A: 会的，很多人都有这样的疑虑，跟淘宝一样，质疑很正常

Q: 请问您会采用什么样的方法来吸引房客？怎么打消这种

顾虑呢？

A: 实拍呀，到店没有如图拍摄，全额退款，确保房客无后顾之忧

Q: 哦哦 实拍是网站会派人来还是自己拍呢？

A: 是的，网站

Q: 请问您在描述房源的时候，会使用一些技巧吗，还是说只是实话实说？或者有技巧地突出实际优势？

A: 实话实说，这个是肯定的，不然到时候有矛盾就不好了

Q: 请问在您之前的经历中，有没有出现过，房客入住之后发现与自己的预期有差距的情况？

A: 有碰到过挑剔的客户

Q: 是什么样的情况呢？

A: 不过是极少的，觉得硬件没跟上呀，不过这些都很正常，我不是人民币，做不到人人都喜欢，问心无愧就好

Q: 嗯嗯 只是难免会有这种情况嗷 那你一般怎么处理这种比较难搞的房客哇？确实只要条件真实 描述符合要求 就可以了嘛~

A: 这个我不知道哦。反正不欺骗就好，我们90后的基因吧，很多时候还是随性格，合得来就继续，合不来就中断，

Q: 您觉得自己的房子的地理位置/治安状况/卫生状况等等的足够好吗？能不能吸引到房客呢？如果不能，会阻碍吗？

A: 地理位置，可能还是有些影响的，

Q: 是离路会稍远一些？

A: 不是的，离有些景点

Q: 哟哟~

A: 不是的，离有些景点，需要坐公交

Q: 但是肯定还是有很多别的有点的呀~

A: 看个人啦，现在交通也是很方便的，厦门又不大，打车去哪都快

Q: 恩恩~那你觉得你们家房子有什么除了我上面提到的治安、卫生之外能更让房客信任的优点吗？

A: 其实我也不知道哦，可能服务吧，或者之间的沟通

Q: 您觉得有自己的房源的下单数/好评数没有进一步提高的原因是什么？有没有考虑过从哪些方面进行改进？

A: 这个我也不知道，说实话，没有想那么多哦，不过我觉得服务还是最重要的，

Q: 但是没有来住过的房客在看房源的时候应该感受不到服务吧？您觉得平台/政府等，给出怎样的保障/政策等，可以有助于自己的房源更被房客所信任？

A: 政府要出台明文规定，其实没想那么多啦

Q: 您在租房给房客的时候是否会担心房客的人品/素质或者别的什么问题？如果有的话，为什么还是会继续留在短租市场呢？

A: 素质很重要，我看中这个，能够沟通的话，我觉得多大的事，只要不涉及底线都能解决。我看好的这个市场，也喜欢这种生活方式，也会碰到很多有趣的房客，找份自己喜欢的事真的不容易。

## 5) 厦门市在线短租房东李某

访谈对象：厦门市在线短租房东李某

访谈时间：2016 年 8 月

Q: 请问您为什么会进入短租的市场?

A: 偶然

Q: 怎么说?

A: 之前做长租市场-2014年突然发现长租市场不好了，就想我也许可以试试短租

Q: 所以您是在网络上得知短租这一形式的是吗?

A: 就这么尝试起来嘛！刚开始也不是很好-进入2015年市场很好，对-网络找

Q: 哟哟~这样子呀~

A: 还真找到有短租这个形式

Q: 确实现在很时兴~

A: 是趋势

Q: 那我下面开始问一些关于在线平台发布信息的关于信任方面的问题~希望您不要介意嗷~请问您在做短租的时候，会不会担心自己的房源信息被房客怀疑?

A: 三五好友或者家庭形式会考虑套房，不会--房源本身真实，描述也客观真实

Q: 那请问您在描述房源的时候，会使用一些技巧吗，还是说只是实话实说?

A: 据实

Q: 请问您会采用什么样的方法来吸引房客?

A: 海景房配置齐温馨，舒适，另外还推出入住满五天提供一次免费接机，长租六折甚至五折，满七天九折，满三十天八折等

Q: 确实很吸引人诶~在您之前的经历中，有没有出现过，房

客入住之后发现与自己的预期有差距的情况？

A: 没

Q: 请问您觉得自己的房子的地理位置/治安状况/卫生状况等等的足够好吗？是不是吸引/阻碍房客的原因？

A: 客人都惊喜于实际看到的比想象的还要棒，亲说的都是我们尽力做的

Q: 亲说的都是我们尽力做的

A: 我们讲究干净整洁安全

Q: 请问您觉得自己的房子的地理位置/治安状况/卫生状况等等的足够好吗？是不是吸引/阻碍房客的原因？这个问题的意思是 你觉得这些因素在您的房源描述中有体现吗？对这些因素的描述能不能推进房客更加信任你们的房子呢？

A: 有体现

Q: 请问您觉得有自己的房源的下单数/好评数没有进一步提高的原因是什么？有没有考虑过从哪些方面进行改进？

A: 房源图片和价格是首先吸引的，其次是位置等

Q: 那如果要改进的话 你觉得可以从哪里着手呢

A: 图片效果以及跟客人的沟通信任机制以及售后，维护

Q: 恩恩~那现在网站做的怎么样呢？

A: 及时了解客人需求，尽力不断完善-让客人舒服，套房需求客户群体占市场一部分非全部，旅游业跟季节有很大关系，出了我们要给客人提供如家一样温暖舒适的居所外-服务要贴心细心，当然网站的广告投入以及知名度是相当关键滴

Q: 对哒~所以可以根据季节调整？

A: 价格肯定随季节调整了

Q: 所以你觉得王长的知名度能够增加房客的信任对吧?

A: 肯定了, 网站是第一要素, 而我们的房源如果刚好适合客户需求, 第三价格符合客户预算, 以及承受力, 我们发现客人的预算是一般的一百, 你们大学生更如此

Q: 现在用短租的真的比较都是大学生的刚开始上班的~

A: 是便宜但更有集中性家庭形式更自由更舒服

Q: 您觉得平台/政府等, 给出怎样的保障/政策等, 可以有助于自己的房源更被房客所信任?

A: 政府应该鼓励

Q: 怎么说?

A: 出台相关法规完善市场, 而不是打压, 因为趋势! 因为网络的强大便捷短租的舒适经济, 网站也在尽力争取政府的支持

Q: 是哒~那就你了解现在政府有相关的支持政策吗

A: 我们看到各个网站都在抢占短租市场, 目前政府还并不鼓励民宿短租, 也许是短租市场发展太快了! 政府还未做好准备

Q: 那你觉得平台可以做些什么让市场和房客更加信任呢?

A: 平台推出短租就应该跟政府协调, 免得房东忐忑无所适从

Q: 请问您在租房给房客的时候是否会担心房客的人品或者其他的问题?

A: 总体不会

Q: 比如人品、素质或者别的什么问题?

A: 高端房客素养高些, 问题比较多的是中低端客户, 但总体觉得国人素质在提升, 我们经常让客人自行凭开门密码入住以及退房, 这样房东和客人都觉得相对自由信任, 厦门治安都还不

错-尤其是中高端小区，而这一点我想也吸引游客之一，欢迎大学生入住体验哈！我们房源精彩有大学生入住聚会

### 6) 蚂蚁短租房东章某

访谈对象：蚂蚁短租房东章某

访谈时间：2016 年 8 月

Q：请问您为什么会进入短租的市场？

A：短租算是个新兴的行业，是酒店细分市场的必然产业，我是个喜欢尝试新鲜职业的人，所以

Q：请问您在做短租的时候，会不会担心自己的房源信息被房客怀疑？

A：客人的认可度和见识，都决定了被怀疑的程度，住的多的人，自然对这事充满信心

Q：请问您会采用什么样的方法来吸引房客？

A：加入到相关的短租平台上，可以更好滴推荐房源和吸引客人，线下我们也接上门的客人，并且做好客人住店期间的接待，松水果等

Q：请问您在描述房源的时候，会使用一些技巧吗，还是说只是实话实说？

A：房源介绍当然尽可能滴说实话，主要是吸引而不是欺骗

Q：请问在您之前的经历中，有没有出现过，房客入住之后发现与自己的预期有差距的情况？

A：当然会有，有个客人希望 88 住套房，然后我退钱让他退房了。

Q：请问您觉得自己的房子的地理位置/治安状况/卫生状况/……等等的足够好吗？是不是吸引/阻碍房客的原因？

A: 小区的治安环境还不错，保安一直有巡逻，单元门禁，主门，房门都有锁，还是比较安全的

Q: 请问您觉得有自己的房源的下单数/好评数……没有进一步提高的原因是什么？有没有考虑过从哪些方面进行改进？

A: 我的房间已经下单 80 多了，做不久，属于新人，好评 40 多，有些客人不知道如何评价

Q: 请问您觉得平台/政府等，给出怎样的保障/政策等，可以有助于自己的房源更被房客所信任？

A: 平台已经不惜血本了，现在需要政府的支持，比如给出相应政策来扶持和鼓励民宿

Q: 请问您在租房给房客的时候是否会担心房客的人品/……等？如果有的话，为什么还是会继续留在短租市场呢？

A: 人品即素质，一定会担心的，这个是这个行业必须经历的阶段，当然会努力克服并看到他的提高

#### 4. 政府部门访谈

##### 1) 厦门市工商局访谈网络商品交易检测中心

访谈对象：网络交易监督管理处 董麒处长（厦大经院硕士）

李师兄（厦大法学本科、硕士） 沈师姐（厦大管院）

访谈时间：2016 年 6 月

Q: 您是否知道在线短租？政府的态度如何？

A: 现在对于短租的定义不明确（时间长度、全职兼职、用于出租的房间数）主要有两种 1、不已租房为盈利、生存目的 2、以租房为盈利目的。短租在法律上实际处于灰色地带，并不是非黑即白的情况。就政府的态度而言，在其不违法法律法规的情况下

下是默许的，而非打压或扶持。

Q：您的部门是否受理过短租的相关问题/纠纷/...？

A：租赁行为是民事行为属于公安部门监管，盈利为目的的商品或服务型商品交易才属于工商局监管。（工商部门负责管理酒店等商业活动，而现在短租大多为民事租赁/民事活动，属于公安部门管理）

Q：Uber 和在线短租有一定的相似之处，您认为这两者发展现状和前景有什么不同吗？造成这种不同的原因是什么？

A：短租与 Uber 类似，都是作为一种新生事物，要在放活中管好。李克强：放活不是放任，管好不是管死。政府采取默许态度 不支持不打压不放任自流

Q：您认为，现存的在线短租存在怎样的问题？

A：缺乏合法手续、执照、消防、卫生。课访谈部门：旅游局、房管局、公安部门网监处、治安（行为）管网监处

Q：在线短租存在一定的信任问题，您认为，需要怎样的法律法规/可以采取怎样的措施来规范在线短租？/有什么相关的想法或者思路吗？

A：最大的问题投诉无门。而且很多以盈利为目的短租房实际上是行酒店之实但无酒店之名，这种情况的业者有义务办理相关手续，却没有能力或者不选择办理，（如消防、卫生等方面硬件设施达不到办理手续的条件），这种情况下的房东本身在信用上就存在一定问题。公安处近一段时间也有进行相关的无营业执照而经营酒店公寓式的“短租”案件的查处，但就短租本身由于国家尚未出台相关条例，因此违法的界定还尚模糊。而且短租的在法律上的定义尚未明确，因此建议你们缩小课题中短租的范

