

拥有权让道，使用权夺位
最轻松的盈利模式，洗牌传统运营体系

无限价值挖掘，引爆共享经济

共享经济

红利分配新模式

张议云 李夏炜 冯志东 著

传统企业转型必由之路！

The only way for the transformation of traditional enterprises!

Uber 6年，估值过500亿美元，速超Facebook、谷歌、亚马逊；

Airbnb 7年，估值过200亿美元，融资总额达10亿美元。

是共享经济，让它们异军突起！

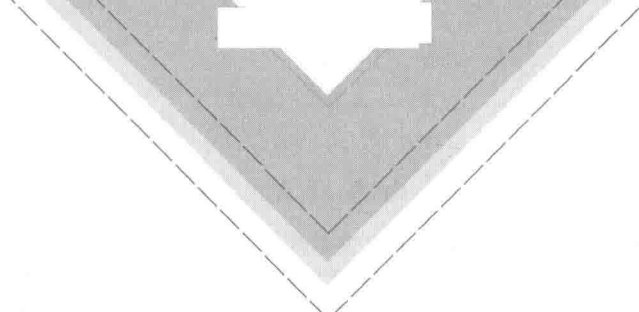
传统商业模式已被解构 商业价值链正临大洗牌
共享经济定义商业未来 迎来下一个千亿级风口



本书将带你开启创业新密码！

清华大学出版社





共享经济

红利分配新模式

张议云 李夏炜 冯志东 著



清华大学出版社



内 容 简 介

共享经济时代已经到来,小至共享单车、共享汽车,大至“一带一路”,都在逐渐改变着我们的生活方式。本书介绍了共享经济的定义、盈利模式,以及具有代表意义的共享平台,如共享 WiFi、共享资金、共享住宿、共享出行、共享美食、共享工作平台等。本书的目的不仅在于让我们了解共享经济,更重要的是帮助我们寻找切入共享经济的点,获得本该属于自己的时代红利。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。
版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

共享经济:红利分配新模式 / 张议云,李夏炜,冯志东著. —北京:清华大学出版社,2018
ISBN 978-7-302-48935-1

I. ①共… II. ①张…②李…③冯… III. ①商业模式—研究 IV. ①F71

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 287699 号

责任编辑:杨静华
封面设计:奇庐文化
版式设计:楠竹文化
责任校对:赵丽杰
责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:三河市国英印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×240mm 印 张:12 字 数:208 千字

版 次:2018 年 2 月第 1 版 印 次:2018 年 2 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:39.80 元

产品编号:076808-01



从滴滴出行、共享单车再到共享充电宝、共享雨伞……共享经济已经成为一个时代性、全民性的话题。共享经济最显著的特征就是任何人都可以参与进来，不受时空的限制，利用零散的社会资源使用权短暂性转移这一特点所形成的资源效益化，促进人和物的全面流通，使消费者的自我需求变得个性化，社会效率有所提升。

共享经济的本质

共享经济的本质就是分享，也就是将自身拥有的资源和技能与用户分享，并创造相关的社会价值。目前，共享经济在业界的形态基本分为两种：一种是如滴滴、Uber 等类型的 C2C 共享，也就是将用户个人所拥有的闲置资源参与市场获取收益，有人认为这种方式是共享经济的初始化模式；而另外一种则是像共享单车、共享充电宝这类为了控制质量而自营的 B2C 共享，可以随时随地被用户租借使用，被称为共享经济的进阶模式。

共享经济的运用

目前，共享经济模式已经运用到国内各行各业。例如，为了解决打车问题而出现的共享先驱——滴滴目前估值已经超过 500 亿美元；共享单车巨头摩拜、ofo 的市场争夺战愈演愈烈，各自的估值也都超过 100 亿美元；兴起的共享充电宝项目也进入白热化阶段，来电、街电、随充等纷纷融资数千万至上亿美元；共享雨伞、



