

厦门大学经济学院  
“租奇制胜”  
暑期社会实践队

# 策划书



## 目录

一、实践内容介绍 .....	1
(一) 实践背景及实践目的.....	1
(二) 文献综述 .....	4
(三) 相关研究 .....	5
(四) 课题综述 .....	8
1. 思路综述 .....	8
2. 调研方法概述.....	8
(五) 具体实施方案.....	10
(六) 补充性调研 .....	18
(七) 可行性分析 .....	22
(八) 可能遇到的问题及解决思路.....	24
(九) 创新性分析 .....	26
二、调研进程和内容规划.....	27
(一) 线下调研 .....	27
1. 第一轮预调研.....	27
2. 第二轮预调研.....	28
3. 正式调研 .....	28
(二) 线上调研与检验.....	29
(三) 实践计划总安排表.....	30
三、宣传策划 .....	32
(一) 宣传时间规划.....	32

(二) 宣传形式 .....	32
(二) 线下宣传 .....	34
(三) 具体过程 .....	36
四、财务预算 .....	36
五、团队简介 .....	37
(一) 团队名称及队徽.....	37
(二) 指导教师简介.....	38
(三) 学术指导简介.....	38
(四) 团队成员简介.....	39
(五) 团队分工 .....	42
六、实践队章程 .....	42
(一) 团队纪律 .....	42
(二) 安全注意事项.....	43

## 一、实践内容介绍

### (一) 实践背景及实践目的

#### 1. 课题背景

##### (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，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。

## 2. 课题目的

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。

### (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(Trust Cloud),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(labor)。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) 相关研究

短租行业的迅速兴起和发展吸引了公众也注意力,目前对中国在线短租行业的研究主要来自于各大新闻网站、报纸杂志,酒店行业研究院等。很少有专业的学术论文发表。目前已有的研究成果主要包括以下几个方面:

#### 1. 国内不同短租平台之间的对比

这个部分重点关注各大平台的独特之处和制胜之处,主要手段为信息搜集和整理。结果中较有代表性的短租平台及其特点有:

蚂蚁短租	赶集网创业项目,价格低廉,市场份额大,已完成多轮融资,与芝麻信用分合作
途家网	房源多为中高端类型,已完成多轮融资
木鸟短租	对房东上门考核,正在建立成熟的信用安全机制
小猪短租	形式多样,多举办线下活动,以“做有人情



	味”的短租为理念
游天下	房东可选择由游天下管理人员进行托管，房源延伸至海外
快乐租	将旗下短租平台进行分类，提供套系产品
住百家	房源皆为海外房屋，提供链接房东与租户的文化体验服务

## 2. 短租行业发展趋势统计及市场发展预测

这一部分主要研究方为速途研究院。主要研究成果和结论有：

- (1) 在线短租市场发展迅猛，前景大好，其市场规模于 2015 年突破 100 亿元人民币。
- (2) 在线短租市场竞争激烈，其中蚂蚁短租市场规模排名第一，木鸟短租和游天下家紧随其后，形成“三足鼎立”的局面。各大平台都在完善自己的特色，争取更大市场份额，而且除了这四家以外，其他企业也有爆发的可能性。
- (3) 从 APP 评分看来，行业整体好评度较高。
- (4) 连年上涨的房屋空置率会刺激在线短租行业的发展，行业发展潜力巨大，未来很有可能产生更大竞争。
- (5) 从政策层面看，国家政策扶持“互联网+旅游”，不久前颁发了《关于加快发展生活性服务行业促进消费结构升级的指导意见》明确支持短租行业；李克强总理在参加 2015 年夏季达沃斯论坛时还指出要拓宽我国分享经济的新领域。以上这些政策都让业界和学界看好短租行业的前景。
- (6) 立法的缺失也让一些人担心短租行业能否撑过这段灰色时期。

## 3. 短租平台使用人群的分析

这一部分主要研究方依然为速途研究院。主要研究成果和结论有：

- (1) 在线短租的用户分布以大城市为主，北京居于首位，上海和广东紧随其后。但未来三四线城市也可能成为主要市场。
- (2) 在线短租人群主要以年轻人为主，作者分析这可能与青年人接受新事物能力快，思维转变迅速有关。同时，同学聚会也可能成为一个巨大的需求点。

(3) 租客以企业白领为主，占 40%，在校学生对短租公寓需求也很大。作为相对开放和学历水平较高的年轻群体，白领和学生更愿意使用这种高性价比的住宿方式。

(4) 目前使用短租的主要目的还是旅游和出差，但待日后短租行业性价比进一步提高，环境更加人性化，人们选择短租平台的目的是会更加多样化。

(5) 用户更倾向于选择经济性的房屋，这也是分享经济的一个核心。这种情况下，合理配置资源的方法总是能节约成本，受到消费者的喜爱。

## 4. 在线短租行业对传统酒店行业的影响

对于这一问题主要有两类观点。第一类观点更愿意相信短租和传统酒店业是互补关系。面对旅游消费者越来越个性化的需求，酒店不能完全满足消费者体验的情况，短租刚好是个补充；反过来看，消费者对酒店的需求也不会减少，尤其是商旅客人、会议团队等，还是更依赖于酒店的服务模式。这类观点普遍存在于短租行业从业者和大型酒店集团管理者当中。来自中国旅游研究院的专家也提出：目前趋势看来，短租公寓不仅是住宿服务业有利的补充，还盘活了大量闲置房产，带动了就业。

然而另一类观点则认为，短租业对酒店形成竞争。因为短租公寓的租客大多数属于非本地以家庭为单位的出游群体，是酒店的重要客源市场。政务、会议市场正在逐年缩减，再加上短租行业服务品质的提高，会对传统短租业构成威胁。

相关定量分析尚无结论。

## 5. 中外短租行业模式的对比

这一部分研究也主要集中于各大平台之间的对比，重点在中外平台盈利模式的对比。研究者发现：

(1) 国内短租平台以赚取销售佣金为主要盈利模式，比例在 5%到 10%不等。当然也有例外者：游天下为了积累用户采取了免收佣金，短期内不盈利策略；途家网增加了一个盈利点，以提供物业费以外的管理成本，获得双方收入五五分成。

(2) 国内的大部分平台都是模仿了国外短租平台巨头 Airbnb 的模式。但国外其他短租平台的行业模式各不相同，如：Homeaway 采取的是“广告+佣金+增值服务”的多元盈利模式。增值服务包括提供旅游保险，房屋保护等。

