# 探究中国分享经济发展的必要条件

来源：网络 作者：醉人清风 更新时间：2025-02-09

*一、国内外分享经济概览 早期，分享经济以协同消费或合作式消费为人所知，最早出现于1978年的《美国行为科学家》杂志上，而其背后的经济理念在于人们需要的是产品的使用价值，而非产品木身，即使用所有权，而不占有所有权，这种经济模式被称为协同消费...*

一、国内外分享经济概览

早期，分享经济以协同消费或合作式消费为人所知，最早出现于1978年的《美国行为科学家》杂志上，而其背后的经济理念在于人们需要的是产品的使用价值，而非产品木身，即使用所有权，而不占有所有权，这种经济模式被称为协同消费，并列为未来影响世界的十大理念之一。

13enita Matofska女士对分享经济做出了如卜定义，分享经济，也被称为点对点经济即Y2Y模式，也称协作经济、协同消费，是一个建立在人与物质资料分享基础上的社会经济生态系统。它包括不同人或组织之间对生产资料、产品、分销渠道、处于交易或消费过程中的商品和服务的分享。这个系统有多种形态，一般需要使用信息技术赋予个人、法人、非营利性组织以冗余物品或服务分享、分配和再使用的信息。一个通常的前提是，当物品的信息被分享了，这个物品对个人或组织的商业价值将会提升。

随着国际市场上房屋共享服务Airbnb估值超过10亿美金、汽车共享服务Zipcar等提供租赁服务的公司在纳斯达克陆续上市，分享经济即协同消费为众人所知，得到业界和学术界各方的关注.并且协同消费的风潮也由国际市场吹入了国内市场，滋生了不少借鉴国外经验而兼有中国市场特色的提供各类租赁服务的企业。口前，国内提供专车服务的企业有滴滴专车、一号专车、易到用车、Uber等等，有关专车是否为黑车也引发舆论热评，最终交通部表态:专车服务对满足运输市场高品质、多样化、差异化需求具有积极作用。各类专车软件公司应当遵循运输市场规则，禁i1=私家车接入平台参与经营，让使用专车服务的乘客更加安心，放心出行，这意味着国内专车服务uy停社会化运营，其构成中很大部分是租赁体系内的车辆，排除了有违法风险的私家车。那么，争论的新一番焦点就集中于法律和经济，那么到底是选择保守稳定出租车市场，维护消费者消费权益还是打开共享经济社会化运营大门，加强管制，最大化利用社会闲置资源重新整合再分配，关键看时势。

二、分享经济发展的必要条件

(一)存在足够量的有待提升使用价值的资源社会闲置资源

所谓社会闲置资源是指暂时没有使用起来的对象，如空余时间、空闲资产、名称、边角余料、废物垃圾等。此类事物都处于闲置状态，对人们没有产生效用，其使用价值没有得到充分利用。被闲置的原因在于社会闲置资源的价值没有被认知，其利用价值达不到商业化要求，人们习惯忽视闲置资源而非另寻门道重新整合分配利用。

分享经济对社会第三、四产业的主要行业有一定冲击，尤以对服务业冲击最大，目前分享经济风潮吹入国内后，首先异军突起的是滴滴专车，易到用车，等专车服务提供商，其次是途家小猪短租等提供短租房、口租房住宿服务的在线交易平台，还有在城市间人人快递跑腿帮利用个人空余时间提供同城快递的服务平台。分享经济理念的深刻性，在于它深深触及了财产权、财富制度这一核心问题.在分享经济里，人们支付购买的不再是商品木身，而仅仅是一次性的使用价值，用更加低廉的价格满足个人需求，虽然此种模式无法涉及全部商品，但却能对社会闲置资源重新整合再分配。目前，全球己有100万人通过Airbnb将自己的房子分享出去，这些房东遍布190个国家近3.4万个城市，有超过2025万人成为住客,2025年的夏天，通过Airbnb订房的人数，单晚最高超过了40万人。Task Rabbit利用点对点，的劳动力雇佣模式曾在美国失业群体增长的市场环境中运转优良，雇佣者和被雇佣者之间达成交易关系，利用空余时间做活动打杂跑腿等工作，甚至企业也开始雇佣跑腿工来完成重复性高专业性低的简单工作以降低人力成木。

只有当社会上存在一定量的社会闲置资源时，资源的所有权拥有者赞成并支持Y2Y模式时，分享经济的大门才算是真正叩响了。

(二)交易支付第三方平台信用体系

《经济学人》曾评论在1:i年前，分享经济的发展过程有点像网络购物，起初，人们对网络购物的安全性存在质疑，但当人们成功在Amazon上买到称心如意的东西后，他们就觉得网络购物的安全性是可以信赖的。马云曾说:我高兴的是:i71亿，几亿笔交易背后意味着信任。然而一开始淘宝网面临的质疑也是铺天盖地的，辛苦难以言表。

