

共享经济模式下用户信任机制的社会心理基础： 研究综述与未来趋向

许泽爽

广西师范大学教育学部，桂林

摘要 | 共享经济作为一种新兴经济模式，其发展依赖于用户之间以及用户与平台之间的信任。本文综述聚焦于共享经济下用户信任的社会心理基础，通过对相关研究文献的综合分析，阐述了共享经济的发展现状、信任的理论基础，从用户个人因素、平台相关因素、社会环境因素，以及交互体验因素等多方面深入剖析了影响用户信任的社会心理因素，总结现有研究的不足，并对未来研究方向进行展望，目的在于为共享经济领域的理论研究和实践发展提供有益参考。

关键词 | 共享经济发展；信任影响因素；社会心理剖析

Copyright © 2025 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



1 引言

作为数字技术驱动的新型资源配置范式，共享经济通过构建去中心化交易网络，实现闲置资源的高效流通与价值再造（Botsman & Rogers, 2010）。其核心特征呈现三维度架构：资源整合性涵盖物品、技能、空间等多元要素；平台依赖性依托算法匹配实现供需精准对接；主体多元性打破传统经济边界，使个人、企业与社会组织形成共生网络（陈泽宇等，2022）。该模式已在出行、住宿等多个领域产生广泛社会经济影响，显著改变资源利用方式并创造可观社会价值（《中国共享经济发展报告》，2021）。

全球共享经济正经历从C2C向B2B2C的范式转型，其演进呈现显著的技术赋能特征。技术维度上，5G、物联网与区块链等技术的应用提升了服务渗透率与交易透明度；市场维度上，知识技能共享与企业设备共享等新

兴模式快速发展；业态维度上，“直播+共享”等创新模式不断拓展服务场景，跨境共享平台覆盖范围持续扩大（鞠恒鑫等，2020）。中国作为重要共享经济市场，已形成覆盖多个领域的生态体系。

然而，资本介入带来的专业化转型导致“社会互惠性”逐渐消解（谢立达，2022）。更为关键的是，陌生人交易网络中的信任问题成为发展瓶颈：用户对安全与隐私的担忧影响使用意愿，个人信息风险增加，动态交易场景下的信任评估日趋复杂（郭震等，2023）。传统信任机制面临双重挑战：制度约束缺失亟待技术补偿，情境动态性要求实时反馈机制。这为社会心理学介入提供了理论接口——当资源交换从熟人社会延伸至数字陌生人网络时，用户既需认知平台保障机制的有效性，又需在风险感知与信任决策间建立动态平衡（伍世安，傅伟，2020）。

本研究的学术价值在于：突破既有研究的技术决定

作者简介：许泽爽，广西师范大学教育学部，研究方向：积极心理学。

文章引用：许泽爽. (2025). 共享经济模式下用户信任机制的社会心理基础：研究综述与未来趋向. *中国心理学前沿*, 7(12), 1595-1600.

<https://doi.org/10.35534/pc.0712258>

论视角，从社会认知理论揭示信任建构的心理机制；建立动态信任模型，解析用户在不同交易场景中的风险评估模式；为平台信任体系设计提供跨学科解决方案。这既是对共享经济理论谱系的重要补充，也为数字经济时代的信任治理提供创新路径。

2 信任的理论基础

2.1 信任的概念与维度

在社会心理学范畴内，信任被界定为个体在特定情境中基于有限信息，对他人或组织意图与行为的积极预期及风险接受意愿（Unjustified Trust Beliefs, 2021）。从理论层面剖析，信任能够解构为认知信任与情感信任。认知信任建立在个体对他人能力及可靠性的理性判断基础上，这一过程在共享经济中尤为显著，用户往往依赖平台设计的信号系统（如评价、认证等可视化信息）形成初步信任判断；与之不同，情感信任主要源自互动中形成的情感联结与共情体验。根据数字环境下的信任建构模型，共享经济中的信任呈现出复合结构：用户不仅需要建立对交易方的个人信任，更需形成对平台系统（包括其算法、规则与保障机制）的系统信任。具体而言，传统信任模型中的“能力”维度需重新界定为平台算法的可靠性与效率，“善意”维度需延伸至陌生人的短期互惠预期，而“正直”维度则与平台规则的透明度及执行公平性直接关联（Dellarocas et al., 2012）。这种多维度的信任框架为理解共享经济中的复杂互动提供了更为适切的理论基础。