(3) 有研究者认为，盲目照抄 Airbnb 的模式也许是国内短租业屡遭挫折的原因之一。

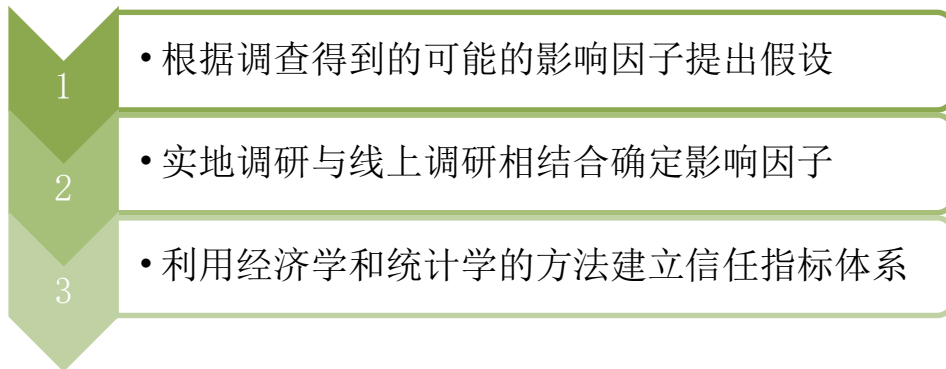
多元化的盈利模式可能更加适合刚起步的国内平台。

## （四）课题综述

### 1. 思路综述

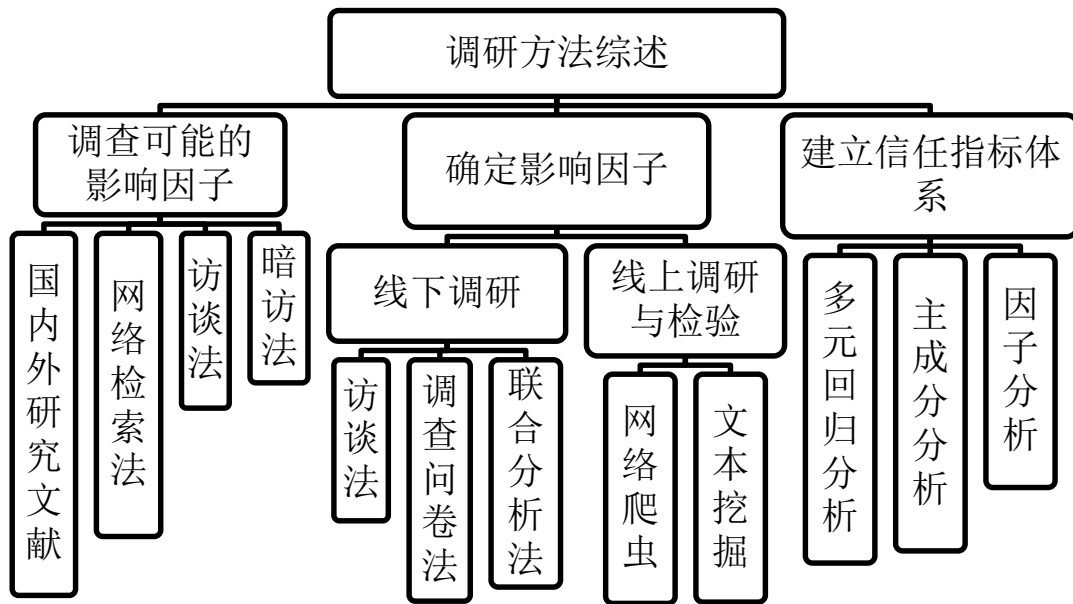
本课题对中国的在线短租平台发展过程中的信任机制进行了系统研究。通过国外大量文献中针对 Airbnb 的研究，我们发现目前国内尚缺乏对中国境内在线短租市场整体信任度的综合研究。在线平台的信任度作为系统变量，是由若干个潜变量（影响因子）解释的函数。结合短租平台的实际，本课题将会建立系统的指标体系与结构模型。

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。



### 2. 调研方法概述

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。



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（Text Mining）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。

## （五）具体实施方案

### 1. 根据调查得到的可能的影响因子提出假设

#### （1）实施方案

a. 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。

b. 新闻检索，主要来自：搜狐，网易，新浪等各大新闻平台。

c. 社区讨论，主要来自知乎平台用户对短租行业的讨论。

d. 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）

e. 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）调查得到的可能的影响因子

a. 房屋描述的真实程度（图片是否真实，选取的角度是否合理，描述是否太过主观）

b. 不确定房子卫生状况（可能不相信房东会把房子处理的很干净）

c. 房子的地理位置（房客倾向于选择治安更好的地区）

d. 历史价格波动程度（在消费者挑选房子的期间出现大额租金变动）

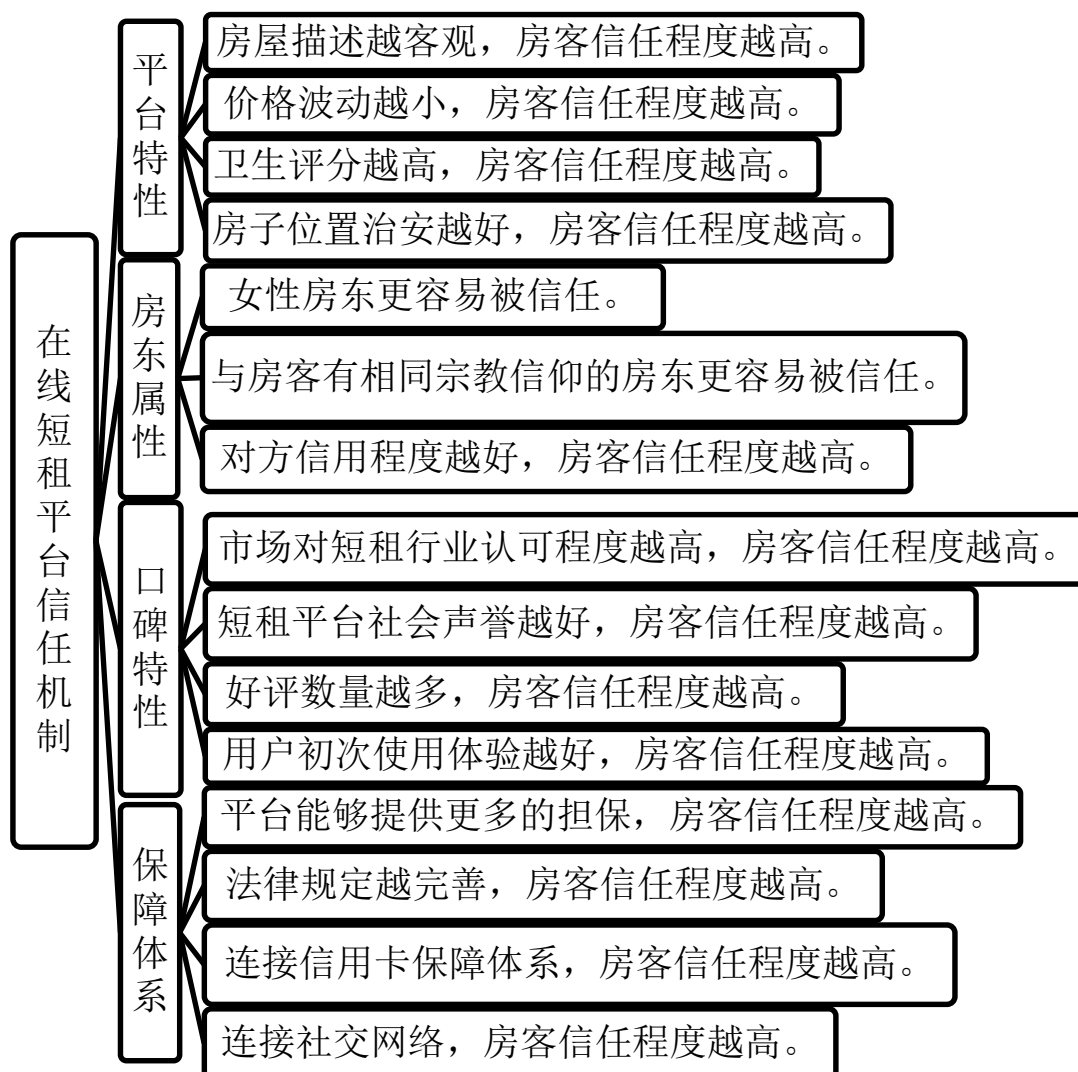
e. 房东的性别

- f. 房东的宗教信仰
- g. 信息不对称导致的对对方人品的不了解(无法确定对方人格如何,会不会威胁到自己,会不会突然取消订单)
- h. 市场对短租行业的认可程度(短租在整个住宿业中的发展情况)
- i. 舆论导向(短租平台的社会声誉等)
- j. 在线短租平台的评论特别是好评数量(评论过少的房源质量存疑,评论过多也可能会有刷单的行为)
- k. 用户的使用体验(如果初次使用有不愉快的经历,是否影响后续选择)
- l. 平台能提供的担保程度(财产保障,人身安全保障,赔偿等)
- m. 信任担保体系(是否连接银行卡信用体系,支付宝芝麻信用等)
- n. 法律能提供的保障(是否有相关的法律法规让消费者可以维权)
- o. 熟人效应(是否连接社交网络)

### (3) 提出假设

- a. 房屋描述越客观,房客信任程度越高。
- b. 卫生评分越高,房客信任程度越高。
- c. 房子位置治安越好,房客信任程度越高。
- d. 价格波动越小,房客信任程度越高。
- e. 女性房东更容易被信任。
- f. 与房客有相同宗教信仰的房东更容易被信任。
- g. 对方信用程度越好,房客信任程度越高。
- h. 市场对短租行业认可程度越高,房客信任程度越高。
- i. 短租平台社会声誉越好,房客信任程度越高。
- j. 好评数量越多,房客信任程度越高。
- k. 用户初次使用体验越好,房客信任程度越高。
- l. 平台能够提供更多的担保,房客信任程度越高。
- m. 法律规定越完善,房客信任程度越高。
- n. 连接信用卡保障体系,房客信任程度越高。
- o. 连接社交网络,房客信任程度越高。

