从商品到服务　从空间到时间

共享经济成日本发展新方式

□　苏海河　杨　慧

环球焦点

日本共享经济近年来快速发展，从共享汽车到民宿，再到共享服务，内容愈发多样化，规模也呈不断上升之势。共享经济在成为日本经济发展新方式、为社会创造新价值的同时，也正在成为新的社会活动形式。

日本共享汽车租赁生意兴隆。　　苏海河摄

共享内容多种多样

日本将国内共享经济分为以民宿和出租办公室、停车场等为主的空间共享，以汽车、自行车为主的移动共享，以旧货市场为主的商品共享，以家庭服务为主的时间共享以及以捐赠和投资为主的资金共享等多种类型。在总结社会实践的基础上，日本政府在2017年6月份发表的“未来投资战略2017”报告中提出“社会改革5.0”构想，将共享经济定义为：活用未充分利用的物品、空间、知识、智慧技能等悠闲资产，使其产生更加广泛的、新的商业价值。

日本共享经济起步较早，早年间主要是空间共享、旧货转让和租车等形式较为简单的共享。很多大学有教室、有礼堂、有体育馆，但没有宿舍，除少数就近走读的学生之外，大部分学生都在学校附近租住公寓当作宿舍，有很多是同学合租。日本的旧货市场很受青睐，有餐具、衣服、衣柜、家具等各式生活用品，很多人把去旧货市场“淘宝”当作一种乐趣。在上世纪70年代和80年代，很多地方出现了汽车租赁业务，一是为了方便城市无车家庭，让平常不经常用车的家庭无需购买汽车，省去了租用停车场、汽车保养等费钱、费心之事；二是方便到外地出差、出游人员随时在当地租用一辆汽车，完成一天或者几天的行程，而且可以享受异地还车、即时结算、全额保险等服务，非常方便安全。

近年来，日本家庭旅馆异军突起，成为共享经济中另一重要组成部分。日本政府大力发展旅游业，把外国游客购物、食宿、参观等消费当作经济发展的增长点，访日外国游客逐年增加。2012年，日本入境人数不足1000万人，2017年发展到2869万人，年增长率达到19.3%。但是，酒店、旅馆不足成为日本旅游业发展的一大困扰。家庭旅馆的发展正好填补了这一空缺。许多外国游客通过网上预约享受到日本的家庭旅馆服务。由于住家庭旅馆经济实惠、且能体验到当地民俗风情，日本家庭旅馆快速发展，成为外国游客去日本旅游的优先选择。

日本另一类共享经济是街区路边的投币式停车场。日本城市地少车多，车位紧张。民间停车管理公司发现了这一新的市场，就将一些闲置的地皮开发成收费停车场。即便是房屋改建过程中拆除的一小片空地，停车公司都会上门协商，公司负责平整车位，安装投币式停车装置，利润由管理公司与土地主人按比例分成。这种经营方式，大大提高了城市空地的使用率，而且方便了汽车临时停放。近年来，这种民间停车公司营业利润大增，成为城市经济新的增长点。

日本最大的共享车位公司“泊车24”提供会员制汽车共享服务，其会员目前已发展到98万人，占该行业市场份额的70%。该公司从停车位管理起家，利用网点分布广、车站商业区附近车位多的优势开展车位共享，探索出了一条龙的业务模式，现拥有71万多个停车位。其车位共享时间以15分钟为单位，工作日侧重向公司、法人提供服务，周末则扩大居民、个人客源，实行精细化管理，针对不同用户全时段开放车位，大大提高了车辆周转率。今年上半年，该公司营业额同比增长30%，预计全年利润率将提高12%以上。

此外，日本的旧货市场也在不断发展，从普通家居用品延伸至收藏品、奢侈品等领域。以往，人们逛旧书店，大多以淘到一本好书为乐。近来，多家旧书店辟出一半空间开始销售有特色的旧衣服、旧皮鞋。记者有一次逛书店时看到，一件皮夹克竟然卖到600美元。诧异之余记者得知，这是美国哈雷摩托车发烧友的必备装备，是市面上比较难买的名牌货。除了衣服之外，一些名牌手表、箱包也成了热门商品。其价格只有新品的一半左右，却满足了人们拥有一件名牌饰品的愿望。

