

引領世界變革的中國共享經濟

陳曉曉（集美大學馬克思主義學院講師）

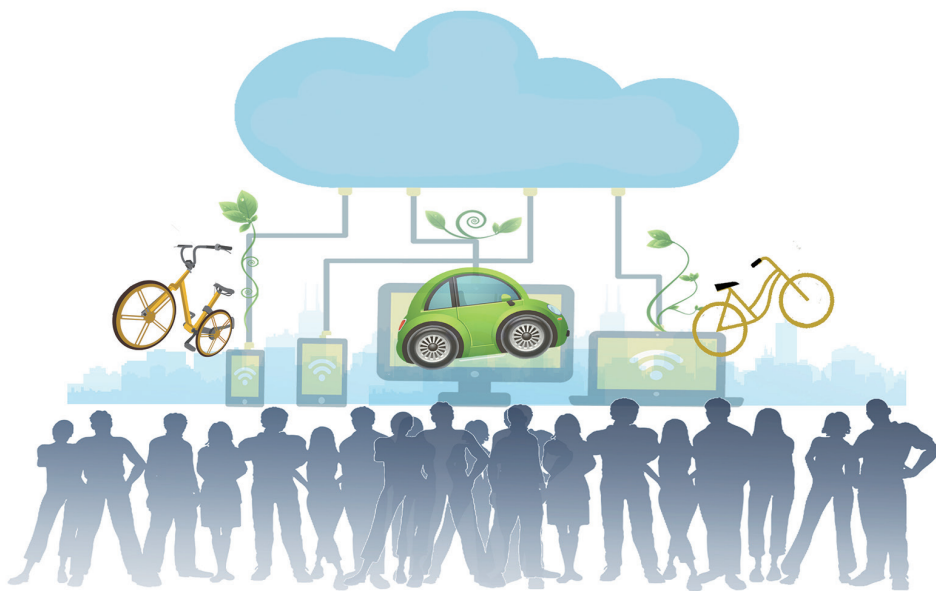
作為 2017 年最熱門的詞彙之一，「共享經濟」已成為中國大陸互聯網新經濟的一大特徵，成為一種蓬勃興起的商業形式。尤其是近年來「互聯網+」行動計畫和「大眾創業、萬眾創新」的推進，共享模式成為眾多創業者的重要選擇，從線上創意設計、行銷策劃到餐飲住宿、物流快遞、資金借貸、交通出行、生活服務、醫療保健、知識技能、科研實驗，共享經濟已經滲透到幾乎所有的領域。

阿里研究院 2017 年 10 月發佈的報告《創新飛躍的五年：10 大關鍵字解讀中國大陸互聯網》顯示，以共享經濟為主體的中國大陸獨角獸市值占全球 43%，僅次於美國的

45%。中國大陸「國家資訊中心」統計資料顯示，2016 年中國大陸共享經濟市場交易額達 3.45 萬億元，同比增長 103%，這一增速位居全球之冠，未來幾年將繼續保持年均 40% 左右的高速增長，到 2020 年交易規模將占 GDP 比重的 10% 以上。中國大陸共享經濟近年來實現了從無到有的跨越式發展。

共享經濟的定義

共享概念早已有之。傳統社會，朋友之間借書或共享一條資訊、包括鄰里之間互借東西，都是一種形式的共享。但這種共享受制於空間、關係兩大要素，一方面，資訊或實



物的共享要受制於空間的限制，只能僅限於個人所能觸達的空間之內；另一方面，共享需要有雙方的信任關係才能達成。

「共享經濟」這個術語最早由美國德克薩斯州立大學社會學教授馬科斯·費爾遜（Marcus Felson）和伊利諾伊大學社會學教授瓊·斯潘思（Joel Spaeth）於 1978 年發表的論文（Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach）中提出。其主要特點是，包括一個由協力廠商創建的、以資訊技術為基礎的市場平台。這個協力廠商可以是商業機構、組織或者政府。個體借助這些平台，交換閒置物品，分享自己的知識、經驗，或者向企業、某個創新專案籌集資金。經濟牽扯到三大主體，即商品或服務的需求方、供給方和共享經濟平台。共享經濟平台作為連接供需雙方的紐帶，通過移動 LBS 應用、動態演算法與定價、雙方互評體系等一系列機制的建立，使得供給與需求方通過共享經濟平台進行交易。

2000 年之後，隨著互聯網 web2.0 時代的到來，各種網路虛擬社群、BBS、論壇開始出現，用戶在網路空間上開始向陌生人表達觀點、分享資訊。但網路社區以匿名為主，社區上的分享形式主要局限在資訊分享或者使用者提供內容（UGC），而並不涉及任何實物的交割，大多數時候也並不帶來任何金錢的報酬。

