

SHARING ECONOMY

董晓松 尧军文 陈运娟 徐志 罗浩 / 著

AND
ITS

共享经济 及其商业模式

共享经济虽是新事物，但随着数字技术的迅猛发展和消费观念的巨大转变，

共享经济在过去五年快速成长，成就了许多独角兽企业。

在这样的热潮下，有两个问题值得冷思考：

一是真正的共享经济是什么？二是真正符合共享经济原理的商业模式有哪些？

BUSINESS MODEL



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

董晓松 尧军文 陈运娟 徐志 罗浩 / 著

共享经济 及其商业模式

SHARING ECONOMY
AND ITS BUSINESS MODEL



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

共享经济及其商业模式 / 董晓松等著. -- 北京 :
社会科学文献出版社, 2018. 12

ISBN 978 - 7 - 5201 - 3994 - 6

I. ①共… II. ①董… III. ①商业模式 - 研究 IV.
①F71

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 266450 号

共享经济及其商业模式

著 者 / 董晓松 尧军文 陈运娟 徐 志 罗 浩

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 高 雁

责任编辑 / 高 雁 王春梅

出 版 / 社会科学文献出版社·经济与管理分社(010)59367226

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心(010)59367081 59367083

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 15.5 字 数: 205 千字

版 次 / 2018 年 12 月第 1 版 2018 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 3994 - 6

定 价 / 79.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心(010-59367028)联系

 版权所有 翻印必究

本专著系江西省社会科学规划项目（重点项目）
“江西省共享经济商业模式与消费采纳问题研究”（18GL02）的
阶段性研究成果

前 言

随着大数据时代的到来，互联网、大数据技术、人工智能以及信息通信技术等现代数字技术日新月异、交错纵横；人类的消费思维与方式、商业智慧与情感、社交理念与规范等现代文明与日俱进、灿烂辉煌。此时，一种新型的经济形态——“共享经济”渐渐地进入了人们的生产生活并开始深刻地改变人类社会的传统经济形态。

“共享经济”起源于1978年美国有名的经济学者马科斯·费尔逊和琼·斯潘思提出的“协同消费”概念，而后其逐渐演变为“共享经济”并被解锁、运用于经济创造。共享经济是在“分享”这一行为的基础上逐渐与其他消费行为融合、打磨出来的，通过协作、使用、分享而非拥有的方式，最大限度地利用冗余资源组织生产和消费。2010年，美国《时代》杂志把“共享经济”列为未来影响世界的十大理念之一。

共享经济以“产能过剩+共享平台+人人参与”的全新模式，颠覆了传统的经济模式。本质上，不同于传统的独享经济，共享经济下所有权与使用权分离，消费者能够仅以临时购买使用权的形式享受产品与服务；消费行为上，消费者的共享和绿色可持续理念愈来愈强烈，环保、节约的思维支配着每一次的交易行为；商业与盈利模式上，共享经济潜入了交通、空间、金融、家政、专业服务等多个领域，以P2P（个人对

个人)方式,以共享平台为载体打破传统商业限制,充分联系闲置资源的个体,从而做到资源的充分利用和共享。共享模式下,人们的工作、创业和经济发展的方式都因此而发生了改变。

共享经济的发展已经是不可阻挡的时代趋势,很多共享经济企业的诞生与发展都在以实力证明着共享时代的到来。2008年,房屋共享服务企业 Airbnb 成立,据统计 2018 年上半年该网站注册的房源数量超过了 2.6 亿套,估值为 310 亿美元;2009 年,汽车共享服务企业 Uber 成立,据统计 2018 年上半年已经覆盖了 70 多个国家的 400 多个城市,估值为 720 亿美元;2012 年,汽车共享服务企业滴滴打车成立,据报道 2018 年上半年滴滴出行跨国登陆墨西哥,估值为 560 亿美元……可见,共享经济的未来可期。目前,国内外越来越多的新兴企业和传统企业都开始主动顺应共享经济这个趋势、创新自己的模式,而本书就将为大家揭开共享经济的时代篇章。

