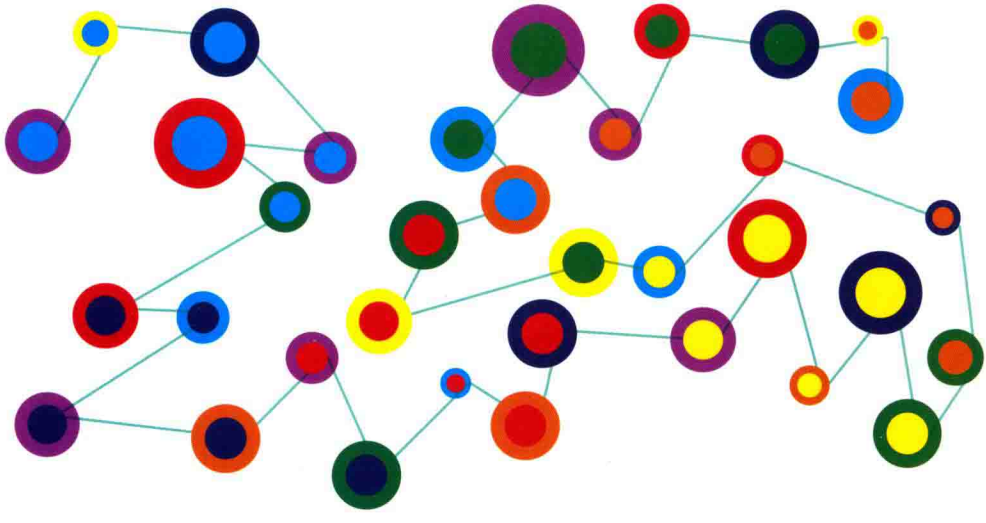
# 共享经济

## 下一个风口

Sharing Economy

The Next Wind-outlet

余来文 封智勇 廖列法 刘梦菲 编著



共享经济 分享未来 人人分享 个个受益

利用众筹 共享资源 跨界思维 创新模式

共享生态平台模式 共享构筑价值创造法则

经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

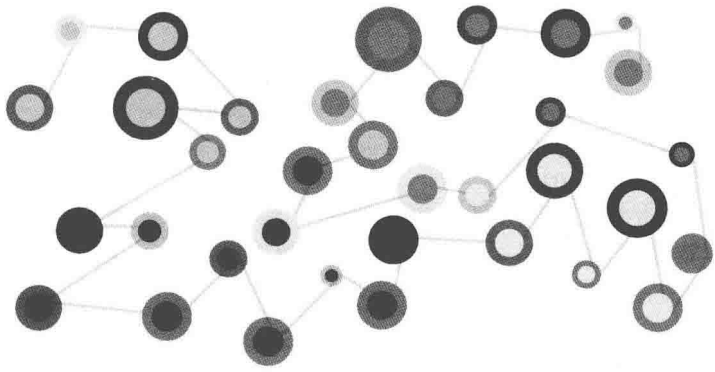
# 共享经济

## 下一个风口

Sharing Economy

The Next Wind-outlet

余来文 封智勇 廖列法 刘梦菲 编著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

**图书在版编目（CIP）数据**

共享经济：下一个风口/余来文等编著. —北京：经济管理出版社，2017.1
ISBN 978-7-5096-4765-3

Ⅰ. ①共… Ⅱ. ①余… Ⅲ. ①商业模式—研究 Ⅳ. ①F71

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 287470 号

组稿编辑：申桂萍
责任编辑：侯春霞
责任印制：黄章平
责任校对：赵天宇

出版发行：经济管理出版社
（北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层 100038）
网　　址：www. E-mp. com. cn
电　　话：（010）51915602
印　　刷：三河市延风印装有限公司
经　　销：新华书店
开　　本：720mm × 1000mm/16
印　　张：17
字　　数：286 千字
版　　次：2017 年 1 月第 1 版　　2017 年 1 月第 1 次印刷
书　　号：ISBN 978-7-5096-4765-3
定　　价：58.00 元

·版权所有　翻印必究·
凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部负责调换。
联系地址：北京阜外月坛北小街 2 号
电话：（010）68022974　　邮编：100836

