

共享经济理论与政策研究动态^{*}

刘 奕 夏杰长

内容提要:以 Airbnb 和 Uber 为代表的商业模式在全球范围内的成功和扩散,不仅拉开了各种资源进行分享的序幕,更是宣告了共享经济的崛起。综合国外关于共享经济的已有研究,交易成本理论、协同消费理论和多边平台理论是三个常用的理论分析框架;共享经济的驱动因素、非盈利性共享与盈利性共享的区别和联系、共享经济的影响评估、共享服务与传统服务的异同、新兴业态的冲击与传统服务行业模式创新、共享经济企业商业模式分析是文献中集中关注的重要问题。为促进我国共享经济健康有序发展,政府应创新监管理念,坚持底线思维;制订相应的适用法规和基本服务标准,鼓励通过市场机制解决共享中的风险问题;加大对共享经济创新的支持力度,积极推进诚信体系建设。

关键词:共享经济 协同消费 商业模式

过去的十几年间,基于互联网的平台经济获得了飞速发展;而最近五年,以 Airbnb 和 Uber 为代表的商业模式在全球范围内的成功和扩散,无疑是该领域的最大亮点。它不仅拉开了一切物质和人力的、时间和空间的、有形和无形的、商业和非商业的资源进行分享的序幕,更是宣告了共享经济的崛起(Zervas et al, 2014)。然而,在实践不断丰富和深入的同时,关于共享经济的企业监管、税收及不正当竞争方面的争议也愈演愈烈,政策制定者和学术界对于这一新生事物尚缺乏准备,国内外相关理论研究远远落后于实例应用,解释这一重要经济社会现象的理论框架尚未建立。本文在回顾共享经济相关国外文献的基础上,总结了解释共享经济现象主要适用的三个理论分析框架,并综合已有理论和实证研究,指出未来在共享经济研究领域需要重点关注的六个问题,最后对我国共享经济发展提出政策建议。

一、理解共享经济的三个理论视角

(一)交易成本理论

共享经济现象最直观的解释来自交易成本理论

(Coase, 1937)。共享经济的价值在于在拥有某项资源(资产或技能)的消费者与需要这种资源的消费者之间,对某一时间以可接受的交易成本创建一个匹配(Dervojeda et al, 2013)。正如 Airbnb 对于住宿供需双方、Uber 对于交通服务的提供方和购买方而言,数字化平台的存在帮助降低了交易成本,包括搜寻成本、联系成本和签约成本等;在共享平台产生之前,这些交易因为过高的交易成本而根本无法发生。以共享交通服务为例,在其出现之前,乘客在需要乘车时找到空驶车辆往往较为困难,同时为避免空驶,出租车司机则倾向于集中在酒店和机场这些需求量较高的地段。如此,出租车服务具有高的搜寻成本和低的有效供给,并将最终降低有效需求。Uber 的出现基本上消灭了搜寻成本,并极大降低了服务的不确定性,还可以为出租车司机进入和退出市场的时机给予合理化建议,从而创造了一个真正由供给和需求决定的有效市场(Rogers, 2015)。此外,共享经济在消除信息不对称方面也成效卓越,信息技术使得消费者能够非常容易查看到关于服务质量和价格的历史记录;而服务提供方也由于评价与其收入

^{*} 刘奕、夏杰长,中国社会科学院财经战略研究院,邮政编码:100028,电子邮箱:julieliu_cass@126.com。基金项目:国家社科基金青年项目“‘十二五’时期加快发展现代服务业的区域对策研究”(11CJY070);中国社会科学院财经战略研究院创新工程项目“迈向现代服务业强国:约束条件、时序选择和实现路径”(2016CJY005)。感谢匿名审稿人的修改和完善建议,文责自负。

挂钩而产生了优质服务的激励(Golovin, 2014)。一些研究试图综合相对交易成本和动机分析,将可共享的产品定义为容量冗余的产品,且这些产品中过剩的容量通过分享关系加以利用要优于在二手市场上进行交易(Benkler, 2004)。由此,交易成本的存在使得私人住宿市场、私人用车市场和中介市场得以产生和发展起来,不仅造就了巨型的企业,而且形成了对原来市场的互补或者替代。两种产品及两种市场之间的互补性和替代性,是运用交易成本理论理解共享经济产生和发展的关键问题。

市场组织模式和共享经济在交易成本上的系统性差异,具体体现在信息成本和执行成本两方面。在信息成本上,市场综合使用价格体系、管理层级报告以及命令流来管理信息、配置资源,共享经济则使用对所有参与者都开放的社会关系来实现上述目的,而并不明确指定参与者的行动。在执行成本方面,市场更多地依赖(但不限于)正式的强制手段,而共享经济所依赖的社会关系则主要依靠对社会规范的非正式执行机制和互惠机制来解决执行成本问题(Henten & Windekilde, 2015)。从整体上看,这一理论分析框架至今并未被较好地运用到共享经济的案例分析中。

(二) 协同消费理论

协同消费是共享经济的另一理论根源(Hamari et al, 2015)。协同消费的概念早在1978年就被提出,Felson & Spaeth(1978)将其定义为多人在共同参与活动中消费商品或服务的事件。在此后的近30年间,极少有研究运用协同消费理论解释共享行为,直至约克大学教授Russel Belk发表了一系列文章,基于该理论对共享概念进行了深入解释。Belk(2007)认为,共享指的是将我们的东西分配给他人使用,或者从他人处获得物品或服务为我所用的行为和过程。协同消费涉及捐助、转售、交易、借贷、租赁、赠予和交换等广泛内容(PWC, 2015),并通过协调资源的获取和分配来收取费用及其他形式的报酬(Belk, 2014);交换和消费行为建立在个人与个人的关系上而非已有的市场主体上,无须发生所有权的转移(Lovelock & Gummesson, 2004);在此过程中,人与物、人与人之间的关系也将被重新定义(Chen, 2009)。一些研究指出,消费者在不拥有某种物品甚至仅仅触摸它时,也会产生“自觉所有权”(perceived ownership)的体验(Peck & Shu, 2009),故此,需求双方通过共享行为也能延伸扩展自我价