围，比如日租、盈利目的与否，先圈定范围再调研。

Q：您认为，是否应该加强对房源的监管/提高房源发布的门槛？您觉得这样做会给短租市场带来哪些正面和负面影响？

A：这不属于我们监管。一般来讲，不同行为是有专门（比如负责治安的）部门进行管辖，我们网络监测中心更多的是辅助管理。

Q：如果现在把在线短租交给您来管辖，在审核房源的时候，您是否会通过控制短租的卫生环境/治安状况... 来筛选房源？

A：这不属于我们监管。

Q：将来工商管理局是否会介入短租市场，如果会，那么会以什么方式介入，您觉得会有什么作用？

A：我们不做这个承诺。具体看国家的法律发布情况，如果针对短租有颁布相关法律的话，相信几个相关部门（公安部门、旅游局、房东业主、网监处）都会写进去

Q：如果现在把在线短租交给您来管辖，您会刻意控制在线短租的房主性别吗？

A：在管理上不对性别做任何控制。

#### （四）新闻稿

##### 1. 短租调研在行动——探访厦门市工商管理局

【租奇制胜】短租调研在行动——探访厦门市工商管理局  
——经济学院暑期社会实践“租奇制胜”小分队

炎炎夏日，厦门迎来新一波旅游热潮，而经济学院“租奇制胜”小分队的实地调研也在紧锣密鼓地进行着。来自经济学院、

人文学院、公共事务学院等各个学院十几名同学深入各地走访调研，分发问卷，关于“短租”的调研活动正在不断发酵。

7月11日上午，“租奇制胜”小分队的张永杰、林逸伦两名队员深入厦门市工商管理局，探访了网络商品交易检测中心，并对网络交易监督管理处董麒处长、毕业于法学院的李师兄和毕业于管理学院的沈师姐进行了采访。本次访谈由林逸伦同学作为主要采访者，张永杰同学作会议记录。在整个访谈过程中，董处长、李师兄和沈师姐都积极配合采访，对队员们所提出的问题作了详尽细致的回答。

作为主管网络商品交易的部门，三人对于短租在当前市场的情况做了大致介绍，从网络市场监管的角度对短租平台当前存在的问题提出了一些看法。董处长表示，当前以在线短租平台为代表的分享经济最大的问题在于投诉无门。很多以盈利为目的短租房实际上是“行酒店之实，但无酒店之名”，这就使得其信用上存在一定问题。公安部门近段时间也有进行相关案件的查处，但由于国家尚未出台短租的相关条例，因此有关于违法的界定还较为模糊。三人还建议课题组可缩小课题中短租的范围，比如日租、盈利目的与否等方面，先圈定范围再进行进一步调研。关于调研对象，董处长还提出可以去旅游局、房管局、公安部门网监处、治安（行为）管网监处等地走访调研。

董处长、李师兄和沈师姐都毕业于厦大，心系母校的同时也在积极支持实践调研工作，使得队员们的此次走访收获颇丰，为“租奇制胜”小分队之后的调研工作提供了很大帮助和启发。访谈持续了约一个小时后，队员们也告别了学长姐们，结束了本次走访。

实践是检验真理的唯一标准。我校的暑期社会实践活动兼具教育和实践功能，在实践过程中，队员们不仅仅对于短租行业有了进一步的认识，对于短租信任问题也有了更深一层的理解。社会实践活动将理论同实践相结合，“租奇制胜”小分队将时刻牢记“身在校园，心系天下”的理念，履行自身使命，志愿服务社会，弘扬奉献精神。

经济学院租奇制胜暑期社会实践队

## 2. 正式调研火热开展，问卷调查见短租行业真章

【租奇制胜】正式调研火热开展，问卷调查见短租行业真章  
——经济学院暑期社会实践  
“租奇制胜”小分队

2016年7月23日晚，经济学院暑期社会实践“租奇制胜”小分队全体队员聚集到了一起，开展实践课题最为关键的环节——正式调研。在仔细选定地点后，小队决定在旅客流量最大的中华城片区大规模发放问卷。

队员们经过事先分配，兵分几路开始发放问卷。炎热的夏天，拥挤的人群，尽管夜晚没有烈日的灼烤，但在这个繁华的商业地段，发放问卷的队员们不一会儿就变得汗流浃背。高温和拥挤为问卷的分发增加了些许难度。队员们有的站在路边，有的进入到商城内部，手拿着笔和问卷耐心地请求过路的人们。尽管有的对于我们的请求不予理睬，态度冷漠，但还是有许多热心的旅客愿意停下脚步。其中有不少人对于我们的课题表示感兴趣，还耐心询问了问卷中的许多细节，这让我们在屡次被拒之后倍感欣慰。

由于问卷调查的要求所限，队员们必须在一旁监督每个受访者完成问卷，并收集他们在填写问卷过程中产生疑问的地方，这有利于调研后期在进行数据统计和分析时考虑得更加完善，但也耗费了我们不少的时间。一晚上的正式调研行动使得每个队员都显得有些疲惫，但也收获满满。

随着中华城之行的结束，至此“租奇制胜”小队的正式调研也进入了尾声。之后便是漫长又精细的数据统计和数据分析阶段，我们期待着辛苦的走访调研能够给我们提供全面、有效的数据，也期待着课题调研能够继续顺利进行下去。

经济学院租奇制胜暑期社会实践队

### 3. 短租行业在线谈——实践队线上采访调查

【租奇制胜】短租行业在线谈——实践队线上采访调查  
——经济学院暑期社会实践“租奇制胜”  
小分队

2016年六月下旬至七月中旬，“租奇制胜”小分队外联组成员林逸伦和王浩强同学，分别在小猪短租、蚂蚁短租、游天下等短租平台联系到了jerry、咖啡猫舍、乔木舍等厦门短租房东，并对他们进行了线上采访。

在我们通过各平台的客服功能联系到房东们后，便提出了采访请求，房东们都欣然接受了我们的访谈请求，访谈过程较为愉快和顺利，也让我们对于短租行业有了更多的了解。

大多数房东表示，自己是通过Airbnb接触和了解到了短租这个模式和行业，而其中不乏许多青年创业者，抱有情怀和对这

种生活方式、交友方式的喜爱选择和坚持从事短租行业。

对于自己在平台上所展示出的房源信息，房东们一致表示是真实正确的，不存在造假成分，也因此不担心被房客怀疑房源信息有假。在宣传房源时，房东们都表示会有意突出房子在地理位置和风格布置上的优点。而对于房源本身存在的缺点，房东为了避免之后产生不必要的纠纷和沟通不畅，也会如实地告诉房客。这也体现了房东们对于信誉和口碑的重视。房东“咖啡猫舍”就表示，即便客户对于房源会有一定程度的怀疑和不信任，但在看过用户评价之后也能够感到安心，在实际入住时部分游客惊喜于实物比照片显示出的条件更好，久而久之营造了良好的口碑。

在问到用什么方法来吸引房客时，“口碑”仍然是房东们最常提起的词汇，营造口碑，增加信任度，才能培养起长期的源源不断的客户群。除此之外，房东们也试图通过价格优惠和房间的布置吸引客户眼球。房东“jkcq70021”就表示自己会在短租平台上推出“入住满五天提供一次免费接机、满七天九折、满三十天八折”等优惠活动。

房东们对于服务质量是极为重视的，他们都表示如果得到了房客的反馈会及时改进，例如添置和改善硬件等。与此同时，他们都不约而同地提到了与房客的沟通问题，如房东“陈陈”就认为短租这种方式能够接触到很多有趣的游客，非常自由和新颖，但自己同样看重房客的素质问题，只要沟通顺畅，很多可能出现的问题都能够协商解决。

对于政府方面，房东们都认为当前政府仍然是采取放任的措施，但也未出台政策表示支持，也对于将来短租行业的发展前景表示了一定的期许，希望有越来越多的人接触和了解短租。

经过长达一个月的线上访谈，我们在与房东愉快交流的同时也了解了许多短租行业不为人知的现状，对于短租、对于房东与房客间的信任关系有了全新的认识。我们可以展望，未来的短租会开创政府引导、法律保障、行业有序的新局面。

经济学院租奇制胜暑期社会实践队

#### 4. “短租”在行动，线下活动火热举行

2016年9月2日中午一点，在炎炎烈日下，厦门大学经济学院暑期社会实践“租奇制胜”小分队全体成员齐聚三家村广场，举办了短租宣传推广的线下活动。

队员们统一穿着整齐的校重点实践队红色队服，在摆放好帐篷、桌椅、海报等物资后，正式在三家村开始了实践队的实体活动。有许多学生和游客纷纷被我们的活动吸引而来，在听过我们对于短租平台的介绍和推广，咨询了短租的相关情况后，一些游客配合我们完成了调查问卷。填写调查问卷的游客和学生，都得到了“租奇制胜”实践队特制书签一枚。

在分发和填写问卷的过程中，每位队员都热心且耐心地在一侧解答受访者们不时提出的疑问，帮助他们更好地完成问卷。队员们真诚的态度、认真完成调研的精神获得了许多人的支持。

在线下活动结束之后，队员们在摄像机前表达了自己对于这四个月以来社会实践活动的感想。大家都表示，加入“租奇制胜”小分队带给了自己很多收获，同时也锻炼自己各个方面的能力。

我们的调研即将就此告一段落，但未来还有许许多多社会实践的机会在等着我们。实事求是，践行真知，在社会实践中锻炼自我，提升自我，是这次暑期社会实践之于每个人最重要的意义。

经济学院团委

## (五) 实践心得

### 1. 刘晓曼

大一第二学期，在考试周之前，我们 15 个人聚到了一起，一直到今天，时间已经过去了两个多月。这两个月的时间过得这么快，让我觉得似乎什么都没有发生，但是回头一想，又满满的都是回忆。

在社会实践刚刚开始进行宣讲的时候，我就被几个同学问要不要做社会实践，很快我们一拍即合，决定要共同努力过一个有意义的暑假。15 个人，我们就这样聚在了一起。我们来自经济学院，王亚南经济研究院，公共事务学院，艺术学院，人文学院，国际学院，原本少有交集的生活就这样密切缠绕在了一起。

第一次开会，我们选在了肯德基进行，在狭小吵闹的空间里，我们不得不找人提前去占了座位，把周围几个桌子椅子搬搬凑凑才找到足够 15 个人坐下的空间。第一次见到，一股羞涩感一直在弥漫，大家的专业背景差距太大，很多问题的看法上面都有隔阂。而作为队长的我也觉得人数过多，很多事情不好调和。还好有学术指导的帮助，让我们能够顺利的进行第一次实践队会议。在这次会议中，我们商量了实践的主要方向，确定了社会实践的课题，说明实践的进程，以及给每个人分配前期的任务。

专业背景多样化的优势是巨大的，统计学专业的负责处理数据，公共事务学院的负责设计调查问卷，人文学院的负责策划的统筹和排版，艺术学院的负责队徽队服海报书签的设计以及视频的拍摄和处理，经济学院的负责论文的思路确定和写作，国际学

院的负责数据的可视化处理。我们的分工变得异常的明确与清晰，每个人都有熟悉的部分，每个人都会利用自己专业的优势提高实践队的速度和效率。

同时，我们收到了来自 China's Prices Project 的帮助，课题组的成员为我们进行了前期的培训以及后期的技术支持。在这个过程中，我们利用网络爬虫技术获取在线短租平台的数据以及知乎平台的讨论；利用文本挖掘技术对获得的数据进行矢量化，可视化处理，统计词频，分析聚类情况。

我们的导师，显然是非常负责任的。在社会实践开始之前，茅老师就给我们指出了很多建议，建议我们去专注于买家市场，建议我们进行长期的数据收集；之后甚至单独花了一晚上的时间给我们讲课，介绍当前在线短租平台方向的发展和研究，给我们找相关的论文并进行分析。后期更是不断的提出建议，对我们社会实践的工作进行指导。

