

# 全流时代的共享经济平台 运营模式构建

刘邦凡 栗俊杰 陈朋伟 王闻珑

**[摘要]** 人类已经开始进入流量决定一切的时代，一个发展全靠流量的时代、一个全部围绕流量而发展的时代——全流时代。共享经济是适应全流时代的一个典型转型范式，它的巨大市场价值已经得到充分验证。在全流时代，共享经济在未来的发展中仍存在诸多的问题和争议。从共享经济形成、共享经济理论、现实需求三个视角可以看出，共享经济平台是共享经济模式发展的支撑，其运营模式的状况直接影响着共享经济的发展。从全流时代的发展趋势看，目前的共享经济平台运营模式还需要持续优化，其发展动力有待进一步加强，其社会价值有待进一步评估，可以从契约、规范和监管等方面加以改进。

**[关键词]** 全流时代；共享经济；平台；运营模式

**[作者简介]** 刘邦凡：哲学博士，河北省公共政策评估研究中心首席专家，燕山大学公共管理学院教授，博士生导师（河北 秦皇岛 066004）；栗俊杰：邢台职业技术学院教师（河北 邢台 055004）；陈朋伟：天津师范大学电子与通信工程学院辅导员（天津 300387）；王闻珑：燕山大学公共管理学院硕士研究生（河北 秦皇岛 066004）

目前，人类社会已经进入一个全面开放的全流时代。所谓全流时代，就是指当今社会已经进入一个由参与者多少或数据汇集程度所决定一切的时代、一个流量起决定作用的时代。这个时代，一切都依据流量来决定方向、决定取舍、决定成功与否。经济要保持平稳向好，要靠资金流的金融稳定支持；政治要保持稳定，要靠意识形态的主流稳健；网络平台的快速发展，要靠信息流的不断供给；数据社会的形成，要靠数据流的融入汇集；贸易的繁荣，离不开物流。从本质上看，经济发展、社会繁荣和文化兴盛等等，都离不开人流（人口的流量）。人流的形成与多寡，是决定当今人类社会发展的基本面和基本线。信息流指信息在人与人、人与物、物与物之间传递，形成复杂多变的形态。2014年2月27日，习近平在中央网络安全和信息化领导小组第一次会议上指出：“信息流引领技术流、资金流、人才流，信息资源日益成为重要生产要素和社会财富，信息掌握的多寡成为国家软实力和竞争力的重要标志。”<sup>①</sup>

在全流时代，共享将成为一个实现全流的基本举措。2016年以来，无论是巴伐利亚的区域性货币、旧金山的沙发冲浪（Couchsurfing），还是哥本哈根的时尚图书馆、柏林的共享汽车，还有

**[基金项目]** 河北省社会科学基金项目“河北省新型农业发展中遏制农地非农化政策执行力研究”（HB19GL015）

<sup>①</sup> 习近平：《把我国从网络大国建设成为网络强国》，载《中国信息安全》，2014（3）。

各地从火爆到稳定的共享单车、共享汽车、网约车、生活外卖，等等，所有这些迹象都指向了一个范式的转变——共享经济。<sup>①</sup> 这一新的经济模式已经带来了巨大的市场价值。从共享经济实践至今，粗略地计算全球收入已经达到 150 亿美元，到 2025 年可能达到 3 350 亿美元。<sup>②</sup> 在我国，共享经济不仅带来了巨大的经济收入，而且带动了巨大的就业市场，解决了数千万人的就业问题。2017 年我国共享经济的市场交易额达到近 5 万亿元，比 2016 年增长 47.2%，共享经济从业人员达到 7 000 万人，比 2016 年增加 1 000 万人，新增城镇就业人员有 10% 从事共享经济。2018 年到 2019 年我国共享经济市场交易额放缓，但共享从业人员仍然增势较大，在一定程度上可以说，我们开始进入共享经济的时代，但共享经济作为一个新兴事物，在拥有巨大发展潜力的同时还存在诸多的问题和争议。在全流时代，共享经济平台是整个共享经济模式运营的支撑，其运营模式的状况直接影响着整个共享经济发展的进程。

