

分享经济 商业模式

重新定义商业的逻辑

于雷霆◎著

SHARING
ECONOMY



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

分享经济商业模式：

重新定义商业的逻辑

于雷霆 著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

分享经济商业模式：重新定义商业的逻辑 / 于雷霆
著. — 北京：人民邮电出版社，2016.5
ISBN 978-7-115-42459-4

I. ①分… II. ①于… III. ①商业模式—研究 IV.
①F71

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第096903号

内 容 提 要

随着移动互联网的发展，以及社会对互联网开放性、分享思维方式的认同，一种新的经济模式——分享经济逐渐走入人们的视野，并逐渐开创出一个分享经济时代。

为何 Uber 没有一辆车，我们也能在街上顺利搭乘 Uber 专车？为何 Airbnb 没有一间房，我们也能在外地租到当地民宿？这要归功于分享经济的蓬勃发展。那么，什么是分享经济？《分享经济商业模式：重新定义商业的逻辑》一书从分享经济的发展、渗透和影响入手，结合分享经济的具体操作方式以及国内外发展现状，通过大量真实、典型的案例对分享经济进行了详细阐述，旨在帮助读者认真审视和践行分享经济模式。

本书适合各类企业管理者及互联网从业者阅读，也可作为高等院校相关专业师生的参考用书。

◆ 著 于雷霆

责任编辑 张国才

执行编辑 徐晓菲

责任印制 焦志炜

◆ 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：880×1230 1/32

印张：8

2016 年 5 月第 1 版

字数：130 千字

2016 年 5 月河北第 1 次印刷

定 价：45.00 元

读者服务热线：(010) 81055656 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

前言

当下，分享经济的热潮已经席卷全球。作为最著名的两家龙头企业，Airbnb 的业务已经覆盖了 190 多个国家和地区；Uber 也进入了 60 多个国家和地区。而且，它们从不掩饰自己继续扩张的野心。

分享经济已经渗透到了衣、食、住、行等各个领域，深刻地改变着人们的生活方式。从健康、物流、食品、出行、娱乐到金融，都出现了分享经济的趋势。从 2014 年至 2015 年，在短短的两年时间里，流入分享经济领域的风险投资迅速增长至原先的 5 倍还多。

2016 年 2 月底，阿里巴巴创始人马云提出要做阿里巴巴社区。换句话说，阿里巴巴要做社区型的分享经济。2016 年 3 月 26 日，阿里巴巴旗下以二手交易为切入点的产品“闲鱼”对外公布数据：闲鱼 App 用户数超过 1 亿；平台上有 12 万个“鱼塘”在运作；交易出去 1.7 亿多件物品……数据背后是阿里巴巴做分享经济所获得的成功。

滴滴出行无疑是我国出行分享领域内的一颗闪亮之星。目前，滴滴出行已经覆盖全国 340 个城市，日高峰订单数达到 223

万。另外，以 Uber、神州专车、PP 租车等为代表的出行分享平台仍在不断地推广和发展中。

阿里巴巴、腾讯、京东、宝马……这些成功的企业在分享经济时代取得了新的发展，同时也引来了一大批分享经济的追随者。例如，房屋短租领域的途家网、小猪短租等企业的发展前景也十分广阔。

分享经济正在以革命性的力量颠覆着传统的“独占经济”。显然，分享经济对传统经济的修复和进一步发展超出了人们的预期。当下，分享经济呈现出百花齐放的发展态势，这也充分说明分享经济仍处于成长阶段，未来还有很大的发展空间。

企业应该发挥自身优势，结合市场需求和移动互联网技术做分享经济。分享经济的本质是将闲置的资源、技能、人才甚至是时间分享给有需要的人。这对社会发展来说是一种进步，因为它可以最大化地利用闲置资源，提倡“租”而非“买”，提倡“使用”而非“占有”，提倡“流动”而非“闲置”。

《分享经济商业模式：重新定义商业的逻辑》从分享经济的发展、渗透和影响入手，结合分享经济的具体操作方式以及国内外发展现状，通过大量真实、典型的案例对分享经济进行了详细阐述，旨在帮助读者认真审视和践行分享经济模式。对于想要借助分享经济成功转型的传统企业，以及想要借助分享经济实现飞跃的新兴企业来说，本书都是一本具有重要参考价值的读本。