值,共享经济因而消弭了人与人之间同物质和财产等相关联的等级和界限(Belk, 2010)。

如果说分享这种现象古而有之,协同消费和共享经济的现象则发端于互联网时代。共享经济的存在,使得所有权不再是消费者欲望的最终表达形式(Marx, 2011),预示着我们可能已经进入了一个“后所有权时代”(Belk, 2014),Rifkin(2014)将其称作“零边际成本社会”。Botsman & Rogers更是在其著作《我的就是你的:协同消费如何改变世界》(2010)中,直接将协同消费定义为超越所有权获得产品和服务的活动,而通过部分所有权享受产品和服务、且免于永久所有权风险和麻烦的消费者则被称为变革的消费者(Transumers)(Lawson, 2010)。协同消费跨越价值链,在个体消费者和小的服务提供商之间实现了财富的重新分配,而不再依赖“中间人”(Schor & Fitzmaurice, 2015);故此,美国时代周刊2011年将协同消费评选为改变世界的十大创意之一。

(三) 多边平台理论

多边平台理论MSP其实是对Rochet & Tirole(2006)双边市场概念的延伸和补充。在Hagiu & Wright(2011)的文章中,多边平台被描述成在不同消费群体间进行直接交易的平台。在共享经济的例子中,共享经济平台公司作为服务提供方和使用者之间直接交易的组织者,形成了最初的双边市场,帮助更有效地使用从前未被充分利用的资源、增加市场竞争,同时为消费者提供更多的选择(Golovin, 2014)。随着第三方支付机构、广告商等其他利益相关者的加入,而逐渐形成多边市场平台。比如Viewswagen就在Uber和Lyft平台上搭建了自己基于GPS位置信息的商业模式,如通过司机座位后背的屏幕投放广告等。同传统双边市场相似的是,共享经济商业模式同样具有网络外部性,即市场的每一方均受益于其他人的存在;与此同时,由于非专业服务提供商的加入,共享经济市场更易受到个体异常行为的影响(DellaVigna, 2009),向价值链末端转移风险的能力也更强,因而更加趋于低效。

Li et al(2015)在双边平台框架下建立了一个简约模型,对以Airbnb为代表的非专业服务提供者和传统酒店的定价行为进行了分析。通过对Airbnb挂牌酒店价格数据的搜集,在控制了资产和市场异质性后,文章首先发现在运营和财务表现方面,专业服务提供者的日盈利水平、入住率分别高于业余服务16.9和15.5个百分点;业余住宿服务在半年

间的市场退出比例达 49%，而同期仅有 13.6% 的专业服务退出市场；非专业住宿提供者较少因季节、节日和需求原因对价格进行动态调整，即共享经济平台存在定价低效问题。进一步的理论模型分析显示，为达至利润最大化，双边市场平台运营方应对非专业服务提供者收取低价格，或者帮助非专业服务提供者进行更科学的定价决策，比如 Uber 为司机提供的热度地图；而城市管理部门在对专业和非专业服务的规制和收费上则应一视同仁。

一些研究将共享行为与服务创新中“共创”(Co-creation)的概念联系在一起(Prahalad & Ramaswamy, 2004)，认为共享经济的实质是供需双方共同创造新市场和新的商业运营商；一些学者用 P2P、临时工经济、开放获取式经济、网格、协作经济、接入为基础的消费等词汇来描述共享经济，上述称谓从不同角度反映了共享经济的某方面特征，如点对点的交流方式、兼职、开放、互相连接、沟通及共同使用、无所有权转移等。总体上看，它具有以下五方面特征：建立在网络技术发展之上；将人与物的分布式网络相连接；在不发生所有权转移的前提下，将一切有形和无形资产的闲置容量加以利用；在陌生人之间形成信任和互动机制；开放、包容和互惠的价值理念。对于消费者来说，共享经济将为其提供差异化的创新性服务，从而带来更多的选择、更好的价格和更高的质量；对于服务提供者而言，共享经济通过对其闲置资产的有效利用和对企业家精神的激发，使其进入到传统上由大企业垄断的服务市场，进而创造财富、促进经济增长。

总体而言，共享经济可以通过以下五种方式为消费者和服务提供者创造价值：(1)通过给予其他人使用闲置资产的机会，使得“死资本”能够得到更有效的利用(Rothschild, 2014)；(2)通过汇集多个卖家和买家，使得市场中的供给和需求方更有竞争力，并带来更广泛的专业化；(3)通过降低搜寻成本、讨价还价和过程监控，使得交易成本降低、交易范围扩大；(4)通过将过去消费者和服务提供者的评论呈现给新的市场参与者，使得供需双方的信息不对称问题得以显著降低；(5)通过模式创新，冲击被监管长期保护而低效且供给不足的传统服务行业，增进消费者福利(Koopman et al, 2015)。