Airbnb一开始花了2年多时间重点培养种子房东和市场，尤其是短租市场，并设立淘汰机制过滤优质房东和房客，这一淘汰机制基于信用体系。所以，在网络购物领域，陌生人之间相互交易，需要的是一整套有效可控机制包括支付、评价、客服、沟通等。每次预定的信息预约、支付、房东与客人之间的沟通，以及评价都在Airbnb的平台上.公司能够完整追踪每一单交易。在中国国内，作为Airbnb的模仿者爱口租，却忽视了种子用户的培养、信用体系的建立以及法律风险的规避等等最终导致失败。

国外在线交易系统己经成熟，直接与信用卡挂钩，最终找到真实用户，但是国内消费者的信任感普遍偏低，所以在移植过程中，第三方需要做到对房东和房客双方的保障。为此，小猪短租设立《房客体验保障计划》以及《个人房东财产保障暂行方案》规定赔偿方案，以保障房东和房客的利益。

(三)有交易需求和支付经济能力的交易双方人

分享经济的实践者13enita Matofska女士曾评论道:人是分享经济的核心，分享经济的参与者可以是个人、社团、企业、组织、联盟等任何一个可以深入高效参与分享的组织形态。分享经济的参与者向这个分享系统贡献，并从中获益。在这个系统中，人权受到尊重并被保护。人不仅是产品和服务的供给者，也是创造者、协作者、生产者、合作生产者、分配者和再分配者。在分享经济的商业模式中，企业主、雇员和消费者都得到充分重视，他们的想法和观点受到尊重并被融入到具体的企业运营过程中去。

分享经济不将所有权纳入考量范围内，只是专注对社会闲置资源进行再利用，释放其转化为现实生产力的潜力，使得社会闲置资源的所有权拥有者与社会闲置资源的利用者实现双赢。即在有交易需求，需要相关产品或服务的使用价值时，需求方从闲置资源供应方处租赁以满足个人需求，实现Y2Y的交易，避开所有权的争夺，只谈使用价值。

只有当市场上存在有交易需求的供应方和有支付经济能力的需求方时，分享经济的供求双方才会一拍即合，所以交易过程中以人为木，的观念需要渗透到分享经济的各个环节:第一，提供有使用价值物有所值的东西;第二，交易过程尽量简化;第三，必须有趣。

(四)强大的信息技术做背后支撑社会化媒体

分享经济的实践者13enita Matofska女士曾评论道:在分享经济中，信息和知识是开放的、可分享的、易获取的。而良好的、开放的交流沟通方式是知识和信息流动的关键，是分享经济系统高效、可持续运转的核心，技术和社会网络促进沟通和知识分享。

一开始Airbnb在历时2年培养种子用户的过程中，发现每个能提供房源的房东都有着自己的社区关系和社交关系，而在出租房子时也会更多依托ii碑传播在亲戚好友圈中扩散开来，房东倾向于将房子租给自己熟知的人而非陌生人。但由于强大的信息技术作背后支撑将木地化分享经济推向社会化分享经济，由超一线大城市为试水先驱逐渐向一二三线城市开枝散叶，使其拥有共同竞争的机会，分享经济也对提升城镇化水平造成一定影响。当然，并非所有分享经济都具有跨区域大规模整合的复制性，诸如人人快递、跑腿帮、友友租车等分享经济业务对时间限制要求高的业务可以与社区经济业务结合，依赖社区媒体，深耕社区用户。

互联网与信息技术的发展，给了诸如云计算这样的技术一个重新解读从分享到分享经济的机会。云技术把同类资源汇聚一地，用户按需索取相应资源并为之付费，用完后资源归档重复利用，不断获取经济收益，实现良性循环，给分享经济以有力支点。

国外与分享经济对接的社会化媒体有Facebook账号，LinkedIn账号、谷歌账号、学校edu账号及身份证账号验证等，其背后是一整套的信用体系，国内与分享经济对接的社会化媒体有新浪微博、微信、腾讯微博等，但其背后的制约力度还是无法媲美直接绑定信用体系，仍需突破改进。

三、分享经济的可持续发展方向

(一)健全法律法规保障体系

分享经济的实践者13enita Matofska女士曾评论道:在分享经济中，法律的制定机制是民主的、公开的、公平参与的。规则、政策、法律和标准通过民主的系统制定。这个民主的系统最大程度上鼓励各个阶层的参与者参与民主政治。法律和行政政策支持并鼓励居民间、企业间的分享行为，如汽车分享、Y2Y借贷以及各种形式的资源分享。法律、政策、社会结构、基础设施形成一个以保险、信任、社会评分、声誉资产为基础的庞大体系。而在中国社会经济背景卜，民主系统决策分享经济保障基础还有待考量，法律和监管落后于业务发展，如何争取官方力量的政策法规倾斜成为必经之道。