由于作者水平有限，书中难免存在不足之处，还请广大读者提出宝贵的意见。

1

第 1 章

分享经济，下一个亿万市场

1.1 什么是分享经济 /2

1.1.1 分享经济的发展 /2

1.1.2 形成分享经济的必备条件 /3

1.1.3 分享经济的表现形式 /5

1.2 分享经济的优势 /6

1.2.1 整合线下资源 /6

1.2.2 降低成本 /7

1.2.3 提供非标准化的产品 /8

1.2.4 建立个人品牌 /8

1.3 分享经济的本质 /9

1.3.1 共同拥有而不占有 /10

1.3.2 互助和互利 /10

1.3.3 只有商业合作伙伴，没有雇佣关系 /11

1.4 分享经济的核心机制 /12

1.4.1 动态定价机制 /12

1.4.2 自由时间 /14

1.4.3 双向约束 /16

1.5 传统商业模式正逐渐被分享经济下的商业模式所替代 /17

1.6 再不分享，市场将没你的份 /19

2 <

第2章

没有平台拿什么
分享：搭建分享
平台的六大要素

2.1 找到资源过剩的领域 /24

2.1.1 从生活中找过剩资源 /24

2.1.2 根据精神分享需求找过剩资源 /25

2.2 建立撮合供需双方的介质 /26

2.2.1 网站分享平台 /27

2.2.2 App 分享平台 /28

2.2.3 微信分享平台 /29

2.2.4 微博分享平台 /30

2.2.5 空间分享平台 /31

2.3 利用大数据按需分配 /32

2.4 设计并呈现出最美的页面 /35

2.4.1 有情怀的分享平台最受欢迎 /35

2.4.2 集实用与时尚清新于一身 /37

2.5 实时发布分享信息 /38

2.5.1 第一时间发布新消息 /38

2.5.2 实时为用户提供信息服务 /40

2.6 让分享者获得回报 /42

2.6.1 经济回报是根本 /42

2.6.2 给分享者精神上的回报 /44

3

第3章

殊途同归:

