

分享经济，
你可以分享一切，
消费一切

THE
SHARING
ECONOMY

分享经济

重构商业模式的九个关键点

辛超 张鹏 / 著



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

分享经济：

重构商业模式的九个关键点

辛超 张鹏◎著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

分享经济：重构商业模式的九个关键点 / 辛超，张鹏著. — 北京：人民邮电出版社，2016.6
ISBN 978-7-115-42354-2

I. ①分… II. ①辛… ②张… III. ①经济学—研究
IV. ①F0

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第085710号

内 容 提 要

随着移动互联网和大数据技术的崛起，以及国家对分享经济的大力提倡，分享经济领域呈现出了勃勃生机。作为一种颠覆性的商业模式，分享经济模式将持续影响企业未来的发展形态与赢利模式。

面对这样的经济发展形势，很多企业及创业者却并没有掌握分享经济的核心，也没有找到最佳的转型、创业以及营销模式。那么，企业如何才能适应市场的发展变化，最终抓住中国共享经济的风口？如何变革自身的商业模式，赶上经济发展的“新常态”？如何利用移动互联网和大数据红利，让企业利润倍增？创业者如何抓住机遇，创业成功……

本书针对这些问题，通过对分享经济内涵的挖掘，关键要素的阐释，为企业寻找合适的分享经济模式，并通过丰富的案例分析，为企业提供全新的模式思考。另外本书也选取了住宿、交通、旅行、金融等分享经济发展较迅速领域的案例，全面展现分享经济的美好未来。

本书适合共享经济创业者、移动互联网行业从业者、企业营销人员以及普通读者阅读，能帮助读者深入理解分享经济模式，快速转型、成功创业！

◆ 著 辛 超 张 鹏

责任编辑 李士振

责任印制 周昇亮

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

三河市海波印务有限公司印刷

◆ 开本：720×960 1/16

印张：16.75

2016年6月第1版

字数：358千字

2016年6月河北第1次印刷

定价：49.80元

读者服务热线：(010)81055296 印装质量热线：(010)81055316

反盗版热线：(010)81055315

广告经营许可证：京东工商广字第8052号

分享经济，企业发展的新动能

2008年，金融危机爆发，受到切肤之痛的美国，也痛定思痛，最终找到分享经济并将之作为走出阴霾的解决之道。Uber、Airbnb、WeWork等分享平台蜂拥而起，一时间，过剩产能+分享平台+人人参与的“人人分享”模式，走到台前。

2013年3月9日，《经济学人》杂志发表了封面文章《分享经济》，文章描述道：“在这个星球上，没有什么不能从别人那里分享得到的。无论是30美元一晚的客房，或是8美元一天的自行车，还是10美元一天的停车位……如果你参加聚会缺少一个爱马仕手包，那你花100美元就能用一天；如果你出海却没有游艇，那么花300美元就可以用一天；如果出门时没人帮你照看宠物狗，那么，只需要5美元即可雇人遛狗……”

当时，对于国人而言，这样的情景并不真切。然而，时至今日，我们终于明白，“我的过剩，可能就是你的稀缺”，市场开始拥抱分享经济。无论是滴滴快的，还是PP租车、蘑菇公寓、闲鱼、知乎，都让我们感受到了分享经济的魅力。

在移动互联网、大数据等信息技术的快速发展中，互联网为各行各业提供了绝佳的分享平台，层出不穷的分享平台，开始进入衣、食、住、行、教育、医疗等各个行业。这一刻，资源终于得到有效配置，供需也得以快速匹配。分享经济的目的是分享，而提高效率则是它的核心精神，正是这样，分享经济才得到全世界的认可。

2014年，全球分享经济共募集资金3万亿美元，市场规模也达到150亿美元。

这一年，《时代周刊》将分享经济评为“未来十年改变世界的十大思想之一”，《彭博商业周刊》将分享经济列为近 85 年出现的重大创新之一，著名未来学家与经济学者杰里米·里夫金甚至预言：“分享经济会在 21 世纪下半叶，成为人类社会主导的经济形态。”