正式的调研活动一定是辛苦的，厦门的夏天非常热。我们 15 个人，每一个都需要出去到很多场所发放问卷，我们有多轮预调研，而每一轮都意味着长时间的问卷发放。阳光的暴晒和蚊虫的叮咬。我相信每一个人都难以忘记这个难捱的夏天，忘不了人来人往的中山路和充满阳光的鼓浪屿的沙滩。

我们问卷需要我们不停地进行解释，不停地删除不可行的问卷，巨大的工作量是由整个团队分担的。不管我们做什么，我们都有全体队员的陪伴。每个人，或多或少，都在吃着苦，为这个实践队作出贡献。我们共同面对恶劣的天气，永远不怕吃苦，这是这次社会实践教给我们的最重要的东西。

后期的数据处理与分析的难度同样不容小视，我们在大量的

问卷中进行筛选，对每一份文君都利用专业的工具进行输入，输入之后需要继续对问卷进行统计，平均数，众数，偏度，峰度，有些概念是简单的而有些从未听说过。从简单的分析到后面复杂的模型建立，大量的公式，矢量化之后高达 300M 的数据，都是我们从来没有处理过的。四个人，合作一周的时间，完成一份经济学方面的论文，这对我们来说真是难忘的体验。

在线下活动中，所有的欢笑，每一张照片都凝聚着我们的热情和激情。实践活动的成果是明显而巨大的，我们真正的对短租这个行业有了深入的了解，不单单是行业的发展状况，更是针对我们提出的信任方面的问题进行了非常深入的了解和探索。我们提出了自己的模型，建立了自己的假设，明确了会影响信任机制的因素。而探明一个问题答案的乐趣是无穷的。

合作，努力和成功的乐趣，是整个社会实践最美好的地方。

## 2. 陈琳

为期近三个月的暑期社会实践即将落下帷幕，从刚开始甄选课题的搜集资料查看论文到选定课题后开始的行动布局安排和进行实践，我走下的每一步都印刻了我的成长，这种成长的经历是独一无二的，是厦大和经院和身边的每一个实践队伙伴所给予我的独家记忆。

刚开始组建课题，我们借鉴了上一年优秀的实践队队伍的成果加之我们之前对目前中国市场和国际市场的了解，我们发现了共享经济是当下热门。通过我们对共享经济的进一步了解，我们发现最成功的例子是美国的 Airbnb。这个平台将房客与房东联系起来，将房屋资源利用最大化，成为一种新型的旅游住房模

式—短租，广受欢迎。在 2011 年，Airbnb 也开始进入中国，同时中国也开始兴起了本土的短租平台，然而都是雷声大雨点小，更有的像融资五千万的爱日租最终倒闭。由此，我们便想来研究为什么中国本土化的短租模式并不成功。基于厦门是中国最热门的旅游城市之一，游客年流量也非常的大，短租房的占有量也排在国内前列，所以我们便把我们的目光锁定在了“短租”。

整个社会实践的开篇便是一个酸甜苦辣咸的过程。我们阅读了数十篇论文，熬夜写成的开篇报告被否定，被推翻，各个队员的思想在碰撞，在激辩，在反驳，在批判，但也正是在这样的过程中我们披荆斩棘，理清了课题的思路，为之后的真正实践打下了坚实的基础。

过了紧张的期末考后，我们便开始了紧锣密鼓的实践部分。整个实践队分工明确，既有社会调查组，也是爬虫技术组，还有外联组，数据分析组等等，正是在这样合理明确的分工大大提高了进行课题的效率。我们进行了两轮的预调研，调研结果与我们的预期是大致相同的。之后，我们又派出了两名队员走访了厦门市工商管理局，并对网络交易监督管理处处长以及在工商局工作的两名学长学姐进行了采访，了解了目前短租平台的主要弊端。之后，我们又开始进行正式调研，我们在厦门市的旅客人流量较大的场合发行问卷，并采取了科学的问卷调查法进行问卷设计，保证最后结果的可靠性。同时，线上的爬虫技术组也双向并行，爬取了国内五个最大的短租平台网站（五个市场的总的短租房屋占比为 99.5%），我们爬取房屋名称，价格和评论数这三个最主要的信息，可以将这些信息可视化后做成厦门短租房分布，并通过数据分析得到更多信息。

在这次学期社会实践中，在进行实践的过程中，我体会到了团体的强大。“租奇制胜”实践队包含了来自经济学院，人文学院，公共事务学院，艺术学，国际学院的同学，每个队员都有着自己的优势和特长，实践队合理将大家的优势进行组合发挥了最大效用。而且每个队员都团结友爱，一人有难人人担当，当我每次遇到困难时，总会有队员挺身而出帮助我来解决问题。其次，作为了这次实践队的副队长，我也跟大家学习了很多，比如如何管理和激励队伍，如何写报告，如何答辩等；再者，我认为最大的收获便是了解了这个市场的多元性。作为一个学习金融的本科生，应该多多接触市场，让理论和实践相结合，正如引导我们最终立项的问题就是为什么共享经济的短租模式在国外大获成功而在中国却较难生存呢？

我相信这次实践队给我大学生活添上了浓墨重彩的一笔，感谢学校和学院的大力支持，感谢能在这么美好的年华遇到那么多志同道合的人。“租奇制胜”实践队带给我的是责任是团结是创新是视角，相信自己经过这次实践后，会在今后的学习生活中更加深入实际，更加思考实际问题。

### 3. 朱星宇

大学生活是进入社会前的过渡期。在这里，我们不仅要在无涯的知海中探索，为日后的 工作技能打好基础，练就“硬本领”；更要懂得深入社会，了解社会，提升“软实力”。而意在于此的社会实践，无疑为我们提供了宝贵的机会。

我曾经认为社会实践无异于形式主义：有些队伍的选题看起来都那么容易，却要用一个假期来完成；又有些队伍，想要用短

短一个假期完成那么宏伟的目标。然而一个假期的经历让我对很多事情有了更准确的认识。

社会实践到底是什么？的确有很多人让它变了味道，只是简历里的又一个噱头，抑或是为了那一纸实践证明。但对大部分同学，社会实践远不止于此。有些同学关注点落于“社会”，希望真真切切地为弱势群体做些力所能及的事情，集体的力量往往大于个人，于是和一群志同道合的人并肩，坐下来认真地筹划。分工明确的众人有了更坚强的后盾和更明确的目标，能够完成比平时更不可思议的挑战。在这种情况下，社会实践的社会意义得以充分展现。当然，也有一些队伍，希望回归“实践”的本意，将课内知识运用在实际中。我所在的队伍便是这样。我们遇到的困难会有一些体现在更抽象的方面。这些问题的解决过程也是全新的锻炼方式。头脑风暴进行时，思维的火花被激发，结果往往是平时受限于时间、个人能力和资金的好点子得以实现。如果能将以上两种实践相结合——医学院的同学去社区帮助老人免费进行身体检查，宣传保健常识——可以说是更趋于完美的形式。

不可否认的是，无论出发点为何，选题为何，社会实践总能帮助我们大学生全方位地提升能力。

首先是理论与实践结合的能力，以我们的队伍为例，自认为对课内知识掌握牢固的同学们，面对实际案例却慌了手脚，并不是因为忘记了理论，而是不知道该用哪个知识系统内的理论。课内所学往往将知识提纯，然而实际情况却更为复杂，蕴含的原理，远非一个章节的知识能够概括。这时团队的智慧和老师的指导便显得颇为有益。队员们每周都会在例会上交换想法，提出最新的见解。指导老师也会在我们有困难时适当地指出问题的关键。

对挫折和打击的承受能力也会在实践的过程中得到提升。实践过程中，某个步骤的结果与预想不同，也不会过分失望，而是努力寻找原因。在与队伍以外的人沟通的时候得不到满意的谈判结果，也不会牢骚满腹，而是承认思维上的差异，采用更委婉的沟通方式，或是换用更可行的解决方法。沟通上的问题，方法上的问题再加上缺乏经验，我们遇到的实际情况十有八九都与预想的情况大相径庭，这样的能力可以让我们迅速脱离无意义的思考和厌倦，完成目标的效率大大地提高了。

与此同时，我们的实践过程更是一次难忘的人生经历。队员们从陌生到相识，再到打成一片。有困难，有不解，甚至有争吵；有团结，有欢笑，也有逐步培养的默契。十年甚至数十年后，队员们已然陌路而行，忘记了所有细节，却忘不掉那个暑假，那群人。细数已经走过的短短二十载，又有几次能如此般，让日后迟暮的自己热泪盈眶。这样的经历丰富了我们的人生，让我们在前行的路上更加自信于底蕴。

这样的经历不可谓不宝贵，但大学四年，很多同学出于种种原因选择只参加一次社会实践。这样的情形值得理解，同时也给这一次实践添了更多光芒。所以在这仅有的一次实践中，我们就更应该把握机会，多尝试，敢犯错。在与人沟通的过程中学会理解，学会忍让。在与队友相处的过程中学会珍惜，学会包容。以此为出发点看，这次实践就成功了。

我曾经在和指导老师交谈的过程中听到过一句良言：老师和学校哪有期盼你必须作出什么惊天动地的结果，只要你认真去做，去感受，去学习，结果又有什么所谓？甚是受用。

#### 4. 郝泽栋

大学生是由青少年走向成人的转折，大学是从学校走向社会的转折。从进入大学开始，我就抱着这样的想法，将大学生活视为一个了解社会、认识社会、进入社会的门廊。一个学年的大学生活让我看到了校园的样子，而学年末的暑期实践则向我开启了有校园望向社会的视角。

当同学们开始陆续组建社会实践队时，我本来并没有太心动，当时我觉得自己的基础知识还不充足，参与社会实践对我而言还是一件仍有“一年之遥”的事情。后来偶然听到同学说，“等准备好了再去做，往往会错失很多机会。”觉得这话很有道理，便抱着试一试的心态，加入了一个由同学组建的队伍，也就是现在的“租奇制胜”暑期实践队。

加入这个队伍需要通过考核，记得当初的题目完全在我知识的盲区，所以拿到题目的我完全陷入了茫然的状态，竟又打起了退堂鼓，觉得自己真该多读一年书再来参加。在我想要放弃时，一位（后来的）队友就鼓励我：“你把这篇教程看一遍就懂了，这个问题其实并不难。”听到这样的鼓励，我也就硬着头皮做了。次日下午，我完成了任务，正式成为该实践队的一员。（在那个时候，我便已经感受到了这个团队相互鼓励的氛围。）

加入队伍后的第一次会议，全队在一起明确了本次暑期实践的目标，并简单讨论了所研究的课题。一场头脑风暴，很快拉进的我们之间的距离。我对当时的情景记忆犹新，并且至今仍觉得那次高效的会议是后来团队合作精彩的开始。

组内的分工很快得到明确，队员的工作大致依据“入队测试题”而定（当然也基于相互之间的了解）。我的任务是参与调查问卷的设计；与我一同工作的，是一位同级的公共事务学院的同

学。显然，在问卷设计方面，我的搭档比我更具优势（后来逐渐发现，她的其他几个方面的能力水平也远非我一朝一夕可以达到的），所以，我很有理由本着一颗学习的心去投入到实践队的工作之中。

我以前参与设计过一份简易的调查问卷，所以来这次工作中能够提出一些自己的想法。比如在设计预调研问卷时，我提出选择何种风格的语言这样的问题。为保证调查的科学性，问卷中题干的句式往往限制在某些特定的框架中，而从个人体验出发，这样的问卷往往不能吸引被访者，而且被访者在填写问卷时，也容易产生厌烦的情绪、胡乱填写问卷，给调查带来不便；所以我打算用更加形象具体的语言设计问卷，即时这会在一定程度上违反一部分问卷设计的规则。由于我们缺少相关的专业知识，不敢贸然使用无理无据的方法，所以我的搭档提出去咨询她们学院的老师。整个过程花费了一周左右的时间，期间我们的思路都产生了一些转变。我们可以取得最终问卷的成果，我的队友的努力是非常重要的。

