

共享经济对成都市城区消费潜能的激活作用及特征研究

刘宇 翁雅雯 李佳晗 蒋思语 何宇浩 徐茹*

西南财经大学天府学院

DOI:10.32629/ej.v8i11.3080

[摘要] 本文旨在分析共享经济对成都市城区消费潜能的激活作用及其区域与用户特征。研究内容涵盖共享经济市场规模、区域分布、用户画像及消费习惯等方面。通过文献研究、问卷调查分析方法,发现年轻人、中等学历及低收入群体成为消费主力军。共享产品如单车、充电宝因价格低廉、便利性强而广受欢迎,但高频使用者比例较低,用户依赖度有待提升。研究结果表明,共享经济通过降低成本、提高便利性有效激发了消费潜能,推动了绿色转型,但品牌建设和服务质量仍需改进,以实现可持续发展。

[关键词] 共享经济; 成都; 绿色发展; 消费习惯; 用户分析

中图分类号: F063.2 文献标识码: A

A Study on the Activation Role and Characteristics of the Sharing Economy in Unlocking Urban Consumption Potential in Chengdu

Yu Liu Yawen Weng Jiahao Li Siyu Jiang Yuhao He Ru Xu*

TianFu College of SWUFE

[Abstract] This study analyzes the role of the sharing economy in activating consumption potential within Chengdu's urban districts, examining its regional and user characteristics. Research covers aspects including market scale, regional distribution, user profiles, and consumption habits. Through literature review and questionnaire analysis, it reveals that young people, those with secondary education, and low-income groups form the primary consumer base. Shared products like bicycles and power banks are widely popular due to their affordability and convenience, yet the proportion of frequent users remains low, indicating room for improvement in user dependency. The findings indicate that the sharing economy effectively stimulates consumption potential by reducing costs and enhancing convenience, thereby promoting green transformation. However, brand development and service quality require improvement to achieve sustainable growth.

[Key words] Sharing Economy; Chengdu; Green Development; Consumer Habits; User Analysis

引言

由《中国共享经济发展报告(2023)》可知,国家信息中心发布的最新数据显示,2022年度共享经济领域总体交易额达到38320亿元左右,较前一年度增长幅度约为3.9%。值得关注的是各细分领域发展态势存在明显差异性,其中生活服务类与医疗共享类市场表现尤为突出:前者规模扩张率达8.4%,后者则为8.2%,相较上一年度分别提升2.6与1.7个百分点。这种持续增长现象表明相关领域正保持强劲发展势头。实例显示该模式对居民消费水平提升具有显著促进作用。本研究将成都市各行政区域作为具体分析对象,重点考察用户群体与共享经济形态间的互动机制,试图为二者协同发展提供理论依据及操作建议。

1 文献综述

在现有研究成果中,贾振博团队(2023)发现资源利用效率通过共享经济模式得到明显优化^[1]。关乐宁(2023)的研究则揭示技术创新使得时空限制被有效突破^[2]。林晟炫等人(2024)的实证分析证实消费者对共享产品的接受程度与其感知价值呈正相关关系^[3]。钟昌标等学者(2024)提出政企协同的必要性:企业需构建用户导向的服务体系,政府则应加强隐私保护制度建设^[4]。马丽研究组(2024)特别指出地方政府应通过营商环境改良与监管创新来消除服务标准化不足引发的信任危机^[5]。Bruno(2020)的研究批判了传统分类方法的局限性,主张建立多维度的新型分析框架^[6]。Jiapeng团队(2025)基于G7国家数据论证了在经济波动背景下,共享经济与绿色发展要素间的耦合效应正在重塑社会经济格局^[7]。

2 数据分析与比较

表1 人口描述性统计分析 (N=497)

性别	n	%
男	243	48.90%
女	254	51.10%
年龄段	n	%
18岁以下	42	8.50%
18-25	109	21.90%
26-30	76	15.30%
31-40	78	15.70%
41-50	70	14.10%
51-60	64	12.90%
60以上	58	11.70%
学历	n	%
高中/中专及以下	216	43.50%
大学本/专科	236	47.50%
研究生及以上	45	9.10%
职业	n	%
学生	97	19.50%
民办企业工作人员	192	38.60%
国企/政府/事业单位	50	10.10%
自由职业	108	21.70%
离/退休	41	8.20%
其他	9	1.80%
月收入	n	%
3000及以下	174	35.44%
3001-6000	145	29.53%
6001-9000	101	20.57%
9001及以上	71	14.46%
在蓉活动区域	n	%
成华区	72	14.50%
武侯区	107	21.50%
青羊区	70	14.10%
金牛区	51	10.30%
锦江区	104	20.90%
高新区	52	10.50%
其他区	41	8.60%

从表1可知,这次调查的总体中,男女比例基本持平,年龄结构以青年人为主。在样本的职业分布中,民办企业工作人员最多,在总样本中可占38.6%,其次是自由职业占比 21.7%,这两项的

比例加起来为60.3%。收入在6000以下的,有64.97%的样本。样本主要分布在以武侯、锦江为代表的五大主城区,占比达91.4%。从这些数据不难看出,使用共享产品的用户大多是收入较低的劳动人群,产品的投放与区域经济发展以及人口分布有关。

表2 用户在共享经济的习惯特征 (N=497)

您每次使用的平均时长	n	%
30分钟以下	176	33.60%
31分钟-1小时	237	45.20%
1小时以上	84	16%
每月消费金额	n	%
50元及以下	226	43.13%
51-100元	146	27.86%
101元及以上	125	23.80%

