

孟晓苏、冯 仑、牛根生、吴晓波
黄晓明、李国庆、江南春、毛大庆

联袂推荐



★ 互联网共产主义 ★

分享经济

李光斗◎著

互联网自由时代，垄断正在消亡，分享才是王道。
分享经济是新商业浪潮的下一个风口。



SHARING ECONOMY
INTERNET COMMUNISM



机械工业出版社
China Machine Press

★ 互联网共产主义 ★

分享经济

李光斗◎著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目(CIP)数据

分享经济 / 李光斗著. —北京: 机械工业出版社, 2015.11

ISBN 978-7-111-52149-5

I. 分… II. 李… III. 互连网络-应用-企业经营管理-研究 IV. F270.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第266507号

分享经济

出版发行: 机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 冯小妹

责任校对: 殷虹

印刷: 北京天宇万达印刷有限公司

版次: 2016年1月第1版第1次印刷

开本: 147mm×210mm 1/32

印张: 11.125

书号: ISBN 978-7-111-52149-5

定价: 59.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 68995261 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版 本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光/邹晓东



互联网共产主义时代已然来临。

垄断正在消亡，分享才是王道。

分享经济是新商业浪潮的下一个风口。

——李光斗



分享经济：互联网 + 时代的新风口

这是一个互相联结的世界：从地球村到互联网，免费、社交和分享成为新的商业形态；传统经济时代的独享和独占越来越没有市场，行业的跨界与融合宣告无边界的到来；权威的消解、小人物的逆袭、多元化的崛起，让分享成为这个时代的主题。

互联网+融合下的分享经济学

如果有富余，人们倾向于分享；两个苹果互换，每个人只有一个苹果；但是两种思维、两种信息的交流，却可以带来价值的成倍增加。

传统经济时代，独享是社会的常态。技艺和才学需要寻找接班人，这样才会一代代传承下去；家庭的财富，大多留给了自己的孩子，很少会奉献给他人；一个行业的信息，也很难与其他行业互通，因为信息不对称才是

传统经济时代的生存法则。

如今，在互联网+时代，各行各业开始融合，信息的分享和共通成为新时代的财富商机，分享得越多，越能带来大量的财富，这也是免费商业精髓，是互联网的终极秘诀。分享经济学成为当下的一门显学，人人都在分享，在分享中共赢，在分享中实现新的飞跃。

大数据时代的实时分享

分享，是对信息的突破；大数据时代的到来，让分享有了技术支撑。Uber、滴滴快的、易到用车等打车软件的迅速崛起，正是在大数据的引导下迸发出的商业奇景。实时位置分享，让消费者能够第一时间准确地知道分享的价值和意义所在。

互联网+并不是空中楼阁，而是依托大数据、云计算、物联网等技术和各行业发展的趋势所演变而来的，正是在多方位的交融之下，分享经济才成为新时代的财富商机和社会发展的特征。

正是实时分享的推动，让打车软件能够迅速碾压传统出租车市场，让社交平台可以将用户无缝连接，让线上线下、传统和互联网的界限模糊并逐渐消失。实时分享是一门关于大数据对实时信息的把控艺术，是互联网+时代的特定产物，来势凶猛并加剧裂变。

分享经济对工作和生活的全面渗透

床可以分享吗？沙发可以分享吗？办公室可以分享吗？创意可以分享吗？员工可以分享吗？这些在传统经济时代看来并不可能的事情，却在当下不断地上演着商业传奇。

Airbnb 作为一个旅行房屋租赁社区，可以为人们提供度假期间食宿的住所，估值高达 240 亿美元。WeWork 颠覆了传统办公租赁的模式，让办公室也可以实现分享，估值高达 100 亿美元，让我们看到了分享经济的力量。猪八戒网成立已有多年，但是一直难以实现突破，直到后来加入分享的模式之后，估值迅速达到 100 亿元人民币。

“去夏威夷度假，当地酒店的西餐吃不惯，在那里洗一件衬衫相当于买一件衬衫的价格，而同行的美国朋友选择住当地的公寓，他们平均每个人一天的房费只有 10 美元。”这是一位中国游客在夏威夷度假时的真实体验。

外出旅游住在别人家里，听起来有点匪夷所思，但这种假日房屋短租模式却在国外方兴未艾。这类商业模式的践行者，最有名的当属美国在线短租网站 HomeAway 和 Airbnb，把房子放到网上去，与用户对接产生交易，通过收取广告费或者交易佣金的方式赢利。

HomeAway 是向提供房源的房东或地产经理人收取一定的费用，Airbnb 则是向房东及房客分别收取不同比例的佣金。无论哪种模式，HomeAway 和 Airbnb 只是搭建一个在线信息发布和交易平台，就像国内的淘宝网一样只提供一个平台。简单地说，HomeAway 和 Airbnb 就是利用互联网这个工具将房东闲置度假屋的信息摆到线上，以供需要出行旅游的人选择住宿，起到类似资源整合的中介作用。