另外的一些工作则多分布于后期间卷的发放。当时正值小学期，虽然课业较轻，但大家的时间安排都并不轻松。发放问卷时实行了分组的方法，每组负责一定区域。当时我们发放问卷主要选在了该区段客流量大的时间。在发放问卷时，有感受到人们对我们的研究课题的好奇与对问卷发放者的热情，也遇到了表现出回避的路人；相应的，我们会感觉到欣慰，也会感觉到失落。但无论如何，这样的体验使我明白社会调研的不易，而在提高社会调研工作的效度方面，还有很长的路要走。第一天“收工”后，我和一同发放问卷的队友都感叹于这一天的疲惫，不过乐亦在其

中矣。

如果说要为整个暑期社会实践活动做一个总结的话，从我个人的角度出发，我觉得：社会实践是一个学习的过程，是一个让自己了解社会问题的途径，更重要的，是一次锻炼和挑战。实践活动中中的每一步基本上都会遇到困难，也会有无从下手的时候，不过，大家在一起工作，每个人发挥各自的优势，大家互相帮助、互相鼓励，共同进行了一次社会实践，这本身就是收获。参加过许多活动，有成功的也有失败的，但觉得有一句话总是适用的，而这句话也是我想用来作结的：收获不在于结果，而在于过程本身。

## 5. 贾琳尧

伴随着实地调研的结束，论文的完成，持续了几乎四个月的社会实践活动也接近了尾声。细细回想，或许我可以用收获、锻炼、喜悦这几个词来大体概括这次的实践活动。

在这个过程中，我们有时会为了寻找到一个较理想、较合适的课题开会到很晚，为了找到满意的研究方向进行长时间、高强度的激烈讨论，可以为了上交一份满意的策划字字琢磨反复修改，可以为了一份采访顶着炎炎烈日和满头大汗奔赴于厦门的各个地方。在跟小伙伴一起努力之下，虽谈不上完美，但每一次，我们都较出色地完成了任务，很多次都很顺利圆满，我知道不是因为我们多么幸运，而是因为大家的认真。

从一路上的些许颠簸中，的确可以收获很多：遇到问题不再那么慌张，解决问题的方法途径也多了许多，考虑事情也更加全面了一些，甚至如何协调好实践活动繁琐的准备环节和正常学习

之间的关系也算一个不小的收获，不过于我自己而言，最大的收获还是你们——一起一路走来的小伙伴们。没有你们，或许我就没有强大的心理，也没有去快速了解知识的动力，也没有那么强烈想要做好一件事。

社会实践使我找到了理论与实践的最佳结合点。尤其是我们学生，只重视理论学习，忽视实践环节，往往在实际工作岗位上发挥的不很理想。通过实践所学的专业理论知识得到巩固和提高。就是紧密结合自身专业特色，在实践中检验自己的知识和水平。通过实践，原来理论上模糊和印象不深的得到了巩固，原先理论上欠缺的在实践环节中得到补偿，加深了对基本原理的理解和消化，使我体会到将所学真正应用到实际中，同时又不断从实践过程中收获新知识的快乐。

同时我也通过自己的经历，总结了这次实践中需要重视的几点：

一. 要善于与别人沟通。经过一段时间的工作让我认识更多的人，如何与别人沟通好，这门技术是需要长期的练习。以前与他人长时间的机会不多，使我在刚开始组织会议，与队友交谈的时候时常词不达意，紧张造成冷场，同时在分发问卷的时候与不熟悉的人沟通也不顺畅。但这次实践，我们需要通过沟通来了解厦门不同地区游客对短租房的认识，这就使得我不得不迈出这一步。人在社会中都会融入社会这个团体中，人与人之间合力去做事，使其做事的过程中更加融洽，更事半功倍。

二. 要克服自己胆怯的心态，要有迎难而上的勇气，要对自己和团队有适当的自信。虽然免不了磕磕碰碰，免不了挫折困难，但我们从未后退甚至从未止步不前，而是一直不断的前进。或许

正如某位学长所说的“在实践中你要学会厚脸皮，不怕别人的态度如何的恶劣，也要轻松应付，大胆与人对话，次数多了你自然就不怕了。”更何况，在实践过程中，我面对的是自己亲爱的队友，自己喜欢的课题，和大多数都很热情友善的受访同学和老师。困难总会有的，迷茫无助也是要经历的，可正是因为这些不平坦，这些曲折，这些挫折，使得我们变得更加团结，使得我们更加努力，使得我们更加坚强。同时，也是因为可以不断地战胜一个个困难，完成一个个任务，我们的自信心不断地增强，使自己得到了很大的锻炼和提升。

三. 永远不要小看集体的力量。以前多是自己或和极少数的伙伴“单打独斗”，没有特别强烈的集体意识。可是通过这次的实践活动，是我看到了团结的力量。因为每个人和每个人的特点不同，有的擅长排版视频，有的擅长设计图徽，有的擅长联络安排，有的擅长文笔撰写，还有的擅长提供思路……而社会实践又是一个十分综合的调研活动，这就需要我们各尽其能，发挥所长，更重要的是相互团结，使大家的优势发挥到最大化。从课题的选取，策划的撰写，实践活动的真正落实以及最后的论文等各项成果的定稿，所有的步骤一个人是不可能完成的，只有把自己真正的融入到团队中，才能发挥自己的特长，帮助团队顺利的完成各项任务。在这个过程中，大家还可以相互交流相互学习，不断提升自己。

因此，我十分感激这次实践活动，不仅锻炼了我，还让我认识了一群志同道合的伙伴，这次实践活动注定是难忘的。如果实践开始前还有一丝想要获得一些荣誉的想法，那么实践过程和结束时，心里只有对实践的留恋和美好的回忆，以及 16 个挚友。

## 6. 林逸伦

对于本次社会实践，我的心得与收获主要有两大部分。

首先，是对于短租行业的进一步理解。

“互联网+”是创新 2.0 下的互联网发展的新业态，充分发挥了互联网在社会资源配置中的优化和集成作用，将互联网的创新成果深度融合于经济、社会各领域之中，提升全社会的创新力和生产力。”以短租为代表的非标准住宿。“互联网+旅游”和“互联网+住宿服务”的新兴产业就是建立在这一新业态上的分享经济形式。实践队以此为研究对象，展开了一系列课题的研究。而我在实践队是外联组组长，主要负责的工作包括走访政府部门、在各社交网站短租平台对房东房客进行采访、寻找活动合作民宿商家、策划文案修改、发放问卷等。在这些调研过程中，我在短租行业前沿和本土化问题方面得到了许多咨讯，比如国内代表性短租平台的特点、短租平台使用人群行为倾向、在线短租行业对传统酒店行业的影响、中外短租行业盈利模式的对比等一系列内容。我们实践队将焦点聚集在厦门市针对信任因子问题，以此主要分析样例，再进一步验证和推广结论。在调研过程中，我们原本设计了十几个信任因子，但在预调研过程中我们对房客信任程度影响较大的因素提取了出来，而筛去了影响较小的变量，让正式调研更加科学和具体。在走访工商局的过程中，我们注意到了租赁消费和酒店服务类消费存在不同，监管部门也有区别。相关负责人建议我们走访管辖租赁的公安部门，这为我们之后走访其他政府部门提供了帮助。

除了对于课题本身，我对于暑期社会实践这一重要项目也有了更深刻的体会。

社会实践的是认识了解社会的必经之路，在这征途中我们跌跌撞撞、且歌且行。也许每天拖着疲惫不堪的身子回来写实践记录，也许每天都要为了能多发出几张问卷而焦头烂额，也许每天都要为了明日的线上推送活动字句推敲，也许每天都要奔波于各个街道暴晒疾走，但我们依然充实并且快乐的。更重要的是，我们身边有志同道合的伙伴。每个人在团体中贡献着自己，租奇制胜这个词，不仅是一个队名，更多的是一种精神，当直面社会冷暖的时候，团队蓬勃向上的力量就愈发凸显，大家迎难而上、愈挫愈勇。大家在这个团队中关心着对方，感动与温情如水，在心中流淌。

“千里之行，始于足下”，本次暑期社会实践，是我人生的一段重要的经历，是将目光更多地从象牙塔转向社会与大众的一次宝贵经历。少了些青春的张狂与迷茫，却多了些踏实与奋斗，这一段时间所学到的经验和知识是我一生中的一笔宝贵财富。身体力行的实践，实现了从理论到实践再到理论的飞跃。增强了认识问题、分析问题、解决问题的能力。我渐渐明白学校里提供社会实践这个平台，是引导学生走出校门、走向社会、接触社会，和投身社会的良好形式，也是培养锻炼才干、提升思想修养、树立服务社会意识的有效途径。本次社会实践加深了我对短租产业人士的感情、拉近了我与社会的距离，也让自己在社会实践中开拓了视野，增长了才干，进一步明确了我们青年学生的成材之路与肩负的历史使命。

在实践过程中，实践队全面而有效地开展了调研，整个调研活动贯穿着调查发现——思考原因——提出解决办法——进一步思考完善优化的中心思路，形成了整个调研的完整体系。通过

这次的社会实践活动，我们逐步了解了社会，开阔了视野，增长了才干，并在社会实践活动中认清了自己的位置，发现了自己的不足，。这在无形中使我们对自己的未来有一个正确的定位，增强了。而通过调查发现、做出我们自己的思考，并尝试提出方案解决社会问题，对自身价值和产业发展能够进行客观评价。这不仅实现了我们努力做到知行合一、学思结合的愿望，还增强了努力学习知识并将之与社会相结合的信心和毅力。对我们而言，就是这次调研的最大收获。

同时也感谢厦大给我们提供暑期社会实践这样一个磨练品格、增长才干、实现全面发展的重要舞台。在本次调研结束之后，我们每个人也将在未来、更长远的时间尺度上实现个人与社会的共发展，更好的让自己融入到社会发展中去。

## 7. 吕昕

社会实践是大学生思想政治教育的一个重要环节，对于促进大学生了解社会、了解国情、增长才干、奉献社会、培养品格、增强社会责任感具有重要作用。因此在 2016 年的暑假当中，根据以上的指导思想，在厦门大学社会实践中心的指导下，我参加了校级的重点团队：“厦门大学租奇制胜实践队”。

“租奇制胜实践队”的实践主题是厦门的短租市场，短租是一个在中国大陆刚刚发展不久的新兴事物，也就是人们口中的民宿。在厦门这样一个全球著名的旅游城市中，短租民宿的数量较多，发展时间也较久，市场成熟，非常适合作为调查选择的城市。我本人也是一名旅游爱好者，一直没能体验过短租，但是对短租所能提供的与旅馆截然不同的体验和短租背后的共享经济十分

感兴趣。所以在知晓“租奇制胜实践队”的实践主题之后，我马上就决定参加。

作为一个远离本部，偏安翔安校区的学生，能加入到本部这样一只充满人才与创造活力的实践队不得不说是我的荣幸。由于翔安到本部的距离非常远，路上时间会花费很多，所以我并没有参加实践队的线下活动，大多数时候是做线上技术工作，很感谢实践队队员对我的包容和理解。同时，我也很感谢实践队的学术指导张果同学，张果同学不光有很深的学术素养和编程，经济学知识，他还是个很有责任心和热心的人。从实践队组建之初到实践的收尾，张果同学展现了他丰富的实践和调研经验，一直给予队员很大的帮助，使得实践的题目在实践前就能被队员全面，深入的了解。在实践前准备的过程当中，他对整个实践的可行性分析，可能出现的问题，要提出的问题以及相应的能够较为容易的达到令人满意的效果的解决方案都所有帮助。使整个实践变得更有针对性，对实践队员本身的领悟，对实践地的帮助以及实践的成果都有着非常积极的作用。除了张果同学，实践队的队长，来自各个学院的队员也都非常优秀，各显身手，非常好的完成了实践中的人物。团队，这是个人认为在租奇制胜实践队中看到的很闪光的一点，以及值得传承发扬的一个要素。