不同领域分享经济
的八大黄金
法则

3.1 分享出行，在便利中赚钱是核心 /46

3.1.1 分享出行，走社交运营路线 /46

3.1.2 分享更多内容才能让出行更精彩 /47

3.2 分享酒店，个性化服务是重点 /49

3.2.1 做最安全、最个性化的“拼房” /49

3.2.2 做好本分事，做到个性化 /51

3.3 私厨分享，挖掘“吃货”的深层需求 /52

3.3.1 连通私厨与用户的需求 /53

3.3.2 专注民间手工的美食特色分享 /55

3.4 分享金融，互惠互利才利于发展 /56

3.5 分享教育，共同学习和进步 /58

3.5.1 一对一分享教育资源 /59

3.5.2 了解用户痛点，才能更好共享教育 /61

3.6 分享医疗，提供“私人”时间 /63

3.6.1 提供按需医生服务 /64

3.6.2 聚拢医药资源，为用户提供便捷医药服务 /65

3.7 分享购物，多元化是潮流 /66

3.7.1 聚集品牌，以低价征服用户 /66

3.7.2 购物的同时分享潮流趋势 /68

3.7.3 分享手工原创商品 /70

3.8 分享服务，做到家门口的分享 /71

3.8.1 用众包做共享服务 /72

3.8.2 用分享平台为你办跑腿的事 /74

4

第4章

互助才能互利：
分享经济的七种
赢利模式

4.1 定位模式：精准定位，找到方向是基础 /78

4.1.1 摸清市场，找对路子 /78

4.1.2 抓住“互联网+”机遇 /79

4.2 极致模式：快是分享时代的必然要求 /81

4.2.1 让客户在最短的时间内获得服务 /81

4.2.2 推出新服务，跟上迭代的步伐 /83

4.3 合作模式：寻求合作伙伴，互助更有利可图 /85

4.3.1 寻求入股合作对象，共建分享繁荣圈 /85

4.3.2 合作不单一，才能分享更多 /88

4.4 O2O 模式：在分享的温床上孵出更多“金蛋” /90

4.4.1 充分利用闲置资源做 O2O 展示场景 /90

4.4.2 为个人提供闲置技能和时间的线上展示服务 /92

4.5 众筹模式：帮你存钱，更帮你赢利 /93

4.6 增值模式：开辟分享平台增值通道 /96

4.7 粉丝模式：积累粉丝成为最大财富 /99

4.7.1 给粉丝福利，增粉最重要 /100

4.7.2 充分利用微博、微信等社交媒体吸引
粉丝 /101

5

第5章

超出预期再任性：
打造任性分享的
六种体验

5.1 页面体验：分享平台页面要凸显真我风采 /104

5.1.1 浪漫而有故事的体验 /104

5.1.2 页面突出细节体验 /107

5.2 差异化体验：寻求差异化体验，博得用户
关注 /109

5.2.1 私人定制，给用户与众不同的体验 /110

5.2.2 做到用户心坎上的差异化体验 /112

5.3 颠覆体验：分享资源要新颖 /113

5.3.1 颠覆过去的资源分享方式，提供精准
资源 /113

5.3.2 找到突破口 /116

5.4 预期体验：超出用户预想，分享才能漂亮 /118

5.4.1 多领域分享，让用户尖叫 /118

5.4.2 把事情简化，给用户轻松体验 /119

5.5 服务体验：实际服务更要在体验上打满分 /121

5.5.1 给用户带去愉快的分享生活 /122

5.5.2 给用户想象不到的便利生活 /123

5.6 生活体验：将生活理念融入分享经济 /125

5.6.1 分享的不只是产品实物，还有生活 /126

5.6.2 懂你更懂生活 /128

6

第6章

分享即连接，充满连接的社会没办法不分享

6.1 以人为本：分享经济的主题是人 /132

6.2 用户关系：不只是物的分享 /135

6.2.1 用户情感也可以分享 /136

6.2.2 不只提供服务，还要培养长久依赖关系 /137

6.3 社群是根基：要基于社群做分享 /140

6.3.1 去除中间环节，用社群做一对一互通 /141

6.3.2 吸引更多用户，壮大社群力量 /143

6.4 社交关系：分享经济背后的金矿 /144

6.4.1 用社交做分享，用分享打造社交 /145

6.4.2 用社交内核做共享 /147

6.5 兴趣分享：建立在兴趣之上的分享圈 /149

6.5.1 基于爱好兴趣做品牌 /150

6.5.2 做兴趣分类的分享模式 /152

6.6 自媒体：分享经济时代，人人都是自媒体 /154

6.6.1 提供高质量内容的自媒体 /154

6.6.2 做有个性的自媒体平台 /155

6.7 无缝社群：分享经济不分你我他 /157

7

第7章

运营分享平台的 七大原则

7.1 用户运营：全心全意为用户考虑 /162

7.1.1 分享经济关乎用户生活 /162

7.1.2 跟随用户脚步，让用户选择你 /163

7.2 跨界运营：没有雇佣关系，只有商业伙伴 /165

7.2.1 放下小我，跨界成就大我 /165

7.2.2 跨界分享可以让企业由不完美变得完美 /166

7.3 免费运营：免费午餐也能赚钱 /168

7.3.1 将免费当作创造价值的商业模式 /168

7.3.2 借助免费分享打开赚钱之门 /169

7.4 创新运营：有想法的分享平台运营起来才会 顺 /170

7.4.1 加入创新元素，催生多元化分享经济 模式 /170

7.4.2 主动寻求创新变革 /172

7.5 简洁运营：复杂你就输了 /173

7.5.1 为用户减少复杂程序，由系统自动完成 /173

7.5.2 像发朋友圈一样简单 /175

7.6 平台运营：对号入座，才能百战百胜 /176

7.6.1 以用户为主选平台 /177

7.6.2 平台要随着潮流“变动” /179

7.7 品牌运营：树立品牌是关键 /180

7.7.1 将分享植入品牌营销 /180

7.7.2 提供全新的价值，品牌才更有吸引力 /181

7.7.3 开办网上集市，扩大影响力 /182

8

第8章

完善信用体系，
给分享撑上六把
“保护伞”