所谓“共享经济”或者“协作型消费”概念最早是由耶鲁大学法学院的尤查·本科勒（Yochai Benkler）2004 年提出来的。<sup>③</sup> 在后来的发展过程中，“共享经济”内涵变得更加丰富。汉斯·韦博文（Hans Verboven）和莉丝·范赫克（Lise Vanherck）认为，共享经济的核心是通过网络平台共享商品、服务、空间和金钱。共享经济是产品服务或产品服务系统（PSS）商业模式的一部分。<sup>④</sup> 赛义德·塔里克·安瓦尔（Syed Tariq Anwar）认为共享经济通过独特的数字平台和 P2P（Peer to Peer，即对等网络）模式链接买家和卖家。共享经济可能成为与互联网和对等网络相关的“未来营销”一部分。这是包含消费者、商业、社会、虚拟网络等在内的营销实践的延伸。<sup>⑤</sup> 而共享经济平台是由第三方创建的、以信息技术为基础的市场平台。这个第三方可以是商业机构、组织或者政府。个体借助这些平台，交换闲置物品，分享自己的知识、经验，或者向企业、某个创新项目筹集资金。共享经济涉及三大主体，即商品或服务的需求方、供给方、共享经济平台。共享经济平台作为连接供需双方的纽带，通过移动 LBS 应用、动态算法与定价、双方互评体系等一系列机制的建立，使得供给方与需求方通过共享经济平台进行交易。

## 一、流量时代和全流（全流量）时代

流量，最初应用并应用最多的情况，主要是在经济学领域，“流量”更多是一个经济学概念，对应于经济领域“存量”。因此，流量经济与存量经济，是一个古老的话题。只不过在传统经济学研究中，更多注重存量经济的研究，较少关注到流量经济的研究。随着信息时代和经济发展流动性增加，流量经济越来越引起人们的重视。如今，流量已经不仅仅指向经济领域，在信息社会所有领域都可能涉及流量问题，流量已经成为评价社会繁荣、政治昌明、经济发达、文化进步的重要要素。可以说，人类社会已经进入一个流量时代，一切围绕流量，流量决定一切，有流量就有发展，

<sup>①</sup> Rifkin J. *The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life is a Paid-for Experience*. New York: JP Tarcher/Putnam, Google Scholar, 2000.

<sup>②</sup> Borsenberger C. “The Sharing Economy and the ‘Uberization’ Phenomenon: What Impacts on the Economy in General and for the Delivery Operators in Particular?” In M. Crew et al. *The Changing Postal and Delivery Sector*. Switzerland Cham: Springer, 2017, pp. 191–203.

<sup>③</sup> Yochai Benkler. “Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production”. *The Yale Law Journal*, 2004 (4), p. 114, p. 273.

<sup>④</sup> Hans Verboven, and Lise Vanherck. *The Sustainability Paradox of the Sharing Economy*. Uwf Umwelt Wirtschafts Forum, 2016, pp. 303–314.

<sup>⑤</sup> Syed Tariq Anwar. “The Sharing Economy and Marketing: A Review and Future Research (An Abstract)”. *Creating Marketing Magic and Innovative Future Marketing Trends*. Switzerland Cham: Springer, 2017, p. 525.

有流量就能繁荣。在信息化和全球化快速发展的今天,从一定程度看,人类社会正在走进一个发展全靠流量的时代、一个全部围绕流量而发展的时代,也就是走进一个全流(全流量)时代。

