



“两会”信息参考

聚焦共享经济

厦门市图书馆编
2018年01月

目 录

前言.....	1
全面解读.....	2
共享经济是什么?	2
三句话让你读懂“共享经济”到底是什么?	2
国家促进分享经济发展有关政策.....	17
现状及挑战.....	25
ofo 正式进驻泰国 引领中国共享经济席卷全球	25
“共享经济”下, 机遇与挑战并存.....	27
共享经济的发展现状和未来趋势.....	31
各方观点.....	35
共享经济时代什么都能共享? 不能用新瓶装旧酒.....	35
共享热的冷思考: 可以“绚烂” 不能“泛滥”	38
“奇葩”共享经济遍地开花: 新模式考验社会管理.....	41
共享不代表低廉 “共享经济”在中国变味儿了吗?	44
美媒: 中国引领共享经济未来 向世界展示如何分享.....	47
他山之石.....	50
蓬勃发展的共享经济, 在国外都有什么新花样?	50
共享经济大行其道 盘点各国“共享”创意.....	53
海外国家分享经济的发展经验.....	55
结语.....	61

(注:本辑内容均选自公开发行的报刊、权威网站, 版权归所有者。)

前言

共享经济又称为分享经济，根据中国互联网协会给出的定义，共享经济是指“利用互联网等现代信息技术整合、共享海量的分散化闲置资源，满足多样化需求的经济活动总和”。借助于大数据处理技术、卫星定位技术、互联网技术（尤其是移动互联网技术）等高新技术手段，共享活动发起者建立起共享平台，共享经济参与者可以按照自己需要，在平台上提供或给予资源，从而使分散且闲置的资源得到快速整合和精确匹配，转移到有需要的用户手中，实现资源的充分利用。简单来说，共享经济就是“大量闲置资源+共享平台+大众参与”。

共享经济理念与实践起步于西方发达国家，21 世纪初引入国内，并在最近三四年内极速发展。据统计，2016 年，我国共享经济市场交易额约为 34520 亿元，比上年增长 103%，融资规模约 1710 亿元，同比增长 130%，参与共享经济活动的人数超过 6 亿人。交通出行、房屋住宿、知识技能、生活服务、医疗服务、生产能力是共享经济发展与扩张的六大重点领域。目前，共享经济中出现了以滴滴出行、陆金所、新美大等估值超百亿美元的巨头企业，以及饿了么、途家网、ofo 小黄车、摩拜单车等深受市场热捧的“明星级”初创企业。

共享经济是技术创新与制度创新有效结合所创造的新经济形态，二者缺一不可。而制度创新的效率取决于相关部门的制度供给，合宜的制度供给能够提升制度创新的效率，加速共享经济发展，反之，不合宜的制度供给将阻碍共享经济的发展。我国发展共享经济的制度供给还存在一些问题。共享经济在一些方面与现行制度相冲突，如网约车平台与网约车司机的“互惠但互不隶属”的关系与现行劳动人事制度相冲突。制度供给上的不足不能适应共享经济发展的需要，因而处理好共享经济与现行制度、政府规制行为、传统经济的关系至关重要。相关部门应该转变观念，平等对待各方利益诉求，通过适宜的制度安排，助力共享经济发展。

全面解读

共享经济是什么？

来源：中国网 2017-01-15

共享经济，一般是指以获得一定报酬为主要目的，基于陌生人且存在物品使用权暂时转移的一种新的经济模式。其本质是整合线下的闲散物品、劳动力、教育医疗资源。有的也说共享经济是人们公平享有社会资源，各自以不同的方式付出和受益，共同获得经济红利。此种共享更多的是通过互联网作为媒介来实现的。

共享经济这个术语最早由美国德克萨斯州立大学社会学教授马科斯·费尔逊（Marcus Felson）和伊利诺伊大学社会学教授琼·斯潘思（Joel Spaeth）于 1978 年发表的论文（Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach）中提出。共享经济现象却是在最近几年流行的，其主要特点是，包括一个由第三方创建的、以信息技术为基础的市场平台。这个第三方可以是商业机构、组织或者政府。个体借助这些平台，交换闲置物品，分享自己的知识、经验，或者向企业、某个创新项目筹集资金。经济牵扯到三大主体，即商品或服务的需求方、供给方和共享经济平台。共享经济平台作为连接供需双方的纽带，通过移动 LBS 应用、动态算法与定价、双方互评体系等一系列机制的建立，使得供给与需求方通过共享经济平台进行交易。

三句话让你读懂“共享经济”到底是什么？

来源：央视财经 2017-03-07

共享经济正在从一个新鲜事物变成我们生活的一部分，一个新时代被开启了。你感受到了吗？关于共享经济的一场消费革命正在悄悄进行。在共享经济来势汹汹之际，你是否对它有足够的了解？

说到“共享经济”不得不提的一定是“共享经济”鼻祖罗宾蔡斯女士提出的

共享经济的公式：产能过剩+共享平台+人人参与

通俗的解释，共享经济就是利用别人暂时不用的、闲置的资源加上人人参与。看过公式后了解“共享经济”要从“共享经济”的三段金句开始……

“共享经济”金句 N01:

“没有一个房间也可以开酒店，没有一辆车也可以开租车公司，没有一件商品也可以开商场。”

接着这三句话往下说，大家可以一起开脑洞，你们想到的是什么???

在北京，越来越多的人不坐出租车开始用 Uber、滴滴出行，不住酒店，通过 Airbnb 住在当地人家里，不去餐馆而是选择私厨。这是为什么？难道这就是共享经济？我们一起来看看在《对话》现场嘉宾会分享哪些“共享经济”项目？

《对话》“共享经济”讲述人：

毛大庆 优客工场创始人兼董事长

优客工场共享的是“办公空间”，为创业公司、小微企业提供服务。成立不到一年估值已超过 20 亿人民币，改变近两千名创业者、190 家企业的办公生态。

毛大庆：我们并没有完全离开地产行业，共享的还是地产行业的一些物料。共享了各种办公资源，远远不只是一个空间的问题。从优客工场成立到现在的估值近 20 亿人民币，我们影响了 190 家企业，将近 2000 人的工作方式。

张荣耀 e 袋洗创始人兼董事长

小 e 管家共享的是人的“专业技能”，为用户提供取送、做饭、接送孩子等上门服务。目前业务已覆盖全国 30 个城市。

张荣耀：我洗衣服其实洗了二十五年的时间了，我们现在一天十万件衣服的取送，全部是通过邻里之间的阿姨们去取送衣服的，就是我们过去 25 年取送的衣服攒到一起都不到今天取送衣服的数量。

姚劲波 58 赶集集团 CEO

58 赶集集团旗下 58 到家共享的是人的“专业技能”，为用户提供家庭保洁、上门美甲、搬家速运等到家服务。目前估值达 10 亿美金。

姚劲波：一年前我们推出一个新的服务叫 58 到家，58 到家是把人的时间来共享，你不再需要一个拥有的专门保姆或者专门的司机，我们让一个人弹性地就业，弹性的为你服务，这个服务推出一年时间，我们就从零做到十亿美金的估值。

田溯宁 宽带资本董事长

宽带资本参与投资了目前全球估值第一和第二的创业公司优步 (Uber) 和空中食宿 (Airbnb)，它们也被业内看作是世界上最具有代表性的共享经济公司。

田溯宁：我这一段时间一直对共享经济是一个信奉者，像早期国外的 Airbnb，我有幸是这个公司的投资者。你看 Airbnb，我们需要每天住的房子都不一样，而过去所有的旅馆都差不多，Airbnb 现在最热的一个产品叫“惊喜”，你到旧金山之后，不仅仅住他的房子，当地人能帮你一起去旅游，帮助你发现那些你从来没有发现的，像当地人一样去享受生活。

“共享经济”金句 N02:

“你的就是我的，我的也是你的”

你知道这句话怎么翻译吗？“

Need just word, word has word.”

其实正确的翻译就是上图中的意思“你的就是我的，我的也是你的”！

what？共享经济可以把所有东西都变成“你的就是我的，我的就是你的”？现在看到的共享经济创业项目，几乎无所不包？再来抛一个烧脑的问题，你能想到的“共享+”都有什么？？？有人告诉小编说：除了老婆、牙刷都可共享……；还有人说：他把自己给共享出去了？到底是怎么回事？我们一起来看看洪泰创新空间 CEO 王胜江怎么说？

《对话》“共享经济”讲述人：

王胜江 洪泰创新空间创始人 CEO：“我把自己给卖了”

王胜江：举一个我自己的例子，我双十一的时候，我把自己卖了，我作为投资人放在了我的微信号上卖 99 块钱见我一次。我在设计这个产品的时候，我只是为了新鲜，我觉得我还能分享，那太好了，我长成这个样子也可以分享。但是我体验完以后发现有几个问题，万一有一个美女见我一天，我不见还不行，否则我违了规则，这个没有设定产品的内容。第二个就是我没有规定他什么时候来见我，因为我一百多个人，如果每天见两个人，就得通过两三个月来见，现在很多创业者对我很不满意。为什么？因为虽然还是想见我，他花了钱，这样使很多人都排到了春节才能见，共享经济共享的是什么，共享有价值的东西。通过这个平台让他变得更有价值，通过这个我们要反思，要把产品做好。

“共享经济”金句 N03:

“每个人都知道你是一条狗，但却没人在意”

这句话其实来源于《纽约客》谈到互联网时有一个判断：“在网上，没人知道你是一条狗。”而随着社交网络的兴起，新的判断可能是：“在网上，人人都知道你是一条狗。”但在共享经济中，每个人都知道你是一条狗，但没人在意，因为你的产品和信誉才是最重要的。

共享经济的核心是信誉，它提高了社会的效率，加强了人与人之间的联系。

那么问题来了，人们可以依靠“共享经济”实现情感回归吗？一起来看看在《对话》现场嘉宾如是说？

《对话》“共享经济”讲述人：

吴伯凡 《21 世纪商业评论》发行人：“共享经济”就是一场精神的还乡”

吴伯凡：“人人为我，我为人人”应该是共享经济的一个比较准确的概括，我们非常怀念那样一个人与人之间，以前是熟人社会的感觉。后来变成陌生人社会，今天互联网能够让我们重新回到准熟人社会共享经济，它导致了有些产品的销售量会降低，但是整体公共总福利会提高，让好多根本就买不起这个东西的人，他能用得起。最重要的是他不仅仅是在经济意义上，可能会增加的是一个审美意义上，伦理意义上的东西。刚才说的惊喜、惊艳、亲密感和沉浸感，那是在传统社会里头我们才能体会到的东西。好多年前我曾经说在数字时代，我们也许有一场还乡。

《2016 年度中国“共享经济”发展报告》（全文）

（电子商务研究中心 2017-06-03）

近几年，中国掀起了一股“共享经济”的热潮。为此，国内知名互联网+智库——中国电子商务研究中心(100EC.CN)通过对当下热门的共享交通(网约车)、共享单车、共享房屋、共享餐饮、共享物流、共享金融、共享充电宝等几大领域展开了研究，并于 5 月 9 日发布了《2016 年度中国“共享经济”发展报告》

一、报告概述

1. 核心数据：

2016 年中国“共享经济”市场规模达 39450 亿元，增长率为 76.4%。

2016 年我国分享经济的提供服务者人数约为 6000 万人，比上年增加 1000 万人；分享经济平台的就业人数约 585 万人，比上年增加 85 万人。

2016 年度共享经济交通领域金额最大一笔融资是 6 月 16 日滴滴出行获得的 45 亿美元。

截至 2016 年 12 月，网络预约专车用户规模为 1.68 亿，比 2016 年上半年增加 4616 万，增长率为 37.9%。

在 2016 年 1 月 1 日至 6 月 17 日，共有 10 家众筹平台完成融资，总计融资金额约为 31000 万元。

2016 年度共享单车领域单 ofo 完成了 5 次融资。

2016 年，共享单车呈现近 10 倍规模发展。

2016 年 4 月 18 日，C2C 众包物流人人快递宣布完成 5000 万美金 B 轮融资。

2016 年全国众筹行业共成功筹资 224.78 亿元，是 2015 年全年成功筹资额的 1.97 倍，是 2014 年全年全国众筹行业成功筹资金额的 10.42 倍。

截至 2016 年 12 月底，全国众筹行业历史累计成功筹资金额超 350 亿元，达 363.95 亿元。

2016 年中国在线旅游分享住宿市场交易规模预计可达到 89.4 亿元，相比 2015 年交易额增长 80.6%，分享住宿市场规模持续上升。

2016 年外卖市场爆炸式发展，交易规模约 1524 亿，相比 2015 年的 459 亿增加了 232%。

2. 核心观点：

预测：“共享经济”市场规模将逐年增长，符合社会发展规律。

共享网约车：：网约车与传统出租车差异竞争融合发展、共享经济在交通出行领域的实践具有重要意义、交通分享业务扩大化。

共享单车：未来趋势猜想：区域垄断，军阀割据、市场分层，立体布局、一统江湖，一家独大。

共享房屋：国家利好政策支持、个性化度假旅游需求日益旺盛、管理制度层

面将趋于规范、轻资产模式运营利于实现低投高收、轻社交时代的非标住宿促进和谐社会。在线旅游分享住宿行业投融资多集中在 A 轮及以前，在线旅游分享住宿领域仍大可挖掘。

共享餐饮：由于监管趋严，共享经济概念下的私厨共享，在经历前一阶段的爆发式增长后，最近陷入了艰难境地。大批私厨平台相继停止运营。

共享物流：众包模式为企业的创新发展提供强劲的驱动力、众包模式为传统生产与生活领域营造共建共享的普惠环境、货运 O2O 迎来最好的时代。

共享金融：P2P 网贷行业大洗牌不可避免，业务类型更加多样化。P2P 网贷平台将在现有基础上进一步拓宽业务范围，尤其是供应链金融和消费金融等领域。移动端成为资金主要入口。

网络众筹将进入快速发展期。奖励众筹成为未来一种新的消费方式。公益众筹将从根本上改变公益慈善领域的现行格局。在 BAT 等大型公司纷纷进入的情况下，中小众筹平台将向垂直型、专业化方向发展。

3. 市场规模稳步增长：互联网使分享高效

据中国电子商务研究中心监测数据显示，2016 年中国“共享经济”市场规模达 39450 亿元，增长率为 76.4%。

2014 年后，中国“共享经济”市场规模增速放缓。经历过爆发式增长与市场选择、政策调控，“共享经济”模式正在以更加合理的速度逐步扩散。

2016 年我国分享经济的提供服务者人数约为 6000 万人，比上年增加 1000 万人；分享经济平台的就业人数约 585 万人，比上年增加 85 万人。

二、共享交通

共享交通模式主要有共享租车、共享驾乘、共享自行车、共享停车位等多种类型，也是共享经济目前在全球范围影响最广、争议最多的一个领域，共享交通出行模式致力盘活社会上闲置的车资源、司机资源、停车位资源等，提升交通闲置资源的利用率。

1. 滴滴出行夺魁

2016 年网约车领域仅滴滴、优步中国、神州专车、叮叮约车就融资近百亿美元。

2016 年度共享经济交通领域金额最大一笔融资是 6 月 16 日滴滴出行获得的

45 亿美元，投资方为中国人寿、Apple 苹果、阿里资本/阿里巴巴、腾讯产业共赢基金/腾讯、招商银行、软银中国。

2016 年 1 月 4 日，优步 Uber 中国完成 B 轮融资，金额 20 亿美元，投资方为海航资本、中国人寿、太平洋保险、广汽集团、中信证券、万科集团、民生银行（民银国际）、宽带资本、双湖投资，融资金额排在第二位。

2. 出行方式多样化：超两成网民约专车

据中国电子商务研究中心监测数据显示，截至 2016 年 12 月，网络预约专车用户规模为 1.68 亿，比 2016 年上半年增加 4616 万，增长率为 37.9%。