本书是江西省社会科学基金重点项目“江西省共享经济商业模式与消费采纳问题研究”的阶段性研究成果。

目 录

第一章 共享经济的概念	1
第一节 共享经济的概念提出	1
第二节 共享经济的特征	3
第三节 共享经济实现爆发式发展的催生因素	13
第四节 共享经济的演进	18
第二章 共享经济与商业模式	28
第一节 共享经济商业模式理念与结构	28
第二节 共享经济商业模式的运行	32
第三节 共享经济商业模式的领域	35
第四节 共享经济商业模式的比较优势	43
第五节 共享经济商业模式的隐忧	46
第六节 共享经济商业模式的未来	51
第三章 共享经济的盈利模式	53
第一节 共享经济盈利模式的基本理念	53
第二节 共享经济盈利模式的形式	61



第三节 共享经济盈利模式的前景	70
第四章 共享经济的消费行为	77
第一节 共享经济中消费行为动机	77
第二节 共享经济中消费行为决策	81
第三节 共享经济的消费特点	88
第四节 共享经济消费行为分析对经营企业的启示	93
第五节 总结评价	95
第五章 共享经济与数字技术	97
第一节 现代数字技术发展背景下的共享经济的发展	97
第二节 现代数字技术背景下共享经济的不足及建议	112
第三节 对现代数字技术背景下共享经济未来的展望	117
第六章 共享经济与传统经济	119
第一节 从独享经济到共享经济	119
第二节 共享经济对传统经济的冲击	125
第三节 共享经济与传统经济的融合	131
第七章 共享经济与商业创新	142
第一节 共享经济时代的商业创新	142
第二节 共享经济与商业技术创新	148
第三节 共享经济与商业组织创新	151
第四节 共享经济产品创新	155
第五节 共享经济与商业营销创新	158
第六节 小结	162

第八章 共享经济对中国社会的影响	164
第九章 共享经济与可持续发展	186
第一节 共享经济自身的可持续发展	186
第二节 共享经济促进可持续发展	195
参考文献	208
后 记	237

第一章 共享经济的概念

第一节 共享经济的概念提出

当下发展得如火如荼的共享经济（Sharing Economy），是在“分享”这一行为的基础上逐渐与其他消费行为融合、打磨出来的。准确理解、判断“究竟什么是共享经济”需要从其他消费行为开始研究。

分享（Sharing）是一种基本的消费行为，是一个独特的、古老的，也越来越重要的消费行为研究主题，但我们往往把它和商品买卖、礼物赠予混淆，而忽视了“分享”本身；商品买卖是所有权转移的平等交易模式；礼物赠予是所有权转移的无偿性行为（表面上看是无偿性的，往往赠予者是希望得到回礼的）；分享是不涉及所有权转移的行为，分为有偿性和无偿性两种形式。在这里，有没有发生物品所有权的转移是分享与非分享行为的重要区别（Lovelock, Gummesson, 2004），这三者当中只有“分享”不涉及物品所有权的转移。当然，分享、商品买卖和礼物赠予的界限不是绝对的，有时并不明确（Belk, 2010）。

Belk 在 2014 年给“分享”下的定义是：分享是指把我们的东西给别人使用或者我们使用别人的东西的行为和过程。分享不是以“交换”

为基础的，不涉及所有权的转移（Fiske, 1991；Woodburn, 1998），它是一种“非互惠的亲社会行为”（Benkler, 2004），分享的一种形式是直接利他，这是一种出于礼貌和善意、不求回报的纯粹分享；另一种形式是间接利己，这是有回报预期的分享。

在人类社会，分享可能是最基本、最普遍的经济分配模式（Price, 1975）。1978年，美国得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）运用1950年霍利（Hawley）提出的“人类群落结构生态学理论”，将“分享”应用于“消费”，并提出了“协同消费”（Collaborative Consumption）这一术语，这二位学者被认为是首次提出“协同消费”的人。这二位学者提出，协同消费是一个人或多个人与另一个人或多个人一同消费经济商品或服务的过程，比如一群朋友一起喝啤酒。然而这一定义虽然强调了“联合消费”，但还是过于宽泛，比如，假设这群一起喝啤酒的朋友结账时各付各的钱，那么这一行为从本质来说就是商品买卖。Botsman和Rogers二位学者在2010年发表的论文中，将传统的分享行为、物物交易、赠予等都归纳为“协同消费”。这一观念混淆了这几种行为，并没有很好地将其区分开。本书认为，“协同消费”的一个比较完备的定义，是由Belk于2014年提出的：协同消费是指参与者为了获得报酬或其他形式的回报，协调资源的获取和分配过程的行为，且该资源的所有权不发生转移。

