

四川省房车发展模式的 SWOT 研究

刘巧 杨秋艳 石筱晨 拜雨杰 刘星 周蓉 通讯作者

成都信息工程大学统计学院, 中国·四川 成都 610200

【摘要】目前,我国房车旅游发展前景广阔,但对于房车的发展模式仍存在一些问题。本文通过对四川省房车公司的发展模式进行分析,对比 B2C 模式与 C2C 模式的优缺点,从而提出 C2C+B2C 混合模式,并对混合模式进行 SWOT 分析,研究其优势、劣势、机遇、威胁等内外部因素,并对房车的发展模式提出建议,例如,健全房车使用制度,提高公民旅游素质,加强企业合作等。

【关键词】房车旅游; SWOT; 发展模式; C2C+B2C

SWOT Research on the Development Model of RV in Sichuan Province

Liu Qiao, Yang Qiuyan, Shi Xiaochen, Bai Yujie, Liu Xing, Zhou Rong corresponding authors

School of Statistics, Chengdu University of Information Technology, Chengdu, Sichuan, China 610200

[Abstract]At present, the development prospect of RV tourism in my country is broad, but there are still some problems in the development mode of RV. This paper analyzes the development model of Sichuan RV companies, compares the advantages and disadvantages of the B2C model and the C2C model, and proposes a C2C+B2C mixed model, and conducts a SWOT analysis of the mixed model to study its advantages, disadvantages, opportunities, threats, etc. External factors, and put forward suggestions on the development model of RVs, such as improving the RV use system, improving the quality of citizens' travel, and strengthening enterprise cooperation.

[Key words]RV tourism; SWOT; development model; C2C+B2C

【基金项目】成都信息工程大学大学生创新创业训练计划项目资助;项目编号:202110621365。

1 四川房车旅游发展概述

1.1 四川房车旅游发展背景

随着我国旅游消费市场的升级,自驾游逐渐成为大众熟悉且青睐的旅游出行方式,房车及房车露营旅游开始进入公众的视野。四川省作为全国的旅游强省之一,旅游发展已取得很大成效,旅游交通条件持续改善,为房车旅游发展创造了条件。

近年来,四川旅游从产业发展角度谋篇布局。从产业需求来不断转变政府管理职能,以旅游标准化来引领产业的发展,用统筹的理念来推进务实营销,用创先争优来推进旅游行风建设,“大旅游、大产业”的思维方式带来了诸多“突破”。经过不断建设,四川的交通条件不断改善。四川公路里程居全国第一,特别适合自驾游,有利于四川省旅游业快速的发展。但目前我国房车现行的相关政策法规不健全,国家某些宏观政策还制约着房车的发展,大多数消费群体还没有产生房车旅游的消费观念。

1.2 四川房车旅游发展现状

2009年开始,国家陆续出台并不断细化和深化了发展房车旅游的各类政策,从房车旅游的全服务链上对房车旅游加以规范和政策支持,相关企业(如房车俱乐部、露营社区)对其进行大力宣传和推广。近年来,“开着房车去旅行”的全新旅游形式逐渐被不少人所接受。围绕房车出现的相关产业也正日益蓬勃。2015年,中国房车保有量为3万辆,到2020年已经增长到21万8千辆,平均年增速近50%,国内房车生产厂家已有200余家。这预示着中国的房车旅游进入了发展阶段,前景值得期待。

2 传统房车旅游模式

2.1 C2C 房车旅游模式的优劣分析

所谓C2C模式就是消费者个人之间的消费活动。C2C房车旅游模式是指共享房车平台为车主和用户提供对接平台,验证双方信息,确保用户交易安全,房车则是由车主运营和管理,共享房车平台并不干预,只是从中收取一定比例的服务费。这种模式是目前共享房车市场上最常见的,实际是以租车为目的的

一种共享模式。通过调查,C2C模式对于用户来说,其运作模式是通过用户注册APP,缴纳一定金额的押金,有的几千,多则几万。收费模式通常是按照天或者使用时间收费,最低的收费70元/小时,每公里再收费2元,封顶700-1000元/天,也就是说如果租一辆房车不开的话,则作为钟点房处理,每小时收费70元。