2.2 信任的影响因素

2.2.1 个体因素

个体的信任倾向受到其人格特质、认知图式及早期经验等内在心理因素的显著影响。研究表明，外倾性较高的个体因奖赏敏感性更强且社交动机更为积极，通常表现出更高的普遍信任水平；而尽责性与宜人性格则通过强化对诚信规范的内化，促使个体在人际互动中更倾向于做出信任决策（Gefen, 2000）。从社会认知理论（Bandura, 2001）角度看，个体在过往互动中形成的“可信度”认知图式会持续调节其后续信任行为——若曾遭遇欺骗或负面交易经验，个体会发展出防御性认知策略，从而在类似情境中降低信任意愿（王萍等, 2023）。

在数字化交互场景中，用户的信任心理机制进一步受到其技术自我效能感与使用经验的心理调节。高数字素养用户因具备较强的控制感与风险认知能力，往往更易建立对平台的信任；而经验缺乏者则因评估不确定性较高而更为谨慎。跨文化心理学研究进一步揭示，文化维度通过塑造个体的认知框架影响信任建立路径。例如，李立威和何勤（2018）发现，集体主义文化倾向显

著的社会（如中国）用户更依赖关系型信任，其信任认知更多嵌入社会网络；而个人主义文化特征突出的社会（如美国）用户则更重视制度型信任，反映出其对规则与保障的心理依赖。这一差异与霍夫斯泰德文化维度理论（Hofstede G, 2011）中集体主义—个人主义在认知模式与归因方式上的心理分异高度契合（国家信息中心, 2017）。

2.2.2 情境因素

交易环境中的多维变量，包括情境不确定性、风险评估参数以及制度性规范等结构性要素，均对信任机制的构建与维系产生显著的调节效应。在高不确定性和高风险情境下，个体往往更加谨慎地给予信任；而在遵循诚信和公平规范的社会环境中，个体更容易建立稳定可靠的信任关系。共享经济平台通过构建评价系统、保险机制与纠纷解决流程等制度性设计，能够有效降低交易过程中的不确定性与感知风险，从而增强用户的信任意愿。例如，Airbnb通过用户评价与房东验证机制，显著缓解了用户对房源真实性的顾虑，体现了平台设计对信任的促进作用。

同时，政府政策与行业监管在塑造可信交易环境中扮演关键角色。例如，在中国网约车行业的规范过程中，相关监管政策的引入被研究认为有助于提升用户对平台安全性与可靠性的整体信任水平。相比之下，在侧重市场自律的模式下，研究亦表明用户评价机制在建立信任过程中具有重要影响。这些不同情境下的实践表明，制度约束与技术手段共同构成了支撑共享经济信任的关键情境要素。

2.2.3 互动因素

个体与他人之间的互动历史、沟通质量与反馈机制等动态因素，对信任的形成与发展具有关键影响。积极的互动体验，如及时有效的沟通、良好的冲突解决与相互尊重，能够显著促进信任的建立与深化（Ridings et al., 2002）。例如，平台对用户反馈的积极响应与问题处理，有助于修复信任并增强用户对平台的依赖（李立威, 何勤, 2018）。反之，负面的互动经历，如沟通不畅或承诺未履行，则会显著削弱信任水平（Mittendorf, 2017）。

在共享经济环境中，互动质量不仅涵盖用户之间的直接交流，也包括用户与平台之间的持续互动。平台对用户投诉的响应速度与问题解决效果，将直接影响用户对平台可靠性与服务意愿的整体评价，是构建与维持制度信任的重要基础。

2.2.4 信任—不信任动态平衡

本研究突破传统单向信任研究视角，提出信任—不信任的双维度分析框架。基于前景理论（Kahneman & Tversky, 1979），负面事件对信任的削弱效应显著强于正面事件的增强作用，这一非对称机制符合该理论中

的损失厌恶原则。社会交换理论 (Blau, 1964) 进一步揭示, 负面互动会导致互惠预期失衡, 从而触发用户通过不信任机制重新评估关系价值。归因理论 (Weiner, 1985) 则提示, 当用户将负面事件归因于平台内部稳定因素时, 其信任受损程度将显著加深。上述理论共同表明, 共享经济中的信任管理应当突破单一维度的促进策略, 转而从风险防范与归因引导等多维度构建动态平衡机制, 通过增强平台可控性与提高问题解释透明度等途径实现信任生态的持续优化。

