

# 分享经济迎来“机会窗口”

国家信息中心 张新红 高太山

分享经济是指利用互联网等现代信息技术整合、分享海量的分散化闲置资源,满足多样化需求的经济活动总和。对于我国而言,发展分享经济适应了“创新、协调、绿色、开放、共享”发展理念的新要求,对实现创新驱动、推进供给侧结构性改革、建设网络强国等具有重要意义。从现实情况看,转型发展的迫切需求、网民大国红利、节俭的传统文化以及企业的成功实践,使分享经济迎来了快速发展的“机会窗口”。

## 分享经济潜力巨大

从发展现状和演进态势看,当前我国分享经济发展呈现以下特点:

第一,产业初具规模,未来潜力巨大。当前国内分享经济发展迅速,平台企业快速成长。国家信息中心完成的《中国分享经济发展报告2016》显示,2015年中国分享经济市场规模约为19560亿元,主要集中在交通出行、房屋短租、金融、生活服务、知识技能、生产能力等6大领域。分享经济领域参与提供服务者约5000万人左右,约占劳动人口总数的5.5%。保守估计,参与分享经济活动总人数已经超过5亿人。

预计未来5年分享经济年均增长速度在40%左右,到2020年分享经济规模占GDP比重将达到10%以上。未来10年中国分享经济领域有望出现5至10家巨无霸平台型企业。

第二,分享领域迅速拓展,平台数量

持续上升。近年来,国内分享领域不断拓展,从在线创意设计、营销策划到餐饮住宿、物流快递、交通出行、生活服务等,分享经济已经渗透到几乎所有的领域。

平台企业的数量也在不断上升,一些领域在短短数年间就涌现出上百家分享型企业,并迅速形成一批初具规模、各具特色、有一定竞争力的代表性企业。如,在交通出行领域有滴滴出行等,在房屋住宿领域出现了小猪短租等,在众包领域有猪八戒网等。

第三,交通出行发展较快,示范引领作用凸显。作为“互联网+交通”下的新业态,交通出行领域分享经济的发展约起步于2010年,经过6年多时间的发展,平台企业经历了早期的创业热潮、寡头竞争、战略整合等发展阶段。当前市场竞争再次陷入胶着状态,未来的竞争格局尚不明朗。

交通出行只是人们日常生活、生产

的一个领域,未来分享经济涉足的领域更广、渗透程度更深,对传统产业带来的影响更大。由于平台企业成长的相似性,作为分享经济的“领头羊”,使得交通领域的发展历程、成长路径、竞争战略以及行业政策制定对我国分享经济的发展都将起到一定的示范引领和风向标作用。

第四,本土企业创新崛起,积极开拓国际市场。网络化的特质加上中国独特的优势,大大加快了分享经济企业从模仿到创新、从跟随到引领、从本土到全球的进程。

从商业模式或涉及的领域看,中国早期分享经济平台多数都是从模仿国外的平台开始。但成功的分享经济平台并不简单照搬照抄,而是在模仿的基础上进行了本土化创新。此外,市场竞争压力不断加大也在倒逼企业走创新取胜的道路,有些创新已经走在了世界前列。还有一些企业开始凭借成功的商业模式创新,积极拓展国际市场。

户数据保护等方面仍存在不足和隐患。

多数企业并未找到有效的商业模式,同质化竞争普遍。多数领域的分享经济模式无法纳入正常监管体系,导致不公平竞争、税收、劳资关系等许多问题没有得到妥善解决。

四是观念认识不到位,原有法规不适应。迄今为止,人们对于分享经济的理解还只是实证分析和现象观察,系统科学的理论研究还比较缺乏。

现有的很多法规也是在多年以前制定的,有很多细则已无法适应信息时代的实践发展。这些法规既不能解决行业准入门槛、从业人员社保、税收监管、信息安全以及信用体系建设等共性问题,也无法解决行业差异化带来的具体问题,如在短租领域会遇到卫生、消防缺乏统一标准问题,在送餐行业会遇到服务标准化和员工培训问题,在家政服务行业会遇到特殊的劳务关系及劳动保护问题等。

## 成长中的烦恼

所有新生事物都会遭遇“成长的烦恼”,分享经济也不例外。对于我国而言,发展分享经济也会遇到一些特殊的矛盾和问题。

一是分享实践发展加快,监管体系亟待重构。当前占主导地位的社会化管理制度是建立在工业经济和工业化大生产基础上的,强调层级管理、区域与条块分割等管理方式,注重事前审批和准入。基于网络的分享经济具有典型的网络化、跨区域、跨行业等特征,快速发展的实践使得许多制度变得越来越不适应。