其概念模型如下图:



## 2. 实地调研与线上调研相结合确定影响因子

### (1) 实地调研

#### a. 设计调查问卷

主要发放对象：厦门市使用短租平台的房东、使用短租平台的房客、游客、学生

主要内容：影响因子在信任机制中的作用；对不同的群体设计不同的文件；明确不同的群体（有没有使用过短租平台）；对潜在用户群体（学生）进行分析；

b. 设计联合分析模型

主要发放对象：游客、使用短租平台的房客

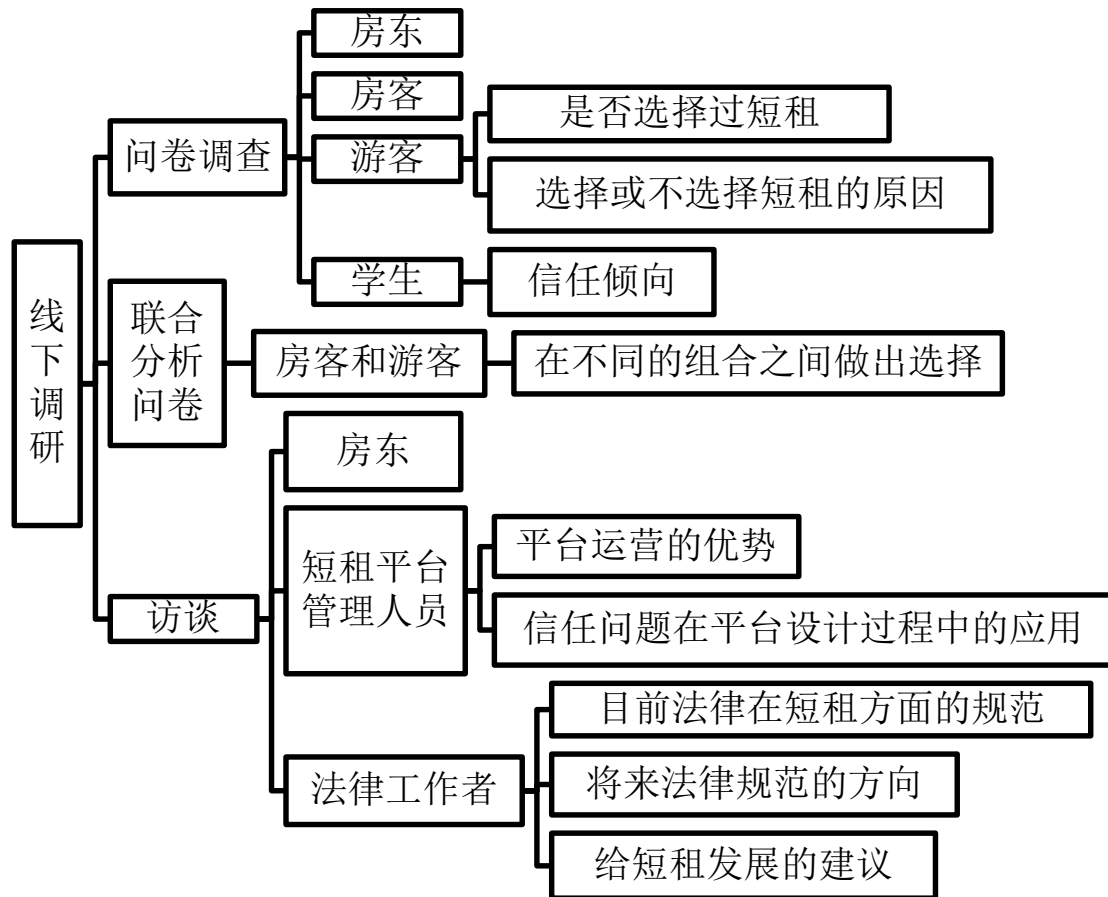
主要内容：筛选一组要素，要素之间随机形成不同组合。

c. 访谈

主要访谈对象：使用短租平台的房东，房客；小猪短租，蚂蚁短租，游天下，途家等平台的管理人员；知乎用户中寻找到的其他短租平台的创始人；法律工作者

访谈主要内容：主要是检验影响因子在信任机制中的作用；其中对法律工作者咨询短租平台在法律方面存在的问题，目前法律规范的程度以及将来立法的可能方向。

d. 调研框架及侧重方面



(3) 线上调研与检验

a. 网络爬虫

a) 主要爬取网站：

短租平台（蚂蚁短租，游天下，途家，小猪短租，Airbnb）

关于短租的新闻（以百度新闻为入口爬取关于短租的全部新闻）



讨论社区（知乎）

b) 主要爬取内容：

短租平台：评论数，好评数，成交数，房东个人信息，价格，评论内容

关于短租的新闻：以百度新闻为入口，输入关键词‘短租’之后爬取所有关于短租的新闻的全文

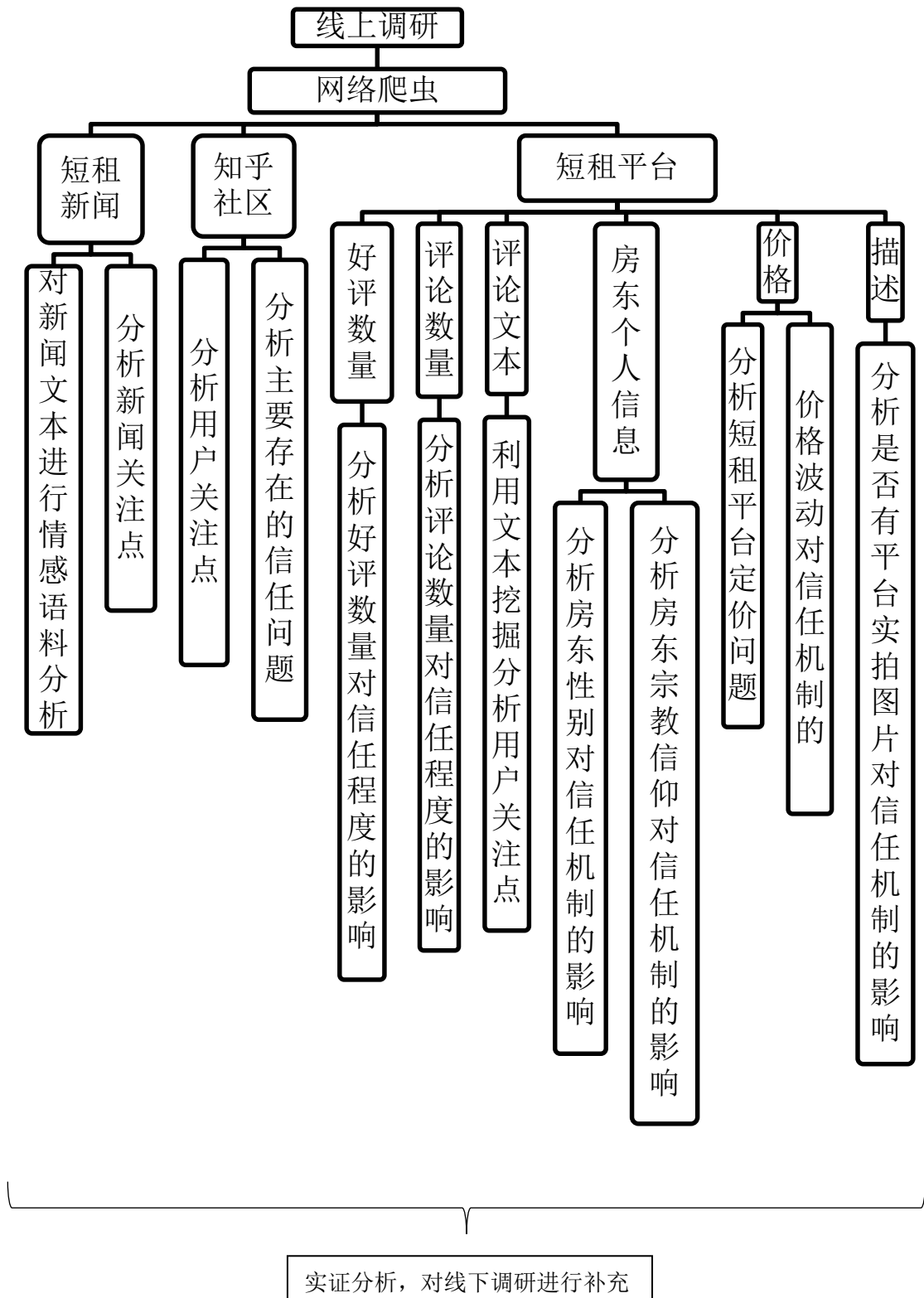
讨论社区知乎：爬取‘短租’话题下所有的答案

b. 文本挖掘

词频统计：对新闻全文，知乎答案以及短租平台上评论的内容提取出来进行词频统计

语料分析：对文本进行情感语料分析

c. 调研框架及侧重方面



### 3. 利用经济学和统计学的方法建立信任指标体系

#### (1) 多元回归分析

a. 多元回归是研究一个因变量与两个或两个以上自变量的回归，亦称为多元线性回归，是反映一种现象或事物的数量依多种现象或事物的数量的变动而相应地变动的规律。建立多个变量之间线性或非线性数学模型数量关系式的统计方法。

b. 一般流程为：

开始→对不在方程中的变量考虑能否引入→引入变量→对已在方程中的变量考虑能否剔除→结束筛选

c. 主要方法

a) 普通最小二乘法(Ordinary Least Square, OLS)普通最小二乘法通过最小化误差的平方和寻找最佳函数。通过矩阵运算求解系数矩阵

$$\hat{\beta} = (\mathbf{X}^T \mathbf{X})^{-1} \mathbf{X}^T \mathbf{y} = (\sum \mathbf{x}_i \mathbf{x}_i^T)^{-1} (\sum \mathbf{x}_i y_i).$$

b) 广义最小二乘法(Generalized Least Square)是普通最小二乘法的拓展，它允许在误差项存在异方差或自相关，或二者皆有时获得有效的系数估计值。其中， $\Omega$ 是残差项的协方差矩阵

$$\hat{\beta} = (\mathbf{X}^T \Omega^{-1} \mathbf{X})^{-1} \mathbf{X}^T \Omega^{-1} \mathbf{y},$$

c) 主要应用 Matlab、Spss、SAS 等软件，这些都是进行多元线性回归的常用软件。

