

中国共享经济发展报告（2020）


目 录

| | |
|--------------------------------|----|
| 报告摘要..... | 1 |
| 上篇 总报告..... | 5 |
| 一、 2019 发展概况..... | 5 |
| （一）市场交易规模增速大幅放缓..... | 6 |
| （二）稳就业作用初步显现..... | 8 |
| （三）共享经济成为服务业转型发展的重要动力..... | 9 |
| （四）直接融资较上年下降 52%..... | 11 |
| （五）聚合模式等新模式备受关注..... | 13 |
| （六）共享平台与金融服务深度融合..... | 15 |
| （七）平台经营理念和行为更加理性..... | 16 |
| （八）智能化应用进程不断加速..... | 17 |
| （九）标准化体系建设取得突破性进展..... | 19 |
| （十）规范发展的政策力度进一步加大..... | 20 |
| 二、 新冠肺炎疫情对共享经济的影响..... | 23 |
| （一）短期影响：有“冲击”也有“刺激”..... | 24 |
| （二）长期影响：“危”中藏“机”..... | 26 |
| 三、 存在的问题..... | 29 |
| （一）疫情冲击下平台企业经营压力巨大..... | 29 |
| （二）地方自由裁量权过大等问题较为突出..... | 30 |
| （三）《电子商务法》落地实施尚缺乏细则支撑..... | 31 |
| （四）平台灵活就业人员的社会保障亟待加强..... | 32 |
| （五）可共享资源开放力度不足..... | 33 |
| 四、 发展趋势..... | 34 |
| （一）共享经济将很快走出疫情冲击并呈现稳定发展态势..... | 34 |
| （二）市场竞争加剧 行业洗牌加速..... | 35 |

本报告来自互联网公开渠道，版权归原作者所有。
如有疑问，请联系data@01caijing.com。

更多报告，请扫描二维码进入找报告小程序



 微信扫一扫，使用小程序

| | |
|----------------------------------|-----------|
| (三) 未来几年平台企业上市步伐有望加速..... | 36 |
| (四) 资源开放和平台赋能成为共享制造的重要支撑..... | 37 |
| (五) 区块链技术应用成为新热点..... | 38 |
| (六) “互联网+监管”和基于信用的差异化监管进一步加强.... | 38 |
| 下篇 典型案例..... | 40 |
| 一、滴滴出行：迈向技术与安全双轮驱动新阶段..... | 40 |
| 二、小猪短租：发力自营业务 加快智能化应用..... | 42 |
| 三、Airbnb 爱彼迎：持续提升品质服务与文化体验..... | 43 |
| 四、途家：以用户需求为核心 发力品质化服务..... | 44 |
| 五、美团：全力打造综合性互联网生活服务平台..... | 45 |
| 六、WiFi 万能钥匙：以技术自主创新保障连接安全..... | 47 |
| 七、满帮集团：优化增值服务 探索模式创新..... | 48 |
| 八、好活平台：积极探索灵活用工新模式..... | 50 |
| 致 谢..... | 52 |

图表目录

| | | |
|-----|---------------------------------------|----|
| 图 1 | 2019 年我国共享经济市场结构情况..... | 7 |
| 图 2 | 2019 年我国共享经济各领域市场交易规模增速..... | 7 |
| 图 3 | 2017-2019 年我国共享经济平台企业员工数..... | 8 |
| 图 4 | 2016 、2018 年和 2019 年各领域共享型新兴服务占比..... | 10 |
| 表 1 | 2017-2019 年我国共享经济发展情况（单位：亿元）..... | 6 |
| 表 2 | 2016 和 2019 年主要生活领域共享型服务普及情况..... | 10 |
| 表 3 | 2018-2019 年主要领域共享型服务支出占比..... | 11 |
| 表 4 | 2016-2019 年共享经济各领域直接融资规模（单位：亿元）..... | 11 |
| 表 5 | 2019 年出台的与平台经济发展相关的政策文件..... | 20 |
| 表 6 | 2019 年共享经济主要领域相关政策文件..... | 23 |

国家信息中心

报告摘要

一、基础数据

1.2019 年我国共享经济市场交易规模为 32828 亿元，比上年增长 11.6%。生活服务、生产能力、知识技能三个领域共享经济交易规模位居前三，分别为 17300 亿元、9205 亿元和 3063 亿元，分别较上年增长 8.8%、11.8%和 30.2%。

2.从发展速度来看，共享住宿、知识技能、共享医疗三个领域增长最快，分别较上年增长 36.4%、30.2%和 22.7%。

3.2019 年我国共享经济参与者人数约 8 亿人，参与提供服务者人数约 7800 万人，同比增长 4%。平台企业员工数为 623 万人，同比增长 4.2%。

4.2019 年我国共享经济直接融资规模为 714 亿元，同比下降 52.1%。知识技能、生活服务和交通出行领域直接融资规模位居前三，分别为 314 亿元、221.5 亿元和 78.7 亿元。

5.2019 年，网约车客运量占出租车总客运量的比重达到 37.1%，比上年提高 0.8 个百分点；在线外卖收入占全国餐饮业收入的比重达到 12.4%，相比上年提高 1.5 个百分点；共享出行服务支出占城镇居民交通支出的比重为 11.4%，较上年下降 0.3 个百分点；共享住宿收入占全国住宿业客房收入的比重达到 7.3%，比上年提高 1.6 个百分点；共享物流收入占公路物流总收入的比重达到 1.65%，比上年提高 0.26 个百分点。

6.2016-2019 年主要共享服务业态收入的平均增长速度大幅高于传统服务业态，其中餐饮领域达到 7.3 倍，住宿领域达到 5.8 倍。

7.2016-2019 年，网约车用户在网民中的普及率由 32.3%提高到 47.4%；在线外卖用户普及率由 30%提高到 51.6%；共享住宿用户普及率由 5%提高到 9.7%；共享医疗用户普及率由 14%提高到 21%。

二、主要结论

1.2019 年是我国共享经济深度调整的一年。一方面，在共享经济市场交易规模增速大幅下滑的同时，共享经济领域的直接融资规模也较上年出现明显下降。另一方面，共享经济发展正从追求规模和速度的粗放模式向更加注重质量和效率的集约模式加速转型。

2.共享经济领域的就业仍然保持了较快增长，对于稳就业发挥了积极作用。共享经济极大地促进了灵活就业、兼职就业、创业式就业等新就业形态的发展，并在就业支持和为从业人员赋能方面发挥了重要作用。

3.共享经济新业态新模式成为服务业转型发展的重要推动力，对于优化服务业结构、促进消费方式转变的作用越来越明显。

4.共享经济各领域创新持续活跃。聚合模式、B2C 模式、“共享+”模式等新运营模式成为新亮点。平台企业不断推进自身业务与金融服务的深度融合，开展信贷、保险、担保等服务。智能化技术应用进程持续加速，用以布局未来、提升企业核心竞争力、加强安全与合规建设。

5.共享经济平台的经营行为和理念更加理性，从规模扩张转向营运和盈利能力提升，通过减少补贴、拓展收入来源、提升经营效率等途径，努力实现可持续发展。

6.共享经济标准化建设取得突破性进展。国家层面共享经济标准化体系的组织和建设工作积极推进，标准委成立全国共享经济专业标准化技术委员会，着手推进共享经济领域标准化研究工作，领先平台与有关机构联合纷纷推出各种服务标准和规范。我国成为共享经济领域国际标准化有关组织的重要成员，在国际共享经济标准领域的话语权迅速提升。

7.共享经济规范发展的政策力度进一步加大。与包括共享经济在内的平台经济发展密切相关的营商环境、竞争和反垄断、信用体系建

设等方面的一系列政策相继出台；并且针对共享经济领域存在的问题，出台了相关的监管政策，从鼓励与规范两个方面引导新业态发展。

8.2020 年初爆发的新冠肺炎疫情对以共享经济为代表的新业态产生了巨大影响。短期来看，疫情对共享经济不同领域既有“冲击”也有“刺激”。受冲击最大的是共享住宿、交通出行、家政服务等线上线下融合程度高且必须通过线下活动完成整个交易闭环的领域，平台企业的订单量和营业收入大幅减少；共享医疗、教育、外卖餐饮等领域，得益于消费活动向线上的迁移，平台用户数量和交易量猛增，出现了与大势逆行的小高峰。长期来看，共享经济发展“危”中藏“机”：抗疫期间网络技术在各个领域的应用得到进一步深化，人们的在线消费习惯得到进一步培养，作为共享制造重要基础的产业互联网发展面临新契机，“抗疫与发展并重”的客观需要倒逼新业态领域制度创新加速。

9.共享经济当前还面临一些亟待解决的问题：突发疫情所带来的冲击以及如何缓解平台企业空前的经营压力，无疑是当前最为迫切，也最具挑战性的问题。在监管方面，地方自由裁量权过大导致平台企业疲于应付，大大增加企业运营合规成本；监管部门之间缺乏有效协同，既难以形成工作合力，影响治理效能，也给平台带来较大负担。在《电子商务法》的落地实施方面，需要加快出台与之配套的实施细则，并做好与其他相关规章制度的衔接。在社保方面，与平台灵活就业相适应的社会保险体系建设严重滞后，社会保险和商业保险的力度和范围均严重不足。此外，许多可共享的资源存在着开放意愿和力度不足的情况，成为共享经济发展的重要制约因素。

三、发展趋势

1.2020 年共享经济增速将因疫情影响而出现一定幅度的回落，预计在 8-10%之间；2021 年和 2022 年增速将有较大回升，预计未来三年间共享经济的年均复合增速将保持在 10%-15%的区间。

2.疫情带来的冲击只是短期的，一旦疫情结束，被压抑和限制的
消费与生产活动将得到恢复，共享经济也将再现往日活力。随着全面
建设小康社会的加速推进，与共享经济相关的政策支持力度持续加
大，共享经济在教育、医疗、养老等民生重点领域的发展潜力将加速
释放，平台企业商业模式将更趋成熟，平台企业上市步伐有望加速。

3.随着市场的恢复，许多领域的市场竞争将会更加激烈，行业洗
牌和格局调整的步伐也将加速。降本增效和开源节流将成为 2020 年
平台企业经营策略的首要选择；从拼规模和速度，转向拼品质、服务、
安全等的趋势也将会更加明显，能否为用户带来更好的体验和更多的
价值，也将成为未来市场竞争的关键。

4.共享制造将成为“十四五”期间制造业转型发展的重要支撑，
大型制造企业的资源开放以及共享平台对制造企业的赋能将成为共
享制造未来发展的重要抓手。

5.区块链技术将成为共享经济发展的新热点，领先的共享平台将
加快布局区块链相关技术研发。区块链技术将被广泛应用于共享经济
发展中的身份信息认证、交易行为记录、版权认证、内容传播的全程
追溯、维权举证和利益归属划分等多个方面。

6.共享经济领域的“互联网+监管”和基于信用的差异化监管将
加速推进。依托国家统一的在线监管系统，在政府与企业之间数据共
享的基础上，对共享平台企业的事前风险预警、事中实时监测、事后
追溯问责也将不断加强。平台企业的失信行为将被纳入信用记录和公
共信用综合评价中，并成为政府差异化和分级分类监管的重要依据。

中国共享经济发展报告（2020）

共享经济是指利用互联网等现代信息技术，以使用权分享为主要特征，整合海量、分散化资源，满足多样化需求的经济活动总和。共享经济是信息革命发展到一定阶段后出现的新型经济形态，是整合各类分散资源、准确发现多样化需求、实现供需双方快速匹配的最优化资源配置方式，是信息社会发展趋势下强调以人为本和可持续发展、崇尚最佳体验与物尽其用的新的消费观和发展观。

本报告是国家信息中心推出的第五份共享经济年度报告，对2019年中国共享经济发展的现状、问题以及趋势进行了全面分析，以期政府决策、产业发展和公众参与提供参考借鉴。

上篇 总报告

2019年是我国共享经济深度调整的一年。一方面，市场交易规模在经历了超高增长后出现了显著放缓，直接融资也受国际国内资本市场信心不足的影响而出现大幅下滑；另一方面，平台发展理念和行为更加理性，从追求规模和速度的粗放模式转向注重质量和效率的集约模式。与此同时，共享经济的监管机制、灵活就业人员社会保障等方面还面临着亟待解决的问题。面向未来看，在政策支持、市场潜力释放等多种因素的综合作用下，共享经济将呈现稳中向好的发展态势。

一、2019 发展概况

2019年我国共享经济在发展速度、直接融资、技术应用、模式创新、标准化建设等方面都呈现出一些新的特点。

（一）市场交易规模增速大幅放缓

初步估算，2019 年我国共享经济市场交易规模约为 32828 亿元，同比增长约 11.6%，增速较上年出现大幅下降（表 1）。其原因是多方面的，包括宏观经济的下行压力、互联网领域投资和市场信心的严重不足、互联网人口红利的消减，以及共享经济行业的内部调整。增速的大幅下滑，意味着共享经济的发展模式正从追求规模和速度的粗放模式向更加注重发展质量和效率的集约模式转型，同时也意味着共享经济将从过去的超高速增长向中高速增长转变，整个共享经济发展将进入新常态。

表 1 2017-2019 年我国共享经济发展情况（单位：亿元）

| 领域 | 2017 年 | 2018 年 | 2019 年 | 增长率 |
|------|--------|--------|--------|-------|
| 交通出行 | 2010 | 2478 | 2700 | 9% |
| 共享住宿 | 120 | 165 | 225 | 36.4% |
| 知识技能 | 1382 | 2353 | 3063 | 30.2% |
| 生活服务 | 12924 | 15894 | 17300 | 8.8% |
| 共享医疗 | 56 | 88 | 108 | 22.7% |
| 共享办公 | 110 | 206 | 227 | 10.2% |
| 生产能力 | 4170 | 8236 | 9205 | 11.8% |
| 总计 | 20772 | 29420 | 32828 | 11.6% |