# 分享未来
# 共享经济

生活在当下，无论是在人头攒动的公交车、地铁，还是在川流不息的餐厅、商场，随处可见“低头族”、“拇指族”，他们或在刷微信朋友圈，或通过APP浏览新闻，或用手机玩游戏。外出用车时，他们不再站在路边和很多人争抢一辆Taxi，而是通过Uber、滴滴提前预约，有快车、出租车、专车、顺风车、代驾等多种方式可供选择，既舒适又实惠。外出订酒店时，他们不再打电话或上携程网预订，而是通过Airbnb、途家、蚂蚁短租等提前预约，包括公寓、别墅和民宿。可以说，共享经济使人们的生活方式发生了根本性的变化，人们不仅在分享汽车、分享家庭，还分享知识、分享技能，共享经济模式已经渗透到我们衣食住行的方方面面。

不仅如此，中共十八届五中全会及其通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》提出了全面建成小康社会的新目标，首次提出“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念。这也向人们再次预示了共享经济时代已经到来。

## 一、从网红现象说起

2015年，电商网红雪梨以王思聪前女友的身份为人熟知。据媒体报道，其年收入已经高达1.5亿元。以Papi酱为代表的网红人物，靠3分钟短视频吐槽社会热点迅速走红。与一般网红相比，明星的带粉能力超过他们数倍，借助新媒体平台，能够迅速抓住年轻人的心。刘涛在《欢乐颂》发布会上的映客直播吸引了71万粉丝追捧。王宝强携正在拍摄中的《大闹天竺》做客斗鱼直播，在线人数一

度突破500万大关。

在这些网红背后，更多被颠覆的是受众接收信息的习惯。网红在积累了一定的粉丝数量后，通过广告、打赏、付费服务、电商等，逐渐形成较为完整的商业链条。未来网红将会打通全产业链，整个存在方式都会发生改变。与此同时吸引了资本注入，企业借助其拥有的大规模粉丝实现自身业务的销售或变现。如网红现在是一个资本推动的市场，一个高颜值的小姑娘，如果走电商系颜值网红路线，流水线包装流程是这样的：上游，先整整容，让颜值更有竞争力；然后在社交平台孵化粉丝，引起网红孵化公司的关注；之后和孵化公司签约，开始各种包装、形象设计，圈粉；最后淘宝店变现，网红作为招牌，黏住粉丝，获得收益。这种方法变现迅速，简单粗暴，但是难以持续。粉丝终究会产生审美疲劳，继而大量流失。女团、男团这些包装出来的产品也是同理，颜值网红是消耗品，快速更新迭代，产品价值生命周期呈现抛物线型——刷脸之路终究难以长久。未来网红经济一定会呈多样化的发展，一定是新媒体经济领域非常重要的体现。

网红和互联网移动化趋势是息息相关的，也就是移动互联网时代秀场的兴起催生了这些网红。有人认为网红等于价值观，经济等于货币化。因此，网红经济即为价值观货币化。2016年作为网红经济爆发元年，网红正在创造新媒体经济的奇迹，推动着“网红经济”健康向前发展，把“网红经济”带入了一个全新发展的多样化、多局面、多产业、多维度的移动互联网时代。更为重要的是，这一代的网红正在构筑起一股重要的新经济力量。阿里巴巴集团首席执行官张勇谈道：“一直以来，我们讨论过网络经济、粉丝经济，但是在整个2015年的变化当中，有一个新族群的产生，就是在淘宝平台上产生的崭新一族，我们称之为网红一族。这是整个新经济力量的体现。”

## 二、共享经济模式

网红经济、共享经济和社群经济是继互联网经济之后的新概念经济，或者说是互联网经济发展新阶段的“三驾马车”，在三个赛道上奋力奔跑，拉动着“互联网+经济”向更高的层次发展。互联网时代，无论是网红还是社群，其实都是围绕共享经济模式展开的，在信息共享的基础上，生产、生活资源得以共享，社会业态、经济发展模式随之发生巨大改变。

那什么是共享经济呢？共享经济最早是由美国得克萨斯州立大学社会学教授


此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

马科斯·费尔逊和伊利诺伊大学社会学教授琼·斯潘思于1978年提出的，认为共享经济是社会资源拥有者有偿与他人共享使用权，从而优化社会资源配置，提高资源利用效率，创造出更多价值的经济形态。后来伴随互联网的快速发展，共享经济模式在日常生活中广泛应用起来，并从吃（餐饮）、住（住宿）、行（出行）等生活服务领域开始向制造、流通与物流等生产领域逐步蔓延。罗宾·蔡斯女士曾提出共享经济的公式：产能过剩+共享平台+人人参与，并将这种模式称为“人人共享”。

