

共享经济与重庆建设 世界一流旅游目的地

世界旅游城市联合会专家委员会主任
全国休闲标准化技术委员会副主任
中国旅游协会休闲度假分会秘书长

魏小安

一、关于共享经济

1、历史的扫描

- ---渔猎经济形态：

- 分，群体生存，共同分配。

- ---农业经济形态：

- 租，小农经济的变迁，所有与耕作的关系变化。

- ---工业经济形态：

- 离，作坊到工厂的变迁，所有权与运营权分离。

- ---现代经济形态：

- 融，主导地位的变迁，生产要素的融合。

- ---未来经济形态：
- 共，资源运用的变迁，共享经济的范式。
- ---每一个阶段的变迁都没有排除上一个阶段的特质，共享始终存在于人类生活之中。
- 当代的特点是，从生产端到消费端，从而混同了生产与消费，产消者，产生链条式、板块式、平台式运作。我们正在进入一场革命。
- “改变生活方式的经济体制” “指数级增长，数字化进步，组合式创新”

2、共享经济的思考

- ---消费多元化是市场基础，多元化产生了碎片化，要求供给的多样化。
- ---互联网是决定性的实现手段，在互联网平台上，一切成为可能。
- ---所有权与支配权逐步淡化，使用权与消费权逐步上升，服务经济主导。
- ---复合将成为主流，复合型产品，复合型消费，复合型工作，复合型身份，复合型社会。
- ---平台型企业顶天，细化型企业落地，模式型企业中坚。

● --- 闲置与流动

- 闲置就是浪费，流动就能配置，让闲置流动起来，是共享经济的根本。
- 资金闲置，多种投资方式产生
- 物品闲置，多种共享方式产生
- 空间闲置，多种配置方式产生
- 时间闲置，多种休闲方式产生
- 现代社会，信息的充分流动，创造了一切流动的基础；交通的充分流动，形成了一切流动的条件；零边际成本，是一切流动得以涌流的根本。

- ---从市场经济到协同经济，从交换价值到共享价值。
- “在第三次工业革命的经济模式之中，时间成了稀缺的资源 and 交换的关键组成，服务的获得超越了所有权成为主要的商业驱动力”
- “第三次工业革命带来的机会：活着是为了游乐”

3、成长中的烦恼

- ---传统阻碍：一是传统势力，直接利益冲突，专车与出租车，短租与酒店。二是传统观念，一切都乱了。三是传统管理，找不到管理对象，难以形成管理规则。
- 任何一种新技术都会产生新形态，任何一种新形态都会引发上述问题，屡见不鲜，都会解决。
- ---法律法规：对应共享经济，形成新的法律法规，是世界性的问题。先发展，后规范，也是普遍性的。

- ---信用问题：在中国转轨变型的过程中格外突出，普遍不信任，社会无底线。而共享经济的基础是信任和信用，互联网提供了解决之道，各类信息丰富，运作透明，保障机制和赔偿机制建立。
- ---市场竞争：一个新的形态产生，模仿者众，后起者多，恶性竞争很快产生，一是削价竞争，二是补贴竞争，都难以持续，但会很快败坏共享经济的声誉。清者自清，浊者自浊，但是需要市场知晓，建立品牌。

- ---众筹模式：设计众筹，产品众筹，资金众筹，市场众筹。适应中国“打团伙”“抬会”的传统，也会形成“吃大户”的现象。
- 成长中的烦恼，发展中的困难。
- 充分相信市场的力量，农家乐的成长就是如此，放手就是支持。
- 政府有关部门，有的还没有意识到，有的正在纠结，有的正在观察。

二、关于重庆旅游

1、重庆特色

- 特大型城市，8.24万平方公里，3016万人，世界最大的山水城市，具有唯一性。
- 2015年GDP15720亿，三次产业结构，7.3:45.0:47.7。工业化发展中后期。
- 历史重镇，军事重镇，交通重镇
- 发展高地，开放高地，旅游高地
- 环境福地，生活福地，休闲福地