从共享经济市场结构看，生活服务、生产能力、知识技能等三个领域的交易规模位居前三，分别为 17300 亿元、9205 亿元和 3063 亿元（图 1）。

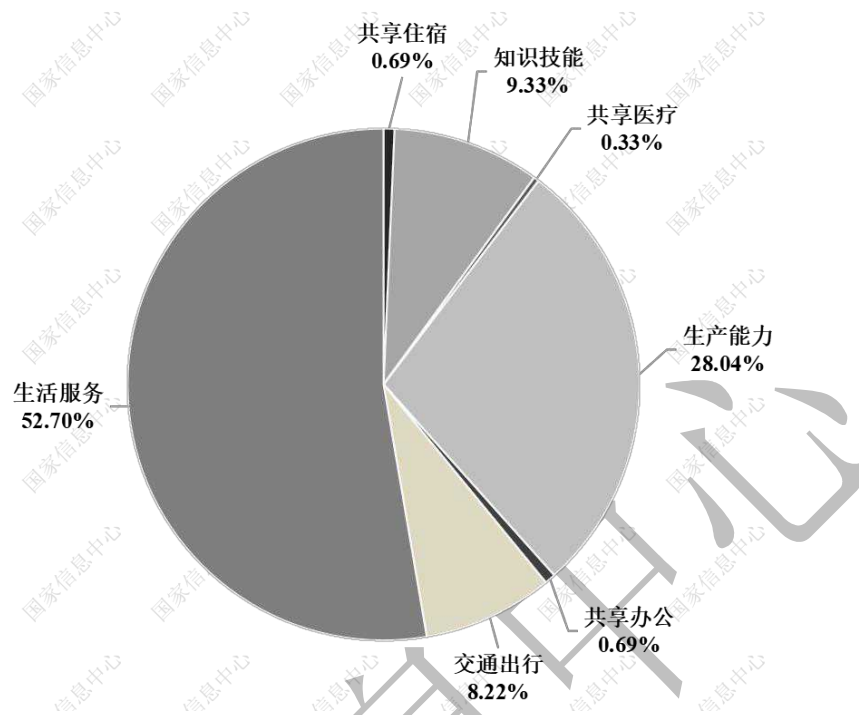


图1 2019年我国共享经济市场结构情况

从2019年增速来看，除共享住宿与上年大致持平之外，共享经济其他领域的增速普遍出现大幅下降。各领域增速的不平衡状况依然存在。共享住宿和知识技能两个领域增长最快，增速在30%以上，交通出行、生活服务两个领域增速最慢，均低于10%，并且连续两年下降（图2）。

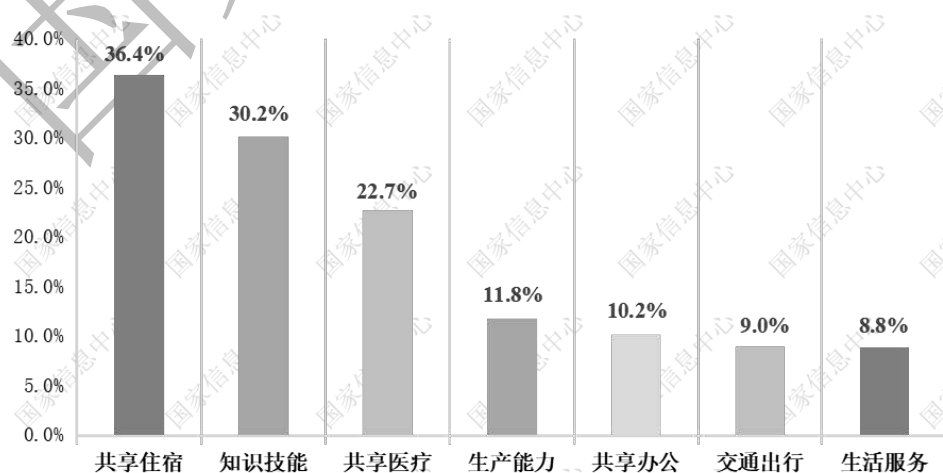


图2 2019年我国共享经济各领域市场交易规模增速

（二）稳就业作用初步显现

2019 年在整体就业形势面临较大压力的情况下，共享经济领域的就业仍然保持了较快的增长速度，对于稳就业发挥了积极作用：一是推动了灵活就业、兼职就业、创业式就业等新就业形态的发展；二是强化就业支持，为从业人员赋能。

初步估算，2019 年我国共享经济参与者人数约 8 亿人，其中服务提供者约 7800 万人。平台企业员工数约 623 万人，同比增长约 4.2%（图 3）。



图 3 2017-2019 年我国共享经济平台企业员工数（单位：万人）

共享经济推动了新就业形态的发展。由于共享经济灵活用工、弹性就业的特点，使得服务提供者能够以兼职形式获得收入，兼职就业成为共享经济领域具有代表性的就业形式。滴滴平台上兼职司机大约占到九成，78.9%的兼职司机每天在线时间少于 5 小时；美团平台上 52%的骑手每天工作 4 个小时以下；爱彼迎平台上近九成的中国房东是兼职。

共享经济平台为社会特定群体提供了就业渠道。因共享平台就业的灵活性、包容性特点，许多残疾人在知识技能共享领域找到了就业机会，成为网络主播、设计师、培训师等。喜马拉雅依托自身平台、

内容、技术等优势，开展针对残疾人的主播培训，积极探索就业扶贫新方式。到 2019 年底，残疾人主播培训已开展 30 期，覆盖 9 个省市自治区，培训 1000 余人，其中 100 余人成为平台签约主播。

除了对直接就业的促进作用之外，共享经济平台还能依托企业自身业务的发展，带动上下游关联产业的间接就业。滴滴平台创造了包括网约车、代驾等在内的大约 1200 万个直接就业机会，还带动了包括汽车生产、销售、加油及维保等在内的 630 多万个间接就业机会¹。共享住宿领域，每增加 1 个房东就能带动 2 个灵活就业岗位。

共享经济平台还发挥了重要的赋能和就业支持作用。共享办公平台不仅为创业者提供了低成本的办公场地，而且也提供了订单、人才、资金等资源对接服务，同时还可提供技术、营销、财务法务等咨询服务，有力地促进了创业式就业。在其他领域，共享平台也基于自身的数据及技术优势，为小微商家提供软硬件优化、运营指导、精准营销等数字化解决方案，通过开展技能、安全、规范等方面的培训活动，提升商家经营能力，为自雇型就业提供了重要支持。

（三）共享经济成为服务业转型发展的重要动力

2019 年上半年，我国服务业对国民经济增长的贡献率为 60.3%，比第二产业高 23.2 个百分点，已经成为推动经济增长的主动力。共享经济新业态新模式则成为服务业转型发展的重要推动力，对于优化服务业结构、推动服务业快速增长、促进消费方式转变和升级的作用越来越明显。

一是推动服务业结构不断优化。测算表明，2019 年，网约车客运量占出租车总客运量的比重达到 37.1%，比上年提高 0.8 个百分点；在线外卖收入占全国餐饮业收入的比重达到 12.4%，相比上年提高 1.5 个百分点；共享出行服务支出占城镇居民交通支出的比重为 11.4%，相较于上年下降 0.3 个百分点；共享住宿收入占全国住宿业客房收入

¹中国人民大学劳动人事学院课题组，《滴滴就业体系与就业数量测算》，2019 年 9 月。

的比重达到 7.3%，比上年提高 1.6 个百分点；共享物流收入占公路物流总收入的比重达到 1.65%，比上年提高 0.26 个百分点；共享医疗服务支出占个人医疗卫生服务支出的比重达到 5.9%，比上年提高 0.06 个百分点（图 4）。

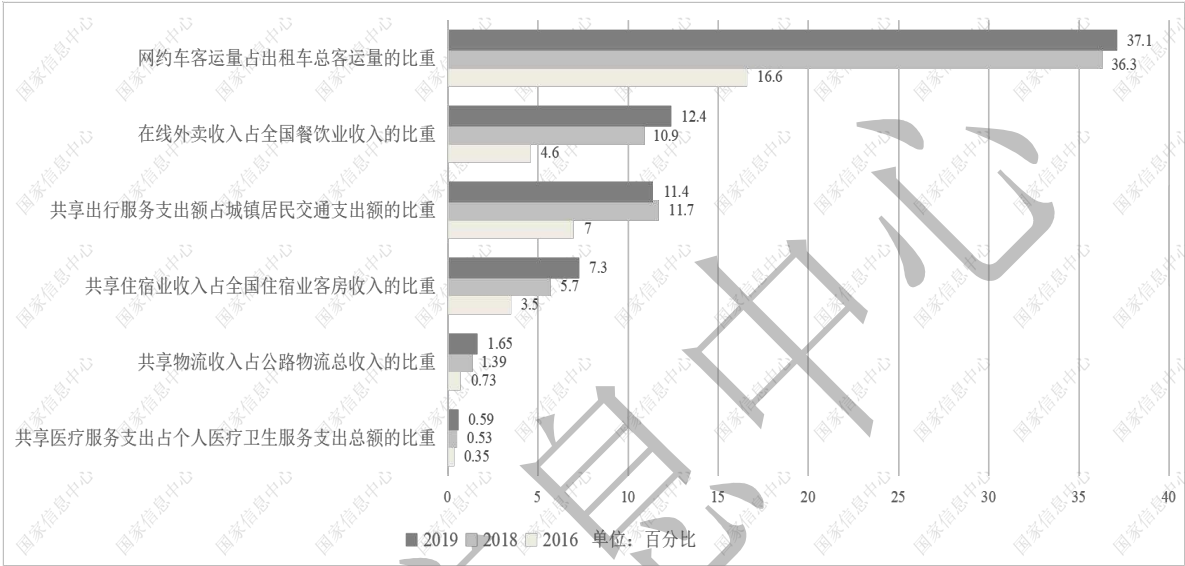


图 4 2016、2018 年和 2019 年各领域共享型新兴服务占比

二是促进消费方式转变。测算表明，2019 年网约车用户在网民中的普及率达到 47.4%；在线外卖用户普及率达到 51.6%；共享住宿用户普及率为 9.7%；共享医疗用户普及率为 21%（表 2）。

表 2 2016 和 2019 年主要生活领域共享型服务普及情况

| 领域 | 用户规模（万人） | | | 网民普及率 | |
|------|----------|--------|-------|--------|--------|
| | 2016 年 | 2019 年 | 年均增速 | 2016 年 | 2019 年 |
| 网约车 | 22463 | 40512 | 21.7% | 32.3% | 47.4% |
| 共享住宿 | 3500 | 8300 | 33.4% | 5% | 9.7% |
| 外卖服务 | 20856 | 44057 | 28.3% | 30% | 51.6% |
| 共享医疗 | 19476 | 35960 | 22.7% | 14% | 21% |

数据来源：①2016-2018 年在线外卖、网约车用户数来自 CNNIC 发布的历年《中国互联网络发展状况统计报告》，2019 年为估计数；②共享医疗和共享住宿用户数根据相关平台的数据估算而来。

从主要领域共享型服务支出占比来看，2019 年在线外卖在人均餐饮消费支出中占比最高，达到 12.4%；其次是网约车，人均消费支

出约 316.4 元，占人均出行消费支出的 11.4%（表 3）。

表 3 2018-2019 年主要领域共享型服务支出占比

| 领域 | 人均消费支出（元） | | 共享型服务支出（元） | | 共享型服务支出占比 | |
|----|-----------|--------|------------|--------|-----------|--------|
| | 2018 年 | 2019 年 | 2018 年 | 2019 年 | 2018 年 | 2019 年 |
| 出行 | 2879 | 2764.6 | 296.5 | 316.4 | 10.3% | 11.4% |
| 住宿 | 192.6 | 216.8 | 11.8 | 16 | 6.1% | 7.4% |
| 餐饮 | 3190.6 | 3428 | 337.2 | 425.4 | 10.6% | 12.4% |
| 医疗 | 1180.5 | 1297.6 | 6.3 | 7.7 | 0.5% | 0.6% |

数据来源：①出行服务、共享出行服务人均消费支出分别根据城镇居民交通支出额、共享出行服务支出额与年末城镇人口数计算得出；②住宿服务、共享住宿服务人均消费支出分别按全国住宿业客房收入、共享住宿服务收入与年末总人口数计算得出；③餐饮服务支出、在线外卖人均消费支出分别根据全国餐饮业收入、在线外卖收入与年末人口数计算得出；④医疗和共享医疗人均消费支出根据个人医疗卫生支出额、共享医疗服务支出额与年末人口数计算得出。

（四）直接融资较上年下降 52%

初步估算，2019 年共享经济领域直接融资约 714 亿元，同比下降 52.1%，负增长幅度进一步扩大。融资额下降幅度最大的三个领域为共享住宿、交通出行和生产能力，分别下降 95.6%、81.2%和 76.2%（表 4）。

表 4 2016-2019 年共享经济各领域直接融资规模（单位：亿元）

| 领域 | 2016 年 | 2017 年 | 2018 年 | 2019 年 | 2019 年增长率 |
|------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| 交通出行 | 700 | 1072 | 419 | 78.7 | -81.2% |
| 共享住宿 | 13 | 37 | 33 | 1.5 | -95.6% |
| 知识技能 | 199 | 266 | 464 | 314 | -32.3% |
| 生活服务 | 325 | 512 | 185 | 221.5 | 19.7% |
| 共享医疗 | 44 | 19 | 147 | 38.1 | -74.1% |
| 共享办公 | - | - | 41 | 12 | -70.7% |
| 生产能力 | 10 | 34 | 203 | 48.2 | -76.2% |
| 总计 | 1291 | 1941 | 1490 | 714 | -52.1% |

共享经济直接融资大幅下滑，主要是以下三个方面原因：

一是宏观经济下行压力加大的影响。从国际形势来看，全球经济复苏乏力，仍处在国际金融危机后的深度调整期，全球贸易冲突等动

荡源和风险点显著增多。从国内情况来看，我国正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期，结构性、体制性、周期性问题相互交织，“三期叠加”影响持续深化，经济增速持续放缓。国家统计局数据显示，2019 年一、二、三季度 GDP 同比增长逐季下滑，分别为 6.4%、6.2%、6.0%，前三季度同比增长 6.2%，比上年同期低 0.5 个百分点。宏观经济的下行压力既带来了企业的生存压力，同时也对投资者信心产生较大影响。