共享经济模式是眼下最热门的话题。2016年初，该词语被正式录入牛津英文字典，其定义为：“在一个经济体系中，通过免费或收费的方式，将资产或服务在个人之间进行共享。信息一般以互联网的方式进行传播：多亏了共享经济，你可以在自己的需求得到满足的情况下，将闲置的资产如汽车、公寓、自行车，甚至Wi-Fi网络出租给他人。”国家统计局近日表示，正在考虑将滴滴出行等分享出行、众包和“沙发客”等新兴行业纳入官方GDP增长数据中，从而更准确地反映“新经济”的发展。

## 三、共享经济颠覆传统模式

共享经济的首要目标是提高资源利用效率，随着大数据、云计算等技术的发展，共享效率大大提高。共享经济可以集合各个点的信息，通过一定的数据计算逻辑，让各个点享受到同等标准的信息。这是共享经济的一个重要优点。

资源整合是共享经济最重要的核心。从微观层面上说，共享经济就是人们把自己闲置的资源拿出来与他人分享，并相互获益的一种行为；从宏观层面来看，它是这种微观行为产生的新的经济形态。作为一种新的经济模式，共享经济在化解产能过剩和扩大供给方面不断给人新的思考。Uber（优步）中国大数据专家江天表示，“共享经济理念就是达到一个供需关系的平衡”。以出租车行业为例，一方面私家车95%的时间都是闲置的；另一方面打车难仍然普遍存在。这就是有效供给与无效供给之间的矛盾。那么如何解决这个问题呢？移动互联网提供了解决方案：只要有一台智能手机，随时随地都能查到交易双方的信息。当车辆预约、沟通、服务、交易都可以在一台巴掌大的智能手机上、短时间地实现整个流程时，移动互联网就打破了传统出租车行业所面临的时空限制，使得车辆共享成为可能。这就有效解决了供需不平衡的问题，而它的关键在于移动互联网的发展大

大提高了共享效率。

如今互联网已发展为与铁路、电力、自来水等社会基础设施同等重要。在共享经济模式引领下，任何落后的商业模式，哪怕曾经再辉煌，也难抵互联网商业模式带来的冲击。共享经济颠覆性地影响着传统商业模式。就生产者而言，市场交易成本的降低导致传统企业边界收缩，带来个体经济的强势回归。对于消费者而言，交易成本的下降引发以买为主向以租为主的转变，增加了消费者的福利。通过自由人的联合，共享经济给予供求双方更自由的选择，也自下而上推动着制度变革，提升了经济运行的效率。而共享经济的一个颠覆性影响，体现在互联网的普及降低了信息不对称，减少了交易成本，从而导致传统企业边界收缩。互联网提升了信号传递和信息甄别的效率，提高了匹配需求与供给的效率。同时，大数据有助于完善信用记录，增强市场自身的信用约束，而社交网络的快速扩展可以实现规模效应。在市场交易成本降低、企业成本不变的情况下，按照科斯的理论，传统的企业边界存在被市场挤压的倾向。

共享经济正在对这种以买为主的传统商业模式造成颠覆性影响，以买为主正在向以租为主转变，同时产生了消费者剩余。云大物移技术大大降低了汽车租赁市场的信息不对称与交易成本，使得共享平台能够低廉、有效、及时地实现汽车租赁供求匹配。相比于购买而言，共享经济的网络效应使得租赁的交易成本伴随着参与人数的增多而不断下降，在中国这样大的国家尤其如此。共享经济使得消费者不必再为了满足使用需求而去购买商品，只需支付少量成本租赁即可。

### 四、共享经济，分享未来

如今，共享经济涵盖了人们的衣食住行，而在日常生活中应用最广泛的莫过于“行”。有数据显示，在接下来的五年内，中国的按需交通市场价值将达2000亿美元。有学者表示，“未来经济是共享的”。随着科技进步，移动通信设备与互联网的飞速发展为“共享经济”的普及带来了便利，并使之成为当下十分流行的消费模式。