伴随着分享经济涌入中国，分享经济也终于进入中国的国家战略层面：

2015 年 9 月，在夏季达沃斯论坛上，李克强总理盛赞分享经济模式；

2015 年 11 月，“发展分享经济”被写入中国十八届五中全会公报；

2016 年 3 月 5 日，在《2016 年政府工作报告》中，“分享经济”占据了大量篇幅。

在全球经济过剩的大背景下，当国家大力倡导“大众创业，万众创新”时，分享经济，已经成为企业发展的新动能。

本书中将详细描述分享经济的内涵，并以新颖的国内外案例以及细致、全面的方法论，对分享经济模式、分享平台构建、分享信用、人人参与、社交营销、分享思维、分享运营、传统企业转型策略以及分享创新 10 个方面进行详细的论述，从而帮助大家认识分享经济的前世今生，继而拥抱下一个千亿级风口。

1.1	何为分享经济.....	2
1.1.1	分享经济的定义.....	2
1.1.2	分享经济的4个构成要素.....	3
1.1.3	分享经济的发展阶段.....	4
1.2	分享经济的8个特征.....	7
1.2.1	互助·互利.....	7
1.2.2	资源过剩，有共享基础.....	7
1.2.3	按需分配.....	8
1.2.4	建立连接.....	9
1.2.5	成本低.....	10
1.2.6	可持续性.....	10
1.2.7	信用评价系统.....	11
1.2.8	社交沟通.....	12
1.3	分享经济的价值.....	13
1.3.1	降低交易成本，提升消费能力.....	13
1.3.2	培育新的消费增长点.....	14
1.3.3	扩大供给总量.....	14
1.3.4	促进收入增长.....	15
1.3.5	提高资源利用率.....	16

1.3.6	环保	17
1.4	消费主权崛起：消费者可以消费一切	18
1.4.1	SOLOMO 消费群正在兴起	18
1.4.2	SOLOMO 消费群的新习惯	19
1.4.3	消费者可以消费一切	21
1.5	不懂分享，企业将无立足之地	22
1.5.1	分享经济挑战传统车、房市场	22
1.5.2	分享经济帮助服务者“拉私活”	23
1.5.3	分享经济让企业“扶用户以令诸侯”	24

Part 2 | 颠覆商业传统，分享经济的八种模式

2.1	有偿租让分享模式：方便了别人，实惠了自己	27
2.1.1	有偿租让分享模式走红	27
2.1.2	一切皆可分享的有偿租让	28
2.2	对等分享模式：让知识与技术分享互换	31
2.3	众筹分享模式：筹钱一起圆梦才有未来	33
2.3.1	分享经济下的“份子钱”	34
2.3.2	全民理财时代的众筹	34
2.3.3	全民创业时代的众筹	36
2.4	劳务分享模式：让碎片化时间价值最大化	38
2.4.1	劳务分享让时间更值钱	38
2.4.2	劳务分享在快递业中的应用	39
2.4.3	劳务分享在服务业中的应用	41
2.5	众包分享模式：让“草根阶层”做专业的事	42
2.5.1	社会分工下的众包分享	42

2.5.2	众包分享是对外包的颠覆	43
2.5.3	众包分享让用户协同创新	44
2.5.4	众包分享延伸了创新边界	45
2.6	平台分享模式：无平台，无分享	46
2.6.1	平台是分享经济的基石	46
2.6.2	无平台，不分享	47
2.6.3	平台分享的三种方法	48
2.7	社交分享模式：社群粉丝是关键	50
2.7.1	社交无处不在	50
2.7.2	社群与粉丝是关键	51
2.7.3	无社交，不分享	52
2.8	金融分享模式：金融普惠，人人共享	54
2.8.1	碎片化的金钱资源	54
2.8.2	人人共享的普惠金融	54