3 信任机制的双重基石

3.1 社会资本理论在信任机制中的应用

从社会心理层面理解, 社会资本理论揭示了人际关系网络通过社会认同、互惠预期等心理机制塑造个体的信任认知与行为决策。该理论认为, 个体通过社会关系网络所获取的信任、规范与互惠等资源构成其社会资本 (边燕杰, 丘海雄, 2000)。在心理层面, 社会关系网络通过社会认同与从众效应成为信任传播的重要心理通道——当用户观察到熟人的推荐与评价时, 会因群体归属感而产生认知同化, 更易形成对陌生服务的信任意向。

在平台层面, 共享经济系统通过建立共同行为规范与群体认同促进信任的生成。持续互动中形成的共享规范与评价标准, 通过规范性社会影响引导用户调整自身行为, 这种心理约束有效降低了交易不确定性。同时, 高频互动通过单纯曝光效应增强用户间的情感联结, 进而提升合作意愿。值得关注的是, 数字平台通过构建虚拟社区的群体认同, 实现了信任传递机制的心理转型。例如, 爱彼迎 (Airbnb) 的评价系统使弱关系网络依托系统信任成为新的心理依赖路径 (Yang et al., 2019), 这从社会心理层面拓展了边燕杰 (2000) 基于强连接的线下信任形成机制。近年研究进一步表明, 线上社会资本 (如虚拟社区中的互惠规范) 可作为线下社会资本的有效补充, 影响用户的信任决策。

3.2 区块链技术在信任机制中的应用

区块链技术作为一种具备去中心化、不可篡改与可追溯特性的分布式账本技术, 为共享经济中的信任构建提供了创新性解决方案 (袁勇, 王飞跃, 2016)。其技术特性从多维度重塑了信任机制: 去中心化结构降低了对单一中介的依赖, 避免了中心机构信用风险与数据操纵可能, 使交易主体能够建立更直接的信任关系; 不可篡改性保障了交易数据 (如房源信息、用户评价) 的真实与可靠, 增强了用户对平台信息生态的信任基础; 可追溯性则通过完整、透明的交易记录, 为纠纷溯源与责任认定提供了技术支持, 有效提升了整体交易环境的可信度。例如, 在共享住宿场景中, 将房源信息与租赁记录上链存证, 可显著提高信息透明度与交易安全性。

这些技术优势共同构建起一种基于规则与算法的系统信任, 降低了传统信任构建中对人际重复互动与情感联结的依赖, 为共享经济在陌生人交易网络中实现可信协作奠定了技术基础。

4 共享经济下影响用户信任的社会心理因素

4.1 用户个人因素

4.1.1 信任倾向

在共享经济场景中, 用户的信任行为受个人信任倾向这一关键因素的显著影响。具有较高信任倾向的用户更愿意尝试新的共享经济服务, 并对平台和其他用户给予信任。研究表明, 个体信任倾向的形成机制与其人格特征、社会化历程以及文化资本积累等要素存在显著的相关性 (王雅臻等, 2025)。

4.1.2 风险感知

用户对共享经济中潜在风险的感知直接影响其信任决策。这些风险涵盖人身安全 (如共享出行中的交通事故或司机不安全行为)、财产安全 (如共享住宿中的财物丢失), 以及信息安全 (如个人信息泄露) 等多个维度。费瑟曼和帕夫卢 (Featherman & Pavlou, 2003) 提出的在线交易风险模型在共享出行中需进一步结合人身安全因素。例如, 平台通过行程录音等功能增强用户对过程的控制感, 从而提升安全感知。然而, 此类措施也可能加剧隐私泄露风险, 体现了安全与隐私之间的权衡。

4.1.3 知识与经验

用户对共享经济模式的了解程度和使用经验也会影响其信任。熟悉共享经济运作机制、有过成功共享经历的用户可能对共享经济更有信心, 更易建立信任。例如, 经常使用共享单车且未遇到问题的用户可能会对其他共享经济服务也更信任。