网约车新政细则落地，政府鼓励网约车业务规范发展，明晰对专车业务的定位，并将逐渐加强、细化对行业的管理办法。

受政策影响，网约车运营成本大大增加，2016 年下半年的网约车用户规模增速并不快，但交通共享依旧是未来大趋势。

3. 交通共享大趋势解析

网约车与传统出租车差异竞争融合发展

多地网约车细则正式公布，相比征求意见稿有许多修改，尤其在车辆规格的要求上多地都有所放宽。听取了社会公众反馈后的政策放宽既稍向网约车从业者的利益倾斜，又使其与传统出租车规格有所区别。帮助两者差异竞争、融合发展。此后网约车运营有法可依、获得合法地位的同时将受到监管、规范，这对乘客而言是保障，对行业、市场是选择与优化。

共享经济在交通出行领域的实践具有重要意义

网约车作为国内共享经济在交通出行领域的代表性行业，源起于大城市交通服务供需不平衡，以及限行限购、开车烦、打车难、养车贵、用车不及时等现实问题，是对现有社会资源的再分配，体现了共享经济的发展趋势。有利于资源优化有效利用、有利于减少浪费，降低对环境破坏、是有利于营造良好的创新创业环境。

交通分享业务扩大化

在充足人气和快速发展的技术支持、日新月异的迭代创新以及持续升温的资本热捧下，未来交通分享市场的用户及覆盖城市的数量必将持续扩张；整合多种出行方式的一站式分享服务将出现，进一步改善人们的出行体验。

未来将展现出更高水平的包容性,吸引更多不同地域和年龄的用户参与其中。此外,未来的交通分享将进一步扩展维度并延伸服务链,开展停车、加油、洗车、保养、保险等方面衍生服务,进行更多跨界合作与创新。

三、共享单车

1. 2016 共享单车异常火热

2016 年为共享单车发展元年。大量资本涌入共享单车领域。

2016 年度共享单车领域单就 ofo 就完成了五次融资。2017 年 3 月 1 号更是完成了高达 4.5 亿美元的 D 轮融资。

2016 年下半年,TMT 领域最疯狂的资本盛宴转移到了共享单车,分享这场共享单车盛宴的玩家们已达数十家,百车大战的局面拉开。

2. 共享单车行业格局将定

据中国电子商务研究中心监测数据显示,共享单车领域异常火热。截止 2016 年年底,共享单车用户规模达 1886.4 万人,相比于 2015 年 245 万人,呈 7 倍的爆发式增长。预计 2017 年用户规模将达到 4965 万人,共享单车行业格局将定。

3. 共享单车大趋势解析

区域垄断,军阀割据

不同企业在不同的区域饱和投入单车,让对手望而却步,从而形成区域垄断性优势。由于空间上的占领需要时间,因此大巨头来不及吃掉全国市场,就发现很多区域市场已经被其他对手瓜分完毕。最终,全国形成军阀割据的态势,各自为政,谁也消灭不了谁。

市场分层,立体布局

根据城市层级不同,可以划分为一、二、三线市场。当一些巨头集中火力在含金量高的一线市场火拼时,还有一些对手会乘机占领二线市场。最终可能的局面是,一线市场和二线市场各有巨头,各自占据分层市场。

一统江湖,一家独大

由于市场容量不大,前期资产投入重,无论军阀割据还是市场分层,都不是最佳结果。分散只会导致大家集体走向平庸,而资本也没有退路。因此,最终在资本的驱动下,大鱼吃小鱼,小鱼吃虾米,合并成一家巨型公司,共享单车之战宣告结束。

四、共享房屋

中国电子商务研究中心认为，目前国内在线短租共享领域主要存在以下三种主要模式：

C2C 开放平台模式：该模式以小猪短租为代表，类似于国外的 Airbnb 模式。

B2C 开放平台模式：房源主要由平台控制，统一装修，统一管理，房租收入由平台和房东按一定比例分成，典型代表如途家网等。

“产权共享+换住共享”的二维共享模式：该模式以“我享度假”为代表。这个模式的核心在于分权共享。

1. 共享房屋融资

2016 年共享经济房屋租赁领域发展较为平稳，且有往好的方向发展趋势。获得 D 轮以上融资的公司仅有途家网及小猪 2 家企业，另外住百家在 2016 年 4 月挂牌新三板。在线旅游分享住宿行业投融资多集中在 A 轮及以前，在线旅游分享住宿领域仍大可挖掘。

2. 住宿市场前景看好

据中国电子商务研究中心监测数据显示，2016 年中国在线旅游分享住宿市场交易规模预计可达到 89.4 亿元，相比 2015 年交易额增长 80.6%，分享住宿市场规模持续上升。

2016 年住房分享市场交易额约 243 亿元，同比增长 131%。主要住房分享平台的房源数量超过 190 万套，用户总人数约 3500 万人，发展态势良好。

3. 共享房屋大趋势解析

未来市场潜力巨大

国务院常务会议明确提出放宽在线度假租赁、旅游租车等“互联网+”新业态的准入和经营许可。未来市场潜力巨大，房屋租赁规模扩张将进一步加快。从目前潜在需求和资源供给的潜力看，未来五年整体市场规模(包括房源数、用户数、交易额等)有望保持 50%以上的年均增长速度。平台盈利模式多样化。

个性化度假旅游需求日益旺盛

随着人们生活水平的提高，旅游需求增长迅速，旅游业快速发展直接带动住宿需求，短租市场发展前景广阔。尤其是近年来，以家庭、朋友、甚至是“驴友”为团队组合模式的出游日渐成为新潮流，互联网助推新型旅游模式。相较传统跟

团游、享受标准化的酒店服务，这些自由行的出游者对住宿也有了更多样化、个性化的需求。

轻社交时代的非标住宿促进和谐社会

非标住宿更注重轻社交属性即陌生人之间的轻快交往。酒店住宿房门一关住户之间没有任何交集，非标住宿的短租民宿，不管是合租还是整租，房东们都愿意分享自己的时间、技能、知识、当地生活经验，给用户深层次的社交体验。

此外，短租平台上也提供交流的社区版块，例如途家的“遇见有趣的人，体验不一样的家”版块，木鸟短租的“出门在外的一千零一夜”，房东和房客可以在这里分享自己的故事，实现知识共享、经验交流，促进人与人之间美好关系的形成，有利于和谐社会的构建。

五、共享餐饮

中国电子商务研究中心认为，目前私厨类共享产品大致可以分为以下三个模式。

模式一：“私厨+配送”类似于 O2O 外卖的模式

家庭主妇(煮夫)们先申请成为私厨，然后在平台上创建自己的店铺和菜单。用户在私厨店铺里点菜下单后，再由平台或物流公司完成配送。目前做的比较好的有“觅食”、“回家吃饭”、“丫米厨房”、“妈妈味道”等。

模式二：“家厨+堂食”

该模式类似于“家宴”，私厨们在平台上发布美食邀约，列出美食清单、预约时间和人均单价等，用户如果对美食感兴趣，则可以报名组团入局。典型的产品有“我有饭”、“隐食家”等。

模式三：美食菜谱类社区

这个模式虽然目前还没有切入该市场，但却不可小觑，典型的产品包括“下厨房”、“豆果美食”、“味库”等。

1. 大批共享经济平台离场

2016 年虽然有不少餐饮平台参与融资，但受环境、制度影响，很少是以共享经济名义出现的。由于监管趋严，共享经济概念下的私厨共享，在经历前一阶段的爆发式增长后，最近陷入了艰难境地。北京市食药监局明确，回家吃饭、丫米厨房、吃几顿等私厨模式涉嫌违规之后，小 e 管饭、妈妈的菜等大批私厨平台

相继停止运营。

2. 餐饮市场规模持续增长

据中国电子商务研究中心监测数据显示，2016 年外卖市场爆炸式发展，交易规模约 1524 亿，相比 2015 年的 459 亿增加了 232%。2016 年下半年交易规模虽然较上半年增长率有所下降，但整体交易规模呈上升趋势。受市场环境及制度影响，大批私厨等共享经济平台纷纷离场，共享经济餐饮行业面临严峻考验。

3. 餐饮外卖大趋势解析

餐饮分享模式遭挑战

2016 年食药总局发布了《网络食品安全违法行为查处办法》，提到“只有取得许可证的实体餐饮店才能在网上接受订餐，没有实体店的不能在网上销售餐饮产品，餐饮企业必须保证在网上销售的餐饮产品与在实体店销售的餐饮产品质量是一致的”。

餐饮创业门槛提高

严格落实网络餐饮服务第三方平台的责任，包括确保在平台上展示的餐饮企业的许可证是真实的，确保在送餐的过程中食物不被污染，确保消费者提出的投诉得到及时处理。新规下，不仅是私厨共享平台和 O2O 订餐平台受到挑战，整个互联网+餐饮的创业的准入门槛，也将大大提高。

外卖 O2O 依然处于井喷阶段

外卖 O2O 依然处于井喷阶段，用户的消费能力增加也导致了其从价格敏感转向了品质敏感，也在反过来倒逼整个外卖行业的质量提升，安全、餐饮品类、物流等等通通需要全面的提升。

单品和垂直类外卖之所以在后期受到投资青睐正是因为它能够更为专注的做到从安全到物流的各项品质服务，而其服务的用户也偏中高端，有着更高的消费能力与黏性，可以最早实现盈利，继而成为投资的新宠。

六、共享物流

共享物流模式就是指通过共享物流资源实现整个物流体系的资源优化配置，从而提高物流系统效率，降低物流成本，推动物流系统变革的模式。共享物流模式目前主要指全民快递服务，即利用个人空闲时间，实现快递配送，也是一种新的生活体验方式。

据中国电商物流快递网企业数据库监测显示，中国已成为全球第一快递大国，而电商物流衍生出多种业态，并朝着多元化、智能化、开放化、国际化方向发展：

众包物流：京东众包、人人快递、饿了么“蜂鸟”、美团众包、我快到、51送、闪送、E快送等；

货运 O2O：1 号货的、云鸟配送、货车帮、罗技物流、蓝犀牛、速派得、运满满、货拉拉、福佑卡车等。

1. 2016 年物流行业融资火热

截止 2016 年 12 月，众包物流、货运 O2O 等物流领域共有 14 家主流平台获得了融资。物流行业整体发现态势良好。

2016 年 1 月 11 日，供应链配送服务商云鸟配送宣布完成 C 轮融资，融资额为一亿美金，由华平投资集团领投，红杉中国、经纬中国、金沙江等原有投资方跟投。

2. 共享物流大趋势解析

众包模式为企业的创新发展提供强劲的驱动力

众包模式将打破企业的边际，促进多方有能力的企业或个人之间在多项业务上开展跨地区、跨行业的创新协同，这将会大幅提升传统行业的创新能力，同时降低创新的成本。

如在家电行业，海尔集团在帝樽和天樽系列空调的研发过程中，前期通过互联网平台与数十万用户实时互动，提取用户对产品的共性需求，然后利用众包平台对接全球超过 100 万个领域专家和上千家全球一流的研发机构，产品推出后便广受市场好评。

众包模式为传统生产与生活领域营造共建共享的普惠环境

众包模式推动了全行业的创新供给和信息资源的开放共享，激发了社会多方主体参与生产与生活领域相关工作任务的积极性，与此同时大幅提升了企业的服务能力和普惠程度，使服务方式更加多样、服务内容更加丰富、服务供给更加高效。

货运 O2O 迎来最好的时代

物流作为一个复合型服务产业，以基础姿态支撑着医药、金融、零售、餐饮、生鲜、上门等服务行业。

随着移动互联网对各行各业的改造、升级与优化达到瓶颈，线下交付所对应的物流行业还没得到质的改变。物流行业亟需互联网的改变，货运物流迎来了最好的时代。而 O2O 行业本身做的事情是对供应链的改变和重塑，物流作为供应链的核心与基础是其中的关键环节，接受 O2O 改造是必然趋势。

七、共享金融

共享经济与互联网金融的诞生，皆是为了满足资源的最优配置。前者包括了所有资源，而后者是满足资金的最优配置。区别在于，共享经济中除了营利性的商业之外，也有公益的成分，而互联网金融的发展必须解决商业可持续原则。

众筹领域：代表平台有淘宝众筹、京东众筹以及苏宁众筹。

P2P 网贷领域：代表平台有拍拍贷、陆金所、微贷网等。

1. 众筹领域融资

进入 2016 年以来，互联网众筹行业的发展速度明显快了很多，直接反映在众筹平台受资本市场的青睐程度，仅上半年就有数十家平台获得 A 轮或者 B 轮融资。在 2016 年 1 月 1 日至 6 月 17 日期间，共有 10 家众筹平台完成融资，总计融资金额约为 31000 万元。

2. 众筹平台逐年递增

据中国电子商务研究中心监测数据显示，2016 年全国众筹行业共成功筹资 224.78 亿元，是 2015 年全年成功筹资额的 1.97 倍，是 2014 年全年全国众筹行业成功筹资金额的 10.42 倍。

据可测数据统计，2014 年众筹行业成功融资 21.58 亿元，而在 2013 年及之前全国众筹行业仅成功筹资 3.35 亿元。截至 2016 年 12 月底，全国众筹行业历史累计成功筹资金额超 350 亿元，达 363.95 亿元。

3. P2P 平台逐年递增

据中国电子商务研究中心监测数据显示，2012 年至 2015 年 P2P 平台数逐年增加，而 2016 年全国 P2P 平台 2448 家相较于 2015 年减少了 985 家，全年正常运营平台数量维持逐级减少的走势。由于平台整改的脚步尚未停歇，预计 2017 年网贷行业运营平台数仍将进一步下降，合规平台将上涨。

4. 共享金融大趋势解析

作为一种快速变化的新型业态，共享金融的未来发展存在着相当大的不确定

性。随着国家关于互联网金融的一系列政策的出台和监管的加强，以及市场竞争的演化，未来共享金融的发展还是有迹可寻。

主要如下：一是在经历了疯狂的市场进入高潮后，目前的平台倒闭潮还会延续一段时期，同时合并潮和行业大洗牌也将随之而来。二是与平台的变化趋势相反，共享金融的规模将继续快速增长，但增速会呈递减趋势。三是随着互联网和智能手机普及率提高，共享金融参与者的规模将不断扩大。

P2P 网贷发展趋势：

一是行业大洗牌不可避免。未来不能符合监管要求的、业务违规的、实力薄弱的平台将会出局。

二是业务类型更加多样化。P2P 网贷平台将在现有基础上进一步拓宽业务范围，尤其是供应链金融和消费金融等领域。

三是移动端成为资金主要入口。智能手机高普及率、强大的功能以及便捷性，使得 P2P 网贷资金端的竞争从 PC 端转向移动终端。

四是金融监管将进一步加强。未来监管部门将进一步细化政策，并结合大数据技术强化对平台的监管。

网络众筹发展趋势：

一是政府的扶持以及大众化参与，将使股权众筹进入快速发展期。

二是各类预售和营销与众筹的结合，使得奖励众筹成为未来一种新的消费方式。

三是公益众筹将从根本上改变公益慈善领域的现行格局。

四是在 BAT 等大型公司纷纷进入的情况下，中小众筹平台将向垂直型、专业化方向发展。

八、共享充电宝

1. 共享充电宝领域融资

2017 年 3 月底以来，小电科技、来电科技、Hi 电等相关企业相继宣布获得亿元级别的融资，行业火热的势头不亚于共享单车。

据不完全统计，目前共享充电宝领域已有十余家创业公司入场。在投资层面，3 月底至 4 月上旬，腾讯、鼎辉资本、金沙江创投等超 20 家资本巨鳄机构入局。累计携大约 3 亿元资金涌入到共享充电宝领域。

2. 共享充电宝模式对比

模式一：移动模式下的移动共享，代表是“来电科技”

人和充电设备都是可以移动的。主攻大场景大设备，包括商场、高铁、火车站、机场、景点、医院等人流量大的地方，一台单机设备可放几十个充电宝。

模式二：固定场景下的移动共享，代表是“街电科技”

主攻小场景，场景包括餐厅、咖啡馆、酒吧等，一般单柜有 6 个或 12 个充电宝。

模式三：固定场景下的固定共享，代表是“小电”

主打的是每一张桌面。线机一体，桌面上有共享充电宝时，不需要交付押金，扫码付费后就可以直接充电。

3. 共享充电宝未来发展战略

跑马圈地，占领市场

目前共享充电宝还处在起步阶段，该阶段最主要就是如何快速抢占市场，积累稳定用户。这也是网约车以及共享单车在发展前期花费大量资本所做的事。在前期，平台拼的是效率，拼的是资本。只要有了稳定的用户，未来的盈利就不是大问题。