共享形式向服务发展

日本的共享经济现在呈现出从商品向服务发展的趋势。东京市内的街心公园等区域，有很多高尔夫球练习场，傍晚时分，经常可以看到很多人挥杆洒汗，他们身旁有很多一对一的教练在指导。据业内人士介绍，这其中有很多是业余教练。专业教练课程每小时需要花费8000日元至1万日元，但网上预约的业余私人教练大多只需要5000日元左右，价格便宜将近一半。据介绍，这些教练在正常工作之余，利用业余时间教授打球技术，这其实是服务型共享经济的典型模式。类似的形式还有很多，如料理达人教厨艺、化妆达人教彩妆等。

在服务共享的背后，是网络技术的支撑。以前服务共享形不成规模，主要是由于商业资源得不到有效整合，形不成规模效益，难以形成商业模式。网络技术的发展为小微商业提供了大平台，一方面有效整合资源，另一方面将资源集中推向市场，大大提高了信息沟通效率，促进了共享经济的发展。日本三菱UFJ信托银行经营主管杉崎干雄指出，网络技术会向市场提供更多的技术支持和服务方式，未来共享经济还会迎来更大发展。

多位社会学专家认为，共享经济正在为社会创造新价值，不仅使空间、物品物尽其用，而且通过共享服务，使个人能力得到最大限度的发挥，让共享经济的提供者和使用者实现价值最大化。

共享市场发展空间大

根据日本总务省出版的2016年信息通信白皮书，全世界2013年共享经济市场规模为150亿美元，到2025年时这一市场规模将达到3350亿美元，增长约20倍。针对日本的共享经济市场，日本西野经济研究所指出，2016年度日本市场规模约510亿日元，预计2021年将达到或超过1000亿日元。民间研究机构的预测值更加乐观，日本信息通信综合研究所的报告称，未来日本共享经济市场规模可能达到2.63万亿日元，共享经济在日本尚有较大发展空间。

以往以生产和销售汽车为主的日本汽车制造业开始瞄上共享市场这一新领域。日产汽车公司今年初开始在大阪等地推出电动汽车共享服务，该公司在日本电动汽车市场起步较早，所占份额最大。不久前，该公司提出“移动2022”中期发展计划，其内容之一就是发展汽车共享，计划年内将大阪圈内的汽车充电站从49座发展到500座，提供两款最新型的电动汽车用于共享服务，管理公司负责车辆的充电和保养，让顾客体验电动汽车的先进技术和新动能，在共享中进一步扩大电动汽车的知名度和市场份额。

2020年东京奥运会将是日本共享经济的一个里程碑，日本计划在2020年奥运会期间推出从机场至主要比赛场馆以及运动员村内的全自动驾驶，以此推动自动驾驶技术的普及。除汽车制造企业之外，一些网络公司、创新企业纷纷投资自动驾驶技术。预计汽车的自动驾驶将与共享经济融合发展，实现技术、交通的共同进步。

为了规范和支持未来共享经济的发展，多位学者指出需要提升法律规范和社会规则。以日本民宿业为例，2017年6月份，日本国会通过了“民宿新法”并于今年开始实施，将之前的批准制改成了注册登记制，同时规定其营业期限一年不得超过180天，并根据厚生劳动省要求保证住宿的卫生条件，根据国土交通省要求保证房客安全。未来，在其他共享经济领域，也需要出台新的法律法规，让共享经济发展有规可循。

中国东盟经贸合作迎难而上

□　杭天扬

中国商务部近期公布的数据显示，中国与东盟双边经贸合作发展迅速，成果丰硕。中国已连续9年成为东盟第一大贸易伙伴；2017年中国与东盟贸易额达到5148.2亿美元，是2003年的6.6倍；2018年1月份至5月份，中国—东盟贸易额同比增长18.9%，达到2326.4亿美元。与此同时，中国和东盟累计双向投资总额已超过2000亿美元，且结构日趋平衡；中国已在东盟设立直接投资企业4000余家，有力地促进了当地经济社会发展。在贸易保护主义沉渣泛起之际，中国东盟贸易投资合作缘何逆势而上？