从现有文献看,与“全流时代”相关的概念有“流量时代”“大流量时代”“后流量时代”等。截至2020年8月21日,在中国知网收录文献中,含有“流量时代”的题名文献有59篇,含有“流量时代”的全文文献有1343篇。在这些文献中,最早使用“流量时代”语词的情况是:1998年9月发表的《现代企业会计发展的基本趋势》使用了“流量时代”这个词,不过这个词与“现金”一同使用,认为“现金流量时代的到来,必将使应计制会计过渡到现金流量制会计”<sup>①</sup>。此后“现金流量时代”概念被广泛使用。比较早使用与本文使用的流量时代概念紧密相关的文献是2006年5月发表的《浅谈基于IPV4的互联网流量分析》一文,该文提出:伴随互联网不断深入人们的生活中,中国的互联网正走向“流量时代”,这是一个非常具有中国特色的时代。在这个年代,互联网与“流量”紧密有关,在服务提供商那里,流量意味着财源滚滚;在互联网用户那里,流量意味着速度和资讯;在基础电信运营商那里,流量需求意味着没有停止的资金投入。<sup>②</sup>直接使用“流量时代”较早的文献有:2010年1月发表的《流量时代的新营销》<sup>③</sup>,其他一些文章也使用“大流量时代”“3G流量时代”“大数据流量时代”“后流量时代”“无限流量时代”“全网流量时代”“不限流量时代”“4G大流量时代”等概念。<sup>④</sup>从这些文献来看,流量时代或相关概念,大多数就是作为一个语词直接使用,没有给出逻辑性的解读、规范性的界定。

所谓一个时代,就是指在一个社会时期内所呈现出经济、政治、文化等多个领域的特色。如此看来,存在所谓的流量时代,也就存在所谓的“流量社会”“流量经济”“流量政治”和“流量文化”等。随着网络数据流量与生活的关联度越来越高,中国已全面走进“流量社会”,流量对生活带来了便利,催生了大量的新业态、新产业、新经济,也将深刻地改变着社会发展。<sup>⑤</sup>这是对“流量社会”概念的一个界定,也就是说,在一个流量社会中,流量是社会存在和社会意识的基本要素。

相关部门做出如下界定:所谓流量经济就是建立社会主义市场经济体制下以物流(商业流)、人流(人才流)、信息流、资金流、技术流为基本要素的市场。<sup>⑥</sup>目前,关于流量经济和流量产业的研究文献呈现井喷之趋势。中国知网收录文献中,以“流量经济”为主题或关键词或题名或摘要进行检索,逐年呈现增长趋势。周振华和韩汉君对流量经济做了明确的界定,他们认为:流量经济是一种以物资流、资金流、人才流、技术流和信息流等资源要素集聚其中,重组、整合和运作进而带动各产业发展的经济发展模式。<sup>⑦</sup>这一界定被大量引用。孙希有著《流量经济》一书,也做出了类似的界定。<sup>⑧</sup>不过,“流量经济”也是一个发展中的概念。2018年和2019年石良平等在其著作和论文对“流量经济”做了新的阐述:流量经济是一种通过信息、货物、资金、人才和技术等经济要

① 雷光勇:《现代企业会计发展的基本趋势》,载《财会月刊》,1998(9)。

② 姚凯:《浅谈基于IPV4的互联网流量分析》,载《通信与信息技术》,2006(5)。

③ 李冠艺:《流量时代的新营销》,载《进出口经理人》,2010(1)。

④ 这些文章主要包括:鲁义轩:《大流量时代的无线网络新趋势》,载《通信世界》,2011(1);万鹏:《3G流量时代及流量经营》,载《中国新通信》,2012(4);王峰、禹权:《后流量时代 主流运营商的战略迷思》,载《通信世界》,2016(21);吴潇:《冰激凌套餐预示无限流量时代将到来》,载《通信产业报》,2017-03-06;王浩宇:《全网流量时代到来,APP真的能够永生?》,载《智慧中国》,2017(7);奚晓音:《“不限流量时代”的运营商流量经营》,载《通信企业管理》,2017(8);杨震、张旭:《大流量时代通信零售企业的转型思考》,载《通信企业管理》,2019(1);朱同先、凌威等:《4G大流量时代下基于QOS管控策略的研究与实践》,载《江苏通信》,2019(2)。

⑤ 《百亿G汪洋大海 中国全面步入“流量社会”》,载《今日科技》,2017(8)。

⑥ 上海浦东改革与发展研究院、上海浦东新区经贸局开发管理处:《流量经济:推动经济腾飞的新引擎——发展浦东新区要素市场的战略思考》,载《中华纸业》,1999(6)。