二是国内互联网领域整体融资大幅下滑的影响。数据显示，2019 年三季度，互联网行业融资案例数量 153 起，同比下降 63.04%；融资规模 38.43 亿美元，同比下降 32.45%²。互联网融资金额大幅下滑的一个重要原因，是上一年一级市场募资规模的大幅下降，数据显示，2018 年 VC/PE 募集完成基金共 858 支，同比下降 27.1%，募集总规模 1116.35 亿美元，同比下降 60.16%³。由于共享平台的投融资与互联网领域的投融资活动密切相关，势必会受到后者大幅下滑的不利影响。

三是 Uber、Wework 等标志性共享平台在国际资本市场受挫，也严重影响了国内投资者的信心。由于资本市场对平台企业的烧钱模式以及盈利能力产生质疑，共享经济领域一些标志性企业的估值或市值出现大幅下跌。2018 年 9 月 Uber 的估值为 1000 亿—1200 亿美元，到 2019 年 5 月上市时，其市值较之前的估值出现了大幅下滑，仅为 696 亿美元，至年底进一步下降至 507 亿美元。另一网约车平台 Lyft 的市值从 2019 年 4 月上市时的 254 亿美元，下降至 2019 年年底的 128 亿美元。全球最大共享办公空间 Wework 的市场估值最高曾达到 470 亿美元，但在 2019 年其市场估值出现了断崖式下降，公司被迫推迟 IPO，至 9 月其估值已降至 80 亿美元，不足最高峰时的五分之

² CVSource 投中数据，2019 年三季度互联网行业投融资报告，2019 年 11 月，<http://www.199it.com/archives/963930.html>。

³ 投中信息，2018 中国 VC/PE 市场数据报告，2019 年 1 月，<https://www.chinaventure.com.cn/cmsmodel/report/detail/1477.html>。

一。Wework 上市失败，使得公司最大股东，同时也是全球最有名的风投机构——软银愿景基金蒙受巨大损失。

共享经济融资的大幅下滑，既是压力也是动力，将对未来共享经济的竞争格局和发展方式产生重大影响。一方面资金资源向头部平台加速集中，中小平台将面临更大的生存压力，市场竞争将更加激烈；另一方面，平台将从过度依赖外部融资和不计成本的规模扩张模式转向更加重视降本增效和可持续发展的模式。

（五）聚合模式等新模式备受关注

随着市场竞争加剧，共享经济平台企业在业务模式上进行探索创新，新模式不断涌现，备受市场关注。

聚合模式是“平台的平台”，这个平台往往整合了众多其他平台的资源，用户可以通过一个入口获得多家平台提供的服务。网约车领域，聚合模式成为新的行业竞争焦点。自 2017 年 7 月高德地图试水聚合模式起，百度地图、哈啰出行、美团打车、掌上高铁、滴滴以及携程等平台，陆续采用了聚合模式。这一模式之所以受到青睐，一是对平台企业而言，可以在无需自建车队的情况下补充合规运力；二是对网约车服务商而言，能够以更低的获客成本进行业务和市场拓展，三是对整个行业而言，能够更好地提升服务的专业化、精细化水平。此外，对用户而言，可以通过一个入口，方便地选择多个出行平台提供的服务。除了同类型服务的聚合之外，一些超级平台还将不同种类的共享服务，整合到其平台上。微信第三方服务中接入了滴滴出行、美团等，支付宝生活服务中接入了哈啰出行、高德打车、饿了么外卖等。对于超级平台而言，共享经济平台企业的入驻能够为其增加消费场景、补充用户数据、完善其业务生态；对于共享经济平台企业而言，超级平台能为其导入流量，同时还能在品牌、资金、技术等方面提供支持，从而实现两者之间的互促互动、协同发展。

越来越多的平台企业引入 B2C 模式。共享经济发展初期很多平

台都以 C2C 模式为主，平台主要提供信息匹配、交易撮合等服务。但 C2C 模式也存在一些问题，如服务质量参差不齐、安全保障存在隐患等，许多平台企业逐步引入专业化机构作为服务主体，探索 B2C 经营模式。在出行领域，一方面是越来越多的汽车厂商加入到竞争者行列，依托其自有车辆和专职司机提供 B2C 式的网约车服务。2019 年 5 月，吉利与奔驰合作成立合资公司，布局高端出行；6 月，广汽与腾讯联手打造的出行平台正式上线；7 月，由一汽、东风、长安三大汽车央企联合苏宁、腾讯、阿里巴巴等共同打造的出行平台正式上线。另一方面是以 C2C 模式为主的网约车平台也探索引入 B2C 经营模式。滴滴与汽车服务公司合作招募专职司机，为司机提供相对优惠的汽车租赁解决方案，从而提升平台的专职司机比例。共享住宿领域，一些平台在个人提供的房源之外，通过与社区、房地产开发商等机构合作开拓新的房源。2019 年小猪短租参与了成都市政府的旧房改造项目，将老旧小区改造成兼具品质和特色的民宿房源，发挥互联网平台优势，引入智慧社区生态系统为用户提供品质化、智能化、标准化的服务。知识付费领域，许多以个人用户生产内容为主导的平台也在加强与专业机构的合作。短视频平台抖音与众多政府机构合作推出政务抖音号，截至 2019 年 7 月，入驻抖音平台的政府机构已超过 16000 家⁴，包括公检法司、教育、文旅、卫生、共青团等领域。快手也成为政务信息传播的重要平台，截至 2019 年 6 月，包括中央政法委、教育部、卫健委、国资委、共青团中央等在内的 6000 余家政府机构已经入驻，相关视频播放总量超过 1408 亿次⁵。

“共享+”模式快速渗透。平台企业在深耕既有主营业务的同时，不断探索与上下游及相关服务的创新融合。“共享+”模式能为用户带来更为多元的体验，也能为平台创造多样化的收入来源。共享住宿

⁴ 字节跳动政务运营总监王博，如何借助抖音平台进行政务信息传播，2019 年 11 月 <http://yuqing.people.com.cn/GB/n1/2019/1111/c209043-31447225.html>。

⁵ 快手大数据研究院，2019 快手内容生态报告，2019 年 9 月。

领域，Airbnb 爱彼迎推出了包括美食烹饪、手工技能、探险旅游等在内的本地生活体验服务，促进“共享住宿+文化体验”的文旅融合发展。途家与京东联合，在途家提供的住宿和相关服务的基础上，推出了智能化、高品质的家装产品服务，打造“所见即可得、所用即可买”的体验式消费场景，不仅能够更精准地营销，而且可以优化居住环境、提升用户体验，更好地将民宿服务和电商服务相结合。共享医疗领域，平台企业从单纯的线上问诊咨询向线下相关医疗健康服务不断延伸，2019 年微医通过与其他机构合作，探索布局医疗、医药、医保（医险）相结合的“三医联动”模式。

（六）共享平台与金融服务深度融合

共享服务与金融服务的融合已经成为领先平台经营战略的重要组成部分。这一融合发展基于两方面的原因：一是领先的共享平台企业在金融服务方面具有明显的优势。这些平台往往拥有庞大的用户规模，能为开展金融业务提供流量；平台还积累了海量的用户行为数据，为金融业务的风险控制提供支持。二是共享平台战略发展的需要。通过拓展信贷、保险、担保等金融服务，能满足平台上商家的资金需求以及用户的保险需求，提高商家及用户黏性；也能与关联业务产生协同作用，完善平台的业务生态体系；还能发挥金融业务的变现优势，为平台增加新的盈利来源。此外，平台的金融服务具有突出的普惠特征，能够为广大中小商户提供金融支持，起到赋能作用。

网约车领域，滴滴自 2015 年以来陆续取得了商业保理、融资租赁、保险代理、网络小贷、支付等多个牌照，开展相关金融服务。2019 年又先后上线了面向个人用户和合作伙伴的金融服务系统。其中面向个人用户的主要是提供贷款、理财、支付、分期购车、保险、网络互助等金融服务。面向合作伙伴的金融服务系统，一端对接金融服务提供方，一端对接以租赁公司、融资租赁公司为主的行业合作伙伴，提高双方对资金、汽车资产的匹配与管理效率。神州优车也与浦发银行

等商业银行机构合作，为用户提供包括二手车金融、汽车抵押借款等在内的汽车消费信贷服务。

生活服务领域，美团自 2015 年以来陆续取得了支付、保险、小贷等牌照，2018 年又推出了为生活服务行业的小微商家和个体户提供贷款的信贷服务，其服务的资金主要来自旗下的小额贷款公司。饿了么于 2017 年上线贷款服务平台，为小微餐饮类企业提供开店、装修、经营的供应链金融服务，其服务的资金主要来自于阿里旗下的网商银行、平安旗下的平安普惠等外部金融机构。

共享医疗领域，微医、好大夫等在线医疗平台与保险机构进行合作，基于用户健康大数据开发商业健康保险产品，进一步提高用户就医保障，同时也为保险机构客户提供家庭医生、在线问诊、专家咨询、住院安排等就医服务。微医不仅与保险机构合作推出了多款保险产品，还利用大数据等技术提升保险服务效率，保险用户在合作医院就诊，可通过手机申请快速理赔服务，最快 2 个工作日即可收到赔款。

（七）平台经营理念和行为更加理性

共享经济平台发展初期，往往追求的是速度、用户规模、市场份额和融资规模，并不惜巨额亏损，通过高额用户补贴和价格战等“烧钱”模式开拓市场，这种非理性的经营行为备受争议。随着资本市场信心严重不足、“烧钱”模式难以为继，共享经济平台从规模扩张转向营运和盈利能力的提升，更加注重可持续发展。

一是更加注重盈利能力。2019 年许多共享平台不再像过去那样采用低价促销、高额补贴的营销模式，而是取消或减少补贴、上调服务价格，使之更加符合市场供需状况和实际成本结构。滴滴在 2019 年 7 月在北京推出了新的计价方案，该方案分四个时段、五个区域对网约车价格进行调整，其中早晚高峰和夜间凌晨时段价格上调，普通时段则价格下调。自 2019 年 3 月起，小蓝单车、摩拜单车、哈啰出行等共享单车平台在北京、上海、深圳等地调整计费规则，起步价普

遍明显上调。共享充电宝平台的收费价格也明显上调，并且还根据地段、时段的不同实行更加精准的浮动定价。

共享经济平台还不断探索新的创收模式、加速商业变现。音频平台喜马拉雅举办的“123 知识狂欢节”，2019 年为平台带来了 8.28 亿元的收入，较 2016 年、2017 年分别增长了 15 倍、3 倍。服务众包平台一品威客打破传统收取佣金的收入模式，通过“增值业务+新产品”方式拓展收入渠道。平台一方面创立了非实物电商 VIP 商铺，为入驻用户提供集网站推广、品牌包装、线上接单和网上商务助理为一体的网络营销综合服务；另一方面设立创客中心，依托平台丰富的服务商资源为创业者提供一站式企业服务。

二是经营支出更加理性，注重经营效率。共享充电宝行业是一个经历大规模寒潮之后又获得快速发展的领域，之所以如此，除了价格向上调整之外，砍掉性价比低、不盈利的点位，加大与用户使用场景密切结合的重点点位的投入，以控制经营支出、提升运营效率也是重要原因。生活服务领域，2019 年美团对新业务进行了较大调整：关闭部分城市经营不佳的生鲜门店，重整供应链以降低共享单车的制造成本，压缩单车海外业务等。经过上述调整，美团第二季度新业务及其他的毛利率为 9.1%，相比 2018 年同期的-76.4%大幅改善。

（八）智能化应用进程不断加速

以大数据、人工智能、区块链为代表的新一代信息技术快速发展，与人们生活不断交汇融合，共享经济平台企业的智能化应用进程持续加速。从实践中看，平台智能化技术的应用主要基于以下三个方面的动因：

一是着眼于未来发展战略布局的需要。网约车平台纷纷加强对于无人驾驶的布局，滴滴自 2017 年启动关于自动驾驶的研究以来，先后获得美国加州测试自动驾驶汽车的许可、北京自动驾驶技术路测的牌照，并成立滴滴美国研究院、多伦多实验室，专注智能驾驶和人工

智能研究。美团也不断加强对自动驾驶技术的研发投入，到 2018 年已申请超过 25 项与自动驾驶汽车技术有关的专利。首汽约车和百度于 2017 年 10 月宣布达成战略合作伙伴关系，重点推进自动驾驶、车联网的商业化运行，探索自动驾驶网约车商业运营模式。共享物流平台满帮集团积极探索无人货运，先后设立了大数据研发中心、无人驾驶技术实验室，并与汽车厂商、科技企业等展开合作，共同开展高精地图数据采集等技术的研究，推进部署规模化自动驾驶运输车队，促进干线物流场景下自动驾驶的产业落地。

二是提升平台核心竞争力的需要。智能化技术能够优化供需匹配、提升交易效率、丰富用户体验。共享医疗平台春雨医生开发了智能化的医患匹配系统和服务分发系统，平均 3 分钟内完成医患精准匹配并开始进行医患交流，在线自动分诊准确率保持在 90% 以上。生活服务平台美团借助物联网、机器学习、运筹学和大数据等技术，搭建智能配送调度系统，智能规划配送路线，灵活调度配送人员，平均每单配送时长从 41 分钟缩短至 30 分钟以内，骑手单均行驶距离从 2.3 公里缩短至 2 公里，大大提高了配送效率。内容分享平台喜马拉雅、蜻蜓 FM 等不断推进平台内容与智能家居、智能汽车、可穿戴设备等智能终端的融合，打造内容触达用户的新端口，创造内容体验的新场景。

