共享经济视角下智慧城市共享停车位的发展

策略研究

作者：谈胜华

来源：《中国民商》2021年第08期

摘要：私家车数量的激增造成了停车困难，为了解决停车问题，研究了基于共享经济视

角下开展智慧城市共享停车位的发展策略。通过深入分析共享经济理论与共享停车位的发展困

境，提出加大共享停车位发展的宣传发展的措施。持续拓展对共享经济的宣传渠道，为群体传

达正确与规范的共享理念，确保群体对于共享停车位具备一定信任度。同时，完善智慧城市共

享停车位App建设工作，致力于开发操作便捷化、功能完善化、运行流畅化等App，提供用

户一个相对优化的客户服务端，使用户也会对共享停车位产生好感与依赖度。以此促进群体消

费，实现用户对共享经济树立一个正确的认知，解决共享经济视角下，停车困难的问题。

关键词：共享经济视角;智慧城市;共享停车位;发展策略

近年来，经济快速发展，机动车保有量大幅增加，但基础设施建设和管理水平并未相应提

高，停车供需矛盾日益突出。相关研究表明，如果每次停车活动需要3分钟才能找到停车位，

每辆车的续航里程每年需要增加1825公里左右。此外，停车位不足还会导致违规停车、排队

等候等造成的时间成本增加等，从而加剧二氧化碳排放。现代化技术在城市内应用的普及，推

进了中国智慧城市的建设，在实现将城市建设服务系统与功能系统的有效集成后，城市内公共

资源的利用率呈现一种显著提升状态，与此同时，城市管理工作的实施也逐步效率化、城市群

体生活条件得到有效改善、市场经济高速提升。在此种社会背景下，共享经济时代到来，在智

慧城市内，共享汽车、共享单车、共享充电宝等共享项目与资源，正如火如荼地展开。共享停

车位作为共享经济视角下，智慧城市的代表性建设项目，主要是指在规划城市公共资源与现有

空间过程中，将闲置的区域或空闲的停车位，按照共建、共享的原则，对其进行高效率利用，

通过此种方式，解决部分群体“停车难”的问题。现如今，在部分一线城市内，对共享停车位的

规划工作已被列入了城市规划工作内[2]。并且，一些共享停车位已基本实现了将车位与互联

网、App进行互联，车主可以通过联网的方式，便可以掌握附近区域是否有闲置的共享停车

位。但随着人们生活质量的不断提高，家用汽车在道路上的数量越来越多，与此同时，共享停

车位也出现了“车位紧张”问题，为了解决与此相关的问题，实现共享停车位的有序规划及其在

智慧城市中的可持续发展，本文将对共享经济下，与此相关的问题展开深入研究。

一、共享经济概述

在现如今科学技术已全面覆盖的社会背景下，共享经济不再是传统意义上的物品共享，而

是将物品与公共资源进行整合后，为需求者提供的一种针对性服务模式。共享经济时代的到来

真正意义上做到了对我国市场经济建设的推动，也实现对市场闲置资源的高效率利用。

基于共享经济深入层次分析，它是指社会群体通过某个指定网站，或第三方网络平台，将

其个人闲置的商品、服务项目、资源、经验，以一种有偿或者无偿的方式，提供给社会中有需

求的群体。共享经济视角最早由美国社会学教授，在发表了《社会群落结构与市场经济协同消

费》论文后提出。在其发表的论文中，教授多次用“协同消费”描述“共享经济”，并提出共享经

济的到来，将会对我国市场经济格局进行全面的改革。在此种消费模式下，资源被不断集成与

整合，与此同时，共有资源的利用率也呈现一种高速上升状态。无论是一辆车、一本书，或是

一个知识点、一个视频，均可以通过第三方共享平台，将资源在网络上公开。现如今，共享经

济发展模式，已实现了在全世界范围内推廣，但由于共享经济属于市场经济建设中的一种新模

式，因此，相关共享经济的建设与发展在当下社会仍处于一种摸索阶段。

二、共享经济视角下共享停车位的发展困境

尽管共享经济已成为了智慧城市建设与规划的核心方向，但在深入对共享停车位发展的研