2010 年前後，隨著 Uber、Airbnb 等一系列實物共享平台的出現，共享開始從純粹的無償分享、資訊分享，走向以獲得一定報酬為

主要目的，基於陌生人且存在物品使用權暫時轉移的「共享經濟」。

共享單車

早上七點半，家住北京長椿街的王帥像往常一樣背著包出門上班。他走到社區大門口，在一排自行車面前停下，取出手機，對準車上的二維碼。伴隨著熟悉的開鎖聲，他推著一輛小黃車來到路邊，騎向一公里外的地鐵站。

這樣的場景每時每刻都在發生。

「我是從 2016 年底開始騎小黃車的，已經整整一年了，可以說共享單車大大方便了我的生活，節約了我上下班時間，還鍛煉了身體。大家都在騎，對環境也是一個很大的保護。」王帥說。



共享單車

在上海普陀區的吳安邦也有同樣的感受：「周圍的朋友，即使有車的也會騎共享單車，不僅方便，而且很健康」。

短短兩年多時間，共享單車湧進城市的大街小巷，已經融入到人們生活中。這一全新

的「互聯網+」產物為大眾提供了高效便捷、經濟綠色的短途出行服務，雖然新模式下也衍生了一些問題，但共享單車的出現，確是為「中國模式」提供了一種注解，給中國大陸帶來了諸多積極改變。

協力廠商調查機構 QuestMobile 公佈的 2017 年 11 月資料顯示，ofo 最新的月活用戶為 4246.84 萬，而摩拜的月活用戶也有 4101.27 萬。以 ofo 小黃車為例，其已為全球 2 億用戶提供了超 60 億次高效便捷、綠色低碳的出行服務，共計減少碳排放超過 324 萬噸，相當於為社會節約了 9.2 億升汽油、減少了超 155 萬噸 PM2.5 排放。

共享單車被外國朋友稱之為「中國大陸新四大發明」之一，不少國家紛紛向中國大陸共享單車企業發出了邀請函，而共享單車模式在海內外更是被廣泛借鑒和模仿。

共享汽車

中國大陸目前約 3 億人有駕照，而私家車保有量約 1.5 億輛，單純計算則有 1.5 億人有駕照但沒車。艾媒諮詢的問卷調查顯示，77% 的受訪者表示「願意嘗試共享汽車服務」。

面對如此巨大的市場，截止 2017 年底，全中國大陸範圍內已出現過 400 家左右的共享汽車註冊公司。2017 年 10 月以來，Pony car 馬上用車、途歌、駕唄、盼達用車、GO FUN、巴歌出行等公司都收穫了融資。2017 年初重慶出現了共享奧迪，而 2017 年 2 月上市的共享汽車則全部是嶄新的 BMW 1 系轎車，除了本身的「豪車」標籤外，車內配備

了諸如車載 WiFi、人臉識別、智慧語音等科技。

在使用方面，共享汽車和共享單車差別不大。

1. 掃描車上二維碼下載相關 APP，註冊並上傳駕駛證繳納押金。
2. 找到車輛後通過 APP 控制打開車門，進入車內需要經過人臉視頻系統和紅外線酒精測試系統檢測，才能開走。
3. 用車結束後，可以隨時隨地停在合法停車位。

收費方面，共享寶馬比共享奧迪更誘人，只需繳納 999 元人民幣押金，每公里 1.5 元，每天 200 元封頂，新用戶註冊即有兩次免費體驗機會。違規罰款主要從押金裡扣，扣分會從註冊時提交的駕駛證上扣。

無須自己加油，運營商吸收。「每台共享寶馬，我們在網上都可以監控，不僅燃油有多少我們知道，就是您踩幾腳車，我們也清楚。」平台負責人表示。

無論是押金和還是豪車使用費，都比傳統租車便宜太多。還能將維修費、停車費和保險費等分攤給別人，不用獨自承擔，省錢也省心。

顯然，共享汽車的願景是好的。中國大陸交通運輸部等相關部門正在著力解決共享汽車停車難問題，並鼓勵分時租賃經營者採用信用模式代替押金模式。有了國家政策支持，或許全民共享汽車時代不久了。未來，只要有駕照和手機，豪車隨時能開走，這對於普通百姓來說是撿了大便宜。預計到 2020 年，中國大陸共享汽車的市場規模將從 2016 年的

4 億元擴大至 93 億元。

共享停車位

早上 7 點半，家住廣州市中心城區的解志宏出門上班，將車開出自己的負一層 98 號車位。在接下來的 12 個小時裡，這個暫時閒置出來的私家車位將加入到共享停車的行列。