随着时代的发展变化，这种不涉及转移所有权的经济行为越来越受到人们的重视，加上各方面因素的推动，“共享经济”逐渐进入大众的视野。本书认为，“共享经济”是指通过协作、使用、分享而非拥有的方式，最大限度地利用冗余资源组织生产和消费。共享经济的目的是对冗余资源的协作使用，它的商业基础是适度回报，这种回报可以是即时回报，也可以是未来回报；可以是经济形式的回报，也可以是非经济形

式的回报。判断一个经济模式是不是“共享经济”，就要看它是否同时满足“冗余资源”和“适度回报”这两个必备条件。比如当下发展迅速的“共享单车”，它实际上不是共享经济，就是因为这里的单车并不是冗余资源，它是被专门生产出来用于这种分时租赁方式的消费的。

第二节 共享经济的特征

一 对冗余资源的协作使用

（一）冗余资源的概念与判断

在共享经济中流通的商品主要是个体（企业、家庭或个人）在时间或空间上零散、冗余的资源，并且，资源的所有权没有发生转移，而是人们以组织协作消费的方式获得了使用权。

除了房间、汽车等有形资产外，共享经济中的冗余资源也可以是创造力、技术、时间等无形资产。以“时间银行”为例，志愿者把参加公益服务的时长存入时间银行，当自己遇到困难时就能从中支取相应的“被服务时间”。时间银行并不是一个慈善组织，它只是在供与求之间起着穿针引线的作用。人们参与时间银行的活动不用付出一分钱，只需将自己的服务时长存入即可，此后其就能得到别人的时间与帮助。当然，人们也得在时间允许时为别人付出时间、提供帮助。时间银行系统流通的冗余资源就是“用户的时间”这一无形资产。

实际上，未被充分利用的资源非常多。以商品房为例，自改革开放以来，我国居民的收入不断增长，我国的住宅销售面积在1998年时达1.08亿平方米，之后逐年增加。1998~2014年，累计销售面积达86.34亿平方米，人均达6.35平方米。人们的购房速度和规模显然超出了实际需求。如今，各个城市中房屋闲置甚至空楼林立的现象比比皆是。

这些空房、空楼就是共享经济中协作使用的冗余资源吗？答案是不一定。

2008年8月，爱彼迎（Airbnb）公司正式成立，公司名的含义为“只要有互联网和空余房间，任何人都可以成为旅店的老板”，这是联系旅游人士和家有空房出租的房主的服务型网站——一个由起初的“利用空余房间为从五湖四海而来参加大会的人提供住宿”的想法发展而来的共享平台，是一个典型的、成功的共享经济案例。中国国内也有类似的房屋租赁平台，比如闲鱼租房、小猪短租和途家网，我们通过比较这三个网站来深入了解“冗余资源”：闲鱼租房平台的房源是按天、按月出租，而小猪短租和途家网可以满足租房者租一晚、几晚或半天等需求，从租房时间上来看，闲鱼租房平台上的冗余房源覆盖率较低，房源提供者的房子可能本来就是专门用于出租的，这种专用资源的出租模式是传统的租赁模式，不是共享经济。再有，房源提供者在途家网上上传房源信息时需要提供房产证来证明自己是房主，小猪短租则没有这一要求。途家网的这一措施就避免了组织或机构大量租用房屋再以比自己租用的价格更高的价格将房屋放到途家网平台上出租的现象发生，从这一方面来看，小猪短租上冗余房源的覆盖率没有途家网高。