罗杰斯的创新扩散传播的S形曲线，是指创新扩散的传播过程呈现，，形曲线，开头人数少，扩散过程很慢，但当人数增加到居民的10%}25%时会突然增快呈曲线上升。分享经济着实是互联网思维卜借力分享创新的新模式，虽然其前途是光明的，但道路却注定是曲折的。口前北京按照《北京市汽车租赁管理办法》、《北京市汽车租赁经营备案管理办法》等相关规定，用于租赁的车辆应当由汽车租赁经营者所有，且经过车辆备案才可提供专车服务，私家车只有通过车辆备案才算洗清黑车之名。在中国作为新事物的分享经济，要迈向S形发展曲线，仍需突破重重，一旦突破，就能实现更长尾的供给。

(二)养成分享消费习惯

艾瑞齐询认为:完全的分享经济是建立在高度发展成熟的经济社会体系之上的经济形态，有两点要求:一是处于分享经济中的人必须具有较高的教育水平和道德素养或经过良好的分享习惯的培养;二是人类通过信息系统己经建立了可靠、可追溯的数据闭环，并借助跨行业的数据互通，构建了强大的信用体系，人和人之间的关系基于有效数据而实现基于理性的相互信任。

德国汉诺威信息与通讯技术博览会负责人弗兰克玻尔施曼说:当分享成为一种新的生活、生产和消费方式时，使用将代替占有，消费者将变成使用者或分享者。在巴黎伦敦两地举办的LeWeb大会的联合创始人企业家卢瓦克勒默尔曾说:我喜欢将他们成为数字嬉皮。拥有一辆车并不算酷，借来一辆车才算时髦。在千禧一代的价值观中占有不再是唯一的价值准则，互联网思维中的分享则逐渐崭露头角，并且在中国这样一个崇尚社区邻里关系、追求节约型和谐社会的巨大市场中，分享经济有着生存与发展的社会基础和群众基础。

(三)挖掘真实市场需求

分享经济的发展初期，以租赁服务为特点的方式方法确实在一定意义上动摇了酒店、汽车以及出租车服务等传统行业的经济地位，但是从长远来看，分享经济这种Y2Y的新模式究竟将在多大程度上颠覆传统行业，尚不明晰。分享经济现在面临的威胁来自四面八方，传统行业的联合抗议封杀，国家相关法律法规的渐行渐远，税务机关对初创企业收入部分的虎视耽耽，分享经济现处于势单力薄的境况。

有求有应，的最佳收场并非那么容易，对这类服务的真实市场估计也存在争议o Airbnb的一位租房房东表示来到她家里的租客主要是国际旅行者，他们希望获得一种真正的、而非观光客的经历。他们希望知道在旧金山生活是何种感觉，喜欢坐着巴士观光.他们最希望的是住宿比传统酒店便宜。Yriceonomics的一项研究表示，在美国大多数主要城市里，Airbnb的公寓价格平均要比酒店便宜21%，庞大的吸引力会让越来越多的房主开始乐意在线出租自己的房子，这意味着租客们需要在海量的租房信息中筛选自己心仪的房子，当Airbnb培养了种子用户和种子房东后，利用社会化媒体进行口碑营销也成为可持续性挖掘真实市场需求的一种方法。但对其他利用同样原理照搬照抄的跟风企业来讲，比如经营园艺工具和自行车出租业务是否具有能力简化繁复的交易过程成为用户选择分享经济的首要因素，因为传统租赁业务己经将最简便的方式提供给用户，分享经济的优势要如何体现这一问题成为挖掘真实市场需求的拦路虎。

(四)注重分享文化的多样性

分享经济模式的多元化，源自于文化的多样性。文化不同，社会经济领域的分享消费趋势就有所区别。交通孕育私家车分享、旅游孕育住宿地分享、城市功能分区孕育停车位分享，DIY文化孕育家庭工具分享，绿色出行孕育自行车分享，健康环保孕育木地种植分享，量力消费孕育服饰品分享，美食文化孕育食物分享。

资深互联网趋势观察者提姆赖利曾评论道:传统租赁与分享经济式的租赁，将不可避免地相互融合。出租自行车、拼小饭桌等传统租赁形式早己存在，但如今分享经济与之不同的地方在于文化，氛围。人是情感动物，不喜冰冷有距离感的东西，更趋向接近与自己发生情感交流磨合的东西。就像美国拼车服务商Lyft的)广告语一样你的朋友有辆车，每一次交易对象都是独具特色的个性体，而每一次交易就是一次社交行为。Lyft的联合创始人和首席执行官洛根格林曾说:生活中人与人之间的交往越来越少，每个人都在更努力地工作，而科技到目前为i1=使个体之间变得更为孤立。社会上对真实可靠、个性化的产品需求很高。这些穿梭于城市之中的短途旅程能在人与人之间建立起极为难得的联系。美国Ylenry试图用家庭代替餐馆提供食物分享，去别人家吃饭满足当卜年轻人喜欢社交寻友的需求，按照个人兴趣爱好来吸引志同道合的陌生人，重点在于创造一个好的用餐气氛。

英国《经济学人》曾发表文章评论:即便早期理想主义的共享经济企业会失败，但向个人而不是一个公司租东西的主意不会消亡。目前规则制定者、税收收取者和大公司所不屑的模式，反而受到数百万大众的欢迎，这足以说明共享经济的价值和增长潜力、

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找