



浅析“共享经济”成败类型



虽然共享经济最近几年发展迅速，激活了部分处于红海的存量市场，但它并非放之四海而皆准。近期，集体消失的共享雨伞和陆续关闭的共享充电宝等事件提醒创业者：盲目跟风“共享+”，忽视共享经济所适用的商业模式，即使创业初期备受资本所追捧，最终也难逃失败的命运。

为了辨析共享经济的边界，我们的研究涵盖了全球过去 20 年间运营时间在 5 年以上且在创业初期被投资者看好的共享经济公司。借助管理学的交易成本理论逻辑和框架，选取了共享交易中的交互性、便捷性、模块化、不确定性、频率和轻资产等 6 个维度来解释与预测共享经济模式的适用性问题。最终归纳出 3 种容易成功的共享模式——使用权经济、闲置经济和慕课模式，以及 1 种不容易成功的共享模式——零工经济。

交易成本理论的 6 个维度

	交互性	便捷性	模块化	不确定性	频率	轻资产
含义	产品或服务提供者与用户间的人际互动的程度	产品或服务的可移动性，以便于不同地点和场景的用户使用	系统中各部分可以被拆分和重组的程度	交易中风险的发生概率	交易重复发生的频繁程度	减少生产领域内固定资产投入
代表案例	拼车 > 自动提车的 Zipcar	电子商务 > 快递 > 入户服务	Uber > 美甲服务	教育 > 食物 > 电子产品	衣食住行 > 知识学习	百科全书出版社 > 维基百科

3 类易成功模式

1. 使用权经济。使用权经济是指物品使用权暂时转移的一种经济模式。尤其在用户容易获取产品或服务信息，而且使用率较高的交通和住宿领域

中，企业通常采用清晰标准的模块化交易流程以快速满足用户需求。使用权经济通常呈现出两种不同的商业模式。

一种是让资源在拥有者与使用者之间共享的 P2P 模式。在这类交易过程中，双方用户经常须面对面沟通，很难保证统一的服务质量。然而，如果共享的资产由用户提供，便可以大大降低公司的运营成本，从而弥补了因互动而产生的成本，这也是 Uber 和爱彼迎 (Airbnb) 能成为业界独角兽的重要原因。

另一种是将拥有型产品改造成为使用型产品的 B2C 模式。在这种共享模式中，企业通过制造出更多的自有资源，并利用物联网技术高效地向顾客提供这些资源。例如，Zipcar 分时汽车租赁和摩拜单车都采用了自助式服务取代了人工服务。并且为了让产品在绝大多数时间里处于良好的备用状态，它们花费重金打造专属车型，并配备了大量用于车辆的维修、清理和调度的员工。

2. 闲置经济。不同于使用权经济所提倡的使用而不占有，闲置经济是为了达到物尽其用。闲置经济脱胎传统的跳蚤市场，其实质是二手交易的电商平台。

移动互联网让买卖双方无须见面就可以进行远距离交易。尤其是在更新迭代速度较快的服装、饰品和电子产品领域，较高使用频率促进了用户的共享意愿。以二手女装交易平台 Poshmark 为例，每天都有上百万的用户参与交易，70%的买家也是卖家，且每天平均使用时长为 25 分钟。另外，

轻资产模式在给用户带来更多的可选择性的同时还能减少运营成本。与之相反，二手服装网站 thredUP 以及服饰租赁网站 Rent the Runway，由于是公司买下用户的商品后进行转卖或转租，其收益明显低于轻资产模式。

3.慕课经济。慕课模式通过网络就能使用户随时随地学习课程内容，突破了传统课堂对空间和时间的限制，大大降低了运营成本。这个模式中，模块化的课程设计十分关键。只有让用户可以按照自己喜欢的顺序编排课表，或者直接跳到想学的内容，共享平台才更容易成功。例如，网易公开课、可汗学院和 Coursera 等教育网站都是模块化的典范。但是，诸如 Besomebody.com 这类须在特定时间内观看直播授课的技能教育类网站，由于学员无法回看或点播学习内容，用户黏性会降低很多。

不易成功的类型

零工经济可以让自由职业者或兼职者通过分享知识、技能和经验来帮助用户解决问题。零工经济可分为线上众包和线下家政服务两种类型，但是它们都不易成功。

线上众包和线下家政服务在共享经济中成为创业热点，各媒体制作和发布内容规划等

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_32139