二、共享经济的几个重要问题

(一) 共享经济的驱动因素

在共享经济增长的驱动力中，宏观经济因素占

据了重要地位，其中起决定性作用的当然是互联网的发展。数字技术使得人们以点对点的方式连接，并在交易过程中产生交互，从而提升了服务的可及性、降低了共享的交易成本，使消费者具备了服务生产者的特征、使得闲置资产成为了提供服务的工具，同时帮助克服了信任、声誉等一系列制约共享行为的障碍(Schor et al, 2015)。还有一些研究将共享经济归结为金融危机的结果。协同消费取得里程碑式进展，恰是源于全球金融危机后产生的大量失业和消费替代。欧洲经济和社会协会(EESC, 2014)的报告显示，对于汽车、房间等资产的协同消费，反映了危机时期消费者对于低花费和新的收入机会的追求。消费者选择共享更多源于经济原因即省钱、便利及高质量服务，而并不十分考虑政治因素及环保等(Bardhi & Eckhardt, 2012)。对社群意识的认同和增加社会联系的渴望，是共享经济产生的另一个重要原因(Owyang, 2014)；但一些实证研究表明，消费者很难通过共享平台获得可持续的社会联系。Dubois et al(2014)对于银行的案例分析表明，绝大多数消费者对于通过平台建立的社会联系感到失望。Fenton(2013)基于远程访问技术的研究更是指出，交易的双方通常再也不会碰面。此外，对环保的重视也是驱动共享经济的主要因素；共享经济是实现可持续发展的新路径(Heinrichs, 2013)。基于斯德哥尔摩数据的分析显示，共享交通节约了 3% 的里程并减少了 5% 的汽车使用量，因而有助于环境保护(Uber, 2015)；对北美的实证研究也显示，共享交通可以显著减少行驶里程、汽油消耗和汽车购买需求(Cervero et al, 2007)，参与共享交通实践的家庭，平均汽车拥有量下降了 50% (Martin et al, 2010)；共享经济实践对于温室气体排放产生了显著的负影响(Martin & Shaheen, 2010)。但总体上看，共享经济在节约单位消费排放量的同时极大增加了消费规模，加上消费者的异质性极强，使得新商业模式在多大程度上影响资源强度和排放，还缺乏结论性的研究成果。而市场定位和组织方式，连同其交易的货币化特征则是决定共享经济平台属性的最重要特征(Schor & Fitzmaurice, 2015)。

(二) 非盈利性共享与盈利性共享

共享的初衷在于与陌生人交流和互相帮助所带来的新鲜体验(Gorenflo, 2013)。然而，随着协同消费行为日趋主流，一些研究认为，共享也因为商业化渗透而经历严峻挑战。在 Uber 的例子中，其将汽车合

用(Car-pooling)这样的一种非盈利性行为变成成功的组织化商业模式的同时,共享行为也更多转化成一种租用和买卖行为,其过程违背了共享的简单初衷(Griffith, 2013)。另一方面,正如 Belk(2014)对协同消费的定义中指出的,虽然以营利为目的的共享可能会带来坏的行为,但这些建立在技术进步基础上的盈利性共享行为,却能在客观上成为将 P2P 便利化的有力工具,并将极大推动全社会在生产与消费商品和服务过程中进行共享和合作的社会实践(Schor, 2014)。非盈利性共享,其服务创新必然缺乏市场及资金的支持,即便存在保护使用者遭遇危险的良好愿望,其提供的服务也很难做到专业和有效;这也是盈利性共享经济企业会在大多数情况下超过非盈利性同行,取得成功的关键原因之一。杜绝坏的行为,并不在于盈利与否,关键在于平台的所有权和治理模式的有效性(Henten & Windekilde, 2015)。

(三) 共享经济的影响评估

共享经济模式的兴起,改变了一些行业的竞争格局,也激发了政府和传统服务运营商对于公平竞争环境、服务提供者利益维护和消费者权益保护等问题的担忧。共享平台的成功究竟是源于基于网络的技术创新还是因为钻了监管政策的漏洞,仍然有很多争议,是否应该对传统服务运营商及其从业者出台保护政策,对于欧洲及美国的政策制定者都是不小的挑战——欧盟、英国等地已开始与智库机构合作,全面评估共享经济带来的法律、社会、经济和环境的影响(European Parliament, 2015)。共享经济由于标准化程度不高,多数消费者在接受服务之前对服务提供方的情况缺乏了解,采取多种措施进行消费者权益保障就显得更为重要。故此,欧盟委员会近来发起了两项研究,分别针对欧盟传统出租车和共享交通以及共享经济中的消费者问题进行全面深入的研究和调查(European Commission, 2015);除了法律手段之外,共享经济基于互联网的特性,将通过声誉反馈机制的作用尽可能地解决消费者和服务提供者之间的信息不对称问题,消费者总能在在线服务评价和其他信息共享工具中找到更多更好的选择,从而避免形成柠檬市场(Thierer et al, 2015)。然而,针对共享平台为促进信任而进行的一些市场设计,不少研究也指出,其将对老年人等不会使用互联网的群体产生选择性歧视,而 Edelman et al (2016)对于不同种族人群在 Airbnb 预定行为的随

机实验则进一步表明,公开买家和卖家真实姓名的市场设计将使得具有非洲裔美国人姓名特征的群体比拥有白色人种姓名的群体预定成功的比例降低 16% 左右,且这种种族歧视的结果不因房主的种族、性别、有无其他房客和房间的价格而有所变化,这样的歧视行为将导致房主成功找到房客的概率降低 65%。也就是说,信息在提升透明度、促进交易产生的同时,也为歧视创造了更加便利的条件。

Rogers(2015)将关注点置于信息技术影响下低收入工作中就业规则与分配公平之间的关系,从安全、隐私、歧视的角度对 Uber 的社会成本进行了全面分析,并指出 Uber 对于就业规则的长期影响依然是不确定的,但在未来却可能使得越来越多工作被拉入低收入岗位行列。Rosenblat & Stark (2015)则关注到了共享经济中就业者,通过对 Uber 司机论坛的长期跟踪和对司机的访谈,探讨了共享平台企业基于数字和算法的灵活就业系统对于从业者的监视和控制及其形成的信息不对称现象。Uber 的系统、算法、客户服务代表、乘客和半自动绩效评估和评级体系,都直接构成了对司机的管理和控制,而远程工作管理和责任分配则加剧了共享平台同受雇方的权利不对称。

在共享经济的社会效益层面,一些研究则关注到了 Uber 对降低与醉酒驾车相关的交通事故死亡率的影响及其机理。Uber(2014)最早关注到了这个问题,并通过实证研究得出,西雅图每日因酒后驾车被捕的人数因 Uber 的进入而降低了 10%,但其研究因方法的严谨性(单一的城市估计)及城市人口、酒吧情况和更严格执法等因素的影响而受到质疑。Greenwood & Wattal(2015)通过双差法对 2009 年和 2014 年 Uber X 服务进入加利福尼亚市场进行了随机试验分析,并给出了更加稳健的结果,研究显示, Uber 这样的共享交通平台增加了服务的可及性并减少了成本,使得每季度醉酒驾车导致的交通事故死亡率降低了 3.6%~5.6%;但在价格浪涌时段,消费者出于成本考虑将较少考虑使用共享服务,因而这种负面影响并不显著。Fraiberger & Sundararajan(2015)通过构建一个基于 P2P 耐用品租赁市场的动态模型,论证了共享经济对不同收入阶层消费者产生的福利效应。模型假设消费者可以选择将其耐用品在共享平台上租赁或者是在二级市场上销售,交易成本和折旧率会随着使用强度、消费者的价格敏感度、资产利用率等异质性变化,通过使