## (2) 主成分分析

a. 主成分分析 (Principal Component Analysis, PCA)，是一种统计方法。通过正交变换将一组可能存在相关性的变量转换为一组线性不相关的变量，转换后的这组变量叫主成分。在我们的课题中，为了全面分析问题，我们提出了很多与此有关的变量（或影响因子），因为每个变量都在不同程度上反映信任程度的某些信息。

b. 主要步骤：

a) 数据标准化

b) 求相关系数矩阵

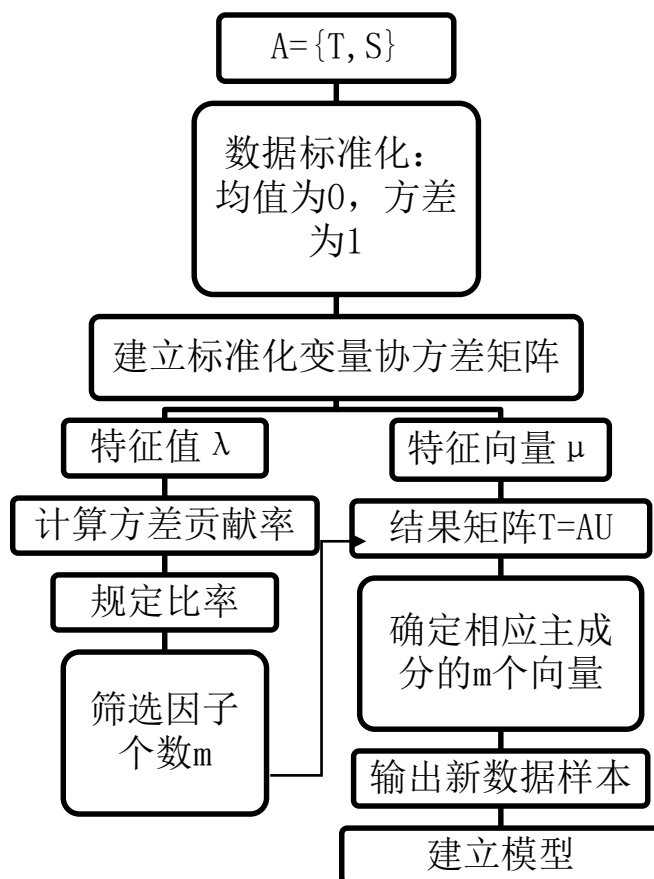
c) 通过一系列正交变换，使非对角线上的数置 0，加到主对角上

d) 得特征根系（即相应那个主成分引起变异的方差），并按照从大到小的顺序把特征根排列

e) 求各个特征根对应的特征向量

f) 用公式计算每个特征根的贡献率  $V_i; V_i = x_i / (x_1 + x_2 + \dots)$

g) 根据特征根及其特征向量解释主成分物理意义



### (3) 因子分析

a. 因子分析是指研究从变量群中提取共性因子的统计技术。最早由英国心理学家 C. E. 斯皮尔曼提出。影响短租行业的因素众多，其中某些因子可能会存在相关性。因子分析可在许多变量中找出隐藏的具有代表性的因子。将相同本质的变量归入一个因子，可减少变量的数目，还可检验变量间关系的假设。

#### b. 主要方法

a) 探索性因子分析法 (Exploratory Factor Analysis, EFA)。

主要步骤为：

- 辨认、收集观测变量
- 获得协方差矩阵（或 Bravais-Pearson 的相似系数矩阵）
- 验证将用于 EFA 的协方差矩阵（显著性水平、反协方差矩阵、Bartlett 球型测验、反图像协方差矩阵、KMO 测度）
- 选择提取因子法（主成分分析法、主因子分析法）
- 发现因素和因素载荷。因素载荷是相关系数在可变物和因素
- 确定提取因子的个数（以 Kaiser 准则和 Scree 测试作为提取因子数目的准则）

- 解释提取的因子

b) 验证性因子分析(Confirmatory Factor Analysis)。验证性因子分析法是对社会调查数据进行的一种统计分析。它测试一个因子与相对应的测度项之间的关系是否符合研究者所设计的理论关系。

主要步骤为：

- 测度模型
- 因子模型

## (六) 补充性调研——Airbnb 模式本土化艰难原因探究

### 1. 调研背景

短租行业起源于美国的 BnB (Bed & Breakfast) 模式，是北美地区的一种固有文化。BnB 和酒店的区别明显，除了规模不同，最典型的区别就在于“是否雇佣职业管理人员”。BnB 分享的是闲置资源和细小的时间投入。随着经济的发展，在这种固有文化发达的地区，“Airbnb 模式”开始出现，并随着互联网浪潮的发展衍生出了大量的在线短租交易平台。“Airbnb 模式”在“BnB 模式”的基础上进行了改进——他们中的很多是不提供早餐的，而早餐是“BnB 模式”的灵魂。正是因为这一点，Airbnb 大大降低了开设 BnB 的成本，在房客入住的时候，房东可以选择不出面，这种提升节省了时间，降低了分享闲置资源的门槛。

同时，与 Airbnb 相比，传统酒店有其巨大的劣势：每一次在新的地方开店，它们必须建造一个新的酒店（一般至少要三四年），或购买一个现有的酒店。它们必须雇佣厨师，行政和打扫清洁卫生的人员，必须花钱装修维护旅馆，还要应付各种各样琐碎的事情。这样的商业模式增长速度慢，基本上是线性的。Airbnb 则没有这样的限制，它利用现有的丰富的房产资源，用极低的组织成本把这些资源纳入自己的生态圈内。它的未来增长在相当长一段时间内不会存在像传统旅馆那样的时空限制。