究中，仍发现其存在某种层面上的问题。在实践中，宁波、上海、北京、广州等城市已尝试在

住宅区和相邻商业区之间共享停车泊位。然而，共享停车的实施却很差。例如，在上海的案例

中，只有少数业主愿意共用停车位，而其他业主则不愿意承担共用停车位而没有获得足够收益

的风险。共享停车模式尚未被广泛接受。其重要原因如下：共享停车涉及多个方面利益相关

者，包括停车供应商、管理者、共用停车平台、政府部门等，不同的各方利益不同。在共享停

车模式的推行中，存在着利益分配与利益分配的矛盾和冲突。除了停车供需矛盾，当前城市停

车问题的另一个突出表现是停车资源利用效率低下，主要体现在停车资源的时空利用不平衡。

例如，办公区的停车位通常在夜间和周末空置，而住宅区的停车位在白天的工作日经常空置，

这也为满足停车需求提供了机会，而无需建造更多的停车场。市场内部分私家车车主，不愿将

其个人闲置车位进行共享，在对此部分车主进行走访调查中，他们表示，如果将其个人闲置车

位以一种公开的方式共享给他人，会给其自身带来不必要的麻烦。甚至有部分车主表示，他们

不在乎共享车位为其带来的微薄利润。而产生此种错误认知的主要原因为，大部分群体对于共

享经济的认知仍不够完善，甚至认为共享车位会对其个人利益造成威胁，从而导致其参与共享

项目建设的积极性较差。而且业主共享车位受小区对外开发程度影响，若在开放程度较低的小

区，承租方进出小区较为困难，会大大降低租车位意愿。而且小区对外开放还涉及非车位共享

车主、业委会、物业等方面的利益，小区治安的安全问题也需要考量在内。以上种种方面，均

会为车位共享平台带来较大的压力，使得小区内车位共享受阻。

共享停车场的风险和收益类别没有明确界定。很难满足所有利益相关者的利益。以住宅区

为例，虽然停车场的实际拥有者停车场供应商可以从使用共享停车场的外来车辆中获得额外收

入，但他们也面临着包括侵犯安全和隐私在内的风险。此外，从理论上讲，尽管共享停车场有

效地解决了停车需求问题，创造了更多的社会效益，但停车管理者仍面临着维持外来车辆秩序

的压力。因此，明确利益相关者的风险和收益是推进股份制营销的重要基础。更好地理解人们

为什么接受或拒绝共用停车位是很有价值的。在建设共享停车的过程中，存在停车管理不规范

的问题。由于城市建设过程是分区片、分阶段进行的，多数小区仍是老旧小区，停车管理设施

不完善，翻修停车场的费用巨大。且不同小区物业的管理水平参差不齐，在管理共享停车的过

程中，仍存在需要手动记录，没有足够的技术支撑难以实现共享停车的有效管理。停车管理的

落后容易导致共享车位行业萎靡。考虑到共享停车位属于一种在技术时代下的新型产物，此种

项目的诞生是与互联网具有直接联系的，但部分智慧城市在规划共享停车位的发展时，却忽视

了与其联系App的建设，导致提供给车主的服务信息与实际信息内容存在差异。长此以往，

会使车主对共享停车位产生认知层面的偏差，最终造成共享经济呈现一种下坡路发展趋势。

三、共享经济视角下智慧城市共享停车位的发展策略

（一）基于共享经济视角加大共享停车位发展的宣传

为了解决共享经济视角下智慧城市共享停车位的发展问题，转换社会群体对共享经济的错

误认知，应加大对共享停车位发展的宣传，使更多群体了解到共享经济的实际含义。同时，持

续拓展对共享经济的宣传渠道，为群体传达正确与规范的共享理念，确保群体对于共享停车位

具备一定信任度。

例如，可借助市场新媒体平台，采用与其协同发展或签署合作协议的方式，实现“借力打

力”;与共享商品联名发展，包括，在商场共享雨伞平台上，进行共享停车位的宣传;利用大型品

牌网站（美团、苏宁、58等），退出联合发展广告语“美好的一天，从我有停车位开始”。并将

此种幽默的广告语文案，发布在各大平台首页，以此种方式不断刺激消费者的需求。

在此基础上，可以借助线下宣传的方式，制作精品的海报、日历，分发给路过的群体。并

