

谨献给所有关注分享经济发展的朋友和所有分享经济的创业者

中国分享经济风潮全景解读报告



2016年3月3日

前言

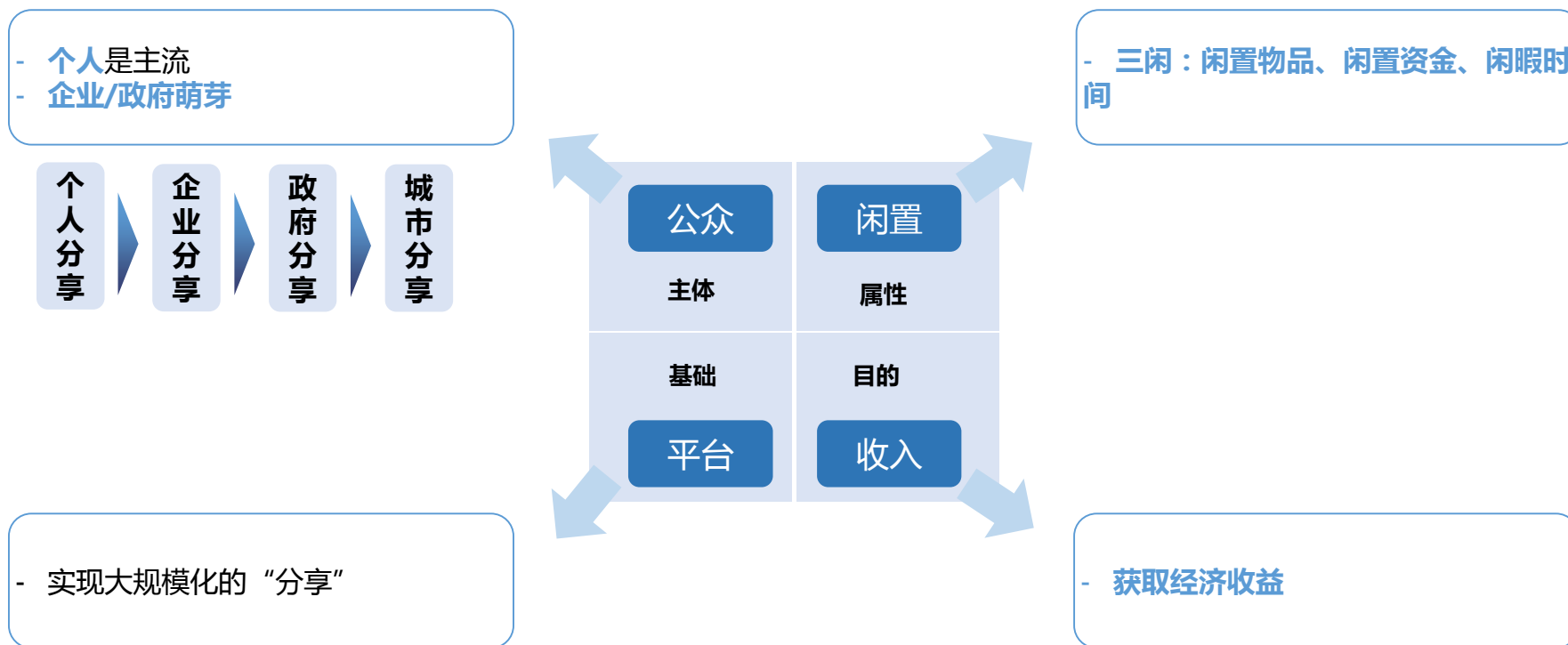
- 近两年，分享经济在全球形成了风潮，各国政府大力推进相关产业发展。分享经济有力的促进了国民经济增长，然而，在有关GDP统计中，并没有准确数据，这意味着我国GDP统计存在着一定缺憾。
- 分享经济已经成为我国第三产业发展的引擎，也呈现出影响制造业发展的势头。国内涌现出滴滴出行、途家网和猪八戒网等16家独角兽企业和一大批准独角兽企业，有效的带动了不同行业的发展，未来还有更广阔的空间。
- 我国分享经济发展在世界处于何种水平？分享经济为各行业带来哪些颠覆性创新？分享经济在未来社会的发展趋势？对于这股风潮，我们应该如何加强认识，进而推进行业健康发展？
- 本报告从分享经济这股风潮背后的起源、现状、影响、问题、趋势五个方面进行全局性解读，分析了分享经济风潮为中国经济社会带来的历史机遇和挑战，希望在客观总结的基础上，为上述问题进行一些前瞻性的探讨。

风潮源起

要素 | 范式

我们关注的重点是什么？

□ 分享经济：公众将自己的闲置资源，通过社会化平台与他人分享，进而获得收入的经济现象。



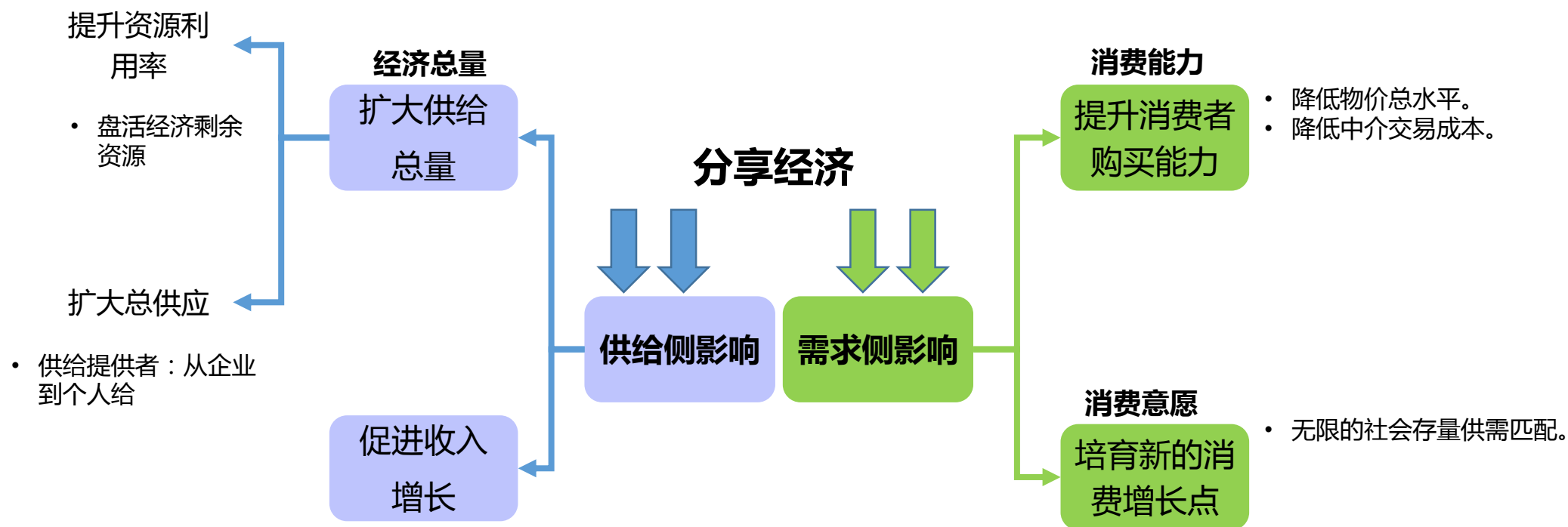
由此而演化的四种商业范式



本报告核心关注主体为个人的分享，以C2C和C2B的分享为主

普及分享经济对于宏观经济有什么作用？

- 分享经济能够助力供给侧改革，刺激市场需求扩大，是国民经济增长的新引擎。
- 初步估算，分享经济占国内第三产业增加值比例为3.15%。分享经济为服务业增长提供新动能，将服务业变成经济增长的主引擎。



风潮乍现

阶段|规模|动因

分享经济发展正步入黄金期

□ 从全球来看，分享经济于2008年前后开始高速发展，2011-2014年出现井喷，2016年保持着稳步增长的趋势。

萌芽期

2006年之前

-在线二手交易Ebay(1995)、在线影片租赁Netflix(1997)、在线雇佣Elance(1999)等分享经济原型企业出现。

-汽车分时租赁鼻祖Zipcar(2000)、全球第一家P2P网贷公司Zopa(2004)、手工艺品共享网站Etsy(2005)等各类分享企业开始起步。

高速成长期

2007-2014

-2008年金融危机之后，创业企业大量出行。

-出行Uber(2009)、短租Airbnb(2008)、跑腿网站Taskrabbit(2008)、同城快递Postmates(2011)、食品共享网站GrubWithUs(2010)等各领域快速发展

-保持着同比50%左右的增速发展。

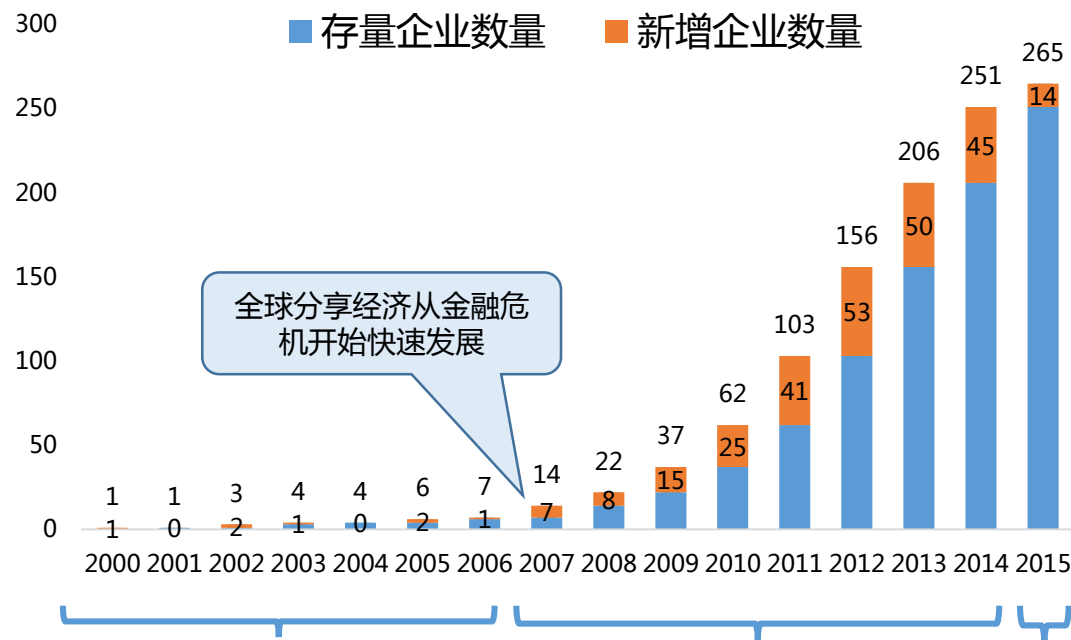
平稳期

2015-至今

-海外分享经济于2015年进入平稳发展期，从初创企业数量上看，接近2009年水平。

-相比金融危机之前，仍保持着快速增长态势。

全球分享经济初创企业数量



我国分享经济正在爆发：井喷

- 分享经济在我国的发展，从整体上晚于海外3年多。
- 许多分享经济企业于2011年前后开始创建，2014年开始井喷，目前处于分享经济发展的黄金期。

2010年之前

零星萌芽

-猪八戒网成立于2006年，273二手车成立于2003年，P2P借贷信而富成立于2005年等。

-.....