8.1 第一把“保护伞”：嵌入分享者的个人网页 /184

8.1.1 需要严格审核分享者信息 /184

8.1.2 加入分享者个人账号和作品 /186

8.1.3 嵌入用户评论 /189

8.2 第二把“保护伞”：公开分享信息，给信用
加分 /190

8.3 第三把“保护伞”：做好安全支付“保密
工作” /193

8.3.1 加入支付宝、微信支付等安全支付平台 /194

8.3.2 发现问题并及时处理 /197

8.4 第四把“保护伞”：做好安全监管，没有
屏障 /198

8.5 第五把“保护伞”：客服态度专业让用户放心 /201

8.6 第六把“保护伞”：提倡构建人与人之间的社交关系 /205

8.6.1 交易要用真实身份 /205

8.6.2 信用必须建立在改善人与人的关系之上 /206

9

第9章

分享经济的八个
成功案例

9.1 美丽租：服装也可以“租”，美丽分享成热点 /210

9.1.1 美丽租的产生背景 /210

9.1.2 运营模式独特、人性化 /211

9.1.3 信任售后体系更放心 /213

9.2 空格：海量个性化服务让分享应有尽有 /214

9.2.1 海量服务应有尽有 /215

9.2.2 让每个人都能做空格服务者 /217

9.3 帮帮：帮人帮己的高效分享平台 /218

9.3.1 帮帮不仅服务范围广，帮助更靠谱 /219

9.3.2 快速实现帮助 /221

9.4 小猪短租：做中国式分享短租 /222

9.4.1 供给背后，更注重人的价值 /223

9.4.2 成立专门服务个人房东的线下运营团队 /225

9.5 约单：颠覆生活和工作的新型分享经济 /226

9.5.1 以时间交易平台颠覆分享经济模式 /226

9.5.2 约单带给你生活正能量 /228

9.6 途家网：分享经济的成功参照 /230

9.6.1 为了分享快乐而存在的公寓分享平台 /231

9.6.2 进一步完善途家网的生态系统 /232

9.7 丸子地球：为旅行者提供最舒心的旅行体验 /233

9.7.1 专注+轻旅游，是丸子地球坚持的发展主线 /234

9.7.2 保障措施做到位 /237

9.8 Uber：不拥有一辆车的打车应用 /238

9.8.1 给用户更多期待的打车神器 /238

9.8.2 Uber 的服务没有最精准，只有更精准 /240

第 1 章

分享经济，下一个亿万市场

自从 Uber 和 Airbnb 打开了共享出行和住宿两大市场之后，分享经济迅速渗透到更多领域，并且正在细分整个市场，包括旅游业、餐饮业、服装业、物流业、金融业等。任何一种新兴的商业模式出现，一开始都会面临挑战，但是度过发展瓶颈期后就会疯狂地成长。在全世界都在做分享的时候，如果你还在观望，很可能市场就没你的份！所以，站在分享经济的风口，面对向你敞开的亿万市场，你必须主动去拥抱它！

1.1 什么是分享经济

什么是分享经济？分享经济又称共享经济，它是指将商品、服务、资源、人才、技能等闲置资源的使用权让渡给他人，让渡者获取回报，被让渡者利用他人分享的闲置资源创造价值。分享经济的商业模式包括租赁、易物、借贷、赠送、交换等。简单来说，分享经济就是充分利用闲置资源，将它提供给有需要的人。

1.1.1 分享经济的发展

提起分享经济，人们首先想到的就是 Uber。Uber 自 2009 年成立之后，就以颠覆者的角色掀起了一场移动互联网革命。Uber 打破了传统的出租车和租车模式，通过移动应用将出租车辆的供给端迅速扩大，并且提升服务标准，让那些有闲置汽车的人可以通过这个平台分享自己的汽车及汽车的驾驶权。

与 Uber 类似的还有 Airbnb，Airbnb 旨在帮助用户通过互联网预订有空余房间的民宿，让有需要的用户可以花最少的钱住在比酒店拥有更多个性化体验的民宿中。同时，那些将自己的闲置房间拿出来分享的房主，也能通过这个平台获得一定的收入。

谈到分享经济的发展历程，我们可以追溯到 18 世纪末。分享经济原本是指公司职工买下本公司的股份，拥有该公司的部分产权，共同成为企业的所有者，参与企业的经营和管理。

这种雇员股份制可以追溯到 18 世纪末的美国，当时的经济