表3 用户使用过共享经济类型与场景 (N=497)

您使用过以下哪些共享服务?(可多选)	n	%(响应数)
共享单车	318	64.00%
共享住宿	250	50.30%
共享办公空间	209	42.10%
共享充电宝	226	45.50%
其他(共享雨具、共享厨房、健身房)	3	0.60%
总计(响应数)	1006	202.40%
您使用共享服务的主要场景是?(多选)	n	%(响应数)
上下班通勤	273	54.90%
短暂需求	282	56.70%
紧急需求	257	51.70%
体验新产品	176	35.40%
其他(旅游出行、技能学习)	2	0.40%
总计(响应数)	990	199.20%

表4 选择共享经济的原因 (N=497)

使用共享服务的原因(多选)	n	%(响应数)
价格便宜	265	53.30%
便利性强	266	53.50%
安全性高	172	34.60%
品牌口碑好	130	26.20%
环保理念	168	33.80%
其他(减少闲置)	4	0.80%
总计(响应数)	1005	202.20%

根据表2用户在共享经济的习惯特征以及表3用户使用过共享经济类型与场景分析,用户消费行为具有“低频次、小额度”的特征,100元及以下的消费群体占比70.99%,低消费群体在市場占主要地位。共享单车是多项共享产品中占比最高的品类,

占比64%，“短暂需求”、“紧急需求”和“上下班通勤”是主要使用场景，说明共享服务集中于出行类与即时性需求领域。共享经济随用随取的特性与人们对临时、短时性服务的需求相匹配。

表4显示价格便宜、便利性高是用户选择共享经济的主要原因，二者占比均超过53%；安全性高与环保理念占比均超33%，也是影响用户选择共享经济的重要因素。这可说明，有关产品实用价值的原因更加影响用户选择共享经济。

3 结论与建议

本研究以成都市为例，对共享经济消费模式进行探讨，揭示了该地区用户在共享经济中的用户画像、消费习惯与区域特征。尽管本文对于成都地区的共享经济研究已取得显著进展，但在超一线城市、低线城市以及县域城市对于共享经济消费潜能的激活作用及特征研究仍有研究空间。

成都的发展模式与消费习惯介于“北上广深”等超一线城市与低线城市乃至县域地区之间，存在明显的过渡性特征。超一线城市普遍拥有更为完善的商业基础设施、较高的居民收入水平以及更加多元化的消费群体，其共享经济形态呈现“服务升级”与“品质化”需求。在低线城市及县域范围内，共享经济多依赖于熟人社会的口碑传播与关系网络，而非单纯的便利性导向。

本次研究使用的问卷在设计上存在一定局限，部分问题有待进一步追踪与深化，尤其是各问题之间的内在联系。现有问卷对用户行为的分析多停留在量化描述层面，未充分触及行为背后的深层原因。以环保理念为例，问卷仅简单提及，而未对用户环保认同度、社会规范影响等潜在因素进行有效测量。诸多内在动机与深层次原因在现有简化问卷中被模糊处理，因此有必要在今后的研究中进一步优化问卷结构。

本研究中的样本选择也可能存在一定的选择偏差。对共享经济持有明确态度的用户会更加主动参与问卷调查；使用体验较差或已不再使用共享服务的用户，样本代表少。此种情况可能导致最终的研究结果在一定程度上高估了整体用户的活跃程度及满意度水平。

未来的研究中，可进一步开展系统性的跨区域比较，补充对超一线城市以及低线城市乃至县域地区的调查与分析。构建多

维度城市比较模型，更清晰地揭示城市经济结构、人口特征、文化氛围与共享经济模式之间的互动机制，提炼兼具普适性与差异性的中国共享经济发展理论。选取固定用户群体开展为期一年或更长期的追踪调查，系统记录其收入变化、生活方式变迁与共享经济使用行为之间的动态关联。积极引入跨学科理论视角，对“社群归属感”“环保自我认同”等深层次内因进行有效测量，并深入分析其与“价格”“便利性”等传统因素之间的交互作用，从而更全面地探讨共享经济用户使用意愿与使用忠诚度的形成机制。

[参考文献]

[1]贾振博,袁正.发展共享经济助力共同富裕[J].宏观经济管理,2023,(11):73-80.

[2]关乐宁.共享经济发展与扩大内需战略:机理、梗阻及路径[J].消费经济,2023,39(06):90-100.

[3]林晟炫,阮崇友.共享经济中感知价值对购买意愿的影响[J].商业经济研究,2024,(08):81-84.

[4]钟昌标,施君然.共享经济助推共同富裕的逻辑、机制与路径[J].云南师范大学学报(哲学社会科学版),2024,56(03):77-85.

[5]马丽,田世华.智慧城市中共享经济规范发展研究[J].区域经济评论,2024,(04):129-136.

[6]Bruno Fernandes Paula Chimenti Roberto Nogueira A taxonomy of initiatives at work in the sharing economy *Australian Marketing Journal (AMJ)* August 2020.

[7]Dai, Jiapeng, Mehmood, Usman, Nassani, Abdelmohsen A. Empowering sustainability through energy efficiency, green innovations, and the sharing economy: Insights from G7 economies 10.1016/j.energy.2025.134768.

作者简介:

刘宇(2005—),女,汉族,四川乐山人,西南财经大学天府学院艺术与传媒学院2023级本科传播学。

*通讯作者:

徐茹(1991—),女,汉族,四川自贡人,博士研究生,讲师,研究方向:传播学。