Part 3

有平台，好分享：构建分享平台的八个要素

3.1	寻找共享需求，精准定位共享领域	57
3.1.1	与丰满理想相悖的骨感现实	57
3.1.2	挖掘充裕的资源	59
3.1.3	寻找稀缺的需求	60
3.1.4	衡量可标准化的程度	60
3.2	分清三类用户，合理设置规则	62
3.2.1	合作者：资源提供与收益获取	62
3.2.2	搭便车者：资源享用与报酬支付	63
3.2.3	惩罚者：破坏规则，坚决阻断	64
3.3	搭起供需信息匹配平台	66

3.3.1	APP 分享平台	66
3.3.2	微信分享平台	67
3.3.3	网站分享平台	67
3.3.4	论坛分享平台	68
3.3.5	微博分享平台	68
3.3.6	百度分享平台	69
3.3.7	QQ 分享平台	69
3.3.8	阿里系分享平台	70
3.3.9	其他分享平台	70
3.4	融入个性化与情怀, 营造分享氛围	71
3.4.1	环保情怀	71
3.4.2	文艺情怀	72
3.4.3	社交情怀	73
3.5	以大数据完善网络信用评价系统	75
3.5.1	互联网时代下的大数据	75
3.5.2	难以满足需求的传统信用评价系统	76
3.5.3	大数据完善网络信用评价系统	77
3.6	构建双向评价系统, 让评价决定服务模式	79
3.6.1	构建双向评价系统	79
3.6.2	让评价决定服务模式	81
3.7	实时分享信息与精准匹配需求	83
3.7.1	稠密市场造成的市场拥塞	83
3.7.2	精准的需求匹配与推荐算法	84
3.7.3	及时进行个性化信息推送	86
3.8	用户习惯培养与优惠政策制定	87
3.8.1	用户补贴与优惠券发放	87
3.8.2	让用户产生分享的强动力	88
3.8.3	会员服务策略	90

Part 4

完善分享信用，让分享者吃下“定心丸”

4.1 及时公开信息，平台透明化才是王道.....	93
4.1.1 更彻底的实名制.....	94
4.1.2 公开的失信违约.....	94
4.1.3 平台透明化是王道.....	95
4.2 借力国家征信系统，绑定信用卡.....	96
4.3 引入社交信用，打通分享平台与社交平台.....	98
4.3.1 社交信用下的熟人借贷.....	98
4.3.2 内容丰富的社交平台.....	99
4.3.3 微博、微信好友关系分析，完善信用.....	100
4.4 借力保险行业，让参与者有保可依.....	103
4.5 实时安全监管与贴心服务.....	105
4.5.1 实时的安全监管.....	105
4.5.2 贴心的客户服务.....	106
4.6 搭建快捷沟通与反馈体系.....	108

Part 5

有参与才分享，打造参与感的五个法则

5.1 定制化产品法则.....	111
5.1.1 全新的工业 4.0 时代.....	111
5.1.2 定制化产品提高参与度.....	112
5.1.3 分享平台的定制化原则.....	113
5.2 社群粉丝互动法则.....	115

5.2.1	增强高价值的互动	115
5.2.2	策划高质量的活动	116
5.2.3	搭建统一的运营管理	116
5.2.4	打造领袖与去中心化	117
5.2.5	借力外部资源	117
5.3	真金白银回馈法则	119
5.3.1	以物质回馈用户	119
5.3.2	代金券刺激用户参与	119
5.3.3	真金白银发红包	120
5.4	以情动人之场景法则	122
5.4.1	场景时代已经到来	122
5.4.2	在场景中以情动人	123
5.5	激情参与之众筹法则	125
5.5.1	测试用户参与度	125
5.5.2	推动用户激情参与	126

Part 6 | 在社交中分享，社交营销六步走

6.1	诱发兴趣：有兴趣才更愿意分享	129
6.2	激活个体：粉丝才是最强的分享力量	131
6.3	巧设链接：病毒式分享策略	133
6.4	圈层构建：分享能利己利他	136
6.5	内容打造：优质内容让人情不自禁分享	138
6.6	创建社群：让分享成为集体意识	140

