

网上中国

云中漫笔

在线短租：下半场拼“标准”

本报记者 刘 峤

在共享经济“风起云涌”的背景下，立足于盘活闲置房源的短租行业正成为新风口。随着资本布局渐成规模，出行找短租、找民宿成为越来越多消费者外出旅行的新选择。不过，在短租市场成长迅速的同时，信息不符、安全隐患等问题频繁爆发，给短租平台的规范发展带来挑战，也对公共服务和市场管理提出迫切要求。进入增量与提质并举的“下半场”，在线短租要靠“标准”取胜。

技术与消费助推

研究机构数据显示，2018年在线短租市场交易额预计将达到169.6亿元人民币。从2016年的87.8亿元到2017年的超过百亿元人民币，短租市场的年增长率一直维持在30%以上。在资本的助力下，包括途家、小猪短租、木鸟短租在内的诸多在线短租平台在一年内完成了新一轮融资。途家、小猪短租等行业领先者的估值已超过10亿美元。

在线短租风靡的重要原因，在于这种共享经济模式能够有效盘活闲置的住房资源。有数据显示，目前国内可统计闲置房源超6500万套，再利用不足5%。业内人士指出，大量的闲置房源表明，短租民宿可能是与酒店业同样量级的产业。不过从目前来看，短租市场的规模还不及酒店业的一半。

技术的发展与消费的升级，共同驱动了在线短租平台的兴起。移动支付普及、信用体系的建设、大数据的发展以及住宿安全设备的完善，为人们享受到安全、便捷的住宿服务提供了基础。与此同时，消费者的需求也加速了短租模式走红。

最新的中国互联网发展状况统计报告显示，截至今年6月，中国在线旅行预订用户规模达到3.93亿人，较2017年末增长了1707万人，其中预订旅游度假产品的用户规模增长最快。在线短租平台的数据也印证了这一趋势，途家网日前公布的数据显示，今年上半年其全球房源突破120万套，其中中国境内房源超过80万套；中国境内预订同比增长5.98倍，境外预订增长10倍。小猪短租的年中数据报告则指出，共享住宿从小众走向大众，三四线城市及乡村的订单增幅最大。与此同时，选择共享住宿的场景

也呈现出更加多元的趋势。

行业通病难治

经历了跑马圈地般的“笼络”房源期，短租平台自身也开始进入精细化运营期。在此过程中，由于缺乏具体的法律法规管束，暴露出不少问题。看上去很美的短租，实际上也暗藏隐患。

例如，有在线短租房打着民宿、青旅的招牌，却是由民房私自改造而成，属于无照经营；有短租房设施老旧，长期无人整修，却堂而皇之地出现在在线平台上；有短租房从线上的照片看相当“豪华”，等消费者前往住宿时，实际环境却大打折扣；还有不少在线短租平台不登记核实身份信息，一旦出现问题，很难得到解决。

有媒体调查发现，一些短租平台对于出租者的欺骗行为不能有效管理，出了任何问题都无法追究。一旦房客发生意外事件，平台只能通过降低商家评分、解除合作关系等方式作出惩罚。

业内人指出，近年来虽然有不少企业入局短租市场，但行业的通病一直存在且没有得到解决。房屋的安全隐患、住后清洁、房源分散难管理等问题，导致短租行业不但面临很高的法律风险，还要承担较高的投资风险。

如何划分和界定短租房，是租房还是旅馆？相关部门应如何管理？短租房的标准化和安全性如何实现？用户遇到问题如何解决？这些都是影响短租行业发展的重要问题。

加强市场管理

对于在线短租这一新业态，很多业内人士呼吁，在支持其发展的同时，也要以法律和管理帮助其健康成长。



在线短租平台订房是不少游客的选择，但存在位置、房间条件等信息严重不符现象以及设施陈旧、无证经营等安全隐患。 徐 骏作 新华社发

对于在线短租的法律法规，日本的经验或许有参考价值。今年6月，日本推出“民宿新法”，规定有意经营民宿者需向地方政府提交附带个人和房产信息等资料的申请，获得受理后方可合法对外提供住宿服务，未履行手续的民宿属于“黑民宿”。在此严格管控下，有逾上千家违法民宿被下架，不少相关企业也开始寻求转型之路。

目前，中国部分城市也出台了加强短租市场管理的相关政策，分类设定建筑设施、消防安全、经营管理的标准，相关部门发放经营许可证或准予申报登记。

与此同时，在标准化运营、提高安全性等方面，不少短租平台也开始重视和发力。例如，蚂蚁短租推出了连锁品牌“有家民宿”，提供统一标准的房源，执行统一的安全和卫生标准；途家则推出“一站式管理系统”，试图利用智能技术手段来解决管理问题。