共享经济的一大特点是在陌生的个体之间通过第三方网络平台进行物品交换。共享的本质是互助互利，其前提是信任。没有信任，共享经济寸步难行。有了信任，共享经济会在我们生活的方方面面得以应用，我们大量的闲置资源不但可以得到充分利用，获取一定的收益，同时还能收获更多的友谊和有趣的人生体

验。可以说，信任是实现共享经济的另一个基本条件。正是这个第三方平台，为共享经济群体的个体建立了相互有效的、值得信任的关系。

在过去几年中，共享经济稳步发展，全球各地上千家公司和组织为人们提供了共享或者租用商品、服务、技术和信息的条件。虽然共享经济为人们的出行带来了便利，但出行安全和司机素质参差不齐等问题也同样困扰着互联网约车行业。不过，分享经济有利有弊，用户要有一颗包容的心。同时共享经济也面临一些问题，主要是这类新型经济活动在应用于现有法律和规范时存在模糊边界。对此，科恩认为，从历史上看，政府或相关机构根据这些新模式对现有法律或规范做出调整或创建，将会有利于新经济活动更健康、更大规模地发展。

# 目录 Contents


第一章 共享经济 / 001

一、共享经济时代的到来 / 005

二、何谓共享经济 / 009

三、共享经济驱动分享模式 / 015

四、共享经济的商业模式 / 027

五、共享经济的应用实践 / 033

第二章 平台战略 / 045

一、平台战略 / 049

二、平台战略的驱动因素 / 058

三、平台战略的设计 / 072

四、平台生态圈 / 079

第三章 跨界整合 / 099

一、跨界：从颠覆到融合 / 103

二、跨界的类型 / 109

三、共享时代的跨界营销 / 125

四、跨界思维形成六种模式 / 130

五、如何实施跨界整合 / 136

第四章 众筹模式 / 147
一、众筹时代到来 / 151
二、众　筹 / 152
三、众筹融资：侧翼颠覆 / 157
四、众筹模式的种类 / 162
五、众筹模式应用 / 185
六、如何做好众筹模式 / 192

第五章 价值创造 / 198
一、价值创造模式的变迁 / 201
二、共享经济的价值创造生态系统结构 / 210
三、价值生态系统的价值创造内容 / 219
四、企业的价值创造能力 / 226
五、价值创造过程 / 231
六、价值创造创新路径 / 239

参考文献 / 252

后　记 / 258

‖第一章|

# 共享经济

世界最大的出租车提供者（优步）没有车，最大的零售者（阿里巴巴）没有库存，最大的住宿提供者（Airbnb）没有房产。共享经济已经渗透到各行各业。可以说，未来的世界是共享的。

**【开章案例】　　千方科技的数据共享**

短短几年，以滴滴打车等公司为代表的共享经济浪潮席卷全球。在A股市场，共享经济形态可谓风生水起，已成为企业转型的方向，千方科技（002373.SZ）就是其中的代表。千方科技是一家植根于中关村的自主创业企业，深耕智能交通、智慧出行领域，依托全国最为全面的“大交通”数据布局2G、2B、2C端服务，打造一体化的共享经济生态圈。

**一、千方科技的概况**

北京千方科技股份有限公司（以下简称千方科技）初创于2000年，于2008年7月登陆美国纳斯达克资本市场，是中国交通信息化领域首家中国概念股。公司还于2014年5月成功借壳联信永益登陆A股，业务已涵盖公路、民航、水运、轨道交通信息化等领域。经过十多年的发展，千方科技在智能交通信息化多个细分领域具有较强的竞争优势，现有子公司50余家，员工1000余人，总资产达到50多亿元。2014年公司的收入和利润均超过20%的增速，2015年公司实现了13%以上的增速。根据2016年年中报显示的数据，公司实现营业收入9.38亿元，增速达29.75%，营业利润增速达



此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

42.72%，公司毛利率从2012年的17.84%逐步增长并维持在30%以上。

## 二、交通大数据布局

千方科技是A股市场稀缺的大交通布局者。近年来，公司以大数据为驱动，以移动互联网为载体，兼具从软件定制、研发到硬件生产、销售再到系统集成、整合的能力，形成覆盖从产品到服务再到解决方案的智能交通全产业链，实现公司定位从智能交通向“互联网+”大潮下的智慧交通转变、公司角色从产品提供商向运营服务商转变。