参与到商场内消费型场所的合作中，由场所为共享停车位进行宣传。例如，消费满额赠送共享

停车位代金券等。总之，要提高社会群体对共享停车位的认知，确保共享停车位在智慧城市内

具有一定的占有率。此外，增设共享停车位的电子报销券，保障群体消费后的利益，从而提高

群体的积极性。

（二）完善智慧城市共享停車位App建设工作

在群体树立对共享经济认知的基础上，有关单位需要完善智慧城市共享停车位App建设

工作，致力于开发操作便捷化、功能完善化、运行流畅化等App，提供用户一个相对优化的客

户服务端。并在建设与开发App的过程中，创新后台支撑性技术，避免前端用户登录过多出

现运行卡顿或画质与运行界面效果差的问题。同时，在App的功能界面上，除了要提供消费

者一个准确的共享停车位信息，还应当在其中增加服务类功能。例如，周边美食推荐、停车位

自动导航、周边景区介绍等，在此过程中，允许市场内供应链上的相关产业入驻共享停车位

App的建设工作中，并通过收取入驻产业广告费用的方式，持续扩建App。当终端程序与功能

已完善的前提下，共享停车位将受到越来越多社会群体的喜爱，与此同时，用户也会对共享停

车位产生好感与依赖度。

在上述提出的内容中，为了确保合作商在与共享停车位App联合建设的过程中，可实现

持续盈利，允许商户在市场最高限价的基础上，根据实际建设投入，变更定价。以此种方式，

使更多的用户群体选择使用共享停车位停车，而在使用过程中，用户自然而言地会看到周边商

户推荐信息，此时不仅“停车难”的问题得到了有效解决，同时，也在某种程度上落实或满足了

上游与下游产业链的同时盈利。

四、结束语

本文基于共享经济视角下，对智慧城市共享停车位的发展策略展开深入研究，在本文研究

中，提出了加大共享停车位发展的宣传与完善智慧城市共享停车位App建设工作两种发展策

略。并希望通过本文此次的研究，真正地解决用户群体“停车困难”的问题，实现对共享经济的

推广与宣传，保障社会经济建设的持续前进。总体来说，共享经济属于市场未来发展与建设的

必然性发展趋势，而要保障与此方面相关工作的顺利实施，还需要在后期的研究中，通过持续

开展市场调查的方式，掌握群体对共享停车位的真实需求，从而实现智慧城市的规范化建设。

参考文献：

[1]李嘉庆，路文生. 新建停车场共享停车位社区“微循环” 济南槐荫交警出新招停车不再

难[J].汽车与安全，2020（06）：34-35.

[2]姬杨蓓蓓，成枫，张小宁.城市中心区域毗邻私有停车场的共享停车位优化设置研究[J].

系统工程理论与实践，2020，40（11）：2934-2945.

[3]薛佳丰，程燕萍，杨力源.西安市基于NB-IoT技术的配建停车位智慧共享方案研究[J].

中外企业家，2018（32）：67.

[4]谢伦伟，李志鑫，尚旭芳，等. 关于CSIP（校园共享智能自行车停车位）构建初探[J].

科技与创新，2019（06）：142-143.

[5]谢翔，施念梓.基于O2O闲置停车位共享模式的可行性分析——以医院周边为例[J].计算

机产品与流通，2018（06）：261+273.

[6]何博，李妙玲，罗瑞珍. 共享经济理念下共享停车位的推广策略研究——以广州为例[J].

现代经济信息，2018（19）：483-484.

[7]刘凯.我国智慧停车行业发展策略研究[J].企业科技与发展，2019（6）：38-39.

[8]过文魁，刘树斌.大城市公共停车场建设困境与对策——以杭州市为例[J].城市交通，

2015，13（04）：37-43.

[9]张建.城市轨道交通车辆段、停车场资源共享研究[J].山东工业技术， 2016（5）：114.

[10]李玉龙，毛鹏，罗杰等. “互联网+”视角下的住区停车位工作日共享机制研究[J].工程管

理学报， 2018，32（02）：68-73.