有专家指出，互联网平台可以通过财产、人身安全保障方案及身份识别等手段，建立完善的房东、租客个人信用档案登记制度和规范的个人信用评估机制，交易双方可以根据累计评价和信用评级来进行双向选择。

免费地图真的“免费”吗？

本报记者 史志鹏

以前人们不认路的时候，可以向路人询问，现在只需拿出手机，使用一款地图服务App（手机应用程序），就可以快速找到合适的线路，还能体验到其带来的其他多种便利。对于用户而言，除了支付移动数据流量费，这种App的使用通常是免费的。俗话说，天下没有免费的午餐。我们使用的地图App真的是免费的吗？使用时需要注意什么？



两位市民正在用手机查看旅游地图。
新华社记者 宋振平摄

地图在手 说走就走

地图是人们获得空间认知、了解地理信息的工具，一般被用来标明位置、指引方向。伴随移动互联网的兴起，地图的形态也发生了改变，地图服务App迅速发展。第三方市场机构的相关研究数据显示，截至2017年第四季度，我国手机地图用户规模已达到7.07亿人。而根据中国互联网络信息中心发布的第41次《中国互联网络发展状况统计报告》，使用手机上网的网民规模达到7.53亿人。据此计算，截至2017年第四季度，手机地图用户占手机上网网民总数的93.89%。可见，手机地图已经成为人们生活中的一个重要工具。

除了基础的定位搜索、路线规划、导航、路况信息

查询等功能外，地图服务App开发出了更为丰富多样的功能。比如，人们想搜索附近的住宿、餐饮、娱乐、购物等场所，可以打开地图App；想选择出行的交通工具，仍然可以通过地图App来解决问题；此外，还有测海拔、驾驶安全预警等功能。地图App已然发展成为以地图为载体、提供多种服务的综合型平台，是人们智能出行的“必备神器”。

渠道多元 前景广阔

功能如此强大的地图App真的是免费的吗？这些地图App是如何盈利的呢？对于用户来说，下载和使用地图App只需耗费一些移动数据流量，但这绝不意味着地图App没有实际付费者。在移动互联网时代，地图App盈利的渠道相对多元。

地图App在提供定位搜索、导航等基本功能的基础上，可以开发更多满足用户需要的增值服务，并以此来获取收益。比如，商家在地图上进行位置标注、宣传，这其中自然会产生相应的费用。这部分广告收益是地图App盈利的重要组成部分。

地图App作为移动互联网的基础设施，是重要的流量入口。尤其是对于一些龙头企业来说，拥有上亿用户本身就蕴含着巨大的价值。这一点在信息时代是至关重要的。地图App可为其他应用提供入口，比如，与各类出行服务提供商合作，覆盖骑行、自驾、出租、公交、客车、火车、飞机等多种出行方式。即便一款地图App自身业务并无太大收益，但其庞大的用户流量也会为母公司其他业务导流。这也是地图App企业被赋予很高的战略价值，视作“AI（人工智能）时代的水电煤”的原因所在。

庞大的用户数据也能产生价值。除了基础数据的收

益，地图App还可以给企业提供用户数据分析报告，便于其策划制定更符合消费者习惯的营销方案，使营销更加准确有效。

当前，私家车保有量持续增长，地图App与汽车导航结合会产生广阔的利润空间。据了解，多款地图App已经与国内汽车厂商开展合作，为车企提供软件并承担适配、维护等服务，获得服务增值收益。

警惕风险 加强规范

地图App为人们出行提供了诸多便利，但在个人信息安全等方面还存在风险。网络调查数据显示，超八成用户担心地图App泄露个人信息。这种担心不是没有依据的。2018年7月，上海市消保委通报了其对5款热门地图类App涉及个人信息权状况的测评结果，发现其中存在多重个人信息安全风险，包括过度索权、利用技术手段绕开授权流程等问题。

在测评中，部分地图App缺少让消费者“一次性授权”的选项。与消费者个人利益关系密切的通讯录、短信等敏感信息，如果一旦授权，App将永久性获取该权限。而网络安全法第四十一条规定：网络运营者收集、使用个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，公开收集、使用规则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意。然而大多数用户可能连地图App获取了何种权限也不清楚。