解志宏說：「白天上班要把車開到單位，所以我就在每天 7 點半把這個車位放出去（共享），然後在晚上 7 點半也就是我差不多下班回家的時候，再把這個車位收回來。」

短短半小時後，98 號車位迎來了自己的今日首單。帶著家人來中心城區看病的車主何立，預定了這個共享車位的 8 點到 10 點時段，「我們在對面的兒童醫院看病，就診高峰期停車很麻煩，就用 APP 查到這邊有共享停車位。」

通過手機 APP 的操作，家住郊區的何先生輕鬆共用到了中心城區解先生暫時閒置出來的車位。這一出一進，完成了 C2C 模式的共享。

根據共享停車企業 ETCP 發佈的最新報告，2017 年，中國大陸傳統停車位數量達到 8000 萬，停車車位缺口率高達 50%。但另一方面，車位的平均空置率也達到了 51.3%。共享停車 APP「Airparking」首席執行官馮志東說，從業主共享出車位，到用戶使用完車位支付結算，這就構成了一個完整的業務閉環，「大 C 端的車位業主，分享他車位的閒暇時間，小 C 端的車主通過平台預約服務，然後這個平台做的事情就是八個字：資訊發佈，撮合交易。利用互聯網技術，盤活閒置的停車資

源。」

來自 Airparking 的最新資料印證了私家車位元共享的巨大潛力：該應用上線兩年來，私家車位業主共用出來的時間超過 2 千萬個小時，共用的車位數接近 10 萬個。

2018 年初，北京東城區就計畫出台共享停車獎勵機制。針對疏解整治促提升過程中老百姓生活便利性問題，北京市商務委通報，2018 年核心區將再建設提升 190 個便民服務網點。今後，東城區將繼續通過資源分享、盤活存量、適度建設等途徑解決停車缺口。根據 2018 年的計畫，東城區將繼續推動全區公共建築配建的停車場和單位大院開放停車設施，新增共用停車位 1000 個。

在此之前，青島應該是中國大陸第一個出現共享車位的城市，不少中央商務區早已開始了這種「共享經濟」，並且由此帶來的收益已經占到不少停車場收益的四分之一。

成都也將於近期印發實施《關於鼓勵停車資源分享利用的指導意見》，根據徵求意見稿，這些共享車位的提供者既有企業，也有個人的參與。對於這些提供者，成都也將制定相關的激勵政策，鼓勵並支持共享車位整合產業資源、構建產業生態圈。

以成都為例，如果現在要在中心商務地段買一個停車位基本花費在 20 萬以上（按 20 萬來算），並且每個月有 200~800 元不等的管理費用（按 200 元來算），三年下來的花費最低也要算個 21 萬左右。

停車時間為上午 9 點到下午 5 點，每天八個小時（週末、節假日也都算上），平均每小時的花費為 23 元。好像成本是有點高了

吼！如果把該車位共享出來，按 4 元/小時，每天在空置時間裡租出去 8 個小時，每天就能帶來 32 元的收入，三年下來就有 3.5 萬元左右的收益，這還沒有將補貼算在其中。這樣算來成本確實低了不少，而且車位又不會有損壞和維護費用什麼的。

共享科研儀器

「對於做科研來說，儀器就像是人的眼睛一樣。沒有儀器的話基本上是等同於盲人摸象。」在研究所工作的馬先生，經常為找不到一件適合做實驗的科研儀器苦惱。

長期以來，儀器設備「封閉」在科研院所，不要說對社會開放，就是內部相互使用也困難重重。聽到國家頂級研究機構中國科學院搭建了「儀器設備共享管理平台」，開放共享科研儀器，馬先生很興奮。

只要登錄「中國科學院儀器設備共享管理平台」，大量科研儀器和圖片展現在眼前。中國科學院裝備項目管理辦公室主任張紅松說，目前已經上線了八千多台大型儀器設備，價值超過 110 億元。這些設備不僅在科學院 100 多家研究所共享使用，也向社會開放。「知道儀器，你就搜索這個儀器；如果你不知道，那你可以說我要幹什麼，搜索了就會有一些結果出來。你去點預約的時候，它就會蹦出一個視窗，那裡面有一個連絡人，你跟他打電話。如果這實驗做了，你想長期來，那我給你一個合法的身份，你以後自己直接去登錄。」

舉個小例子，離心機是一種常見的分離設備，多數的生物化學研究課題都需要它，如果按課題數量配置將是極大的資源浪費。中

科院生物物理研究所採取集中配置的方式，把不同用途和規格的離心機統一管理，放到共享平台開放使用，大大提升了資源的使用效率。

馬先生表示：「在以前沒有這些共享平台的時候，經常使用的儀器可能只限於這個部門和科室裡面。但是儀器共享平台建立之後，你需要哪個儀器就可以在這個平台上面很輕鬆地搜到，然後預約，就會方便很多。」