除上文所提及，在“租奇制胜”实践队组建和实践过程当中体会，在实践过程中我也有所成长。我在这次实践中，主要负责用爬虫技术收集短租网站上关于短租的信息和数据，作为一名商科学生，之前我并没有接触过用编程语言写爬虫。但是进入实践队之后，被激发了学习热情，开始学习编写爬虫程序，不光完成了实践队任务，还掌握了一门新的获取信息和数据的技能。整

个实践过程的后期，在完成了原有的既定任务（如完成对途家厦门民宿数据的收集）后，我偶然又发现了数据可视化和数据地图可以被用在实践队上，于是我又开始自学数据地图和数据可视化，把用爬虫技术搜集来的厦门短租的位置分布信息放入地图中，做成能直观反映短租商家在厦门发展情况，价格和分布的地图，得到了同学的不少好评，也极大的激励了我的学习动力。在这以后我还去学习了数据可视化相关的软件，开始对搜集来的数据进行可视化的相关处理，使之变得更为直观明了。不知不觉中，因为这次实践，学会了很多新的技能和知识。

这次实践虽短，但依然有着它独特的一面。在这次实践中，我认识了不少志同道合，积极向上的新同学，他们给了我很多鼓励和帮助，也激励着我不断学习和努力完善自己。从只会一点 python 程序编写，到开始学习写爬虫，到学习数据地图制作，学习数据可视化。。。这次实践，让我受益颇丰，不光让我多掌握了很多技能和知识，让我学习到不少思考问题的思路和方法，更是告诉我：作为当代大学生，处于这样一个事物日新月异的时代，应该不断保持学习热情，面对新事物不应该逃避而是勇敢的去了解面对它。只有这样我们才能跟紧时代的脚步，更好的实现我们的人生价值。我想，这是我这次实践，得到的宝贵财富之一。

以上，是本人对 2016 年暑期社会实践当中，自身所主要完成的各项工作的总结。

## 8. 钱晨

大学是一个小社会，步入大学就等于步入半个社会。我们不再是象牙塔里不能受风吹雨打的花朵，通过社会实践的磨练，我

们深深地认识到社会实践是一笔财富。社会是一所更能锻炼人的综合性大学，只有正确的引导我们深入社会，了解社会，服务于社会，投身到社会实践中去，才能使我们发现自身的不足，为今后走出校门，踏进社会创造良好的条件；才能使我们学有所用，在实践中成才，在服务中成长，并有效的为社会服务，体现大学生的自身价值。今后的工作中，是在过去社会实践活动经验的基础上，不断拓展社会实践活动范围，挖掘实践活动培养人才的潜力，坚持社会实践与了解国情，服务社会相结合，为国家与社会的全面发展出谋划策。坚持社会实践与专业特点相结合，为地方经济的发展贡献力量为社会创造了新的财富。

“艰辛知人生，实践长才干”。通过开展丰富多彩的社会实践活动，使我逐步了解了社会，开阔了视野，增长了才干，并在社会实践中认清了自己的位置，发现了自己的不足，对自身价值能够进行客观评价。这在无形中使我自己对自己有一个正确的定位，增强了我努力学习的信心和毅力。我是一名大二学生，更应该提早走进社会、认识社会、适应社会。

一. 在社会上要善于与别人沟通。经过一段时间的工作让我认识更多的人。如何与别人沟通好，这门技术是需要长期的练习。以前工作的机会不多，使我与别人对话时不会应变，会使谈话时有冷场，这是很尴尬的。与同事的沟通也同等重要。人在社会中都会融入社会这个团体中，人与人之间合力去做事，使其做事的过程中更加融洽，更事半功倍。别人给你的意见，你要听取、耐心、虚心地接受。

二. 在社会中要有自信。自信不是麻木的自夸，而是对自己的能力做出肯定。在多次的接触顾客中，我明白了自信的重要性。

你没有社会工作经验没有关系。重要的是你的能力不比别人差。社会工作经验也是积累出来的，没有第一次又何来第二、第三次呢？有自信使你更有活力更有精神。

三. 在社会中要克服自己胆怯的心态。自己觉得困难挺多的，自己的社会经验缺，沟通能力欠缺等种种原因使自己觉得很渺小，自己懦弱就这样表露出来。几次的尝试就是为克服自己内心的恐惧。如哥哥所说的“在社会中你要学会厚脸皮，不怕别人的态度如何的恶劣，也要轻松应付，大胆与人对话，时间长了你自然就不怕了。”其实有谁一生下来就什么都会的，小时候天不怕地不怕，尝试过吃了亏就害怕，当你克服心理的障碍，那一切都变得容易解决了。战胜自我，只有征服自己才能征服世界。有勇气面对是关键，如某个名人所说：“勇气通往天堂，怯懦通往地狱。

“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行”。社会实践使同学们找到了理论与实践的最佳结合点。尤其是我们学生，只重视理论学习，忽视实践环节，往往在实际工作岗位上发挥的不很理想。通过实践所学的专业理论知识得到巩固和提高。就是紧密结合自身专业特色，在实践中检验自己的知识和水平。通过实践，原来理论上模糊和印象不深的得到了巩固，原先理论上欠缺的在实践环节中得到补偿。在这次社会实践中，汗水淋湿了我们的衣裤，泪水模糊了我们的眼睛。但我们选择了坚持。我们走进火热社会，用汗和泪谱写一曲壮丽的青春之歌。这是爱的奉献，这是我们的无悔选择。七月，我们撒播希望，同时拥抱丰收，就如新世纪的第一缕曙光，我们的暑期社会实践曙光城也给社区留下了光辉灿烂的一笔。

”大学是一个教育我、培养我、磨练我的圣地，我为我能在

此生活而倍感荣幸。社会是一个很好的锻炼基地，能将学校学的知识联系于社会。实践是学生接触社会，了解社会，服务社会，运用所学知识实践自我的最好途径。亲身实践，而不是闭门造车。实现了从理论到实践再到理论的飞跃。增强了认识问题，分析问题，解决问题的能力。为认识社会，了解社会，步入社会打下了良好的基础。

## 9. 王浩强

暑期社会实践的圆满完成得益于我们租奇制胜实践队所有队员的不懈努力。本次实践活动的主题主要是调查影响短租市场使用的信任因素（以厦门市为例），我在本次实践活动中主要负责外联事项，首先我们在相关的社交平台（如：知乎、QQ等）进行了关于影响短租市场中房东与房客信任机制因子的预调研活动；接着就相关影响因子，我们也联系了各个短租平台（包括小猪、途家、Airbnb等）的房东、房客或相关平台负责人，向其咨询短租行业的相关事项；另外，外联组也筹得部分房东提供的赞助，顺利举办了租奇制胜实践队的线下宣传、实践活动。

暑期社会实践过程中，我们一步步慢慢走过来，也就有关事项进行了讨论，开过各种会议。从最初确定实践题目，我们从头脑风暴中得出的实践课题中精挑细选，在学术负责人张果的引导和建议下，我们以共享经济中普遍存在的信任机制的问题为议题，最终确定了影响短租平台信任机制的因子这个主题。从信任这一个切点入手，我们展开了接下来的实践调查。

然后，由实践队的指导老师跟我们做了深入的讲解，包括一些与共享经济有关的论文和其他相关资料。自此以后，几乎每周

在经济学院新楼或是图书馆或是校外西村的通宵营业店里，都少不了我们队进行会议商讨、交流实践进展的身影。同时，学术负责人张果也指导了实践队员关于 Python 软件的基础使用方法。在王亚南经济研究院、经济学院、人文学院、公共事务学院、艺术学院、信息科学与技术学院等各院同学齐心协力地努力下，我们进行明确的分工，高效完成了实践任务。

在实践过程中，我们查阅了大量的文献资料，学习了其中较为新颖的观点和独特的研究方法。在数据获取方面，我们也通过分发问卷的方式进行了细致而准确地调查，在问卷设计的过程中，我们不放过一丝疏漏，这点从我们问卷中性别一栏的多样化选择可见一斑。公共事务学院和人文学院的同学发挥他们的专业优势并请教相关课程老师设计的问卷，使得获得的数据的准确性有很大提高。同时，我们结合百度地图中的热力图来按比例合理的选择问卷分发地点，使实践效率也提高了不少。在调查过程中，我们也充分发挥实验组特有的“网络爬虫”技术，来完成各项活动。

暑期社会实践虽然比较辛苦，但很好的锻炼了我们合作的能力，增长了我们对实地调研的经验。通过合理的分工组合和所有实践队员的努力，我们成功达到了实践的研究目的。还记得当我们收到校重点的服装时，高兴地欢呼雀跃；当我们定了自己实践队的队服时，实践队的凝聚力也大大增强；当我们在图书馆查找资料并认真分析时，都能感受到实践队的热血；当我们顶着太阳在宣传、分发问卷时，我们知道我们是朝着一个共同的研究目标，为整个实践队尽力做出自己的贡献。

社会实践将要结束之时，我们实践队队员也没有了之前互不相熟的尴尬感，从而逐渐变成了很好的学习交流伙伴。社会实践

活动，从发现问题、分析问题到解决问题的一步步过程中，我们都收获颇多，在与短租平台负责人的联系过程中，我们对短租行业有了更深的认识。在与各位厦门市的房东聊天过程中，我们对短租的操作流程也有了更细致的了解。同时，我们也有咨询厦门市工商局等机构以获得更多更准确的信息。这也是我们的第一次暑期社会实践，从实践过程中，我们对实践活动的各项事务有了大体的了解。

在实践活动中，我们有过彻夜的查找资料，有过大量的电话咨询，也有沉浸在论文中刻苦学习，在计算机前敲击代码……这其中，非常感谢茅老师进行相关的指导，还有张果学长不辞辛苦的讲解，还有实践队的伙伴们之间的相互鼓励和帮助。实践活动圆满完成，我从中收获的不止是实践课题的最终答案，更重要的是在实践活动中所领略的不怕困难、努力面对的精神和查找资料、激烈讨论的学习氛围。这也是实践活动真正教给我们的东西。

## 10. 王施闽

暑假实践活动接近了尾声，我在“租奇制胜”实践队里收获了知识，能力，和友谊。

首先是知识。为了能完成在实践队里的工作，我提前学习了一些必要的学科知识。包括在我们院属于大二的课程的定性，定量等课程。实践队的问卷任务就好像是一种鞭策，赶着我在短短的两个月的时间里，看了三四本书，咨询了很多老师，学姐，学长，也看了很多的论文，和问卷样本。为了能设计出符合要求的问卷，我和队友们进行了很多次的开会，炎热的中午的图书馆三楼，半夜的麦当劳肯德基，饭点的湖畔咖啡厅，都是我熟悉的地

方。除了线下，还有线上。在不断的讨论的过程中，我从队友的身上也学习到了很多。比如对知识的钻研。当然这之外，还有一点意外的收获。我和实践队里的学长学习了一点 python 的知识，虽然只是一点皮毛，但是这也为我打开了一扇新世界的大门。这一点一滴，都是除了实践本身之外，我获得的东西。