2011-2013年

起步期

-途家网，蚂蚁短租等成立，P2P借贷陆金所成立，
-2012年现象级企业-滴滴成立，
-2013年全国首家众包快递企业人人快递成立

-.....

2014年-至今

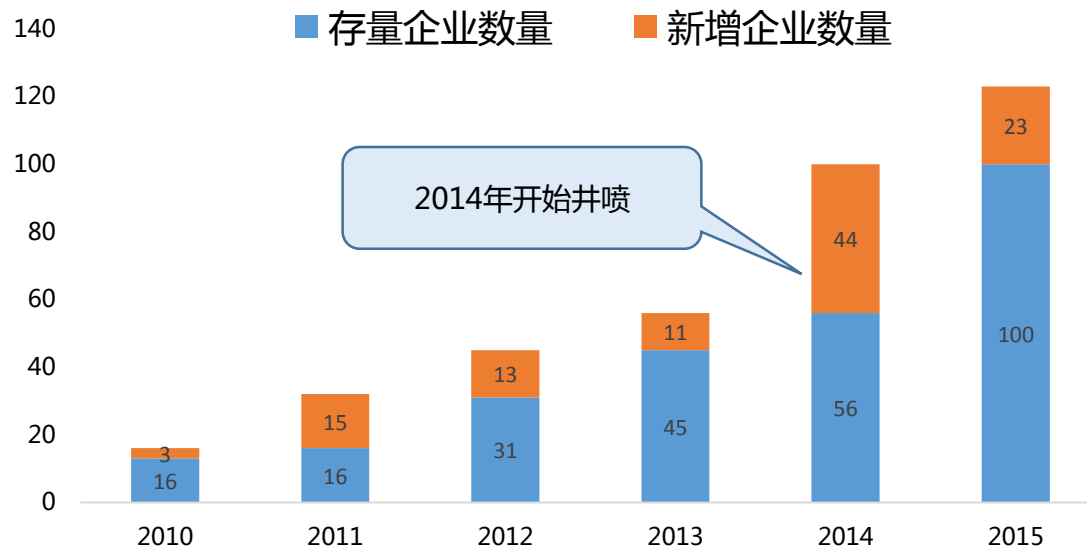
黄金期

-2014年多个领域全面开花，新增企业数量同比增长3倍。

-私厨起步，股权众筹起步，C2C二手车平台增加，办公共享增加，个人服务大量出现。

-2015年二手物品网站快速发展起来。

中国典型分享经济初创企业数量

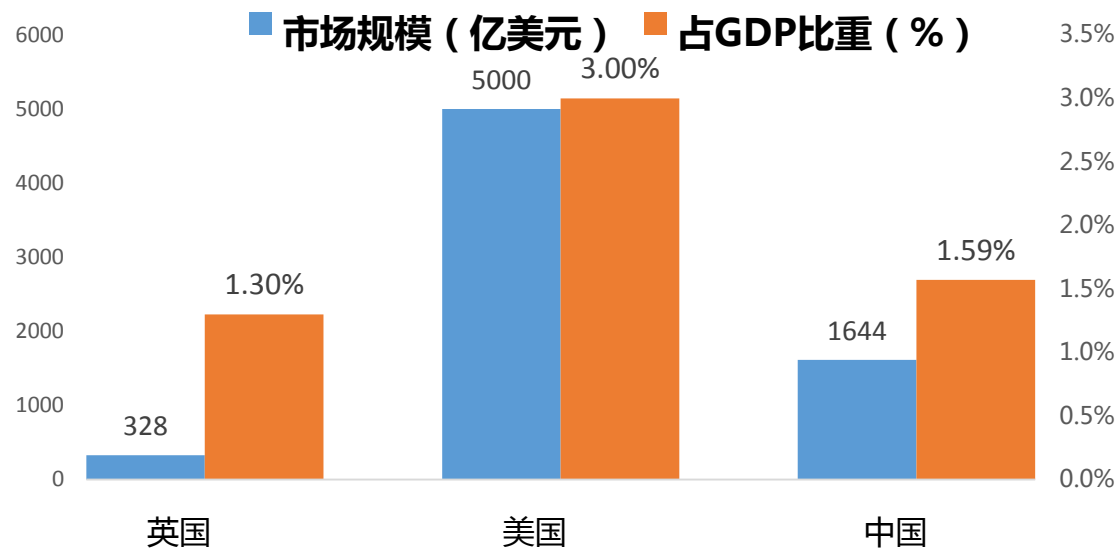


数据来源：公开资料，腾讯研究院整理

黄金期：经济发展潜力巨大

- 据腾讯研究院初步测算，分享经济2015年在全球的市场交易规模估测8100亿美元。对比英国和美国，分享经济在中国对于经济的整体拉动作用还存在较大发展空间，未来有望成为我国经济增长的新动能。

分享经济市场规模对比



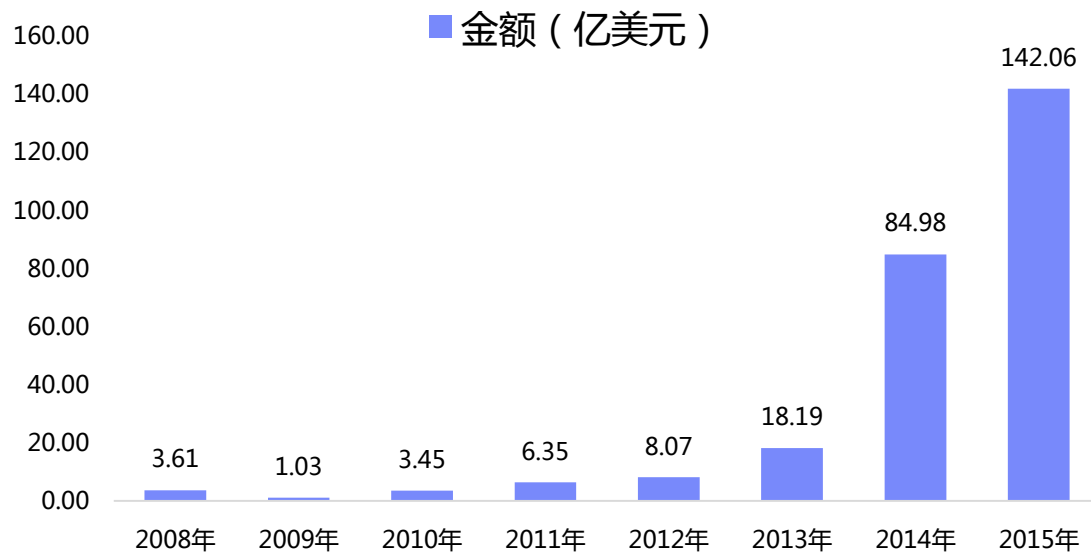
- 2015年中国分享经济规模约为1644亿美元，占GDP的1.59%。
- 英国分享经济2013年已占GDP的1.3%，并预测五年之内达到GDP的15%。
- 美国分享经济2014年已经占到GDP的3%。

数据来源：公开资料，腾讯研究院整理

黄金期：资本投入规模翻40倍

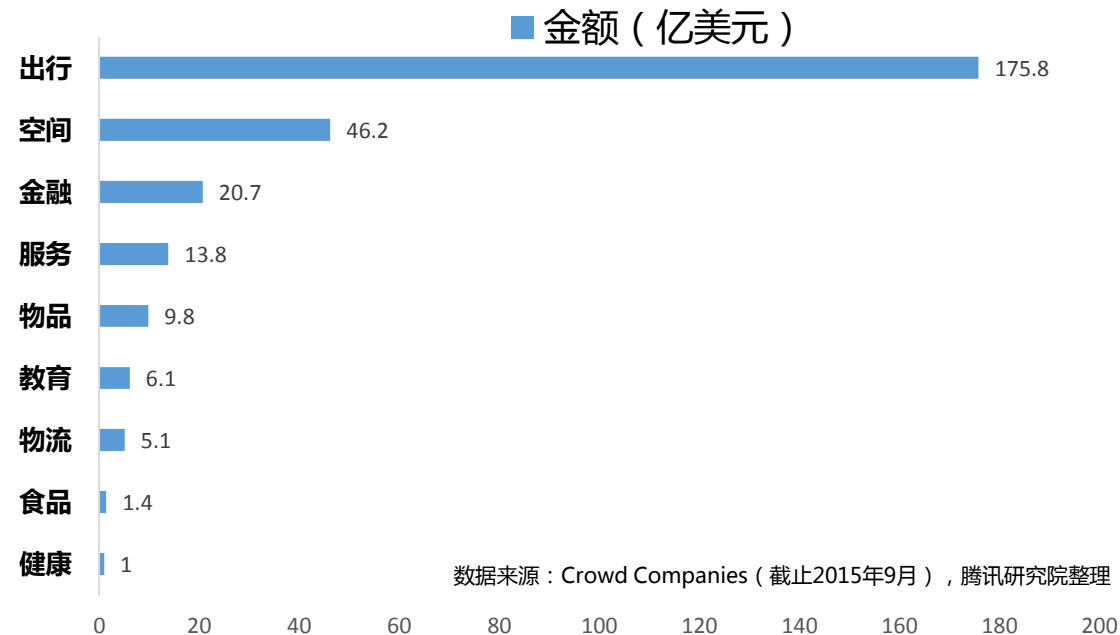
- 据Crowd Companies 统计，2008-2015年，全球分享经济企业融资交易次数达到800余次，融资总规模近270多亿美元，年融资规模翻40倍。资金投入领域以出行和空间领域（租房/办公空间等）为主，也是独角兽企业诞生较多领域。

世界分享经济领域融资额



数据来源：Crowd Companies（截止2015年9月），腾讯研究院整理

全球分享经济各领域融资额



数据来源：Crowd Companies（截止2015年9月），腾讯研究院整理

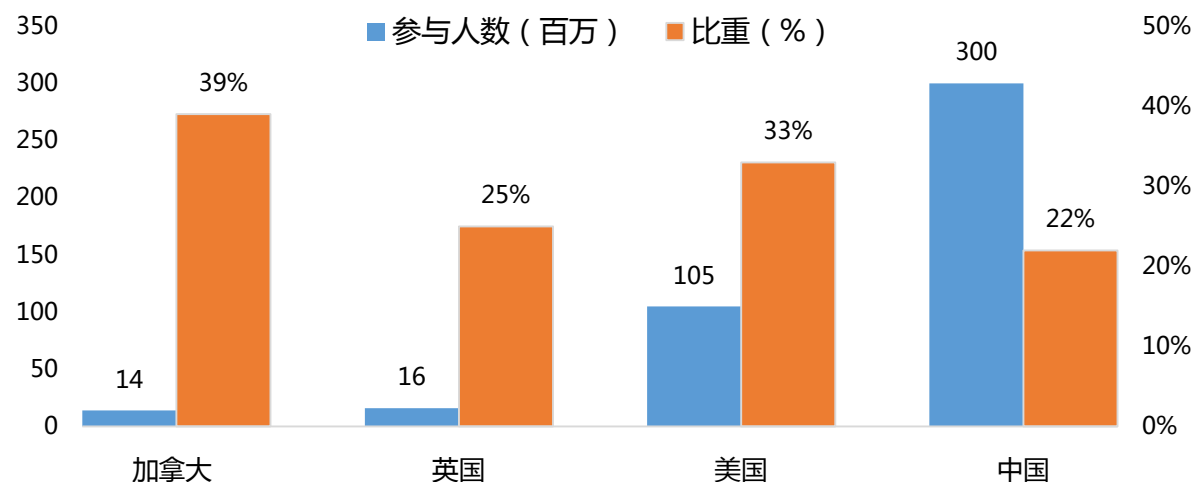
黄金期：社会普及潜力巨大

- 分享经济使个人参与到社会化大生产中，促进了以创业者为主体的个体经济崛起，形成对大众创业、万众创新的有效推动。

中国参与分享经济的人口规模庞大，但占总人口比重差距明显，普及率还有待提升

- 参与分享经济的人口规模，我国是英美两国之和的两倍，总规模近3亿人。
- 从分享经济参与者占总人口比重来看，中国只有22%，低于英国和美国，远远不及加拿大的39%。