共享篮球、共享睡眠舱……共享经济模式在国内的运用已经席卷了各个行业，成长速度十分惊人。

共享经济时代的消费更加凸显出消费者的自我需求，使消费者拥有更多的个性化选择权和透明度，从而实现企业、消费者的双赢。从本质上看，消费者并不缺自行车等产品，只是对时空具有需求性。移动互联网技术的进步满足了时空不对称问题，也使得共享经济类项目在国内资本市场受到热捧。

共享经济的延伸

共享经济正处在初级阶段，也就是物的共享。不管是 B2C 模式还是 C2C 模式，未来共享经济模式必将从物的共享过渡到技能共享、人才共享。个体的自由职业化趋势愈发明显，特别是伴随着移动互联网长大的 90 后、00 后这一代，他们对时间把控的要求越来越高，在收入和价值不成正比时，就会造成心理上的不平衡。而企业则会考虑人力成本的问题，借助专业技能型人才的任务制方式完成工作，打破传统的一对一的雇佣模式，转型为多对一的人才共享机制。

本书的三位作者都是共享经济项目的创始人，对共享经济的思考具备独特的视角，他们系统性地对共享经济新兴企业的社会价值、运营模式、创新理念三个维度进行了分析，并从产品定义、推广方案、投资策略等多个方面帮助创业者深化自己对企业发展的认知。这是一本不可多得的好书，在共享经济爆发的时代具有一定的指引价值。

口袋兼职 COO 李泳

2018.01.30



上篇 共享经济让赚钱更容易

▶▶▶ 第1章 共享经济是什么 3

全球最大的共享经济：一带一路 3

本质：去中介化与再中介化 5

核心在于“共享”还是“经济” 7

体验经济是共享经济的微观基础 9

零边际成本催生共享经济 10

需求方、供给方和共享经济平台是三大主体 12

人人参与，人人受益 15

▶▶▶ 第2章 巨头纷纷布局，争抢共享红利 18

资本涌入，共享单车上演“橙黄大战” 18

竞争浮现，联合办公空间相互战略入股 20

租衣风兴起，女神派、衣二三、多啦衣梦相继融资 22

10天5起融资，共享充电宝领域快速吸金 24

共享奢侈时尚化，珠宝共享平台梵星学获数百万元投资 26

战火升级，非标住宿共享平台“棠果旅居”获亿元融资 28

兼职改革，口袋兼职开创共享兼职时代 29



▶▶▶ 第3章 七大热点共享经济模式 36

WiFi 共享经济开创者——必虎科技(2003 年) 36

共享资金价值模式开创者——ZopaP2P 网贷平台(2005 年) 38

全球性的住宿共享平台——Airbnb(2008 年) 39

共享出行领域领导者——Uber(2009 年) 41

本土美食在线预约平台——EatWith(2012 年) 42

共享单车平台——ofo 44

面向全球的在线工作平台——Aawork 45

中篇 如何搭乘共享经济顺风车

▶▶▶ 第4章 寻求风险资本支持 49

组建技能互补的创业团队 49

寻找看好共享经济领域的投资者 51

通过第三方推荐接近风险投资人 53

商业计划书是成功融资的敲门砖 55

说服投资人出钱的五大策略 57

▶▶▶ 第5章 适合共享的目标市场在哪里 60

大规模市场：衣食住行 60

高频刚需：交通、旅游、金融、物流、餐饮、社交 63

供给侧：价格高或难度大 67

传播效应：产品或服务能够标准化 69

定价体系：公允价格匹配供需双方 73

▶▶▶ 第6章 共享创业的五大商业模式 76

微博式：一对一、一对 N、N 对 N 76

- 社交式:开放平台+朋友圈 78
- 攻略式:开放平台+特定群体 80
- 资源式:向需求人群提供共享资源 82
- “达人”式:向特定人群共享特定资源 83

▶▶▶ 第7章 战略设计及典型应用 85

- 差异化:凹凸租车 24 小时全城免费取还车 85
- 持久化:随充形成手机续航新趋势 88
- 社群化:“共享际”开启国际青年共享社区新模式 91
- 合纵连横:共享办公优客工场牵手洪泰空间 93
- 生态共享:从线上到线下,整合 3P 的途家 94