事实上，Airbnb 在 2007 年创建之后在北美地区取得了巨大的成功。到 2015 年，Airbnb 估值超过 250 亿美元，超过 3000 万房客使用 Airbnb 平台订房，Airbnb 的订房数量早已超过最大的酒店集团，被称为“世界上最大的酒店”。波士顿大学有研究报告表明，如果在一个地方 Airbnb 的供给增加 10%，就会导致当地旅馆营收下降 0.35%。因此这种模式开始向世

界各地扩散并且在很多地区取得了巨大的成功。

然而，由德国 Rocket Internet 有限公司投资设立，于 2011 年 6 月成立于北京的爱日租，完全复制了 Airbnb 的模式，却因为销量惨淡，在烧掉千万美金后退出市场；中国本土兴起的短租平台也和 Airbnb 存在着许多不同，Airbnb 模式在中国的本土化过程中面临着诸多问题。

我们的主课题从这些问题中选取了信任机制进行单独细致的研究，但要考察整个在线短租行业的发展，我们仍需要考虑更多的因素。因此我们在调查主课题的同时广泛收集资料，并在访谈和问卷调查过程中探讨了影响 Airbnb 模式本土化的其他问题。

## 2. 调研目的

随着社会与经济的发展，分享经济已经成为一种不可逆转和遏制的新型经济模式。它催生了一种新型的社会分工方式，改变了传统的雇佣模式和就业模式，人们可以依照自己的兴趣和技能，灵活选择工作机会，以自雇型劳动者的身份参与到经济活动中，而无须依托相关企业，催生了更多自由人的诞生，使得就业机会的重要性越来越明显。分享经济能够吸纳产业升级过程中的大量冗余的人力资源，无论是脑力劳动者还是体力劳动者，不论就业门槛高低，没有烦琐的流程步骤，就能在网络分享平台上将闲置资源在全社会分享，并获得合理的收入。

研究 Airbnb 模式在本土化过程中出现问题的原因，能够帮助我们更好的认识短租市场，以整体的视角分析，更好地为房东，为短租平台，为政府制定决策提供建议。

## 3. 调研意义

中国分享经济的发展也正在进入黄金期，首先是市场规模给力，中国拥有全球最庞大的用户群，分享经济在中国非常有群众基础。截至 2015 年 12 月，我国手机网民规模达 6.20 亿，是单一经济体移动网民拥有数最大的。而且中国网民愿意分享，据尼尔森 2013 年在全球开展的对参与分享的意愿调查，94%的中国受访者都喜好与他人分享，此比例名列各国榜首，可见分享经济在中国的人气之旺。其次，是风险投资给力，分享经济初创企业非常受欢迎。截至 2015 年底，估值超过 10 亿美元的独角兽企业已经超过 16 家，覆盖 8 大行业。当然，我们也注意到，全球性的投资高潮，正在伴随着投资行业的发展周期开始收缩。尽管创业融资在部分领域变得有点困难，但总体来看，国内外风险投资机构手里的资金，还可以支

持分享经济创业发展 2~3 年。第三是公共环境给力。中共十八届五中全会报告、2016 年的两会政府报告都提到分享经济。反映出的不仅是中央对分享经济的看重，还表明了坚定的立场和鲜明的态度。

因此，补充性调研的意义主要有以下几点：

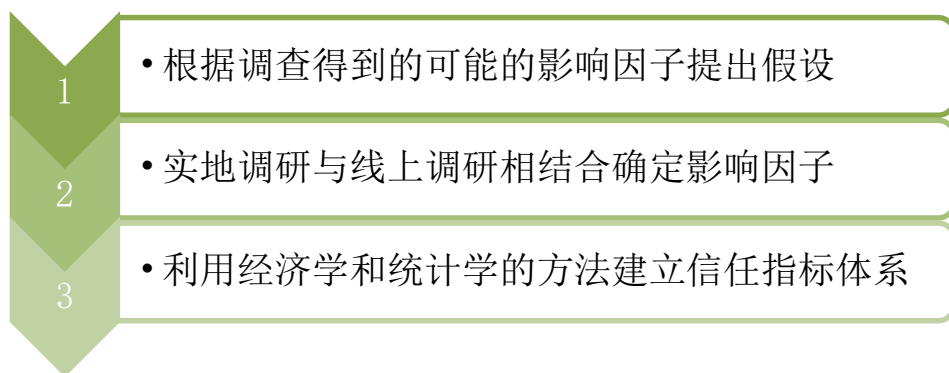
(1) 整体考量“Airbnb 模式”在中国本土化过程中出现问题的原因。这是对我们主课题的补充，能够使我们影响短租行业发展的因素有整体把握，更好地为短租市场的发展提出建议。

(2) 为政府制定决策提出建议。通过大致分析在线短租市场存在的问题，我们对短租市场发展模式有更加清晰的认识和分析，可以为政府制定决策提供更多的建议。

(3) 为分享经济文化在中国的发展提出建议。分享经济浪潮已经向中国袭来，中国市场巨大，资本追捧，政策给力，从产业发展角度来看，分享经济在中国已经步入了黄金期。当下，有的细分领域开始萌芽，有的细分领域高速成长，有的领域面临爆发期……这些现象意味着分享经济未来有巨大的发展空间。而短租行业作为分享经济的代表，它的发展经验可以给分享经济的发展提供启示，从而促进整个分享经济模式在中国的发展。

## 4. 具体研究思路

### (1) 思路综述



#### a. 前期资料查询

与主课题同步进行。

#### b. 分析可能的影响因子

a) 中国传统酒店业住宿价格（中国酒店业价格与国外相比偏低）

b) 文化因素（中国人不愿意租住到陌生人的家里）

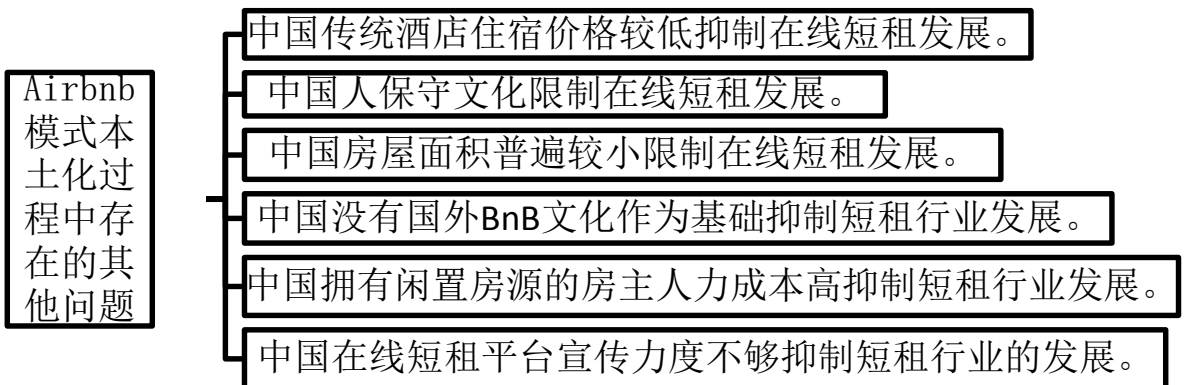
c) 中国房屋面积限制（中国由于人口众多，房屋面积相对国外较小）

- d) 没有 BnB 模式的基础（BnB 作为固有文化直接影响 Airbnb 的产生）
- e) 人力成本高（中国闲置房源拥有者一般拥有较多财富，不愿意花时间参加 Airbnb）
- f) 宣传力度不够（国内短租平台宣传较少）

