

“互联网+”
新商业模式书系

共享经济

“双创”背景下的共享模式创新 >>>

李鸿诚 著

LI HONGCHENG

共享经济新一轮浪潮来袭
互联网商业模式创新与颠覆
共享跨界——正在影响整个商业世界
共享经济——颠覆性商业革命引爆未来

零

边际成本时代

共享经济

“双创”背景下的共享模式创新 >>>

李鸿诚 著

LI HONGCHENG



图书在版编目 (CIP) 数据

共享经济：“双创”背景下的共享模式创新 / 李鸿
诚著. -- 北京：企业管理出版社，2017.1

ISBN 978-7-5164-1397-5

I. ①共… II. ①李… III. ①网络营销—商业模式—
研究 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第274426号

书 名：共享经济：“双创”背景下的共享模式创新

作 者：李鸿诚

选题策划：周灵均

责任编辑：周灵均

书 号：ISBN 978-7-5164-1397-5

出版发行：企业管理出版社

地 址：北京市海淀区紫竹院南路17号 邮编：100048

网 址：<http://www.emph.cn>

电 话：总编室 (010) 68701719 发行部 (010) 68701073

编辑部 (010) 68456991

电子信箱：emph003@sina.cn

印 刷：香河闻泰印刷包装有限公司

经 销：新华书店

规 格：170毫米×240毫米 16开本 10印张 130千字

版 次：2017年1月第1版 2017年1月第2次印刷

定 价：36.00元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

序

互联网掀起的下一个革命浪潮叫 “共享经济”

水木然

21世纪的革命，不是从政治领域开始，而是从经济领域开始！

只有一种力量可以改变中国，那就是互联网。互联网掀起的下一个革命浪潮叫“共享经济”。在共享经济时代，所有的经济理论必须推翻重建。

在计划经济时代，对所有的物品，我们更多的是拥有使用权。此时人与人的关系是共同劳动的关系，属于同一个集体，这是一种“被协作”的关系。当然，因为牵扯不到利益关系，此时人与人之间相互信任。

市场经济发展起来之后，很多物品的“占有权”被明确到个人，人与人的关系由共同劳动变成了直接竞争，于是拉开了收入差距，人与人之间也因此变得陌生和冷漠。

如今，“共享经济”开始流行，它来源于互联网，但它所带来的冲击将远远超过互联网本身。它提供了一种新的思维方式，这件



物品的“占有权”属于谁并不重要，重要的是你能不能使用它。

传统互联网实现了“信息共享”，而移动互联网实现了“经济共享”。各种APP能通过时间、地点、技能的匹配将物品的使用权分配到最需要它的地方，将资源利用率最大化，将多余资源转化成为生产力！因此，几乎所有产业都将会被共享经济所改变。

工业革命让人类的生产首次跟上了消耗的节奏，于是工业革命以来，人类开始依赖于生产来解决需求的矛盾。这种办法一直用了200多年，已经有了免疫力。现在问题越来越集中在资源分配不均衡上，有的人资源不足，有的人资源过剩。我们需要调配资源的使用来满足社会需求，这个方法就是共享经济。

这个时代的主流产品不是物品、货物，而是抽象的思想、情感；这个时代的主流工作也同样不是朝九晚五、固定办公，而是有技能、有经历、有能力。共享经济模式使人们的职业变得多元化，比如自由职业的兴起。共享经济解放出来很多“自由人”，大量“自由人”和“消费者”聚集，让供求双方更自由地选择。

共享经济时代，无论是在技能、产品还是服务上，拥有一技之长的人同样可以通过互联网平台，寻找到与之相匹配的工作。人们可以根据自己所擅长的来自由支配自己要在什么时间、什么场所，做什么样的事情，根据自己的兴趣所在，制定目标，决定自己要成就一番怎样的事业。