Part 7

思维先行，成就分享高手的十种思维

7.1	爆品思维.....	144
7.1.1	淘宝店主的营销利器.....	144
7.1.2	爆品思维下的分享经济.....	145
7.1.3	爆品思维五步走.....	146
7.2	用户思维.....	149
7.2.1	体验至上的用户思维.....	149
7.2.2	精准营销的用户思维.....	149
7.3	社交思维.....	152
7.3.1	传播思维的错误应用.....	152
7.3.2	社交思维的正确应用.....	153
7.4	口碑思维.....	155
7.4.1	口碑是一种生产力.....	155
7.4.2	口碑营销与病毒式营销.....	156
7.4.3	分享平台的口碑思维.....	157
7.5	痛点思维.....	159
7.6	品牌思维.....	162
7.7	跨界思维.....	165
7.7.1	被跨界“打劫”的悲剧.....	165
7.7.2	分享平台的跨界打劫.....	166
7.8	资源整合思维.....	168
7.8.1	分享经济本质在于整合.....	168
7.8.2	资源整合弥补平台短板.....	170
7.9	快速迭代思维.....	171

7.9.1 “迭代三问”	171
7.9.2 小处着手，细致入微	172
7.9.3 精益求精，快速迭代	173
7.10 免费思维	174
7.10.1 无处不在的免费思维	174
7.10.2 分享平台的免费思维	175

Part 8 分享运营，玩转分享经济的五条军规

8.1 有“颜”有“料”：发现质优价廉的分享资源	178
8.2 “简单粗暴”：简单的才是最好的	179
8.2.1 持续化繁为简	179
8.2.2 去中间环节，直联供需方	181
8.3 用户为王：一切为了用户	184
8.4 有的放矢：活动运营要目的明确	187
8.5 抱紧“大腿”：大平台上好推广	190

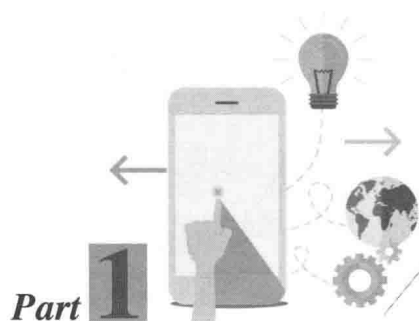
Part 9 传统行业拥抱分享经济的五项策略

9.1 模式转型，以租代售：SOHO 中国的共享办公	194
9.2 构建分享平台，提供贴心服务	198
9.2.1 积累粉丝、构建支付场景	198
9.2.2 回归商业，形成良性金融消费生态圈	200
9.3 社会化众包，众筹资金与智慧	201
9.3.1 服务众包，互惠互利	201

9.3.2	齐心协力，众筹共赢.....	203
9.4	投资入股或兼并分享经济型企业.....	206
9.4.1	了解分享经济领域同行业运营状况.....	207
9.4.2	投资入股 OR 兼并.....	207
9.4.3	收放自如，做好融合.....	208
9.5	融合“互联网+”，做好 O2O.....	209
9.5.1	顺应消费趋势.....	210
9.5.2	要有自己的节奏.....	211
9.5.3	增加用户体验.....	211
9.6	分享经济带来的十大新现象.....	212

Part 10 | 共享经济十大领域内的创新案例

10.1	蚂蚁短租：租房 + 社交，增加生活乐趣.....	218
10.2	神州租车与 PP 租车：传统与互联网的较量.....	222
10.3	“回家吃饭”：随时尝到妈妈的手艺.....	225
10.4	魔法衣橱：时尚搭配，衣服租赁全程服务.....	229
10.5	网易教育：线上与线下的教育共享.....	232
10.6	58 到家：服务和时间被重新分配.....	237
10.7	人人快递：服务众包的美好未来.....	241
10.8	京东金融生态圈：让金钱互惠互利.....	244
10.9	“春雨医生”：人人得到更好的医护.....	248
10.10	“知乎”：让专业知识互惠共享.....	251