优势:首先,C2C模式一次性投入少,公司只需要提供一个平台,房车则是由闲置房车车主提供,减少了公司现金流的使用,有利于公司规模的扩大;其次,由于房车的所有权属于车主,房车日常的保养和维修等问题由车主承担,因此降低了共享房车公司的风险。

劣势:首先,共享模式的可控度没有传统租赁模式高,共享模式下房车的所有权属于车主,企业对房车缺乏支配权;其次,由于没有房车的权属关系,C2C企业可能会遇到一些经营性的波动,例如,在旅游旺季很多车主会自驾车出游,在房车保有量低的情况下,可能会导致企业房车供应不足;最后,虽然C2C模式下的房车类型多样且极具特色,但是房车的质量、服务的品质等方面可能得不到保障。

2.2 B2C 房车旅游模式的优劣分析

所谓B2C模式是企业直接面向消费者销售产品和服务的一种消费模式。B2C房车旅游模式是指房车租赁公司用自有资金购买房车,对房车统一进行配置,同时负责房车的日常维护和经营管理等,并通过平台将房车对外租赁,从中收取一定比例的租金。

优势:首先,房车的所有权属于公司,因此公司对房车的自主控制程度较高;其次,房车租赁的市场并不成熟,除了上汽大通官方还属于正规军,其他租赁公司的规模较小,相较于大规模企业在公司的经营管理上更有优势。

劣势:第一,租赁业务投入大,回报周期长,租赁公司往往面对资金不足的状况;第二,由于前期投入大量资金采购车辆,会导致企业现金流不足,限制企业规模的扩大,导致业务发展缓慢;第三,车辆在行驶中难免发生摩擦、故障等

意外事故, 导致后期成本支出增加; 第四, 房车较一般的汽车有更多的配置, 例如车内家用电器、厨卫用品等, 企业面临的风险因素也随之增加; 第五, 由于B2C模式对房车进行统一配置, 导致标准化程度高, 欠缺当地特色, 从而无法满足用户对个性化体验的需求。

3 新型“C2C+B2C”混合型乡村房车旅游模式

3.1 “C2C+B2C”混合模式的具体内容

新型“C2C+B2C”混合模式是以C2C模式为主, 以B2C模式作为重要补充, 即共享房车公司通过从闲置房车车主和房车租赁公司处批量获取房车, 为其提供托管服务, 闲置房车车主和房车租赁公司通过平台发布房车信息, 以转让房车的短期使用权, 用户则通过平台与车主和租赁公司进行沟通并达成交易, 平台则从中赚取中介费或佣金。相较于传统租赁模式, 混合模式能提供非标准化的房车产品, 具备种类多样化、服务个性化、用户体验社交化三个主要特征。而相比于共享模式, 混合模式有效解决了房车供应量不足和运营规模受限等问题, 从而为发展乡村房车旅游提供思路。

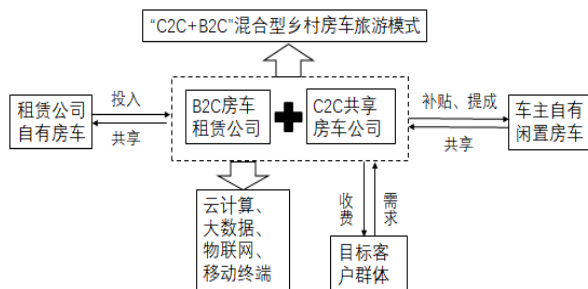
本文结合相关文献研究、政策支持及其发展现状, 提出适用于大多地区经济发展的“C2C+B2C”混合型乡村房车旅游模式, 并构建关系图, 完成具体的模式展现。包括以下内容:

①B2C房车租赁公司与C2C共享房车公司合作打造一个统一的平台;

②房车租赁公司将自有房车投入平台使用;

③平台与闲置房车车主合作, 以共享的方式满足房车的供应;

④平台通过发放补贴或提成与闲置房车车主共享收益。



3.2 “C2C+B2C”混合模式的SWOT分析

SWOT分析就是在内外部竞争环境和条件下分析研究对象的主要优势、劣势、机遇和威胁等, 通过调查将各个因素结合起来加以分析, 从而得出的一系列相应的结论。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, 而机遇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。

