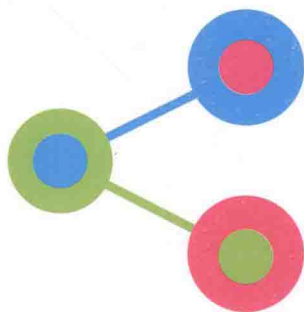


解密9大行业共享经济新思维
解析25个企业共享实践全过程

共享经济

缘起+动力+未来

郭泽德◎著



HOW CAN WE
BENEFIT FROM
SHARING ECONOMY

解析

Uber、滴滴出行、Airbnb、SOHO3Q、在行、
春雨医生、人人快递、众筹、家政无忧、威客

创业成功的具体细节

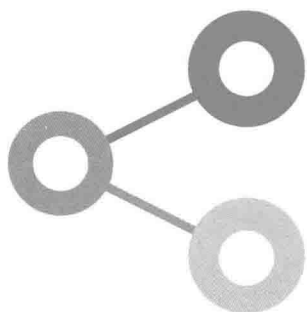


北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

共享经济

缘起+动力+未来

郭泽德◎著



HOW CAN WE
BENEFIT FROM
SHARING ECONOMY

图书在版编目(CIP)数据

共享经济：缘起+动力+未来 / 郭泽德著. — 北京：
北京联合出版公司，2016.6(2016.9重印)

ISBN 978-7-5502-7914-8

I. ①共… II. ①郭… III. ①商业模式-研究
IV. ①F71

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第129356号

共享经济：缘起+动力+未来



项目策划 斯坦威图书 STW

作者 郭泽德

责任编辑 张萌

策划编辑 康瑞锋 马晓娜

封面设计 异一设计

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街83号楼9层 100088)

北京中印联印务有限公司印刷 新华书店经销
200千字 710毫米×1000毫米 1/16 16.25印张

2016年6月第1版 2016年9月第2次印刷

ISBN 978-7-5502-7914-8

定价：46.00元

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有，侵权必究

本书若有质量问题，请与本公司图书销售中心联系调换

纠错热线：010-82561773

SHARING ECONOMY

前 言

共享经济：“互联网+”时代的商业新秩序

继 2015 年全国两会提出《关于以“互联网+”为驱动，推进我国经济社会创新发展的建议》，使得“互联网+”生态战略上升至国家战略层面高度以后，全国人大代表、腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾在 2016 年的全国两会上则重点力挺共享经济。

马化腾在关于共享经济的建议中着重提到了以下三点：共享经济将改变人们的消费观念，使得“闲置就是浪费、使用但不购买”的观念融入人们的日常生活，提高人们生活体验的同时，减少资源浪费；共享经济在中国具有广阔的发展前景，2014 年美国共享经济总量在 GDP（国内生产总值）总量中的占比为 3%，而中国 2015 年的这一比例为 1.59%；共享经济是转换发展的“动力引擎”，随着共享经济的发展，服务业在整个经济中的占比将会进一步提升。

20 世纪 90 年代，随着互联网商业化的发展，共享经济开始萌芽，在线雇佣平台 Elance、在线影片租赁平台 Netflix 等均属于共享经济的原型；进入 21 世纪，网上汽车租赁公司 Zipcar 以及 P2P（对等网络）网贷平台 Zopa 等也相继出现，但这一时期整个共享业务的规模仍然较小，而且发展速度缓慢；2008 年，全球金融危机爆发后，共享经济迎来了高速成长的时期，Uber（优步）、Airbnb（空中食宿）、WeWork 等一批共享经济领域的领

军企业在短短几年内发展壮大，跻身全球初创企业估值排行榜前列。

而中国共享经济的发展则稍晚几年。2011 年，短租和 P2P（互联网金融的一种，意思是点对点）两个行业率先发展，途家、陆金所等共享经济企业逐渐起步；2012 年，国内现象级企业的代表滴滴成立；2013 年至 2015 年，中国共享经济的发展进入黄金期，消费者对于共享经济理念已经逐步接受，资本市场对其也极为青睐，因此，与共享经济相关的各个行业，比如：出行、短租、办公、教育、医疗物流、金融等都迅速发展起来，一大批独角兽企业应运而生。

无论在美国还是中国，共享经济之所以能快速发展，是因为其对供给侧和需求侧均有强大的促进作用。从供给侧来看，一方面共享经济能够扩大供给总量，通过将闲置的资源投入社会消费，共享经济模式大大提升了资源利用率；另一方面共享经济能够促进收入的增长，共享经济除作为一种独立的经济形态外，其也可以作为传统经济的补充，提高共享经济参与者的收益。而从需求侧来看，一方面共享经济可以提升消费者的消费能力，由于共享经济模式大大降低了交易的成本，因此消费者的消费能力也相应得以提升；另一方面共享经济有利于培育新的消费增长点，在共享经济模式下，消费者可供选择的范围大为增加，因此总的消费需求也被扩大。