⑦ 周振华、韩汉君:《流量经济及其理论体系》,载《上海经济研究》,2002(1)。

⑧ 孙希有:《流量经济》,北京,中国经济出版社,2003。

素流的吸引、再造、增值和辐射的新经济形态；对应于传统经济或存量经济，是信息化时代的经济形态。<sup>①</sup> 这一界定，更多注重信息流和对应于存量，更切合流量经济的现实诉求和发展趋势。

目前还没有查询到有关直接论述流量政治的文献，但也有相关的研究，例如，胡键在《信息流量与政治稳定》一文中论述了信息流量对政治稳定产生直接的影响<sup>②</sup>，从一个角度分析了政治发展中信息流通程度的重要取向价值。蓝江在《交往资本主义、数字资本主义、加速主义——数字时代对资本主义的新思考》一文中指出：“乔蒂·狄恩（Jodi Dean）的交往资本主义更关注的是当代数字化资本主义的政治方面，她关心的是交往资本主义造成的流量政治。”<sup>③</sup> 乔蒂·狄恩论述了信息流量对政治的影响，认为信息流量的交换互动构成了交往资本主义，信息数字技术推进了数字资本主义形成，这都表明流量政治作为一种政治形态已经出现，但并没有明确界定流量政治的概念。<sup>④</sup>

至于“流量文化”一词的使用，最早查询到的文献是张蓉的《关于优化流量经营管理的思考》，该文认为：要搞好流量经营就要培育流量文化。<sup>⑤</sup> 近两年来，论述流量文化的文献增多，例如，鲍嘉琪、龚嘉琪、谢发国、兰陈妍、孙立军等都有论述。<sup>⑥</sup> 从这些论述中，“流量文化”大多时候被贬义使用。事实上，流量作为一种文化存在，更应该是中性的，不应该是否定或贬义的代名词。

总体来看，流量时代，就是指一个以“流量”为基本要素的时代。在这个时代，社会成为一个流量社会，政治成为一种流量政治，经济延伸出流量行业、流量产业和流量经济，文化围绕流量而存在，流量文化持续发展，甚至在学术研究领域也存在流量要素的影响。当一个时代不仅以流量为基本要素而存在，更是围绕并运用这个要素去整合时代的不同领域，例如社会、政治、经济、文化等所有领域，这个时代就可以称之为“全流量时代”或“全流时代”。尤其是在中国、印度等这样的人口大国，流量在一定程度上决定未来的发展趋势与方向。

目前，伴随信息时代、全球化时代和知识时代的深入，人类社会已经大踏步进入流量时代，全流量时代也已经到来。在全流时代里，流量成为社会、政治、经济和文化发展的基本要素和关键动力，一切都围绕流量去运转，流量成为价值主流和价值导向的核心考察因素。在我国此次抗击新冠肺炎疫情过程中，为解决由于疫情而产生的流量阻塞问题，共享工作、共享工厂、共享员工、共享信息等具有共享经济特征的举措，不仅对防控疫情发挥了重要作用，而且也将对今后我国经济社会发展提供新的思路与新的机遇。

## 二、共享经济与共享经济平台研究概述

在全流时代，共享经济得到突飞猛进的发展，就在于全流时代提供了前所未有的共享经济平台，能够从技术上充分实现和拓展共享经济的价值。事实上，共享经济这一新的经济模式已经带来

① 石良平等：《流量经济：未来经济发展的一个分析框架》，上海，上海交通大学出版社，2018；石良平、王素云、王晶晶：《从存量到流量的经济学分析：流量经济理论框架的构建》，载《学术月刊》，2019（1）。

② 胡键：《信息流量与政治稳定》，载《社会科学》，2004（2）。

③ 蓝江：《交往资本主义、数字资本主义、加速主义——数字时代对资本主义的新思考》，载《贵州师范大学学报》（社会科学版），2019（4）。

④ Jodi Dean. “Communicative Capitalism: This is What Democracy Looks Like”. In Joshua S. Hanan & Mark Hayward (eds.). *Communication and the Economy: History, Value, Agency*. New York: Petar Lang, 2014.