所以，判断一种资源是不是冗余资源，不但要看资源本身的使用情况，还要看资源拥有者使用它的目的、方式等。

（二）冗余资源所带来的好处

共享经济整合了线下的闲散、冗余物品或服务，让陌生人之间暂时转移物品的使用权，把冗余的资源提供给真正需要的人，同时创造出新的价值。人类社会的经历工业革命之后，由技术进步与分工专业化所积累的闲置资源的数量是巨大的，共享经济可以释放出这些闲置资源的潜力，并使这种潜力价值化、货币化。共享经济对冗余资源的协作使用一方面会引起生产、消费和分配方式的全方位变化；另一方面会减少对资

源的过度使用和对生态环境的破坏。

（1）全方位改变人们的生产、生活方式

共享经济对冗余资源的协作使用，改变了企业以往的“生产方式”，共享平台只需对现有的、冗余的产品或服务进行整合及分配，而不用再去寻找、发现、投入大量的资源。对于共享平台来说，利用冗余资源的成本总是要比购买新的原材料低得多，当然，执行起来也会花费更少的时间。

协作使用冗余资源在改变生产方式的同时也改变了人们的生活方式。共享经济让每个拥有冗余资源的人都可以有额外的经济来源。对于汽车共享平台的车主来说，拥有一辆车 100% 的使用权却只使用其 1%，不妨让使用率和成本更为匹配。把这辆车放在共享平台上，让没有使用到的 99% 的使用权产生经济效益。共享经济在给车主带来额外收益的同时，也让汽车的使用效率得到提升，生命周期得以延长，充分利用它的潜在价值。

另外，大量的冗余资源使人们能以更低的价格获得更加标准化、定制化的产品或服务，比如共享租房平台也许可以满足人们“免费骑的自行车”“免费 Wi-Fi”“自由使用的厨房”等传统租赁方式不能满足的需求。

（2）减少对资源、环境及生态的过度使用

共享经济流通的商品规模大，使用频次高，并且产权边界相对清晰。它是“一次购买，多次出租”的商业（模式）思维的体现，加上各种因素的推动，尤其是数字技术的快速发展，不断出现的共享平台将建立一个完整的商业生态系统，通过重复交易和高效利用，极大地减少人类对资源的浪费和降低对环境、生态的破坏程度。

工业革命使人们使用的物质产品得到了极大的丰富，但以私人所有制为基础的消费方式也带来了较多闲置、浪费，尤其是对资源的过度使

用以及对环境的破坏。如果地球上的 60 亿人全都以工业革命时期的生活方式生活，那么地球不久就会崩溃。2008 年，地球生态足迹超过地球供给能力的比例已高达 50%，所以人们必须改变工业革命后的生活方式，以真正实现可持续发展。

共享经济无疑为人类解决工业革命带来的负面问题创造了一种新的形式。以汽车为例，共享经济模式的最初使用者已经让减少公路上的汽车数量变成了现实，据测算，若一辆汽车用于分享，那么将减少八九辆汽车的销售。这些年来美国的汽车销售量已在下降，截至 2013 年 6 月，美国汽车的销售量同比大幅下滑 18.8%。随之而来的是，尾气排放量大大减少。据统计，德国不来梅市每年减少了 1600 吨二氧化碳的排放。在许多领域当中，协作性消费模式是对过去独享且低效的消费模式的替代，协作性消费行为越多，人类对资源的利用率就越高，对环境的破坏程度就越小。

二 消耗不同成本，提供不同效用

既然共享经济是一种新颖的商业模式，那么人们参与这样的经济活动的成本、所获得的效用与传统经济模式相比自然大不相同。

（一）共享经济需求方的交易成本和效用

对资源需求方来说，共享交易成本主要包括三个方面。第一，“分享价格成本”。它是指需求方使用共享平台可能需要缴纳一定的会员费用。第二，“技术成本”。它是指需求方学习如何使用不熟悉产品所需的非货币成本。对于购买产品来说，这通常是一次性的成本，但对于共享平台的产品来说，这种成本可能出现很多次。比如在汽车共享平台中，需求方在使用不同类型的车时，可能需要反复操作不熟悉的车辆。第三，“搜索成本”。它是指人们决定使用共享平台时所花费的时间和精力。另外，需求方在进入共享平台后识别、判断使用哪个产品也会产生