这正应了中国一句老话——打铁还需自身硬。今年是中国—东盟建立面向和平与繁荣的战略伙伴关系15周年，双方关系已成为本地区最具实质性内涵和活力的伙伴关系之一。中国驻东盟大使黄溪连认为，15年来，双方关系尤其是经贸合作取得了巨大发展，日益凸显其引领性、实质性和战略性。

引领性，即中国—东盟关系始终走在东盟与其对话伙伴关系前列。中国是第一个加入《东南亚友好合作条约》的东盟对话伙伴国，也是第一个与东盟建立战略伙伴关系和第一个同东盟建立自由贸易区的国家。2013年，中国提出与东盟携手构建中国—东盟命运共同体，为中国—东盟关系发展指明了大方向。今年5月份，李克强总理成为第一个访问东盟秘书处的东盟对话伙伴国政府首脑，将中国—东盟关系推上新高度。实质性，即中国—东盟各领域合作务实而深入。除了贸易和投资表现喜人，双方人员往来从15年前的387万增加到4900万，增长近13倍。战略性，即中国—东盟关系早已超越双边范畴，日益具有地区和全球内涵。特别是在当前全球地缘政治风险上升、贸易保护主义盛行的形势下，中国与东盟共同制定地区规则、构建地区合作架构、推动贸易自由化，成为地区稳定之锚、发展之基。

美国单边行动导致的保护主义再度抬头，对中国、东盟各国以及中国—东盟合作产生了负面“溢出效应”，不仅伤害中国，伤害自己，也伤害了包括东盟在内的其他国家。以印尼为代表的一批新兴经济体贸易条件恶化、汇率波动频繁、资本外逃风险加剧、潜在社会矛盾抬头。为此，不少东盟国家都对美方行径表示忧虑和谴责，认为应共同维护以规则为基础的多边贸易体系，呼吁中国和东盟加紧落实中国—东盟自贸区升级议定书，争取早日达成区域全面经济伙伴关系协定（RCEP），推动8月初东亚合作系列外长会发出各方加强东亚合作、共同抵御外部风险特别是贸易保护主义的积极信号。

为携手应对外部风险、共同追求未来更大发展，中国和东盟将继续秉持“和谐共生、和而不同”的价值观，以“睦邻友好、和平发展”为共同目标，进一步推动中国—东盟经贸合作提质升级。作为世界第二大经济体和贸易大国，中国愿同东盟和其他相关方一道，以实际行动坚定反对单边主义和贸易保护主义，共同维护基于规则的多边贸易体系，为地区乃至世界繁荣发展注入正能量。

今年9月份，中国驻东盟使团将组织东盟常驻代表委员会集体访华，探讨拓展智慧城市和电子商务等新领域合作，进一步深化中国—东盟关系；11月份，中国—东盟战略伙伴关系15周年纪念峰会将在东盟轮值主席国新加坡举办，会议将通过“中国—东盟战略伙伴关系2030年愿景”，为双方未来合作制定中长期规划。此外，今年还是“中国—东盟创新年”，双方将在数字经济等创新领域积极拓展合作。砥砺前行、携手共进的中国和东盟，定能在下一个15年取得更为丰硕的合作成果。

海外掠影

想上中国空间站的欧洲宇航员

德国宇航员马蒂亚斯·毛雷尔透露了自己的“中国心愿”——想上中国空间站。图为马蒂亚斯·毛雷尔在欧洲航天局哥伦布实验舱模拟舱内展示实验操作。　（新华社发）

奥林匹克博物馆举办紫砂艺术展

吕俊杰冬奥主题紫砂艺术展日前在瑞士洛桑奥林匹克博物馆开展。这是中国陶瓷艺术家首次在奥林匹克博物馆举办冬奥主题紫砂艺术展。图为国际奥委会主席巴赫观看展出作品。　（新华社发）