这场正在到来的共享经济革命，将开启中国经济全新的未来！

前 言

共享模式成为众多创业者的重要选择

随着互联网尤其是移动互联网的发展，以及近年来“互联网+”行动计划和“大众创业、万众创新”的推进，共享模式成为众多创业者的重要选择。据国家信息中心信息化研究部和中国互联网协会分享经济工作委员会联合发布的《中国分享经济发展报告2016》显示，2015年中国分享经济市场规模约为19 560亿元（其中交易额18 100亿元，融资额1460亿元），主要集中在交通出行、房屋住宿、金融、知识技能、生活服务、生产能力六大领域；分享经济领域参与提供服务者约为5000万人（其中平台型企业员工数约500万人），约占劳动人口总数的5.5%，参与分享经济活动的总人数保守估计也超过5亿人；预计未来五年分享经济年均增长速度在40%左右，到2020年市场规模占GDP比重将达到10%以上，未来十年我国分享经济领域有望出现5~10家“巨无霸”平台型企业。

为什么共享模式成为众多创业者的重要选择？关键在于共享模式能够优化配置资源。



第一，消费升级与技术进步携手驱动共享模式发展。当竞争市场固有的活力不断推进技术创新，使得生产和交易成本不断下降，以至于越来越多的商品和服务无限趋近免费，基于市场供求关系力量的“交换经济”渐渐地转向基于分享和非稀缺商品的“协同经济”或者共享经济。此外，在人类本性深处，更偏好信任，希望有更大的主动权和信息透明度，规避不确定性和模糊性。共享模式比交换模式更能营造信任的氛围，能使消费者在消费过程中充分发挥自我掌控能力。在互联网技术不断进步的推动下，社交网络生态的日益成熟也赋予了共享经济崛起的通道。信息技术和网络社会的普及，为人类生活带来了极大的便利，同时伴随着生活方式的创新。网络支付方式和基于云端的网络搜索、识别核实、移动定位等网络技术的流行，也大大降低了人们进行共享的交易成本。物联网的分布式、协同式特点和横向规模结构，与3D打印技术的结合，使得数以百万计的人们聚集在巨大的协同共享体系中共同生产并分享其成果。

第二，共享模式可从供给侧优化闲置资源使用权。共享模式的本质，归根结底是资源的优化配置，是指能够让商品、服务、数据以及智慧拥有共享渠道的商业运营模式。在“互联网+”时代，共享模式主要以移动互联网为载体，利用P2P技术来促进信息的高效流通，减弱信息的不对称性，从而使得使用价值的获取更为廉价，也更为方便快捷。共享的对象可以包括汽车、房子、办公室或闲置设备等固定资产，也可以包括信息、能源、资金等资产。根据共享对象特征，共享模式包括两类：一类是基于产品使用时受排他性影响的共享模式，这实际上是同一所有者掌控下的特定物品在不同需求者之间实现使用权转移，如汽车、房屋、WiFi和技能等。另一类是基于产品使用时不受排他性影响的共享

服务，产品使用权转移过程同时伴随所有权转移，一般是二手产品的回收和转让，以及产品本身使用过程具有非排他性特征，比如信息服务、数据共享等。

第三，共享模式将带来广泛而深刻的社会正效益。共享模式不仅影响人们的出行方式，还将改变人们的社交和生活，甚至改变人们的思想和人生。随着共享模式的兴起，个别的、细微的消费行为变化经过集聚整合最终将会带来巨大的商业变革和社会变革。一是共享模式颠覆了企业所有与个人消费的产业模式，每个人可以同时成为消费者和生产者，可以自由选择自己感兴趣和擅长的工作并合理安排时间，自由度得到提升，人际关系得以拓宽，信任感增强，自我价值实现的成就感得到满足，这些都极其利于人的全面发展。二是共享模式的去工业化和去中心化使得每个人都可以从被动的消费者转变成创造者，个体创造力得到极大的释放。三是共享模式实现了消费模式从“扔掉型”到“再利用型”的转变，通过社会存量资产的调整，实现了商品价值最大限度地利用，例如，每辆共享汽车平均可替代20辆普通汽车，同时减少了因购车后边际成本降低而诱增的无效出行。可以说，共享模式以接近免费的方式分享绿色能源和一系列基本商品和服务，这是最具生态效益的模式，也是切实可行的可持续发展模式。

事实上，一个成功的共享模式，必须熟知其基本元素，遵循其运行规则。基本元素包括出租者、购用者、第三方及其提供的网络信息平台、标的物、相关媒体、政府监管者等。运行规则是通过支撑性平台进行交易，平台在参与者背景审查、发布供需信息、发挥协调功能，以及降低参与者之间的交易成本方面尽职尽责，诸如清晰界定范围、建立使用权获取制度、建立违反规则制裁机制、建立快速应对机制等。