用美国汽车工业数据和一家大型 P2P 汽车租赁网站 Getaround 的两年间汽车市场交易数据,对稳态均衡状态下福利和分配效应进行了校准分析。实证研究表明,P2P 市场对耐用品分配产生了显著的影响,减少了二级市场的交易行为、降低市场价格并增加了消费者剩余,具体到汽车市场会产生 0.8%~6.6%的消费者剩余。进一步分析指出,同高于中等收入的消费者相比,低于中等收入的消费者所贡献的共享服务需求是前者的两倍;通过共享经济消费转移效应实现福利提升的最主要获益群体是低于中等收入的消费者,他们同时也是共享经济服务提供的主力军。

Golovin(2014)则评估了共享经济对引入竞争、拉低传统出租车行业牌照价格的作用。由于许多城市都对出租车行业制定了严格的配额和准入政策,这不仅造成了服务提供者对消费者的剥夺、效率扭曲和经济损失(OECD,2015),而且人口的增长与牌照供应停滞之间的矛盾也引发了大城市牌照价格的暴涨,比如 2013 年纽约和芝加哥单一出租车牌照价格已经涨到了 70 万和 100 万美元,约是 1970 年的 5 倍以上,如果想成为出租车司机必须从退休的老司机处购买牌照;小型出租车队牌照上涨幅度更大(NYC Taxi & Limousine Commission, 2014)。共享平台的进入,显著稀释了牌照作为一种资产的价值,使得执照的持有者利益受损。对此,都柏林的反应是解除对出租车市场的数量管制(价格维持调节),同时由爱尔兰政府成立“艰难基金”,支付高达 15000 欧元以缓解由资产贬值引发的损失。但普遍的认识是,政府没有义务赔偿出租车行业的损失。

(四) 共享服务与传统服务的异同

既有行业提供的服务与以共享经济形式提供的服务,可以在多大程度上实现替代,也是相关文献讨论的热点话题。比如 Henten & Windekilde(2015)的研究指出,传统服务与基于共享经济的新业态在价值层面上具有很大程度的相似性,但也有许多不同点。比如,传统酒店服务会以已知标准提供私密性较强的房间和住宿服务,而 Airbnb 提供的房间和住宿服务标准更加多元和不确定,但具有结交新朋友、体验另一种生活的机会。共享交通服务的使用者更多的是受过良好教育、无车的年轻人,他们对快捷、灵活和方便有着更高的要求;服务更多用于休闲或社交用途,而且通常比传统出租车拥有更短的行程和更高的车辆使用率(Rayle et al, 2014)。

此外,声誉与消费者评价也是窥见二者异同的一个角度。虽然羊群效应及自我选择效应的存在,加之在双边审查平台上消费者会一定程度低估负面评价,且被评分企业出于战略考虑会伪造一部分评论等因素都将导致消费者评价结果产生一定偏差(Fradkin et al,2015),70%以上的消费者依然对已有评价抱有依赖和信任,并可为高评分的企业和平台带来可观的效益。Zervas et al(2015)用大数据方法,首先对消费者评价行为进行了前瞻性研究。文章通过 Airbnb 和 TripAdvisor 这两个平台,搜集了 60 万共享住宿和 50 万传统酒店行业的顾客评价,对比发现顾客对共享住宿的评分远高于传统酒店,95%以上的 Airbnb 挂牌住宿评分都在 4.5~5 分,没有住宿低于 3.5 分的评价;而传统酒店平均只有 3.8 分,从评价内容看差异也更大,只有度假酒店类的评分与共享住宿相当。由此推断,同传统酒店员工相比,共享平台会给予服务提供者更大的激励,促使其为消费者提供 5 星级体验的服务。与此相反,Ert et al(2016)通过对 Airbnb 数据的社会科学实验分析,则揭示了增加直观的视觉信息对消费者行为的重要影响。具体到在网站上张贴房主照片这个可视化信息来看,房主的照片越是值得信任,其房屋的挂牌价格就会越高,被预订的可能性也越大;同传统电子商务网站不同,在 Airbnb 这样的共享平台中,服务提供者的声誉,特别是对其所做的在线评论和评分对消费者决策的影响,远比照片这样的视觉信任系统影响小得多。

(五) 新兴业态的冲击与传统服务行业模式创新

共享经济平台不但创造了新的服务需求模式,而且改变了作为供给方的传统服务行业,激发其与新业态或相互取代,或错位竞争,或融合发展,或不断创新,但新的商业模式想要在未来完全取代旧的商业模式几乎是不可能的。Rogers(2015)分析了 Uber 的创造性破坏过程对传统出租车行业的影响,指出为规避与就业相关的成本和税收,国外出租车行业通常存在租赁经营权、管理权和司机三方分离的纵向碎片化现象,类似于我国目前在专车行业出现的“四方协议”^①。共享交通平台通过直接与司机签订合同的形式减少了纵向碎片化,同时通过市场份额的扩张促进了行业的水平一体化。Rifkin(2014)解释了新商业模式何以通过较小的市场份额(比如 10%)就迅速占领市场,因为一些服务行业的边际成本非常低,丢掉一点市场份额就会导致整个

市场格局反转。一旦一个相对稳定的分工结构动摇了一个行业,就会扩散到周边产业并对其产生影响。然而,也有研究指出,除了替代,新的商业模式对旧有模式在供给和需求上的补充作用同样不容忽视,共享经济平台会使得之前一些完全不使用相关服务的消费者加入进来,一些已有的服务运营商也会选择在新的平台上提供服务。