根据相关的统计数据，2013 年，英国共享经济占 GDP 的比例为 1.3%；2014 年，美国共享经济占 GDP 的比例为 3%；而 2015 年中国共享经济的规模也已经达到 1644 亿美元左右，在 GDP 中的占比为 1.59%。与英美等发达国家相比，中国的共享经济对经济整体的拉动作用还有望进一步提升。

由于共享经济采用的是轻资产模式，因此其相比其他经济模式发展速度更快。在全球创业企业的估值排行中，共享经济企业在前二十名中所占的比例超过 30%，而共享经济的代表 Uber 的最新估值更是超过了通用汽车、雅虎、时代华纳、Netflix 等知名企业的市值。在中国的共享经济市场中，独角兽企业以及准独角兽企业的数目已经达到几十家，这些企业覆盖了出行、短租、办公、教育、金融等领域，其中出行和金融领域的占比约为 1/3。

从中国经济的整体形势来看，2010 以后我国 GDP 的增速明显放缓，传统拉动经济增长的“三驾马车”的角色逐渐淡化，迫切需要新的经济增长引擎的出现；而从共享经济的发展周期来看，中国的共享经济目前仍处于高速增长阶段，而且由于共享经济模式的特殊性，其未来的发展空间十分广阔。因此，在经济新常态下，共享经济将有望建立“互联网+”时代的商业新秩序！

为了帮助相关的从业者对共享经济在各个领域的应用有更加清晰的了解，更好地把握共享经济背景下的创业机遇，本书罗列了共享经济涉及各个领域的典型代表，并对其成功经验进行了剖析。不过，需要说明的是，书中内容为作者本人根据相关资料进行的个人阐述和分析，虽尽可能客观，但难免有不够严谨之处，读者在做出相关投资或创业决定时不可将其视为唯一准绳，应综合权衡以免风险。

SHARING ECONOMY

目 录

前言/ I

第 1 章 共享交通：“互联网+”时代，共享经济颠覆传统交通

第一节 Uber：重构城市交通的梦想家 / 003

1. Uber：共享经济时代的商业新机遇 / 003
2. 估值 625 亿美元背后的战略与野心 / 007
3. 中国本土化战略：Uber 的跨界营销 / 009
4. 共享经济模式风靡全球的 3 个理由 / 013

第二节 滴滴出行：中国“独角兽”的崛起 / 017

1. “独角兽”崛起：滴滴的 3 年成长史 / 017
2. 滴滴快车：走向平台化与精细化之路 / 021
3. 滴滴代驾：汽车后市场“占位”策略 / 024
4. 滴滴巴士：共享经济下的交通运输业 / 027

第三节 Zipcar：汽车共享颠覆传统租车业 / 030

1. 互联网时代的精简主义 / 030
2. 共享理念：你身边的轮子 / 034
3. Zipcar 模式的三大市场策略 / 036

第四节 PP 租车：重新定义租车新模式 / 041

1. 绿色共享经济：汽车租赁行业的“Airbnb” / 041
2. 全额赔付零麻烦：打造业内最强保险服务 / 043
3. 构建四大平台机制，营造良好的信用环境 / 045

第 2 章 共享短租：共享经济时代，创新模式改变生活

第一节 Airbnb：颠覆传统商业的终结者 / 051

1. Airbnb 的起源、发展及市场情况 / 051
2. Airbnb 如何重构传统商业模式 / 053
3. Airbnb 的模式创新与人文关怀 / 056
4. Airbnb 启示录：信任机制 VS 角色转变 / 060

第二节 Airbnb 与“中国版 Airbnb”的思考 / 063

1. Airbnb 在中国市场的营销备战 / 063
2. “中国版 Airbnb”模式的市场格局 / 065
3. 共享短租模式的痛点及解决方案 / 068

第三节 小猪短租：Airbnb 模式的本土化实践 / 071

1. 小猪短租“共享模式”的实践法则 / 071
2. 平台战略：“Airbnb+ 淘宝”混合模式 / 074
3. 双重保险体系：保障房东与用户的利益 / 076