现实中，共享模式存在的人与人之间的信任问题，以及监管模糊和规则真空等问题，给本来益处多多的共享模式造成了障碍。另外，当下火热的跨界新型商业模式及“跨界打造互联网生态圈”，对共享经济来说也是需要处理好的实际问题。解决这些问题，最好的途径就是认真借鉴成功者的经验，然后制定出适合自己的共享模式。基于此，本书以案例为支撑，对“大众创业、万众创新”背景下共享经济及其共享模式创新进行实证解读，是有“共享”愿望的读者应该拥有的一部著作！

目 录

第一章 共享经济：商业社会的颠覆性变革 /001

共享经济商业模式的本质是同时连接供应者与需求者，使双边互为条件，又相互促进。那么，怎样才能找到供应者与需求者，怎样才能对双边用户进行有效的信息匹配，怎样才能让双边用户这个群体运转壮大，这需要几个重要的条件，也是共享经济形成的必不可少的要素，即新技术、“互联网+”、资源使用权、唤醒与改造以及行业分享。事实上，正是这些要素所构成的共享经济，使商业社会发生了翻天覆地的变化，为不断消失的工作岗位、不断加大的贫富差距以及日益严重的资源稀缺问题给出了答案。

第一节 新技术 + “互联网+” + 资源使用权 + 唤醒与改造 + 行业分享 = 共享经济 / 003

第二节 新技术：智能终端成为信息输入的重要端口 / 006

第三节 “互联网+”：互联网与传统行业的“化学反应” / 009

第四节 使用权胜过所有权，“占有”不再是重要价值指标 / 012





第五节 唤醒与改造：重塑信任体系、变革消费观念、唤醒创业潜能 / 014

第六节 优客尚品：打造“互联网+”时代传统行业分享的完整解决方案 / 016

第二章 共享交通出行：服务类型快速拓展，运营模式迭代创新 / 019

交通分享是指在分享经济的大背景下，以互联网平台为依托，整合社会闲置车辆、车内空间或驾驶技能等交通资源，通过大数据计算高效匹配出行供给与需求，实现分享出行能力的各种智慧出行方式的总和。在“互联网+”的背景下，交通分享成为传统出行需求与大数据、移动互联网等新技术交叉组合、叠加应用下催生出的全新出行模式，并在短时间内成为影响范围较广、活跃程度较高、备受消费者追捧和市场关注的热门领域。现实中的代表案例有滴滴出行、Uber中国、神州专车、易到用车等。这些案例在短期内实现了服务类型的快速拓展和运营模式的迭代创新。

第一节 滴滴出行：以“一站式”模式成为交通分享领域代表 / 021

第二节 Uber中国：“去中心化”“三人模式”的运营秘密 / 024

第三节 神州专车：“专业车辆+专业司机”的B2C运营模式 / 027

第四节 易到用车：没有一辆车，没有一个司机，却可以电话下单 / 031

第五节 P2P和B2C两大运营模式：打造平台与车辆及司机关系 / 034

第三章 共享房屋住宿：在线短租，满足需求 / 037

房屋分享是指通过互联网平台将市场上分散的房源信息集中起来，并开放给有需要的用户。互联网使得找不到临时住处的人和有空置房间的人可以方便地建立起联系，闲置房屋最大限度地得到利用并为其所有者带来收益的同时，租户日益多样的个性化需求也得到了满足。房屋分享以在线短租最为典型，即房东或者房源经营者通过网络平台发布空置房屋与价格信息，销售房屋的短期使用权，有旅游、出差或其他居住需求的租客可搜索并浏览房屋相关信息，与信息发布者沟通并实现租住交易。代表性案例如途家网、小猪短租、游天下、蚂蚁短租、Weshare我享度假、Airbnb等。