三是安全保障与合规的需要。智能化技术的深化应用有助于保障用户安全和权益，增强用户信任，提升合规运营水平，为共享经济健康发展提供支撑。滴滴平台积极运用创新技术升级安全运营体系，采用人脸识别技术对司机每天的首次出车进行验证，并在接单间隙进行随机抽检，有效地防范了利用他人身份注册、私换驾驶员接单等违规行为；平台还采用了大数据技术，对导航路线与实际行驶轨迹进行对比，来判断行程是否合理、是否在安全驾驶范围内，并为乘客提供路线偏移提醒、一键报警等功能。共享住宿平台途家上线了人脸识别功

能，对个人房东信息进行实名认证，并接入公安系统进行校验。小猪短租、Airbnb 爱彼迎平台在房屋中积极配备智能化空气检测设备、烟感器、报警器等智能安全防护设备，以保障用户的住宿安全。

（九）标准化体系建设取得突破性进展

在共享经济快速发展的过程中，标准化体系建设越来越受到政府、行业和社会公众的关注，并取得了突破性进展。

在政府层面，2019 年国家标准委成立全国共享经济专业标准化技术委员会，该委员会的主要职能是研究共享经济标准体系总体框架、提出拟归口管理的与共享经济相关的国家标准和国家标准计划项目清单等。中国贸促会建立贸促系统服务贸易创新发展联系机制，将共享经济等新业态纳入工作职能，并着力于共享经济领域的标准化研究工作，于 2019 年 1 月立项了一批共享经济团体标准，包括《共享经济原则与框架指南》《共享经济平台资源提供者入驻审核通则》等。

在行业层面，随着共享经济平台规模不断扩大、运营模式日趋成熟，领先的平台企业也与有关机构联合，纷纷推出各种服务标准和规范。在共享出行领域，2017 年 7 月，上海与天津的自行车行业协会牵头制定了共享单车团体标准；11 月，中国通信工业协会、摩拜单车等联合发布了《基于物联网的共享自行车应用系统总体技术要求》团体标准；2019 年 12 月，由中国交通运输协会联合相关单位起草的《私人小客车合乘信息服务平台公司安全运行技术规范》团体标准开始征求意见。在共享住宿领域，2018 年 11 月，国家信息中心分享经济研究中心联合小猪、Airbnb 爱彼迎、途家等平台企业发布《共享住宿服务规范》，对共享住宿平台、经营者（房东）及消费者（房客）三方主体的行为提出了具体要求；2019 年 9 月，由国家信息中心分享经济研究中心提出，由中国贸促会商业行业委员会归口的《在线住宿平台服务规范》团体标准正式发布，对包括共享住宿在内的在线住宿平台以及平台内经营者的行为提出了具体要求，涉及平台基本行为规范、信息提供与审核、产品信息展示、预订服务、经营者线上服务

管理、评价管理、用户权益保护、应急机制、信息安全与隐私保护等方面。此外，知识技能共享、共享厨房等领域的标准也在研究和制定中。

在国际参与层面，我国作为共享经济发展速度最快、创新最活跃的国家，争取在共享经济国际标准领域的话语权至关重要。2019年1月，国际标准化组织（ISO）正式批准成立国际标准化组织共享经济技术委员会（ISO/TC 324），我国成为19个积极成员国之一。6月，ISO/TC 324第一次全体会议召开，会上成立了ISO/TC 324/AHG 1特别任务组，我国成为该任务组的联合召集人之一。12月，ISO/TC 324第二次全体会议召开，会议通过了我国提出的《共享经济平台入驻审核》提案。经过有关方面的积极努力，我国在共享经济国际标准的研究和制定领域取得了突破性进展。

（十）规范发展的政策力度进一步加大

共享经济的发展既受到平台经济大环境和政策的影响，也受各领域出台的具体政策的影响。2019年我国出台了一系列与平台经济发展密切相关的政策，涉及营商环境、竞争和反垄断、信用体系建设等多个方面；同时也针对共享经济领域当前发展的现状和问题，出台了相关的监管政策（表5）。

表5 2019年出台的与平台经济发展相关的政策文件

| 发布时间 | 发布单位 | 文件名称 |
|----------|------------|--------------------------------------|
| 2019年12月 | 国务院 | 《关于进一步做好稳就业工作的意见》 |
| 2019年10月 | 国务院 | 《优化营商环境条例》 |
| 2019年9月 | 国务院 | 《关于加强和规范事中事后监管的指导意见》 |
| 2019年8月 | 国务院办公厅 | 《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》 |
| 2019年7月 | 国务院办公厅 | 《关于加快推进社会信用体系建设构建以信用为基础的新型监管机制的指导意见》 |
| 2019年6月 | 国家市场监督管理总局 | 《制止滥用行政权力排除、限制竞争行为暂行规定》 |
| 2019年6月 | 国家市场监督管理总局 | 《禁止滥用市场支配地位行为暂行规定》 |
| 2019年6月 | 国家市场监督管理总局 | 《禁止垄断协议暂行规定》 |

与平台经济发展有关的政策重点主要有以下几个方面：

一是进一步明确了鼓励创新、包容审慎的监管理念。《优化营商环境条例》（以下简称《条例》）指出，要对新技术、新产业、新业态、新模式等实行包容审慎监管，针对其性质、特点分类制定和实行相应的监管规则 and 标准。《促进平台经济规范健康发展的指导意见》（以下简称《意见》）指出，要在严守安全底线的前提下，为新业态发展留足空间。对看得准、已经形成较好发展势头的，分类量身定制适当的监管模式，避免用老办法管理新业态；对一时看不准的，设置一定的“观察期”，防止一上来就管死；对潜在风险大、可能造成严重不良后果的，严格监管；对非法经营的，坚决依法予以取缔。

二是营造良好的营商环境。《条例》提出了一系列深化“放管服”改革的措施，包括严格控制新设行政许可、简化行政审批流程等；《意见》提出既要加强政府部门之间的数据共享，防止向企业多头索要数据；也要推动政府和平台之间的数据共享。这些措施有助于切实降低平台的制度性交易成本，为平台发展营造良好的制度环境。

三是维护市场公平。2019年6月，市场监管总局连续发布三份与公平竞争和反垄断有关的政策文件。一方面对政府滥用行政权力排除、限制竞争的行为和处理办法进行了规定；另一方面也对经营者滥用市场支配地位的判断标准，以及限制竞争的行为和处置办法做出了详细规定，这些规定对于引导和约束平台的竞争行为具有重要作用。

四是优化市场准入条件。《条例》提出持续放宽市场准入，实行统一的市场准入负面清单制度；对于负面清单以外的领域，各类市场主体均可以依法平等进入。《意见》指出要放宽融合性产品和服务准入限制，对仍处于发展初期、有利于促进新旧动能转换的新兴行业，要给予先行先试机会，要审慎出台市场准入政策；并要求有关地方评估网约车、旅游民宿等领域的政策落实情况，优化完善准入条件、审批流程和服务，加快参与者合规化进程。这些措施也成为共享经济平

台市场准入的基本要求。

从 2019 年共享经济各领域的具体政策来看，主要涉及以下两个方面：

一是鼓励共享经济新业态发展。在出行领域，国家发布《交通强国建设纲要》，提出要大力发展共享交通，并将“智能、平安、绿色、共享交通发展水平明显提高”作为交通强国的重要发展目标。在医疗领域，国家卫健委发布《关于开展“互联网+护理服务”试点工作的通知》及试点方案，对服务资质、服务规范、管理方式等方面做出了具体要求，并确定在北京、天津等六省市进行“互联网+护理服务”试点。在制造领域，国家发改委等部门出台《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》，提出要“发展共享生产平台”，将其作为“培育融合发展新业态新模式”的十个重点任务之一。工信部出台《关于加快培育共享制造新模式新业态 促进制造业高质量发展的指导意见》，提出要以制造能力共享为重点，以创新能力、服务能力共享为支撑，形成制造业高质量发展和协同发展的新格局。

二是加强安全建设，规范新业态发展。首先是保障人身安全。中共中央、国务院印发的《关于深化改革加强食品安全工作的意见》指出，要严格落实网络订餐平台责任，保证线上线下餐饮同标同质，并要求所有提供网上订餐服务的餐饮单位必须有实体店经营资格。交通运输部印发的《2019 年交通运输安全生产工作要点》，提出了加快网约车合规进程的要求。其次是保障用户资金安全。交通部等六部门联合印发《交通运输新业态用户资金管理办法（试行）》，提出要加强网约车、共享汽车、共享单车等新业态的用户押金和预付资金管理，运营企业原则上不收取押金。教育部等六部门发布《关于规范校外线上培训的实施意见》，严格限制预付资金的收取使用、规范课程费用的收取额度，提出要明确公示收费项目、标准及退费办法。最后是保障信息安全。国家互联网信息办公室等三部门印发了《网络音视频信

信息服务管理规定》，对通过互联网站、应用程序等网络平台，向社会公众提供音视频信息制作、发布、传播的服务行为，尤其是针对基于深度学习、虚拟现实等新技术新应用上线具有媒体属性或者社会动员功能的音视频信息服务行为，从提供者资质、主体责任、安全评估、信息管理等方面进行了详细规定。国家互联网信息办公室还发布了《网络生态治理规定》，该规定提出网络信息内容服务平台应当切实履行网络生态治理主体责任，并对网络信息内容服务生产者禁止制作的违法不良内容范围进行了界定（表 6）。

表 6 2019 年共享经济主要领域相关政策文件

| 发布时间 | 发布单位 | 文件名称 |
|-------------|----------------|------------------------------------|
| 2019 年 12 月 | 国家互联网信息办公室 | 《网络生态治理规定》 |
| 2019 年 11 月 | 国家互联网信息办公室等三部门 | 《网络音视频信息服务管理规定》 |
| 2019 年 11 月 | 国家发改委等十五部门 | 《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》 |
| 2019 年 10 月 | 工业和信息化部 | 《关于加快培育共享制造新模式新业态 促进制造业高质量发展的指导意见》 |
| 2019 年 9 月 | 中共中央、国务院 | 《交通强国建设纲要》 |
| 2019 年 8 月 | 全国信息安全标准化技术委员会 | 《信息安全技术移动互联网应用（App）收集个人信息基本规范（草案）》 |
| 2019 年 7 月 | 教育部等六部门 | 《关于规范校外线上培训的实施意见》 |
| 2019 年 5 月 | 交通运输部等六部门 | 《交通运输新业态用户资金管理办法（试行）》 |
| 2019 年 5 月 | 中共中央、国务院 | 《关于深化改革加强食品安全工作的意见》 |
| 2019 年 2 月 | 国家卫健委 | 《关于开展“互联网+护理服务”试点工作的通知》 |
| 2019 年 1 月 | 交通运输部 | 《2019 年交通运输安全生产工作要点》 |

二、新冠肺炎疫情对共享经济的影响

2020 年初爆发的新冠肺炎疫情，不仅对宏观经济运行和国民经济各行业产生了巨大影响，而且以共享经济为代表的平台经济和各种新业态也受到了严重冲击。由于抗疫过程还在进行中，疫情的影响尚未全部呈现出来，因而无论是各级政府部门还是平台企业，都要对这一冲击的短期和中长期影响给予高度的关注，并在动态监测、评估和

预测的基础上加以切实应对。

（一）短期影响：有“冲击”也有“刺激”

就共享经济而言，由于网络平台在各种产业活动中发挥的作用不同，因而，线下经济活动的骤然暂停，对不同领域共享经济的发展的影响也不尽相同。

受疫情冲击最大的是线上线下融合程度高且必须通过线下活动完成整个交易闭环的领域。由于疫情导致线下相关产业活动基本停摆，致使平台上的服务供给和需求也处于基本停摆的状态，平台企业面临前所未遇的经营压力。

共享住宿、交通出行、家政服务等领域，由于全国范围的对人口聚集和流动的限制等防疫措施的影响，平台上的服务需求骤降至冰点，平台企业的订单量和营业收入大幅减少。出行领域，截至2月3日，全国共有36座城市要求全面暂停网约车服务，87座城市不同程度的部分限制网约车运营（如限制跨城、跨区之间的运输服务）。1月20日到2月3日，首汽约车在订单量和营业收入持续暴跌，实际出行人次较疫情前下降90%。住宿领域，用户纷纷取消原有订单，本应是住宿需求最为旺盛的季节却陷入极度的萧条。与此同时，平台企业为了配合疫情防控工作，纷纷推出新的退改方案和保障措施，在有效保护消费者权益的同时，企业运营成本也随之明显增加。以途家为例，仅除夕到初六这一周期间，整体流水损失约1800万元，收入损失约500万元。家政服务领域，58同城平台上保姆、月嫂、育儿嫂三大主要业务，仅在1月22日至2月2日期间，已签单的客户延期及取消订单数就超过5000单，收入损失超过3000万元。疫情的冲击不限于平台的收入，也波及资本市场，美团、携程、58同城三家平台企业总市值跌幅约9%。疫情还使得部分领域平台企业的服务供给能力被严重削弱。一是由于假期延长、复工时间受限、商业综合体管控力度加大、交通管制、务工人员返城受限等因素，平台上的服务提

供者（包括个人和商家）显著减少。二是线下企业无法正常开工，导致生活服务类平台商品配送能力严重不足。不完全统计，截至2月10日，全国有304个城市暂停餐饮商户的线下经营，有112个城市暂停线上经营，另外还有大量的城市加强了商业综合体的管控，其中包括不定期停止商业综合体的运营，上述措施意味着在疫情得到有效控制前，餐饮商户都将无法全面的开展外卖配送服务。

疫情在对部分共享经济领域产生较大负面冲击的同时，也对部分共享经济领域的需求产生了一定的“刺激”性影响。得益于互联网的快速普及和应用，在线下活动受到严重限制的情况下，大量的消费和生产活动被迫转到线上，其结果是部分行业 and 平台的用户数量和易量出现猛增态势，出现了与大势逆行的小高峰。