第二是能力。不仅是学习能力，也是工作能力。学习能力，是锻炼之后的结果。规定的时间里必须要学会一些科目，是压力，也是动力。虽然一开始非常的纠结痛苦，但是习惯了之后也是乐在其中。学习能力虽然有与生俱来的部分，但是也有一大部分是需要锻炼的。此外还有工作能力。我们的实践队，不仅仅是简单的完成任务形式的实践，还有很多丰富的活动。比如说，拉外联，线下活动等等。虽然每个人有不同的分工，但是在群里看着队友们的讨论，看见了他们的尽职尽责，以及工作的认真负责的态度。从某种意义上来说，好的态度也是一种能力。

最后，我也收获了非常真挚的友谊。虽然实践队里的各位都是非常优秀的人，所以平常也很忙碌，但是大家呆在一起讨论实践的机会多了，也就产生了感情。印象深刻的是，讨论问卷的后期，在调试的过程中，非问卷组的队友也是一呼即到。陪着我们花了大量的时间来进行繁琐的问卷调试。

实践队的这段时间，不长，但是充实了我的整个小学期，以及一整个假期。其中有辛苦的时候，比如说设计问卷的瓶颈期，比如说发问卷的不适应，但是感谢同学们的包容与帮助，伴着我走过了最艰难的时候，也成长成了一个更强大的人。

## 11. 王芷若

作为一名大一新生，对缤纷多彩的大学生活充满了好奇，在大学的第一个暑假里，参加了厦门大学暑期实践活动——租奇致胜。对于大学生来讲，实践的机会真的是很难得。大学生社会实践是促进大学生素质全面发展，加强和改进青年学生思想政治工作，引导学生健康成长和成才的重要举措，是学生接触社会、了解社会、服务社会，培养创新精神、协作精神、实践能力和社会交往能力的重要途径。在这次社会实践中，我学习到了许多，也收获了许多。

### 工欲善其事，必先利其器

良好的前期准备为我们的实践活动奠定了良好的基础。实践调查需要尽心做好前期准备，明确实践活动的主题和调查方式、调查内容、组员的任务安排等。这些都是全体组员一起商讨的，当然，在讨论的过程中存在很多分歧，我们采取了投票以少服多的方法，所以大家会根据优劣选出最好的方案，并发表自己的看法，对之进行进一步的修改。在做好前期准备后，在紧接着的这几周的预实践中，也出现了不合理的地方，比方说修改了一些调查内容，完善了问卷中的问题，又在预调研报告内容中增添了一些新的想法等等。实践活动并不是一场无准备的战争，它的完成需要根据实际进行反复的修改，这都需要我们的耐心和互相支持。

### 三人行，必有我师焉

确立了调查主题我们就着手研究调查方式，经讨论我们一致决定采取调查问卷跟现场访谈的调查方式。同时我们开始准备调查问卷的内容，我们小组采用的是没人写一份然后集思广益取大家公认不错的题目组成一份合适的调查问卷。经过这样的方式我们得出一份较为完善的调查问卷，个人认为这种集思广益的方

式值得学习借鉴，毕竟个人的力量是有限的，每个人都会有自己独到的见解，能够使问卷更加合理。而在组员任务分配上，我们也是各用所长，充分利用自身资源。

不是一番寒彻骨，怎得梅花扑鼻香

“天将降大任于斯人也。必先苦其心志，劳其筋骨，饿其体肤”。社会实践调查并不像我们最初想象的简单，而是充满了艰辛和挑战的，但我们选择了坚持。在短短的几天的社会实践调查活动中，我有了前所未有的收获，也有了许多深刻的感悟。

在这次实践活动中，我帮负责分发问卷的同学分发问卷。我发现并不是所有的人都有时间或愿意帮我们做问卷，起初有些心灰意冷，其实换个立场也可以充分理解。所以，我们为了让大家愿意帮助我们，与他们耐心沟通，并一边又一边的说明我们的意图，一边一边的微笑谢谢。其实，这让我们知道，我们不能把事情强加到别人身上，而是用我们自己的努力去让任务完成的很好，让自己很满意。我们已经是大学生了，从某个程度说，大学就是半个社会，我们除了好好学习课本知识，很重要的一点就是学会与人沟通，这是在某种程度上臂我们的课本知识更重要的一项基本技能。而掌握好这项技能技能需要我们丰富的知识和阅历。这就要求我们理论与实践相结合，多接触社会上的东西，而不能停留在纯粹的理论中。尽可能的拓张自己的知识，为以后迈入社会做好准备。

用众人之力，则无不胜也

完成一项实践调查报告，特别是需要团队合作的实践作业，选好队员是至关重要的，这些队员需要的一项最重要素质就是对于实践活动积极主动，愿意承担相应的责任和义务。我们组队员

在这次实践调查活动中都很主动，对于自己的任务都很用心。当我听到别的同学抱怨的时候，我觉得自己特别幸运。所以这也让我知道，以后在小组中千万不能懈怠，也不能让别人的消极情绪影响到自己。或许我们只是万千器件中一颗小小的螺丝钉，但是也只有我们充分发挥自己的作用力，才能让一切有条不紊的运行，也才彰显了我们的重要性和不可或缺。雷锋说过，一滴水只有放进大海里才永远不会干涸，一个人只有当他把自己和集体事业融合在一起的时候才能最有力量。只有结合团队的力量，我们才能发挥出更高的水平，才能完成如此艰巨的任务。

### 纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行

列宁说过，理论是灰色的，实践之树常青。一个人可以没有渊博的知识，但绝对不能没有社会实践的经历。社会实践调查使我们找到了理论与实践的最佳结合点。尤其是我们学生，往往只重视理论学习，忽视实践环节，在实际工作岗位上发挥的不很理想。通过实践所学的专业理论知识得到巩固和提高。就是紧密结合自身专业特色，在实践中检验自己的知识和水平。通过实践，原来理论上模糊和印象不深的得到了巩固，原先理论上欠缺的在实践环节中得到补偿，加深了对基本原理的理解和消化。别林斯基说过，创造人的是自然界，启迪和教育人的却是社会。此次社会实践，真正地填补了我在课堂上所没能学到的空白，真正增长了我的社会交际经验。

### 大鹏一日同风起，扶摇直上九万里

在假期的这次社会实践，虽然辛苦却很充实。前所未有的尝试，换来非比寻常的体验，实在不虚此行。这是一种不可多得的锻炼，对体力与心理承受能力的锻炼，在学校里书本上无法得到

的锻炼。平时看来轻而易举的事，未必一开始就可以做得得心应手，但只要经过努力，一定可以迎来胜利的曙光。耕耘，总会有收获。

在这次暑期的工作中，我懂得了理论与实践相结合的重要性，获益良多，这对我今后的生活和学习都有很大程度上的启发。这次的社会实践是一个开始，也是一个起点，我相信这个起点将会促使我逐步走向社会，慢慢走向成熟。这次的实践的确给予了我很多。

这次的社会实践已经结束，但社会实践给我带来的巨大影响却远没有结束。这次实践活动让我走出了校园的象牙塔，走向社会，到社会的大课堂上去经受风雨，见识世面，检验知识，锻炼能力，为今后更好地服务于社会打下坚实的基础。广阔的社会，还有许多未开拓的领域等待着我们这些年轻的大学生们，莘莘学子们将在不断的学习与实践中，站在一个新的起点，以我们所拥有的理论知识、创新精神和拼搏精神，去展示新世纪大学生的风采。

## 12. 余航

暑期实践模式纷纷开启，作为一名艺术学院的学生，我有幸加入到经济学院“租奇制胜”校重点实践队进行暑期社会实践。艺术学科与经济学科交汇领域甚少，最开始，我对“短租经济”“网络爬虫”这些关于经济学科中的专业术语毫无了解。而跨学科交流一直是我所向往的，在跨学科团队中，我们可以互相交流自己的学科，体会不同的学术魅力。“租奇制胜”队伍中，成员广泛，文、理、艺三方面兼具。陶渊明所言“奇文共欣赏，疑义

相与析”，在这个实践队中，每次会议，针对同一个问题，我们可以从自己的专业立场提出不同的见解，“头脑风暴”擦出不一样的火花，实践出现的问题迎刃而解。

而我依据自己的专业优势，在团队中主要负责的是实践队的宣传以及所有的美工制作。首先，实践团队要深入人心，最重要的是在于其学术优势以及社会影响。而为了提升实践队“颜值”，即用特定的符号给予实践队定位，我设计了实践队队徽，这也是我第一次从事这样的设计活动。我将自己的设计知识与团队的内涵相结合最终设计出团队的队徽与队服，既巩固了自己的专业知识，也对团队目标以及“短租”这一课题有了更深的理解。在队徽\*中，“制”字右块的一小竖选择用“RENT”代替。一方面，考虑画面平衡感；第二，英文词汇意在表明“短租”这一行业来源于国外，中英结合，方向是研究短租行业在中国本土的发展。巧妙之处在于，“奇”字上部正好形成“烟囱”形象，将“奇”中的“口”改为圆形，实现方圆平衡，减少刻板，增强活力；“制”“胜”二字延长的两横平衡画面重心；“租”右部与“胜”左部上下相互照应，形成中心对称感。主体字后面有一段曲线图案，代表“路”。意在表明“短租”在中国发展的未来，以及“租奇制胜”实践队在社会实践活动中的深入开展和队员的良好期许。

#### \* “租奇制胜”实践队队徽

在线上宣传方面，信息时代来临，网络逐渐成为最大的交流平台，把握好线上宣传的机会，可以为本次实践争取到可观的关

注度。我们主要以微信新媒体为平台。建立本次实践的专属公众号“租奇制胜”，利用微信用户群体庞大，公众号功能多的特点，将公众号作为主要的线上宣传阵地。所有成员均可以参与到公众号平台建设的头脑风暴中来。将公众号发展为一个功能齐全的优质公众号。内容主要着眼于跟进实践进度，实践过程中的趣事，下一步的动向等，同时也要通过微信公众号推广其他形式的线上宣传。风格可多样，以吸引基数巨大的粉丝群体，为随后更多形式的宣传奠定基础。我们在“租奇制胜”平台上不断跟进我们的实践过程以及调研成果，同时给关注者分享相关知识的“干货”。我与另一位人文学院的同伴负责运营该平台，我们又发挥自己的专业优势，同伴负责文案撰写，我负责文案排版，推文则由全体成员进行商讨。在这个过程中，我们互相合作，增进彼此交流。而“租奇制胜”公众平台也获得了越来越多的粉丝以及认可，微信“原创”标识的获得更是在学术方面给予我们的肯定。

对于实践中的线下宣传，我们也有一定的经验。我们开展了“宿舍美照大赛”以配合短租主题的拓展；为了让活动获取更多关注，大家一起讨论了线下活动方案，我也设计了线下活动的海报以及书签礼品，同伴们不断讨论，不断改进，线下活动圆满完成。

在这次暑期社会实践中，团队队员相互勉励、互相提升，学科间的相互交流使得队员们之间增进了更多理解。而从活动策划、实行一路下来，我们虽然遇到了很多难题，但队员们齐心协力，对于不同的困难专门讨论、各个击破，巩固了彼此间的友谊。而于我自己，能与其他学院的同学们一起调研是一种荣幸，在这个过程中，我既巩固了自己的专业知识，也学习了其他学科

的知识，更使我考虑问题更加全面。于社会实践的课题，我们成为了校重点团队，实践针对中国短租行业发展现状，从短租平台信任机制的角度出发，探索影响房东与房客间信任关系的因子，给平台和房东以启示，更好地完善服务体系，同时给予政府及立法机构一些可行的建议。