第一节 途家网：用“O2O+B2C”模式改造度假租赁行业 / 039

第二节 小猪短租：C2C短租平台让陌生人住我家 / 042

第三节 游天下：“在线平台+管家+托管”业务模式 / 044

第四节 蚂蚁短租：线上检索和支付、线下享受服务的O2O模式 / 047

第五节 Weshare我享度假：“产权共享+换住共享”的二维共享模式 / 049

第六节 Airbnb：连接旅行者和潜在“房东”的短租平台 / 053



第四章 共享金融：迅速崛起的互联网金融的一个重要组成部分 / 057

共享金融服务是迅速崛起的互联网金融的一个重要组成部分。金融与互联网模式相互渗透，促使金融的共享经济需求诞生，目前主要有P2P网贷模式与众筹模式。金融共享经济通过互联网平台快速高效搜寻和撮合资金的供需方，加快资金的周转速度，最大限度地发挥了资金的使用价值。目前，无论直接金融还是间接金融，其本质其实都可理解为“共享”，这类“共享”是金融的核心，也是金融之所以于建设“美好社会”至关重要的原因所在。代表案例有京东轻众筹、苏宁众筹、淘宝网特色产品和服务、汇丰银行的SAS实时欺诈防范侦测系统。

第一节 P2P网贷：借贷双方直接交易，体现普惠金融特点 / 059

第二节 京东轻众筹：一种审核简单、即发即筹的众筹模式 / 062

第三节 苏宁众筹：实现线上线下同步产品体验的全渠道平台 / 065

第四节 淘宝网特色产品和服务：掘金大数据金融市场 / 068

第五节 汇丰银行：SAS实时欺诈防范侦测系统 / 070

第五章 共享知识技能：知识和技能到了变现时刻 / 073

知识技能共享，即把个人或机构分散、盈余的知识技能等智力资源在互联网平台上集中起来，通过免费或付费的形式分享给

特定的个人或机构，最大限度地利用全社会的智力资源，以更高的效率、更低的成本满足生产及生活服务需求。近年来知识技能分享发展迅速，总体呈现出欣欣向荣的积极态势：行业规模不断扩张，业务范围向线上线下高端化拓展，参与分享主体变得越来越专业化，垂直型平台在各个领域不断涌现，资本市场投入明显加大，分享平台成为大众创新创业载体。代表案例有一品威客、猪八戒网、译言网、凯翼众包、海尔HOPE平台、百度问咖等。

第一节 一品威客：“超级设计中心”和“接单助手”

APP / 075

第二节 猪八戒网：将创意、智慧、技能转化为价值 / 077

第三节 译言网：语言翻译领域的佼佼者 / 080

第四节 凯翼众包：面向全球的全民造车运动 / 082

第五节 海尔HOPE平台：在家电风口引爆创新动力 / 085

第六节 百度问咖：一对一知识经验共享平台 / 088

第六章 共享生活服务：整合线下闲置资源，满足生活服务需求 / 093

生活服务分享指的是依托互联网平台整合线下餐饮、家政、美容美体、社区配送等生活服务机构及个人闲置时间、技能等闲置资源，以更为便捷的方式满足人们生活服务需求的一类经济活动。目前国内从事生活服务分享的平台企业主要有两类：一类是专注于某一细分领域的平台企业，通常体量较轻；另一类是基于大型平台企业衍生出的新企业。主要集中但不局限于以下五个领域：餐饮业、家政服务业、美业、社区配送服务和汽车后市场。代表案例有盛久网络的“蜜糖”、云家政、西安紫竹美容院等。



- 第一节 盛久网络的“蜜糖”：一个基于“情感”的社交产品 / 095
- 第二节 云家政：家政服务公司及用户管理的信息化平台 / 097
- 第三节 西安紫竹美容院：创新“拼客”美容，扭转不利局面 / 098
- 第四节 共享物品：物品共享、书籍共享、服装共享等多元化形态 / 101
- 第五节 共享美食：不是解决“饭”的问题，而是营造文化交流平台 / 104
- 第六节 共享医疗健康：平台预约医生、健身场馆及健身教练分享 / 106

第七章 共享生产能力：整合企业生产能力，实现最有效对接 / 111

生产能力分享指的是通过互联网平台，将不同企业闲置的生产能力整合，实现产品的需求方和生产的供应方有效对接的新型生产模式。一般而言，根据需求方身份的不同，生产能力分享可分为两种类型：业务协作与众包生产。业务协作指的是生产型企业将自己生产线中的某些业务众包出去，如产品配件、外包装、图形设计等。众包生产指的是由产品的需求方提出产品要求，将产品的全部生产众包出去。这两种类型在具体操作模式上相差不大，不过业务协作模式增加了生产型企业与产品销售商对接的环节。生产能力分享代表案例有爱鲜蜂、沈阳机床、阿里巴巴淘工厂等。