疫情爆发以来，共享医疗、教育、生活服务等领域在短期内增长迅速。共享医疗领域，平台用户数出现了指数级增长。平安好医生、微医、好大夫等平台均开设了在线问诊服务，为公众提供免费服务。平安好医生累计访问人次达11.1亿，新注册用户量比疫情之前增长10倍，日均问诊量比疫情之前增长9倍，相关视频累计播放量超9800万次。微医平台上，截至2月3日12时，其新冠病毒免费义诊专区访问量超过7900万次，累计提供咨询服务约92万人次。好大夫1月31日问诊量达到8.8万单，其中平台提供的义诊服务为6.9万单，是往年同期的7倍多。在大中小学推迟开学以及暂停线下培训活动的环境下，教育平台纷纷加大线上教育系统和课件等资源的开放力度。猿辅导推出免费直播课，开课当天报名者就达到400万人；作业帮的免费直播课，在开课第三天全国报名人数突破1000万、第八天突破2000万；阿里钉钉发起“在家上课”计划，截至2月10日已覆盖全国各省份和300多个城市的学校的5000万学生。生活服务平台在满足疫情期间人们的日常所需方面发挥了重要作用，京东到家春节期间销售额同比增长540%；每日优鲜小程序除夕到初六的订单量相比去年同

期增长 309%，交易额增长 465%。

疫情的发生还激发了平台企业的模式创新。盒马生鲜、7FRESH 等生鲜电商平台与西贝、云海肴等餐饮企业开展“员工共享”，大量待业的餐饮员工转入生鲜电商平台，从事装配、拣货等工作。这种模式一举多得，既降低了餐饮企业在营收锐减的情况下仍需负担高额人力成本的经营压力，也一定程度上弥补了疫情造成的餐饮员工的收入损失、稳定了就业，同时也大大缓解了生鲜电商平台用户需求激增而导致的人手紧缺问题。“无接触配送”也是疫情期间在线外卖领域的一大创新。商家、用户与配送员事前约定送货、取货地点，完成零接触的线下交易闭环，极大地减少了人与人接触所引发的感染风险；在此基础上，美团等平台又推出了由无人车提供配送服务的“无人配送”模式，这一模式除了可以降低接触风险外，还可以智能规划配送方案，提高配送效率。上述模式创新不仅有效地助力了疫情期间人们的日常生活服务，也有利于平台企业的长远发展。

（二）长期影响：“危”中藏“机”

此次疫情虽然对短期内我国经济发展产生了巨大冲击，但如果疫情能在较短时间内得到有效控制，那么这种冲击在很大程度上就是暂时的。一旦疫情危机解除，被压抑和限制的消费与生产活动将恢复到疫情之前的正常状态，经济发展也将步入正轨，在宏观经济逐渐步入正轨的大背景下，共享经济等新业态也将再现往日的繁荣与活力。同时，我们也应看到，危机也孕育着机遇。在抗疫期间，网络技术在各个领域的应用得到进一步深化，人们的在线消费习惯得到进一步培养，这些都是共享经济进一步发展的利好因素，并将为共享经济未来发展提供新的机遇。

一是用户在线消费习惯得到进一步培养。

在线消费习惯的形成既是网络技术应用和平台经济的发展结果，也是不断涌现的新模式新业态发展的重要基础。随着互联网的快速普

及，尤其是消费端电子商务的发展，我国居民的消费习惯逐渐由线下向线上的新型消费方式转变。但由于共享经济等新业态新模式发展时间短、模式尚未成熟，用户的接受度较低，消费习惯尚未完全形成。而疫情的爆发，加速了人们在线消费习惯的形成。

在疫情爆发期间，由于线下供应的极度紧张状态，人们不得不转向线上采购和消费，致使对本地生活服务电商、在线教育、在线医疗等在线服务需求大增。在服务需求大增的同时，在线平台的用户数也出现了较大增长，尤其是在线服务使用率较低的三、四线城市居民以及中老年人等更多地转向在线消费，或者成为新用户，或者更加依赖在线消费。随着抗疫的持续推进，人们对互联网的依赖进一步加强，线上行为习惯不断得到加强。数据显示，春节假期后人均使用移动互联网的时长进一步增加 30 分钟；用户对 APP 的使用更加多样化，日均使用 APP 个数接近 10 个⁶。另外，疫情防控带来的线下向线上的转移，还节省了平台的大笔营销推广费用。调研数据显示，在线教育机构的获客成本通常在 3000 元以上，线上“一对一机”机构的获客成本甚至超过 10000 元。疫情爆发使得公众被迫使用线上服务，既扩大了在线教育的用户基础，同时也在一定程度上降低了营销获客成本对平台企业未来发展具有重要意义。

二是作为共享制造重要基础的产业互联网发展面临新契机。

过去许多年，我国产业互联网发展进程相对缓慢，一方面是因为传统产业细分行业众多、产业链条长、价值分配复杂；另一方面，很多企业对产业互联网的理解和重视不够，企业参与的内生动力不足；此外企业信息化基础差也是重要的制约因素。疫情的爆发为产业互联网发展提供了新契机：

工业互联网平台在社会应急管理方面的作用在抗疫期间得到充分显现，将大大提高政府和企业对其重要性的认识。海尔 COSMOPlat

⁶QuestMobile, 《2020 中国移动互联网“战疫”专题报告：增长策略研究》，2020 年 2 月。

在上线医疗物资信息资源共享平台之后，高效对接匹配了医疗机构防护物资需求、生产企业医疗物资生产原材料和物流资源的供给需求，2月之前已连接608家医院，221家企业，37个政府和社区等各类机构，发布了超过20万件口罩、防护服等物资需求。2月18日工信部印发《关于运用新一代信息技术支撑服务疫情防控和复工复产工作的通知》，明确提出要“支持企业数字化转型”“深化工业互联网、工业软件（工业APP）、人工智能、增强现实/虚拟现实等新技术应用，推广协同研发、无人生产、远程运营、在线服务等新模式新业态。”企业数字化转型和工业互联网发展的政策引导进一步加强。

传统企业的信息化应用加速。疫情的发生还使得许多传统企业认识到，仅靠线下展开经营不仅难以满足互联网时代的公众需求，也会导致其营收渠道狭窄、抗风险能力较差，面向企业经营全流程的在线服务（如项目管理、流程管理、设计管理、研发管理等）的重要性得以凸显。餐饮企业西贝在线下业务遭受重大冲击之后，借助企业微信将其业务转移至线上，开拓了外卖、在线商城等业务，在一定程度上帮助其对冲线下业务风险。

三是“抗疫与发展并重”倒逼制度创新。

制度创新难以适应新业态发展的需要以及沿用旧理念、套用旧制度来管理新业态，一直是我国共享经济发展面临的突出问题。造成这一问题的原因是多方面的：从客观来看，传统的生产关系不适应新生产力的发展要求，传统自上而下的层级管理越来越难以适应共享经济数字化、平台化、网络化的生产方式和组织形态。从主观来看，缺乏对新业态新模式发展规律的深刻把握、不愿意改变既有利益分配格局等，都是造成共享经济领域制度创新动力不足的原因。

抗击疫情的同时又要促进经济发展，这种矛盾客观上对制度创新起到了显著的“倒逼”作用。教育部印发《关于在疫情防控期间做好普通高等学校在线教学组织与管理工作的指导意见》，鼓励各高校积

极开展在线教学活动之外，还明确提出高校要将慕课教师以及教师的线上教学计入教学工作量，制定在线课程学分互认与转化政策，保障学生学业不受疫情影响，这一政策的出台无疑将成为我国高校慕课发展的制度保障。上海市和武汉市出台政策，将为常见病和慢性病参保患者复诊提供的“互联网+”医疗服务，纳入医保支付范围，这将进一步促进共享医疗领域的发展。北京市市场监管局对食品企业试点开展食品生产许可“告知承诺”，由企业对照法定许可条件和告知内容全面自查且作出承诺，并通过食品生产许可全程电子化系统申报后，直接发放食品生产许可证书，大大简化了审批流程，提高了审批速度和服务水平。受疫情冲击而陷入经营困境的西贝餐饮集团仅用一天时间就取得了食品生产许可证电子证书。

三、存在的问题

共享经济持续健康发展，除了面临法律法规不适应、数据共享水平亟需提高、应急处置机制不完善等问题外，还存在地方自由裁量权过大和监管部门之间协同不足、灵活就业人员的社会保障亟待加强、可共享资源开放力度不足等问题，《电子商务法》在共享经济领域的落地实施也面临一些亟待解决的问题。但就报告发布的当前而言，突发疫情所带来的冲击以及如何缓解平台企业空前的经营压力无疑是最为迫切，也最具挑战性的问题。

（一）疫情冲击下平台企业经营压力巨大

对于共享住宿、出行、家政服务等领域的平台企业而言，此次疫情发生在以往服务消费最为旺盛的春节期间，对这些平台的影响可谓灾难性。不仅平台的主营业务收入损失巨大，而且由于线下服务业的骤然暂停，平台企业的佣金和广告等收入也大幅萎缩。雪上加霜的是，在收入锐减的同时，平台企业仍需负担高额的固定支出，同时还在现

金流方面承受巨大压力，经营面临空前挑战。许多平台企业已经出现严重的资金周转困难，甚至面临破产倒闭的风险。

对于生活服务、共享医疗等领域的企业而言，短期内增长的大量用户使得平台面临技术、服务等方面的挑战。有的生活服务类平台出现商品供给和配送人员供给不足等问题，有的在线教育平台出现了消息无法正常显示、视频延迟卡顿甚至服务器崩溃等现象，这些都极大地影响了用户体验。良好的用户体验是平台经济得以持续发展的生命线。尤其是疫情期间很多新增加的用户都是被动加入的，平台能否通过技术的完善、服务的优化使得用户在疫情结束之后仍然能够长期留存，这对于企业而言是一项巨大的考验。

另外，随着市场的恢复，许多领域的市场竞争将会更加激烈，如何为疫情过后的业务恢复和业绩提升做好充分准备，是平台企业面临的重要任务。

（二）地方自由裁量权过大等问题较为突出

地方自由裁量权过大导致共享平台企业疲于应付，大大增加企业运营合规成本。为了推进作为新业态新模式的共享经济的发展，有关部门往往会明确监管的基本方向和原则，在具体的实施细则方面则给予属地较大的自由裁量权，致使各地在准入标准、监管方式、违规处罚等方面存在较大差异，平台企业需要投入大量的精力和资源满足不同属地的合规要求。网约车领域，“一城一策”现象较为突出，各地可以在相当程度上对网约车司机的户籍、车辆的价格、车龄、排气量和轴距等方面设置不同的门槛，这种自由裁量权导致许多不合理甚至是“奇葩”的准入限制，除了要求车辆价格必须大幅高于出租车价格，有些地方还对车长、车宽、车高、行李箱大小做出了限制，甚至还指定应急报警装置等网约车必备终端产品的品牌。共享单车领域，由于各城市具有较大的自由裁量权，致使部分城市在车辆投放和平台注册登记、运营等方面管制过度，如以纯行政办法控制车辆投放，强制平

台企业必须在当地设立子公司，强制要求平台必须配备较高比例的车辆运维人员等。餐饮领域，各地对小餐饮许可证的要求不一，对小餐饮取得登记备案凭证后能否入网经营规定也存在较大差异，导致平台企业有些无所适从。

监管部门之间缺乏有效协同也是一个比较突出的问题。共享经济具有典型的跨领域、多业态融合等特征，其监管往往涉及多个部门，由于当前许多领域监管制度还在逐步完善中，部门之间职责交叉、责任不清、权责缺失等问题大量存在。共享住宿领域，虽然旅游、工商、税务、食药监、网信、公安、消防等部门都负有监管责任，但一直未能明确主管部门，使得该领域的监管未能形成有效的联动机制，各部门往往独立开展监管及相关执法工作，不仅难以形成工作合力，影响了治理效能，也为平台带来较大负担。另外，在线教育、共享单车、在线外卖等领域也涉及多部门监管，协同联动不足也是实践中存在的一大问题。

（三）《电子商务法》落地实施尚缺乏细则支撑

2019年1月1日正式实施的《电子商务法》，不仅是规范和约束一般性电商平台的基本法，也是共享平台必须遵守的基本法律。从共享经济实践中看，《电子商务法》的落地实施还面临着亟待解决的问题。

一是还需要加快出台与之配套的各项实施细则。在经营者市场主体登记方面，由于“零星小额交易活动”的认定尚缺乏实施细则，共享平台上许多交易频度低、规模小的服务提供者，是否适用该条款难以认定。另外，对于共享平台上提供服务的自然人而言，进行主体登记的流程和内容要求也缺乏明确的规定。在平台向有关部门提供信息方面，《电子商务法》虽然对平台向相关部门提供经营者信息提出了要求，但这些要求都过于原则性，尤其是对信息报送的具体内容、周期、形式等缺乏明确规定，以至于实践中出现多个部门甚至是同一部

门内部的不同机构向平台收集信息，导致平台企业疲于应对，增加日常运营成本。在市场公平竞争方面，《电子商务法》明确规定经营者不得滥用市场支配地位，排除、限制竞争。从实践层面看，随着技术的进步和行业竞争的加剧，包括共享经济在内的平台企业的不正当竞争行为具有越来越强的隐蔽性、多样性，法律认定更加复杂和困难。如何按照包容审慎和底线监管的原则，进一步完善相关制度和实施细则，在公平竞争和鼓励创新之间找到平衡点，是未来《电子商务法》落到实处必须解决的问题。

二是还需要做好与其他相关规章制度的衔接。《电子商务法》明确禁止平台删除消费者评价，但从实践来看，许多电商平台都具有较强社交化特点，平台上经常存在一些明显的恶意评价信息，甚至存在网络内容传播相关法律中明令禁止的一些非法信息和应予抵制的不良信息，上述两个方面的规定存在着不一致性，难免让平台感到无所适从。

三是还有一些与平台规范发展密切相关的问题需要从法律层面加以明确。比如，备受社会和公众关注的平台算法是否需要监管，以及如何监管等，《电子商务法》尚缺乏明确和系统的规定；平台企业“一点经营、服务全国”与属地化管理之间的矛盾如何解决，也需要在法律上予以明确，以便依法行政和依法监管。