c. 建立假设

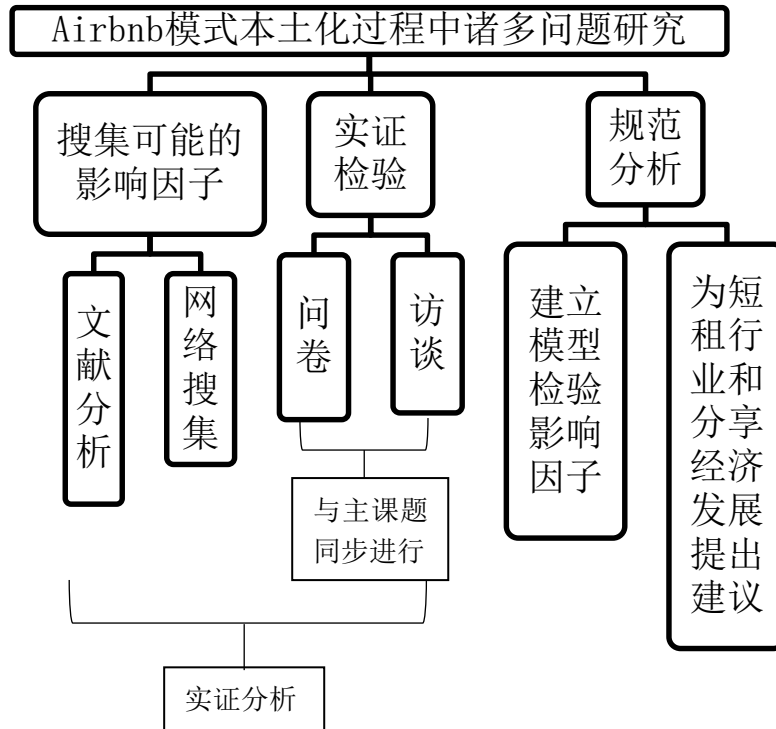
- a) 中国传统酒店住宿价格较低抑制在线短租发展。
- b) 中国人保守文化限制在线短租发展。
- c) 中国房屋面积普遍较小限制在线短租发展。
- d) 中国没有国外 BnB 文化作为基础抑制短租行业发展。
- e) 中国拥有闲置房源的房主人力成本高抑制短租行业发展。
- f) 中国在线短租平台宣传力度不够抑制短租行业的发展。

d. 思路框架



e. 实施方案





## （七）可行性分析

### 1. 选题的新颖性和实时性

#### （1）关注社会热点

在旅游产品消费者群体年轻化的今天，越来越多消费者期望在住宿服务业中寻找个性化的体验，在线短租平台应运而生。国内短租平台自 2011 年起步以来，发展迅猛，市场规模不断扩大，于 2015 年突破 100 亿元。研究短租平台相关问题，体现了本次实践对社会热点时事的关注。

#### （2）顺应政策形势

2015 年召开的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制定“互联网+”计划，促进电子商务健康发展。而在线短租平台正是“互联网+旅游”的一个典型代表。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》，表示要积极发展短租公寓。这些都表明短租平台将会成为日后的政策热点。

#### （3）方向新颖性，填补空白

鉴于以上原因，社会对短租平台的研究热度从未消减。但本次实践的选题不是盲目跟风，而经过了仔细的考虑和权衡。我们认为：由于时间，资金等方面的限制，对已有方向进行再

次调研虽然更加省时省力，但难以得出建设性的实践结果。同时，我们注意到，对于分享经济十分重要的信任机制问题尚未成为研究重点。因此，虽然实践过程会困难重重，但同时也更有意义。

## 2. 实际开展的优势

### (1) 团队组成合理性

团队成员分别来自经济学院、王亚南经济研究院、人文学院、公共事务学院、艺术学院等多个学院，各有所长，分工明确，基本能够解决调研过程中遇到的跨专业问题。

### (2) 合作宣传

本次实践与厦门大学经济学院暑期社会实践项目的另一支实践队“心享事成”在宣传方面达成了合作。鉴于两队研究课题均为分享经济相关，但方向又不同，宣传时进行合作可以各取所需，达到双赢的局面，有利于实践的顺利完成。

### (3) 实践地点合理性

本次实践主要地点厦门市流动人口众多，旅游业和会展业十分发达，获得多个年度“十大热门旅游目的地”称号和“会展之都”的美誉。在多个在线短租平台上，厦门房源数量都排名前十。以此作为调研地点，无疑可以增加样本代表性和随机性，同时也能获取到更多来自房东的有用信息。实践成员对厦门各方面较为了解，实践地点近邻住处，节省了大量时间。

## 3. 调研方法的科学性

### (1) 文献阅读完备性

本次实践借鉴了大量可靠文献资料，包括短租平台相关研究论文和其他形式分享经济相关研究论文等。文献中的调研思路和方法为本次实践提供了一定的帮助。

### (2) 问卷调查的合理性和可行性

厦门流动人口众多，目的多样，背景各不相同，分发问卷时较容易，且样本代表性、随机性高。

### (3) 走访调查的合理性和可行性

厦门短租平台发展情况处于全国前列，房东众多。走访房东时可以获得更多从业者信息，十分具有参考价值。

## 4. 所需数据的可获得性

### (1) 网络爬虫的实用性和可行性

1994 年世界上第一个网络检索工具发布以来，网络爬虫一直是各大搜索引擎公司以及数据研究者和使用者搜集所需信息的重要手段。本次实践正确、合理地利用网络爬虫技术采集短租平台上的评论、评分、地理位置等信息，可以增加信息的广度。

### (2) 文本挖掘的实用性和可行性

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。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、趋势等信息，为实践以定量手段进行社会科学研究提供新方法。本次实践利用文本挖掘技术处理在线短租平台评论，可以让结果更加准确的同时提高效率。文本挖掘部分与 China Prices Project 合作完成。

## 5. 其他支持

### (1) 学术支持

我们有幸请到厦门大学王亚南经济研究院助理教授茅家铭老师担任导师，以及 China Prices Project 负责人厦门大学王亚南经济研究院本科国际化试点班 2014 级张果（实践经验丰富，曾参加多个科研项目并主导自己的课题）担任学术指导。

### (2) 技术支持

来自 China Prices Project 的技术支持。CPP 课题组研究主题是基于爬虫数据的中国线上价格指数编制 (Chinese Online Price Index Based on Scraped Data)。CPP 课题组目前可以每天稳定地抓取天猫，京东等电商平台的商品数据，网络爬虫技术成熟。

## (八) 可能遇到的问题及解决思路

### 1. 可能遇到的问题

(1) 夏天天气炎热，发放问卷的时候队员有中暑的可能，并且对方可能不愿意在户外炎热环境中填写问卷。

- (2) 可能存在部分队员听不懂闽南话，外出访谈或者发放问卷的时候存在语言障碍。
- (3) 虽然我们的调研能够给短租行业房东带来好处，但是还有可能他们出于隐私方面的考虑拒绝我们的访谈。
- (4) 由于厦门游客数量巨大而使用短租业务的游客数量相对较少，因此发放问卷的时候可能存在目标群体不清的问题，可能会导致问卷以及大量人力物力的浪费。
- (5) 在线短租平台不接受采访或谈话时不愿提供相关信息。
- (6) 暗访时成效不明显。
- (7) 实地调研时发现影响因子假设难以验证。
- (8) 提前完成了对假设的验证，剩余较多时间。
- (9) 利用网络爬虫时出现未知问题。
- (10) 利用文本挖掘技术时出现问题。
- (11) 进行线下宣传活动时效果未达预期。
- (12) 安全事故问题。

## 2. 解决思路

- (1) 发放问卷时避开晴天的中午，外出时带好饮用水并结伴出行。尽量选择在大型商场，超市等地方发放问卷。
- (2) 可以寻求厦门本地同学的帮助。
- (3) 为了避免这种情况，事先要加派人手尽量联系基数较大的房东。
- (4) 可以在寻找房东的时候直接定向找到房子的租客，询问能否接受访谈以及填写调查问卷，减少发放问卷的数量。
- (5) 访谈前说明实践的学术性和非商业性，忌使用压迫性词汇。如果还是不愿意，那么可以协商其他形式的合作，如赞助等。还可以联系更基层的平台管理人员，重新尝试。
- (6) 前期做好相关信息储备，在暗访过程中随机应变，保持耐心，广撒网以扩大信息来源范围。
- (7) 与导师和学术指导联系，寻求指导，以期在能力范围内能够完成验证。如果导师指导意见表示对该假设的验证难以完成，可以考虑替换，更改或删除该影响因子。
- (8) 将更多精力投入到后期数据的分析中，以期从同一套数据中挖掘出更多对在线短租行业有帮助或行业相关的结论，从而充实整个实践。若还有剩余时间可以考虑加大宣传力度，

不建议在没有长期考虑和可行性分析的情况下开展其他子课题调研。

(9) 及时组建问题解决小组，以最快速度发现问题来源。若发现可以解决，则交由技术组解决；若发现为能力范围之外的问题，则咨询 China Prices Project 课题组寻求帮助。