分享经济参与人口及比重



数据来源：Vision critical 调研（2015），Nesta 调研（2014），腾讯研究院整理

黄金期：分享经济独角兽企业崛起

□ 在全球估值最高的独角兽TOP20中，分享经济企业独占七席。

□ 据IT桔子统计，我国分享经济独角兽企业超过16家，覆盖八大行业。

全球独角兽TOP20

独角兽	最新估值
Uber	510亿美元
小米	460亿美元
Airbnb	255亿美元
Palantir Technologies	200亿美元
新美大	180亿美元
陆金所	180亿美元
Snapchat	160亿美元
Flipkart	150亿美元
滴滴快的	150亿美元
SpaceX	120亿美元
Pinterest	110亿美元
Dropbox	100亿美元
Wework	100亿美元
DJI Innovations	100亿美元
Theranos	90亿美元
Spotify	85.3亿美元
Snapdeal	65亿美元
Lyft	55亿美元
Intarcia Therapeutics	55亿美元
Olacabs	50亿美元

数据来源：CB insight (2015-3-2)，IT桔子 (2015-12)，腾讯研究院整理

中国独角兽企业

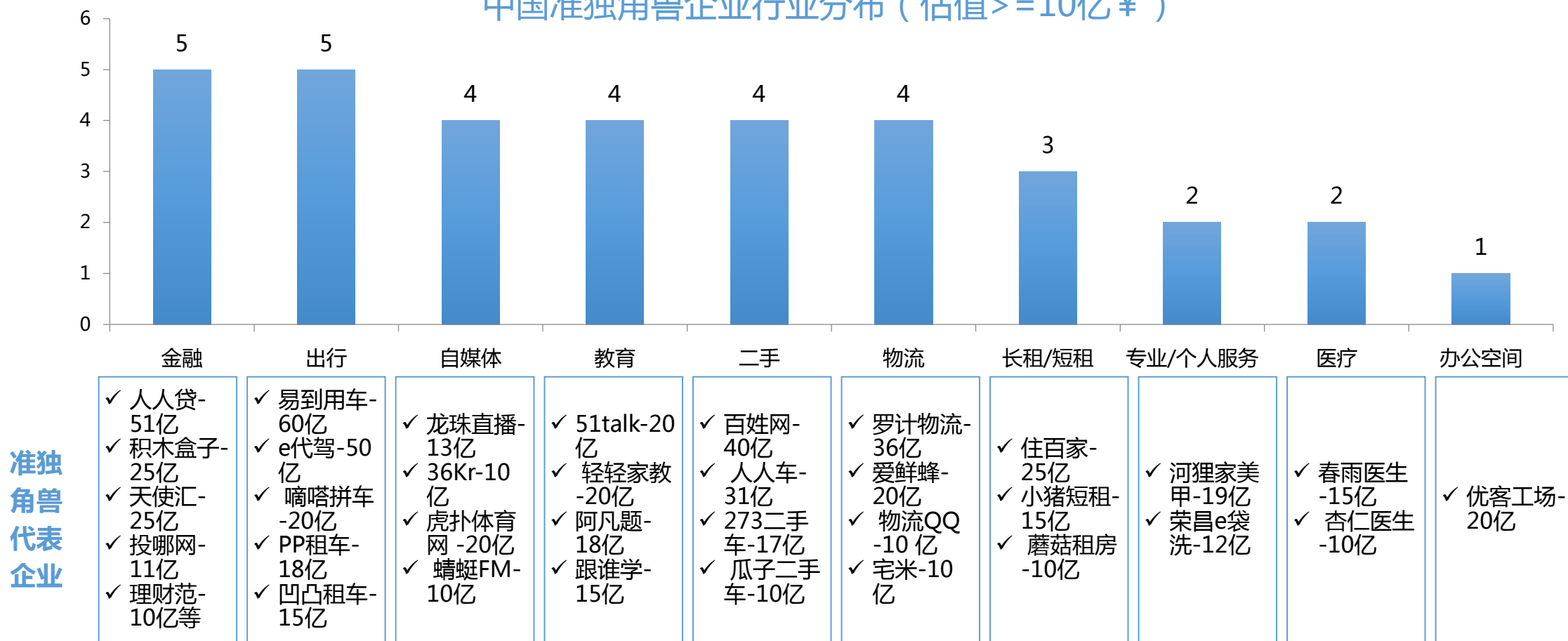
独角兽	最新估值	
陆金所	180亿美元	P2P金融
滴滴	150亿美元	出行
Uber 中国	75亿美元	出行
神州专车	35.5亿美元	出行
今日头条	28亿美元	自媒体
猪八戒网	15亿美元	专业/个人服务
挂号网	13亿美元	医疗
好大夫在线	13亿美元	医疗
途家网	12亿美元	短租
沪江网	10.4亿美元	教育
魔方公寓	10亿美元	长租
VIPABC	10亿美元	教育
达达配送	10亿美元	物流
有利网	10亿美元	P2P金融
信而富	10亿美元	P2P金融
唱吧	10亿美元	自媒体