虽然有关企业负责人在被约谈时表示将抓紧整改，但政府监管部门仍要尽到监管责任，把好安全关。作为用户，在享受便利的同时，也要时刻警惕背后的风险，合理使用，保护自己的合法权益。作为地图App的经营者，更应增强法律意识，在获取收益的同时，也要承担起相应的社会责任。

网络直播实名制来得正好

介瑾

近日，全国“扫黄打非”办公室会同工业和信息化部、公安部、文化和旅游部、国家广播电视总局、国家互联网信息办公室联合下发《关于加强网络直播服务管理工作的通知》（以下简称《通知》），首次明确了行业监管中网络直播服务提供者、网络接入服务提供者、应用商店等的各自责任。其中，最受社会关注的当属“网络直播要落实用户实名制”措施。

复旦大学网络空间治理研究中心主任沈逸表示，此次下发《通知》是互联网平台内容规范和治理的必要之举。根据中国互联网络信息中心发布的第42次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，中国网民规模已达8.02亿人，其中网络直播用户规模达4.25亿人，网络直播已经成为用户的重要娱乐方式，廓清网络直播环境迫在眉睫。

直播平台实行用户实名制的措施，是一种常规性的规则制定。实名制在社交媒体上早已实行，比如微博在2017年就要求用户进行实名认证。有社交媒体用户实名制的经验在先，直播平台实行实名制也不足为奇。

网络直播平台自诞生以来，就因为“乱”而被诟病，很多直播内容常常在法律法规上打“擦边球”，在灰色地带游走。在一些直播平台，色情交易已经形成黑灰色产业链，主播更是为了博眼球花样百出。包括采用用户实名制在内的直播平台监管举措，是让直播平台结束“野蛮生长”回归常态的做法，是发展的应有之意。

网络直播中的低俗内容通过网络的无差别传播，容易给网民带来负面影响，特别是正在成长中的青少年。用户实名制的实施，对于未成年用户的行为也能产生一定的规范作用，引导未成年人接触积极正面的网络内容。

有评论称，网络直播实名制是信息时代的进步，也是制度的完善。政府的职能是定规则和监管，但如何更好发挥规则的正向作用，还需要企业承担更多的社会责任，用户加强自身的管理。政府、企业与用户三方共同努力，才能营造清朗的网络空间。

互联网大咖秀



布莱恩·切斯基：

从艺术生到企业家

海外网 李连环

房屋短租网站爱彼迎首席执行官布莱恩·切斯基在社交平台上发布了一段关于中国长城的视频，配文写着“2600年的历史，13000英里长，世界七大奇迹之一。抓住千载难逢的机会，在长城上住一晚”。他所说的，是爱彼迎即将在长城上举办的一次活动。

这不是爱彼迎第一次别出心裁，这种创意显然得到了切斯基的大力支持。切斯基是一名出生在纽约北部小镇的“80后”，从小就对艺术和建筑设计感兴趣，后来就读于著名的罗德岛设计学院。不过这一决定并未被父母看好。“当我告诉父母要去艺术学校时，他们认为我以后肯定不会有什麼大出息。而且我父母总是说，如果我得到一份工作，那肯定是卖医疗保险。”切斯基说。但这段经历对他后来领导爱彼迎产生了深刻的影响。

毕业后第4年，切斯基怀揣着1000美元积蓄前往旧金山投奔大学室友乔·杰比亚，此时的杰比亚也因创业屡次失败连房租都交不起。眼看就要被扫地出门，二人发现当地正要办一个设计展，而酒店已经预订满，于是想出一个主意：在自家客厅放几张空气床垫，将床位租出去。首个周末，他们招来3名租客。这就是爱彼迎的发端。几个月后，他们的工程师朋友内森·布莱恰泽克加盟进来，成为爱彼迎第三位联合创始人。2008年8月，爱彼迎网站正式上线。

公司成立后，切斯基成为首席执行官。虽然颇具领导天赋，但如何尽快从艺术人士转变为企业管理者，仍是切斯基面临的首要难题。“只要找对人，你就能快进了。”切斯基认为最有效的学习方法，是花时间和精力研究和确认相关领域里最牛的人，然后带着问题直接请教。于是，就有了切斯基2013年与沃伦·巴菲特的会面。他们持续讨论了4个多小时，切斯基得到的最大收获是：不要陷入噪音。在去机场的路上，他还趁热写了一份3500多字的报告。

爱彼迎在发展中经受了不 少质疑与挫折，不过对掌舵者切斯基来说，前路虽然充满挑战，继续扩大发展才是他的方向与目标。