4.2 平台相关因素

4.2.1 平台声誉与品牌形象

平台的声誉和品牌形象是用户信任的重要依据。具有良好口碑、较高知名度和正面品牌形象的平台更容易获得用户信任。用户往往会根据平台的历史记录、市场评价和品牌传播来判断其可靠性。尽管博茨曼与罗杰斯 (Botsman & Rogers, 2010) 强调品牌声誉的普适性, 但共享经济中平台声誉更依赖动态用户评价, 较低的评分可能会影响司机接收行程请求的数量。

4.2.2 平台安全机制

对于用户信任而言, 平台设立的各类安全保障举措尤为重要。例如, 身份认证机制可确保用户身份的真实性, 增强用户的信任感; 信用评价系统能够对交易对象的可靠程度进行判断; 交易担保机制有效降低了用户的

资金风险；而明确的隐私保护政策则通过规范个人信息的使用与处理流程，增强了用户提供数据的安全感（卢现祥，2016）。

4.2.3 平台服务质量

服务质量作为平台运营的核心要素，其优劣程度与用户感知体验及信任度呈现显著的正相关关系。高效的服务响应、便捷的操作流程、良好的客户服务和优质的共享资源供应等都能提升用户满意度，进而促进信任建立。例如，共享住宿平台提供干净整洁的房间、及时的客服响应和便捷的预订流程，会增加用户对平台的信任。

4.3 社会环境因素

4.3.1 社会文化背景

社会文化背景对用户信任的构建具有深远影响。在强调集体主义、关系和谐与诚信价值的社会中，用户更易形成初始信任。例如，日本等国家注重信任与互助的文化氛围，为共享经济的发展提供了有利条件。基于文化维度理论的分析框架，中西方在集体主义与个人主义维度上的差异塑造了不同的信任建构逻辑：以中国为代表的集体主义文化倾向于形成“关系型信任”，其信任建立更多依赖熟人网络与社会关系背书；需注意，即使在集体主义文化倾向的社会中，随着制度完善与数字经济发展，制度型信任的作用也在逐步增强，文化对信任的影响呈现动态演变特征。而以美国为代表的西方个人主义社会则发展出“制度型信任”，主要依托法律体系与契约机制来保障合作。这一文化差异也体现在平台信任机制的设计上：中国部分共享经济平台倾向于采用“重资产”运营模式，并通过政府参与的资质审核来增强可信度；而西方平台则更多依托成熟的法治环境与市场化的信用评分系统，构建透明化、制度化的信任路径。

4.3.2 社会舆论与媒体报道

社会舆论和媒体报道对用户信任具有导向作用。正面的舆论和报道能够提升用户对共享经济的信任，而负面事件的曝光则可能引发用户的担忧和不信任。例如，媒体对共享经济成功案例的宣传会吸引用户参与，而对安全事故或欺诈行为的报道则会使用户谨慎对待。

4.3.3 法律法规与监管

完善的法律法规与有效监管机制为共享经济构筑了制度性信任基础，显著提升用户对平台的信任度。明确的法律条文与严格监管共同约束平台及用户行为，降低交易不确定性，使用户在参与过程中获得更强的安全保障。以网约车行业为例，政府实施的驾驶员资质审核、车辆安全标准等规范性措施，已被证实能够有效增强用户对服务的信任感知。与此同时，资本介入推动的参与者职业化趋势（如全职司机、专业化民宿运营）正在重

塑信任生成的心理机制：用户对职业化服务者的信任逐步趋近于传统服务业逻辑，其信任判断基础从“对个人可信度的评估”转向“对平台标准化管理与品牌背书的依赖”。例如，Airbnb推出的“Plus”认证计划，通过统一的装修与卫生标准将信任锚点从“个体信誉”迁移至“平台认证体系”，体现出共享经济信任机制随业态演进所呈现出的动态适应性特征。

4.4 交互体验因素

4.4.1 用户评价与口碑

在共享经济中，用户评价与口碑是建立和传播信任的关键机制。正面评价能显著增强潜在用户对平台及服务提供者的信任感，进而影响其决策行为；负面评价则直接削弱信任基础。研究表明，在线评论通过影响消费者的情感信任，在其决策过程中扮演着重要角色。