在美国在线短租 HomeAway 和 Airbnb 爆发成长的同时，国内的创业者们迅速地将其在中国市场进行了复制：爱日租、蚂蚁短租、途家网、小猪短租、爱租客等。其中途家网最为资本和业内看好，堪称 HomeAway 和 Airbnb 的中国翻版。

途家把线下的除传统酒店以外的所有住宿业态，比如客栈、公寓、度假村、民宿、别墅等放到网上，为客户提供短租服务，以及部分房地产物业管家服务及托管。与同行 HomeAway、Airbnb 相比，因为国内“信任体系”的不成熟，途家的商业模式增加了很多中国特色：一方面，向业主承诺照看好房子并帮助他们打理，所得收入分成；另一方面，它作为房屋提供者，直接与租房者交易。

酒店的最大问题是房源，需要先把房子承包下来再对外经营，而承包是需要费用的，还有若干年的养护维修支出，一旦住的人少就会亏损。途家颠覆了这一传统业态模式，与传统酒店的经营方式和逻辑不一样，改变了拿房子的模式，用的是分成模式。有人住就和业主分成，没人住就不用付钱给业主。

在这种颠覆以往住宿业的房源获取和使用的模式下，很多业主尤其是空置的旅游地产项目业主都愿意把房子交给途家管理。目前美国和欧洲约有 37% 的人出行时住在度假租赁房而不是酒店，然而中国 10% 都不到，另外当前中国旅游市场正在爆发式增长，旅游消费规模大，有大量的出行者需要度假酒店，所以途家网的模式“钱景”可观。

如果你现在还站在马路边招手拦出租车，不是 out 不 out 的问题，而是你根本就打不到车，因为“滴滴打车”和“快的打车”出现了。

自从有了“滴滴打车”和“快的打车”软件，出租车司机都忙不停地接单，在繁华路段你看到一辆辆疾驰而过的出租车都是早有预订忙着去拉客的，所以如果你还不会用打车软件就很难打到车。

打车软件的出现同时导致了电台广播的收听率急剧下降，因为作为广播重要受众的司机师傅几乎都在听订单播报。原来广播的竞争对手不

是电视也不是手机，而是打车软件。所以流行一种死法，叫没看到对手，然后就死了——这就是跨界打劫。

滴滴打车的诞生改变了传统打车市场格局，培养了移动互联网时代用户现代化的出行方式。除此之外，滴滴打车还推出了定位于中高端的新业务品牌——滴滴专车，与易到用车业务模式类似。滴滴专车致力于为高端商务出行人群提供优质服务：即时响应、专业服务、高端车型、专业配驾。

滴滴专车和易到用车通过对运营车辆的有效调度，把闲置资源调动起来，将传统的拼车模式合法化，通过创新交通出行服务模式，整合市场资源，让社会资源得到了最大的利用。

微信作为时下中国最大的社交软件，已经实现了对工作和生活的全面渗透。人们需要通过微信进行交流、文件传输等，而朋友圈的分享更是让微信具有极大的用户黏性。微信运动和微信读书的出现，更是标志着微信闭环的进一步完善，以及对分享经济更高层次的商业开发，连读书和运动这些原本只是个人的事情也变成了分享经济的一部分。