在房屋共享案例中,Airbnb采取了错位发展策略,由于没有将业务扩张到商务和豪华酒店服务领域,2015年仅有10%的客户是商务旅客,因而Airbnb并未被传统酒店行业视作直接威胁。Zervas et al(2014)对美国德克萨斯州酒店业的实证研究表明,Airbnb挂牌房间每增加1%,当地酒店业的季度利润将下降0.05%;Airbnb对各个层次的酒店影响是不平衡的,对低端酒店和服务于非商务旅客的酒店影响最为明显。由于Airbnb无需雇佣劳动力,整体的社会失业率将有可能因为Airbnb对低端酒店的挤压而提高。Fang et al(2016)通过搜集美国爱达荷州Airbnb的挂牌信息,从宏观层面分析了共享住宿对地方旅游业发展的影响。实证研究表明,共享经济降低了住宿成本,增加了游客需求,这将帮助当地产生更多的工作岗位;但随着对低端酒店替代效应的显现,边际效应呈现递减。从旅游业整体看,将Airbnb作为住宿选择的观光客的旅行时间会更长,从而有利于整个旅游业规模和产值的提升(Airbnb,2014)。但从趋势上看,随着越来越多小酒店和豪华酒店加入平台,共享住宿与传统酒店行业的正面竞争已不可避免(表1)。为应对共享住宿行业的冲击,传统连锁酒店业应将共享经济理念纳入其商业模式,通过发展或购买自己的品牌市场平台延伸其品牌价值,使平台得到连锁酒店品牌、资源、专业知识的支持,使消费者得到更可靠、更稳定、更高质量的体验,而不是与P2P租赁平台正面竞争(Sigala,2015);而品牌平台战略是否会稀释品牌价值,是否会对核心的连锁酒店品牌形成互补,是否会对P2P住宿的个性化产生反作用?未来均需要做进一步的研究(Richard & Cleveland, 2016)。

对于Uber,传统出租车行业则对与其在不同的安全、隐私和收费约束下进行同场竞技更为敏感,出台相关政策的呼声也日趋激烈。根据Salomon(2013)的研究,如果可以让司机在服务于出租车队或共享经济企业二者之间自由选择,长期来看Uber将提升司机的收入;市场竞争越激烈,对司机收入的提升效果

则越显著。然而,共享经济对传统服务业在短期内的冲击将不可避免,并将改变传统出租车行业的就业和工资结构。作为Uber、Lyft等共享交通平台企业总部所在地,旧金山交通管理局的数据显示,2012年出租车行业每月有1424次服务记录,到2014年7月已经骤减为504次,降幅达到了65%以上(Agency, 2014);该市最大的拥有530个牌照的出租车公司Yellow Cab Co-op已于2016年1月申请破产保护。鉴于2050年全世界将有70%的人口生活在城市,有研究指出,为解决日益严峻的拥堵问题,对出租车行业和共享交通行业在政策上还是应该共同放松管制(Beyer, 2015)。Golovin(2014)的实证研究表明,对出租车行业放松管制,使得爱尔兰都柏林的消费者获益良多——出租车数量大幅增加,等待时间减少到最低限度,服务质量也有了显著的改进。

表1 Airbnb与各大酒店集团拥有房间数对比

企业名称	现有酒店数	拥有房间数	正在建设的房间数
洲际酒店集团	4840	710295	193772
希尔顿酒店集团	4278	708268	230000
万豪	4044	692801	240000
威德汉姆酒店集团	7645	660826	117000
Airbnb		1000000	

资料来源: The 2015 Big Brands Report, <http://www.hotelnewsnow.com>.

(六) 共享经济企业商业模式分析

在已有关于共享经济的文献中,对共享经济企业的商业模式分析占据了最大比例。比如,对于共享交通企业Zipcar的案例分析中,一些研究注意到了共享经济平台企业对于交易双方信息和活动的全面监控及管理以及对于维持系统正常运转的重要性(Bardhi & Eckhardt, 2012);在这些例子中,消费者心甘情愿与平台企业合作并受到其监视,这也被称为协同监控(Pridmore, 2013)。

在共享经济企业定价策略的相关研究中,一些文献关注到了Airbnb正在研发的独特的预测定价算法,即其综合考虑房屋类型、产权类型、评论数量、容量、位置、季节、陈设、与周边酒店和机场的相对位置,甚至包括目的地的气温变化情况,以给予房屋出租者科学的指导价(Henten & Windekilde, 2015);还有一些研究关注到了Uber的任务导向定价结构,特别是针对周末晚上供需不平衡而制定的浪涌定价(surge pricing)策略及其算法,以及该策略对刺激供给、控制需求所产生的效果(Gurley, 2014)。

三、政策启示

虽然共享经济在许多产品和服务领域仍处于发展的初级阶段,但其经济合理性、对技术基础设施充分利用的特性,及其蕴含的协作、权利分散、对等和赋权等理想主义色彩的文化显示出的越来越强的吸引力,都决定了其在未来十年将经历迅速增长。从全球范围来看,共享经济的发展并未过多依赖政府监管,而是依靠人们的自我监督和彼此信任的机制;更有甚者,政府采取的政策措施及其监管力度大小,在某种程度上决定了这个商业模式是否能够存续。应该看到,共享经济的发展在我国还面临着政府政策限制、市场诚信体系缺失、消费者共享意识不够、既得利益集团阻挠、社会文化氛围不利等诸多问题,因此,需要政府出台相关政策措施,促进共享经济健康发展。

1. 对共享经济抱宽容态度,消除发展的政策风险。对于共享经济这个全新的商业模式,政府主管部门要积极研究、主动接触,对从业者所做的业务深入调研,对其发展抱宽容态度,重视正当的市场需求和权益诉求,争取将其归入现有的监管框架之内,而不是一味予以封杀。对于各类私车共享平台来说,可能涉及运营许可、社会安全、冲击现有的出租车业务等诸多问题;对这些问题要深入研究,出台相应的政策加以解决,而非一禁了之。共享经济平台涉及面广,发展初期难免发生问题;应努力消除共享经济发展的政策风险,尽最大可能避免有关部门动辄叫停、一纸文件就使巨额投资打水漂的现象。比如经营个人间租车业务的 RelayRides 就曾因为被纽约州监管当局判定所提供的保险“非法且数额不足”,停止了在该州的运营;而加州的监管当局则改变了发布“停止令”的做法,为使拼车合法化,要求拼车司机在必须遵守与出租公司相似的安全法规之外,还应考取一种特殊驾驶证(丹博斯基等,2013)。