数据来源：IT桔子 (2015)，腾讯研究院整理

黄金期：准独角兽的壮大

- 估值超过10亿元的典型企业也超过30家，累计估值金额达675亿元。
- 其中以近一半集中在出行和金融共享行业。

中国准独角兽企业行业分布（估值≥10亿¥）



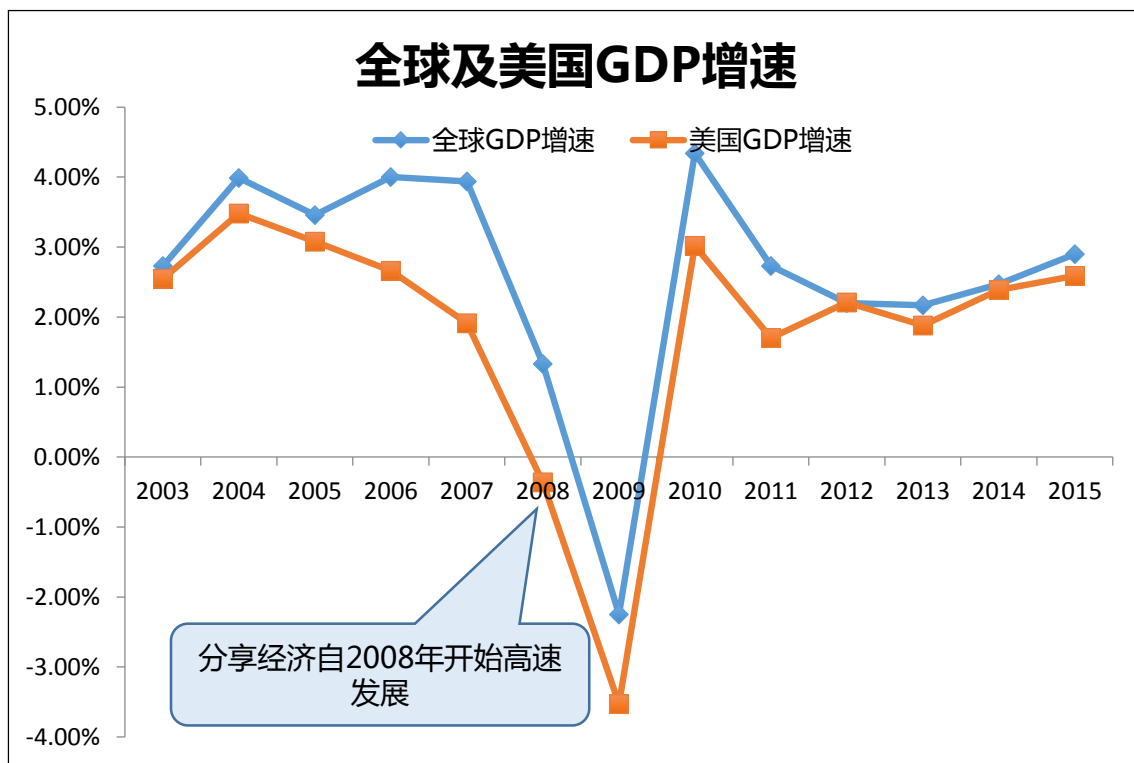
BAT已在分享经济领域抢得先手

- 不完全统计，BAT在分享经济领域的关注点，已经从出行共享扩大到二手、专业/个人服务、教育、P2P网贷、自媒体和众包物流。

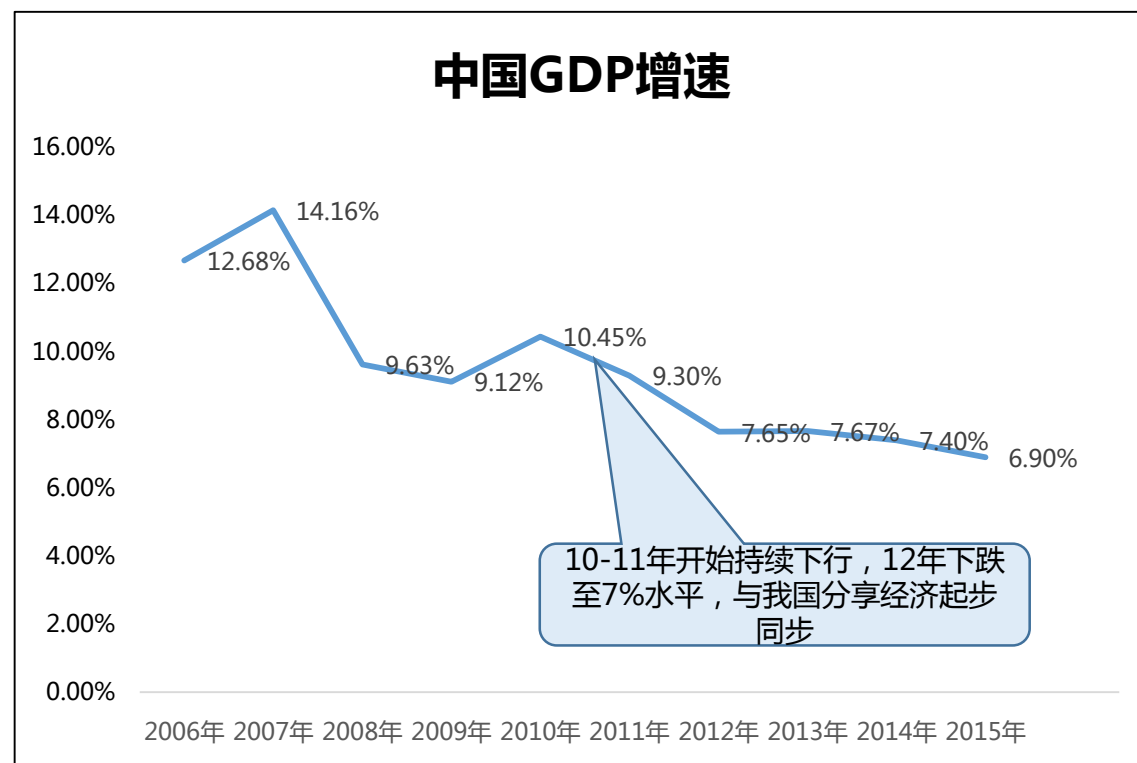
分享经济领域	腾讯	阿里	百度
出行	Lyft、滴滴快的	Lyft、滴滴快的、接我云班车	Uber中国、天天用车、51用车
二手	人人车、天天拍车、58(转转)	淘宝闲鱼（自有业务）	百姓网
专业/个人服务	荣昌e袋洗	365翻译、丸子地球、溜溜宠物	荣昌e袋洗
教育	疯狂老师	VIPABC	沪江网、百度传课（自有业务）
P2P网贷	人人贷	蚂蚁金服（自有业务）	宜人贷
自媒体	微信（自有业务）、龙珠直播、喜马拉雅、斗鱼TV	优酷土豆、微博	百度百家（自有业务）
物流	物流QQ货车帮、人人快递网、G7货运人、饿了么、美团(外卖)	菜鸟物流（自有业务）、饿了么	百度外卖（自有业务）
医疗	挂号网、妙手医生	阿里健康(自有业务)	

黄金期还能持续多久——经济周期的红利

- 全球经济处于疲软周期，在全球GDP增速不超过5%的情况下，分享经济一直保持着良好的发展势头。
- 我国GDP增速自2010年之后持续下行，2015年GDP增速收于6.9%，未来5年将保持新常态发展，分享经济发展大有可为。



数据来源：世界银行，腾讯研究院整理



数据来源：国家统计局，腾讯研究院整理

引领黄金期发展的三大技术领域

- 智能手机通过移动互联网技术，将个人交易、金融支付和社会交往连接到一起，使得分享经济得以大规模实现。未来新兴技术的发展，将会引领分享经济向着新的模式演变。

成熟技术基础设施

智能手机普及

08年苹果IOS和安卓系统开始普及，与分享经济爆发期同步。智能手机普及使基于LBS的按需匹配实现，**随时在线按需使用**。

移动在线支付

移动支付用户也随着智能手机的普及快速发展，使线上信息分享拓展到线下服务分享，使分享从网络分享的公益行为具备成为**商业行为**的条件。

大数据和云计算

基于大数据和云计算形成的信息枢纽，使供需方的海量碎片化资源的高效整合和精准匹配，使分享经济向**平台化规模化**发展。

新兴技术引领

虚拟现实

虚拟现实技术让用户身临其境，在游戏等娱乐产业已崭露头角。目前在分享经济所涉及的自媒体视频直播领域，已有萌芽。

数字货币

随着区块链技术发展，央行未来推出数字货币，支付手段更加便捷和安全，分享经济发展将得到进一步规范。

社会征信

随着全面社会场景下的信用数据高效互通和整合，使信任关系基于有效数据实现理性信任。

推动中国分享经济持续发展还有三大有利条件

中国会接受分享经济提出的普适价值观念

城镇化：

- 城镇人口规模快速扩大，将突破城镇既有的服务承载能力，必需将分享经济作为补充和替代。

老龄化：

- 老年人具备大量的闲置资源，必然要通过分享经济激活。

习俗化：

- 消费习俗逐渐形成。当越来越多的消费者已经习惯了手机打车的时候，人们很难退回到过去排队等车的模式中。

使用而不占有

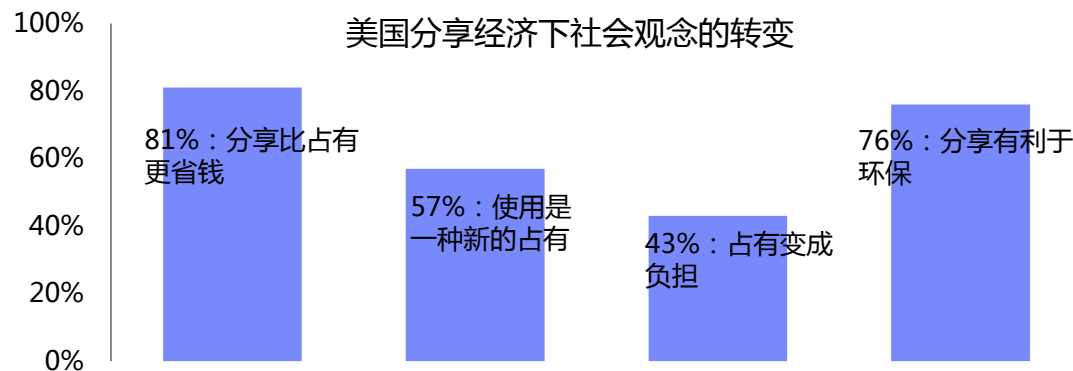
Airbnb首席执行官Brian Chesky

从过度消费到够用即可

《What is mine is yours》作者Richel Botsman

闲置就是浪费

《The mesh-Why The Future of Business is Sharing》作者 Lisa Gansky



数据来源：PWC调研（2014），腾讯研究院整理

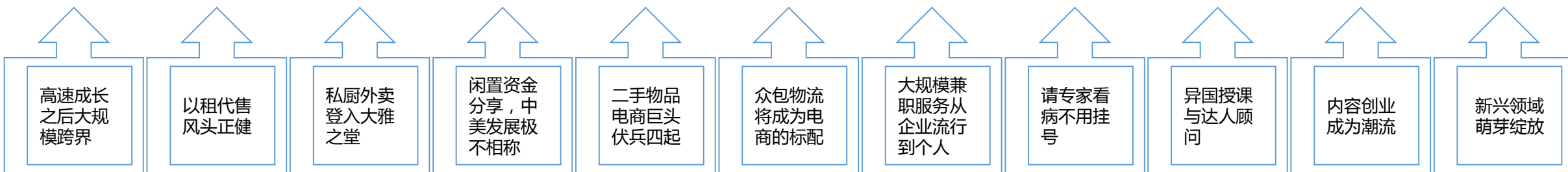
风潮影响

行业 | 创新 | 机会 | 转型

分享经济开创互联网经济的新业态

国内分享经济风潮，已经席卷10大主流行业，超过30个子领域，有力的推动了行业创新。

出行分享	空间分享	美食分享	金融分享	二手交易	物流众包	服务众包	医疗分享	教育分享	自媒体	新兴市场
专车 滴滴专车	短租 小猪短租 途家	厨师上门 爱大厨 好厨师	P2P借贷 陆金所 人人贷	二手车 人人车 瓜子二手车	同城快递 达达 人人快递	威客模式 猪八戒 行家网	在线问诊 春雨医生 好大夫在线	K12教育 阿凡题 跟谁学	文字 百度百家 虎嗅	物品出租 久物
拼车 嘀嗒拼车	长租 自如友家	美食寄售 觅食	股权众筹 天使汇 大家投	二手消费品 淘宝闲鱼 58转转	同城货运 一号货的 罗计物流	个人服务 您说我办 丸子地球	多点执业 名医主刀	远程外教 VIPABC	视频 章鱼TV 斗鱼	通信分享 平安wifi
代驾/巴士 e代驾 滴滴巴士	停车位 丁丁停车	家庭厨房 回家吃饭 我有饭			跨城快递 空间客车		医生上门 预健科技	达人顾问 在行 自得	音频 喜马拉雅 荔枝FM	定制商品 手工客
租车 宝驾租车 PP租车										
								租赁	二手交易	在线雇佣



分享经济10大主流行业呈现三大梯队发展

第一梯队：高速成长

共享金融和共享出行，占据
分享经济总体市场份额90%
以上

P2P借贷和股权众筹



出行共享

第二梯队：成长初期

短租、二手交易、专业/个人服务和众包物流市场规模
达百亿级别，是分享经济的中流砥柱



短租

二手

物流

专业/个人服务

第三梯队：萌芽期

自媒体、教育共享、私厨、医疗共享处于市场快速发
展的萌芽期



教育

私厨

医疗

自媒体

各领域独角兽
举例

新现象：闲置资金分享，中美发展极不相称

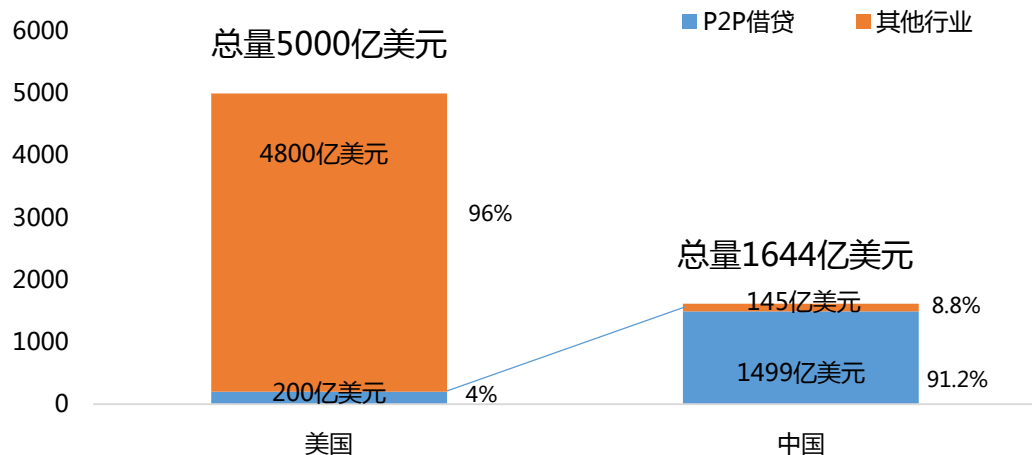
P2P借贷市场规模

- 中国P2P网贷市场体量巨大，2014年国内P2P借贷规模达到1499亿美元，据沛丰中国测算，约为美国P2P市场规模的7倍，占我国分享经济总规模的比重约为91%。
- 美国P2P借贷，占美国分享经济比重约为4%。