坐擁豐富科技資源的中科院，依靠「共享模式」，脫胎換骨，成了一所「沒有圍牆的科學大院」，幅射四方，惠及大眾。儀器設備共享管理平台已經在中科院 15 個大型儀器區域中心、114 個研究所成功應用，目前有 4 萬多用戶。

中國大陸的共享經濟時代

儘管「共享經濟」這幾個字已經越來越充滿荒誕的色彩，但「共享經濟」征服世間萬物的腳步依然沒有停下來。最近這半年，各種各樣稀奇古怪的共享經濟專案接踵而來，不斷刷新人們對這個領域的認知。

當人們提到共享時代時，腦海裡可能會浮現起萬物可共享的畫面：住著共享房屋，工作在共享辦公室，騎著共享單車，為共享經濟服務……而這一切，很有可能是技術限制了我們的想像力。有人說移動互聯網+共享，我們有了滴滴；物聯網+共享，我們有了共享單車；大資料和智慧化生產+共享會帶來什麼呢？僅僅是流量共享和資料共享嗎？

充電寶製造商可以推出共享充電寶，雨傘製造商可以推出共享雨傘……緊接著，共享籃球、共享汽車、共享馬紮、共享健身房、

共享冰箱、共享空調、共享洗衣機、共享購物車、共享停車、共享知識、共享玩具、共享科研都來了，大有世間萬物皆可共享之勢。

智慧終端機的普及和移動支付的高滲透率，給共享經濟的生長提供了肥沃的土地。只要開發一個 app，再給商品貼上支付二維碼，就搭上了共享經濟這趟車。

共享經濟正深度重塑中國大陸的經濟形態。從工農業生產到老百姓衣食住行，以物聯網為基礎的共享經濟正給產能過剩、產品過剩、發展不平衡不充分的中國大陸帶來新的發展機會。共享經濟還沒到瓶頸期，可以說是剛剛起步。當前，共享經濟正從野蠻生長走向共建共治。

近五年來，中國大陸共享經濟呈現跨越式發展態勢，其更新換代和創造新就業的速度引得全球矚目，滴滴、ofo、運滿滿等代表企業的業務和運營模式領先全球。依靠發達的線上移動支付技術和線下物流設施，搭乘政府雙創政策和中國大陸風投的快車，共享經濟的「中國模式」正在成型。一些共享經濟從業者和創投界人士認為，屬於中國大陸的共享經濟時代正在到來。

中國大陸的龐大人口規模和全面移動互聯網化（線上化）是最大優勢。共享經濟發展的必要條件是規模，只有規模足夠大才會有真正有效的商業模式，實現可持續發展。中國大陸移動互聯網用戶已經超過美國與歐盟網民數總和，這是中國大陸共享經濟發展的最大市場優勢。

波士頓諮詢公司《解讀中國大陸互聯網特色》報告認為，中國大陸共享經濟消費者不

僅基數大，而且人均在移動設備上耗時更長，人均 APP 安裝量比美國都多，國人分享意願受移動支付影響而被激發，帶來旺盛的共享經濟需求。著名投資人朱嘯虎說，在桌面互聯網時代美國用戶數比我們多，但在移動互聯網時代中國大陸用戶數全面超越美國，而且偏年輕，願意接受新事物，再加上區域集中度高密度大，使得共享經濟 APP 在中國大陸的規模效應突出，行業獲利和可持續發展前景都比西方更好。

值得注意的是，共享經濟的「中國模式」已經開始引領世界潮流，比如二維碼移動支付、共享單車、物流線上車貨匹配等：臉書模仿微信開始在通訊應用中植入約車和支付功能，推特開始模仿微博推出視頻直播功能，美國的 Limebike 共享單車也在緊跟中國大陸共享單車實現無樁化和內置 GPS，蘋果公司的 iMessage 即時通訊增加了與微信一樣的支付功能。

致力於為公路運輸物流行業提供高效的管車配貨工具，同時為車找貨（配貨）、貨找車（托運）提供全面的資訊及交易服務的「運滿滿」的幹線物流線上車貨匹配也是全世界首創，優步和亞馬遜都紛紛學習和借鑒了這一模式，美國的同類企業用戶量只有中國大陸的 5%。目前運滿滿的越南版已經上線，中越憑祥和東興口岸每天有 4000 到 8000 輛重卡穿梭運貨，但往往返程都是空駛，未來發展線上配貨、多式聯運潛力很大，「運滿滿」就此提出建設跨境運輸智慧大腦，以此努力向「一帶一路」沿線國家輸出中國方案和中國智慧。