2. 创新监管理念,坚持底线思维。在如何制定新的监管制度区别对待传统和共享商业模式方面,政府会面对极大的挑战和压力。传统经济时代监管的三大法宝——设机构、筑门槛和立法,对于共享经济不一定适用。在制定相关政策时,政府应积极从使用者和销售者处收集意见,找准障碍因素,界定哪些过时了、需要改进以符合新商业模式的规则。比如,加州公共事业委员会规定,对于提供拼车服务的驾驶者,除了基本检查外,还要附加 16 项车辆检验;

为了跨越私家车无法购买商业保险的障碍,要求共享交通企业为搜寻乘客中的司机、服务进行中的司机和乘客分别提供 20 万美元和 100 万美元的私人保险。对于饱受诟病的逃税问题,Airbnb 也已与加州政府达成和解,替政府代为收取相关税费(主要包括资产占用税、观光税、酒店税等种类的地方税以及增值税等)。反面的例子是,法国规定 Uber 司机必须等待 15 分钟才能进行一次服务,这个规定后来被取消了,取而代之的是一个禁止 Uber 司机分享 GPS 位置的规定,从而在减少竞争的同时剥夺了消费者的选择权。在政策制定时应坚持底线思维,一旦共享的事物涉及安全隐患、个人隐私、价格排斥和市场垄断,应着力于如何解决信息泄露、歧视和不公的问题,而不是否定相关的商业模式。比如华盛顿特区正考虑推行阻止乘客使用指定目的地的出租车服务的规则。在监管中也应具体问题具体分析,比如,对于短期工作或小零工平台企业(如 TaskRabbit),世界各地政府更多地将其提供的服务视作一种降低失业率的举措,因而很少涉及监管问题。

3. 制订相应的适用法规和基本服务标准,鼓励通过市场机制解决共享中的风险问题。目前,各国的法律体系中均没有适用共享经济的法规条款,比如,欧盟的二级立法体系中就未囊括共享交通的内容,法律在支持共享经济发展方面较为滞后;但现实中遇到的问题正在改变这样的情况,比如巴塞罗那一名法官已经要求欧盟法院将对 Uber 归为运输服务公司还是网络平台提供商(网络科技公司)做出初步裁定。故此,应以地方法规的形式切入,在民法、商法、合同法等有关法律条款中增加对共享经济提供方的资质、P2P 交易模式带来的共享物品征税问题、共享物品及服务的基本质量做出相应规定,规范共享经济过程中供需双方的行为。鉴于大部分共享经济的产品或服务都是非专业人士提供的,服务质量水平肯定参差不齐,政府有必要根据各类产品与服务的特征制订基本的标准,包括强制性的安全标准与推荐性的产品标准或服务标准,使共享经济更好更快地发展。例如针对住宿分享,监管需要跟上规模扩张的速度,对房东提供的设施和服务设置最低的健康和安全标准;对于共享交通而言,为了与出租车行业明确划清界限,需要通过技术手段,明确共享行为并非以运营和盈利为主要目的;对于二手物品分享,应在所有权归属、质量责任划分、税费等方面建立政策体系。此外,对于涉及的消费者权

益保护问题,更应鼓励通过市场机制和模式创新解决,如鼓励保险公司开发各类与共享相关的保险产品等。比如 EATWITH 就与第三方机构合作,提供 100 万美元的保险,免去旅客对于食物中毒等问题的忧虑;Airbnb 在出现房屋被洗劫一空的现象后,也开始向房东提供免费最高达 100 万美元的财产保险等。

4. 积极推进诚信体系建设,建立共享经济网上信用平台。对于共享经济平台而言,评级系统和互信机制非常重要。政府在对共享经济平台在信用数据积累、共享、使用等方面做出规定的同时,更应建立和分享支撑共享经济发展的各类公共信息平台,同时积极发挥行业协会的信息平台功能。特别是,各大互联网公司在这些年的发展,某种程度上已经在线上建立了一套用户信用体系,政府应督促现有企业通过第三方信用评价服务或与政府共享信用记录信息等形式,将大数据变为活数据,从而在开展共享经济实践时降低信用成本。比如,为了降低共享企业在前期资质核查中遇到的高门槛、耗时长、高费用问题,英国政府已着手采用 GOV. UK Verify 等认证系统,并开放电子化犯罪记录检查。其次,还应大力培育专业的第三方信用服务企业,通过搜集网络中散落的用户点评及共享双方对于服务评价的记录,用以提供专业的交易信用评级服务。例如,TrusCloud 这样的专业的信用服务公司就是通过跟踪用户在 Facebook、LinkedIn 等社交网站及 TripAdvisor 等点评网站的数据记录,为共享经济平台提供第三方客户信用评级服务的。此外,还应积极推进共享经济行业自律。按照国际惯例,共享经济平台应自觉对发生的所有交易、支付行为和通讯互动进行监控,并依靠客户反馈和举报对服务提供者可能发生的错误行为进行提前预防、劝诫及纠正。

5. 加大对共享经济创新的支持力度,形成有利于其发展的良好环境。在加大扶持力度方面,首要的是创造一切条件,支持政府和共享经济界之间的沟通和相互借鉴。英国政府的相关调查报告中提出,除了为共享服务企业提供资金支持,促进行业交流,还应在政府支持下成立由私人投资的创新实验室(张滨阳,2015)。应促进公共资源的开放共享,推动中央政府及地方政府出台更有效地利用资源及推进地方合作的相关政策。比如规定城市规划部门对共享设施建设申请应优先受理,对于社区或企业共建的全民共享性基础设施应给予财政补贴(刘建军