当前许多新业态游走于监管的灰色地带,有些创新实践则面临不合理的制度要求等。分享经济的发展对现有的政策、制度、法律等提出了新的挑战。

二是创新引发利益调整,统筹协调

难度加大。分享经济发展大大降低了诸多行业的进入门槛,分享型企业拥有显著的成本优势,创造无限供给的能力,趋近于零的边际成本,使传统企业面临巨大竞争压力。在具有排他性的垄断市场中,分享型企业的进入及其快速扩张的发展态势冲击着原有的商业逻辑和经济秩序,不可避免地会遇到来自既得利益者的质疑和阻挠。

分享经济可能引发深层次的社会分工与组织变革,涉及的领域之广、人员之多前所未有,协调难度明显加大。

三是产业发展尚不成熟,许多问题有待解决。分享经济模式下产品与服务的供给方通常是大量不确定的个人或组织,尤其是当前诸多领域的分享经济都处于探索阶段和发展初期,其服务和产品的安全性、标准化、质量保障体系、用

## 延伸阅读

目前正在兴起的以互联网信息技术为基础,呈现出百花齐放、多种模式并存的新格局。

### 有偿分享模式

有偿分享是目前发展最快也较为普遍的一种模式。该模式是将自己剩余或暂时不用的物品,通过收取租金有偿让渡给别人分享。目前发展比较成功的“空中食宿”就属于典型的有偿分享模式。其业务模式十分清晰:有闲置房间的家庭在网站上发布自家的空房信息,不想找酒店入住的租客通过上网查找住宿信息,一旦租赁双方达成一致,租客就可以进行在线付费和实地入住。这种新

商业模式所提供的私家闲置房间要比酒店更便宜,更具有生活气息。目前网站上不仅有人发布常住的房间,更有人将别墅、村庄、城堡、树屋等发布到网站上。

### 对等分享模式

对等分享模式是双方通过互相交换使用财产,不向对方支付报酬而形成的分享经济。比如,目前国内所推动的城乡儿童手拉手体验快乐活动,就是一种典型的对等分享模式。城乡儿童互换生活环境的手拉手活动,最近几年已经成为许多学校教育的重要内容,也有许多民间公益机构和商业教育机构专门进行这种模式的运转和管理。点对点分享不仅仅是

双方对等交换各自的物品和环境,还有双方情感和文化价值的体验式交互。

### 劳务分享模式

在现实社会中,有大量碎片化、闲置与没有充分利用的劳务资源。在现代分享经济中,人们不仅可以出售自己多余的产品,还可以出售自己的时间,比如承接遛狗、取回干洗衣物或组装家具以及养老服务等等,这种以出售多余劳务为内容的分享经济被称为劳务分享经济。在美国有一家创业公司,凭借1小时送货上门服务的业务,在短短两年半时间内估值一路飙升,在硅谷脱颖而出。该公司就是充分利用自由职业者的时间,通过互联网技

## 相关建议

分享经济作为一种新的资源配置方式,对既有行业乃至整个社会秩序带来的冲击在所难免,其自身在发展过程中也必然会存在一些问题,需要认真对待并逐步解决。

一是以开放包容的姿态对待分享经济。创新性的商业实践通常都是领先于制度与法律进程,在这个过程中,不能强迫新生事物符合旧日的制度框架,需要给创新留有试错的空间。面对分享经济发展带来的挑战,相关部门需要准确判断和顺应经济社会发展大方向,通过制度层面的积极调整予以回应和因势利导。同时,对于已经明显阻碍分享经济创新发展的政策和制度应积极主动地进行修改完善。

二是研究制定促进分享经济发展的一揽子政策,为各行业领域分享经济发展提供宏观指导和政策支持。跳出传统的行业垂直管理和属地化管理思维,形成适应分享经济发展的协同管理和服务合力。

三是探索建立社会协同治理的新型监管体系。分享经济的全面发展既对政府治理创新产生了显著的倒逼效应,也为构建多方参与的协同治理模式提供了经验积累、技术与数据支撑。协同治理既是分享经济发展的客观要求,也是其必然结果,政府、企业、社会组织 and 用户都将发挥重要且不可替代的作用。

四是加强分享经济相关理论与政策研究。鼓励和推进分享经济理论研究,探索分享经济发展的内在规律、趋势及其经济社会影响。调整和完善国民经济统计、核算体系和方法,准确反映分享经济对增长与就业的影响。研究解决当前分享经济发展中面临的政策不适应、信息安全保障、监管体系建设、法律法规及标准规范等问题,提前谋划和布局面向未来的制度改革与设计。跟进研究和借鉴欧美等先行国家的有益经验。