⑤ 张蓉：《关于优化流量经营管理的思考》，载《价值工程》，2013（33）。

⑥ 包括鲍嘉琪：《基于群众观探析如何繁荣新时代文艺作品》，载《戏剧之家》，2019（21）；龚嘉琪：《消费文化视域下文化自信的解构与重建》，载《中共济南市委党校学报》，2019（2）；谢发国：《新媒体时代的网络道德观察与纠偏》，载《人民论坛》，2018（23）；兰陈妍：《青年更需要红色文化的滋养》，载《人民论坛》，2018（20）；孙立军：《努力创作无愧新时代的优秀作品》，载《中国艺术报》，2018-06-13。

了巨大的市场价值和社会效益。圣达拉干 (Sundarara Jan A.) 的研究中提到推动共享经济形成的三个关键因素: (1) 技术性。数字技术平台和在线或移动支付系统的出现, 允许消费者以个体的形式参与到对等网络经济交易之中。(2) 交通便利性和社会流通性。由于城市的近距性, 城市一直是人与人互动的地方, 利用市场交换商品的场所, 以及共用基础设施和服务 (比如医疗保健、图书馆和公共交通) 的地方。世界人口的增长和城市人口的集中共同创造了更多新的需求 (如交通方面), 这推动了以共享经济为核心的本地服务的产生。(3) 社会交往的生态性。出于生态的考虑, 人们希望尽可能地减少他们对生态系统的触及, 进而选择消耗资源较少的“轻资产” (Asset-light) 的生活方式。<sup>①</sup> 除此之外, 是否应该再增加一个因素, 即当前全球化的经济萎缩或危机造成资源过剩及其限制性开发。由于糟糕的经济环境, 一些人转而求助对等网络实践, 通过提供一些服务或过剩的货币或未利用的资源, 来补充他们的收入。由上述共享经济形成中的推动因素可知, 除了城市的便利、生态考虑、资源过剩等外部有利因素之外, 数字平台和在线或移动支付系统是首要的、也是最为核心的推动力量。共享经济平台是这一推动力量在共享经济中的体现, 因此, 共享经济平台运营状况直接影响着共享经济的发展。

从共享经济发展的现实需要来看, 一方面, 共享经济模式的形成需要共享经济平台作为中介。因为陌生人之间不仅信任的建立是困难的, 陌生人之间还存在着信息沟通的障碍。为此, 需要一个可以满足以上两个条件的在线平台, 即需要共享经济平台来支撑整个共享经济模式。另一方面, 在这个过程中, 共享经济模式满足消费者、商品 (或服务) 的提供者以及中介机构各自的需求。这也可以从两个方面来分析: 第一, 对消费者来说是便利程度的提高, 因为他们可以使用特定的产品 (物质或者精神) 来满足其需求, 而不是购买“万能型”的产品。此外, 可以使用非购买商品而剩余的资本进行投资。从生态视角来说, 共享经济减少了商品和服务的生产, 具有减少废弃物的潜力。<sup>②</sup> 对于消费者来说“享受”和“声誉”也是关键因素, 填补经济和扩大生态福利可以为消费者带来良好的环境和社会声誉享受。第二, 供应商和中介机构也可以从新的商业模式和服务中受益。中介机构可以处于两个位置, 作为共享商品和服务平台的同时也可以提供额外的增值服务, 例如保险或支付服务。此外, 这些新模式也可以产生正面的声誉效应。例如, 如果公司为消费者提供转售他们使用产品的可能, 那么这样的新社区有助于树立其正面的品牌形象。

从共享经济理论来看, 费奥纳 (Fiona Fui-Hoon Nah) 和川浩 (Chuan-Hoo Tan) 认为共享经济的基础是参与者 (Peer) 之间的交流。因此, 从商业的视角来看, 在经济过程中会产生社会互动, 这也成为共享经济模式的一个重要基石。共享经济的基础是实现两端参与者 (自从对等网络经济开始, 消费者通常被称为参与者) 的交流, 而在这个经济过程中会产生社会互动, 其实质是共享经济参与者之间的联系。此外, 不同于传统的商业模式, 如 B2C (商对客), 共享经济是一个基于 C2C (个人对个人) 的新经济模式。因此, 我们需要一个额外的在线平台作为中介来实现共享经济。在线平台是由第三方提供的, 既可以是个人也可以是企业, 这个第三方帮助连接两个缔约方。