（四）平台灵活就业人员的社会保障亟待加强

共享经济的崛起催生了一大批以网约车司机、外卖小哥、网络主播、网约家政服务员等为代表的灵活就业人员。这一群体的就业具有工作场所流动化、工作时间弹性化、用工关系零工化等特征。灵活就业群体虽然对社会做出了巨大贡献，但其社会保障普遍不足，原因主要有：

一是与灵活就业相适应的社会保险体系建设严重滞后，难以满足共享经济新业态的发展需要。一方面，现行的社会保险体系基于正式

的劳动合同关系，但共享经济平台上的灵活就业人员与平台之间大多是劳务合作关系或自我雇佣形式，与传统的法定劳动关系性质不同，而且普遍存在“多平台同时就业”情况，难以满足现行社会保险体系的参保条件，成为这一群体参加社会保障的制度性障碍。另一方面，目前关于灵活就业人员以个人缴费方式参与养老、医疗等社会保险，虽然已经有了制度化通道，但由于申报手续复杂、个人缴纳费用高、最低缴费年限长、异地转移接续关系困难等问题，导致灵活就业人员参保意愿严重不足，并未发挥应有的社会保障作用。

二是在社会保险力度和范围不足的同时，商业保险的保障力度也存在严重不足。调研发现，多数企业都在积极探索以商业保险的形式加强灵活就业人员的社会保障，但平台企业之间、行业与行业之间保障力度存在较大差异。以工伤保障为例，在当前以劳务众包为主的共享平台上，灵活就业人员大多是农民工群体，其工作环境复杂、强度大、工伤高发，对工伤保障需求迫切。由于参加现行社会工伤保险存在障碍，灵活就业人员大多通过商业意外险进行保障，但商业保险存在保障范围有限、保障标准较低、缴费偏高、理赔难等问题，难以有效保障他们的工伤风险。

三是如何界定政府、平台企业和灵活就业人员等各方主体在社会保障方面的权责关系，也是一个巨大的挑战。诸如平台企业和灵活就业人员之间用工关系性质的界定、与平台企业合作的第三方劳务公司应该承担的责任、如何更好地发挥社会保险与商业保险的互补作用等问题，都需要进一步研究和明确。

（五）可共享资源开放力度不足

共享经济的核心是通过平台整合社会分散资源和供需的快速匹配，以大幅降低交易成本，提高社会资源的利用效率。共享经济快速发展的前提是可共享资源的高度开放。但从实践来看，许多可利用的资源，包括医疗器械、科研设备、制造资源以及与居民生活密切相关

的资源，如停车位、充电桩等，存在着开放意愿和力度不足的情况，成为共享经济发展的重要制约因素。造成这一现象的原因是多方面的：

一是资源开放难度大。以大型科研设备和制造装备共享为例，调研发现，许多企事业单位、高校和科研院所都有大量的价值高昂却利用率很低的科研设备和制造装备，但由于属于国有资产，按现行相关制度的规定，这些设备和装备都有严格的使用范围等限制，不能随意租借，也不能随意面向社会开放，导致这些设备和装备难以得到有效利用。

二是资源拥有者开放意愿低。以城市停车位为例，尽管大多数城市的公共停车位都严重不足，而许多单位、小区的停车位又存在闲置或利用不足的情况，但因为车位共享意味着外来人员和车辆进入单位或小区，带来一定的安全隐患，也会产生额外的管理和服务成本，致使停车位拥有者不愿向社会开放。

四、发展趋势

未来几年，共享经济的发展步伐将更趋稳健，总体来看将表现出以下六大趋势：

（一）共享经济将很快走出疫情冲击并呈现稳定发展态势

2020 年共享经济的发展环境有喜有忧。

从宏观经济发展来看，全球经济仍将面对复苏乏力、增长放缓的状况，贸易摩擦和区域冲突等因素所带来的诸多不确定性加大，对全球贸易和投资形成一定压力；突发的新冠肺炎疫情已快速蔓延至全球多个国家和地区，对全球贸易、消费、投资都将造成明显影响，全球经济的不确定性和动荡被进一步放大。国内经济依然面临较大的下行压力，而突发的疫情在短期内所产生的巨大冲击，也将进一步加大宏

观经济的下行压力。但随着疫情最终得到有效地控制和抗“疫”战的全面胜利，以及各级政府及时精准的稳产纾困调控政策，国内的消费和投资活动将再次恢复到疫情之前的正常状态，整个宏观经济也将恢复活力重回正道；另外，随着全面建成小康社会的加速推进，一系列“稳就业、稳金融、稳外贸、稳外资、稳投资、稳预期”等政策落地实施，社会各界以及国际社会都将对我国经济未来发展保持较强的信心。

从共享经济行业本身发展来看，一方面，疫情冲击下许多平台企业面临巨大经营压力，而且随着移动互联网红利迅速消减，资本市场对互联网等新业态的投资信心仍然低迷，合规压力不断加大，共享经济将面临较大的增长压力；另一方面，未来共享经济发展仍然存在诸多利好因素：人们在线消费习惯的增强，教育、医疗、养老等民生重点领域的共享模式发展潜力的加速释放；营商环境、灵活就业和消费等与共享经济相关的政策支持力度加大；新的共享服务和共享模式将不断涌现，如律师、会计等专业化服务共享，空调、无人机等设备共享；平台企业商业模式不断成熟，用户体验持续提升，共享型消费日益成为主流消费方式等。

2020 年共享经济增速将因疫情影响而出现一定幅度的回落，预计在 8-10% 之间，2021 年和 2022 年增速将有较大回升，因此，2020-2022 的未来三年间，共享经济的年均复合增速将保持在 10%-15% 的区间。

（二）市场竞争加剧 行业洗牌加速

总体上看，疫情对共享经济企业带来的“冲击”和“刺激”都是短期的。“冲击”根本上说是因线下经济活动被迫中止而“传导”到线上的，但市场需求和供给能力只是短期消失，长期则仍然存在，疫情过后极有可能出现集中爆发。因此随着线下相关产业发展走向正轨，平台相关业务有望很快得以恢复甚至是加速反弹。短期内骤增的

需求和供给能否持续、商业模式是否有效、行业发展是否真正迎来新的发展拐点等，都有待市场和时间检验。

在上述背景下，降本增效和开源节流将成为 2020 年平台企业经营策略的首要选择；从拼规模和速度，转向拼品质、服务、安全等的趋势也将会更加明显，能否为用户带来更好的体验和更多的价值，也将成为未来市场竞争的关键。在竞争加剧的同时，行业洗牌和格局调整的步伐也将加速，那些拥有较强的技术支撑能力、更好的用户基础和服务体验、更加完善的生态圈的平台企业有望在新一轮竞争中胜出，头部聚集效应进一步显现；处于行业尾部的数量众多的中小平台，则在日趋激烈的竞争中处于不利地位，面临随时被淘汰出局的风险。

（三）未来几年平台企业上市步伐有望加速

目前看，突发疫情使得一些正在紧锣密鼓筹备上市的平台企业上市进程受挫：有的拟上市企业的收送材料和问询等审核工作流程受疫情影响而推迟，还有许多企业担心今年业绩不达标而丧失资格。但中长期来看，随着共享平台企业规模的扩大和商业模式的成熟，通过上市和公开市场募集资金将成为平台越来越重要的融资方式。

一是上市的政策环境对共享平台越来越有利。2019 年科创板正式开板并开始交易。科创板主要面向高新技术产业，上市门槛更低，极大地方便了许多微利或仍然处于亏损状态的平台企业上市。全面深化新三板改革启动，在创新层、基础层之外新设精选层。精选层的各项要求均显著低于科创板上市条件和创业板公司平均水平，且在精选层挂牌满一年可申请转板上市。另外，港股也放开了同股不同权的限制。上述政策都为共享平台企业通过上市融资提供了巨大便利。

二是平台企业自身的发展需要。共享平台企业经历数年发展之后，已积累了丰富的用户基础、形成了较为完善的业务体系，为了进一步提升平台的企业形象、吸纳社会资金，加速上市成为许多共享平台的一项战略选择。另外，近两年一级市场融资难也成为平台选择上

市的重要推动因素。

三是风险投资退出的需要。风险投资主要是为各种类型的初创企业提供融资支持，一旦投资对象进入相对成熟状态后，风险投资需要退出以便转向新的创新活动，而平台上市是最为重要的一种退出机制。随着互联网平台的不断长大成熟，风险投资退出意愿也随之增强，平台面临的上市压力也越来越大。

（四）资源开放和平台赋能成为共享制造的重要支撑

随着制造强国战略的逐步落地，工业互联网建设的不断加速，国家对共享制造新业态支持力度的不断加大，以及制造业和服务业的深度融合，共享制造将会成为“十四五”期间制造业转型发展的重要抓手，大型制造企业的资源开放以及共享平台对制造企业的赋能将成为共享制造未来发展的重要支撑。

大型制造业企业的资源开放进程将进一步加快。大型制造业企业往往拥有各种各样的优质资源，包括研究开发、产品设计、生产制造、营销、物流配送、金融服务等，是现代制造业体系的核心。面向未来，一方面，引导制造业企业资源开放的政策力度不断加大，基于制造资源共享的社会化的研发设计、优化控制、设备管理、质量监控等服务，将成为共享制造体系建设的重要内容。另一方面，资源开放也是大型制造业企业转型发展的内在需要，随着技术应用的不断深化和产业互联网的快速发展，大型制造业企业的平台化、智能化、服务化成为大势所趋。

共享平台对制造企业的赋能作用将日益显现，主要体现在两个方面。一是依托产能共享平台的C2M模式（即 Customer-to- Manufactory，顾客对工厂）将成为未来的主流，顾客需求可以直达工厂，工厂将根据顾客需求进行设计、采购、生产、交货，提升制造业企业适应市场需求变化的快速供应链反应能力。二是共享平台上积累起来的大量采购和消费等数据，可以帮助制造业企业分析和预判市场需求变化，有

针对性地推出新品，创新营销渠道和方式，提升企业的战略能力。

（五）区块链技术应用成为新热点

随着全球性区块链技术热潮的兴起，共享经济领域已经成为区块链技术的重要应用场景，其应用进程将不断加快。

一是领先的共享平台将加快布局区块链相关技术研发。为了提升平台的技术创新能力和占领新技术的制高点，区块链将成为共享平台新技术发展战略布局的重要组成部分。平台一方面将加大在共识、密码、分布式通信与存储等核心技术领域的研发投入；另一方面，区块链与人工智能、大数据、物联网等新一代信息技术的融合研究也将得到加强，以弥补其在性能、扩展性、安全等方面存在的短板。

二是区块链在共享经济活动场景中的应用将进一步加快。在数据共享方面，区块链技术将被广泛应用于保障数据传输和使用中的安全和明确数据权属，有力推动平台之间、政府与企业之间的数据共享。在与知识技能共享相关的产权保护方面，区块链技术将被广泛应用于版权认证、内容传播的全程追溯、侵权时的维权举证和利益归属划分等方面。在共享平台的信用体系建设方面，区块链技术将被应用于身份信息认证、交易行为记录等方面。

（六）“互联网+监管”和基于信用的差异化监管进一步加强

2019年政府工作报告中提出要推进“互联网+监管”和信用监管改革。这一改革既是深化“放管服”改革的进一步体现，也是共享经济等新业态监管的重大创新。

“互联网+监管”是以大数据、云计算、物联网、人工智能等互联网技术进行监管的一种新模式，有利于监管的规范化、精准化、智能化。按照国家出台的一系列法规或政策，未来“互联网+监管”体系将依托国家统一建立的在线监管系统，加强监管信息归集、共享和整合，推行以远程监管、移动监管、预警防控为特征的非现场监管。

监管部门与平台企业之间的数据共享将加速推进，对平台企业的事前风险预警、事中实时监测、事后追溯问责也将不断加强。在网约车领域，未来将建成以网管网、线上线下一体的“互联网+监管”体系，对网约车运行情况进行实时监控，并对违规运营的网约车进行拦截和管控，以打击违规运营行为。在共享单车领域，各地将加快建立“互联网+监管”平台，对单车进行实时监测、调度与管理，以解决共享单车发展过程中出现的乱停乱放等痼疾。

信用监管是未来政府监管方式创新的重要方向，也将是以共享经济为代表的平台监管体系的一个重要支撑。未来几年，我国将以社会信用体系建设和“互联网+监管”体系建设为基础，构建基于信用的差异化监管机制，主要着力于以下三个方面：一是以平台企业信用档案的建立为中心，将平台企业日常经营中的失信行为，尤其是滥用市场支配地位限制交易、单边签订排他性协议等不正当竞争行为纳入信用记录，进行公共信用综合评价，并加快建立信用修复、异议申诉等配套机制。二是平台企业的信用综合评价结果将成为政府差异化监管的重要依据。在分级分类的基础上，信用评价较差的平台企业的抽查比例和频次将会提高，并被列入重点信用监管范围。与此同时，平台也将在商家信用评价的基础上对其实施差别化管理和服务。三是政府所拥有的公共信用数据开放力度将加大，将为平台内部信用建设提供支撑和便利。

下篇 典型案例

一、滴滴出行：迈向技术与安全双轮驱动新阶段

滴滴出行是全球领先的一站式移动出行服务平台，为全球 5.5 亿用户提供出租车、快车、专车、豪华车、公交、代驾、企业级、共享单车、电单车、汽车服务、外卖等多元化的出行和运输服务。2019 年，滴滴出行持续加大安全和科技方面的投入，在全面提升用户安全保障的同时，不断引领汽车和交通行业变革。

1.持续夯实安全基础

网约车运送的是生命，安全永远应该放到第一位，滴滴出行对此已有深刻认识。经过两年持续投入，滴滴出行逐步建立起日益完善的安全保障体系，安全已经内化为公司的基因和文化。