千方科技的产业链布局完整，公司的商业模式在2G、2B、2C都有涉及，布局了城际交通、城市交通、轨道交通和民航交通，形成了完整的大交通产业矩阵。目前，千方科技拥有千方信息、远航通、千方车信、上海智能停车四家一级子公司。全资子公司千方信息旗下又拥有北大千方、紫光捷通、掌城科技和掌城传媒四大子公司。远航通围绕智慧航空，提供涵盖智慧运行、智能管理和智慧出行三大主题的完整航空信息化解决方案和产品。千方车信专注于从事电子车牌业务领域的运营管理、数据应用开发、系统集成、解决方案策划以及电子车牌相关软硬件产品销售、提供数据服务等业务。上海智能停车专注于提供智慧停车信息服务及平台运营，主要是利用物联网和云计算技术，对停车资源实行动态的远程智能管理，打造包括停车导航、安全监管、停车运营、车位预定、错时停车、在线支付等功能在内的智慧停车云服务运营体系。北大千方专注于交通信息化和提供城市智能交通解决方案（包括轨道交通、公路、公众出行等）。紫光捷通专注于提供高速公路领域的信息化解决方案、项目实施和信息服务的产品研发与应用。掌城科技专注于提供综合出行信息服务，是国内率先开展商用化实时交通信息服务的公司。掌城传媒以建设城市出租车综合管理服务平台为基础，通过投资安装车载终端设备，获取出租车内外广告资源经营权；并利用出租车数量多、流动性大、行驶范围广、运营时间长的特点，进行出租车数据的采集、分析和处理，深度挖掘数据资源，开发交通信息服务和出行服务产品，全面满足管理部门、运输企业、驾乘人员及市民出行的服务需求。

作为国内唯一一家综合型交通运输信息化企业，千方科技全方位挺进大交通领域，发力大数据运营变现。民航方面，面向B端，除了通过远航通

航空运行大数据和服务系统来实现对航空公司的敏捷运行和精细管理之外，公司将依托在交通指挥中心建设方面的标杆项目优势拓展机场业务。面向C端，公司的航空联盟APP力图打造一个全方位的旅客服务平台。地面交通方面，公司布局主要围绕互联网O2O模式展开，目前在客运票务、货运平台、智慧停车、轨道交通等几块业务都有布局，未来将成为支持公司走向互联网运营模式的重要动力。

公司围绕“智能交通+互联网”开展业务，提供智能交通的全面解决方案以及为用户出行提供信息服务。为解决交通拥堵，保持交通顺畅，千方科技运用先进的交通信息服务技术，建立绿色出行服务体系，不断完善自驾车出行、地面交通等信息服务系统，指导出行者选择合适的交通方式和路径，以最高的效率和最佳方式完成出行的全部过程。目前，千方科技业务覆盖智能交通的多个领域，涉及交通信息采集、数据处理、解决方案、产品服务等完整的信息化产业链，通过在城市内及城际间进行采集积累了车辆的动态交通数据，同时通过外延收购主体方式实现了民航大数据、轨道交通数据的采集。2015年，公司定向增发18亿元，投资“城市综合交通信息服务及运营项目”，围绕出租车、公交车、轨道交通、电子车牌、客运站、停车场等城市综合交通出行信息服务需求的热点，下沉到各种出行形态，收集交通出行人群数据，以大数据为驱动，以移动互联网为载体，为用户提供出行规划管理的数据信息服务。

### 三、交通数据的共享

与其他交通信息化公司专注于交通、公安领域的系统集成项目不同，千方科技自成立起就依托对数据的理解逐渐构建起交通数据采集—交通数据处理—交通数据反馈及应用的闭环系统。依托承建的城市出租车管理平台及出租车载GPS终端，千方科技协同行业主管部门或出租车公司获取反映城市主要道路的实时动态交通信息，并获得数据的二次开发权；依托承建交通部相关系统，千方科技获得全国主要城际间实时数据的二次开发权，这一数据具有排他性，是千方科技开拓全国业务的重要抓手；以客流监测系统及终端为抓手，通过与公共交通运营公司及管理部门合作，千方科技可以实时获取公共交通工具承载的交通流量数据；通过积极投资电子站牌、民航信息化等