大力推行信用免押金租赁

共享经济模式目前存在最核心的问题就是信任问题。而目前共享模式的押金无疑是新用户不能进入的最大阻碍，共享单车结合芝麻信用分大力推行信用免押金，共享充电宝也可以做到，目前街电、来电都是芝麻分 600 分以上免押金。尽管来电将“芝麻分 600 以上免押金”在机柜上展示，但是很多用户并不知道街电的信用免押金。

硬件性能提升

硬件水平是满足用户需求的基本要素，也是平台竞争的依靠。不论是充电效率、使用时长、充电安全性等都会给用户带来不小的影响。可以说优秀的硬件会给用户带来良好的体验。因此提升硬件水平，使用户充电更加高效、安全，对于用户的忠诚度有积极地影响。

国家促进分享经济发展有关政策

来源：《光明日报》 2017-07-04

2016年2月，十三五规划纲要提出，鼓励搭建资源开放共享平台，积极发展分享经济。

2016年3月，政府工作报告提出，以体制机制创新促进分享经济发展。

随后，发改委等共十部委印发《关于促进绿色消费的指导意见》指出，支持发展分享经济，鼓励个人闲置资源有效利用，有序发展自有车辆租赁。

2016年7月，《国家信息化发展战略纲要》发布，强调要“发展分享经济，建立网络化协同创新体系”。

2017年6月，国务院常务会议部署促进分享经济健康发展，合理界定不同行业领域分享经济业态属性，清理和调整不适应分享经济发展的行政许可、商事登记等事项及相关制度，按照“鼓励创新、包容审慎”原则，审慎出台新的准入和监管政策。落实各方责任，促进分享经济规范有序、持续健康发展，鼓励公平竞争。

八部门出台指导性意见 促进共享经济更好发展

来源：网易财经 2017-08-07

近年来，我国分享经济异军突起，发展快速、创新活跃、应用广泛，在一些领域走到了世界前列，并培育了一批创新创业型企业。国家信息中心统计数据示，2016年我国分享经济市场交易额达3.45万亿元，同比增长103%，参与分享人数达6亿，提供服务者人数约6000万。

分享经济也面临“成长的烦恼”，如何促进其更好发展？近日，国家发改委、中央网信办、工信部等八部门印发了《关于促进分享经济发展的指导性意见》，国家发改委有关负责人作了解读。

强调政府和企业信用信息共享

《意见》篇幅不长，只有非常精炼的16条，但涵盖分享经济的主要特征、

面临问题、发展思路及保障措施等。

一方面，《意见》体现了对新业态新模式的包容支持。明确了分享经济的内涵特征：在现阶段主要表现为利用网络信息技术，通过互联网平台将分散资源进行优化配置，提高利用效率的新兴经济形态。国家发改委有关负责人表示，鉴于分享经济变化快、渗透广，作为指导性文件，《意见》没有对分享经济进行严格定义，而是对若干关键共性特征进行必要阐述，兼顾包容性和辨识度，以便统一各部门、地方以及社会各界对分享经济的认识。

《意见》重在预期引导，坚持“鼓励创新、包容审慎”的原则，着力深化“放管服”改革，消除体制机制障碍，降低市场准入门槛，鼓励行业健康有序发展，增强各类市场主体参与分享经济发展的信心。还提出完善分享经济的制度保障，强调建立政府和企业互动的信用信息共享合作机制，大力推动政府部门数据共享、公共数据资源开放，鼓励创新资源和生产能力的分享，以及研究完善适应分享经济发展特点的税收征管措施等内容。

另一方面，《意见》也强调监管和规范。发展分享经济关键在于推动管理创新，探索构建各级政府、平台企业、行业协会，以及资源提供者和消费者共同参与的多方治理体系，实现共享共治，促进新产业、新业态健康发展。国家发改委有关负责人表示，《意见》强化了管理创新，充分考虑分享经济跨界融合特点，坚持分类指导思路，避免用“老办法”“旧思维”管理“新事物”，强化地方政府自主权和创造性，做好与现有社会治理体系和管理制度的衔接，完善行业指导和事中事后监管。

同时，在鼓励分享经济市场开展有效竞争基础上，《意见》强调规范有序，要求相关部门、地方政府建立科学有效的分享经济市场监管机制，加强对平台企业垄断行为的监管与防范，对损害消费者权益、侵犯知识产权、不公平竞争等行为予以坚决打击，营造新旧业态、各类主体公平竞争的外部环境。

部分领域管理空白，缺乏公共数据资源支撑

共享经济引发了社会普遍关注，但发展过程中暴露的一些不规范问题，造成各界担心和忧虑。国家发改委有关负责人表示，分享经济的一大问题是认识尚不统一，“需要政府释放积极信号，增强市场主体的信心，充分释放分享经济巨大的发展潜力”。

政策亟待健全。分享经济正在逐步渗透到经济社会各领域，但个别行业和地方政府在管理中形成的一些“隐形门”“玻璃门”依然存在，部分领域尚存管理空白，企业经营相关业务时难以进入或无法可依，需因业施策、因地制宜，加快完善各领域配套政策，营造公平竞争、协同发展的市场环境。

平台能力不足。我国生活消费领域分享经济已取得长足发展，但在生产要素领域才起步不久，许多领域尚未充分利用分享经济模式实现资源的有效利用，一些公共平台建设仍存在不足，个别环节还存在基础设施不健全等短板。

公共服务仍需完善。许多分享经济平台企业反映，在利用分享经济思维实现创新创业时，商业模式明确，技术路线清晰，但缺乏公共数据资源的支持，企业发展遇到现实瓶颈，需要政府进一步加快数据开放共享。

“量身定制” 社保、税收等缴纳征管措施

针对我国分享经济现阶段发展存在的主要问题，《意见》在市场准入与监管保障方面提出了一系列具体举措。

在市场准入方面，要进一步取消或放宽资源提供者市场准入条件限制，审慎出台新的市场准入政策，提高政策透明度。

在监管方面，要探索建立政府、平台企业、行业协会以及资源提供者和消费者共同参与的分享经济多方协同治理机制。还要根据分享经济的不同形态和特点，科学合理界定平台企业、资源提供者和消费者的权利、责任及义务，依法合规保护平台企业、资源提供者和消费者的合法权益。在鼓励和引导分享经济企业开展有效有序竞争的同时，也切实加强分享经济领域平台企业垄断行为的监管与防范。

针对现行制度不适应、政策保障不健全等问题，要研究完善适应分享经济特点的灵活就业人员社会保险参保缴费措施，落实相关就业创业扶持政策；要研究完善适合分享经济特点的税收征管措施，不断提高分享经济纳税服务的信息化水平；及时调整不适应分享经济发展和管理的法律法规与政策规定，不断优化法律服务。

国家发改委上述负责人表示，今后还将建立健全反映分享经济的统计调查指标和评价指标，科学准确评估分享经济在经济发展、改善民生、促进就业和增加居民收入、扩大国内消费等方面的贡献。

十九大报告说共享经济：着力培育新增长点形成新动能

来源：中国消费网 2017-10-30

中国消费者报报道（记者 任震宇 冯松龄）党的十九大报告提出，“在中高端消费、创新引领、绿色低碳、共享经济、现代供应链、人力资本服务等领域培育新增长点、形成新动能”。近日，有关专家接受《中国消费者报》记者采访认为，党的十九大报告将共享经济明确列为6个新增长点之一，并要求其“形成新动能”，这为共享经济带来重大利好，我国共享经济将迎来更大的发展。

共享经济前景广阔

对于共享经济被写入党的十九大报告，还和中高端消费等共同被列为需要培育的新增长点，中国电子商务研究中心助理分析师陈礼腾感到十分振奋。他告诉记者，党的十八届五中全会公报中明确指出“发展分享经济”。在2015年12月16日召开的第二届世界互联网大会上，习近平主席发表主旨演讲，指出“中国正在实施‘互联网+’行动计划，推进‘数字中国’建设，发展分享经济，支持基于互联网的各类创新，提高发展质量和效益”。今年7月3日，国家发展和改革委员会等8部门联合印发《关于促进分享经济发展的指导性意见》，对共享经济的发展有了更加具体的指导意见，为共享经济市场的未来发展保驾护航。现在共享经济又被写入党的十九大报告，这是中央顺应消费新趋势提出的重要发展目标，对共享经济的发展是重大利好。

财政部中国财政科学研究院应用经济学博士后盘和林认为，共享经济出现在党的十九大报告中并不让人感到意外，此前，共享经济连续两年被写进政府工作报告，发展共享经济也是“十三五”规划确定的目标。可以说，共享经济正在从一个新鲜事物变成我们生活的一部分。

近年来，我国共享经济发展迅速。中国电子商务研究中心发布的《2016年度中国共享经济发展报告》数据显示，2016年我国共享经济市场规模达39450亿元，增长率为76.4%，共享经济的提供服务者人数约为6000万人，共享经济平台的就业人数约585万人。

中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍认为，共享经济符合“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念的总体战略布局，要贯彻总体战略布局必然要有相应的落地举措，发展共享经济正是一个重要的方面。从经济发展的角度看，共享经济这几年发展迅猛，是经济发展非常重要的一个点。共享经济还有很大的增长空间，而且能有效利用闲置资源，在可持续发展的模式下保证消费的稳定增长，对环境资源产生的影响也比较小。因为具备这些优点，共享经济被列入党的十九大报告之中。

共享经济助力绿色消费

党的十九大代表陈霞娜告诉《中国消费者报》记者：“希望通过共享经济空间领域的拓展，让群众享受更为便捷经济绿色的生活方式。”

西南财经大学消费经济研究所的毛中根教授对《中国消费者报》记者表示，不宜把共享经济单独看待，应该将它和“中高端消费、创新引领、绿色低碳、现代供应链、人力资本服务”等同列入“培育新增长点、形成新动能”的领域联系起来，还与党的十九大报告中浓墨重彩描绘的环境保护、绿色发展有重要联系。他说：“这6个领域的共性是既把握经济社会发展趋势，又紧扣发展实体经济，中高端消费、创新引领、绿色低碳、共享经济、现代供应链、人力资本服务都是未来经济发展的关键领域，同时又能够服务于促进实体经济发展。它们与绿色消费相互促进、相互作用。第一，中高端消费中包含很多绿色消费；第二，绿色经济发展要依赖于绿色技术创新体系构建；第三，绿色低碳既促进绿色消费，绿色消费也反作用于绿色低碳发展；第四，共享消费提高消费品的利用效率，体现了绿色消费的内涵，是实现绿色消费的重要途径；第五，绿色经济体系的构建离不开现代供应链和人力资本服务。”

另一方面，共享经济适应新时期经济发展需要，适应我国经济社会发展现实，有利于提高资源配置效率，更好地贯彻新发展理念。它发挥了市场在资源配置过程中的决定性作用，降低了市场主体的运行成本和交易成本，提高了全要素生产效率，降低了能源消耗，是以创新为引领的开放包容共享的经济发展方式。而且进一步提高所有权与消费使用权的分离，既创新消费方式，又符合共享发展要求，提高了使用效率，也顺应绿色低碳发展需要。

陈礼腾认为，共享经济与绿色发展之间存在着密切关联，绿色发展是我国在

面临增长和环境双重制约下所提出的具有生态文明和可持续发展特征的新理念和新战略，强调生活和生产方式的绿色化。共享经济作为一种新的经济形态，强调对闲置资源使用效率的提高，是对生产消费模式的创新，有利于环境保护和经济社会的可持续发展，共享经济本身是符合绿色发展理念的新经济模式。

给共享经济更大空间

党的十九大报告确定了共享经济在未来经济发展中的重要地位，对于共享经济的发展，专家们也给出了各种建议。

陈礼腾告诉《中国消费者报》记者，网约车、共享单车都是共享经济培育的新市场，促进了就业也为经济的发展作出了贡献。“共享经济的发展，必须突破原有的体制机制障碍。”陈礼腾说：“共享经济不同于传统经济，其资源不是重新制造的一手资源，而是闲置于社会各处的已有资源，受限于传统模式与固化思维，这些资源无法参与社会生产的大循环中。共享经济作为一种经济模式离不开政府的宏观调控，只有在政府的正确引导下，共享经济才能更好地规范发展，这也是政府积极出台相关政策的目的所在。”

盘和林认为，发展共享经济关键在于如何实现最优匹配，实现零边际成本，而这就要解决技术和制度问题。共享经济是新时代主要矛盾的重要求解手段之一，能够有效满足“人民日益增长的美好生活需要”，以网约车为代表的共享出行为例，能提高乘客出行效率，每天将节约280万小时的出行时间，极大满足了人民群众的出行需求。共享经济还能有效化解不平衡不充分发展的矛盾，创造大量灵活就业机会，将推动就业方式的改变，使得分配机制更公平。

毛中根提出了3点建议：一是梳理共享发展的理念；二是创建共享经济思维，将传统卖产品的营销思维转到提供服务、获取服务收益的思维上来；三是要将共享经济与供给侧结构性改革紧密结合，把共享经济作为去库存和调结构的一种手段。

赵萍则建议，应该给共享经济一个宽松的发展环境，使得共享经济的相关技术和相关商业模式能不断涌现，同时监管也要尽快跟上，要让发展与规范同步，避免共享经济野蛮生长，让共享经济对经济的正面带动作用充分发挥出来。

共享经济是求解“新矛盾”的一把钥匙

来源：中评网 2017-11-04

党的十九大报告提出，“在中高端消费、创新引领、绿色低碳、共享经济、现代供应链、人力资本服务等领域培育新增长点、形成新动能”。近日，有关专家接受记者采访认为，党的十九大报告将共享经济明确列为6个新增长点之一，并要求其“形成新动能”，这为共享经济带来重大利好，中国共享经济将迎来更大的发展。

证券时报发表财经评论人盘和林文章表示，共享经济出现在十九大报告中并不让人感到意外。此前，共享经济连续两年被写进政府工作报告，发展共享经济也是“十三五”规划确定的目标。可以说，共享经济正在从一个新鲜事物变成我们生活的一部分。

文章分析，共享经济关键在于如何实现最优匹配，实现零边际成本，要解决技术和制度问题，是符合“创新、协调、绿色、开放、共享”新发展理念，也是求解“新矛盾”的一把钥匙。

十九大报告对中国当前社会主要矛盾作出了新判断：“中国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”。“新矛盾”以“人民日益增长的美好生活需要”为出发点，深刻揭示了经济与社会、自然三大系统的整体协调发展关系，包含了公平性、可持续性、共同性等现代经济发展的基本原则。

共享经济以实现社会最优配置作为核心价值目标，是新社会主要矛盾中环境、共享等平衡发展的重要“求解”手段之一。共享经济能够有效满足“人民日益增长的美好生活需要”，以及实现经济与社会、自然三大系统的整体协调发展的要求。以滴滴为代表的共享出行为例，共享出行提高乘客出行效率，每天将有280万小时的出行时间因此而节约，极大节约了社会资源的同时，还满足了人民群众的出行需求，也符合绿色出行的现代理念。

共享经济还能有效化解不平衡不充分发展的矛盾。今年4月17日，《人民日报》发文称，滴滴出行等分享经济企业创造了大量灵活就业机会，将推动就业方式的改变，使得分配机制更公平。

今年 10 月 13 日，中国人民大学劳动人事学院、首都经济贸易大学中国新就业形态研究中心学术支持的《新经济，新就业——2017 年滴滴出行平台就业研究报告》称，2016 年共有 2107.8 万人通过滴滴平台获得收入，相当于 2016 年全国第三产业就业人员的 6.2%。其中，178.8 万司机是复员、转业军人；为 209.3 万女性提供了就业机会；每天直接为 264 万司机提供人均超过 170 元的收入；解决了 133 万失业人员的就业问题，其中在加入平台前失业 1 年以上的司机占比超过 12%。另外，还有 137 万司机来自零就业家庭，对他们来说，滴滴平台获得的收入是全家的生计保障。