P2P借贷美国两家公司主导，而中国有3千多家

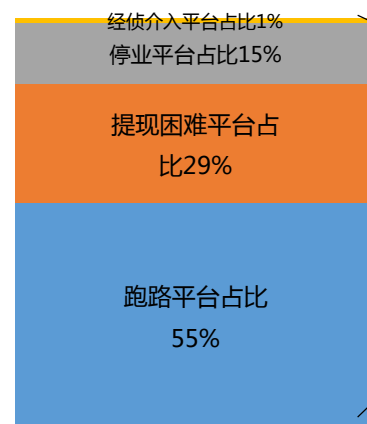
- 据沛丰中国分析，美国P2P市场由Lending Club和Prosper主导，英国前五家P2P占据80%市场。
- 中国P2P借贷公司已经达到3491家。其中，前五家P2P仅占市场份额约20%，市场集中度不高；问题平台896家，约占总量26%，风险系数增加。

中美分享经济市场结构对比

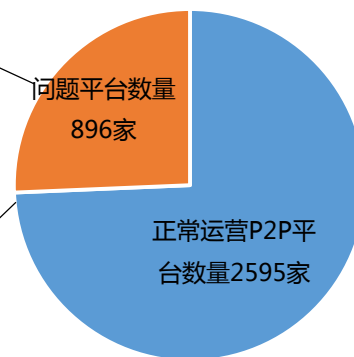


数据来源：沛丰中国（2015），公开资料，腾讯研究院整理

问题平台类型



中国P2P网贷平台数量



数据来源：网贷之家，盈灿咨询（2015），腾讯研究院整理

新现象：高速成长之后大规模跨界

- 按需出行，颠覆了传统出行市场，成为仅次于共享金融的第二大行业。
- 滴滴成为行业代表性企业，在高速成长之后，围绕出行场景，构建跨界生态体系。

三大方式： 营销跨界 业务跨界 平台跨界（开放SDK接口）



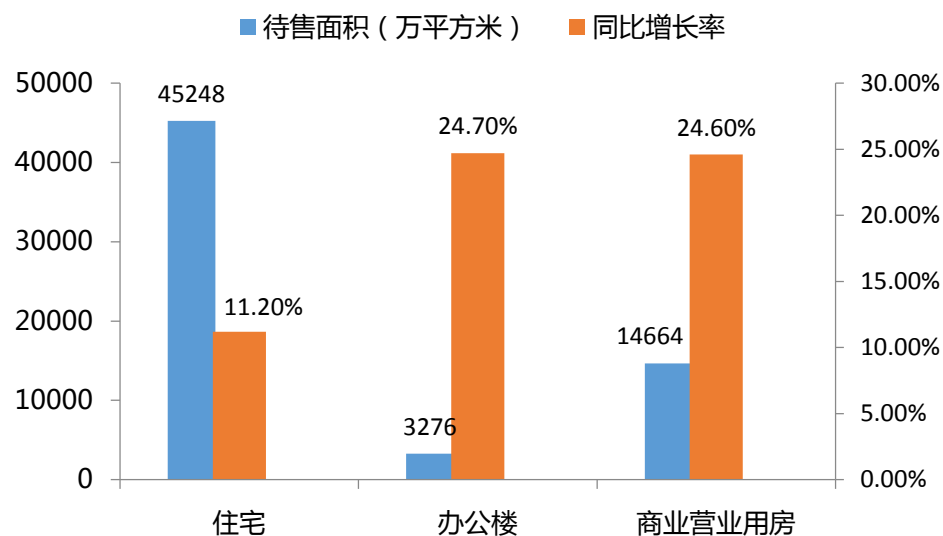
新现象：以租代售风头正健

□ 以长租公寓、创客空间、线上短租平台的风潮出现，为住宅市场、非住宅存量等各类房地产去库存提供了有效路径。

房地产去库存需求急迫

•据国家统计局12月数据显示，全国商品房待售面积已增至71853万平方米，按照我国人均住房面积30平方米计算，待售住房可供2390多万人口居住，这已经超过2015年末北京市常驻人口总和。

各类商品房待售面积分析



数据来源：国家统计局（截止2015年12月），腾讯研究院整理

以租代售的三种玩法



短租

•国内在线度假租赁市场规模超过百亿，2012年到15年的增长速度大于300%。
•市场格局相对集中，独角兽途家和小猪短租两个轻重模式的代表，占据着整体市场份额近50%。



长租

•长租公寓主要包括集中式和分布式两种模式，其中分布式公寓例如蘑菇公寓，从个体房东获取房屋，进行包租运营。集中式公寓，例如you+，地产商万科也推出“万科驿”租赁公寓。



腾讯众创空间

共享办公

•共享办公能够盘活非住宅市场的房地产库存，促进双创。其中优客工场估值20亿人民币，成为准独角兽。腾讯推出众创空间，打造立体化全要素创业孵化器。

新现象：二手物品电商巨头伏兵四起

□ 近年来，二手物品交易需求逐渐旺盛，市场空间巨大，但是尚未出现领军企业。

BAT角逐

综合性二手交易市场

闲鱼



淘宝闲鱼和京东拍拍二手依托各自网购平台，用户可以一键转卖二手物品



58转转依托58同城的在线二手信息发布网站，从信息切入交易
百度加持百姓网-分类信息广告平台，目前已估值40亿元

二手车交易市场

准独角兽扎堆

- ✓ 易观智库数据显示，2015年二手车电商平台交易规模达到101.2万辆，增速近70%。
- ✓ 据IT桔子报告显示，C2C二手车人人车（31亿元）、瓜子二手车（10亿元）、273二手车（17亿元），其他模式车猫二手车（65亿元）、优信二手车（65亿元）等多个二手车交易平台成为独角兽或准独角兽

二手电子回收

潜力大生意

- ✓ 据中新网数据显示，我国每年产生约3.7亿部废旧手机，当前废旧手机回收市场规模约为92亿元。
- ✓ 以 为例，是一家二手电子设备C2B交易平台，用户向平台提交旧设备，经过平台方的质检评估后，由数十家持牌的回收商进行竞价。

二手奢侈品交易

潜力萌芽期

- ✓ 据贝恩咨询显示，2011年到2015年国内可流通的二手奢侈品存量在3000亿左右。胖虎成立于2015年，主打C2B2C闭环二手奢侈品交易，平台提供鉴定报告，月流水在150万左右，获得天使轮投资。



新现象：大规模兼职服务从企业流行到个人

传统威客模式

企业享受的“服务”

•**企业虚拟化运作**：传统的“全员雇佣，场地办公”模式已经过时，企业可以突破地域，行业或专业等因素限制，更加自由灵活的获取所需专业人才，向着虚拟企业的运作模式转变。

国内专业服务企业猪八戒晋升为独角兽



不仅是威客领域，任何有兴趣和技能的个体都可以通过这种众包服务成为企业的虚拟员工，例如 Wonolo，面向企业提供临时工招募，帮助企业灵活配置与调遣人力



新兴私人服务

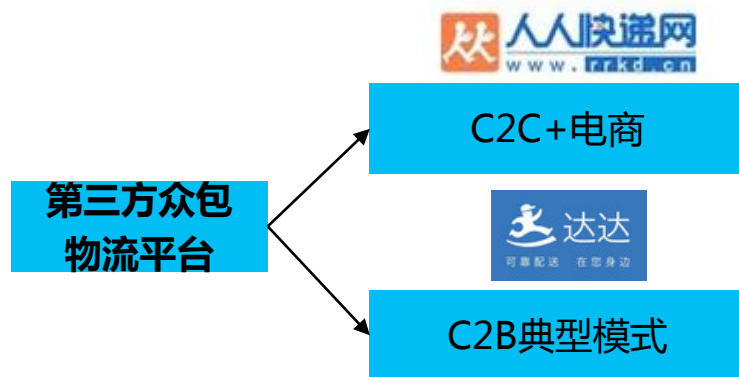
个人享受的服务

•**长尾化的私人服务井喷**：分享经济为更多的个人服务者提供了就业机会，各类聚焦于细分领域的C2C私人服务平台，使拥有各类技能和兴趣及碎片化时间的劳动力资源得到有效解放，使用户的专属个性化和便捷化等需求得到充分满足。

私人服务类型	代表企业	
私人助理服务		提供“跑腿”服务
私人导游		提供出境游的本地向导服务
私人美甲师/化妆师		提供手艺人的按需上门服务
私人管家		提供“小e管家”送衣物服务
私人看护		提供面向老年人的看护服务

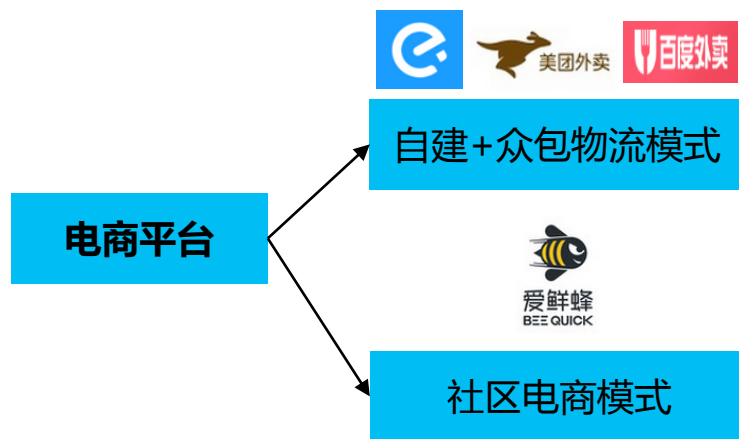
新现象：众包物流将成为电商的标配

- 众包物流，以基于LBS的社会化众包方式，解决传统配送速度慢，成本高，配送不到家等弊端，打通O2O电商配送的最后一环。众包物流总体市场近百亿规模，独角兽开始出现。



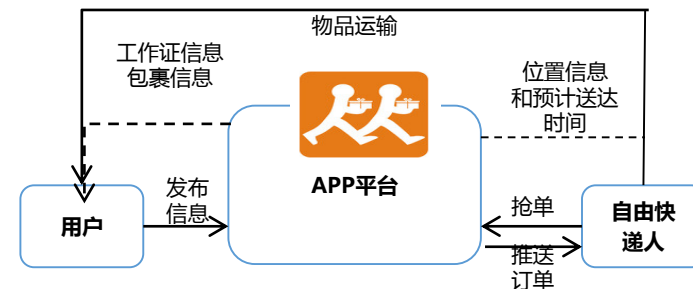
•人人快递最早一家众包物流企业，主要面向个体，提供“定时取”“帮我买”等服务，将社会化物流与社会化销售相结合。

•达达配送面向中小型商户，配送员基于LBS进行抢单—取货—送货服务。日订单超过150万单，最新估值已跻身独角兽。

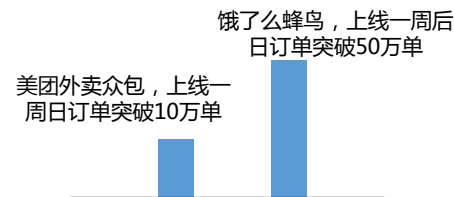


•电商平台逐步开放配送平台，作为自建配送队伍的社会化运力补充，主要服务自身电商业务，例如百度外卖、美团众包、饿了么蜂鸟、京东众包等。

•爱鲜蜂以“互联网+便利店”方式主打社区电商，爱鲜蜂提供平台和部分货品，便利店接单，配送到用户手中，实现“1小时内”闪送任务。



依托自身订单体量，快速领跑市场



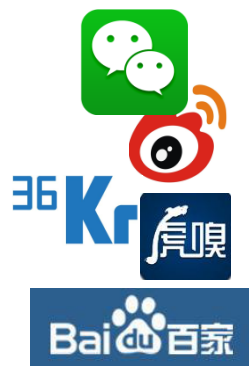
成立1年时间，日订单稳定在10万单以上，月流水超过1亿元，最新估值超3亿美金。

新现象：内容创业成为新潮流

传统自媒体平台

文字自媒体 内容创业者

文字自媒体平台
主打“资讯/评
论”等原创内容



微信公众号活跃订
阅号有近200万，
较2014年同期增长
了80%，其中原创
认证4万多家。

音频自媒体 电台主播

音频自媒体平台
主打“微电台”