分享，已经成为当下社会的新常态，也在模糊工作和生活的界限。无处不在的分享，意味着无处不在的商机，分享经济已成为未来新财富的风口。

•• 目录 ••

序言 分享经济：互联网 + 时代的新风口

第1章 从互联网+到互联网融合 ||1

互联网+行业 || 2

从O2O到O+O || 9

互联网融合的世界 || 14

未来5年互联网行业将会消失 || 21

苹果的黄昏还是阿里的黄昏 || 27

第2章 互联网+引发商业模式变革 ||33

从创造收入到创造顾客 || 34

Free：第三方付费 || 41

先有粉丝，后有经济 || 47

价格战弱爆了，负价格时代来临 || 54

入口、平台、关系、生态 || 60

第3章 从独享经济到分享经济 ||67

传统行业的独享经济 || 68

分享经济时代的到来 || 74

分享经济时代对行业的变革 || 82

00后新世代 || 89

移动端的春天，PC端的冬天 || 93

第4章 小众品牌和社群营销 ||99

生产者、消费者、销售者三体合一 || 100

微商时代 || 105

小众品牌 || 112

社群营销 || 118

从“酷时代”到“萌时代” || 126

第5章 众销时代来临 ||131

中介的来源及发展 || 132

互联网+时代的新销售模式：众销 || 139

众销干掉中介 || 144

反馈经济学 || 151

新《广告法》时代如何玩广告：洗心还是纵欲 || 156

第6章 产品经理与爆款产品 ||161

互联网+时代，什么最值钱 || 162

“爆”或者“被爆” || 166

痛点与痒点 || 174

模仿和创新正在消亡，革新才是未来 || 182

未来产品模式：C2B定制生产 || 189

第7章 互联网+引发企业组织的变革 ||197

从金字塔层级组织到扁平化蜂窝网状组织 || 198

集体思考：如何打造智慧型组织 || 205

自组织、自管理、自媒体 || 211

马云只有淘宝思维，没有互联网思维 || 217

机器人来袭，中国会出现失业潮吗 || 220

谷歌重组，互联网版图生变 || 225

第8章 传统企业如何移动互联网化 ||231

六流创富 || 232

BAT是怎么成功的 || 240

王健林如何赢 || 248

为企业注入互联网+基因 || 256

移动互联网时代：标题党、危言耸听和文艺范 || 262

第9章 新时代营销利器：全网营销 ||267

从打广告到经营自媒体 || 268

生产“大数据” || 272

制造黄金节点 || 281

话题营销：移动互联网时代企业营销新宝典 || 286

人人都是营销工具 || 290

附录 如何用互联网+改造传统行业 ||297

案例一 如何用互联网+改造传统农业：连接消费者和农业 || 298

案例二 如何用互联网+改造传统快消行业 || 302

案例三 如何用互联网+改造传统金融 || 308

案例四 如何用互联网+改造传统餐饮 || 313

案例五 如何用互联网+改造传统制造业 || 319

案例六 如何用互联网思维改造书店 || 323

案例七 如何用互联网思维造火箭 || 326

案例八 如何用移动互联网改造一家电影院 || 331

案例九 慕课经济学：如何用互联网+改造教育行业 || 335

第1章

从互联网 + 到互联网融合

SHARING
ECONOMY

■ 互联网 + 行业



制定“互联网+”已经成为中国的国家计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场。一时间，“互联网+”一词就引发了各界广泛的关注和议论。那么，“互联网+”指的是什么呢？

“互联网+”加的不仅仅是技术，简单地讲就是“互联网+各个传统行业”，这二者深入地融合，从而迸发出更多、更好的新兴产业和新兴业态，也促进了社会各行各业的创新与相互融合。众所周知，第一次工业革命是蒸汽机的出现，第二次工业革命是电文明的产生，那么第三次工业革命就是互联网时代的到来。每一次工业革命都给人类的生产力和创造力带来巨大提升，但互联网的出现不仅仅提高了生产力，它将带给传统企业的是决策方式、业务模式、经营思路等方面的巨大转变。那么，当互联网遇到不同的企业时会发生什么呢？

当互联网遇到制造业



2015年，中国一些制造业大省接连传来大批代工工厂倒闭的消息，与此同时国人还上演了在日本抢购马桶盖的现象，种种消息表明，中国制造业正面临空前压力。

中国的制造业一直是劳动密集型，自1981年开始强制执行的计划生育政策导致了如今适龄人口短缺，劳动力人口紧缺对制造业来说打击很大。此外，中国制造业多年来忽略了品牌的建设，更多地看重产品的量和规模，生产中习惯地模仿他人而不能做到很好的创新，这都使得中国制造业这条大船在互联网大潮的冲击下充满了风险。

对于中国制造业来说，互联网时代对传统行业是一个挑战时代，是制造业发展的关键时期。如果不加快互联网进程，无疑会将整个产业生态进程拖慢，但是如果中国制造业能够乘势而上，在互联网冲击下的全球制造业都将迎来一个“轻时代”。



就汽车行业来说，全球首款 3D 打印汽车早已走上街头，它的制作周期只需要 44 小时，全身只用了 40 个零件，一次充电 3.5 小时可以行使 100 千米，最高时速 80 千米/小时。这一技术的出现将会大大减少时间成本、制造成本和人力成本。3D 打印还打出了什么呢？工厂模型、服装、食品、电吉他、家具、无人驾驶的飞机、足球鞋、手枪、假肢、人像等。

除此之外，随着社会生产力的发展，越来越多的先进生产技术和新的生产要素被应用到生产和生活当中。自动化、高效能的生产模式将机器人带进了生产领域，机器人作为生产当中的主力，智能机器人技术的快速发展和价格的下跌，将扩大工厂使用机器人代替工人的规模。制造业智能化意味着移动互联网、云计算、物联网、大数据等新型信息技术与制造业的每一环节相互打通，这也预示着以智能制造为主导的工业 4.0 时代的到来，这将是人类的第四次工业革命。

然而，对于汽车的使用者来说，如今不仅仅要有驾驶的乐趣，而且还要把驾驶和互联网的乐趣融合在一起。预计到 2020 年，大约 9 200 万辆汽车都将能够接入互联网的硬件设备，这将占全球汽车总量的 75%。未来的互联网汽车不仅可以显示实时路况、街景，还可以为车主提供驾驶行为分析、对汽车故障检测进行智能解读以及救援服务。汽车和手机一样将成为人类的新智能终端，开车在路上，堵车的时候，甚至可以加另一个车主为好友。

当互联网遇到服务业

目前我国互联网用户有 6.49 亿，其中手机网民规模达到 5.57 亿，渗透率已达 85.8%，早已超出全球平均水平。随着移动互联网的普及