领域获取用户出行的其他数据。千方科技以数据运营为抓手，实现多渠道数据变现。而公司闭环系统的形成恰恰是为了实现交通数据的共享。

千方科技的交通数据共享体现为交通与汽车领域的融合创新。节能减排、提升出行效率（保持畅通、减少拥堵）是两大相互紧密联系的创新目的。新能源汽车、车联网、汽车电子构成交通及汽车领域创新的核心技术体系。新能源汽车主要解决由传统燃油供能向充电桩供能的转换问题。车联网则构建起人、车、路互动的协同体，通过交通诱导、线路规划及感知路面并调整交通行为等实现更优的出行效率，车联网的核心在于构建基于交通信息实时采集、实时处理并实时反馈控制的网络系统并构建基于这一网络的生态。而汽车电子则着重解决车载传感、导航终端的装置问题，其技术架构正日益云化。

不仅如此，2015 年，千方科技打造了公交、地铁、长途客运及民航等交通信息平台，有各自独立的 APP，未来要把单一的 APP 整合为一个整体 APP，实现不跳转的信息共享和以时间为节点的信息共享，这有别于携程、去哪儿等以票务为信息的模式，而是以便于出行为目的的信息发布平台。实现一站式驳运的平台，同时能给租车、拼车、停车等服务提供一个共享交易的平台。作为一个平台，必须下沉到生活社区，公司也在积极布局这些社区。如公交车站牌，把静态的数据动态化，这会有一个 APP，有交互式媒体的形态产生，能根据不同的 APP 用户进行精准的推送，从而大大提升平台的价值。另外，以城际交通信息平台为例，可以延伸至车辆维修、定损和轮胎更换等汽车售后服务市场，更可以延伸至汽车保险、互联网金融服务等领域，市场空间将大大拓宽。通过提供动态信息，借助这个平台千方科技有自己的票务销售、保险服务、广告投放等业务。

**四、结论与启示**

千方科技始终坚持开展“大交通”战略布局，2015 年，在城市交通、公路交通业务稳步发展的基础上，成功向轨道交通、民航等领域拓展，各业务板块有机结合、协同发展，实现了公司业务从单一交通向综合交通的转变，综合交通产业布局初步形成，公司也成为国内唯一一家综合型智能交通企业。围绕“大交通”的战略，千方科技合并收购了许多国内交通领域的领

先企业，横向扩展自己的业务，已形成真正的综合交通产业。得益于共享模式，千方科技正以等于零的边际成本更快地实现自己的目标。

资料来源：作者根据多方资料整理而成。

共享经济如潮水般袭来，正在改变着未来世界。互联网公司 Uber 和 Airbnb 在全球范围掀起了一场颠覆式的创新革命。在出行方面，以前除了出租车，现在还可以叫 Uber，而且车更好、价格更便宜；在住宿方面，以前除了住酒店，现在还可以住 Airbnb。共享经济不仅颠覆了传统的商业模式，而且也在改变我们工作和生活的方式。可以说，共享经济时代已经到来。

## 一、共享经济时代的到来

2008 年的金融危机，给了共享经济一个绝好的发展契机。受金融危机的影响，美国经济呈现出缩减开支和节约成本的趋势，普通民众开始寻找第二职业或者兼职以补贴家用。在这种大环境下，共享经济的代表公司 Uber 和 Airbnb 开启了共享经济的时代。

### 1. 共享经济改变了世界

你可能不知道什么是共享经济，但你是否曾用 Uber、滴滴、神州等打车软件乘过车？你是否上 Airbnb、途家、蚂蚁短租等预订过房间？你是否上美团、大众点评、百度糯米等进行过团购？其实这些都是共享经济的表现，共享经济以“共享”为特征，正在改变我们早已熟悉的商业运行规则，也正在改变我们所生活着的世界，如图 1-1 所示。

图 1-1 共享经济改变了世界

第一，共享经济改变了人们的工作和生活。共享经济通过合理配置闲置资源，实现了利益最大化。几乎任何人都可以随时参与，并受益其中。许多人除了有一份朝九晚五的正式工作之外，还会参与到共享经济的实践中去。你可能同时是 Uber 司机、Airbnb 房东、Instacarter 买手。通过这些共享经济平台，你可以灵活地交换时间、技能和金钱，找到最适合自己的生活方式，甚至还可以从中交到不同圈子的朋友，获得新的技能和职业机会。面对充满不确定性的未来，共享经济能够提供多元化的职业道路，抵御潜在的失业风险。

