

# 共享经济缘何遭遇发展困境?

□特约撰稿 吕新杰

最近一段时期来,共享经济的发展正在遭遇困境,共享经济的创业浪潮在经历了一年多的疯狂之后在迅速降温。网约车市场交易下滑,出行体验明显下降;共享单车领域除摩拜和 ofo 外,其他势力稍逊的共享单车公司在选择退出或合并,押金难退的传闻也在不断爆出;主推豪车共享的运营平台 EZZY 正式发布致用户公告,表示已终止平台服务,开展清算工作;乐电、小宝充电、泡泡充电、创电、放电科技、PP 充电、河马充电等 7 家共享充电宝企业均已走到停止运营和项目清算阶段;罗振宇打造的得到 APP 和知识共享平台也被抨击为无法真正满足消费者对知识和技能的需求……我国的共享经济可谓“其兴也勃焉,其亡也忽焉”,那么究竟是什么原因导致了这种状况呢?

## 真正意义上的共享经济缺乏

何谓共享经济?发展改革委等印发的《关于促进分享经济发展的指导性意见》指出,分享经济在现阶段主要表现为利用网络信息技术,通过互联网平台将分散资源进行优化配置,提高利用效率的新型经济形态。从这个概念来分析,分享经济首先强调的是对闲置资源的充分利用,也就是说,C2C 或 C2B 的模式更符合共享经济发展的本意。而反观我国目前的共享经济发展:在网约车领域,滴滴在网约车新政的影响下,开始涉足重资产运营模式,通过自购车辆和专职司机来稳定司机队伍,神州专车和首汽约车都是自建运营队伍的网约车企业;在共享单车领域,摩拜和 ofo 为了迅速扩展市场和追求产品的标准化,也都是统一定制的共享

单车,采用的是 B2C 的运营模式,直到城市的大街小巷车满为患,人们才意识到这些企业不是利用了闲置资源而是又制造了新的闲置资源;而共享马扎、共享篮球、共享雨伞、共享宠物、共享冰箱、共享红酒等无一例外的都是 B2C 的运营模式。这些采用 B2C 模式运营的共享经济企业唯一的创新就是利用目前发达的 ICT 技术搭建起平台,使消费者能够随时随地接触到产品和服务,离开 ICT 技术和平台,与传统的出租车公司、自行车租赁公司、酒店等的经营模式并无太大差异。

分享经济并不是万能药,绝不是一切行业都可以蜂拥而上,都可以从中分一杯羹。通过新瓶装旧酒,不真正从消费者需求出发来解决由来已久的生产与生活痛点、只是依靠资本逐利冲动、短平快挣钱的心理营造“繁荣假象”的共享经济创业企业必败无疑。

## 网络经济的特征决定了共享经济平台是大者恒大

网络经济具有“双边市场”的特点,即因为供需双方通过平台进行交易,一方参与者越多,另一方得到的收益就越大,两个群体相互吸引,相互促进,网络效应会进一步得到放大,有了这种内生动力,置身其中的平台企业就可以较快地成长为“独角兽”甚至于获得“至高无上”的话语权,其会利用低成本汇聚效应,免费汇聚亿万用户,会加快网络空间垄断平台的形成,赢家通吃,大者恒大,这个特点要比传统行业更为明显也更容易实现。另外,按照蓝契斯特法则,第一位企业的市场份额超过 41.7%;并至少领先第二位企业 1.7 倍以上,则市场格局

为优势垄断型,企业可以迅速处于优势地位并成为业界主流。

基于上述理论,我们就可以充分理解除摩拜和 ofo 外绝大部分单车企业的运营困境,而拥有雄厚资本支撑的摩拜和 ofo 免费领取月卡免费骑行以及向骑行者发放红包的营销方式更将把其他的企业逼向绝境,而摩拜和 ofo 或许还不满足于此,因为早有两者合并的传言流出。

## 共享经济管理政策需回归分享经济本质

虽然国家大政方针明确支持发展共享经济,国家发展改革委等部门印发了《关于促进分享经济发展的指导性意见》,但在具体领域依然设置了较高的准入门槛或者尚未出台鼓励发展的具体细则。

以网约车为例,从各地陆续公布的网约车细则来看,整体上表现出落地从严的特点,要求平台企业在各地分别获得许可,这与网络运营“一点接入、全网服务”的特点不符,由此拉升了包括时间成本、经营成本、改造成本等在内的企业合规成本,从而使原有的弹性供给部分被挤出市场,使企业朝着互联网版的出租车公司方向发展。