- 第一节 爱鲜蜂：“众包模式+产品渠道模式” / 113
- 第二节 沈阳机床：i5智能机床实现“指尖上的工厂” / 115
- 第三节 阿里巴巴淘工厂：利用工厂空闲档期实现整合协作生产 / 118
- 第四节 产能众包分享模式：依托互联网实现供需信息的有效对接 / 120

第八章 共享跨界：跨界整合资源，打造互联网生态圈 / 127

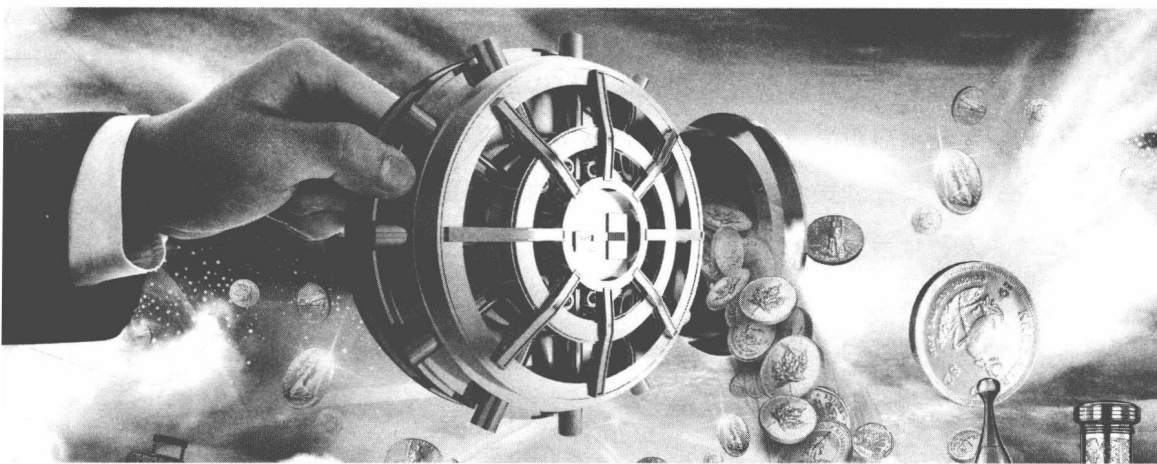
随着互联网经济的深入发展，各类资源被重新整合分配，打通行业之间的壁垒，模糊线上与线下的界限，实现跨界重组，是不可逆转的发展方向。无论是个人发展还是企业进步，不断打破与重构，在共享中实现共生、共荣、共赢，是发展所必经的过程，这方面的代表案例有VR跨界、影视演员参赛《跨界歌王》、乐视跨界营销、海尔打造“互联网+”跨界生态圈、TCL集团携手腾讯打造互联网生态圈等。

- 第一节 “战略+人才+平台”，打造互联网生态圈 / 129
- 第二节 VR跨界，场景体验让人“嗨”起来 / 132
- 第三节 影视演员参赛《跨界歌王》：“装得很像” / 134
- 第四节 乐视跨界营销，引领行业变革 / 136
- 第五节 海尔：打造“互联网+”跨界生态圈 / 138
- 第六节 TCL集团：携手腾讯打造互联网生态圈 / 141

第一章

Chapter 1

共享经济： 商业社会的颠覆性变革



共享经济商业模式的本质是同时连接供应者与需求者，使双边互为条件，又相互促进。那么，怎样才能找到供应者与需求者，怎样才能对双边用户进行有效的信息匹配，怎样才能让双边用户这个群体运转壮大，这需要几个重要的条件，也是共享经济形成的必不可少的要素，即新技术、“互联网+”、资源使用权、唤醒与改造以及行业分享。事实上，正是这些要素所构成的共享经济，使商业社会发生了翻天覆地的变化，为不断消失的工作岗位、不断加大的贫富差距以及日益严重的资源稀缺问题给出了答案。