共享经济也是“中国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段”的重要体现。经济学家开始反思单纯经济增长的弊病，尤其是上世纪 50 至 60 年代，经济增长所带来的城市化、人口、资源等自然环境压力下，对增长等于发展的模式产生了怀疑并反思。最为著名的是美国女生物学家莱切尔·卡逊，1962 年出版了一部引起很大轰动的环境科普著作《寂静的春天》，作者在书中描叙了一幅由农药污染所引发的可怕景象，惊呼人们将会失去“春光明媚的春天”。之后，经过相当长时间里，可持续发展逐渐进入现代经济学的视野。共享经济的定义是闲置资源的使用权交易，被认为是现代经济发展的重要方向。

文章指出，共享经济是中国 6 个新增长点之一，尤其是与传统产业等实体经济融合发展之后所“形成的新动能”，是中国未来经济增长、社会发展的重要力量，未来发展空间巨大。近日，麦肯锡全球研究院院长华强森就表示，在 2030 年，共享出行促进城市出行消费总额将达 1 万亿元，拉动 GDP 净增长总额将达 6000 亿元。由此我们不难看出，共享经济也是“增强消费对经济发展的基础性作用”的重要力量之一。

毫无疑问，这些都是共享经济被写入十九大报告的根本性原因所在。

现状及挑战

ofo 正式进驻泰国 引领中国共享经济席卷全球

来源：中国网 2017-08-03

近日，ofo 小黄车宣布正式进入泰国市场，首批投放约为 6000 辆。泰国成为继新加坡、美国、英国、哈萨克斯坦之后，ofo 小黄车在国际化道路上的第五块拼图，同时也意味着 ofo 全球化布局优势的进一步扩大。被誉为中国“新四大发明”之一的 ofo 小黄车，正在引领中国共享经济席卷全球。

据了解，早在正式宣布之前，ofo 小黄车已在位于曼谷的泰国国立法政大学进行了为期一个月的试运营，受到了校方和学生的好评。接下来，ofo 小黄车将以每月 5000 辆以上的速度快速投放泰国市场，曼谷等城市的居民将能轻松享受便捷、健康、绿色的城市短途出行方式。

短短几个月的时间里，ofo 实现了亚洲、欧洲、美洲的市场覆盖，引领“中国智造”扬帆出海，拉开中国共享单车全球化时代大幕。

ofo 完美解决“最后一公里”出行带领“中国智造”再次扬帆出海

全球各地居民对短途代步工具的需求很大，共享单车出海已是大势所趋。比如这次 ofo 进驻的泰国，拥有近 7000 万的人口，特别是曼谷和清迈这样的旅游大城市，交通拥堵问题日益突出，最后一公里的需求日渐明显，大量的骑行需求人群以及旅游群体都是 ofo 小黄车的潜在用户。作为中国互联网行业创新的典范，ofo 小黄车不仅将移动互联网与传统的制造业进行了融合，还将人工智能、大数据、物联网等新技术与理念注入实体经济之中，打造出了解决世界环境与经济发展问题的“中国方案”。

ofo 引领的共享单车为虚拟经济与实体经济搭建了桥梁，开创了经济新业态。ofo 持续吸收移动互联网、信息技术、金融服务等众多优质资源，与滴滴、支付宝、华为、北斗、富士达等知名企业密切合作，形成行业最强产业链，实现第三方平台用车、扫码骑车，用户注册、押金缴纳、在线支付、客户服务等领域全面打通，不断提升小黄车用户体验，以人工智能打造轻松出行“最后一公里”。

同时，ofo 始终在尖端科技中探索出行的未来，引领着全球共享单车的发展方向。ofo 率先广泛商用全球物联网技术，联合中国电信、华为研发应用全球首款共享单车 NB-IoT “物联网智能锁”，打造一个以人工智能为基础，物联网为载体的生态闭环，实现共享单车万物互联。同时，与飞鸽、凤凰等制造商合作，实现了小黄车量产，目前 ofo 供应链产能已经占据全行业产能的 70%。日前，ofo

小黄车还与全球电子支付平台 Adyen 建立战略合作关系，海外用户可以通过该平台进行支付，享受全球无缝骑行支付体验。从国内到海外，从一线城市到二线城市，从市中心到郊区，几乎都可以看到小黄车的身影，全球 150 个城市的用户“随时随地有车骑”。

担当共享单车“领头羊”使命 ofo 与全球分享中国共享经济

中国共享经济模式正在向海外拓展，成为经济增长的“新动能”。由 ofo 最早创设的共享单车模式，正在逐渐点燃新消费变革的火把，并不断延伸在海外的触角，成为中国共享经济引领世界的新例证。

以独角兽 ofo 为龙头的共享单车行业，以势不可挡的势头，在全球刮起一股不可思议的黄色旋风。ofo 一直延续最早创立共享单车的首发优势，接连拿下市场占有率、用户满意度、用户粘性、日订单量等等众多行业第一，牢牢坐稳共享单车“一哥”的位子。迅猛的发展势头吸引了阿里巴巴、滴滴出行、和 VC DST Global 等投资者的青睐。不久前，ofo 宣布融资 7 亿美元，规模创下行业纪录，这也为 ofo 进一步加快发展步伐增加了动力和底气。市场数据也验证了 ofo 领头羊的实力。近期，纽约数据公司 7 park data 发布中国共享单车行业报告，数据显示 ofo 以 65% 的市场份额领导中国共享单车行业发展。

截至目前，ofo 这一共享经济的标杆之作，已在全球连接超过 650 万辆共享单车，为全球 6 个国家，超过 150 座城市的上亿用户，提供超过共计 20 亿次高效、便捷、绿色低碳的出行服务。并且，每天为超过 2500 万人次解决短途出行难题。不管是布局的城市数量还是覆盖规模，ofo 都居各个共享单车品牌品牌之首。在这样的绝对优势和规模效应的推动下，ofo 布局全球可谓是后劲十足。相信这也正是 ofo 引领共享单车走向世界，与全球分享中国共享经济的底气所在。而 ofo 作为中国原创的商业模式，共享单车也开始在全球范围内开花结果，被诸多海外公司复制和模仿，诸如美国的 Spin、新加坡的 Obike 等共享单车企业竞相出现，“Create in China”正成为一种新的力量影响全球。

“共享经济”下，机遇与挑战并存

来源：《民主与法制时报》 2017-03-28

从无到有，“共享经济”增长迅猛。但规模不断扩张的背后，也面临监管体系缺失、行业标准缺失、信息安全保障不力等问题。有人建议，严格执法；有人建议，审慎监管。

“共享经济会怎样改变生活？”

今年全国两会上，以“互联网+”为特征的“共享经济”成为代表委员热议的话题。2017年政府工作报告提出，要“支持和引导分享经济发展”。全国人大代表、上海市委书记韩正答记者问时明确表态，“共享单车，我支持。”

华东政法大学法律学院副院长陈越峰表示，共享经济，又称分享经济。它是商品经济发展到一定阶段形成的产物，也是人们“不求所有，但求所用”消费理念转变后形成的新兴事物。它与互联网、移动互联、在线支付技术的支撑，“互联网+”的发展，有着密切关系。

社会学博士、天津理工大学社会工作系讲师杨亮承称，“共享经济”是信息化时代产生的新型经济形态，对当前经济发展具有一定推动作用。它通过对目前闲置资源的重新配置，满足社会公众现实需要，通过吸引社会资本进入公共服务领域，促进公共服务发展。

发展势头迅猛

据测算，2020年分享经济交易规模占GDP比重将达10%以上

今年全国两会上，网约车、共享汽车、教育分享、医疗分享等多种形式在内的各类共享经济业态引起代表委员广泛关注，如全国人大代表、张家界市人民医院院长姚媛贞谈医改时建议，政府、医院、患者三者共同出资购买社会医疗保险，以分担医疗损害的责任赔偿。

国家信息中心信息化研究部与中国互联网协会分享经济工作委员会制作的《中国分享经济发展报告2016》显示，20世纪90年代开始，我国陆续出现一些基于互动式问答的知识分享网站，并逐步出现众包平台，如威客网、猪八戒网等。这一时期分享经济处于萌芽阶段。

2008年以后，伴随着国外分享经济浪潮的发展，国内众多领域的分享型企业开始大量涌现，如滴滴出行、小猪短租等。2013年以来，分享经济影响越来越广泛，许多领域出现本土化创新企业，有企业开始全球化进程。我国分享经济

进入快速成长阶段。

2015年，中国分享经济市场规模达19560亿元，其中交易额18100亿元、融资额1460亿元，主要集中在金融、生活服务、交通出行、生产能力、知识技能、房屋短租等领域，参与提供服务者约5000万人（平台型企业员工约500万人），约占劳动人口总数的5.5%。

据国家信息中心统计，2016年，我国分享经济市场交易额约34520亿元，比上年增长103%，参与者达6亿人。其中，生活服务、生产能力、交通出行、知识技能、房屋住宿、医疗分享等重点领域的交易规模比上年增长96%，资金分享领域交易额比上年增长110%。

据国家信息中心分享经济研究中心测算，2016年，我国参与提供共享经济服务人数约6000万人，其中平台员工数约585万人。2020年，分享经济提供服务者人数将超1亿人，其中全职参与人员约2000万人，分享经济交易规模占GDP比重将达10%以上。

据了解，由于滴滴出行、摩拜单车等示范效应，共享类项目获得前所未有关注。比如：“熊猫星厨”已在北京11个商业中心建了共用厨房；共享玩具平台“玩到家”已完成融资500万元，服务客户超1.5万人次；联合办公创业公司“无界空间”推出了共享会客室等。

东南大学法学院副教授顾大松认为，移动互联网技术、大数据技术的发展、移动支付环境的成熟、国家“十三五”提出的“创新协调开放绿色共享”理念，客观上推动了分享经济的发展。国家信息中心信息化研究部主任张新红表示，共享经济加速经济发展新动能培育。

问题风险并存

在满足社会需要的同时，问题层出不穷，甚至产生了一定风险

陈越峰说，他现在几乎每天都使用共享单车。过去几年的“分享经济”业态，网约车、共享单车最火爆。但分享经济急速增长、规模不断扩张的背后，问题也层出不穷。全国人大代表朱国萍说，她和社区志愿者在小区内“大扫除”，一天搬出共享单车58辆。

杨亮承说，作为新兴经济业态，快速发展的“共享经济”带来了一系列问题。监管体系的建立、信息安全的保障、法律法规和行业标准的制定、不同主体（政

府、企业、社会组织、公众等)的权责配置等问题都亟须认真应对。

陈越峰以共享单车为例说,乱停乱放,随意占用道路资源及公共空间;未满12周岁未成年人使用安全隐患;发生交通事故或交通违法行为时责任认定难;企业经营困难甚至关闭后押金、预充值费用的返还,以及注册用户信息安全和个人信息保护等问题都值得重视。

个人信息安全问题非共享单车独有,网约车同样存在。据《北京晨报》等媒体报道,去年6月,王女士通过“滴滴打车”叫车后,因有急事没等到滴滴司机来上了出租车。王女士随后立即和滴滴出行司机进行了沟通,但对方不依不饶,连续数天打来骚扰电话。

陈越峰还表示,共享单车使用达到一定年限后的安全保障问题也不容忽视。据《北京日报》报道,今年1月,冯先生出地铁后租用了ofo共享单车,骑行不到100米遇到下坡,结果刹车突然失灵,他连人带车失控摔倒,当场摔断牙齿5颗,后经诊断,鼻梁也骨折。

华南理工大学法学院副教授冯健鹏说,共享经济是随着社会发展和科技进步而出现的新生事物,在满足社会需要的同时必然会产生法律治理方面的问题,甚至产生一定风险。因此,应在原则上坚持法律对共享经济的服务、引导、规范,使其与社会发展相适应。

2月28日,成都市龙泉驿区法院开庭审理了四川首例盗窃共享单车案,吕某因犯盗窃罪一审被判拘役3个月、罚金1000元。龙泉驿区检察院指控:吕某将共享单车搬运回家,用钳子强行将该车GPS定位锁打开,并用银漆将车身、座垫颜色进行改变,据为己有。

顾大松认为,从现有法律上看,吕某已构成民事侵权。但该行为也给发展共享经济企业的运营留下了重要思考:共享单车的这种将自行车摆在街道上的行为或其他分享经济新业态,在发展、规范过程中,政府及企业应展开广泛宣传,对群众、消费者进行提前教育。

尽可能“审慎监管”

给新事物一个自我成长的机会,以利于精准监管

“‘共享经济’本身造成的社会治理新问题对法律提出了挑战。”冯健鹏认为,“法律之治”是“以之前的规则规范之后的行为”,天然具有滞后性,应特别重

视它对共享经济的引导作用。比如：在处理共享单车乱停乱放、侵犯公共利益问题时，应考虑、兼顾各方利益。

全国人大代表、民盟上海市委副主委沈志刚认为，共享单车占用人行道、居民小区空地等，侵害公共利益。共享单车企业使用这些公共区域，不但没有花钱，反而以收取押金沉淀资金利息和使用费形式在赚钱。共享单车并非单纯的公共产品，而是一门生意。

顾大松表示，今年年初，从中央到地方的行政审批制度改革部署，均明确提出对新业态新产业的“审慎监管”原则。共享单车，实际上是一种带有公共性的自行车租赁，即“准公共交通”，类似于现已定性的出租车、网约车。因为它有公用的属性，必须要有公共的空间。

在顾大松看来，公共交通可以由政府提供也可以由市场主体提供，或政府出资的国有公司提供。如今快速发展的共享单车，就像我们以前由政府购买或政府成立国有公司提供的公共自行车一样。因此，政府相关部门应尽可能“审慎监管”。

什么是“审慎监管”？顾大松说，其实就是“让子弹飞一会儿”，给新事物一个自我成长的机会，给新事物缺陷暴露的时间，以利于精准监管，但不能突破法治原则。通常意义上的监管就是设定准入，用法律术语描述就是设定许可。审慎监管意味着不轻言立法。

全国人大代表、中国证券投资者保护基金有限责任公司执行董事芮跃华认为，现在一辆共享单车的押金接近 300 元，已成为一种类金融，但没有金融牌照。共享单车企业拿消费者的押金做投资，一旦失利，将面临巨大风险，单车使用者的押金也就泡汤了。

陈越峰同样表示担心。“押金和预充值款安全问题值得高度关注”“如果这些资金被用作投资，企业必须取得相应金融资质。即使不作任何投资，只存放于公司账户，也应设定最低比例的不可动用的款项金额。否则，很难切实保障消费者的财产权益。”

冯健鹏表示，没有金融牌照的公司用押金进行金融活动，我国现有法律对融资主体的资格问题有明确规定，执法者应当严格执法，同时应采用有针对性的预防措施，避免风险。

顾大松以为，押金问题，从民法角度看，是成立的。共享单车企业作为自行

车出租方，有权收押金。按照我国通行的惯例，押金产生的沉淀资金利息，共享单车企业也可以持有。但涉及的沉淀资金利息多了就涉及公共利益问题，政府监管部门应该进行相应表态。

但监管仍要秉持“审慎监管”原则。比如，在目前争议要不要立法的时候是不是立法可以慢一点，尽量先发挥行业自律的作用或企业的声誉调节机制。虽然有的城市准备出台征求意见稿提出第三方监管，但顾大松认为，首先还是要发挥行业自律和声誉调节机制的作用。

杨亮承说，分享经济快速发展在一定程度上“倒逼”社会治理机制创新，政府、企业、社会组织、公众等需要在一个互利共赢的合作机制下发挥各自的作用。政府应该从网络平台监管、用户信息安全保障、利益纠纷解决机制等方面制定保障性的制度和规范。

冯健鹏说，政府、企业、社会应共同参与推动“共享经济”相关法律制度完善。陈越峰表示，政府应当改变单一监管思路，通过政府、平台、参与者多方参与协同治理。但目前仍需要市场主体更多地自治、自律、自我管理，政府和社会合作、参与，以达到协同治理。

顾大松说，不应该把共享单车叫共享单车。因为它还有绿色、环保或解决交通拥堵的功能。共享只是它的最后一个属性。也不要把这样的符号当作政治正确，应该允许多个城市进行多种尝试，即在审慎监管的基础上，保持大国治理思维，不搞一刀切，允许百花齐放。