### 三、共享经济平台运营模式的特点

在全流时代, 共享经济平台能够充分展现其推介服务发展、推进产业转型、推动经济发展的本

<sup>①</sup> Sundarara Jan A. "Peer-to-peer Businesses and the Sharing (Collaborative) Economy: Overview, Economic Effects and Regulatory Issues". *Written Testimony for the Hearing Titled the Power of Connection: Peer to Peer Businesses*, 2014 (1), p. 12.

<sup>②</sup> 吴畏、石敬琳:《全球绿色经济的两个关键因素》, 载《管理学报》, 2018 (3)。

领，能够形成自己独特的运营模式，集中体现在以下几个方面：

### （一）共享经济平台能够有效推进“独角兽”企业发展

共享经济作为一个新型的商业模式迅速崛起之后，快速向传统行业渗透并得到飞速发展，形成了一批“独角兽”企业。科特西尔（Koetsier）和约翰（John）指出，在共享经济创新中很大一部分来源于初创企业，并且共享经济已经创造了 10 个“独角兽”。<sup>①</sup> 比如，Airbnb、Cambio、Fab Lab 以及 Flavr 等，其主要活动和具体描述参见表 1。

表 1 共享经济实践概览<sup>②</sup>

单位	主要活动	描述
Airbnb	共享房间	Airbnb（爱彼迎）是全球出租房的运营网络平台。
Cambio	共享汽车	Cambio 的客户可以暂时租用汽车。
Fab Lab	共享工具	Fab lab 提供几个车间的工具和机械。
Flavr	共享食物	连接家庭厨师和美食爱好者的在线平台。
Listminut	共享任务	个人可以提供服务或者要求他人提供服务的在线平台。
Thuis-afgehaald	共享食物	家庭厨师可以分享剩余膳食的在线平台。
Uber+Uberpool	乘坐共享	Uber 用户可以通过使用一个应用程序找到 Uber 司机。
Vélo	共享单车	由安特卫普的自行车棚组成的细网格网络。
WijDelen	共享工具	WijDelen 是佛兰德版本的“享借”平台。
Zen Car	共享汽车	Zen Car 客户可以租用汽车一段时间。

此外，“独角兽”的数量也在激增，根据相关研究得知，每月都会诞生一个超 10 亿美元的“独角兽”公司。虽然很多初创公司大都专注于金融服务、交通和旅游，但是目前也已经向教育、音乐甚至后勤发展，呈现出一种跨行业现象。除了初创企业，一些老牌公司在共享经济中也扮演着服务者角色。比如，宜家的顾客可以在他们的网站上交换二手家具。在沃尔玛在线平台上，消费者可以共享二手的视频游戏。

### （二）共享经济平台能够推进企业获得高额利润

共享经济平台在运营过程中往往可以获得高额的利润。比如覆盖全球 64 座城市、拥有 200 多个办公地点和 17 余万会员的 WeWork，其利润主要来源于三个方面：首先，会员费和餐饮服务费，通过或高或低的租赁费以及附加服务来获得利润。其次，隐形回报，包括拥有较低的办公场地成本和其他子公司的投资收益。WeWork 选择新开发区的办事处或者处在萧条街区的翻修建筑来开办公司，这意味着可以享受大约 10% 的折扣。此外，WeWork 子公司已经达到 14 000 个，公司收入的 28% 来自于规模较小的子公司。最后，租金方面，虽然 WeWork 的会员大部分都是初创者并且大多数都是短期租户，该公司仍可以获得高额的租金。例如，租用一个 64 平方英尺的办公室每人

<sup>①</sup> Koetsier, and John. *The Sharing Economy has Created 17 Billion-dollar Companies (and 10 unicorns)*, <https://venturebeat.com/2015/06/04/the-sharing-economy-has-created-17-billion-dollar-companies-and-10-unicorns/>.