以住房分享为例,由于该领域没有明确的监管政策和法律法规,目前很多地方在对待房屋分享时,仍将其看做是旅馆业并直接套用相关管理办法,比如“凡是留宿都应当在公安机关的相应管理部门进行资格备案”、“留宿人身份信息应当及时上报”等。

(本文系作者个人研究之观点,不代表本报立场。作者供职于中国信息通信研究院产业与规划研究所)

## 图说新闻



继今年 3 月,第一个橘色外观的“ParkBox 公园盒子”在上海的张江人才城落地后,这种共享健身舱就如雨后春笋般在上海各大社区、商场和公园里出现。图为上海市浦东新区国际人才城、锦绣坊、远洋万和四季、嘉定区双单路永盛公寓、封周路等多个小区、绿地内的“共享健身舱”。中新社 钟鑫旺/摄

## 资讯

### 美团关闭共享充电宝

11月3日,美团点评通过内部公开信通知,美团点评高级副总裁王慧文宣布,将结束餐饮平台“松鼠便利店”和“共享充电宝”两个项目的试点运营,并阐述了业务管理方法论和新业务探索方法论。

就在今年五月,有媒体报道称,美团已立项参与当下最热的共享充电宝业务,由高级副总裁兼餐饮平台总裁王慧

文牵头。这也就意味着,美团人局共享充电宝仅仅持续了半年时间即告退出。

就在几天前,乐电宣布停止运营共享充电宝业务,并收回所有充电宝设备,在乐电之前,已经有河马充电、小宝充电等企业出局。一时间,洗牌、调整、出局的气氛弥漫着整个共享充电宝行业。

(据 11 月 6 日新华网消息)

### 无人零售迈入新人工智能时代

无人便利店尚未在生活中普及开来,便以迅雷之势迈入了人工智能时代。近日,缤果盒子正式发布“小范 FAN AI”人工智能解决方案,该新版无人零售解决方案融合了图像识别、人工智能、大数据、机器学习技术,打通了从供应链到商品管理到促销的完整零售链条。

据悉,在这一无人零售解决方案中,图像识别技术取代

了此前广泛使用的 RFID 电子标签,不仅可以节省为商品贴标签的人工成本,而且技术改造成本极低。此外,它的新收银台通过图像识别、超声波、传感器等多重交叉验证准确率超过 99%。据缤果盒子创始人陈子林介绍,图像识别技术研发历经一年时间,结合了机器学习、图像识别、传感器等技术。

(据 11 月 3 日《经济日报》)

### 鲜花电商“双 11”遭遇物流掣肘

鲜花电商为夺流量入局“双 11”的同时,物流配送也成为头号难题。11月6日,鲜花电商“优花”官方微信发布公告,“双 11”消费者的收花时间将推延。为保证消费者的收花质量,11月11日以及13日的收花时间将面临调整,分别顺延至11月18日和20日。

据了解,鲜花电商 flow-erplus 花加以及花点时间均已加入今年的“双 11”促销阵营,意图争夺更多的流量。但有分析指出,随着“双 11”期间订单量猛增,物流的高度紧张或将导致货品爆仓,商品运输时间延长,从而影响鲜花质量。

(据 11 月 6 日《证券日报》)

## 共享单车退押金当心假“客服”行骗

网络行骗几乎无孔不入。近期一些市民在申请退回共享单车押金时遭遇网络行骗,造成个人财产损失。近日,深圳市公安局剖析三个典型案例发出提示,遇到共享单车无法退款时,当心网络假“客服”借机行骗。

案例一:直接哄骗事主到柜员机转款。10月4日,市民张先生想退回某共享单车里面的 299 元押金。他点击完退押金操作后,页面显示操作失败。由于一直没有到账信息,张先生就在网上搜索到了一

个客服电话号码。电话接通后,对方自称是某共享单车的客服,他告诉张先生:想要拿到退款,必须先转一笔钱过去,转过去后,会将退款一并返还。张先生信以为真,就直接按照指示在柜员机上把款转到了对方提供的账户,一共损失了 1 万元。

案例二:发送木马链接给事主,引诱出验证码套取余额。同样遇到共享单车无法退款的问题,张女士在网上找到的客服自称是这家共享单车的财务部,还问她微信和支付

宝里有多少钱?张女士告诉对方支付宝里有 2 万元。这时张女士收到了对方发来的链接,告诉她这是退款的链接,点进去直接输入验证码即可。但没想到,输入验证码确定之后,张女士被騙走了支付宝里面的所有余额。

警方提醒,如需办理共享单车退押金业务,可以通过 APP 直接办理,或拨打 APP 中标识的客服电话进行咨询。遭遇无法退款时,切勿“病急乱投医”。

(据 11 月 5 日新华网消息)