共享经济的发展现状和未来趋势

（《国家治理》 2017-05-09）

共享经济的主要领域包括交通出行、房屋住宿、知识技能、生活服务、医疗服务、共享金融、二手交易等。具体来看，出行领域目前共享经济最引人关注，因为交通出行领域的共享经济对交通资源优化配置需求巨大，且资源配置效果较其他共享经济领域更为显著。自2014年网约车进入公众视野至今，网络预约专车用户规模为1.68亿，比2016年上半年增加4616万，增长率为37.9%。网约车作为共享经济的代表性服务，在盘活车辆资源、满足用户出行需求方面发挥了

重要作用，伴随着相关政策的出台，交通出行领域的网约车模式进入规范发展期。而短租、长租等房屋住宿服务由于涉及到房屋这类高价商品，经济效益更为显著，更易引起共享经济投资者的关注。根据国家信息中心数据显示，2016 年中国住房分享市场交易额为 243 亿元，提供住房分享服务的人数约 200 万人，参与住房分享活动的人数约 3500 万人。

当下共享经济发展现状

全球共享经济处于高速发展期，参与共享经济的人口不断增多，共享经济平台收入大幅提高，共享经济领域不断拓展。据统计，房屋住宿领域共享平台 Airbnb 已经在全球覆盖 34000 多个城市，市场估值 255 亿美元。截至 2015 年底，美国愿意投资共享经济的机构由 2010 年不到 20 家，增加到 198 家，这一数字仍在不断上升。从共享经济涉及的领域来看，美国、英国、中国的统计数据均表明，当下估值或收益最高的共享经济领域分别为共享金融、交通出行、房屋住宿、生活服务等。

当下中国的共享经济，已经突破了早期闲置物品资源配置的经济模式，而将资源配置扩大到教育、医疗等服务、媒体内容分享、闲置资金众筹等领域。具体来看，资金分享领域占据共享经济市场总交易额的 60%以上，交易额约为 20863 亿元。交易额排名第二的是生活服务领域，占据共享经济市场总交易额的 20.95%，交易额约为 7233 亿元。近期受到广泛关注的交通出行领域，占据共享经济市场总交易额的 5.90%，交易额约为 2038 亿元。值得注意的是，生产能力领域受到共享经济模式的驱动，在总交易额中占据 9.79%的比例，交易额约为 3380 亿元。

根据国家信息中心的统计数据，2016 年，中国共享经济市场交易额约为 34522 亿元，比 2015 年上涨 103%，市场规模实现翻番，其中上涨规模最为显著的是知识技能领域，增长率为 205%，而房屋住宿、医疗分享、交通出行等重点领域增长率均超过 100%。2016 年，我国参与共享经济活动人数超过 6 亿人，其中提供服务人数为 6000 万人，比上年增加 1000 万人，这在“十三五”规划实行就业优先战略的背景下，创造了大量的灵活就业机会。

我国共享经济的基本政策规定

十八届五中全会以来，共享经济成为我国发展现代互联网产业体系的基本要求，对加快推进基于互联网的商业模式、服务模式、管理模式及供应链、物流链

等各类创新具有重要意义。2017年3月，在已经初具规模的网约车领域，各地发布多项法律法规，对网约车的准入规则、管理方式作出了详细的规定。

共享经济面临的问题与挑战

共享经济的高速发展给我国当前的社会治理带来了挑战。主要的挑战在于，政府在对共享经济的管理时，如何把握有效监管和鼓励发展之间的尺度。一方面，交通基础设施、土地资源有限，各领域具体法律法规尚未完善的情况下，政府不得不根据现有资源环境的承载力和政府解决问题的能力，对共享经济作出一定程度的限制和有效的监管；另一方面，共享经济作为一种符合经济社会发展需要的新经济模式，既需要适合其发展的社会环境，也需要政府对其进行鼓励和扶持。同时，共享经济对传统行业的威胁也影响着就业和社会稳定。具体来看，共享经济面临的问题与挑战主要有以下四点。

政策法规难以适合新业态。政策规范的松紧程度直接影响共享经济模式的存亡。以网约车为例，严格的网约车辆和司机岗位准入标准，虽然最大限度确保消费者和行人的安全，却实际上抬高了组织化的网约车企业的地位，把少数零散却有网约车工作需求的个人司机排除在外，这种现象容易将新兴的共享经济形态拉回到原本的互联网租赁的老路。

监管成本大幅提高。共享经济深入私人领域，造成监管难题，互联网上大量信息甄别成本巨大，统计监测体系也亟待完善。

社会道德诚信水平相对较低。以共享单车为例，自行车的乱停乱放现象较为严重，毁坏自行车的行为也屡见不鲜。共享单车在方便使用者的同时，却给行人、机动车造成了更大的安全隐患，这种社会道德诚信水平的滞后，使共享经济的良性发展受到挑战。

政府治理方式亟待转变。行政干预过度和监管缺位并存，急需各级政府在服务的升级、公共基础设施优化、公共资源的深度开发、信息平台的建设等方面提升进步。

共享经济的未来趋势

共享经济在未来一段时间内将成为全球经济社会发展的热点，表现出共享经济领域不断扩展并跨界融合、初创企业快速成长、重点领域竞争格局形成、政策导向更为明朗的基本趋势。

从投资规模来看，在未来一段时间共享经济的融资规模持续大幅扩张。当前共享经济已经有大量资金投入，2016年共享经济融资规模约1710亿元，同比增长130%。据PWC统计，2013年全球范围内共享经济市场规模为150亿美元，约为传统租赁经济的1/16，而预计到2025年，全球范围内共享经济市场规模将达到3350亿美元，并与传统租赁经济规模持平。

从企业的生命周期看，P2P借贷和众筹等共享金融企业、交通出行等领域则逐渐进入成熟期，房屋住宿、二手交易平台、众包物流等生活服务以及媒体付费娱乐等领域则处于高速成长时期，知识技能、医疗服务平台等则处于形成初期。

从监管的角度看，“审慎监管、底线监管、事后监管、协同监管”对共享经济健康发展十分重要。未来一段时间共享经济细分领域的相关法律规则将逐渐确立，在法律制定中综合各方利益与需求，让法律法规成为底线保障，将给新兴的产业形态更多的成长空间，鼓励共享经济的发展。

从社会治理的角度看，共享经济将潜移默化地实现社会公德培育。增进市场与社会的互动，在公共话语空间让共享经济带来的一些列道德问题得到充分的讨论，实现社会道德的自我修正。比如媒体、社交网站经常对不文明行为进行曝光与讨论，就是一种社会道德培育的过程。

从个人的角度看，消费者将更多的参与到共享经济中，既作为共享经济产品和服务的提供者，也作为共享经济的受益者，创新活力不断提高，有效供给不断扩大，新的就业模式不断涌现，进而使得共享发展理念的转化落地，以共建带动共享发展的加快实现。

各方观点

共享经济时代什么都能共享？不能用新瓶装旧酒

来源：凤凰网 2017-08-02

共享，这个词从今年年初开始就变得异常时髦，从早年的网约车，到共享单

车、共享充电宝，再到共享雨伞、共享篮球乃至共享睡眠舱，共享经济的浪潮一波接着一波地涌来，不断“刷新”着公众对共享产品可能性的认知，以至于什么都能与“共享”挂上钩，一方面是资本裹挟着创业者一路向前，另一方面是共享产品的众多问题慢慢浮出水面。比如不久前火爆于北京、上海等地的共享睡眠舱先后“休眠”，共享雨伞在杭州上线仅一天就被城管要求下架。你还见过什么共享产品？这些共享产品真的都适合共享吗？

在网友眼中，共享越来越像一个“筐”，好像什么产品都能往里面装，然而这些产品真的能被大众认可并逐步产生经济效益吗？不见得。对于共享书店，网友“奔跑蜗牛”质疑“想知道跟图书馆有什么区别？”网友“雨轩佳客”也觉得“共享书店不就相当于原来办一张借书卡嘛，换个名字就高大上了？”对于共享充电宝，有网友质疑其存在数据安全问题，网友“登上海拔八千米”说：“鸡肋一个，还要自备数据线，我都记得带数据线了还能忘带充电宝吗？”对于共享雨伞，有网友调侃押金比伞贵，这是卖伞的新方式。对于共享篮球，网友“胖胖牛奶熊”道出了心声：“篮球又不贵，不像单车，你可能带着单车出门不方便，但是打篮球的人有什么理由不带着球呢？还要花钱租？现在都跟风，很多东西都没有共享的必要。”还有最近大火的共享睡眠舱，网友“幸福的酸梅汤”现身说法，认为“内部有镜子有高清电视，有枕头被子有换风装置，胶囊外有洗漱的地方，还提供热水，外地小朋友真心可以考虑。”但还是有不少网友质疑卫生问题和消防安全问题。总之，共享产品花样虽多，但真正让公众认可，接受度高的产品并不多，未来发展如何还需拭目以待。

现状：共享经济火热现象背后

随着共享产品越来越多，人们慢慢发现所谓的共享并非看上去那么美。比如，过量投放、无序停放的共享单车带来了新的拥堵，占用、破坏等行为常常发生；共享电动车首先在北京、上海、南京等城市上线，但上线之后无一例外都遭到了当地监管部门的叫停。因为很多城市出于交通和安全的双重考虑，并不允许电动车上路；首批 5 万把共享雨伞现身杭州街头仅一天时间就被城管局叫停，因为其具有租赁属性并且以营利为目的，同时在户外公共区域投放时，存在占用公共设施的情况；在一个多月时间内吸引逾 10 亿元资金入局，共享充电宝吸引了无数人的眼球，但也有专家指出，共享充电宝的真正用户其实有限，市场需求可能并

没有那么旺盛，当前的热潮只是一场伪需求、低门槛的“资本游戏”；7月，北京、上海、成都等城市出现了“共享睡眠舱”服务，此项服务在北京上海目前也被叫停。而天津首家“共享睡眠舱”项目负责人告诉“津云”一前沿新闻记者，该项目还在研发阶段，目前有300人进行了体验，升级版投放半个月有50人左右进行了体验。对上海北京叫停一事，他认为目前国家还没有相关的政策出台，所以行业内的观望行为是正常的，仍然对共享睡眠的发展前景抱有非常积极的看法。对于安全问题，睡眠舱整体由防火材料搭建，每个舱内配备小型灭火器，同时舱门可以断电自动弹开，保障入住的人员可以及时离开。

专家：共享经济热潮下的冷思考

共享经济热潮四起，一些新模式也面临质疑和担忧，我们不妨冷静思考，听听专家们怎么说。

北方网《政民零距离》栏目网民智囊团成员、天津社科院社会学研究所所长张宝义：共享是社会发展的必然方向，因为最大程度使用资源节约资源符合全人类的共同利益。共享产品从广义上讲是介于纯共享产品和私人产品之间的产品，狭义讲，凡是可用于租借的产品都具有共享性质，只要具有广泛需求，科技手段和商业模式适合，符合法律法规的，都具有共享的条件。随着共享单车的发展，带动了其他共享产品的发展，这种潮流总体上是应当鼓励的，但是要加以引导，包括市场性、产业性、政策性引导，法律法规也要跟上，使共享经济健康发展。

中关村信息消费联盟理事长项立刚：不是所有的领域都适合采用共享经济的模式。共享雨伞、共享篮球为什么发展不起来？因为它的管理成本、信息发布成本都很高，而产品本身价值又低，这违背了共享经济的初衷，做下去就非常困难。共享经济的关键是要解决用户的痛点问题。适合采用共享经济模式的产品本身成本要相对较高，如果成本很低，比如雨伞，地铁口买一把也就十块钱，根本不用去扫码解锁，这种产品，要充分共享起来就很困难。

中国政法大学教授、中国互联网协会分享经济工作委员会专家委员朱巍：共享经济是不扩大存量的基础上来增加增量。现在几乎所有跟互联网相关的，都加上“共享”的名号，但其实没有几个是“真共享”。不过，“真共享”确实也有难点，因为平台没有东西，全都要用户来提供。真正适合共享的是那些所有权和使用权能明显区分开的领域，网约车就是一个成功的例子，车辆不是平台的，大家

提供车，然后用户来使用。共享经济是大势所趋，因为现在国家不是供不应求，而是供给过剩，市场供需不平衡。应该把一些闲置的资源盘活，还可以拉动就业，增加收入。

同济大学可持续发展与管理研究所所长诸大建：现在共享很“时髦”，但不是每种“共享”都有稳定、长期的需求，也不是每个套上“共享”的新事物都有创新点，还是要经过市场和社会的检验。从熟人间的分享，到依靠移动支付实现陌生人间的分享，共享经济的时代意义在于打破“一切都要追求拥有”，而变为“不求拥有，但求使用”。

短评：不能用新瓶装旧酒

作为一种新的经济形态，共享经济固然是未来的一个发展方向，但如何把握显然还需要认真研究和思考。小米掌门人雷军曾说过“只要站在风口猪也能飞起来”，这句话被很多创业者推崇，但看看一拥而上的共享产品却很让人忧虑。说到底，共享经济的本质还是“经济”，是要赚钱的，加上“共享”二字是为了提高闲置资源的利用率。而不是很多旧产业和旧产品，改头换面，加上“共享”二字就变成新经济了，这显然是自欺欺人，骗不了消费者。画虎画皮难画骨，用新瓶装旧酒的方式反而背离了共享经济的本意。巴菲特有句名言：只有在潮水退去时，你才会知道谁一直在裸泳。在这场共享经济的热潮中，市场会最终分辨出好的产品好的企业，而那些“裸泳者”迟早会浮出水面。

共享热的冷思考：可以“绚烂” 不能“泛滥”

来源：人民日报海外版 2017-06-12

如今，走在北京大学校园，各种颜色的共享单车随处可见。3年前，小黄车 ofo 正是从校园起步，冲出北大，走向世界。如今，ofo 已在全球 4 个国家的 100 座城市投放了近 600 万辆共享单车。

从小黄车、小橙车到小蓝车乃至小金车，“占领调色盘”的共享单车，正以日拱一卒的速度进入中国人的日常生活。多姿多彩的不止自行车，汽车、充电宝、

雨伞、篮球也纷纷加入共享行列，为中国共享经济的发展添砖加瓦。

不过，随着共享的玩意儿越来越多，人们慢慢发现，所谓的共享并非看上去那么美：过量投放、无序停放的共享单车带来了新的拥堵，占用、破坏等行为时常见诸报端；共享雨伞投放没多久就丢失了不少，如何管理成了新难题……虽然共享的便利引得各国民众“羡慕嫉妒恨”，但也有声音称，中国的共享“过度”了。

共享领域可以多彩绚烂，共享市场却不能随意泛滥。从社会运行和管理角度而言，共享所带来的问题远多于它所解决的问题。共享热潮之下，不妨冷静思考。

一、发展速度让世界羡慕

共享经济从无到有的速度之快，是很多人共同的感受。

在北京国贸地区，每天早高峰平均每 10 秒就有一辆共享单车被骑走。在此工作的金融从业者小马说：“从小区门口骑车到地铁站，出了地铁再骑车到公司。从最初的一车难求到如今的无缝衔接，共享单车的发展速度确实令人震惊。”

所谓共享经济，指的是在所有权不变的前提下，对使用权进行临时性转移，提高资源利用率，同时使供需双方从中受益。随着互联网的普及和发展，从共享房屋、汽车，到共享知识、云计算服务，共享的内容越来越丰富，共享的概念也越来越热。

比如，从单车到雨伞、充电宝，用来共享的物件越来越小。业内人士指出，这些用来共享的物件通常被视为高频、刚需，因而能够通过互联网提高物品利用效率。此外，由于社会信用体系尚未完善，高价值资产拿出来共享比较困难，所以此类物件的共享费用通常也比较低。