把农村巨大的需求潜力转化为现实消费,必须从提高农民购买力、改善农村消费设施条件、优化农村消费环境等方面综合施策。

# 瞄准农村消费 发力扩容升级

国家发改委宏观经济产业经济与技术经济研究所课题组成员

我国农村消费近年快速增长,消费结构也发生了重大变化,成为支撑消费增长、提高消费对经济增长贡献率的重要力量。“十三五”时期,要准确把握农村消费升级方向,挖掘释放消费新潜力,以消费需求扩容升级推动“去产能”和“去库存”,为经济增长增添动力。

## 农村消费的现状和潜力

近年来,农村消费呈现快速增长态势。一方面,农村消费增幅连续几年高于城镇。随着农民收入快速增长,农村居民购买力和消费意愿明显增强。2010年至2015年,农村消费年均大幅增长。2015年乡村消费品零售额4.2万亿元,占社会消费品零售总额比重达13.9%。另一方面,农村结构快速升级。农村消费正从生存型消费向发展型消费迈进,住行娱等服务消费比重不断提高。同时,农村消费亮点纷呈。信息、网购、旅游休闲等正在成为农村消费新热点。

与城镇相比,农村居民消费水平仍然较低。差距就是潜力。随着农村居民人均可支配收入突破万元大关,农村消费扩张和升级将加快。根据“十二五”时期农村消费增长态势,参照城镇消费结构变化规律,家电、汽车、住房、信息、健康养老、旅游文化餐饮娱乐等6个领域将是今后5年农村消费扩容的最大潜力和升级方向。一是家电消费扩容升级。“扩容”主要来自农村贫困人口、低收入家庭和农业转移人口,他们目前的家电拥有率比较低,随着国家精准扶贫、强农富农等政策和新型城镇化战略的实施,其家电消费需求将得到有效释放。“升级”来自东部发达地区或中西部地区先富裕起来的农民家庭,拥有家电较早,目前进入到家电更新换代升级阶段。初步测算,这两方面的家电需求到2020年将比2014年大幅增长。二是汽车消费进入快速上升通道。三是住房消费持续旺盛。“十三五”时期农村住房消费增长空间主要来自改善需求、贫困人口异地搬迁安置和农业转移人口在城镇落户购房需求等3个方面。四是信息消费加速发展。随着信息技术和互联网的发展,各种移动智能终端加速进入农村市场,并带来智能手机、互联网接入流量、电子商务等信息消费快速增长。五是健康养老消费规模不断壮大。随着城镇化进程加快,面向农村老人和儿童的营养、教育、健康、疗养、护理等需求将日益旺盛。六是旅游文化餐饮娱乐消费持续升温。

## 综合施策突破瓶颈

把农村巨大的需求潜力转化为现实消费,必须从提高农民购买力、改善农村消费设施条件、优化农村消费环境等方面综合施策。

多渠道增加农民收入,提高农村消费能力。农民收入是扩大农村消费的重要前提。要着力促进农民收入持续较快增长。一要深化农村土地制度改革,增加农民财产性收入。二要大力发展农村“双创”,增强农民创业就业增收能力。支持建设农村“双创”示范园区和“双创”孵化平台,完善支持“双创”公共服务体系。支持推广农民创业导师制度,为农民提供可及高效的创业就业辅导。对农民工返乡创办的小微企业,减征企业所得税、免征增值税、营业税和各种行政性收费。三要挖掘农业内部增收潜力,增加农民家庭经营性收入。适应城乡居民消费结构升级和多元化、个性化的消费需求,支持农民应用先进农业技术和“互联网+现代农业”发展模式,改造升级农业全产业链,发展优质高效农业,提高农产品供给质量和农业综合效益。四要加大财政支持力度,提高农民财政转移性收入。

加强农村公共设施建设,改善农村消费硬环境。农村公共基础设施不完善是制约扩大消费的一个重要因素。加强农村公共设施建设,可以为农村消费创造更好的外部环境。一要完善农村水电路讯等基础设施网络。实施农村饮水安全、农村道路改造升级、宽带进村入户等新一轮农村电网改造升级等工程,完善农村水电路和通讯等管网,提高农村道路等级标准、供电稳定性、供水便利性和家庭互联网普及率。加强农村物流设施建设,完善农村物流配送网络。二要加快推进农村公共服务设施建设。继续实施农村中小学改造工程,加强乡村医疗卫生、文化体育等基础设施。推广应用PPP模式,吸引社会资本,建设农村养老服务设施。

完善相关制度和政策,优化农村消费软环境。制度、政策、信用等软环境是农村消费的重要支撑。优化农村消费软环境,可以为释放农村巨大消费创造良好条件。一要优化制度环境。放宽社会资本进入农村基础设施、公共事业领域的相关限制,降低农村连锁经营的物流、税费等成本,深化供销社改革,打造城乡社区综合服务平台。二要优化政策环境。按照城乡基本公共服务均等化要求,加大公共财政对农村的支持力度,进一步完善新型农村合作医疗制度,建立城乡统一的居民养老保险制度,逐步提高农村医保报销、养老保障和低保水平。落实精准扶贫,加大对贫困人口的帮扶支持力度。三要优化信用环境。加强农村市场治理,完善市场监管体系,加大对农村消费市场伪劣和“山寨”等侵权假冒产品打击力度,确保合格优质产品走进农村市场,维护农村消费市场秩序和农村消费者的合法权益。此外,还可开展农村绿色消费信贷试点,引导农民购买节能环保型汽车等。