等,2013)。其次,应形成全社会倡导资源节约、激励共享的政策环境,在民众中培育分享的文化。如借鉴国外经验,建立鼓励私人汽车共享的正向与负向双重激励机制,包括建立“共享汽车专用道”、专用停靠点;对高峰时段空驶汽车加征税费,如加收 10% 的空座费等;支持建立创意分享与知识分享的非营利性基金;树立互惠互利、节约绿色的消费观念,在全社会形成有利于共享经济发展的氛围等。再次,应依据共享经济的特点,更新政府采购架构并给予适当倾斜。比如,英国政府提出,可将拼车及短租房等共享服务形式一并纳入政府采购架构中;特别地,针对我国“四方协议”导致共享交通服务中既包括租赁费又包括代驾劳务费的情形,如何开具发票、如何纳入公共财政报销范围,也是亟待解决的重要问题。而公共部门也需认真研究向公众分享其用房、公车、场地等公共资源的可能性,并探讨公共资源可否用共享经济的资源进行代替。此外,还应在简化税制的基础上相应制定共享经济纳税的指导意见,立足共享经济的互惠特性及可持续发展的价值,通过提高起征点、低税率设计及先征后退等形式,对共享经济实施税收优惠。比如,英国政府提出,为共享经济提供网上专用税务计算器,以帮助业者更简便地计算应纳税额。在欧盟、瑞士、挪威、冰岛和南非,Airbnb 会对于使用者(包括服务需求方和提供方)代为征收增值税;在美国和荷兰的某些地区^①,Airbnb 则就收取或适当减轻出租者所适用的地方税收已经同政府达成了相关协议。由于绝大多数共享型企业是真正的中介平台,而不是直接提供服务,因而也应以中介的标准被监管;如果被当作传统服务企业来监管,将产生更高的税率和更多的要求,因而将形成不利于共享经济发展的环境。

注:

①我国专车公司在吸引私家车加盟时多采用“四方协议”的形式,即专车平台先将私家车挂靠在租赁公司名下,再通过一家劳务派遣公司聘用车主,从而签订一份由软件平台、汽车租赁公司、劳务派遣公司和司机共同签订的“四方协议”,这样就绕开了汽车租赁不得配备驾驶人员的管理规定,进而规避风险。

②如 Uber 在国内就遭遇到了刷单与反作弊、黑客问题、管理部门执法尺度不一等新问题。

参考文献:

Agency, S. F. (2014), "Taxis and accessible services division: Status of taxi industry", <http://www.sfmta.com>.

- Airbnb (2014), “Airbnb economic impact”, <http://blog.airbnb.com>.
- Bardhi, F. & G. M. Eckhardt (2012), “Access-based consumption: The case of car sharing”, *Journal of Consumer Research* 39 (4):881–898.
- Belk, R. (2007), “Why not share rather than own”, *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 611(1):126–140.
- Belk, R. (2010), “Sharing”, *Journal of Consumer Research* 37(5):715–734.
- Belk, R. (2014), “You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online”, *Journal of Business Research* 67(8):1595–1600.
- Benkler, Y. (2004), “Sharing nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production”, *Yale Law Journal* 114(2):273–358.
- Beyer, S. (2015), “How to solve the Uber vs taxi conflict?” <http://www.forbes.com>.
- Botsman, R. & R. Rogers (2010), *What’s Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*, New York: Harper Collins.
- Cervero, R., G. Aaron & N. Brendan (2007), “City careshare: Longer-term travel demand and car ownership impacts”, *Journal of the Transportation Research Board* 1992(1):70–80.
- Chen, Y. (2009), “Possession and access: Consumer desires and value perceptions regarding contemporary art collection and exhibit visits”, *Journal of Consumer Research* 35(4):925–940.
- Coase, R. (1937), “The nature of the firm”, *Economica* 4 (16):386–405.
- DellaVigna, S. (2009), “Psychology and economics: Evidence from the field”, *Journal of Economic Literature* 47(2):315–372.
- Denaro, E. (2015), “Extended abstract: Fifty shades of sharing”, <http://www.uu.nl>.
- Derojeda, K., K. Verzijl, F. Nagtegaal & M. Lengton (2013), “The sharing economy, accessibility based business models for peer-to-peer markets”, Business Innovation Observatory, European Commission Case Study No. 12.
- Dubois, E., J. Schor & L. Carfagna (2014), “New cultures of connection in a Boston time bank”, in: J. Schor & C. J. Thompson (eds), *Practicing Plenitude*, Yale University Press.
- Edelman, B., M. Luca & D. Svirsky (2016), “Racial discrimination in the sharing economy: Evidence from a field experiment”, Working Paper 16–069, Harvard Business School.
- Ert, E., A. Fleischer & N. Magen (2016), “Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos on Airbnb”, *Tourism Management*, forthcoming.
- EESC (2014), “EU advisory body calls for more collaborative consumption”, <http://www.euractiv.com>.
- European Commission (2015), “EP question to the commission, E–010930/2015”, Answer provided on 17 Sept.
- European Parliament (2015), “Social, economic and legal consequences of Uber and similar transportation network companies”, Oct. 15, <http://www.europarl.europa.eu>.
- Fang, B., Q. Ye & R. Law (2016), “Effect of sharing economy on tourism industry”, *Annals of Tourism Research* 57(C):264–267.
- Felson, M. & J. Spaeth (1978), “Communitive structure and collaborative consumption”, *American Behavioral Scientist* 21 (4):614–624.
- Fenton, M. (2013), “Making markets personal: Exploring market construction at the micro level in the car-sharing and time bank markets”, unpublished manuscript, Harvard University.
- Fradkin, A., E. Grewal, D. Holtz & M. Pearson (2014), “Reporting bias and reciprocity in online reviews: Evidence from field experiments on Airbnb”, Fox School of Business Research Paper, No. 15–054.
- Fraiberger, S. & A. Sundararajan (2015), “Peer-to-peer rental markets in the sharing economy”, NYU Stern School of Business Working Paper, Oct 6.
- Golovin, S. (2014), “The economics of Uber”, <http://bruegel.org>.
- Gorenflo, N. (2013), “Collaborative consumption is dead, long live the real sharing economy”, <http://pando.com>.
- Greenwood, B. & S. Watal (2015), “Show me the way to go home: An empirical investigation of ride sharing and alcohol related motor vehicle homicide”, Fox School of Business Research Paper, No. 15–054.
- Griffith, E. (2013), “Does money taint the sharing economy?” <http://pando.com>.
- Gurley, B. (2014), “A deeper look at Uber’s dynamic pricing model”, <http://abovethecrowd.com>.
- Hagiu, A. & J. Wright (2011), “Multi-sided platforms”, Harvard Business School Working Paper, No. 15–037.
- Hamari, J., M. Sjöklint & A. Ukkonen (2015), “The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption”, *Journal of the Association for Information Science and Technology*, forthcoming.
- Heinrichs, H. (2013), “Sharing economy: A potential new pathway to sustainability”, *Gaia* 22(4):228–231.
- Henten, A. & I. Windekilde (2015), “Transaction costs and the sharing economy”, Working Paper from RESER Conference 2015.
- Koopman, C., M. Mitchell & A. Thierer (2015), “The sharing economy: Issues facing platforms, participants, and regulators”, Sharing Economy Workshop Project No. P15–1200, George Mason