- 2015年，接待3.92亿人次，收入2250亿，发展进入快车道，规模大，仍然可以高速增长，关键在于市场。
- 点，景点；线，旅游线；面，旅游节点；域，目的地；境，场景，境界；精，精品拉动。
- 城市即旅游，超越城市，创造新格局
- 村庄是景区，庭院是景点，街巷是风景线，超越农民，超越现状，追求未来。

2、重庆感受

- 一座历史凝结的城市，一座文化积淀的城市，一座浩气长存的城市，
- 一个立体交叉的城市，一个山峦矗立的城市，一个碧水环绕的城市，一个桥梁连接的城市，一个竖琴弹拨的城市，一个流光溢彩的城市，
- 一个全面享受的城市，眼耳鼻舌身心神，一个舍不得离开的城市。
- 特色重庆，重感欢庆。

3、发展目标

- 第一，高目标。对应后工业化的市场，谋求后工业化的发展，建设世界一流旅游城市。世界级，水平要求。世界性，市场要求。世界一流，品牌要求。
- 中国一流：一流格局山水情，一流环境遍城乡，一流模式超前越，一流品质人人夸。二线城市不是二流城市，一线城市未必能够成为一流城市。
- 世界一流：市场依托，资源独特，个性化表现，差异化格局。

- 第二，深目标。建设强大的旅游产业体系。强市场，强品牌，强地方，强企业，强文化。
- 怕小不怕大，怕窄不怕宽，怕近不怕远，怕浅不怕深。中国旅游世界化，世界旅游中国化
- 用旅游激活城市，以激情创造明天
- 游在重庆，吃在重庆，住在重庆，玩在重庆，买在重庆，养在重庆。健康到重庆，快乐到重庆，享受到重庆，发财到重庆，发展到重庆。

三、共享经济推动发展

1、发展中的更新

- ---中央提出，创新、协调、绿色、开放、共享，五大发展理念，顶层设计的指引。
- 国务院文件中，几次明确支持旅游新业态的发展，大思路形成。
- ---共享休闲全面对应：形态创新，协调共融，零边际成本，资源利用，开放发展，社会共享，经济共享，文化共享，服务共享，感情共享。
- ---扩大规模，优化结构，提高水平，增强效益。历时态的重点，共时态的存在。

- ---聪明的管理者，观察，研究，规范，促进。不多事，不消极。
- ---聪明的经营者，做好产品，做大平台，做精服务，做强品牌。
- ---聪明的消费者，比较，选择，参与，个性追求，共同生产。消费者全面参与、深度参与，就是从设计、配置、消费、调整、创造，消费者都介入，这时候消费者觉得和旅游的运营服务是一体化的，很多个性化的需求能体现出来，就是融入互联网生活。

2、重庆的对应

- 中国现代市场经济发育，不过30年，产权观念刚刚建立，淡化产权，强化使用权，容易接受。这是中国发展共享经济的一个特点，也是一个优势。
- 重庆作为特大型城市，基础设施完善困难，需要互联网补足，产生共享经济发展的需求。
- 城乡一体化发展，山高水长，需要外来需求推进，形成共享经济发展的条件。
- 建设突飞猛进，同时产生了相应的闲置，需要全面配置，促进流动。

3、强化软开发

- ---强化软开发，基础是互联网+，目标是共享发展。
- 有些地方，执政者好大喜功，开发商贪大求洋，规划者推波助澜，评审者随波逐流。
- 少花钱，多办事，办好事，好办事
- 格外需要重视软开发，锦上添花，提升效益，
- 一是现有建设充分利用，二是缺少的项目补足，三是内容单薄的项目丰富

- ---软开发的主要内容：
- 策划：思路，定位，战略
- 规划：空间配置，土地利用，产品谋划，多规合一，旅游特点。
- 设计：项目落地，风格突出，特色形成
- 活动：活动也是产品，活动增加魅力
- 营销：敢吹会吹经得起吹
- 品牌：品牌形成吸引力，形成竞争力

谢谢大家