第 3 章 共享办公：众创时代，开启“空间共享”新业态

第一节 WeWork：联合办公引领商务办公新时代 / 081

1. WeWork：掀起联合办公新浪潮 / 081
2. WeWork 模式在中国的操作空间 / 084
3. WeWork 模式能否本土化落地？ / 086

第二节 SOHO 3Q 与优客工场的联合办公模式 / 090

1. SOHO 3Q：“共享经济 + 房地产”新模式 / 090
2. 优客工场：毛大庆不做孵化器做共享办公 / 092
3. 深度解读 SOHO 3Q 与优客工场的联合办公模式 / 095

第三节 Hiwork（海沃克）：向共享经济大声 say hi / 100

1. Hiwork 共享办公模式的五大优势 / 100
2. 用互联网思维打造商务办公爆款 / 102
3. Hiwork 共享模式的四大理念主张 / 104

第 4 章 共享教育：利用共享经济思维，实现教育资源共享

第一节 口袋老师：在线教育领域的“共享模式” / 109

1. 教育资源与学习需求的无缝对接 / 109
2. 接单模式：碎片化时代的社会生产力 / 111
3. 发展方向：场景优化与服务标准化 / 114

第二节 在行：共享经济与教育结合的“虚拟大学” / 116

1. 知识共享经济里的“One Piece” / 116
2. 全新模式的 O2O 经验咨询平台 / 118
3. 基于知识自由交易的“虚拟大学” / 121

第 5 章 共享医疗：一场正在席卷全球的科技医疗革命

第一节 春雨医生：移动医疗领域的“拓荒者” / 125

1. 移动互联网时代，重构医疗生态圈 / 125
2. 布局服务电商：建立医患“强关系” / 128
3. 线下诊所：打造共享型“私人医生” / 130

第二节 滴滴医生：“送医上门”的新医疗模式 / 134

1. 送医上门：“互联网 + 医疗”模式的创新 / 134
2. 滴滴医生“上门问诊”服务的积极意义 / 136

第 6 章 共享物流：整合物流闲散资源，释放共享经济能量

第一节 云鸟配送：占领千亿级的同城配送市场 / 141

1. 云鸟配送迅速崛起的两大原因 / 141
2. 云鸟配送的共享经济“新玩法” / 143
3. 扩张版图：打造城配第一平台 / 146

第二节 人人快递：共享经济下的“自由快递人” / 150

1. 不是快递公司，而是众包服务 / 150
2. 挖掘用户需求，深耕利基市场 / 155
3. 人人快递众包模式的 3 个特点 / 157

第 7 章 共享金融：新常态下互联网金融的变革与创新

第一节 众筹：传统融资模式的颠覆与变革 / 161

1. Kickstarter：全球最大的众筹平台 / 161
2. 追梦网：从众筹到众投的商业路径 / 163

第二节 股权众筹：筹人、筹钱、筹智的融资新模式 / 167

1. Crowdcube：全球首个股权众筹平台 / 167
2. Wefounder：股权众筹之“基金模式” / 170
3. AngelList：“领投 + 跟投”模式 / 171
4. 3W 咖啡馆：中国式股权众筹的玩法 / 174

第三节 P2P 金融：共享经济浪潮下的普惠金融 / 177

1. 宜人贷：中国 P2P 网贷上市第一股 / 177

2. 积木盒子：发展、特点及运营模式 / 179

3. 好好理财：征服投资者的三大理由 / 181

第 8 章 共享家政：家政 O2O 掀起一场生活服务革命

第一节 58 到家：能否成为下一个“神奇的网站” / 187

1. 58 到家能否搅动家政 O2O 市场 / 187

2. 58 到家的家政 O2O 机会在哪里 / 190

3. 58 到家需解决的问题及拓展方向 / 192

第二节 家政无忧：探索家政 O2O 的另一种可能 / 195

1. 家政无忧：让家政服务变得无忧无虑 / 195

2. 家政无忧 O2O 平台模式的三大优势 / 198

3. 另一种可能：探索“直营 + 加盟”新模式 / 199

第 9 章 共享二手车：共享模式如何优化二手车资源配置

第一节 优信二手车：B2C 商业模式的全新尝试 / 205

1. 优信二手车：重建二手车电商模式 / 205

2. 优信二手车的战略、雄心和杀手锏 / 208

3. 魔性广告背后的两大品牌营销理念 / 210

第二节 好车无忧：C2C 模式的“掘金者” / 213

1. 好车无忧的 C2C 运营模式 / 213

2. “互联网 + 汽车”时代的突围之路 / 216

第 10 章 威客经济：创意服务领域的共享经济模式

第一节 威客模式：智慧与创意蕴含的商业价值 / 221

1. 威客的诞生、发展及定义 / 221

2. 威客模式实现路径及发展路线 / 223	
3. 共享经济时代威客产生的意义 / 226	
4. 威客模式需要克服的 5 个问题 / 229	
第二节 猪八戒网：100 亿元估值背后的“共享经济学” / 231	
1. 猪八戒威客网的发展历程 / 231	
2. 猪八戒威客网的商业模式 / 234	
3. 猪八戒威客网的四大优势 / 236	
4. 猪八戒威客网的三点不足 / 238	
5. 猪八戒威客网的发展规划 / 239	
第三节 一品威客网：整合创意资源，众包撬动商业未来 / 241	
1. 让创意与市场实现无缝对接 / 241	
2. 工业设计品牌馆背后的逻辑 / 243	
3. 构建中国最具价值的创意交易平台 / 244	