租奇制胜，为你制胜。

### 13. 詹晓君

从四月末开始前期准备至今，经过将近五个月的努力，我的暑期社会实践经历终于要告一段落了。这段时间，有辛苦也有欢笑，对于我来说收获良多。

因机缘巧合，在今年四月份我加入了“租奇制胜”暑期社会实践队，认识了许多来自不同学院的优秀的小伙伴，我们一同展开了对于短租行业及短租在线平台发展的社会调研。从初期的商讨方案，完成策划，立项，预调研，正式调研再到如今即将结题，我都为自己能够参与其中而感到快乐。同时我也在努力地发挥自身所长，担任宣传组组长，负责实践队各类策划的排版校对以及公众号运营、文案的排版推送，尽力地为这样一个优秀的队伍贡献出自己的力量。

进入实践队的初期是新奇、忙碌而紧张的。“短租”是现今大学生仍然很少涉猎的课题，但在分享经济的大背景大潮流下，它正在不断地成长和发展着，逐渐地影响着我们的生活。在加入实践队之前我从未接触过“短租”，在不断地参与策划讨论和正式策划编写之后，才开始对于这个课题有了初步的认识。

由于自己仅长于文字，无法参与那些专业性很强的数据分析

工作，因此校对排版的大任便落到我的肩上。还记得每一次盯着长达上万字的策划校对到深夜的那些日子，也记得当我最终拿出排版好的策划成品时的那份成就感。我们的前期工作准备时间很漫长，但同时也很充实。

到了准备开始调研的阶段，每一次队员们都要在群里或会议上对问卷的每一个细节进行针对性的讨论，这个过程是缓慢而艰难的，我们会有意见不合，会辩论甚至争吵，但总而言之每个人都为最后出炉的一份精心编制的问卷提出了很多建议。

而最让我印象深刻的便是发问卷的时候。一向不喜与生人接触的我第一次拿着一叠问卷在校园内外到处奔波。从一开始的不敢上前，到后来能够大胆地邀请询问，我克服了自己心里的那一道难关。每一次收回一份问卷，内心都生发出一种满足感。在发放问卷的同时，我们也在直接地体会着这个社会的人情冷暖，很多时候我们站在街边，无人问津。这也使我真正感受到在社会中进行实践的不易，也让我倍加珍惜每一个愿意配合我们进行调研的素不相识的人。到了正式调研那段时间，每天需要发放几十张甚至上百张问卷，只为了更加详实精确的数据，工程量之大可想而知，但队里的每个人也都相互配合着认真完成工作，在小学期课余期间努力地将调研做好。

除了发问卷之外，我们每个人在队伍中都还有各自分工负责的工作，每一个分工小组都有着不可小视的工作量。作为宣传组的一员，我的日常工作便是经营微信公众号和撰写新闻稿。这对于已经熟悉文字工作的我来说其实并不算什么难事，但由于学期末以及小学期忙碌的学习、考试生活，我也常常会感到分身乏术。这次实践也很好地锻炼了我自己分配时间的能力，但同时我也在

反思，自己仍然还有许多不足之处。我知道自己在提升自我，严格要求自己等方面还有很长的路要走。

实践，就我的理解，便是实事求是，践行真知。实事求是，我们做社会实践应当要关注社会万象，贴近生活实际，要勇敢地走出校门拥抱社会，更好地为未来融入社会打下基础。而践行真知，便是当代大学生走向社会的一个重要使命。将大学校园、大学课堂中学到的知识应用在社会中，用自己的才学去帮助社会发现弊病，解决问题，用创新的精神为社会注入新的血液。

暑期社会实践带给我的收获，远不止这寥寥几段文字。它在锻炼我自身技能和团队协作能力的同时，也第一次给了我机会真真正正地走出大学校园，调研社会，与各个群体进行接触和交流。在今后的三年大学时光中，我希望自己能够更多地参与这样的活动，不仅仅是给自己的大学留下美好回忆，也是为了让自己活得更加充实、丰满。

#### 14. 张祎璘

大学生社会实践是引导我们学生走出校门，走向社会，接触社会，了解社会，投身社会的良好形式；是培养锻炼才干的好渠道；是提升思想，修身养性，树立服务社会的思想的有效途径。在这一个月的社会实践中，我从实践的各项活动中领悟到了很多的东西，而这些东西将让我十分受用。社会实践加深了我与社会各阶层人的感情，拉近了我与社会的距离，也让自己在社会实践中开拓了视野，了解了更多有关的社会现象，与现象背后所联系的本质与问题。

选择了数理统计为专业的我，在实践队里的主要的工作是前

期的报告收听与总结，中间调研部分的时间问卷分发填写，与后期的数据分析与制作图表工作。虽然在实践中只是负责比较简单的一部分，但能把自己在学校学的经济学知识，与统计学知识在实践工作中有所应用，我还是非常自豪的。但是实践过程中也有很多书本上没有的知识，以及面对了许多知识与实践中的差距，这些还需要我多加学习。

下面我会针对我说做的工作谈一些具体的体会和看法。

首先是问卷的分发与填写。由于我们是抽样选择地点，我被分配在了曾厝垵的部分，让旅客填写短租市场的调查问卷。曾厝垵是厦门游客居住的集中地，同时也有大量的旅馆以及民居改装后的短租房屋，从这里我们希望可调查到各种旅客对短租房屋的条件，看法，与信任程度。

为了保证甄选游客的随机性，与多样性。我们尽量保证了，填写问卷男女比例适中，同时职业与经历多样化，包括了老师，学生，退休旅游的老年人，公司出差的工作人员等，以及最后的年龄分配，保证涵盖各年龄段的人群。来保持样本的随机性。由于这个问卷在之前的预调研中已经有过相关的实验以及后期的修正，在填问卷的时候，我们变得顺利很多。但是依然有很多存在的问题。最大的问题是，针对于哪些从未使用过短租的人群，以及对此毫无了解的人群，我们怎样正确得解释这个概念，并且让他们理解。我首先试图直接重复短租的定义，但是后来发现这个还是解释不清楚。后来结合了曾厝垵的各种民居客房，再加上对租赁时间，房屋主情况的定义，这些被调查者很快的理解了短租的情况。其中，我们也让这些游客填写问卷的过程中，也了解了很多他们的看法，以及对调研很有用的建议。例如，其中一位

居住了 airbnb，携程，小猪等多家短租的游客跟我们举了很多的例子，他告诉我们他居住在 airbnb 东京的短租房子里，获得了很有特色服务体验，那里的房子很好的阐释了东京民风民居的特点，这一点中国的短租市场很少有能做到的。还有，在平台的沟通方面，airbnb 提供了可以直接和房东联系的方法，但是在小猪上，这一点并没有被实现。除此之外还有，发票开具等各种问题。这些都是为什么短租平台在中国没有得到发展的原因。我们听了他的建议，感到十分受用。

除了前期问卷的分发，我还进行了数据处理的工作。针对于获得的原始数据，我么首先把这些数据通过软件录入到 excel 的表格当中。然后要做的是数据清洗工作。数据清洗工作基本会占用到数据处理 60%-70%的时间，由于数据量的问题，人工和计算方面都需要大量的工作。从两个角度上看，数据清洗一是为了解决数据质量问题，二是让数据更适合做后期的数据分析工作。提高数据质量有几个常见的问题。最常见的是缺失值的处理。如果实在没有办法补全数据，也可以考虑把缺失的记录直接去除。我们还涉及到了关于数据合法性问题，通常则是设置数据格式，或者是设置判断规则。例如保证问卷所填写的年龄在 1-100。对于不在这个年龄段的数进行清除等工作。

数据清洗之后我们对它经行了一系列的描述性统计工作。其中我主要负责最后的数据可视化部分。这就是涉数据的呈现问题。它是数据后处理的关键步骤。我们根据数据的特性利用各种统计图，条形，线形，箱形等来简化原始数据中的内容，最后用合适的图表使数据直观化。它不强调数学或者算法的作用。但是在表达方面的作用巨大，他可以使人在短时间内几区大量信息，并发

现其中的模式。根据 R, python, matlab 等各种语言的特性，我最终选择了 python, matplotlib 和 seaborn 这两个库来进行可视化工作。

## 15. 张永杰

今夏，我很高兴成为了 WISE “租奇制胜” 实践队这个优秀团体中的一员，收获颇丰，感触良多。

首先，是认识了来自各个学院的有趣的小伙伴。小伙伴们虽然来自不同的班级，不同的学院，可是大家之间并没有因此产生很多的隔阂，反而从某种意义上来说，我们这个团队可以优势互补，共同进步。一起讨论确定课题，一起走访，一起发放问卷，每一次共处的时光都显珍贵。

在课题讨论的过程中，我们从数个备用课题中最终确定研究短租的信任机制，并以厦门这个美丽的旅游城市为研究对象：分享经济的潮流下，导致短租行业在中国难以实现本土化的因素有很多，而其中信任缺失是影响其发展的一大原因。本次实践针对中国短租行业发展现状，从短租平台信任机制的角度出发，探索影响房东与房客间信任关系的因子，给平台和房东以启示，更好地完善服务体系，同时给予政府及立法机构一些可行的建议，从而帮助在线短租行业提高服务质量和客户体验，在“互联网+”的大趋势下实现转型。

在课题研究中，我们通过采访，问卷，实地调查，询问专家建议和老师指导，从各个角度了解。同时运用了互联网，结合线上线下，扩大我们的调研群体，借此达到课题研究客观的最大化，保证我们的研究结果有着参考价值。

尽管我们大部分人只是大一刚结束，在专业的研究上和社会经验，调研经验上都有所不足。但是我们也在竭尽所能地去思考，去努力，因为我们对课题本身持有着极大的好奇心，对调研本身有着探索的欲望，对这个社会和社会现象和这些现象的原因，希望可以从一个不同的视角去思考。结果也正是，受益匪浅，常有惊喜。感谢有这样的一个团队，这么优秀的一群小伙伴，让我们在未知的探索中坚持思考，一路前行！这个课题和课题中结交的你们，都是我们最大的成果与收获。认识你们，是我的荣幸！

说实话，社会实践工作看起来很简单，却费时费力，更何况我们当初正处于期末复习阶段，繁重的学业压力以及一个又一个ddl 经常使我有些顾此失彼，不过最终还是坚持了下来，完成了任务。其中，令我印象最深刻的是走访工商局的那次经历。工商局的董处长、李师兄和沈师姐都毕业于厦大，心系母校的同时也在积极支持着我们的实践调研工作，使得走访收获颇丰，为“租奇制胜”小分队之后的调研工作提供了很大帮助和启发。

此次社会实践给了我们一个了解社会，思考社会的过程，尝试从大学生的视角，在老师和专业人士的帮助和指导下，去观察和试图给出自己的建议。在我看来，这是我们做这个课题的初衷，也是我们成长之所在。同时，实践是检验真理的唯一标准。我校的暑期社会实践活动兼具教育和实践功能，在实践过程中，我们不仅仅对于短租行业有了进一步的认识，对于短租信任问题也有了更深一层的理解。社会实践活动将理论同实践相结合，“租奇制胜”小分队将时刻牢记“身在校园，心系天下”的理念，履行自身使命，志愿服务社会，弘扬奉献精神。