全面加强安全投入。2019 年，滴滴出行持续加大安全方面的技术、资金和人才投入，尽“100%的努力”夯实用户出行的安全基础。其中，2019 年滴滴出行的网约车安全投入超过 20 亿元；各业务线的安全工作人员规模超过 2500 人，成为互联网企业中最大的安全团队之一；全面开展安全风险排查，截至 7 月累计排查并解决安全隐患 103 个。

持续完善安全功能。公司组织安全技术人员，不断迭代平台的安全功能，并持续升级安全策略。2019 年，滴滴出行乘客端 APP 共升级 25 次，先后推出“加密行程录音录像”“醉酒报备”“黑名单”等新功能，完善线上、线下司乘安全教育。同时，公司还开展警企深度合作，优化警方调证流程，持续提升安全客服处置效率。

不断健全安全制度。滴滴出行在集团和各事业部层面成立了各级安全委员会，并且层层落实安全生产责任制，各级管理人员都签订了安全责任书。同时，公司建立了较为完善的安全标准体系，在 2019 年 10 月发布了《滴滴网约车安全标准》，涵盖公司在安全责任制、驾驶员与车辆管理、安全响应处置、隐患治理与风险管控、安全绩效管理等各方面的详细要求，共包含 96 项条款和 19 项安全制度。

2.持续加强技术创新

滴滴出行本质上是一家数据驱动的科技公司，自成立以来就一直高度重视技术创新，持续加大技术创新方面的资金、人才等资源投入，不断提升创新生产力

和生产率。

开放合作推进技术创新取得新突破。2019 年，滴滴加强与国际一流机构的创新合作，不断加大在计算机视觉、人工智能、安全等技术方面的研发投入，并取得了诸多新突破，获得了多项世界级大赛奖项：因为利用创新模型解决网约车派单问题，成为历史上首个获得运筹学会瓦格纳杰出实践奖的中国企业；在 KDD CUP 常规机器学习竞赛中获得亚军，凭借安全技术荣登 CNBC 全球创新榜第二，在 CVPR AI 城市大赛(AI City Challenge)中也获得世界第二的好成绩。

贴合业务研发应用型新技术新方案。公司利用网约车积累的大数据优势，训练更为先进的人工智能算法，并赋能其他业务创新解决方案：自主研发了共享单车智能大数据平台、运营调度哈勃系统、九霄大数据智能可视化决策系统，为单车的智能高效运营提供技术支撑；利用平台的百万新能源车运营数据，赋能充电基础设施建设和运营，为新能源车解决“里程焦虑”提供更加智能化的解决方案。

推动自动驾驶技术加快商用落地。2019 年 8 月，将自动驾驶部门升级为独立公司，专注于自动驾驶研发、产品应用及相关业务拓展。9 月正式获得上海智能网联汽车示范应用牌照，标志着自动驾驶技术迈出了商业化的重要一步。12 月与 NVIDIA 达成合作，将使用 NVIDIA GPU 和其他技术开发自动驾驶和云计算解决方案，加快自动驾驶技术的商业化步伐。

3.技术与安全双轮驱动初见成效

经过近两年的积极努力，滴滴出行已经从技术的“单轮”驱动迈向了技术与安全“双轮”驱动的新阶段。创新技术与保障体系在稳步提升企业竞争力的同时，也在促进并引领行业的高质量发展。

安全体系日益发挥重要的保障作用。在安全功能方面，司机端行程录音已覆盖所有订单，录像功能覆盖约 40%订单，录音录像数据可用率达 85%。在涉性案件方面，2019 年上半年同比下降了七成。在警企合作方面，98%的调证工单都在 10 分钟内完成，平台上的案件保持 100%破案率，仅上半年就协助警方破获 12 宗“黑产”案件，抓获嫌疑人 179 名。

技术创新投入正加快转化为创新发展能力。公司研发的创新技术都能快速实现商业应用，切实地助力改善出行效率和体验。如智慧信号灯项目已经在全国 20 多个城市优化超过 2000 个信号灯，平均降低了 10%-20%的城市交通拥堵；平台大数据显示，在技术创新赋能下，青桔单车运营区淤积车辆下降 98.1%，运营区外还车数下降 65.1%；在 8 月的世界人工智能大会上，平台已经实现在特定场

地内使用自动驾驶汽车接单。

创新技术和解决方案加快输出到国际市场。公司利用在国内积累的技术、经验和互联网优势，积极拓展海外市场。2019 年海外业务快速增长，在拉美地区的智利、哥伦比亚等市场的业务规模持续扩张，服务当地用户近 2000 万、司机近百万，并与相关国家展开了智慧交通、创新赋能和联合科研等合作。

二、小猪短租：发力自营业务 加快智能化应用

2019 年，以短租为主营业务的小猪平台积极围绕自营业务拓展和智能化应用两大重点领域打造平台核心竞争力。

在自营民宿业务开拓方面，基于共享住宿平台模式，积极推动业务创新，加强自营民宿业务的开拓，通过建立智能化众包服务网络，为闲置房屋资产价值赋能，提供一站式的民宿短租经营解决方案。截至 2019 年底，小猪自营民宿数量已达一千余套，集中分布在热门旅游城市成都、重庆等地的核心景点及商圈，以“分散式”和“集中式”两种自营模式为主，通过标准化运营及服务流程帮助解决共享民宿在体验、卫生、规模化、跨平台经营的诸多痛点。

平台积极响应中央关于老旧小区改造的有关精神，通过引入新业态让老城重新焕发活力，助力城市有机更新，实现新旧城区融合发展。2019 年，小猪与成都市锦江区政府达成战略合作，试点行业第一个旧房改造民宿项目，将城市中心老旧小区改造成兼具品质和特色的民宿，向游客推广了当地文化的同时，提升社区人居环境、整体素质和活力，帮助政府解决老旧小区治理过程中遇到的消防卫生、社区治安、流动人口管理等诸多难题，拓宽当地居民的就业渠道和收入来源，实现多方共赢。

在智能化应用方面，小猪积极加强适用民宿应用场景的智能体验设备的研发和推广。小猪与有关厂商共同推出智能管家产品，该产品针对民宿入住相关的上百种场景进行优化，每个场景支持 1000 种以上的问法。无论是查找民宿内物品的位置和用法、查询周边生活信息，还是想了解平台的相关服务，都能快速地得到解答。智能管家产品的推出，是小猪平台继智能门锁、智能报警器等之后，智能化水平再上新台阶的重要举措。

为提升民宿入住体验，确保民宿入住安全，便于社区日常管理，提升社区居民的生活体验，小猪与锦江区合作，在成都旧房改造项目中引入智慧社区生态系统，可实现社区综合治理，提供包括智能门禁、智慧物业、智慧停车、安防监控、

智能报警系统——云喇叭、智能访客、地震警报铃等多项社区智慧服务，联动街道打造平台院落。同时，小猪还将充分发挥产业互联网优势，为项目民宿提供整套物联网智能设备，包括智能门锁、智能烟感器、智能燃气报警器、AI 智能语音管家等智能设备，让住户可以通过手机实现房屋远程操控，进一步提升住宿便捷度和用户体验。

三、Airbnb 爱彼迎：持续提升品质服务与文化体验

爱彼迎在质量与品质、信任与安全、品牌与产品等方面持续深耕，为更多旅行者创造原汁原味的旅行体验。

在质量与品质方面，爱彼迎进一步加强对于 Plus 房源项目的投入，并推出为中国市场量身打造的“优选房源”计划。2018 到 2019 年，中国的 Plus 项目帮助房东完成近 8 万项改造。Plus 房东数量增长了 9 倍，一位 Plus 房东的收益能够达到普通房东的 2 倍以上。产品功能不断迭代，在房东端及旅行者端分别进行创新，通过产品运营化、本土化、场景化和智能化，助力平台的全面能力升级：包括上线“房东主页”，推出“房东营销平台”，全方位打通房东房客营销互动渠道。进一步扩展用户细分场景，通过优惠活动吸引学生等年轻用户。

在安全与信任方面，爱彼迎持续加强投入，在全球范围内推出了 100% 房源核验、房客保障、快速响应热线、高风险预订人工审核等四项全新举措，并将投入 1.5 亿美元（约合 10.6 亿元人民币）持续完善平台的信任与安全体系。推出房东导师计划，线下指导房东安全运营，并在多种形式的安全教育活动中发布“社区安全警示”相关宣传。设立一站式安全资源平台，包括一键报警求助功能、安全检查清单、旅客安全出行提示、安全接待技巧，以及自然灾害实时提醒等，从各个层面推进安全保障升级。

在文化体验方面，围绕非物质文化遗产项目开展旅游和文化体验服务。自 2019 年 6 月起，爱彼迎与多个地方政府合作，为百余名非物质文化遗产传承人及体验达人举办了旅游接待技能与文化传播培训。将各地遴选的 40 项非物质文化遗产中的文化精华打造成为可供用户近距离体验的旅游产品。9 月推出首个非遗文化“溯·承”系列活动，至年底有 40 个非遗体验项目参与活动，其总营收增长约 2.3 倍，预订人次增长超过 2.6 倍。11 月，爱彼迎与国际奥委会共同宣布达成奥林匹克全球合作伙伴关系，为包括北京冬奥会在内的奥林匹克活动提供支持。这一合作关系将吸引大批公众成为平台房东和体验达人，并可帮助主办城市

应对奥运期间激增的游客数量，为观众、运动员和其他成员提供住宿和本土化文化体验，提升主办城市的吸引力。

社区方面，持续通过线上和线下活动，营造更加多元化、高黏性的房东社区。2019 年中国超赞房东增长了 2.6 倍，专业房东增加了 2 倍；87%的房东会向房客介绍当地文化，95%的房东通过各种实践实现了绿色接待；房东平均年龄为 33 岁，80 后与 90 后房东占比例近 7 成；女性房东占比为 62%；从事共享住宿的中国房东 87%的房东为大学本科及以上；房东们在参加爱彼迎房东学院三个月后，房源预订量增长了 2 倍，五星好评也增长了 1.5 倍。

此外，爱彼迎还积极探索民宿扶贫模式，助力精准扶贫。2017 年启动桂林龙胜精准旅游扶贫项目，打造“江边民宿”，2018 年正式上线，到 2019 年底江边民宿已接待来自 10 多个国家和地区的 1000 余人次。民宿还带动了餐饮及旅游商品销售等服务，据不完全统计，民宿及相关服务的销售额使全村收入水平提升了约 20%。

四、途家：以用户需求为核心 发力品质化服务

2019 年途家民宿业务表现强劲，8 月整体实现了单月盈利；“十一”黄金周期间，途家民宿单日入住间夜突破 30 万。目前途家代运营覆盖的房源有 1.6 万套以上，线上代运营主打市郊、乡村民宿、城市民宿的分时段管理，线下代运营包含保洁、洗涤等服务，比房屋托管平台模式更轻。

途家 2019 年的强劲增长，主要得益于以下四个方面：

一是发力品质化服务。途家本着用户需求为中心的经营理念，更加关注产品本身的价值，对途家房源进行分级管理，开展“超赞”房东评定，不断提升高品质房源的覆盖率。途家改变了在线平台通过优惠补贴引流获客的方式，而是以提升产品及服务质量作为基本的发展策略，推动民宿向品质化服务方向发展。

二是创新营销方式。针对用户对于共享民宿新业态认知不足的问题，途家不断探索如何帮助商家以更低的运营成本进行更大范围的用户触达，其中“途家美宿家”项目是平台在网红营销体系化建设上的有力尝试，创造了民宿行业网红口碑营销矩阵，进行系统化、社群化和规模化运营。通过体系化的关键意见领袖矩阵，建立“网红+民宿”的长线营销管理机制，打造途家美宿项目，借助短平快的图文、短视频等形式，通过小红书、抖音等进行宣传，让消费者从多个渠道接受到相关信息，取得了良好的传播效果。通过美宿家推广，打造出的网红民宿，

推动业绩成倍增长，促进了旅游这一“低频业务”的“高频化”。

三是积极运用创新技术。途家旗下的智能门锁应用了人脸识别、定位比对等现代技术，并通过与相关部门的信息共享，将门锁与安全信息相结合，可实现对入住者的身份核验。目前已经有 22 个以上的省、市的房源和当地公安系统对接，安装的房源有 7 万多套。

四是大力推进旅游扶贫。途家民宿与河北丰宁县合作助力旅游扶贫，安排了运营营销专家为村民开展“大讲堂”，对当地民宿从业人员进行线上线下专业培训，及时解答商户在操作中遇到的问题，有效提升当地民宿的运营品质；并出台相应激励措施创造更多就业岗位，鼓励更多村民利用民宿经营有效带动当地产业增收；同时开展各式各样的创新营销，以平台运营能力之长、补乡村旅游之短，缓解民宿获客渠道少、运营质量不稳定、旅游脱贫后劲不足等问题，从而助力乡村振兴，给乡村民宿经济带来新的增长点。

随着用户规模的不断增长，未来途家民宿还将坚持以用户需求为中心的理念，巩固自身资源优势，在标准化、品质化方向不断发力；继续助推乡村民宿建设，引领民宿向更优质健康的体系发展；并加大与先进技术的结合力度，创新求变，追求极致。

五、美团：全力打造综合性互联网生活服务平台

美团是一家集餐饮、外卖、打车、共享单车、酒店旅游、电影、休闲娱乐等服务于一体的综合性生活服务平台。截至 2019 年 9 月底，美团年度交易用户总数达 4.4 亿，平台活跃商户总数达 590 万。美团正通过推动大数据、人工智能和生活服务业的深度融合，深入产业链上游，推动电子商务从流通型向供应链型、全产业链型转变，为商户提供营销、技术、物流、供应链、金融等服务。

1.以科技创新为核心驱动力，提供高效优质服务

美团搭建了规模大、复杂度高的多人多点实时智能外卖配送调度系统，还正在建设餐饮娱乐知识图谱，以及基于无人驾驶技术的交互智能配送生态开放平台，为消费者提供更加智能化的服务。