第 1 章

共享交通：“互联网+”时代，共享经济颠覆传统交通

第一节 Uber：重构城市交通的梦想家

1. Uber：共享经济时代的商业新机遇

近两年，国内拼车市场日趋火爆，当国内的拼车公司在展开激烈角逐的同时，国外的拼车公司也开始将开疆拓土的目光瞄准了中国市场。Uber 作为先锋军，更是逐渐加快了在中国市场跑马圈地的步伐，其版图扩张的速度不仅引起了业内竞争对手的恐慌，同时，其别具一格的商业模式也引起了创业者的广泛关注，并在国内掀起了一股“Uber + 传统行业”的浪潮。

支撑 Uber 模式成功运作的关键是共享经济理念。在共享经济的范畴中，对社会闲散资源进行重组再利用，实现了资源的优化配置，创造了巨大的社会价值。因而这种模式受到了众多创业者以及传统企业的欢迎，成为当前一种备受追捧的商业模式。

随着经济和社会的发展，几乎在各个领域都存在大量的闲置资源，因此围绕这些闲置资源的共享经济就拥有了巨大的开发空间。从目前国内外企业的实践来看，共享经济可以运用于交通、短租、办公、教育、医疗、物流、金融、家政、二手车等领域，提高闲置资源的利用率。

◇服务：出行之外的价值

对需要乘车的用户而言，Uber 的使用流程大体上可以分为四步：叫车、配对、乘车、支付与评分。而在整个过程的背后还涉及 3 个关键要素：服务、

快捷和场景。

其中，场景即触发用户使用应用程序的因素，快捷是使用应用程序出行能够给用户带来的体验，而服务就体现了平台的最终价值。



图：Uber 应用程序的特点

对 Uber 而言，所谓的服务就是可以实现用户随叫随到，而这些服务是在特定的场景中实现的，比如打车或者是围绕衣食住行的各种生活服务等都存在于特定的应用场景中，每一种场景都会有与之相匹配的服务者，因此站在这个角度来看的话，有关衣食住行的每一个细分领域都会有一个“Uber”。

◇Uber：开启共享经济时代

共享经济，就是指拥有闲置资源的个人或机构将资源的使用权让渡给他人，并获得一定报酬，而他人则可以利用分享的闲置资源创造出一定的价值。

简单来讲，共享经济就是通过闲置的资源共享给别人创造价值，从而获得一定的经济回报。因此，共享经济分为两部分，一部分是闲置，另一部分是共享。在共享经济下，物品的所有权仍然属于所有者，只不过是使用权

让渡给他人，并从中获取回报。而从另一个角度来看，共享经济并不创造资源，是将闲置的资源分享给需要的人，让资源可以得到有效利用。

简言之，共享经济有三种存在形式：

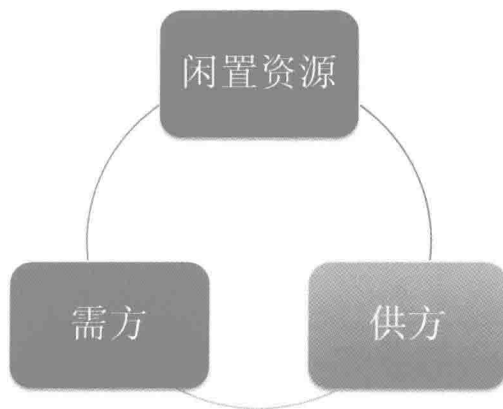
☆建立在共享和租赁基础上的产品服务。

☆二手转让产品的再流通，也就是同一物品的所有权在不同需求者之间实现的转移。

☆以资产和技能共享为中心的协同生活方式，即与他人分享自己的时间、知识、技能等无形资产。

◇共享：碎片化需求与碎片化供给的对接

随着移动互联网的发展，人们的时间被分割成了一个一个碎片，而与此同时，移动互联网在服务领域的渗透，也将人们碎片化的需求以及供给实现了有效结合，良好地体现了共享的概念。



图：共享经济的三要素