除了实物之外，共享知识、经验也逐渐成为投资风口。例如，知识分享社区知乎推出了“知乎 live”等共享类产品，在大数据的基础上，让众人的智慧得以分享。

“在共享经济的模式下，我们拥有的物质产品减少，使用共享物质产品的服务越来越多。随着使用效率的提升，享受到的服务质量也在逐渐提高。”梧桐树资本创始合伙人童玮亮说。

中国共享经济发展速度让世界钦羡。据中国电子商务研究中心日前发布的《2016 年度中国共享经济发展报告》显示，去年中国共享经济市场规模达 39450 亿元，增长率为 76.4%。国家信息中心分享经济研究中心预测，未来几年，中国

共享经济将保持年均 40%左右的速度增长,到 2020 年交易规模将占 GDP 比重 10% 以上。

共享经济在中国为何成长迅速?中国人民大学重阳金融研究院客座研究员张敬伟认为,共享经济新模式,是顺应信息时代和中国互联网经济的大潮而生。

“大数据时代,中国有世界第一多的网民,还有‘双创’和‘互联网+’等政策支持。电商平台和移动支付的发展与普及,则形成了互联网创新经济对社会生活的深度介入。更重要的是,共享经济已经形成了新时代的创业神话和创富传奇,为大众创业提供了积极向上的范本。”张敬伟说。

二、野蛮生长引外媒关注

对于中国共享经济的发展,很多外媒不乏溢美之词。西班牙《发展报》报道称,借助移动应用程序共享各种资源,正在成为越来越多中国人选择的日常生活方式。数以百计提供各种共享服务的企业应运而生。美国彭博社的文章则指出,发展共享模式在中国几乎比在世界任何其他地方都要有前途。

不过,也有不同的声音。美国《纽约时报》日前刊文指出,中国共享经济背后是资金的过剩和创意的缺乏。有人怀疑,中国是否已经到了“共享高峰”,出现了“共享过度”。

接受采访的学者和业内人士指出,包括共享单车在内的共享经济市场潜力依然很大,所谓中国“共享过度”并不存在。但从共享经济健康发展的角度来看,确实存在“共享”概念野蛮生长、创新不足等问题。

“共享经济的实质是充分利用闲置资源,盘活存量经济,进而避免新的资源开掘。”中国人民大学公共管理学院副教授范永茂说,比如房屋主人把多余的房间租给短期住客,既给他人提供了经济实惠的服务,也更好地利用了自己的闲置资源,就是典型的共享经济。

“但目前中国城市中很多共享物品,虽然用的是‘共享’概念,但往往需要新资源和新投入,而不是已有资源的再利用。”范永茂说。

目前正处风口的共享充电宝,对于其发展前景,业内就存在很大争议。有不少用户在社交平台“吐槽”称,充电宝使用频率并不高,而且借和还都不太方便,有的还需要自己购买数据线,反倒造成了浪费。

张敬伟指出,目前市场上共享概念野蛮生长,使创新经济模式蒙羞;大量资本流向“伪共享”项目,追求短期利益。这一现象确实折射了市场创新不足、创

意不够的尴尬，如此“共享”是走不远的。

与此同时，各类共享事物也在不同层面、以不同形式给城市管理带来挑战和压力。比如共享单车的随意停放、无序使用给城市交通管理带来不便；人为破坏、故意损毁对城市执法带来压力；押金难返、使用者权利难以保障又对市场经济秩序带来冲击。

此外，目前中国社会信用机制和相关管理制度相对滞后，也掣肘共享经济的发展。有学者指出，目前共享经济仍以商业信用为主，信用判断还比较单一，缺乏权威性，且线上线下信用信息脱节，导致实用性大打折扣。

范永茂认为，像共享单车这样的准公共产品，如果其供给单凭企业来完成，就会出现很多问题。资本市场为了逐利，会把过多的资源配置到不需要的地方，造成大量浪费。而该起到监督作用的政府一旦缺位，就会迅速引发诸多的城市管理难题。

“哪些产品可以用共享经济实现？在提升用户体验、创造价值的同时，如何建立可持续的商业模式？这些都有待于继续探索。”童玮亮说。

三、规范发展需多方共治

“出人意料”的共享物品不断出现，社会管理如何才能跟得上？中国正在进行的对共享单车的规范和管理，或许提供了一个可行的思路。

日前，交通部发布《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见（征求意见稿）》，对共享单车线上线下的服务和管理“立规”。比如，注册上实行实名制；禁止向未满12岁的儿童提供服务；推广运用电子围栏等技术，有效规范用户停车行为；鼓励企业组成信用信息共享联盟，对用户建立守信激励和失信惩戒机制等。意见出台后引发各界热议，多位共享单车企业负责人表态，希望全国性监管政策落地后，各地能创新监管模式，让企业在竞争中破解管理难题，赢得走向国际的战略机遇。

专家指出，从此前多地对共享单车的管理探索，到在顶层设计上对共享单车予以规范，不仅能够促进共享出行模式走上规范发展之路，也对各行业日益活跃的共享经济起到了示范和指导作用。

“共享经济作为互联网时代的新经济模式，既要遵守法治和市场经济的规则，又要契合互联网新平台的技术规范。市场主体可以先行先试，但是管理思维和管理模式必须与时俱进。”张敬伟说，共享经济和传统的经济模式一样，供给侧、

监管方、消费端以及大众监督，对此都负有责任，需要共治。

范永茂认为，应根据不同的产品和服务的属性，选择不同的方式进行共享物品的规范和管理。有些产品可以由企业生产、政府供给；有些产品可以由企业生产、供给，政府提供制度环境作为配套，并对市场主体进行监督和约束；还有些产品可以让政府、企业、社会三方面合作供给，互相弥补缺陷，形成合力。

“共享经济也应是法治和规则经济，要管好而不是管死。”张敬伟表示，随着共享经济的发展，立法机构和行政管理部门，也应进行符合互联网时代的法治更新和治理升级。在鼓励“互联网+”和“双创”革命以及共享经济发展的过程中，中国将迎来法治和市场层面的双重超越。

“奇葩”共享经济遍地开花：新模式考验社会管理

来源：21 世纪经济报道 2017-08-16

“我们投放共享马扎的目的，一半是为了公益，一半是为了宣传。”北京微巴信息技术有限公司（下称“北京微巴”）CMO 郑安莉 8 月 15 日告诉 21 世纪经济报道记者。

8 月 12 日起，北京微巴投放的共享马扎出现在了部分公交站台，随后流失一空。不用付费、无需登录、没有互联网平台，共享马扎实际上只能说是一款互联网“小广告”。

21 世纪经济报道记者发现，套用“共享经济”这一名头的新业态还在层出不穷，继共享雨伞、共享充电宝、共享篮球之后，有高校学生推出了共享厨房，有企业在办公区推出了共享睡眠舱，近日又有共享健身房出现在北京的小区内。

这些业态的商业模式能否成功还有待观察。只不过，在商业策略之外，有些“奇葩”的共享经济业态已经因违反了监管规则而触礁。而部分“新业态”，既涉及到对公共空间的占用，又涉及到对社会安全的挑战，监督管理有待跟上。

共享经济融资火热

“共享马扎不是商业模式，我们认为讨论它是不是共享经济没有意义。”郑安莉告诉 21 世纪经济报道记者。马扎上印着北京微巴的微信公号，这同时也是

北京微巴主营业务——一项门到门合乘服务的入口。

这才是该公司真正运营的“共享经济”——从门口到机场的共享乘车。郑安莉介绍，“微巴”服务今年4月开始在北京试运行，目前有20辆7座商务车进行门对门的机场接送机服务，一口价39元。

“经过测算，我们认为这种合乘服务可以实现经济性和便捷性的结合，比如在北京，每人次39元的收费标准，平均每趟接送中只要有3.5人次就不会亏钱。”郑安莉说。

北京微巴在2016年6月拿到了950万元的天使轮投资，投放共享马扎前已经进入A轮融资，目标是进入机场年吞吐量1000万以上的城市。

21世纪经济报道记者发现，共享经济的融资正方兴未艾。今年3月底到4月初，有超过20家投资方入局共享充电宝领域。10天融资3亿，40天融资12亿，共享充电宝的融资额，大约是2015年共享单车刚出现时的5倍。

此外，8月8日，有报道称，仅成立一个月的觅跑共享运动仓已获得两轮共2500万元融资，目前该项目估值已过亿元。

“今天下午就安排了好几个会议，实在没有时间接受采访。”觅跑创始人毕振告诉21世纪经济报道记者。

与Mini KTV模式类似，共享运动仓4平方米场地能容纳1-2人、配置跑步机等运动器械、自助门禁按时付费。用户可通过手机App端线上预约、扫码开门，使用前需在平台缴纳99元押金后进行实名注册，以5分钟1元计费。

“共享经济商业模式能否成功，我觉得这项服务的使用频度一定要高，这样通过共享以后才能够降低成本，此外，共享模式还应该解决以往服务中的痛点。”互联网产业专家、飞象网总裁项立刚告诉记者。

项立刚认为，共享运动仓和健身房并没有本质上的区别。“只不过面积小一点，而且短期内也看不出有用户健身需求暴增的迹象”。

共享经济的商业模式能否走得通，还需要考虑用户感受和技术迭代。一些共享充电宝设备在使用时需要用户额外购买数据连接线，以至于被诟病为“捆绑销售”。而随着更轻型移动电源和免费充电设备的普及，不少人对共享充电宝未来发展空间和潜力予以质疑。

新模式提出新问题

商业模式并非是共享经济发展上唯一的“拦路虎”。

21 世纪经济报道记者发现，现在，享睡空间的微信小程序首页上挂着“系统升级，暂停使用”的公告，发布时间是 2017 年 7 月 15 日。

此前一个月，享睡空间在北京的几处写字楼开始运营共享睡眠舱，睡眠舱宽约 90 厘米，长约 2 米，舱内有电扇、阅读灯、充电插座等设施，并可以免费领取一次性睡具，包括一次性床单、一次性枕巾和太空毯，甚至还有专门的耳塞。11 点-14 点的高峰期每半小时 6 元钱，每天最高 58 元封顶。

对于享睡空间为何停止运营，中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍分析认为，商家运营共享睡眠舱必须取得相关资质，还要通过安保、防火、食药监等环节的验收，这实际上是一个相关资质的入门坎，否则会出现很多问题。

“比如安全问题、人身权益问题，再比如健康问题、涉黄问题、涉暴问题、涉毒问题等，这些都是可能出现的。”朱巍说。

遭遇尴尬的并不仅只有共享睡眠舱。不久前，5 万余把共享雨伞在现身杭州街头仅一天后，就遭城管部门“下架”。《杭州市城市市容和环境卫生管理条例》规定，禁止在道路两侧护栏、电杆、树木、绿篱等处架设管线，晾晒衣物，吊挂有碍市容的物品。

无疑，监管和资质要求是共享经济商业模式能否成功的另一个关键。北京微巴 CMO 郑安莉告诉记者，目前公司正在向北京市有关部门申请网约车平台运营资质。

共享马扎作为户外广告，也需接受工商和城市管理部门的监管，“如果继续投放，我们肯定会事先与有关部门进行沟通。”郑安莉介绍。

觅跑创始人毕振也曾向媒体表示，共享运动仓的设计完全符合政府部门的要求，绝对不会像共享睡眠舱那样尴尬。

北京大学光华管理学院教授张影认为，政府需要主动参与到共享经济中，通过出台指导性意见、与企业协商合作等途径，在保持共享经济活力同时维护应有的公共秩序。

共享不代表低廉 “共享经济” 在中国变味儿了吗？

来源：《环球时报》 2017-01-04

“共享经济”正在成为这个时代的热门词汇。伴随经济全球化的脚步，从住宿到出行，从技能分享到信贷行业，共享经济模式已经被越来越多的国家所接纳，并悄然改变着我们的观念与生活。早在 2010 年，美国《时代周刊》就把共享经济列入了“十大将会改变世界的想法”之一。在中国，共享经济同样早已落地生根，而且正迅速发散到社会不同领域。不过在此期间，外界对于共享经济在中国是否秉持着其原本的宗旨，还是日趋“变味儿”，也有着不同的声音。到底什么才是真正的共享经济？它在如何改变现代人的生活方式？中国的共享经济模式确实不一样吗？带着这些问题，《环球时报》驻外记者展开调查采访。

共享不代表低廉

“共享经济”这个术语最早由美国得克萨斯州立大学社会学教授马科斯·费尔逊和伊利诺伊大学社会学教授琼·斯潘思在 1978 年发表的论文中提出。它最初的定义是指拥有闲置资源的机构或个人有偿让渡资源使用权给他人，让渡者获取回报，分享者利用分享他人的闲置资源创造价值。

“共享经济并不是新事物。”德国柏林共享经济研究专家迪尔克·斯泰恩斯对《环球时报》记者表示，它几乎与人类历史相同。以前，人们一起共用农具，合住房屋等。上世纪中叶，合作社非常流行。不过，共享经济真正开始繁荣是在本世纪初网络普及之后，当时人们开始共享计算机资源。

共享不代表低廉，西方国家视共享经济为物尽其用的一种方式。通常来说，实现共享经济，需要一个第三方创建的、以信息技术为基础的市场平台。这个第三方可以是商业机构、组织或者政府。个体借助这些平台，交换闲置物品，分享自己的知识、经验，或者向企业、某个创新项目筹集资金。

以共享经济作概念营运的美国短租平台 Airbnb 为例，业主通过出租物业赢取经济回报，消费者则以低于酒店的价格入住房间，业主可以根据个人的情况，在 Airbnb 平台上设定可供入住的房间数目，相较于传统酒店灵活许多。作为一家成立仅 7 年的公司，其市值已经超过了酒店业巨头万豪、喜达屋，并且涵盖了全球 190 多个国家和地区的 3 万多个城市，可见其共享房屋空间的模式对传统的

酒店业冲击巨大。

同样，在美国大受欢迎的 Zipcar 租借车辆服务，是一个按时收费的租车网站，用户可以按个人所需，通过手机上的应用程序预约租车服务，用户只需在指定位置停车即可归还车辆，这种租车方式既能节省用户的金钱，也能为商家带来更多的利润，是典型的一举两得的共享经济方案。

普及程度与受教育程度有关？

《环球时报》记者在欧洲生活期间切身感受到，现在不论是汽车、自行车、衣服，还是住房，共享已经成为潮流。比如，汽车公司将“汽车共享”视为很赚钱的商业模式。德国联邦汽车共用协会称，这已经成为一种新的“交通文化”，2015年初在德国约150家汽车共用服务提供商那里已有100万人注册。全德国490座城市和乡镇都有汽车共用服务点，比一年前增加了110个。荷兰的点对点式汽车共享社区 SnappCar，在荷兰、瑞典和丹麦也有20万人使用。

同时，共享领域也越来越广。甚至，政府也参与共享，像德国和法国等欧洲国家同用一些卫星。德国还与欧洲各国开展“拼”办大学课程，让自己国家的学生可以去国外合作大学免费上学等。

德国《经济新闻报》近日引用荷兰 ING 银行的 2015 年调查报告称，1/3 的欧洲消费者已参与过共享经济，且这一数字正不断增加。欧盟已经制定出共享经济规划，共享经济正成为一种新的商业模式不断壮大。

但是据美国《华尔街日报》报道，皮尤研究中心一份新出炉的研究报告显示，在美国，尽管年轻人群体中非常流行开自己的车去送货、私人租车、出租家里的房间、分享办公室或当别人的顾问等赚取外快的方式，但大多数美国人对此并不熟悉。调查显示，只有 15% 的成年人在使用像优步等提供的私人租车服务，只有 6% 的人曾用过私人送货服务，仅 4% 的人会在线雇佣顾问帮助自己做事，更有 75% 的受访者不明白什么是“共享经济”。

该报告称，使用这些服务的人群也比较集中，大部分该服务的用户都受过大学教育，大学毕业生中有 49% 的人曾使用了 4 种或更多的此类服务，而具有高中程度的人只有 8% 的人在使用该类服务。年收入超过 10 万美元的美国人使用该类服务的人数要比那些年收入低于 3 万美元的高出三倍。在 50 岁以上的美国人中，没有使用任何此类服务的占到 44%。