(10) 直接咨询 China Prices Project 课题组寻求帮助。

(11) 可以考虑现场改变宣传策略，亦可以临时加办几场相同的宣传活动并注意先前的活动中出现的问题。还可以加大线上宣传力度，以弥补线下的不足。

(12) 事先预防，发生后及时处理。

## (九) 创新性分析

### 1. 研究对象具有创新性

国内对分享经济 (Sharing Economy) 以及短期租赁行业的研究较少。而这一突然崛起的行业正蕴含着巨大的市场潜力。随着经济的发展和社会的进步，像 Uber, Airbnb 这类产品给了人们一个处理闲置物品的方式，市场需求正不断扩大。

### 2. 研究模型具有创新性

通过分析文献和各种资料，我们发现现有的研究都是只通过大数据对表面的现象进行研究，对细分的指标 (比如社会的舆论效应) 进行研究，但是没有通过构建模型来对在线短租平台整体的信任制度做出研究。因为影响在线短租平台信任机制的因素有很多，所以构建模型进行体系分析是必要的。

### 3. 研究方法具有创新性

纵观国内研究，网络爬虫以及文本挖掘在评论方面的应用还很少，大部分对评论的研究仅仅停留在好评与差评上，没有进行更加深入的研究，探讨具体的影响因素。我们利用文本挖掘技术，不仅仅对短租平台的评论进行研究，也对新闻中关注的重点和知乎平台用户讨论的重点进行分析，可以更加清楚的找出对房间满意程度的影响因素，给房东提供一些改进的建议，促进整个行业的发展。

目前国内大部分调查方式都是直接采取问卷调查的方式，我们另外采用了联合分析法

(Conjoint Analysis)，作为对问卷调查方法的一种补充。这种方式方便我们排除无关变量的干扰，同时也缩短了被调查者填写问卷的时间，使我们有机会获得更大数量的数据。

我们采用了线上和线下结合的模式，线上的调研即是对线下调研的一种补充，也是对线下调研的检验。这样使我们得到的调查结果更加真实可靠。

## 二、调研进程和内容规划

### 调研时间：

5月1日—9月初

### 实践地点：

福建省厦门市

### (一) 线下调研

#### 1. 第一轮预调研

##### (1) 对房东进行在线访谈

- a. 选取方式：从平台上挑选可行的房东
- b. 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。

##### (2) 与知乎用户进行在线访谈

- a. 主要对象：短租房东，短租房客，短租平台创始人或高层管理者
- b. 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。
- c. 针对不同的对象提出问题
  - 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。

### **(3) 影响因素的筛选**

针对采访结果，删除与信任机制关联度很小的影响因子，并加入新的可能的影响因子。

## **2. 第二轮预调研**

### **(1) 扩大与房东交谈的范围**

- a. 选取方式：短租平台上可行的房东（加上第一轮中比较热情的房东）
- b. 访谈过程：
  - a) 从短租平台获取房东的联系方式（手机号码）。
  - b) 说明访谈来意，询问对方意见。
  - c) 针对第一轮调整之后的影响因子进行询问，并着重询问新加入的影响因子对信任机制的影响作用。

### **(2) 初步问卷调查**

- a. 设计调查问卷
  - a) 调查问卷的对象：厦大校内游客
  - b) 调查问卷的内容：
    - 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。
    - 主要针对第一轮中新添加的几个影响因子设计问题。
    - 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。

## **3. 正式调研**

### **(1) 访谈**

- a. 访谈对象：短租平台房东
  - 访谈方式：电话访谈（从短租平台获取房东联系方式），实地访谈（通过短租平台在线交流或者电话交流与房东沟通进行实地访谈）。
  - 访谈内容：可以参考第一二轮访谈的内容，对影响因子进行更细致的了解。
- b. 访谈对象：短租平台房客

访谈方式：主要是在线访谈，可以通过短租平台直接进行交流。

访谈内容：与一二轮预调研相同，但是扩大人群范围，对更多的房客进行访谈。

- c. 访谈对象：短租平台管理人员（几个主要的短租平台）

访谈方式：电话访谈或者实地访谈

访谈内容：平台运行过程中出现的问题，影响因子，未来平台发展方向等。

- d. 访谈对象：法律工作者

访谈方式：电话访谈或实地访谈

访谈内容：短租平台在法律方面的问题，目前法律规范的程度以及将来立法的可能方向。

## **(2) 问卷调查**

- a. 调查对象：使用过短租平台的房客

调查方式：在线问卷（对一部分在线交流中比较热情的房客发送填写在线问卷的链接）；实地发放问卷（通过短租平台提供的地址找到厦门市短租房密集的区域发放问卷）。

- b. 调查对象：游客

调查方式：实地发放问卷（厦门市游客密集的区域）

- c. 调查对象：短租平台潜在用户学生

调查方式：在线填写问卷，实地发放问卷（主要在学校进行）

## **(3) 联合分析调查**

- a. 选取合适的影响因子。

- b. 给两个对象随机分配不同的影响因子，照片是否是实拍，评论数量等。

- c. 在游客群体和房客群体中随机发放，与问卷调查同时进行。

# **(二) 线上调研与检验**

## **1. 第一轮预调研**

### **(1) 平台选取**

- a. 小猪短租：名称、评论数、价格

- b. 游天下：名称、价格

### **(2) 主要目标**



- a. 验证技术支持，确保后期文本挖掘技术可能性。
- b. 初步分析影响因子中与评论数有关的部分。

## 2. 正式调研

### (1) 平台选取

- a. 以百度新闻为入口：所有关键词为“短租”的新闻文本
- b. 小猪短租、游天下、蚂蚁短租、途家、Airbnb：名称、价格、评论数，好评数、评论文本、房东信息、房屋描述信息、是否实拍等。

### (2) 网络爬虫数据处理

- a. 价格：开启智能定价对房间入住率的影响
- b. 好评数：分析好评数对房间入住率的影响
- c. 评论数：统计评论数对房间入住率的影响
- d. 是否实拍：分析网站实拍对房间评论数的影响

### (3) 文本挖掘

- a. 针对在线短租平台评论文本
  - a) 文本关键词分词进行情感分析
  - b) 词频统计分析房客对房屋的关注点
  - c) 房东性别：分析房东性别对房间入住率，评论数的影响
  - d) 房东宗教信仰：分析房东宗教信仰对评论数的影响
  - e) 房屋地址：分析房屋周边治安情况对评论数的影响
  - f) 房屋描述：分析描述词语过于主观对评论数的影响
- b. 针对新闻文本
  - a) 分词处理分析文本关键词
  - b) 词频统计分析媒体对短租行业关注的重点
  - c) 情感分析短租行业当前发展的趋势

## (三) 实践计划总安排表

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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>6月18日—6月22日</p> <p>完成第二轮预调研</p>
二、正式调研	6月中旬—7月下旬	<p>6月23日—6月28日</p> <p>与短租平台管理人员进行访谈</p> <p>6月29日—7月2日</p> <p>与房东进行面谈</p> <p>7月3日</p> <p>举办线下宣传活动，普及短租知识</p> <p>7月4日</p> <p>与法律工作者进行面谈或者电话访谈</p> <p>7月5日</p> <p>举办线下宣传活动，进行房屋纸模义卖活动。</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
三、完成调研报告	7月25日—9月13日	分析调研数据，进行数据分析，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

### 三、宣传策划

任何一种形式的宣传，任何阶段的宣传，都需要质量高的文案、策划和平面设计，故成立宣传组，专门负责宣传方面的工作。

#### （一）宣传时间规划

5月中旬至6月中旬，前期宣传

6月末至8月末，中期跟踪报道

9月初至9月末，总结报告

#### （二）宣传形式

##### 1. 线上宣传

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。

（1）QQ群/QQ群邮件：目前各级组织都有自己的QQ群，通过QQ群发布事先准备好的文案宣传消息，渗透性强，覆盖面广。QQ群邮件则更方便发布和转发形式更加多样的宣传信息。

(2) **微博**: 创建本次实践的官方微博并指派宣传组成员进行管理, 可以随时随地更新实践动向, 发布活动照片。而且微博互动性较强, 可以较好地与关注者互动, 还可以通过秒拍视频功能积攒人气。同时, 优质微博还有可能被厦门大学、厦门大学学生会、厦门大学研究生会、厦大青年宣传中心、厦门大学广播电台等校级官方微博平台转发, 从而进一步增加关注度。