(执笔:黄汉权 洪群联 徐建伟)

本版编辑 赵登华

# 分享经济模式有哪些?

# 不能让“再制造”雷声大雨点小

国务院发展研究中心 周宏春

再制造,就是把用旧了的汽车发动机、机电产品等重新制造一下,以达到原有产品的质量和性能。再制造之所以有效果,是因为产品各部件的使用寿命不等。一般地,原材料在产品价值构成中仅占15%左右,而由设计和铸、锻、削、刨工艺及表面技术固化在产品中的附加值却高达85%。因此,再制造的经济含义是最大化利用旧产品中的附加值。

通过汽车、机电产品或零部件的再制造,可以实现产品的“涅槃重生”,对我国经济社会的可持续发展具有重大意义。

一是可以推动落实绿色发展理念,有利于节约资源、减少原材料消耗、减少污染物和温室气体排放。

二是可以提高制造业水平。通过对再制造原料件(旧件)的检验,可以发现其中的瑕疵而不断完善产品设计;通过分析可以发现零部件使用寿命的不匹配,从而改进并优化零部件配置。由于再制造工业具有产品复杂、行业涉及广等特点,基于再制造产业大数据,可以完善设计思路和生产工艺,为工业绿色化奠定基础。

三是可以利用现有商品销售体系或回收体系,有效地实现对已到设计寿命产品的管理和控制,最大限度降低那些产品的潜在危害或污染;再制造的逆向物流,可以保证再制造原料件的质量溯源,还可以部分解决进城农民工的就业问题。

四是可以收到节能减排之效。已出台的《关于推进再制造产业发展的意见》指出,与制造新品相比,再制造可节能60%,节材70%,节约成本50%,几乎不产生固体废物,大气污染物排放量降低80%以上。

五是可以提高公众的绿色消费意识。一些产品的再制造需要多方参与,通过再制造产品的普及,可以提高公众节约资源保护环境意识,优先选择使用再制造产品并成为社会风尚。

我国发展再制造产业的必要性还在于,随着产品更新换代和企业重组,数十年建设积累下来的价值数百亿元的重大装备、设备等,正经历或面临改造更新任务,尤其是上世纪70年代末以来引

进的大量成套设备接近使用有效期因而需要报废。机电产品制造出来,经过若干年使用才到报废期,期间科学技术迅速发展,新材料、新技术、新工艺不断涌现,原有生产线可能已遭淘汰,产品维修又需要更换原有型号或功能的零部件,再制造可以满足这种需求;对废旧机电产品进行再制造可以吸纳最新的研究成果,既可以提高易损零件、易损表面的使用寿命,还可以使老产品的整体性能满足消费者的时尚需求。

经过多年发展,我国再制造产业取得明显进展,体现在试点工作稳步推进,产品质量检验逐渐加强,技术研发和企业发展迈上良性发展轨道等方面。再制造生产过程的数字化、网络化、智能化发展,也得到行业和企业的高度重视。

但还要看到,我国再制造产业起步晚,基础薄弱;法规制度不健全,如旧件无法开票导致只能报废处理;逆向物流不畅通,企业缺少旧件来源;假冒伪劣产品多,质量和安全性得不到保障;销售模式缺乏,市场开发不够;消费者对再制造产品

认知度差,或多或少地存在抵触情绪;加之消费习惯和经验局限等,成了再制造产业规模化发展的桎梏。《中国制造2025》中对再制造提出要求、寄予厚望。但这些问题不解决,难免“雷声大、雨点小”。

促进我国再制造产业的健康发展,应创造一个有利的政策环境和市场环境,包括制定规划、完善标准,解决再制造产品的“身份”问题,加大执法力度等。企业是市场主体,应加大共性关键技术的研发和推广,如,再制造毛坯快速成形技术、先进表面技术、纳米复合及原位自愈合生长技术、修复热处理技术、应急维修技术、过时产品的性能升级技术等。推动再制造企业提高产品质量、降低生产成本和能耗物耗、减少污染物排放,将新技术的应用信息及时反馈到产品设计和制造之中,大幅提高产品设计和生产水平,为新产品设计和制造提供新观念、新理论、新技术和新方法,加快新产品的研制和更新周期等。总之,只有政府市场两手发力,再制造产业才能得到健康快速发展。