4.4.2 社交互动与关系网络

用户在共享经济平台上的社交互动以及其社交关系网络对信任有重要影响。通过与其他用户的交流、互动和建立关系，用户可以获得更多信息和信任线索。例如，在共享办公空间中，用户之间的合作和社交活动有助于建立信任关系；此外，用户的朋友或熟人在共享经济中的推荐也会增强其信任。

4.4.3 互动公平感

用户在与平台及其他用户的互动期间，所产生的公平感知，会对其信任程度造成影响。包括程序公平（如平台规则的公平性、交易流程的合理性）和分配公平（如共享收益的分配合理性）等方面。倘若用户感受到公平相待，那么他们更倾向于建立信任关系。

5 现有研究的不足

在共享经济用户信任研究领域，现有研究方法存在明显局限。当前研究多依赖问卷调查和实验研究等定量方法，这些方法虽能收集大量数据并进行统计分析，但往往难以深入揭示用户信任形成的深层心理动机与复杂情感体验。而深度访谈、案例分析等质性研究方法应用不足，限制了对信任建构复杂性的全面理解。此外，用户信任本质上是动态演变的，受到多因素交互影响，但现有研究多采用静态或横截面设计，缺乏纵向研究和跟踪调查等能够揭示长期演变机制的方法。

共享经济中的用户信任问题涉及心理学、社会学、经济学和管理学等多个学科范畴。尽管已有研究尝试从多学科视角进行探索，但这些视角之间缺乏有效整合，尚未形成一个能够全面阐释共享经济信任现象的综合性理论框架。

在研究内容上，当前研究存在显著的不平衡。一方面，随着共享经济模式的持续创新，共享医疗、共享农业等新兴领域不断涌现，但相关信任机制研究却未能同

步跟上。现有研究的实证数据过度集中于出行和住宿领域，使得我们对其他重要场景中信任的理解存在明显空白。与此同时，跨文化比较研究（如集体主义与个人主义社会的信任建构差异）的缺失，也限制了现有理论解释的普适性。

另一方面，当前研究普遍忽视平台与用户之间的双向信任关系。多数研究仅关注用户对平台的单向信任，而对平台对用户的信任以及两者间的互动机制探讨不足。实际上，在河池市民宿的“信用旅居计划”等实践中出现的“双向评价”机制表明，平台与用户间的相互信任对于提升共享经济效率至关重要。

6 未来研究展望

未来对于共享经济下用户信任的研究可从多方面展开。在研究方法上，要进行拓展。应强化定性与定量研究的结合，先借助定性研究洞察用户信任的内在心理及情境因素，为定量研究打基础，再用定量研究验证定性成果，构建有力理论模型。同时，积极开展动态研究，采用纵向研究等方法追踪用户信任轨迹，剖析不同阶段影响因素变化及与行为的动态交互，助力平台制定长期策略。此外，推动跨学科融合，整合多学科视角构建综合理论框架，全面阐释信任问题。研究内容也需深化。关注新兴共享经济模式与场景，如分析共享医疗、教育中的信任机制，探究新技术、新服务、新需求对信任的影响。系统研究用户不信任行为及修复策略，剖析成因、类型和后果，探寻平台改进、用户沟通补偿、社会监督规范等修复途径。重视平台与用户双向信任关系，研究其构建机制和影响因素，及对生态系统的促进作用。

与此同时，我们还应当着重强化以实践应用为导向的研究工作。一方面，要为共享经济平台提供一系列有关信任管理策略的切实可行的建议，助力其在安全保障、服务品质提升等关键环节实现优化改进。另一方面，积极协助政府部门制定契合共享经济发展的监管政策，包括进一步完善法律法规体系、加大市场监管力度以及推动行业的自我约束与规范。此外，还需大力开展针对用户的教育活动，切实提升用户参与共享经济的意识以及他们对共享经济的信任能力，通过广泛宣传共享经济所具备的优势、相关风险防范知识以及信任建立的有效技巧等，达成可持续发展的战略目标。

参考文献

[1] 边燕杰, 丘海雄. (2000). 企业的社会资本及其功效. *中国社会科学*, (2), 87-99, 207.
[2] 陈泽宇, 叶林弘, 卢海沿, 等. (2022). 共享经济的信任治理机制分析. *商业观察*, (14), 17-19.
[3] 国家信息中心. (2017). 2017全球、中国信息社会发展