分享经济， 千亿级风口来袭

预计到 2025 年，分享经济市场规模将达到 3350 亿美元。在这个千亿级风口下，分享经济究竟是什么？它又是如何发展起来，并凭借怎样的优势，为社会经济创造如此巨大的价值呢？只有在了解了这些问题之后，我们才能为企业注入分享新动能。

1.1 何为分享经济

1.1.1 分享经济的定义

2016 年 3 月 3 日，“分享经济”一词再次引发关注。在 2016 年“两会”期间，腾讯 CEO 马化腾大胆预言：“分享经济将成为促进经济增长的新动能。”他认为，伴随着科学技术的不断发展，在生产力和社会财富的快速提升中，经济过剩成为全球新问题，中国的经济过剩问题也尤为突出，而经济过剩所带来的经济剩余资源，也需要得到释放。分享经济则是解决该问题的出路。

这也是“分享经济”半年内的第三次正式“出境”。

- 1/
在 2015 年 9 月举办的夏季达沃斯论坛上，李克强总理表示“目前全球分享经济呈快速发展态势，通过分享、协作方式搞创业创新，门槛更低，成本更小，速度更快，这有利于拓展我国分享经济的新领域。”
- 2/
在 2015 年 11 月，伴随着中共十八届五中全会的落幕，在中共十八届五中全会公报中，也首次出现“分享经济”一词，提出要“发展分享经济”。
- 3/
2016 年 3 月 5 日发布的《2016 年政府工作报告》中，李克强总理就提到：“（“十三五”时期）以体制机制创新促进分享经济发展，建设共享平台，做大高新技术产业、现代服务业等新兴产业集群，打造动力强劲的新引擎……充分释放全社会创业创新潜能……支持分享经济发展，提高资源利用效率，让更多人参与进来、富裕起来。”

分享经济为何突然成为热点词汇，并频繁出现于政府工作报告中？

这是因为，分享经济迎合了供给侧结构性改革的战略需求，也迎合了中国
经济迭代的需要。分享经济是一个非常新鲜的词汇，所谓分享经济，就是资源
所有者将闲置资源分享出来，以有偿使用的形式，提供给有需要的人。而依托
于移动互联网和大数据技术，在快速的资源匹配中，社会上的闲置资源能够得
到重新整合，消费者的使用成本大大降低，原有的商业规则也由此被打破。

据统计，2014年，全球分享经济的市场规模快速增长至150亿美元，经预计，
到2025年，这一数字将达到3350亿美元，年均复合增长率达到36%！分享
经济之所以具有如此威力，正是因为，分享经济本身就是一种通过大规模盘活
经济剩余，从而激发经济效益的经济形态。

1.1.2 分享经济的4个构成要素

立足于互联网时代，我们如今所
提倡的分享经济，就是闲置资源的拥
有者，通过社会化平台将资源与他人
分享，从而在提高资源利用率的同时，
获得一定收入的经济模式。而究竟怎
样的经济形态才算作分享经济呢？虽
然国内外对此众说纷纭，但总体而言，
分享经济有四个必然的构成要素，如
图1-1所示。

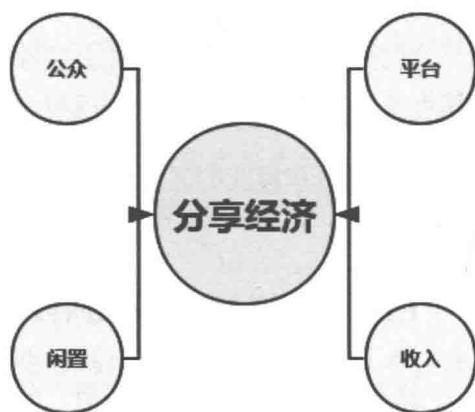


图 1-1 分享经济的四个要素