蜻蜓FM, 拥有
12000名专业主
播，独家签约超过
3500位，目前平台
估值10亿元，成为
准独角兽。

新兴自媒体平台

视频自媒体 视频主播

视频自媒体平
台，实现实时在
线视频解说和互
动。
目前以草根主播
为主，未来将逐
步形成PGC为
主，UGC为补充
的运作机制。

几大主流方向

体育主播



针对体育赛事进行直播互动，2016年以3亿元的价格被乐视体育收购，成为旗下UCG直播平台。目前体育主播数量已超2000人，C端日活用户过300万。

游戏主播



电子竞技的庞大用户，和游戏爱好者特有的忠诚度，使得游戏主播得到迅速发展。斗鱼TV成立于2014年，运营1年时间已有38万个主播，1千万的日活跃量用户。龙珠直播估值13亿元，成为准独角兽。

秀场主播



秀场主播通过个人秀收获粉丝馈赠的礼物，实现虚拟产品的售卖和分成。国内YY于2012年赴美上市，上市时注册用户达4亿。六间房，于2015年作价26亿登陆A股。

音乐主播



依托唱吧社区的APP应用，开展国内知名主播以及众多唱吧红人的实时互动直播间，向亿级用户量迈进，目前已估值65亿元。

新现象：异国授课与达人顾问

- 分享经济在教育行业，改变了教育资源在时间和空间上的不均衡，传统分享经济模式拓展了教育资源的增量市场，提升供需匹配效率，而新兴的分享经济模式则关于于教育方式的创新，例如远程实时互动、私人社交色彩的咨询等。

传统分享经济

K12家教模式——形式传统但是市场潜力大

- 在线课程分享/答疑—— CC课堂  百度传课 Chuanke.com 学知识 上课程

沪江网的CC课堂，个体可以在平台上开放视频课程。


沪江网整体估值67亿元，跻身独角兽。



阿凡题引入公立学校老师兼职答疑，估值18亿元。

- 线下私人面授—— 轻轻  365好老师  疯狂老师


提供家教老师的搜索和一对一上门面授服务，供方为专业教师兼职或者有技能和兴趣的个体。轻轻家教和疯狂老师估值均超10亿元。

- 线上+线下结合—— 跟谁学 genshuixue.com

两种模式结合，完成知识获取、答疑以及线下服务的闭环。跟谁学估值15亿元，为准独角兽。

新兴分享经济

远程外教的实时互动教学

- 远程私人外教—— VIPABC 真人在线 英语外教



平台整合海外兼职外教，利用其闲置时间，通过网络对于中国学生进行一对一远程互动授课，主要以语言教育为主。VIPABC还推出“随选专家”理念，从语言教育，拓展到各类课程。

目前VIPABC估值65亿，跻身独角兽。51talk估值20亿元，为准独角兽。

社交+咨询的达人顾问

- 知识达人模式—— 在行  自得  榜样教育

平台吸纳各行各业高质量的行家用户，例如职场专家、高考状元、海外名校才子等，为用户提供针对性的答疑解惑和建议。目前该领域平台还处于起步阶段，尚未出现大体量企业。

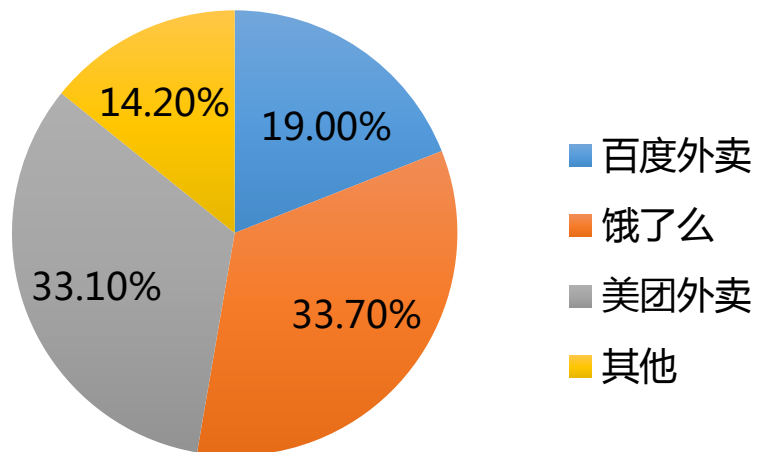
新现象：私厨外卖登入大雅之堂

- 私厨市场主要包括社交饭局的到店服务，私人厨师上门的家政服务拓展，美食寄售的电商服务，私厨外卖的O2O外卖服务四种模式，整体市场处于培育期，尚无巨头出现。其中以高频+刚需为主打的私厨外卖服务成为发展的新风向标。

私厨外卖可切入的潜在市场空间巨大

- 据易观智库统计，2015年中国互联网餐饮外卖市场规模达到457.8亿元人民币，其中百度外卖、饿了么、美团外卖占据市场份额85.2%，三家处于主导地位。
- 因为市场体量庞大，巨头之外14.2%的市场份额也约有65亿元的市场规模，可供私厨外卖切入的潜在市场空间巨大。

2015Q4互联网餐饮外卖整体市场交易份额



各类玩家从不同角度切入私厨外卖市场

① 创立开始，就主打私厨外卖平台



- 回家吃饭，全国最大家庭厨房共享平台，成立一年多时间，已具备4000多名家厨，用餐用户超过10万人。

② 从C2C美食电商切入美食外卖



- 觅食，在非刚需的手工美食寄售模式外，推出“红星午餐”，聚焦于邻里共享的白领订单市场，推动关联销售。觅食平台已聚集50万用户，1.5万手工美食家。

③ 从厨师上门烧菜转型到中央厨房外卖



- 烧饭饭从厨师上门服务转型到外卖服务“味蕾”，将厨师集中于中央厨房，提供外卖服务，复购率达到25%-30%。

④ 从社区众包洗衣切入到社区外卖



- e袋洗从“小e管家”拓展到了“小e管饭”，将充分整合社区的私厨资源提供外卖服务，布局O2O横向拓展开始。

⑤ 从美食社区切入半成品食材外卖



- 国外半成品食材订购服务商 Blue Apron已估值达到20亿美金，跻身独角兽。豆果美食上线电商平台“优食汇”，半成品食材销量占比很大。

新现象：请专家看病不用挂号

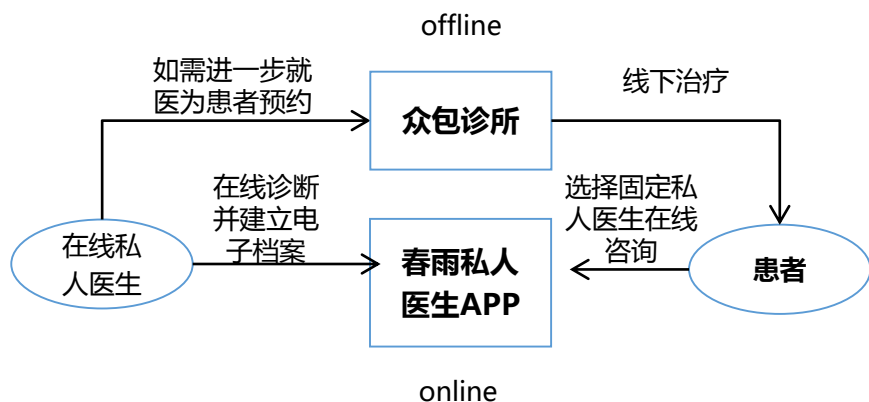
- 不仅医生可以在空余时间分享基本的问诊服务，还可以选择多点执业或上门服务等新兴模式，同时医院和诊所的闲置资源多可以充分利用和流动，缓解看病难、看病贵的问题，打通移动医疗的现象线下闭环流程，推进分级就诊制度。

传统分享经济

基于传统在线问诊模式的拓展

- 在线问诊—— 春雨医生  微医  好大夫在线
乌镇互联网医院 www.haodf.com

春雨医生从在线问诊模式，向线下众包诊所合作模式拓展，打通线上到线下的全流程医疗服务。



新兴分享经济

上门服务或多点执业服务

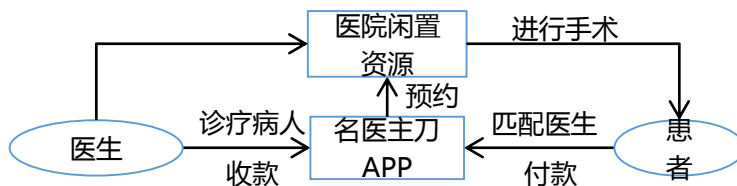
- 私人医生上门服务—— 青申匠  PreCare 预健科技  medicast®