## (六) Python 程序

### 1. 小猪短租爬虫程序

```
def parseHTML(html):  
    if html == None:  
        print('connect error')  
        return None  
  
    try:  
        soup = BeautifulSoup(html, 'html5lib')  
        print(soup)  
        soup_content = soup.body.find('ul', attrs =  
{'class' : "pic_list clearfix"})  
  
    except:  
        return None  
    return soup_content  
  
def getInfo(soup_content, html):  
    price = []  
    name = []  
    comment = []  
  
    rep = r'href=".*\.\.html"' class'  
    goodid = re.compile(rep)
```

```
goodidurl = re.findall(goodid, html)

priceset = soup_content.findAll('span', attrs
= {'class': 'result_price'})
nameset = soup_content.findAll('span', attrs =
{'class': 'result_title hiddenTxt'})
commentset = soup_content.findAll('span', attrs =
{'class': 'commenthref'})

for i in priceset:
    eachprice = i.get_text()
    price.append(eachprice)

for x in nameset:
    eachname = x.get_text()
    name.append(eachname)

for y in commentset:
    eachcomment = y.get_text()
    comment.append(eachcomment)

print(len(comment))

if not 'xiaozhuduanzu' in
os.listdir(os.getcwd()):
```

```
os.mkdir('xiaozhuduanzu')

else:
    pass


timestr = time.strftime("%Y-%m-%d %X",
time.localtime())
timefinal = timestr.split()

fullinformation = []
for m in range(len(comment)):

    fullinfo =
name[m]+'_'+price[m]+'_'+goodidurl[m]+', '+comment[m]+u'条评论'
    fullinformation.append(fullinfo)

for n in range(len(comment)+1, 25):
    fullinfo =
name[m]+'_'+price[m]+'_'+goodidurl[m]+', 0'+u'条评论'
    fullinformation.append(fullinfo)

joinpath = timefinal[0]+'_xiaozhuduanzu.txt'
```

```
a = os.getcwd()
filename =
os.path.join(os.getcwd(), 'xiaozhuduanzu', joinpath)
with open(filename, 'a') as f:
    for i in fullinformation:
        info = i.encode('utf-8')
        f.write(info+'\n')
f.close()
```

```
soup = BeautifulSoup(html, 'html5lib')
page =
soup.find('div', attrs={'class': 'pagination_v2
pb0_vou'})
allpage= page.findAll('a', attrs =
{'class': 'font_st'})
if len(allpage) == 1:
    nextpagenum = allpage[0]
    nextpageurl = nextpagenum['href']
else:
    nextpage = allpage[1]
```

```
nextpageurl = nextpage['href']

if nextpageurl:
    url = nextpageurl
    print(url)
    return(url, fullinformation)

else:

    return(None, fullinformation)

def main():
    url = downloadurl
    n = 0
    while n < 12:

        html = getHTML(url)
        soup_content = parseHTML(html)
        (url, fullinformation) =
            getInfo(soup_content, html)
        n = n + 1
```

```
if __name__ == '__main__':
    begin = time.time()

    t = main()

    end = time.time()
    print('time', end - begin)
```

## 2. 游天下爬虫程序

```
import random
import re
import os
import os.path
import time
import zip

import requests
from bs4 import BeautifulSoup

from proxiesPool.headers import USER_AGENTS, PROXIES

downloadurl = 'http://www.youtx.com/xiamen/'
```

```
def getHTML(url):  
    userAgent = random.choice(USER_AGENTS)  
    proxies = random.choice(PROXIES)  
    headers = {  
        'Accept': 'text/html, application/xhtml+xml, application/xml;q=0.9, image/webp,*/*;q=0.8',  
        'Referer': 'http://www.youtx.com/',  
        'user-agent': userAgent,  
        'http': proxies,  
    }  
    try:  
        r = requests.get(url, headers)  
        html = r.content  
  
    return html  
except:  
    return None  
  
  
def parseHTML(html):  
    if html == None:  
        print('connect error')  
        return None  
  
    try:  
        soup = BeautifulSoup(html, 'lxml')
```

```
    soup_content_1 =
soup.body.findAll('div', attrs={'class': 'detailsTit PL10
PR10'})
    soup_content_2 =
soup.body.findAll('div', attrs={'class': 'FL PL10
detailsListBoxDeltl'})
    return (soup_content_1, soup_content_2)
except:
    return None

def getInfo(soup_content_1, soup_content_2):
    name = []
    location = []
    price = []
    comment = []

    for eachhouse in soup_content_1:
        name_fir =
eachhouse.find('span', attrs={'class': 'houseTitleDec'})
        name_fin = name_fir.find('a').get_text()
        name.append(name_fin)

        price_fin =
eachhouse.find('span', attrs={'class': 'housePrice'}).get
```

```
_text()
    price.append(price_fin)

for eachhome in soup_content_2:

    location_fir =
eachhome.find('p', attrs={'class': 'houseDetail
clearfix'})
    location_fin =
location_fir.find('span', attrs={'class': 'detailDec'}).ge
t_text()

    location.append(location_fin)

comment_lat =
eachhome.find('p', attrs={'class': 'houseDetailIcon
clearfix'})
    if
comment_lat.find('a', attrs={'class': 'RedFont', 'target':
'_blank'}):
    comment_fin =
```

```
comment_lat.find('a', attrs={'class': 'RedFont', 'target': '_blank'}).get_text()

        comment.append(comment_fin)

    else:

        comment.append('0')

information = []
for i in range(len(comment)):

    info =
name[i] + ' ' + location[i] + ' ' + price[i] + ' ' + comment[i]
    information.append(info)

return information

def writeInfo(information):

    joinpath = 'youtianxia.txt'
    a = os.getcwd()
    filename = os.path.join(os.getcwd(), joinpath)
    with open(filename, 'a') as f:
        f.write('name_location_price_comment' + '\n')
    for i in information:
```

```
info = i.encode('utf-8')
f.write(info+'\n')
f.close()

def main():
    url = downloadurl
    n = 1
    while n < 16:

        html = getHTML(url)

        soup_content_1, soup_content_2 =
parseHTML(html)
        information =
getInfo(soup_content_1, soup_content_2)

        t = writeInfo(information)
        n = n + 1
        url =
'http://www.youtx.com/xiamen/page'+str(n)+r'/'
```

```
if __name__ == '__main__':
    begin = time.time()

    t = main()

    end = time.time()
    print('time', end - begin)
```

### 3. 后期数据处理 Python 程序

```
#!/usr/bin/env python
# -*- coding: utf-8 -*-

from __future__ import division

import jieba
import pandas as pd
import nltk
import numpy as np
import math

# to build the word space for the text
def getWordSpace(wenjian):
    wordList = []
    for i in range(0, len(wenjian) - 1):
        for word in
```

```
jieba.cut_for_search(wenjian['wenzhang'][i]):  
    wordList.append(word)  
wordlist = list(set(wordList))  
countlist = []  
wordcontainer = []  
for i in range(0, len(wordlist)-1):  
    countid = int(i)  
    countlist.append(countid)  
    word = wordlist[i]  
    wordcontainer.append(word)  
wordspace = dict(zip(wordcontainer, countlist))  
return wordspace  
  
# vectorlize the document  
def getDocumentList(wenjian):  
  
    documentList = []  
    for i in range(0, len(wenjian)-1):  
        documentlist = []  
        vectorspace = []  
        document = wenjian['wenzhang'][i]  
        document_clear =  
        jieba.cut_for_search(document)  
        for word in document_clear:  
            documentlist.append(word)
```

```
    documentList.append(documentlist)
    return documentList

def getVectorSpaces(documentList):
    vectorspaces = []
    for documentlist in documentList:
        vectorspace = []
        fdist = nltk.FreqDist(documentlist)
        for i in range(0, len(documentlist)-1):
            vector = [wordspace.get(documentlist[i]),
                      fdist[documentlist[i]]]
            vectorspace.append(vector)
        vectorspaces.append(vectorspace)
    return vectorspaces

#TF-IDF Model to convert the vector space for every
specific document

def
transformVectorSpace(wenjian, documentList, wordspace):

    vectorspacesTr = []
    for i in range(0, 2):
        word_matrix = vectorspaces[i]
        idcontainer = []
```

```
weightcontainer = []  
  
for array in word_matrix:  
    tf = array[1]/len(documentList[i])  
    wordid = array[0]  
  
    freq = 0  
    for k in range(0, len(wenjian)-1):  
        idlist = []  
        for m in  
            range(0, len(documentList[k])-1):  
  
            idlist.append(wordspace.get(documentList[k][m]))  
  
            if wordid in idlist:  
                freq +=1  
            else:  
                pass  
            idf =math.log(len(wenjian)/freq)  
            weight = tf*idf  
            vectorTr = [wordid, weight]  
            idcontainer.append(vectorTr[0])  
            weightcontainer.append(vectorTr[1])
```

```
vectorspacesTr.append(dict(zip(idcontainer, weightcontainer)))
```

```
return vectorspacesTr
```

```
#use LSA model
def SVD(vectorspacesTr):
    #calculate the singular value decomposition of the
    matrix
    df = pd.DataFrame(vectorspacesTr).fillna(0).T
    matrix = np.array(df)
    U, S, V = np.linalg.svd(matrix)
    #U, S, V = np.linalg.svd(matrix, full_matrices =
    False)
    return (U, S, V)
```

```
def processMS(matrix_s, proportion):
    # choose the items with large singular value
    matrixS = []
    S_self = 0
    N_count = 0
    Threshold = sum(matrix_s)*float(proportion)
    for value in matrix_s:
        if S_self <= Threshold:
            matrixS.append(value)
            S_self += value
```

```
N_count += 1
else:
    break
return (N_count, matrixS)

def processMU(matrix_u, save):
    #to get the corresponding proportion part gor matrix
    U
    matrixU = []
    for line in matrix_u:
        lineNew = line[:save]
        matrixU.append(lineNew)
    return matrixU

def processMV(matrix_v, save):
    matrixV = matrix_v[:save]
    return matrixV

if __name__ == '__main__':
    wenjian =
    pd.read_excel('C:\Users\dell\Desktop\zhihu.xlsx')
    wordspace = getWordSpace(wenjian)
    documentList = getDocumentList(wenjian)
    vectorspaces = getVectorSpaces(documentList)
    vectorspacesTr = []
```

```
vectorspacesTr = transformVectorSpace(wenjian,
documentList, wordspace)

#print vectorspacesTr
df = pd.DataFrame(vectorspacesTr).fillna(0).T
U, S, V = SVD(vectorspacesTr)
N_count, matrixS = processMS(S, 0.9)
matrixU = processMU(U, N_count)
matrixV = processMV(V, N_count)

import numpy as np
from mpl_toolkits.mplot3d import Axes3D
import matplotlib.pyplot as plt
import pandas as pd

source_1 = pd.read_csv('C:\Users\de11\Desktop\U')

source_2 = pd.read_csv('C:\Users\de11\Desktop\V')
print source_2.T

fig = plt.figure()
ax = fig.add_subplot(111, projection='3d')
n = 100
for i in range(0, len(source_2.T)-1):
    xs = source_2.loc[['0'], [i]]
    print xs
```

```
ys = source_2.T.loc[['2'], [i]]  
print ys  
  
zs = source_2.T.loc[['3'], [i]]  
ax.scatter(xs, ys, zs)  
  
ax.set_xlabel('X Label')  
ax.set_ylabel('Y Label')  
ax.set_zlabel('Z Label')  
  
plt.show()  
  
import numpy as np  
from mpl_toolkits.mplot3d import Axes3D  
import matplotlib.pyplot as plt  
import pandas as pd  
import math  
  
source_1 = pd.read_csv('C:\Users\dell\Desktop\MU')  
  
#source_2 = pd.read_csv('C:\Users\dell\Desktop\MV')  
#print source_2.T  
  
#fig = plt.figure()  
#ax = fig.add_subplot(111, projection='3d')
```

```
L = []
for i in range(0, len(source_1)-1):
    xs = source_1['1'][i]
    ys = source_1['2'][i]
    zs = source_1['3'][i]
    juli
    =math.sqrt((xs-0.001397)*(xs-0.001397)+(ys-0.000587)*(y
    s-0.000587)+(zs-0.012951)*(zs-0.012951))
    #print juli
    L.append(juli)
```