<sup>②</sup> Verboven H, and Vanherck L. “The Sustainability Paradox of the Sharing Economy”. *Uwv Umwelt Wirtschafts Forum*, 2016, 24 (4): 303 - 314.

每月大约需要 650 美元。<sup>①</sup> 其收入的构成除了以上因素之外,还应包括线上和线下推广所带来的广告收益,在不影响其正常服务功能情况下,可以最大限度地获取广告收益。艾伦(J. P. Allen)总结了共享经济平台收益方面的特点,认为最大的共享经济网站的商业模式已经融合了三个基本要素:(1)共享经济业务需要一个交易费用,一般从 15%到 30%不等;(2)该商业模式为避免交易责任,试图通过声明他们只是连接买方和卖方,并没有提供服务,进而回避交易中的责任;(3)供应商和中介公司的收益包括服务价格、收费的比例、服务者收到的奖励都是实时变动的。<sup>②</sup>

由上述可知,共享经济平台收益来源多样,虽然存在变动性但是总体仍享有高额的收益回报。但共享经济平台在交易的过程中试图逃避责任的特点,很可能会影响其未来的发展。

### (三) 共享经济平台能够推介企业运营中依赖声誉获得更多机会、获得更大成功

在全流经济时代,不论是信息流、技术流、资金流,还是物质流、人才流,都与声誉紧密相关,没有声誉也就会很快失去流量。声誉来自相互之间的信任。在共享经济运营模式中,交易可以从在线平台两端的参与者任何一方开始,而交易的成功取决于参与者双方的信任程度。例如在发展中国家获得小额贷款是受限的,因为交易需要担负核实借款人的身份和固定抵押、填写文件等成本,而这些成本甚至超过了贷款的数量。如果没有这样的验证,银行将面临高度的违约概率。格莱珉银行(Grameen Bank)通过利用同行压力这一杠杆解决了这一困境。只要借款者在同行中有声誉就可以了,这个声誉抵押给银行不会产生内在的价值,但是它解决了信任的问题。因为银行知道它对于借款人是具有价值的。同样,在共享经济中的参与者也很珍视他们自己的声誉,因为他们的声誉就代表了其未来进行交易的筹码或者能力。对于在线平台两端的参与者来说均存在着道德风险,因为陌生人不可能像对待自己的爱车一样去小心地呵护和使用它。他可能危险驾驶或者将车停放在危险的道路上。总之,当服务完成后,拥有者不知道其爱车在这个过程中是如何被使用的。因此,对于参与者来说,其为了更好地在该平台中提供或者寻求商品(或服务),声誉都是至关重要的。正如塔西亚迪亚(Iis P. Tussyadiah)所提到的,随着社会实践和个体关系(C2C)的变化,网络用户通过技术传播中介形成唯一的网络行为。社交媒体的发展,促进互联网用户创建和管理意味着自己个人品牌的在线身份。<sup>③</sup> 此外,对于共享经济平台来说,声誉也是非常重要的。由先前的论述可知,共享经济平台“独角兽”公司的数量在飞速增长,共享经济平台在同行业中处于高压状态,稍有不慎就很容易垮台或者被吞并,因此声誉在此时就显得非常重要。另外,从消费者的选择视角来看,可供选择的共享经济平台数量在增多,会更倾向于信任那些具有良好声誉的平台作为共享资源或者寻求服务中介。<sup>④</sup>

## 四、共享经济平台运营模式的动力及社会价值

### (一) 共享经济平台的动力

共享经济平台运营模式发展的状况如何取决于推动其发展的动力。马尔特·米克尔·芒克

① Ba, Shulong, and Xianling Yang. "Internet Plus" Pathways to the Transformation of China's Property Sector. Singapore: Springer, 2016, pp. 131-136.

② J. P. Allen. *Technology and Inequality*. Switzerland Cham: Palgrave Macmillan, 2017, pp. 121-135.

③ Iis P. Tussyadiah. "Strategic Self-presentation in the Sharing Economy: Implications for Host Branding". *Information and Communication Technologies in Tourism 2016*. Switzerland Cham: Springer, 2016, pp. 695-708.