用户可以基于地理位置，在线预约附近的中医或预健师上门提供服务。

- 多点行医模式——

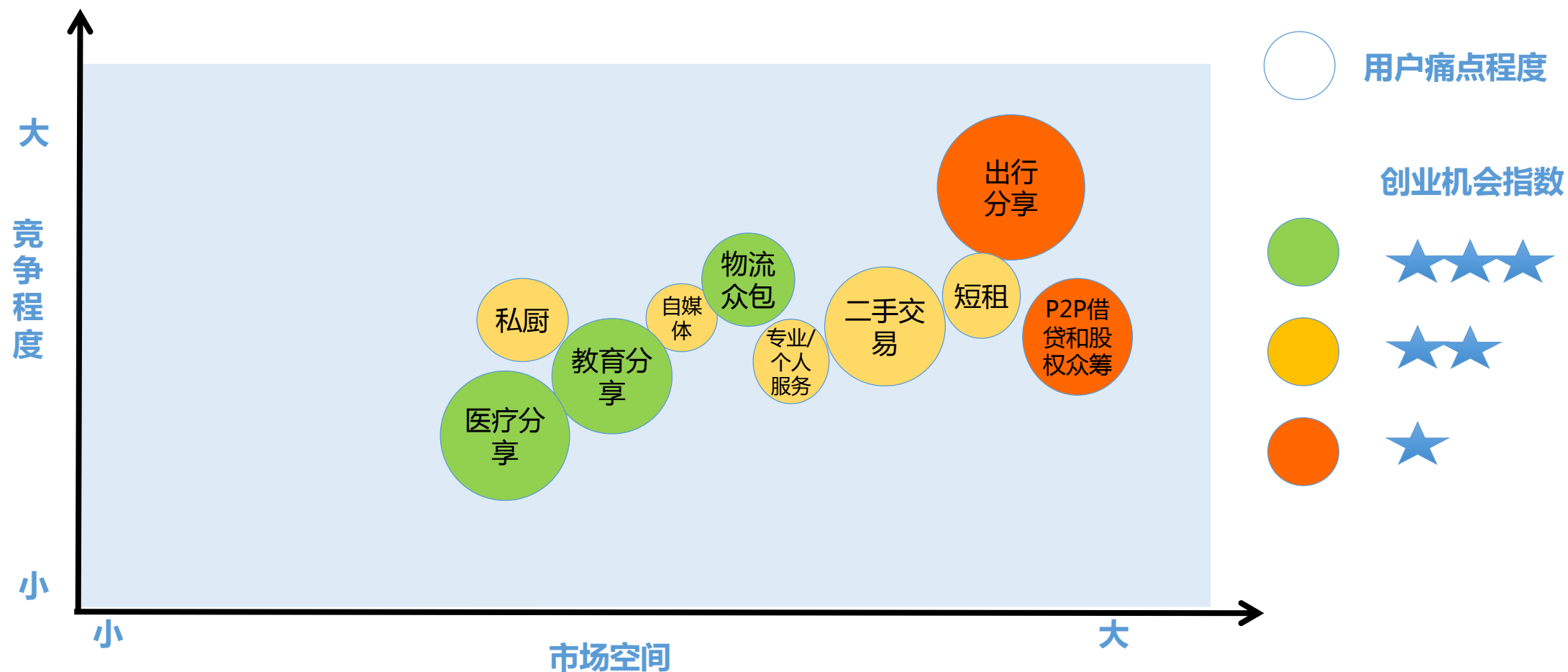


名医主刀主打移动医疗手术平台，利用互联网模式帮病人精准对接相关领域的名医专家，并与多家医院合作进行按需的医疗资源匹配。成立一年，名医主刀专家以主任和副主任医生为主，累计超过2万名，每个城市随时可以调用的公立医院及私立医院的床位超过1000张。



分享经济的创业机会分析

□ 分享经济创业，在哪些领域更容易些？



传统企业如何拥抱分享经济？

1、转型：以租代售+二手交易

- 传统企业顺应分享经济的发展浪潮，主动向分享经济转型，从卖新和卖多向分享型服务转型
 - 汽车厂商，包括BMW，戴姆勒、标致等车企纷纷推出“以租代售”的汽车分时租赁业务。
 - 零售商，宜家在瑞典推出在线分享平台，巴塔哥尼亚户外用品公司和ebay合作建立了“共同衣物纤维伙伴关系”平台。
 - 地产商，Soho中国推出共享办公soho3Q，万科推出长租公寓“万科驿”等分享型业务。

2、借力：社会化众包/众筹

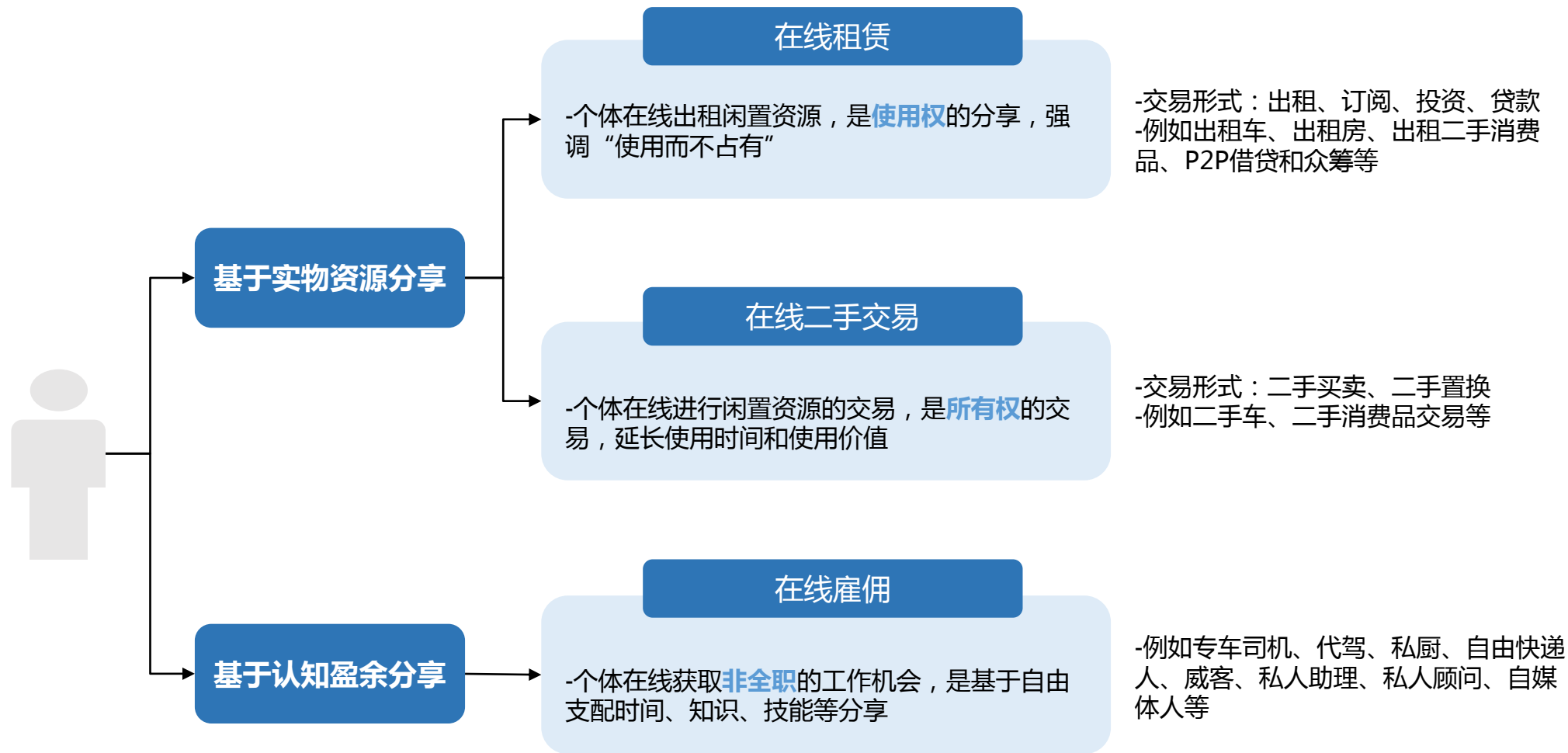
- 以分享经济的思维，借助社会化力量开展企业运营和筹集资金。
 - 3W咖啡通过众筹模式筹集股东会员，wifi万能钥匙股权众筹高达77亿认购额。
 - 微软通过Gigwalk任务众包平台召集35个城市的10万人，为它提供商户和餐馆的3D全景图，融入Bing地图数据。

3、资本运作：投资控股/兼并

- 传统企业可以通过资本运作，快速进入分享经济领域：
 - **投资控股**: 凯悦酒店集团参与豪宅版Airbnb——Onefinestay的4000万美元融资,通用汽车投资RelayRides等。宝马集团投资共享停车初创公司JustPark，超过50万名司机使用其服务。
 - **收购**：租车巨头安飞士巴吉集团以5亿美元的价格收购号称全球首家共享经济企业ZipCar公司。

个人如何拥抱分享经济？

□ 个人参与到分享经济，有三种路径：在线租赁、在线二手交易和在线雇佣。



风潮争议

未来迫切要解决哪些问题？

权益 | 监管

如何保护参与者权益？

消费者权益如何保障？

- 分享经济下，供需双方都是陌生的个体，无企业实力背书，平台快速发展的同时也带来信任的风险
- 如何能够保障消费者在分享过程中的权益，是对于分享经济能够发展的核心挑战

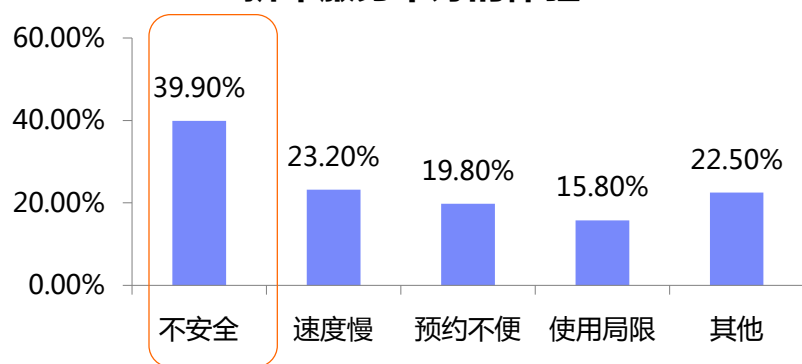
劳动者权益如何保障？

- 分享经济提供了大量的就业机会，促进了隐性就业和自由职业者的规模化发展，而对于这种非传统雇佣的劳动关系，脱离社会保障安全网，争议发生难以维权，对于这种逐步成为就业新趋势的新型劳动关系该如何保障？

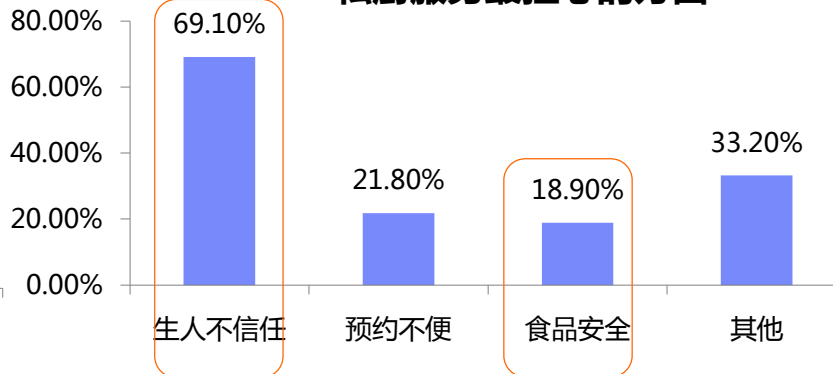
争议解决方向

- ① 大力发展征信市场，构建一套全社会统一的信用系统
- ② 建设社会保险福利机制，为消费者和劳动者提供必要的保险和福利

拼车服务不好的体验



私厨服务最担心的方面



如何实现管理与发展的平衡？

准入机制

分享经济企业准入机制远低于传统行业

•例如出行领域的专车司机与出租车公司司机、短租领域的个体房东与传统酒店业、私厨领域家厨端与餐饮从业者相比，无需获取各类政府/法案规定的许可证，更多是通过在线注册的方式，由平台进行审核。

税收监管

分享经济平台及个体的纳税尚不明确

•对于分享经济平台按何种税率纳税，个体参与分享经济除了平台抽成外，是否需要为所得收入纳税，尚不明确。

经验借鉴

① **加州模式**——加州公共事业委员将网约车平台作为新的公司类型“交通网络公司(TNC)”进行监管。由TNC购买运营牌照，无需个体司机办理，平台进行司机背景审核。