(3) **百度贴吧**: 百度贴吧信息纯度不及其他平台, 但人气火爆。在厦门大学吧等知名贴吧内发布主题帖子并实时更新相关动态, 可在长期积累一批关注者。

(4) **各大 BBS**: 论坛作为一种重要的信息发布平台, 虽然近年来渐有式微, 并且功能更倾向于文件资源发布, 但鼓浪听涛 BBS 等一大批老牌优质 BBS 平台还是能够引起很大反响, 可以在这些平台发布指向其他宣传方式的链接。

(5) **微信公众号**: 建立本次实践的专属公众号, 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。

(6) **博客**: 自微博功能推出以来, 博客逐渐成为了质量高, 内容深刻而丰富的代名词。创建本次实践的博客, 可以发布风格介于新闻稿和随笔之间的文章, 也可以叙写感想, 面向中年群体。

(7) **QQ 空间**: 可以转发链接指向其他形式的宣传, 也可以发布原创日志和说说, 但是 QQ 空间的宣传效果局限于个人社交能力, 不能代表团队表现。

(8) **易班平台**: 近年来新兴的宣传平台, 但受到的关注度越来越高, 以此为宣传平台, 可以有效提高校内关注度。

(9) **其他形式线上宣传 (选择性使用)**: 豆瓣小站、人人网等社交网站或兴趣平台。

## 2. 媒体宣传

媒体宣传权威性强, 可信度高, 同时也要求使用更严谨的措辞和优质的图片。本部分宣传主要依靠提高实践质量和知名度来吸引媒体主动宣传。

### (1) 报纸&杂志

a. 校内报纸和杂志: 《厦门大学报》、《厦大青年报》、《凌云报》、《经苑》、《管理大世界》、

《厦大经纬》、《10 号线》等。

b. 校外报纸和杂志：《厦门日报》、《海峡都市报》、《海峡导报》、《厦门晚报》、《东南快报》、《东南早报》等以本地报纸为主的报纸和杂志。影响力更大，覆盖面更广的报纸或杂志有机会也会随机投稿。

## (2) 电台

a. 校内电台：厦门大学广播电台

b. 校外电台：以厦门本地电台为主，包括但不限于 FM90.9 厦门音乐广播、FM99.6 厦门新闻广播、FM101.2 闽南之声、FM107 AM1278 厦门经济交通广播、FM94 厦门旅游广播。

## (3) 电视台

集中但不限于本地电视台：厦门卫视、海峡卫视、东南卫视等。

## (4) 网络媒体（门户网站和组织部门官方网站）

集中但不限于中国大学生在线、中国大学生实践网、福建大学生在线等与大学生生活紧密相关的网站。

## (5) 官方公众号

主要指学校各级组织部门的官方微信公众号，通过提升团队实力和实践水平争取到投放新闻稿的名额。

# (二) 线下宣传

## 1. 平面宣传

(1) **海报**：海报张贴地点为三家村、海韵学生公寓、经济学院以及海滨片区，一共 4 张。海报设计、印刷事先完成；海报申请、张贴应提前 3 天由宣传组负责完成。海报内容应涵盖队伍标志、队伍目标、实践简介等内容。

(2) **传单**：传单发放地点包括校内人流密集区域（芙蓉隧道、群贤校门、大南校门、三家村广场等），传单内容主要为短租行业知识普及和实践队简介。

(3) **贴纸**：在人流密集区合适位置张贴易撕贴纸。贴纸内容主要为易于辨认的队伍标志及队伍口号。

(4) **宣传册**：在人流密集区域摆置，供过往人流取阅。宣传册主要内容为短租平台的基本

信息和实践的较详细信息。

## 2. 宣传活动

### (1) 短租行业基本情况普及

- a. 由外联搜寻有意赞助实践队活动的短租平台或房东。
- b. 设计并印制好传单，主要内容为短租行业介绍、短租赞助商房源介绍等，注意印制上实践队对标及公众号二维码。
- c. 印制传单后选定日期在校内人流量多的地点（如三家村广场、芙蓉餐厅门口、芙蓉湖广场、芙蓉隧道等）发放传单。

### (2) 房屋纸模 DIY 活动

- a. 联系幼儿园或福利院，向其说明活动目的及活动内容，征得幼有关方同意，协商安排好活动时间。
- b. 选定日期后组织实践队队员带好纸模制作材料，在幼儿园班级内展开手工纸模现场教学，与小朋友进行互动。
- c. 纸模制作完成后拍照合影留念，作为活动宣传素材。
- d. 将小朋友制作的纸模与队员提前做好的手工作品一起进行义卖，义卖所得捐给福利院。

### (3) 摄影比赛

- a. 摄影比赛意在让旅游产品消费者更加关注短租平台和短租公寓，发现其中的美。
- b. 比赛分为相机组和手机组，面向人群为房东。
- c. 作品内容：发现短租公寓中“家的感觉”。
- d. 评选由投票形式评选或由艺术学院的成员进行评选，获奖作品的作者房东可以获得在接下来的宣传活动中免费帮助宣传的福利。

### (4) 合作宣传——有奖知识竞答

- a. 本次实践与另外一只社会实践队伍——“心享事成”队在宣传上进行了合作，以下活动均共同完成，两支队伍的合作关系为平等合作关系。
- b. 通过外联手段，寻找有意向合作的商家和房东，主要形式为奖品赞助。
- c. 活动主要形式为有奖竞答，参与者在摊位先了解相关知识，再对实践队员所问的相关问题作答。分数超过一定标准者有机会参与抽奖，分数未达标准者则获得纪念奖；参与抽

奖的参与者有机会获得一等奖或二等奖。

d. 摊位申请地点暂定为三家村广场，出现不能使用的情况则移至校外。

### （三）具体过程

#### 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，并且及时更新博客。所有现场宣传活动都要在中期宣传中完成。视宣传效果决定是否增加其他形式的宣传活动。

#### 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。也可以将中期宣传的形式延续到后期，在 2016 级新生中进行宣传。

### 四、财务预算

财务预算					
类别	项目	单价（元）	数量	合计（元）	备注
交通	的士	—	—	300	的士为紧急搭乘方式，正常情况下搭乘公交车

	船票	20	15*2	600	厦门与鼓浪屿往返	
	公交	1	230	230	厦门市往返	
食宿	饮食	20元/人/天	15人*3天	900		
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	5	10	50	
		贴纸	0.5	10	5	
		成果制作	—	—	50	
	房屋纸模	海报	20	2	40	少儿图书馆教小朋友制作房屋模型
		彩笔	15	2	30	
		胶水, 剪刀	10	2	20	
		纸模	—	—	150	
	有奖知识竞答	奖品	20	5	100	
摄影比赛	奖品	20	4	80		
文印	问卷	0.3	2000	600		
	经济普及资料	5	50	250		
	文件打印	30	15	450	资料和报告的印刷	
团队建设	队服	50	15	750		
备用金	常用药物	—	—	100		
	紧急款	100	10	1000		
其他	礼品	10	20	200	厦大宣传册及纪念品	
合计	—	—	—	6205		

## 五、团队简介

### (一) 团队名称及队徽

#### 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、出人意料的办法获胜。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



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，代表了我们的实践队对我们实践成果和对短租行业发展的信心。

### （二）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。

### （三）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 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

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。

## （四）团队成员简介

### （1）队长

#### 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。参与了厦门大学经济学院 China Price Project 中国消费者物价指数研究课题组的工作。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

#### 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 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。

#### 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

#### 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。

### 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。

### 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。

### 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。

### 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。

### 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、30×60 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。

### **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。

### **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与实践调研能力。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。

### **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。

### **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。

### 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，有丰富的实践经历。希望这次实践活动能和大家一起努力，做出好成果。

## （五）团队分工

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	王施闽	王施闽，郝泽栋
宣传组	詹晓君	詹晓君，余航
外联组	林逸伦	林逸伦，王浩强

## 六、实践队章程

### （一）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”。

## **(二) 安全注意事项**

### **1. 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。

### **2. 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。

## **3. 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；

## **4. 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。