▶▶▶ 第8章 共享经济平台的构建步骤 97

- 挖掘闲置或盈余资源 97
- 以网络平台连接供求双方 100
- 从种子用户开始直到突破引爆点 103
- 围绕平台构建共情社群 106
- 完善并维护信任机制 110
- 通过筛选、过滤与推荐满足供需高效匹配 113
- 以免费模式打开市场 116

▶▶▶ 第9章 哪些陷阱导致用户体验差 120

- 痛点不痛或者痛点被解决的难度较大 120
- 有效供给不足导致订单匹配率太低 123
- 只形成信息闭环而不能形成价值闭环 125
- 没有兼顾用户密度与资源密度 126
- 供应方自建资源池还是众包资源 128
- 需求方先 TOB 还是先 TOC 130



下篇 共享经济的发展态势及前景

▶▶▶ 第 10 章 共享经济与人工智能 137

从模仿到超越，人工智能终将颠覆人类社会 137

人工智能为共享经济提供硬件基础 140

“共享汽车+人工智能”造就下一个“独角兽” 142

住宿共享平台 Airbnb 利用人工智能加强监管、保障安全 145

摩拜推人工智能平台“魔方”，领跑共享单车 146

▶▶▶ 第 11 章 共享经济与虚拟现实 149

人类对超现实感官体验的追求造就虚拟现实 149

未来三大社会趋势：共享、虚拟与自由 153

从现实共享到虚拟共享 156

虚拟货币构建虚拟现实的共享经济 157

“共享经济+VR”造就另一个“滴滴出行” 160

▶▶▶ 第 12 章 共享经济与大数据 163

大数据不只是海量和非结构化 163

共享经济利用大数据实现资源调配 165

数据共享三大业务：DACP、DataHub、DataExchange 168

共享经济联合大数据玩转互联网金融信用分 171

“一带一路”融合国家级大数据 174

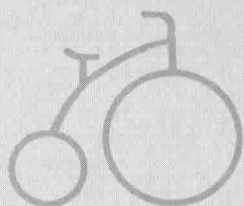
大数据、第三方支付和共享经济对零售业态的变革 177

参考文献 181

后记 182



上篇



共享经济让赚钱更容易

共享经济是以出租闲置物品使用权的方式来获得一定的回报的模式。这种物质共享的方式，合理利用了人们节省的观念，在付出同等代价的前提下，人们心里显然更倾向于对新事物的体验。而参与共享的商家也不是做公益，他们提供社会资源，获得商业资源，再赚取使用费，虽然前期投入不少，但是资金回流速度也确实比传统行业快。

共享经济给不同行业注入了新的动力，例如共享经济激活金融业。资源的共享以金钱的流通为媒介，金钱的流通带动社会财富流动，提高金融业的循环效率。资源共享的模式最大限度地避免了个人无用品的闲置，而且让它们在市场中能够持续发挥使用价值，这样一来所有人都可以赚钱。共享经济有巨大的发展潜力，共享经济让赚钱更容易。



第 1 章

共享经济是什么

共享经济的基础是：通过市场对资源进行配置，而并非由企业或个人控制分配过程，按需调配的过程就体现了共享。把资源碎片化就可以使得资源组合变得更灵活、更便于安排。但是，相应地，把分散化的资源整合成自己需要的完整产品，给消费者又增加了难题，所以应运而生出一个新的组织者。作为一个组织者需要收集大量分散化的资源，就必须依赖于一套强大的信息搜集系统，就是互联网。因此，信息技术一方面将资源粉碎成碎片，也就是把资源碎片化，另一方面这种碎片化的资源可以激发参与者的创造积极性，这两方面加起来才构成了共享经济的核心。

全球最大的共享经济：一带一路

“一带一路”是“丝绸之路经济带”和“21 世纪海上丝绸之路”的简称，从 2015 年被提出到今天持续发展。“一带一路”重走古代连接亚欧大陆文明的丝绸之路，开启谋求新发展的共享之路。