② **伦敦模式**——伦敦政府将网络预约出租车纳入既有的《约租车法案》进行监管，专车平台、司机和车辆三方都向政府申请准入许可证，才可以运营。

- 英国商务部提出简易性税收计划建议，借鉴英国税务海关总署和财政部经验，设计共享经济税收指导，建立在线纳税计算器，帮助有纳税责任的用户计算其在分享经济服务工作中的应纳税额。

- 2015年前3个月波特兰、阿姆斯特丹、芝加哥、华盛顿等7个地区开始授权Airbnb向房主代收酒店税。
- 国内途家平台上出租房间均由工商注册，按照住宿业来纳税，途家平台帮个体房东代缴后再将租房收入发放。

风潮走势

未来发展趋势如何？

个体 | 企业 | 政府 | 城市

分享经济的推演

- 腾讯研究院认为，分享经济将按照以下五大路径进行演进。
- 目前处于个人闲置资源分享阶段，正在向企业和政府闲置资源分享阶段演变。



企业闲置资源分享——从消费到生产的“以租代买”

- 企业闲置资源分享，主要指企业分享其闲置资产（例如空间/设备等）或产能，实现生产共享和协作双赢。
- 一方面帮助供方企业在资产闲置期间提高收入，另一方面帮助需求企业“以租代买”降低生产运营成本。

办公空间共享

众创空间

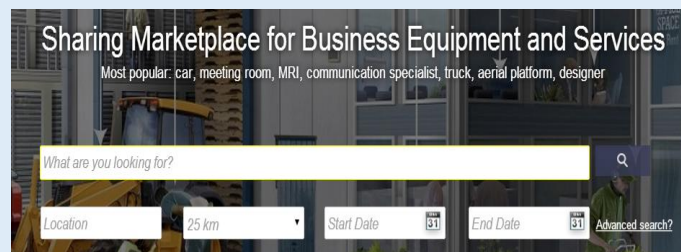
- 当前我国正处于第三次互联网创业热潮当中，新市场主体与新注册企业大量涌现，众创空间平台作为新的创业服务机构，通过资源共享，例如共享空间和分享活动，为创业企业提供更加低成本、高效率的服务。



设备共享



- FLOWW2是企业级共享市场，成立于2012年初，针对建筑、运输、农林企业运营中可能出现的机器闲置状况，FLOWW2提供网络平台，给企业间租用器械和人力提供便利
- 卫生系统医疗设备低效利用，42%利用率意味着大多数能力处于闲置状态
- Cohealo为医疗机构提供分析软件，以更经济高效的管理和利用医疗设备



集中化

集中化医疗系统资产



排期

在线定位和预定设备



使用

随时随地按需使用医疗设备



分析

基于数据获取资产洞察

产能共享



- 以3D打印设备为核心的众多“微型工厂”，形成分布式3D打印社区，使3D打印的产能共享，形成全球性3D打印协同共享系统
- 3DHUBS 成立于2013年，3D打印网络包含超过27500个全球打印服务地点，向超过150个国家10亿的用户提供离家10英里范围内的3D打印服务，服务范围将近世界人口的15%。

政府和公共服务闲置资源分享——政府拥抱分享经济

2015年6月29日，**中国滴滴快的**的正式宣布，将在“滴滴企业版”的基础上，根据政府机关客户的不同需求，推出**“滴滴政府版”**，为取消一般公务用车的政府机关提供出行用车解决方案。

- **收费将采用单位统筹与个人支付相结合的模式。政府机关用户可以自主通过管理后台，为不同部门和级别的公务员设置不同的车型、时间等用车权限。**
- **地方政府车改后的剩余的车辆也可以纳入滴滴平台进行管理，优先保障公务用车需求，闲置时服务民用市场。**

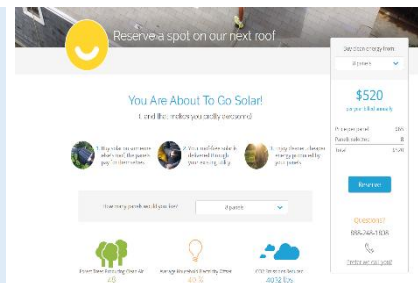


悉尼政府为共享汽车设立了多个专属停车位；还为消费者给予停车优惠，将**“汽车使用共享”**计划作为**“悉尼2030”**的一个重要环节；据悉尼市政府统计，目前全市已经有6.4%的家庭参与汽车共享计划，“汽车使用共享”计划产生的社会效益是成本的19倍。



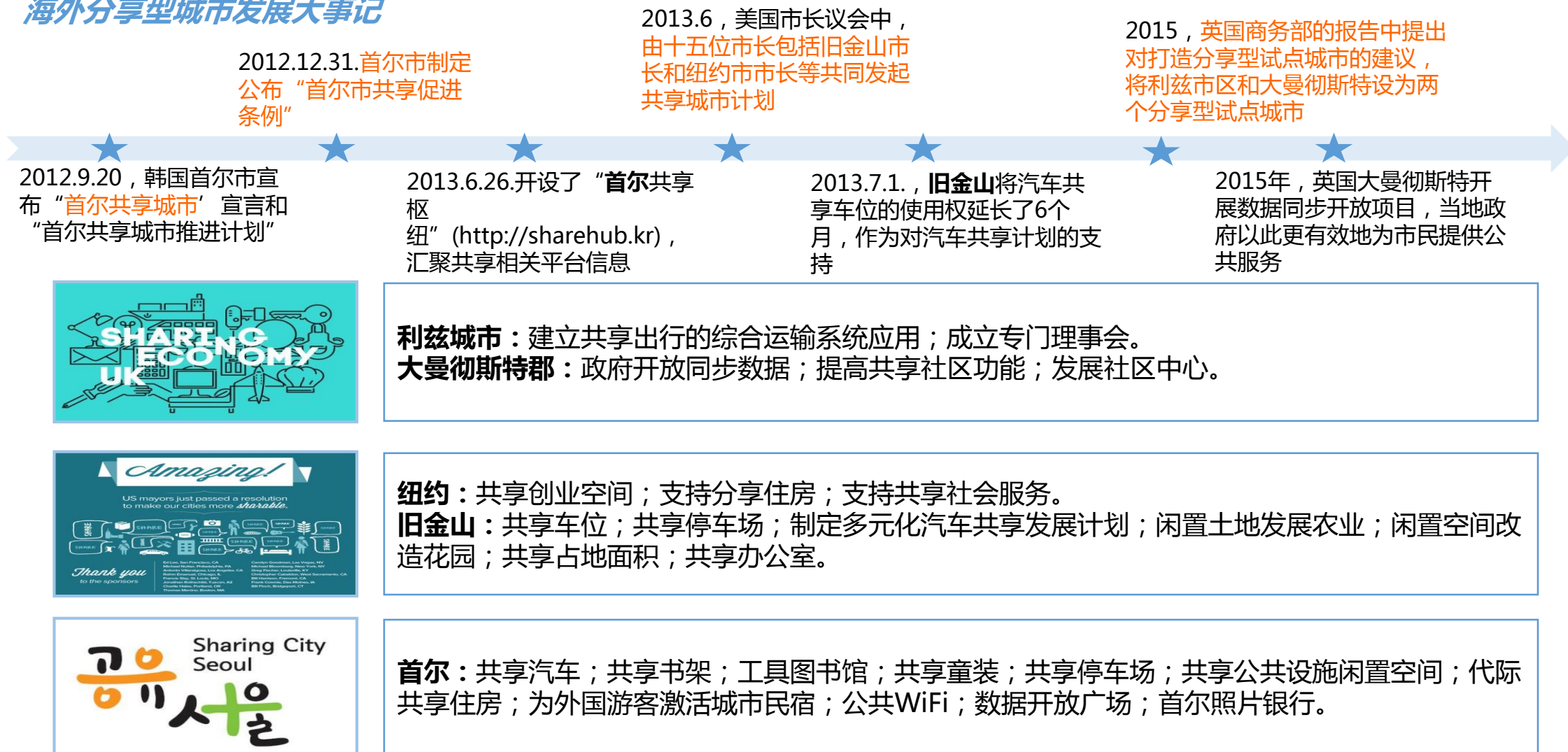
2010年，英国克罗伊登区理事会通过决议，开始与zipcar合作，**让汽车俱乐部成员代替政府车队**，并在工作时间为其开辟专用车道，其余时间则允许当地居民参与使用。

除了交通领域外，在水电等公共服务领域，闲置资源分享也成为可能。Yeloha，波士顿初创企业，使居民之间太阳能电力共享成为现实。而美国加州，SWIIM与美国农业部合作，使农民可以通过平台出租多余的水量。



城市闲置资源分享——海外分享型城市已出现

海外分享型城市发展大事记



结语

原创声明

本报告中所有的文字、数据均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过腾讯研究院书面许可，任何组织和个人，不得将本报告中的信息用于其它商业目的。

本报告中的资料和数据来源于国内外行业公开信息的收集和分析、相关企业高管的深度访谈和实地考察，结合腾讯研究院相关分析模型开展。

鸣谢

本报告调研撰写过程中得到了许多分享经济代表企业的大力支持和帮助，在此表示特别感谢！

研究团队：欢迎您与我们交流！



张孝荣 Bluce Zhang

腾讯研究院 总监

曾任中信证券互联网首席分析师，互联网实验室总裁。

长期从事互联网研究，专注于网络经济、网络社会、网络空间治理和信息安全，以及前沿创新创业项目。主持过多项政府部门和中概股公司委托的课题项目。

著有《第三浪——互联网未来与中国转型》，《第五空间战略——大国间的网络博弈》。

邮箱：blucezhang@tencent.com

微信：zhangxiaorong1609



孙怡 Sunny Sun

腾讯研究院 高级研究员

主要研究领域为互联网新兴产业经济。北京邮电大学管理工程与科学硕士，曾就职于IBM全球企业咨询服务部，长期从事TMT行业的战略分析、产业规划和运营管理等领域的研究与咨询工作。

邮箱：sunnyyisun@tencent.com

顾问团队



司晓 Jason Si

腾讯研究院 秘书长

法学博士，腾讯集团公共战略研究部总经理，副总法律顾问，腾讯研究院秘书长，国家版权局国际版权研究基地研究员，深圳大学客座教授，兼任中国知识产权研究会、中国版权协会理事，北京大学互联网法律研究中心兼职研究员。司晓博士长期从事互联网产业法律政策研究工作，先后供职于网易、迅雷、腾讯等知名互联网公司，对中国互联网发展中大量涌现出来的法律和政策问题有深入分析与研究思考，具有丰富的实务经验、研究能力和业界影响力。

腾讯研究院是腾讯公司设立的社会科学研究机构，旨在依托腾讯公司多元的产品、丰富的案例和海量的数据，围绕产业发展的焦点问题，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，共同推动互联网产业健康、有序的发展。

研究院下设法律研究中心、产业与经济研究中心、社会研究中心、犯罪研究中心、安全研究中心、专利与创新研究中心、“互联网+”创新中心，并设有博士后科研工作站。

我们坚守开放、包容、前瞻的研究视野，致力于成为现代科技与社会人文交叉汇聚的研究平台。



腾讯研究院官方网站：www.tisi.org

腾讯研究院官方微信：cyberlawrc

如您对本报告有任何问题，

请联系blucezhang@tencent.com