关键是让供给与需求端有效匹配

共享经济不仅在欧美国家发展迅速，在亚洲也日趋受到欢迎和重视。其中的原因，按照日本社会学家三浦展在其著作《共享经济，日本的新消费模式》中所说，是因为国民价值观，从“注重国家”到“注重家庭”，再从“注重个人”到“注重社会”，逐步转变了。金融海啸成为西方共享经济开花的转折点；在韩国，首尔市长上台后落实了共享城市计划；在日本，这一转折点是发生在“3·11”大地震之后，在政府提出救助之前，民众早已互通信息互相帮忙，表现出强烈互助意识。

对于互联网时代下中国出现的共享经济现象，外媒也非常关注，但评价褒贬不一。英国《金融时报》以中国春运为例称，中国春运搭上了共享经济的顺风车。随着经济增速放缓，中国提出的“互联网+”战略等政府举措正加紧努力，利用大数据和移动互联网来改善旧的经济增长模式，并解决交通拥堵等长期问题。更多人也因此放弃旅途辛苦，利用日趋流行的、新的汽车拼车服务搭便车。根据瑞银调查数据，2015年中国的叫车软件下载量遥遥领先，远远超过全球其他国家（如图）。

但美国 CNBC 网站报道分析称，中国巨大的人口基数使得共享经济更多地不是解决如何利用剩余资源的问题，而是成了解决就业及副业的手段。但是该报道也表示，同样是因为中国巨大的人口基数，共享经济在中国会有更广阔的未来，而且本土化的需求需要更懂中国消费者需求的公司。

也有观点认为，在中国越来越多的创业者把目光聚焦到了共享经济的模式上，效仿者横跨各个行业。英国《金融时报》曾撰文表示，在中国语境下，各家公司还面临着本土特色的“价格战”，通过类似不断压低价格的手段抢夺市场份额，这里的游戏规则似乎是，到火拼结束时，中国市场只允许最后一个站着的人留下。

瑞银财富管理投资总监办公室分析师陈彦甫接受《环球时报》记者采访时表示，共享经济的本质就是让供应端和需求端在市场上找到一个更好的合作模式，而基于这种模式下，中国发展出自己的本土特色，这很正常。相反如果中国完全照搬西方的发展模式，反而不一定能够成功。有人质疑在中国，明明是共享经济的平台，现在却出现了专职司机去开车，但是在西方又何尝不是如此呢？优步也有很多全职司机。所以，完全没有必要对一些概念咬文嚼字或者对一些操作模式

照搬照抄。说到底，共享经济对于现代人最关键的贡献就是提供一个平台，将供给需求做出最有效的匹配，并且创造不错的经济回报，这才是最重要的。

当然，共享经济模式也会存在很多问题，包括被认为在法律法规面前会遇到一些挑战，这在世界范围内都一样。陈彦甫表示，新的经济模式常常会带来与传统行业的摩擦，譬如国外也出现过出租车司机抵制优步，因此政府就会不断调整一些相关的政策与法规。虽然政府政策的出台往往会滞后于社会创新的步伐，但总归是要为社会经济发展做通盘的考量，最终让所有资源都得到最合适的利用。

美媒：中国引领共享经济未来 向世界展示如何分享

来源：参考消息网 2017-05-21

美媒称，对于中国共享经济领域的初创企业而言，这几个月实在是太棒了，或许好得过了头。共享单车行业是出现的第一只“独角兽”，让手机用户共享电池的企业近几周也至少融资 1.5 亿美元（约合 10 亿人民币）。

据彭博新闻社网站 5 月 19 日报道，与此同时，一家初创企业最近宣布，预计今年要在广州共享至少 50 万把雨伞，而嘉兴一家篮球共享企业则在官方媒体获得正面报道。考虑到宣传力度之大，这些企业无疑会顺利获得融资。

报道称，人们很容易去嘲笑这样的企业。但是在资金被浪费、企业合并又破产的大环境下，共享模式在中国比在几乎其他任何地方看起来都拥有更加光明的未来。

中国本土的汽车共享和房屋共享企业是在这个十年之初出现的，即在优步公司和爱彼迎公司在美国创立不久后。这个行业此后繁荣发展：根据中国政府的数字，2016 年，有 6 亿中国人参与了这一行业，交易额达到 5000 亿美元（约合 3440 亿人民币），比 2015 年上升 103%。

报道称，这样的数字吸引了投资者：中国共享企业去年的融资额接近 250 亿美元（约合 1720 亿人民币）。这个行业的发展范围已经远远超越了汽车和房屋：近几个月来，共享单车在中国已成为风险资本最关注——也是最充满泡沫——的目标。在中国许多经济领域正在减速甚至陷入停滞之际，政府预计，中国的共享

经济到 2020 年时将在国内生产总值中占到 10% 的份额。

报道分析，三方面因素证明这种乐观看法是有道理的。

首先是中国的人口结构。中国的千禧一代是拉动这个国家举世瞩目的电子商务行业，以及从这一行业发展而来的共享经济的力量。许多中国年轻人不愿意把钱花在买车甚至是买手机电池上，而是更喜欢把钱节省下来，用在像旅游这样的生活方式上，或者去培养自己的初创企业。与此同时，中国的老年人缺乏完善的社会保障网，因此要靠子女和孙辈在经济上给予支援。而且他们自己对之前条件更为艰苦的时期记忆犹新。意料之中的是，他们生来就更为节俭，这就让共享资产对他们更有吸引力。

第二个因素是迅速改变的中国消费特征。对产品安全的怀疑、不断上涨的房价、照顾年迈父母的责任带来的压力，这一切使中国的中产阶级对应该如何消费变得更有判断力。这大大推动了从大众市场产品向优质产品和服务的转变，而这具有双重作用。首先，比方说原本要拿来买汽车的钱因为拼车而省了下来，这些钱就可以用来买优质产品。其次，分享能获得优质的体验，例如通过度假时使用他人分享的高品质住宅而获得优质体验。有趣的是，伴随这一趋势的是，基于电商的二手商品交易（这实际上是长期分享业务）大幅增长，此类商品包括古驰手提包等奢侈品。

第三也是最重要的因素，中国消费者对阿里巴巴集团的支付宝及苹果公司的 ApplePay 等移动支付系统大力支持。2016 年中国移动支付的金额是美国的 50 倍以上。如今，看到中国消费者在支付终端前摇晃手机或通过扫描二维码完成交易是极寻常的事。在许多情况下交易金额极小，比如中国的共享单车每 30 分钟只需 0.07 至 0.14 美分（5 角至 1 元人民币）。难怪一些投资者认为共享雨伞服务或许可行。

报道称，这种很好的氛围意味着全球共享行业中的很多创新都将在中国诞生，而不是美国的硅谷。在不久的将来，中国庞大的制造业将孕育出它自己的、以手机 APP 为基础的共享经济。中国将成为教会全世界该如何分享的老师。

他山之石

蓬勃发展的共享经济，在国外都有什么新花样？

来源：海外财富网 2017-04-17

2015 年滴滴打车刚开始运营时，大家都对这一新鲜事物很好奇，不想没过两年，满大街都是 ofo 摩拜的小单车，感觉是一夜之间进入了共享自行车出行的新时代。最近听说，某著名创投公司盯上个新项目，连充电宝都要开始“共享”了。共享经济在国内如火如荼，共享租赁的 Airbnb 也眼馋中国这块市场，取了个中文名字“爱彼迎”要来分蛋糕。2017 年，中国的共享经济，进入了一个新的阶段。

不过新事物的产生，总会遇到各种问题，比如火热的共享单车，虽然给很多行人带来了方便，但一些单车也遭遇了五花八门的人为损坏，例如车座、轮胎等零件被拆卸，还有一些单车被加装了私锁、停放在私人空间，把共享变成了独享……大家都知道，共享经济最早发源于国外，那在国外有没有这诸多乱象呢？国外的共享经济是什么样的呢？本文笔者下面将为读者介绍一些有代表性的。

Uber

外国最出名的共享经济公司应该就是 Uber 了吧，虽然在中国他的子公司被滴滴收购了，但在其他国家他可是势头正猛呢。Uber 的诞生和加州的出租车行业现状很有关系。美国加州的公共交通资源是稀缺的。出租车本来就是提前打电话预定的，因为你在路上是看不到出租车的，而且叫车后最快也得 20 分钟左右车才能到，就连公共汽车这种普及大众的交通方式在美国也是没有什么机会使用，因为基本上是每家都有汽车，而且很可能有不止一辆车，也正因为出租车是少有的，所以出租车的费用也是很高的，出租车司机基本就是专门接你这一单生意然后就空车回公司继续等待了。还有一个问题出租车司机基本只收现金而不愿意接受刷卡，因为刷卡要扣点他赚得就少了，但是美国人又基本只带很少现金，所以付费的时候很容易产生不便利和不愉快。Uber 也是通过共享经济的方式创造了新的供给，高效得填补了一种需求空缺，当然 Uber 也碰到了很多问题，如在芝

加哥，就曾有一位乘客被司机用斧头打得头破血流过，还有一些舆论也一直在质疑 Uber 的安全性，但一路走到今天，Uber 以及它在全球的诸多变体，已经为当地人民带来了很大的方便。Uber 本身的市值也一路暴涨，成为了著名的独角兽公司之一。

Airbnb

Airbnb（爱彼迎）是一家提供住宿租赁服务的公司，之前国内民众可能对它可能还不熟悉，但最近，爱彼迎已经高调进军中国市场。Airbnb 诞生于三个喜欢做背包客的设计师手中，时值美国 2008 年次贷危机，在当时大量房屋贷款被违约，房子被银行没收，美国经济整体直线下落。这个大的经济背影后来也被美国媒体认为是 Airbnb 能捕获足够优质房源的一个密不可分的因素。只有有了大量的优质的供给的情况下，新模式下的需求才会被渐渐的激活带动起来，最终被接受成为一种新的常态，从此 Airbnb 也逐渐发展起来，虽然它的发展过程并非一帆风顺——2011 年 6 月，Airbnb 发生它创立以来首次恶性事故——“洗劫门”事件。一名叫作 EJ 的房东发现她旧金山的公寓被 Airbnb 上招来的房客洗劫一空，而在“洗劫门”之后，Airbnb 也启动了更全面的安全措施，通过对自身服务的不断完善，Airbn 去年已经实现了盈利，市场估值达 250 亿美元。

Classpass

说起 Classpass，这个在国内可能比较陌生，这家公司在健身类 O2O 中一枝独秀，其 CEO 是个舞蹈爱好者，整个产品来源于她想要寻找附近的舞蹈练习课程，但是发现并没有这样的工具可以满足她。于是，她萌生了做一个 app 来让大家发现课程的想法，这就是第一版的 ClassPass 诞生，叫 Classtivity，从操课切入需求，之后，产品不断迭代，拥有了预定健身课程、它提供健身课程售卖平台等功能。这款产品的成功，首先与美国民众崇尚健身的习惯密不可分，健身在美国已经与柴米油盐一样成了日常生活的一部分；此外，美国低价便宜，健身器材也相对便宜，大量的连锁健身房费用低，很多健身馆的费用都低于 ClassPass 收取的课程费；再有 ClassPass 可以争取到不少高端品牌的健身房资源，这也是它对于消费者的吸引力之一。总之这款产品的流行与美国本土的实际情况密不可分，就像摩拜单车，离不开中国这个特殊的土壤。

ShareDesk

这款产品被称为是办公领域的 Airbnb，其致力于做全球最大的公共办公空间平台。在创业公司云集的地方，总会有一个供创业者分享的公共场所，在那里创业者可以商量创业想法、面试员工或者和其他人进行交流。而与传统供应商不同，ShareDesk 则专注于办公空间的分享，通过 ShareDesk 用户可以预定会议室，会客室等，免除临时找房间或者与他人计划冲突的尴尬，除了对办公地点的空间管理的各项功能外，ShareDesk 还可以对办公室空间利用情况做出分析，包括本月会议室一共被占用多少时间，利用率是多少等，此外该产品还提供了办公地点的出租服务，从传统的每楼层或房间按月出租，到为短期出差设置的每张桌子按小时的出租都有。并且每个出租空间都有完善的预约和评价机制，在这里工作过的人可以发表他们的办公体验。这样一来，既帮助企业提高了办公空间的利用率，又帮助其他公司找到了办公地点。目前 ShareDesk 已经建立了全球化的网络，他们的下一个挑战是吸引更多的用户加入这个网络。

3DHubs

与国内搞充电宝共享一样，国外也有一些比较奇葩的共享产品，比如这个 3DHubs，这家公司最早是由 3D Systems 的两个员工搞的，主要是帮助那些有心无力的用户寻找当地可用的 3D 打印机设备，而且该公司野心还不小，它希望通过连接 3D 打印机所有者和需要设备的人们来在全球范围内打造一张共享网络。而其服务方式非常简单，只需要上传你的 3D 打印模型，选择你的所在区域而后付费，3D 打印机的使用者就会将它们打印出来并快递给你，可以说解决了“难道我就为了玩几下去买台 3D 打印机？”这个难题。

可以说，共享经济的产生，既与互联网时代到来这个大背景相关，也不能不考虑各个国家和地区不同的用户情况和实际需求，因此有对这方面产品感兴趣的使用者和投资者，都要对其慎重考察。

共享经济，是一个新生的领域，发展也是日新月异。在这方面，虽然国外先发，但是中国可以说后来居上，青出于蓝而胜于蓝。未来世界上还会出现哪些新的共享事物，我们拭目以待。

共享经济大行其道 盘点各国“共享”创意

来源:央广网 2017-05-18

当人们还没有意识到“共享经济”概念时,就已经有旅馆和酒店,让远道而来只作短暂停留的人们不用花钱买房也可以有一个休憩的场所。而今,从网约车、房屋共享、闲置物品交换平台到当下火爆的共享单车,“共享经济”的概念正在从方方面面渗透人们的生活,通过更加合理的资源再分配,为人们的生活省钱、省力,带来便利。

在海外,“共享经济”是否也像国内一样大行其道?“共享”的概念在国外有怎样的发展过程,前景是否被看好?又有哪些国内还没有出现的“共享”创意可以供借鉴参考呢?