搜索成本。

需求方所获得的共享交易效用包括五个方面。第一，“交易效用”。它在这里指的是需求方在共享平台中感受到的交易价值，即需求方拥有产品的使用权所获得的价值（Thaler, 1985）。第二，“灵活性效用”。它是指在共享经济中需求方对产品的选择和使用具有灵活性，需求方可以选择满足特殊需求的产品或服务，比如，Zipcar 平台在许多地方都有许多种类型的汽车可供需求方的不同用途。当需求方可以使用多种类型的车用于不同的目的时，他们会感受到高度的灵活性。第三，“存储效用”。它是指需求方通过使用共享产品所拥有的存储优势，比如，在汽车共享平台中，汽车的存放是车主或共享平台管理员的责任，而不是需求方的责任，这就解放了需求方用于其他物品的存储空间和费用。第四，“反生产效用”。它是指由于对传统所有权市场的反感所产生的心理收益，比如，需求方通过使用共享平台上的工具来“惩罚”那些促使人们“浪费”使用次数很少的工具的生产商。第五，“社会效用”。它是指需求方因为使用分享产品而不是拥有产品所获得的道德效用，比如，对于积极响应可持续发展或推崇亲社会行为的需求方来说，共享经济提供了一种保护环境、减少资源浪费的方式（Minton, Rose, 1997; Sacks, 2012）。

（二）共享经济供给方的交易成本和效用

资源供给方参与到共享经济中的成本包括为自己手中的有形的或无形的冗余资源或服务支付的费用，还有参与共享平台可能要缴纳的会员费。除此之外，供给方还要承担一定的“搜索成本”，即决定使用哪个共享平台所要花费的时间和精力。对于大部分供给方来说，在提供资源以及交易过程中还会产生“心理成本”，比如供给方可能会担心自己的产品在交易过程中面临被损坏的风险以及对方未按照要求使用、归还产品。



与这些消耗成本相比，共享经济给供给方带来的效用是巨大的、多方面的。

第一，大量的供给方因为参与“共享经济”而获得了就业机会。据统计，优步（Uber）在运营的三年时间内，为纽约创造了约 13750 个就业岗位，为伦敦创造了约 7800 个就业岗位。就中国而言，优步在中国每个月能够创造约 10 万个就业岗位。“目前全国每天有 6000 万量级的出行需求，出租车可以满足约 3000 万次的出行需求。另外，全国 35 万辆租赁车中，每天运营的车最多能满足 400 万单的运输量，这样有 2600 万次出门需求要靠别的方式来满足。”（丁元竹，2016）由此看出，共享出行将开发出一个巨大的劳动力市场。

第二，“缓解收入压力效用”。共享经济是人们增加收入、提高生活品质的途径之一。把家庭或个人的冗余资源利用起来，不失为缓解收入压力的好办法，因为家庭或个人拥有的冗余资源很多。单从私家车来看，到 2014 年底，全国私人拥有载客汽车数量已经达到 1.09 亿辆，其中小型私家车 1.06 亿辆，微型私家车 0.03 亿辆。事实上，大量私家车处于闲置状态，或者说每一天的大部分时间被停泊在单位或自家的车位上，甚至道路边上。把这些冗余资源利用起来，一方面可以节省资源和能源，减少城市交通压力；另一方面可以增加车主的收入。2015 年 8 月，优步在北京、广州、武汉、深圳、杭州和成都六个城市，通过电话对 5000 名优步驾驶员进行了采访调查。调查结果发现，85% 的优步驾驶员是兼职驾驶员，72.8% 的驾驶员已婚，67.36% 的驾驶员家里有 1 名 16 岁以上的孩子，58.14% 的驾驶员进入优步是为了赚取更多收入以补贴家用。从这些数据可以看出，参与共享经济的大部分人想通过这种方式来赚些额外的钱以增加收入。

从社会层面上来说，共享经济在短期内缓解人们的收入压力，可以促进社会良性运行。2008 年，由于国际金融危机的冲击，西方各国的居