市场规模已达到460亿美元，到2025年将达到870亿美元

印尼数字经济发展提速

本报驻雅加达记者　田　原

随着信息化浪潮席卷全球，以电子商务为代表的创新型经济在印尼成为新趋势。近年来，印尼正在成为亚洲最大的数字经济市场之一。

印尼通讯和信息技术部部长鲁迪安达拉说，无论是从投资环境、发展态势，还是国际竞争潜力来看，现在都是投资数字经济的好时机。统计数据显示，印尼电商市场规模已达到460亿美元，预计到2025年将达到870亿美元，占东南亚市场整体的一半；在大数据领域，2014年至2015年高端数据分析的使用量增加了60%，2015年至2017年移动互联网用户数量增长1300万，增幅超两成。

鲁迪安达拉认为，印尼数字经济整体发展形势良好，但物流、支付等直接关系到数字经济发展的因素还有很多需要完善之处，制约了中小企业成长。技术人才资源有限、通信基础设施落后、无银行账户人口较多等因素限制了电子商务在线交易的活跃度，增加了物流配送的难度。为支持中小企业发展，印尼政府将开展“2019年前1000家初创企业成长计划”，从这些企业中发展出至少5家国际知名的大型互联网企业。政府将通过一系列活动和项目，构建数字经济生态系统，协助对接国内外资本、技术和人才资源，帮助初创企业实现跨越式发展，培养本土互联网企业领袖。

值得欣喜的是，近年来中印尼经贸合作尤其是数字经济合作态势十分喜人。中国连续多年成为印尼最大贸易伙伴，2017年中印尼贸易额达到633亿美元，增长18.3%，创历史新高；目前中国对印尼投资已经超过140亿美元，印尼已成为中国在东盟的第二大投资目的地。鲁迪安达拉表示，创新引领、应用广阔的数字经济推动了中国经济发展，中国已经形成了成熟的电子商务生态系统，网购成了中国民众生活中不可或缺的一部分。他十分欢迎中国投资者为印尼数字经济创造更多附加值、为培育印尼新一代数字经济人才作贡献。在京东（印尼）CEO章力看来，中印尼双方在数字经济领域合作亮点颇多，OPPO、vivo、小米等一系列中国智能手机知名品牌开始全面覆盖印尼市场，“中国制造”和“中国品牌”的影响力正快速融入印尼百姓日常生活。

中印尼也已在加强经济政策协调和发展战略对接方面取得了一系列重大共识，即重视创新发展，支持在跨境电子商务、大数据、智慧城市、低碳发展等前沿领域加强合作，培育新产业、新业态、新模式，挖掘增长新动力。章力认为，这为印尼的电商和物流行业带来了发展机会。例如，2017年印尼政府发布了《电子商务路线图》，连同已经颁布和即将颁布的一系列有利于电商和物流行业发展的法律法规，为京东（印尼）这一京东集团海外第一站的业务发展和新业务模式探索提供了更加清晰的政策方向。

在这样的政策环境下，不少中资企业也以助力印尼数字经济提速发展为己任。章力介绍，京东（印尼）在印尼电商市场上是首家高度重视“正品”的电商企业，拥有2000万客户和最大的物流网络，正致力于成为印尼民众最信任和最受欢迎的电商企业，“我们不仅要将京东集团最核心、最先进的商业模式、供应链管理和物流管理方案带到印尼，而且要为印尼客户提供具有价格竞争力且安全优质的产品及服务”。在印尼政府高度重视的本地化和技术转移等指标上，京东（印尼）不仅实现了95%以上员工均在当地招聘，持续为印尼创造新的就业机会，还坚持推进新知识、新经验的传播，今年7月份将京东自主研发的无人机、无人车、无人超市等新技术引入印尼，结合印尼本地线上和线下商业实际，促成京东先进技术落地，帮助更多印尼企业体验新的商业模式。

社址：北京市西城区白纸坊东街2号　读者服务：13911270606（同微信号）　查号台：58392088　邮编：100054　传真：58392840　零售每份：1.00元　广告许可证：京西工商广登字20170090号　广告部：58392178　出版管理部：58393115　昨日（北京）开印时间：3:30　印完时间：4:25　本报印刷厂印刷