首先把目光投向俄罗斯。俄罗斯近几年已成为共享经济初创企业增长最快的市场之一,许多俄罗斯人已经开始与陌生人共享公寓和汽车以寻求额外收入,但造成这种社会现象最重要的原因是由于卢布大幅贬值,让俄罗斯经济陷入至少6年来最严重的衰退,工资水平的下降以及高达两位数的通货膨胀率,老百姓实在负担不起过去的消费水平,而共享经济的出现恰好成为当前较好地维持生活且又省钱的工具而已,老百姓自己对于共享经济的热情并不高涨。

据俄罗斯观察员张舜衡介绍,除了共享房、车以及办公空间等传统业务之外,俄罗斯创业者和资本也是国际风投圈的活跃参与者。2015年3月,一名俄罗斯姑娘想在美国买俄罗斯出产药品,但代购实在麻烦。因为受到共享经济的启发,她便与两位志同道合的朋友一起创办了一个让用户互相代购、送货的手机软件。这软件的使用流程非常简单,购物者只需要在平台上发布购物需求信息,然后即将前往购物者所在城市的旅行者会进行竞价,最后购物者选择最优报价确定交易,再设置安全支付保障后,购物者与旅行者就可以在约定的公共场所进行交货。这一方面让旅行者化身为代购,实现旅行赚钱两不误,另一方面为购物者提供更多选择,帮他们买到个性化的独特商品。以共享经济的形式解决了全球物流费用的问题。该初创公司已获得融资450万美元,在东南亚、南美、俄罗斯和乌克兰人气非常高。在过去一年中,俄罗斯共享房屋业务已经增长一倍多,但该业务负责人称,俄罗斯人其实非常重视自己的独立性,特别是经历共用厨房和浴室的苏联

时代后，拥有自己的公寓或汽车是地位的终极象征，这种观念更是深入人心。从民众心理角度看，俄罗斯人对共享经济的喜爱并不存在真正的热爱，而仅仅是因为省钱。如果经济条件允许，俄罗斯人还是会选择住豪华酒店、使用计程车、去高级餐馆和购买奢侈品等传统消费模式。

再把目光转向德国。德国人非常注重隐私，很看重自己的私人空间。对于一些与自己生活紧密相关的东西一般很难与别人共享，就连小朋友在幼儿园学会的最重要的三个词都是“我”、“我的”和“不”。但是在他们日常生活中也免不了有一些领域需要选择共享来为自己创造更加便利的条件。他们又是怎样进行“共享”，从而同时满足保护个人隐私和便利日常需求双重要求的呢？

德国观察员薛成俊表示，德国人物权观非常强，物权概念非常明确，但是在生活当中也有共享，比如混居公寓，尤其是大学生为了省钱通常会和别人合租房子，这个时候除了自己卧室以外，厨房和卫生间都是共享或者共用。在很多大学生宿舍也是这个样子的，但是前提也是在确立物权以及义务划分的基础之上。有些上班族出于各种原因会与别人拼车，相互搭载。这些年悄然兴起的图书共享，在一些城市的街头安放着用钢铁和玻璃制作的特制书柜，人们可以将自己认为不错的书籍或者不再需要的书籍放在里面，与其他人共享，不需要借书手续，不需要押金，也没有归还日期，完全靠个人自觉。在德国也有所谓的共享自行车，其实是德国铁路公司放置的一些带有该公司标志的收费自行车，但是由于德国城市公交发达加上德国城市道路拥挤缺少自行车道以及偷车现象严重，德国窃贼偷自行车比较独特，不是卸个轮子就是拆个车座或者是车架，上锁完全没有用。而且德国严重缺乏摄像监控措施，所以像共享单车一类的资源共享在德国并没有大规模推广开来。

最后看澳大利亚。在 2015 年一项统计当中，有多于三分之二的澳大利亚人希望通过共享经济赚一点外快。比较普遍的自然还是共享租房或者是租车，但也有些澳大利亚比较特别的共享经济方式。目前发展最为红火的两种共享经济，一是流行于学生间的共享课本，二是流行于老年人间的共享购物。

澳大利亚观察员胡方介绍，由于澳大利亚的课本价格非常贵，而且很多这类书籍往往使用一个学期之后学生再也不会回头看，一本动辄几十甚至上百澳币的课本让很多学生觉得价格上有点吃不消，于是一家澳大利亚在线教育公司应运而

生。这家公司是一群澳大利亚学生创办的，只有学生本身才会真正体会到每个学期开学时，面对着教授的书单去买书时对价格的无奈。一开始他们提供课本租赁的方式解决教材太贵问题，一本书的成本分摊到几届租书学生头上，自然租赁费用就低了，之后他们又把学生和老师的课堂笔记作为线上资源提供出来，业务也逐渐地扩大。而澳大利亚另一个比较红火的共享经济的产品是个共享购物网站，名字叫做“分享着购买它”。这个网站本身不提供任何的商品购买，但是它提供一个平台供大家在网站上配对，从而合在一起买东西大家一起用。比如在网站上比较热门的配对产品包括 2~4 个人一起买一辆房车、买一个摩托艇或者是买一艘游艇等。很多老年人挺喜欢上这个网站的，由于一个人买一艘游艇价格上划不来，而且也不可能驾着游艇天天出海，所以他们通过网站迅速配对，寻找大家住的比较近而且需求类似的人合在一起买。一般这类分享产品大多数属于度假性产品，房车、游艇一类，这并不属于人们天天需要的刚性需求，也只有这样大家错开时间分享使用才不会有过多纠纷，而这个分享配对购买网站本身也不会进行产品销售，主要是依靠注册会员盈利。

海外国家分享经济的发展经验

来源：《发展研究》 2016-11-30

“分享经济”最早出现在 1978 年的《美国行为科学家》杂志上，由美国得克萨斯州立大学社会学教授 Marcus Felson 和伊利诺伊大学社会学教授 Joe Spaeth 在论文(Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach)中提出，当时被称之为“协同消费”或“合作式消费”。目前，分享经济不仅成为一种配置社会闲置资源、服务社会消费的商业模式，也成为消费理念创新、新型经济增长方式培育、节约型社会建设和大众创新万众创业的宏观经济社会热点问题，引起了全球范围内的关注。

一、海外国家分享经济发展趋势

在美国，美国政府直面待解决的监管问题，正处于采取广泛听取公民意见并热烈讨论的阶段。2015 年，美国全国城市联盟(NLC)对 30 个美国大型城市关于

分享经济的情感进行调查，调查结果显示有 9 个城市持完全积极的情感，21 个城市存在混合的情感，并且这 30 个城市中有一半城市已开始着手制定相应的政策和管制计划。

在欧洲，欧盟成员家对分享经济有共同的愿景：提高资源效率、创造就业机会、建立社区参与、推进社会创新。欧洲议会工业、研发和能源委员会与内部市场和消费者保护委员会联合发布对数字市场新战略的立场文件，支持分享经济发展，赢得了欧洲议会所有党派的支持。其中，英国政府更意欲将英国打造成分享经济的全球中心。

在加拿大，加拿大已开始着手展开相应的监管措施的制定计划，基于对分享经济的全面审查，安大略政府正在拟制定一个新的框架体系和监管方法来应对持续、快速创新的分享经济。近日，作为加拿大率先制定相关规定的省政府，魁北克政府也宣布将引入最新的旅游法，包括对在线家庭共享服务(以 Airbnb 为代表)等业务的调节。

在澳大利亚，澳大利亚工党致力于保护澳大利亚工人、消费者在分享经济活动中的劳动权益，并制定了明确的分享经济劳动原则。同时，悉尼政府为 600 多辆分享汽车设立了 400 多个专属停车位，还为消费者给予停车优惠，更将“汽车共享”计划作为城市发展规划“悉尼 2030”的一个重要环节。

在韩国，韩国政府对分享经济的重视和政策推进，促使分享经济前景明朗。韩国政府近年来开始推出鼓励创业的各项政策，努力减小垄断的危害、扩大社会就业。

二、海外国家分享经济发展经验

1. 针对信任问题

在芬兰，金融分享业务深受人们喜爱，主要得益于政府在多年前已引导市民在各类行政系统(如纳税系统)中使用电子身份认证。这不仅可以简化在线借贷的步骤，还可以免除交易双方信任疑虑，提升了诚信意识。同样，英国政府也着手推出 UK 验证，在强调身份验证系统的重要性的同时，努力扩大其适用范围，未来将包含银行、移动网络以及其他公共机构。

2. 针对监管问题

海外国家针对不同行业施行了不同的方案。针对分享出行，伦敦政府将现有

出租车划分为具有营业执照出租车、电话预约出租车和网络预约出租车(专车),并对最近新兴的网约车纳入既有的《约租车法案》,由伦敦交通局(TFL)及其下属的公共运输办公室(PCO)监管。美国有三个州(加利福尼亚、俄勒冈和华盛顿)通过了有关汽车分享的法律,并将责任明确归属于汽车共享服务公司和保险公司。同时,法律还禁止保险公司取消车主的相关政策。加利福尼亚是首个认同 Uber 合法化并进行监管的州,网约车作为新的公司类型“交通网络公司”,由加州公共事业委员进行监管。韩国代驾业务主要由代驾协会进行整体监管,建立了包括代驾员的审核、服务过程标准、代驾费用、保险等完整的管理体系。针对分享住宿,2014年2月荷兰阿姆斯特丹完成对共享经济领域的 Airbnb 类家庭酒店业通过立法实现监管,这是世界首个共享短租领域的立法法案。2015年2月,美国旧金山也在全美范围内率先完成该领域的立法管制。这两个共享短租监管的先行地域,从许可证申请、沟通、投诉、保险和税收等方面进行全面规范管理。针对分享金融,作为互联网金融的先行者,2012年美国国会通过了《初创期企业推动法案》(简称“JOBS法案”),将众筹融资合法化。2014年英国正式实施全球首部针对众筹监管的法规《关于网络众筹和通过其他方式发行不易变现证券的监管规则》,由英国金融行为监管局(FCA)对借贷型(即P2P网贷)和股权投资型两类众筹进行监管,而捐赠类众筹和预售类众筹不在该法案的监管范畴。针对共享私厨,美国加利福尼亚州政府通过《家庭自制食品法案》,允许食品私营业主可不租赁店铺,在家庭厨房中生产出烘焙制品、果酱、糖果等“低风险”自制食品,但是规定必须使用不易发生细菌超标的原料,且规定家庭食品制作只能雇佣除家庭成员外的一名员工,制作地点仅限于家庭厨房。德国成立全国统一的网络食品销售监管机构,规定网上食品供应商应在当地监管部门登记注册,以接受监督。澳大利亚政府规定任何家庭作坊式的食品加工以及外卖同样需要申请商号,规定所有原材料都必须记载购买来源和批次,以保证任何原材料可以随时被召回检查。

3. 针对税收问题

出于纳税的规范性,有些国家出台了明确的纳税条例,如2015年3月,波特兰、阿姆斯特丹、芝加哥、华盛顿等7个地区开始授权 AIRBNB 向房主代收酒店税。在出行方面,芝加哥、波士顿、波特兰等城市就有成功的降低拼车税率政策,并且在城市码型中明确注明了网约车与传统汽车租赁的区别。澳大利亚工党要求分

享经济企业按标准公司税率纳税，在申报纳税时应注明线上税务档案号码或澳大利亚商业号码，并且上报实际年利润数据。另一方面，出于纳税的便捷性，英国商务部提出简易性税收计划建议，借鉴英国税务海关总署和财政部经验，设计分享经济税收指导，建立在线纳税计算器，帮助纳税人计算在分享经济活动中的纳税额。

4. 针对劳动者权益问题

在维护权益方面，澳大利亚工党要求分享经济服务应严格遵守澳大利亚消费者法的规定，在使用这些服务时，澳大利亚人有权对产品质量、欺诈行为和消费者利益进行维权。同时，雇佣劳动力的公司应该确保给出的定价和合同符合行业标准，不应削弱澳大利亚工人的工资和条件。英国商务部建议技能分享平台应确保工人工资至少是生活工资，并鼓励如启动贷款、新企业福利津贴等创业计划，进而协助创业者积极推动分享经济企业的发展。在降低劳动者风险方面，澳大利亚工党要求分享经济企业必须设立适当的保险政策来降低客户和第三方的风险，并与保险部门建立合作关系。国外 C2C 任务众包平台 TaskRabbit 最近规定，其平台上发布的工作报酬每小时不能低于 15 美元，同时还引入保障客户和自雇型劳动者的 100 万美元保险，为分享服务中的财产损失或身体伤害提供保障。拼车软件 Lyft 也与自由职业者联盟达成合作，让拼车司机有权参与民间促进团体的医保计划和其他福利项目。此外，为明确分享经济活动中自由职业者的就业状况，2014 年 10 月，英国政府将基于简易选项的就业状况审查表系统投入使用。

5. 针对传统企业转型问题

顺应分享经济的新形式浪潮，海外现有转型成功的案例分为四类：转型式、合作式、投资式和补充式。转型式在汽车厂商领域较为常见，如：宝马公司推出电动汽车分享服务 DriveNow，用户可以通过 App 应用，搜寻所在位置附近的匹配车辆，按租赁时长收费，如果用完汽车可以放回原地或者放在另一个汽车分享地点；标致汽车公司建立流动租赁服务系统，会员可以分享标致汽车、电动滑板车和自行车；德国戴姆勒成立全资子公司戴姆勒智能交通服务集团，开放 Car2go 服务平台，提供类似奔驰 smart 的车型分享服务；福特汽车 CEO 今年宣布退出“智能移动计划”，同时在全球展开 20 多个试验项目，包括 P2P 车辆分享的分享经济模式。合作式指传统企业与分享经济企业合作，分享业务资源，低成本达成双赢。

百事集团与任务分享平台“跑腿兔”合作，推出“额外时间”竞赛活动，以宣传一款新的软饮料——Pepsi Next，原因在于该活动契合 Pepsi Next 的目标客户——特别热衷技术事务、年轻且有抱负的群体，而“跑腿兔”吸引的客户刚好符合。投资式指传统企业以通过收购或投资分享经济创业企业模式，快速进入分享经济市场。如汽车租赁公司 Avis 收购了汽车分享公司 Zipcar；凯悦酒店集团参与 Onefinestay 的 4000 万美元融资。补充式是指传统企业利用自己核心产业围绕分享经济开展相关业务，一站式自定义酿酒站点 The Wine Foundry 公司提供葡萄酒酿造所需的工具和辅助设备，使业务酿酒师和职业酿酒师在没有葡萄园的情况下也能自酿葡萄酒。这种模式使传统企业和资产所有者开始重新思考收入来源，考虑开拓能够吸引以顾客为中心、偏向协同消费的替代性商业模式。

三、对中国的启示

1. 基于大数据建立供需双方诚信画像

“互联网+”时代为信息数据整合提供了可能性，在此背景下更有利于我国政府建立健全国家信用体系和行业信用体系。政府部门可与金融机构、研究机构等机构合作，利用大数据技术，整合跨机构部门的基础信息，再融合散落在互联网的海量微数据，从而完善信用评价，刻画用户和企业信用维度的全息画像。

2. 扶持专门组织，排查监管模糊地带

2015 年末，作为国内首个由行业发起的围绕分享经济进行研究交流、学习合作的机构组织，中国互联网协会分享经济工作委员会在北京成立。政府应加强与分享经济工作委的合作，对于分享经济的商业模式的边界进行区隔和规范，明确分享经济行业的准入规则并规范服务交付过程的服务标准，以此尽快扫清监管盲点，有利于行业健康成长。

3. 明确税收范围，简化赋税程序

相关政府部门应尽快明确计税范围，针对盈利活动，要求企业和个人附上财务流水单，以便于核对检查，针对非盈利可不另外计税。而且，在税收过程中政府有责任进行监督指导，简化支付过程，建立在线纳税计算器，以此减少参与分享经济服务的供需双方的负担与顾虑。

4. 引入保险机制，保障劳动者权益

根据海外发展经验，建议将保险保障引入国内分享平台企业。对于在分享经

济活动中工作的自由职业者、兼职者或全职者，平台可以选择向其提供合理范围的社会保障，建立更为信赖的自雇型劳动者队伍。同时，通过规范行业管理制度和明确福利待遇，避免出现安全问题和不良的体验问题后，再投入较大成本进行补贴来维持供需方的粘性。

5. 传统行业借势转型，创建环保、节约型供应链

传统行业面对分享经济大趋势，不应顽固抵制其带来的颠覆侵袭，而是应该吸收其“开源”的思想，与时俱进发现更广阔、更持续的新生存空间。针对我国传统企业，可借鉴海外四类转型模式，选择适合自身企业性质的方式。比如，对于固定资产投资庞大的行业如农业、林业、建筑业、制造业等行业，可采取补充式来简化企业物资种类和数量。除坚持持有核心技术部分物资的产权外，其余可与其他企业共享一切可分享的资产，如厂房、机械设备、生产线、办公用品等。这种节约环保的分享意识可运用于研发、设计、生产、采购、物流等供应链环节，众多品牌通过统一大平台，形成产业生态圈。

结语

共享经济符合“创新、协调、绿色、开放、共享”新发展理念，也是求解“新矛盾”的一把钥匙。共享经济已经被写入十九大报告，作为与中高端消费、创新引领、绿色低碳、现代供应链、人力资本服务并列的6个新增长点之一，共享经济正在从一个新鲜事物变成我们生活的一部分。

据我国国家信息中心发布的《中国分享经济发展报告 2016》指出，2015年中国分享经济市场规模约为19560亿元，预计未来五年分享经济年均增长速度在40%左右，到2020年分享经济规模占GDP比重将达到10%以上。据《中国分享经济发展报告 2017》预测，未来几年共享经济仍将保持年均40%左右的高速增长，到2020年共享经济交易规模占GDP比重将达到10%以上，到2025年占比将攀升至20%左右。

共享经济是“我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段”的重要体现，尤其是与传统产业等实体经济融合发展之后所形成的新动能，是我国未来经济增长、社会发展的重要力量。通过共享实现社会资源的优化配置，是人类文明一贯的追求。共享经济真正的活力，不仅来自于互联网技术或者将社会潜在资源激活的商业模式，更源于对社会真实需求、美好期待的有效回应。未来将是共享的世界，发展共享经济已经成为我国经济发展的现实诉求。站在新的历史方位上，共享经济必将迎来更加广阔的发展前景。