报告. 取自http://bigdata.sic.gov.cn/sic/82/566/1226/8724_pc.html

[4] 国家信息中心. (2021). 中国共享经济发展报告(2021). 取自https://www.ndrc.gov.cn/wsdwhfz/202102/t20210222_1267536.html.
[5] 郭震, 贝衍沙, 赵锦哲, 等. (2023). 共享经济对亲社会行为的影响: 信任的中介作用. *心理科学*, 46(4), 944-951.
[6] 鞠恒鑫, 潘昊飞, 刘晓凤, 等. (2020). 基于C2C模式下小规模电商的纳税体系设计研究. *商场现代化*, (20), 169-171.
[7] 李立威, 何勤. (2018). 没有信任 何谈共享?——分享经济中的信任研究述评. *外国经济与管理*, 40(6), 141-152.
[8] 李晶晶, 陈帅, 秦萍, 耿可心, 王雅臻. (2025). 信用管理对消费者行为的双重影响——基于哈啰单车驾照分的实证分析. *管理世界*, 41(4), 136-159.
[9] 卢现祥. (2016). 共享经济: 交易成本最小化、制度变革与制度供给. *社会科学战线*, (9), 51-61.
[10] 王萍, 李轩, 曹高辉. (2023). 组态视角下共享住宿多主体信任的影响因素研究. *管理评论*, 35(4), 144-155.
[11] 伍世安, 傅伟. (2020). 共享经济研究新进展: 一个文献综述. *江淮论坛*, (3), 44-54.
[12] 谢立达. (2022). 共享经济发展的困境与突破探讨. *中国集体经济*, (4), 9-10.
[13] 袁勇, 王飞跃. (2016). 区块链技术发展现状与展望. *自动化学报*, 42(4), 481-494.
[14] Bandura A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, (52), 1-26.
[15] Blau P M. (1964). Justice in Social Exchange. *Sociological Inquiry*, (34), 193-206.
[16] Botsman R & Rogers R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Harper Business, New York.
[17] Dellarocas C, Zhang X M & Awad N F. (2012). Let's make a deal: The dynamics of trust and reciprocity in online transaction systems. *MIS Quarterly*, 36(4), 1323-1344.
[18] Featherman M S & Pavlou P A. (2003). Predicting e-Services Adoption: A Perceived Risk Facets Perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, (59), 451-474.
[19] Gefen D. (2000). E-Commerce: The Role of Familiarity and Trust. *Omega: The International Journal of Management Science*, (28), 725-737.
[20] Hofstede G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).
[21] Kahneman & Tversky. (1979). Prospect Theory—An Analysis of Decision Under Risk. *Econometrica*, (47), 263-292.
[22] Mittendorf C. (2017). *The Implications of Trust in the Sharing Economy—An Empirical Analysis of Uber*.

- Proceedings of the 50th. Hawaii International Conference on System Sciences.*
- [23] Ridings C, Gefen D & Arinze B. (2002). Some Antecedents and Effects of Trust in Virtual Communities. *The Journal of Strategic Information Systems*, (11), 271–295.
- [24] Weiner B. (1985). An Attributional Theory of Achievement Motivation and Emotion. *Psychological Review*, (92), 548–573.
- [25] Yang S, Lee K, Lee H, et al. (2019). In Airbnb We Trust: Understanding Consumers' Trust–Attachment Building Mechanisms in the Sharing Economy. *International Journal of Hospitality Management*, (83), 198–209.

Social Psychological Basis of User Trust Mechanism under Sharing Economy Model: Research Review and Future Trends

Xu Zeshuang

Guangxi Normal University, Guilin

Abstract: As an emerging economic model, the development of the sharing economy depends on the trust between users and between users and the platform. This literature review focuses on the social psychological basis of user trust in the sharing economy. Through a comprehensive analysis of relevant research literature, it elaborates on the development status of the sharing economy and the theoretical basis of trust, deeply analyzes the social psychological factors affecting user trust from various aspects such as user personal factors, platform-related factors, social environment factors, and interactive experience factors, summarizes the deficiencies of existing research, and looks forward to future research directions, aiming to provide useful references for theoretical research and practical development in the field of the sharing economy.

Key words: The development of the sharing economy; Factors influencing trust; Social psychological analysis