外卖是美团的核心业务之一，平台以大数据为驱动，围绕着本地生活服务平台打通线上和线下外卖消费场景，线上实现交易闭环，线下通过即时配送完成交易履约，为用户提供从需求发起到商品验收的一站式服务。近几年，美团外卖业务的发展重心从需求侧向供给侧转换，大力推进供给侧数字化。外卖供给侧数字

化不是简单的提高菜品和服务的质量，而是通过扩大有效供给、提高供给结构对需求的适应性和灵活性等具体措施不断提升整个门店的运营质量，同时借助各种智能终端、智慧点餐系统、收银系统等不断提升运营效率。外卖平台还可以为商家提供订单管理、集中采购、峰值预测、产品研发、营销管理、供应链服务等方面的支持，助力商家发展，共建繁荣生态。平台还针对城郊生活服务设施供给相对落后地区健康食品供应不足的问题，拓展平台上商家的服务能力，为用户推出轻食品类的服务。2019年前三季度，美团外卖轻食订单量同比增长102%，轻食作为一种健康饮食方式正受到越来越多的人的欢迎。

2. “网约配送员”职业身份得到社会认可，灵活就业成为稳就业蓄水池

2019年12月，人社部就业培训技术指导中心发布了《关于拟发布新职业信息公示的通告》，“网约配送员”成为16个新职业之一。这意味着通过移动互联网平台等提供配送服务的职业，获得了官方认可。同时这也意味着美团平台上大量的外卖骑手纳入到官方职业分类体系中。2019年大量的网约配送员通过美团平台获得收入，其中有相当一部分来自国家建档立卡贫困户并实现了脱贫。网约配送员工作时间自由、上手快、成本低，劳动者只要愿意付出就有收获。这个职业能够有效缓解就业压力，为暂时找不到工作、创业失败或刚刚进入城市的劳动者提供就业机会，保障基础收入。

3. 共享单车提升用户体验，践行绿色环保

2019年1月，摩拜单车全面接入美团APP并更名为美团单车。7月起新款黄色美团单车在全国陆续面世，全部旧款摩拜单车和新款美团单车都可以使用美团APP扫码骑行。

美团单车在全国范围内无门槛无条件免押金，既有用户可随时无条件退还已交押金，新增用户无需押金。2019年5月，美团单车启动用户资金合规专项工作，2019年11月底，开立了用户资金专用存款账户，完成了存管信息化系统建设、数据核对与传输工作，完成了用户资金合规专项工作。

在绿色出行方面，美团提出并积极践行共享单车全生命周期环保理念，如把回收的外卖餐盒制作成单车挡泥板，将外卖垃圾重塑新生，成为美团业务生态体系中循环再生的一个范本。美团单车还与相关机构和企业合作，打造共享单车绿色回收产业链，在设计、采购、生产、投放、运营、报废等全环节贯彻“3R(Reduce, Reuse, Recycle)原则”，实现废旧单车100%回收再利用。

六、WiFi 万能钥匙：以技术自主创新保障连接安全

WiFi 万能钥匙是领先的免费上网服务平台,自 2012 年推出以来,始终致力于为用户提供免费、稳定、安全的上网服务。

1.影响力持续提升

作为一款安全、受欢迎的连网应用产品, WiFi 万能钥匙全球月活跃用户数超过 8 亿, 在中国互联网 APP 活跃用户渗透率方面位居前列。凭借“连接”优势, WiFi 万能钥匙源源不断地将非网民转化为网民, 或延长用户的上网时间, 成为重要的流量引擎。

由于在市场规模、创新能力、成长性及影响力等多个方面的表现, 2017 年和 2018 年, WiFi 万能钥匙连续入选“中国互联网企业 100 强”榜单。

2.安全保障不断加强

网络安全行业的快速发展与政策支持密不可分, 尤其是在网络安全法实施之后, 监管环境日趋严格, 对基础设施防护、个人信息保护、云安全等多个方面提出了更高要求。WiFi 万能钥匙在提供一键连接便捷服务的同时, 始终重视连网的安全性, 将信息安全作为企业的生命线, 从技术、制度、联动合作等多个层面为用户打造多维度的网络安全保护体系, 让用户畅享连网生活的美好。

为保障网络安全, WiFi 万能钥匙独创了“WiFi 安全三角矩阵”。通过安全感知系统对威胁进行事前感知和评估; 自主研发的安全隧道加密机制在事中进行安全检测及通道信息保护, 有效防范数据泄露、实时防黑客攻击、防钓鱼欺诈、防恶意软件等功能保护用户隐私; 联合众安保险推出千万级保额的 WiFi 安全险, 用户及热点主人均可免费参保。初步建立了连接前感知、连接中检测、连接后赔付的一整套安全防护体系, 企业自主研发的 WiFi 云感知系统已通过国家信息安全等级保护三级测评。

在数据安全方面, WiFi 万能钥匙采用自创的算法对数据进行整体加密, 确保无破解风险; 在内容安全方面, 结合人工审核与人工智能、图像识别等前沿技术, 加强内容安全监管。为更好地保护用户的网络信息安全, 企业建立了安全应急响应中心平台, 除了依靠自身力量, 还注重行业合作, 接收各个行业安全专家发现的漏洞与威胁情报, 在社会网络安全力量之间筑起桥梁。

除此之外, WiFi 万能钥匙还采取了以下安全措施: 建立防蹭网系统、加入反欺诈联盟、屏蔽政府机构/办公/住宅非公共场所热点、严厉打击山寨 APP 等。

2019年3月在上海网信办指导下，WiFi万能钥匙与平安科技、顺丰集团协同发起“威胁数据联盟”，在确保合法合规的前提下实现互信共治、联防联控，全力为用户打造安全无虞的上网环境，多维度守护用户的网络信息安全，目前已经有三四十家企业加入到“威胁数据联盟”。

3.积极助力精准扶贫

专注业务发展的同时，WiFi万能钥匙积极践行企业社会责任，助力国家精准扶贫。

早在2015年，WiFi万能钥匙就联合中国社会福利基金会共同发起了“梦想钥匙”公益扶贫行动，旨在偏远地区的中小学校提供无线宽带上网服务，帮助孩子们通过互联网获取丰富的网络教育资源，促进他们的健康成长，促进乡村教育的数字化发展。

2016年底，由中央网信办指导的网络公益扶贫联盟正式成立，WiFi万能钥匙成为共同发起单位之一。2018年底，“梦想钥匙”项目荣获中央网信办2018网络扶贫优秀案例，受到中央网信办高度肯定。

2019年，WiFi万能钥匙通过梦想钥匙公益扶贫项目向陕西省山阳县资助120多万元，帮助全县80所偏远山区的小学免费接入互联网，助力山阳县偏远地区学校实现网络全覆盖，学生们可以通过互联网享受到丰富的在线教育资源。

“梦想钥匙”自启动以来，WiFi万能钥匙也在不断优化升级公益扶贫落地模式，从资助网络费用，到支持硬件、引入在线资源，再到协助开通网络基础设施等一揽子服务。截至2019年10月，“梦想钥匙”公益扶贫行动已经走遍全国15个省份和地区的多个贫困县，近300所学校接入免费网络，累计在籍受益儿童30000多名。

七、满帮集团：优化增值服务 探索模式创新

满帮集团利用大数据、人工智能等现代信息技术，有效整合公路物流行业资源，为“车找货、货找车”提供信息和技术支持，改变传统物流行业“小、乱、散、弱”的状况，实现公路物流提质降本增效。

1.业务规模持续增长

截至2019年底，公司平台认证司机用户700万人，认证货主用户225万户，总用户数突破900万户，比2018年增加220万户，增幅32%。无车承运业务持续稳定发展，平台交易业务月在线交易运费达到30亿元，月成交订单80万单，

已服务货主 20 万家，司机 80 万人。

2.优化增值服务

满帮深耕万亿级市场，致力于打造产业互联网闭环，推进物流业转型升级。打通全产业链，构建全生命周期的生态——打造交易闭环、提供增值服务、携手产业伙伴开展全面而深度的合作，共创智慧物流新生态。目前平台 20%司机用户会通过平台选择加油服务，保险覆盖率 16%，贷款覆盖率 40%，年均为司机节省费用近万元，真正成为司机的好帮手。

另外，ETC 业务是公司近年来一项新的增值业务。公司已与 12 省（区、市）高速集团合作，平台上的 ETC 储值卡存量用户超过两百万，2019 年 10 月平台货车 ETC 累计充值金额突破 1000 亿元，成为国内货车 ETC 最大的代理发卡机构。金融业务累计放贷金额 90 亿元，油品累计交易额 114 亿元。

3.着力缓解小微企业融资难问题

依托平台丰富的大数据优势和科技手段，2019 年 5 月，公司与建设银行签署战略合作协议，共同打造“综合金融服务平台”，叠加建设银行金融科技的运用力量，共享数据建立信用风险模型，提供“大数据物流产业+智慧金融”的全生态链综合金融解决方案，将金融服务嵌入应用场景，让普惠金融服务惠及上千万货主与司机。2019 年 7 月，公司平台接入了央行征信系统，为货车司机打造第二张身份证。之所以能成为央行征信系统的一部分，是因为平台基于用户基础数据叠加经营数据的场景化风控模型，已经逐渐完善并走向成熟。正是有了高完整度的独特数据及可验证的智能风控技术，平台才可以帮助过去贷不了款的货车司机建立征信记录，以征信大数据共享的方式帮助司机获得更多金融服务，降低金融服务获得成本，助推普惠金融在物流行业落地，逐步实现全国物流信用信息的互通和共享。

据调查，满帮平台 40%的司机通过平台选择金融服务，金融服务用户数达 270 万，累计放款金额 175 亿元。满帮“运费贷”业务于 2018 年底全平台上线，至今已累计为 10000 多家物流企业提供相关交易服务。目前，“运费贷”累计直接授信客户超过 2000 户，合计发放贷款 10 亿元，一定程度上缓解了中小企业以及司机群体的融资难题。

4.深化“物联网+”应用

2019 年 8 月，满帮集团与长沙市合作开展华中物联港建设项目。该项目是天网和地网并网、数字物流与实体物流相结合、“互联网+”向“物联网+”升

级的一个新尝试，主要包括华中区总部（区域结算中心）、车后产品服务市场、车货服务营运中心、供应链/智慧云仓业务、人工智能/无人驾驶、综合服务中心、创新业务等核心板块。项目总投资预计 10 亿元，将依托大数据、云计算、人工智能等现代先进技术，重点发展供应链金融、无人驾驶等多种新兴业态，整合赋能线下资源，为货车司机提供 ETC、新车、金融、保险等一站式服务。

5.积极履行企业社会责任

一是“互联网+交通战备”。公司与国家交战办联合开发民用运力指挥调度系统，做到“平时能应急，战时能应战。”在宜宾地震后 30 分钟内，平台搜索到震中方圆 200 公里的 22000 多辆卡车和 28000 多名司机，推送路况信息，储备救援运力。

二是“互联网+公共服务”。平台推出“会员行为守则”，从守法经营、安全驾驶、诚实守信、合法维权、守信奖励等多方面引导规范平台会员行为。协助有关部门搭建“互联网+车管所”，实现货车司机违章查询、罚款缴纳等功能的在线办理。建立物流行业互联网调解委员会，已受理 43000 余件，调解成功率为 97.7%。

八、好活平台：积极探索灵活用工新模式

2019 年好活平台呈现爆发式增长，年产值超过 20 亿元，创客数量近 20 万人，比 2018 年创客数量增长近 10 倍，贡献税收 1 亿多元，呈现出经济效益与社会效益齐头并进的健康发展势头。

1.灵活用工新模式的特点

这种新模式是将灵活从业人员的身份转变成“个体工商户”，再通过好活平台精准对接有用工需求的企业，形成“企业-好活-个体工商户”之间的商事合作关系。同时通过好活平台的技术支撑，将所有业务过程中的信息进行留存、挖掘、分析，协同给包括人社、市监、税务、公安等各个政府职能部门，为政府部门提供数据支撑。

创新模式



好活灵活用工新模式示意图

为支撑创新模式成功实施，好活科技技术团队基于 AI、大数据、区块链等技术创建了灵活用工智能综合服务平台。好活平台由企业灵活用工服务平台、创客创业服务平台和政府大数据协同监管平台共同构成的智能综合服务体系，体现了“共享经济+双创”创新模式下的传统企业共享用工实践。

2.取得的成效

一是经济效益明显。自 2018 年 7 月以来，“好活”为即时配送、在线教育、家政服务 etc 共计 800 多家新经济企业提供了灵活用工综合服务，平台个体户近 20 万户，总计完成工单量 23000 多万人/次，实现产值 20 多亿元，缴纳税收已达 1 亿余元。

二是助力精准扶贫和就业。好活平台已经成功协助贫困县个体户创收 17000 万元，为来自贫困县的 16000 多个个体户提供了增收的机会；同时以创业带动就业的方式，促进地方就业。

三是助力协同监管。好活平台积极配合有关部门，助力“互联网+”政企协同监管模式创新。公司协同昆山市市监局、税务局联合开发“商企协同监管平台”、“税企协同监管平台”，对平台业务、合同、资金、票据等进行大数据管理和数据整合，为构建政企协同的监管机制提供有力的数据和技术支撑。

致 谢

《中国共享经济发展年度报告（2020）》的研究和撰写工作，得到了国家信息中心案例研究基地企业小猪短租、满帮集团、众志好活、连尚网络等的长期支持。

报告撰写工作还得到了如下企业在调研方面的大力支持，它们是：滴滴出行、首汽约车、美团单车、哈啰出行、途家网、Airbnb 爱彼迎、蜂巢短租、贝壳找房、阿里本地生活、美团点评、达达、闪送、街电、闲鱼、喜马拉雅、猪八戒网、一品威客、在行、好大夫、微医、春雨医生、贸点点、人人实验、航天云网、海尔集团、世鳌国际、优客工场、Wework、DISTR II 办伴、梦想加等。

在此谨对上述企业表示诚挚的感谢！