改革开放以来，我国的发展成就在国际上有目共睹，为了改善国际发展环境和更进一步地深化改革，保持更加开放的态度、融入国际开展合作势在必行，所以习近平总书记提出了“一带一路”建设构想。这将是一个在地理、政治、经济、文化各方面都有巨大回报的全球最大的共享计划。

“一带一路”建设，不仅能让沿线国家搭乘中国经济发展的快速列车，实现共享机遇，造福沿线国家人民，还能全面提升中国与其他发展中国家的良好友善的



合作关系,有助于推动各国保持良好合作,以支撑中国的和平发展。

在“一带一路”建设中,对互联网企业的需求巨大,因为互联网企业在跨境贸易中可以让贸易变得更加便利化。在国家“互联网+”行动计划引领下,中国互联网企业也确实发展迅猛,不断壮大产业规模,一直拓宽业务领域。和“一带一路”沿线国家相比,中国的互联网企业在技术、理念、资金等方面已经具有相对领先的优势和实力。这为我国和其他国家的进一步交流、合作提供了便利。

“一带一路”建设是推动中国区域经济发展向更广、更深层次发展的战略布局。它的主要内容是开通现实空间与网络空间相互联通的渠道,通过信息交换引导物质和能量的流动,加快相关经济要素有向流动,打造一个经济交融、文化包容的利益共同体。

在“一带一路”推行的过程中,各个企业是主角。在这其中,国有企业和民营企业是第一主角,在这两个主角之间,互联网企业的加入为大局的发展注入了新的活力,也为中国企业参与“一带一路”提供了特色与亮点。

滴滴出行首席发展官李建华在 2017 年“一带一路”与共享经济业态研讨会上表示:“作为互联网企业,我们理应坚定支持‘一带一路’倡议,积极参与全球竞争,与国家战略布局相向而行。”

而且我们有理由相信,未来的趋势将是:建立在国家之上的供应链成为发展的主体,区域之间的竞争更加细化,直到转化为城市之间的相互竞争。“一带一路”的背景为中国互联网企业的“共享经济”以及在上述趋势中发挥更加重要的作用提供了机会与可能。

现在的“一带一路”和古代的“丝绸之路”相比,需要更多软件以及数字方面的技术支持。共享经济会帮助我们在这方面形成突破。此外,共享经济的技术手段会帮助陌生人快速增进相互之间的信任感,还会降低交流成本,从而降低跨境贸易成本。

中国国际经济交流中心副总经济师徐洪才指出:“共享经济和‘一带一路’的联系具有现实意义,‘一带一路’想到与其他国家互融共通有一定的困难,但共享经济可以一定程度上克服物理条件,在文化层面和价值观层面促进我国与沿线国家的沟通与交流。”

而关于互联网企业参与“一带一路”的战略方向,国家行政学院副教授张效羽表示:“比之于‘丝绸之路经济带’的客观情况,互联网企业应该更多把目光聚焦于沿海国家和地区,特别是‘海上丝绸之路’沿线国家。”

其实,“一带一路”就是全球最大的共享经济,在强调“一带一路”背景下的共享经济的运作时,主动融合到各行各业就是一条出路。“共享经济”企业的发展离不开国家“一带一路”政策上的支持,而国家也可以在研究贸易便利化上省下很多工夫。

本质:去中介化与再中介化

共享经济平台的诞生降低了直接参与者对商业平台的依赖程度,劳动者可以直接在平台上向用户提供服务或产品。共享经济平台既在前端帮助劳动者解决了办公场地、资金的问题,又在后端解决了宣传和招揽客户的问题。同时,平台的直接对接效应促使每个商户为每位客户提供更好的、更有针对性的产品或服务。

互联网的蓬勃发展让“去中介化”成为必然趋势。其效应也体现在方方面面,既提高了交易效率,又降低了交易成本,最重要的是让供需双方直接对接。这样一来,可以把减少的时间、人力、物力等投入到优化信息搜索中去。这种“去中介化”交易较之传统意义上的交易更为方便、安全。