随着共享经济日益普及，生产和消费会紧密结合，工作将日渐成为生活方式的一种。当工作成为一种分配时间、置换资源的方式，我们或许可以用一份工作来满足自己的爱好，通过另一份工作交朋友，再用第三份工作挣钱。共享经济恰好是帮我们实现这些目标的不二选择。

第二，共享经济颠覆了传统的商业模式。共享经济是席卷全球的颠覆性商业革命。作为共享经济基础的互联网技术，大大减少了微观主体间的信息不对称，也大幅降低了由信息不对称造成的搜寻、谈判、监督等方面的交易成本。对于生产者来说，市场交易成本的降低导致传统企业边界收缩，带来个体经济的强势回归。而对于消费者，由买变租增加了消费者的福利。传统企业边界的收缩，使得“劳动者—企业—消费者”的传统商业模式逐渐被“劳动者—共享平台—消费者”的共享模式所取代。

共享经济是对闲置资源的再利用，其实质就是重构链接——让原本闲置的供给和潜在的需求相匹配，形成一种生态的产业环。每一个个体或企业都可以成为产品或服务的供给方或需求方，在产业环的外围和中心任意转换。这也是共享经济交易市场外延无限的根本原因。

共享经济的理念是对传统产权观的一种革新和颠覆。“不求拥有，但求所用”是共享经济的典型特征。共享经济不同于传统产权中归属权和使用权的统一，而是将支配权与使用权分离，侧重于对使用权的最大利用。以“不使用即浪费”和“使用所有权”为基本理念，倡导“租”而非“买”，鼓励人们彼此分享暂时闲置的资源，从而达到资源的最大化利用。

共享经济时代的到来，还为个体间的关系开启了一个新的通道。共享模式赖以生存的一个重要条件是情怀，只有出于对社区邻居的信任，用户才会选择“回家吃饭”，也只有出于对司机的信任，用户才会选择“滴滴出行”。这种社区情怀

深刻地改变了社会个体间的关系，一种被称为信任的情愫在逐渐滋生。

第三，共享经济推动了经济增长。共享经济将闲置的资源重新分配及应用，让资源可以充分被利用并产生经济效应。2015 年，全球共享经济的经济规模达到了 150 亿美元。而据普华永道会计师事务所研究报告指出，这一数字在 2050 年将增加到 3350 亿美元。共享经济逐渐成为经济增长的重要组成部分。根据国家信息中心发布的《中国共享经济发展报告 2016》显示，2015 年我国共享经济规模约为 19560 亿元，具体如图 1–2 所示。

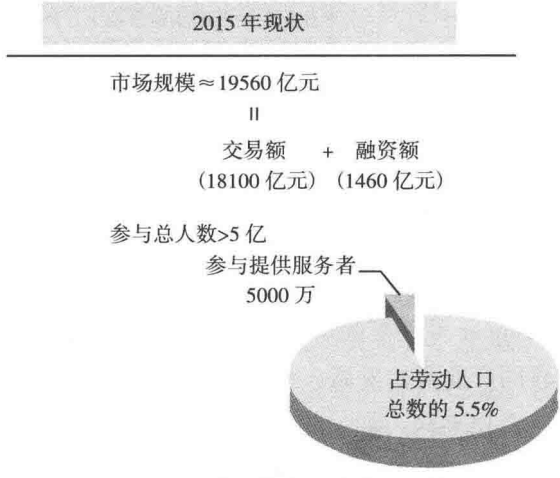



**图 1–2 我国共享经济发展现状**

共享经济推动社区信任的建立。共享始于技术，终于信任，共享经济的一个重要特征就是通过本地服务建立人与人之间的信任。无论是租车还是租房，这些平台都是利用网络社区营造本地服务理念，线上互动，线下服务，希望车主与乘客、房东与房客成为朋友，并通过朋友间的信用评价来实现资源利用的最大化。

### 2. 共享经济在我国的发展

近年来，我国共享经济发展迅猛。2014 年开始，共享经济企业出现井喷式爆发。新增分享经济企业数量同比增长 3 倍，席卷 10 大主流行业、超过 30 个子领域，颠覆性地创新了原有的商业形态。目前，我国出现了 16 家共享经济独角兽企业，另外还有 30 多家估值超过 10 亿元、累计估值超 700 亿元的准独角兽企业。其中，近 1/3 集中在出行和金融领域。Uber 和滴滴出行分别以 150 亿美元、



此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com