优势: 第一, 通过房车租赁公司、共享房车公司和限制房车车主三方的合作分散了经营风险, 缓解了房车租赁公司的资金压力, 降低了经营成本, 能有效实现企业的低投入高产出; 第二, 在房车供应方面, 通过建立统一的平台, 扩充了房车的供给量, 也增加了可供消费者选择的房车类型, 能满足用户的多样化需求; 第三, 企业通过运用“云计算、大数据、物联网、移动终端”技术, 整合技术和信息等资源优势, 能有效锁定目标客户群体, 通过精准的投放广告、增加曝光度等方式, 能提高闲置房车资源利用效率, 降低运作成本; 第四, 混合模式一方面既保留了B2C模式和C2C模式的原有客户和业务收入, 另一方面通过两种模式的结合可以吸引更多客户, 从而有利于企业扩大用户群体和业务收入。

劣势: “C2C+B2C”混合模式的缺点主要表现在企业对于房车缺乏控制, 由于房车的所有权归属于闲置房车车主和房车租赁公

司, 只有当二者同意将房车借出时才能发布到平台, 因此企业无法对房车自行配置。

机遇: 第一, 2020年来受疫情影响, 房车市场的发展速度减缓, 大规模的房车公司较少, 新型模式的房车企业还有很大的发展空间; 第二, 国内房车的消费群体不断增长, 并且随着我国经济的快速发展, 国外游客越来越多, 从而提高了对房车的需求; 第三, 国家政策支持推动房车市场不断发展, 2019年国家发改委等部门出台的《推动重点消费品更新升级畅通资源循环利用实施方案(2019-2020年)》指出: “积极探索住行一体化消费模式, 统筹规划建设旅居车(又称房车)停车设施和营地, 完善配套水电、通讯等设施, 促进旅居车市场发展。”

威胁: 首先, 当企业处于发展初期规模较小时, 可能会面临一些成熟房车企业的低价格竞争; 其次, 对于乡村旅游, 存在新型旅游方式竞争的可能性。

优势: 分散风险, 降低成本 满足多样化需求 运用信息技术, 提高利用率 增大用户群体	劣势: 缺乏对房车的支配权 自由度较低
机遇: 市场发展空间大 消费群体增长 国家政策支持	威胁: 初期规模小, 易受排挤 存在新型模式的竞争

4 研究结论和建议

4.1 结论

目前, 国内关于四川省房车旅游的研究大部分处于空白。根据现有文献及实际发展来看, 可以认为四川省房车旅游研究可以在以下几方面深入。

①房车旅游的消费者研究至关重要, 能方便人们更精确地落地符合市场的产品、满足客户需求。

②从自驾游来看, 安全问题仍然很严峻, 房车旅游旅途路程较长, 所以安全问题非常重要, 分析研究安全方面的变量, 可以为房车旅游消费者提供学习依据。

③国家大力推动乡村旅游、房车旅游等的根本原因是其在稳增长、促消费、减贫困和惠民生等方面具有积极作用, 因此, 学术研究可以聚焦在和精准扶贫的关系上, 研究预测房车旅游在精准扶贫方面的作用。

本次调查以乡村振兴战略及发展共享经济为背景, 采用文献研究、问卷调查等形式, 了解房车旅游现状及其发展前景; 分析房车租赁公司、共享房车公司及闲置房车车主三者进行合作以致实现共赢的必要性; 辨析传统的B2C模式与新型的C2C模式各自的优缺点, 以寻找当前乡村房车旅游存在的问题, 从而明确“C2C+B2C”混合型乡村房车旅游模式的具体内容; 最后对提出的“C2C+B2C”混合型乡村房车旅游模式进行分析, 表明了新模式的确能够优化和改进原有模式的不足, 从而提高闲置房车资源利用率, 满足城市居民便捷的旅游需求, 促进乡村经济和共享经济的发展。

参考文献:

- [1] 赵玉洁. 安徽省房车旅游的SWOT研究[J]. 安徽商贸职业技术学院学报, 2017, 16(4): 29-33.
- [2] 赵钊. 共享经济背景下传统房车租赁公司转型研究[D]. 北京: 对外经济贸易大学, 2018.
- [3] 田艳平. 我国房车旅游发展的SWOT分析及其发展建议[J]. 中国集体经济, 2012(4): 140.

作者简介:

刘巧(2000.02-) 汉族, 四川内江人, 本科, 研究方向: 金融工程。