由于互联网的“去中介化”缩短了交易链条,避免了过多的人为参与,而且根据互联网本身数据化的可查询的特点,就可以保证交易过程的公平、公正、公开。这样不仅增大了交易双方的获利空间,而且有助于提升某些行业的整体水平。

去中介化,实际上就是利用互联网这个超级信息集合体,取代专门的商业信息媒介。互联网的优势是可以降低信息中介的成本,让信息变得廉价甚至免费,封锁传统信息中介盈利的通道。

互联网下的共享经济平台不仅将互联网应用于传统行业,更是利用互联网数据化的特点,将每时每刻的计算数据反馈给行业,促进行业创新。当某个行业长时间使用互联网“去中介化”时,便可以利用互联网平台的大数据去建模,预测这个行业的发展走向,帮助行业提供客观参考,提前避免一些危机。

但是,传统中介包含的内容不仅是提供有效信息,还包含一定的服务环节,这就让它很难被取代。所以就产生了再中介化:个体商户虽然可以不依附于商业组织,但为了挖掘更多的潜在客户,他们加入了互联网的共享经济平台。互联网在他们交易的过程中就充当了中介的角色。

例如,共享单车的发展经过一年的狂奔,终于于2016年在中国掀起的共享

经济领域的浪潮中抓住了机会。这等于是在 2016 年养精蓄锐,蓄势待发,然后在 2017 年一鸣惊人。共享单车其实就是典型的去中介化与再中介化。我们先看一下共享单车在 2016 年的融资情况,如表 1-1 所示。

表 1-1 2016 年“共享经济”共享单车领域融资事件表

平 台	融 资 时 间	融 资 轮 次	融 资 金 额
ofo	2016-2-1	A	1 500 万元
	2016-8-2	A+	1 000 万元
	2016-9-2	B	数千万美元
	2016-9-26	C1	数千万美元
	2016-10-10	C2	1.3 亿美元
摩拜单车	2016-8-19	B	数千万美元
	2016-9-30	C	1.3 亿美元
	2016-10-13	C+	5 500 万美元
优拜单车	2016-11-7	A	1.5 亿美元
	2016-12-13	A+	1 亿元
小鸣单车	2016-9-23	天使轮	数千万美元
	2016-10-8	A	1 亿元

共享单车的发展促进了去中介化,简化了租用自行车的流程。同样是租自行车,原先的流程是:去租车行,交给商家押金,再获得车的使用权。而现在的模式是:下载对应的 APP,先注册账户,再交押金,用车的时候直接扫描车身上的二维码开锁。省去了中间去租车行的环节,这就是去中介化。但是注册也好,扫描开锁也罢,都使用了智能手机,智能手机就充当了我们和共享单车的媒介,这就是再中介化。

为什么说共享经济的本质就是去中介化与再中介化呢?这是因为:我们的智能手机利用在线辅助功能代替了传统中介的角色,但是它们在数字环境中发挥了新中介的作用。阿尔文·托夫勒在《第三次浪潮》中这么说:“它以新的面目出现,但是它的本质还是中介,可以称之为再中介化。”

下面再以在线短租平台为例,看一下它的再中介化表现。

在线短租平台利用互联网作为信息展示平台,其再中介化表现在两方面,如图 1-1 所示。

(1) 在线短租平台同时联系供给方和需求方,平台本身具有中介效应。

(2) 从盈利方式上看,在线短租平台主要依靠向供需方一方或多方收取佣金实现盈利。

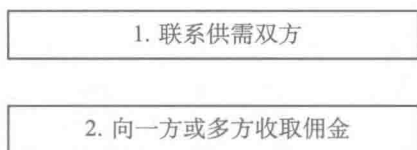


图 1-1 在线短租平台再中介化表现

因此,在线短租平台的“再中介化”有推动信息交换、提升经济效益的特点。同时,作为新型的互联网平台本身就具有低成本的特点。互联网平台依托信息技术的高速发展,能够使用户直接在网上预订,减少了中间环节,因此成本更低。