- University.
- Lawson, S. J. (2010), "Transumers: motivations of non-ownership consumption", <http://www.acrwebsite.org>.
- Li, J., A. Morenno & D. Zhang(2015), "Agent behavior in the sharing economy: Evidence from Airbnb", Ross School of Business Working Paper Series, No. 1298, Dec.
- Lovelock, C. & E. Gummesson(2004), "Whither services marketing? In search of a new paradigm and fresh perspectives", *Journal of Service Research* 7(1):20—41.
- Martin, E., S. Shaheen & J. Lidicker(2010), "Impact of car-sharing on household vehicle holdings", *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board* No. 2143, pp. 150—158.
- Martin, E. & S. A. Shaheen(2010), "Greenhouse gas impacts of car sharing in North America", Mineta Transportation Institute Report 09—11, San Jose, CA.
- Marx, P. (2011), "The borrowers", *New Yorker*, January 31.
- OECD(2015), "Taxi services: Competition and regulation", OECD Competition Policy Roundtables, p. 7.
- Owyang, J. (2014), "People are sharing in the collaborative economy for convenience and price", *Web-strategist.com*, March 24.
- NYC Taxi & Limousine Commission(2014), *Taxicab Factbook*.
- Peck, J. & S. B. Shu(2009), "The effect of mere touch on perceived ownership", *Journal of Consumer Research* 36(10):434—447.
- Prahalad, C. & B. Ramaswamy(2004), "Co-creation experiences: The next practice of value creation", *Journal of Interactive Marketing* 18(3): 5—14.
- Pridmore, J. (2013), "Collaborative surveillance: Configuring contemporary marketing practice", <http://www.academia.edu>.
- PWC(2015), "The sharing economy", Consumer Intelligence Series, <https://www.pwc.com>.
- Richard, B. & S. Cleveland(2016), "The future of hotel chains: Branded marketplaces driven by the sharing economy", *Journal of Vacation Marketing*, forthcoming.
- Rayle, L., S. Shaheen, N. Chan, D. Dai & R. Cervero(2014), "App-based, on-demand ride services: Comparing taxi and ridesourcing trips and user characteristics in San Francisco", Working Paper, University of California Transportation Center, UCTC—FR—2014—08.
- Rifkin, J. (2014), *The Zero Marginal Cost Society: The Internet of Things, the Collaborative Commons, and the Eclipse of Capitalism*, Palgrave Macmillan.
- Rochet, J. & J. Tirole(2006), "Two-sided markets: A progress report", *Rand Journal of Economics* 37(2):645—667.
- Rogers, B. (2015), "The social costs of Uber", Temple University Legal Studies Research Paper, No. 2015—28.
- Rosenblat, A. & L. Stark(2015), "Uber's drivers: Information asymmetries and control in dynamic work", Workshop Paper Prepared for the Winter School "Labor in the On-demand Economy" at the Centre for European Policy Studies in Brussels, Belgium, Nov. 23—25.
- Rothschild, D. (2014), "How Uber and Airbnb resurrect dead capital", *Umlaut*, April 9.
- Salomon, F. (2013), "Why cab drivers should love Uber", <http://blogs.reuters.com>.
- Schor, J. (2014), "Tellus Institute: Debating the sharing economy", <http://www.greattransition.org>.
- Schor, J. & C. Fitzmaurice(2015), "Collaborating and connecting: The emergence of the sharing economy", in: J. F. Schor (ed.), *Handbook on Research on Sustainable Consumption*, Edward Elgar.
- Sigala, M. (2015), "Collaborative commerce in tourism: implications for research and industry", *Current Issues in Tourism*, Epub ahead of print 03 Jan.
- Thierer, A., C. Koopman, A. Hobson & C. Kuiper(2015), "How the Internet, the sharing economy, and reputational feedback mechanisms solve the lemon problem", Mercatus Working Paper, May 26.
- Uber(2014), "DUI rates decline in Uber cities", <http://blog.uber.com>.
- Uber(2015), "Economic benefits of peer-to-peer transport services", Copenhagen Economics Report, August.
- Zervas, G., D. Proserpio & J. Byers(2014), "The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry", Boston University School of Management Research Paper Series, No. 2013—16.
- Zervas, G., D. Proserpio & J. Byers(2015), "A first look at online reputation on Airbnb, where every stay is above average", Boston University School of Management Research Paper Series, April 12.
- 丹博斯基 布拉德肖, 2013:《“分享经济”时代来临》, 英国《金融时报》9月22日。
- 张滨阳, 2015:《英国力图打造“分享经济的全球中心”》, 《新华每日电讯》1月27日。
- 刘建军 邢燕飞, 2013:《共享经济:内涵嬗变、运行机制及我国的政策选择》, 《中共济南市委党校学报》第10期。