共享经济具备“去中介化”与“再中介化”两种属性。共享经济“再中介化”看似与“去中介化”相矛盾,实际上二者相辅相成。共享经济“再中介化”弥补了传统中介的减少带来的影响,它突破了传统观念的局限,以整合用户资源为目标,以大众性的力量实现共享经济的价值提升。未来,随着科技的继续发展,共享经济“去中介化”效应将更加明显,但同时共享经济本身的“再中介化”也不可替代,因为只有通过共享经济平台整合资源,简化流程环节,才能够真正提升效率,实现资源快速匹配。

核心在于“共享”还是“经济”

随着共享经济的兴起,单独的、细小的消费行为的改变经过整合沉淀,最终将会带来巨大的商业革新和社会革新。那么共享经济的核心在于“共享”还是“经济”?下面将慢慢给出结论。

先看发展共享经济的意义,共享经济带来的不仅是资源变多、交易变方便,更重要的是它会改变我们的生活方式,其意义主要体现在以下四方面,如图 1-2 所示。

1. 扩大可选择空间,提升福利空间

在传统商业模式下,人们多数时候只能被动地接收商家提供的广告信息,这使得一些人得知商品体验评价的来源只限于熟人圈子。但是基于互联网的共享经济模式却能让供需双方都能够发布自己能够提供的分享资源或需求资源,扩大了双方的可选择空间,无论是对资源的选择,还是交易对象的选择。而且通过共享经济的交易双方都能更多地掌握交易对象的信息,这在一定程度上避免了交易的欺诈性和不公平性。

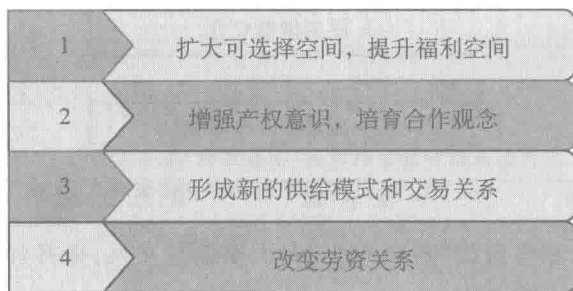


图 1-2 发展共享经济的意义

共享经济不仅降低了交易成本，还从根本上保证了交易质量，有利于提升双方的福利空间。

2. 增强产权意识，培育合作观念

共享经济把更多的有明确所属权的私人物品让更多的人以较低的价格使用，从而降低了个人添置专有物品的必要性，也扩充了人们对物品产权的意识，主要是增强了对共有物品的意识。

借助网络这个开放的平台，给陌生人有偿分享闲置的物品，从根源上扩大了人们分享的交际圈。分享的过程也是合作的过程，互相信任对方，才能彼此丰富生活，让共享意识变成社会交往中的必备素质。

3. 改变传统产业的运行环境，形成新的供给模式和交易关系

传统的消费运行方式是由企业家组织生产、提供产品，有很强的组织性，消费者以零散的客户为主。而网络平台不再需要企业家有计划、有组织地生产，需要的是确认每一位客户的需求，“按需生产”和“准时供给”成为共享经济的生产特点，预示着传统行业的运行环境将被打破。

对比整个社会的供给与需求，共享经济降低了社会资源的生产总量，提高了人们生活的满足感，推动了绿色消费观，而且可能促使新一轮产业革命的开展，帮助我们跳过过度消费的阶段。

4. 改变劳资关系

共享经济改变了社会上之前的劳资关系，把传统的雇佣模式变得更加开放，劳动者们可选择的就业方式也更加多样化。让那些喜爱自由又富有创意性的人才不必拘泥于上班的形式，方便他们去开展业务，提供想法，达到足不出户就可以谋生的目的。而且人们完全可以根据兴趣、时间、工资等方面来考虑选择想要