④ 刘源、张芳芳、宋志刚、肖楠:《共享经济下货运平台与用户价值共创机理——基于冷链马甲的案例研究》,载《管理学刊》,2020(3)。

(Malthe Mikkel Munkøe) 提到, 共享经济平台的发展基于两个动力, 即为消费者和企业提供即时服务的互联网及其经济要素的数字化转变。<sup>①</sup> 此外, 我们认为还应该包括移动设备 (如智能手机) 的普及和相关产品的出现所带来的动力。

首先, 互联网的推动力。在全流时代, 互联网技术的成熟发展使交易成本大幅度降低。随着互联网技术的发展, 消费者利用互联网技术交换信息几乎不用花钱。例如, 民宿网站 Airbnb (爱彼迎) 借助互联网技术, 使那些潜在的客户在网页上就可以轻易地浏览到众多民宿提供者的信息。如果没有互联网技术, 仅广告费就非常昂贵。此外, 由于地域限制, 传统的商业模式已经无法满足潜在客户寻找短期休假所用的出租公寓的需求。

其次, 要素数字化实现的推进力。在信息化时代, 经济要素都可以完全实现数字化转换, 使得共享经济平台能够减少风险和不确定性。在共享经济模式下, 共享经济平台为了增强陌生人之间交易所需的信任, 建立了相应的功能系统。例如, Airbnb 作为一个媒介在租户没有确认到达租住期限之前, 不会支付房东钱。此外, 它还还为交易双方提供了担保, 中介机构为参与者双方提供声誉记录, 这样人们就可以更容易将钥匙交给素昧平生的人。同时, 第三方平台提供这种信任的系统还可以排除有不良记录的人, 减少了交易的风险和不确定性。

最后, 移动设备和电子服务的推介力。在“App 经济”中, 移动设备和电子服务拥有便捷的移动智能设备, 使其成为强有力的推动者, 成为全流产业发展的主体推介平台和实现平台, 如智能手机和平板电脑等。如果借助智能设备来完成汽车共享, 对消费者来说是更简单和便利的。例如, 德国的 Car2Go 和 DriveNow、瑞士的 Sharoo、美国的 Getaround 和 RelayRides 都依赖于智能手机应用程序电子服务和智能卡的结合, 而不是物理的按键。

## (二) 共享平台运营模式的社会价值

共享经济平台在运营过程中, 由于其具有强有力的动力, 可以带动整个社会的全面发展。第一, 可以为消费者提供以前没有的新服务, 增加了消费者的享受感知。例如, 与传统旅馆相比, Airbnb 为人们提供了“真正”的住所, 因为一些人喜欢公寓的感觉, 这样全家人可以住在一起, 甚至可以做饭, 这样比传统旅馆更有家的感觉。第二, 可以实现更高效率的资源利用和再分配。人们可以通过出租自己闲余的资源获得一些利润, 也可以通过共享来免除购买一些非常用的商品, 这样可以使赚取的利润或因非购买所产生的剩余资金进行再投资。第三, 引导人们之间的交流促进信任生成, 并对整个社会凝聚力的生成具有一定的效果。陌生人之间的信任一般很难建立, 但通过共享平台增进了两者的联系, 并通过不断的联系强化整个社会的互信程度和凝聚力。在我国, 共享单车不仅有效提供了人们短途交通的便利, 而且也推动了城区观光和社区人员流动。第四, 通过剩余劳动力、资产和资源的再利用提高生产力的经济效率。根据有关研究发现, 由于 Uber 使用了价格调整, 美国 Uber 司机的冗余程度远比传统出租车司机要低得多。在高峰时价格飙升, 吸引更多司机提供服务; 需求下降时, 价格再调低。虽然 Uber 在运营中的价格比传统出租车公司低, 但事实上其最终获得的报酬跟传统出租车公司差不多。在我国, 各种网约车平台稳定发展、效益日益提升, 而且网约车从业者收入不仅是兼职收入, 而且越来越多地成为职业收入。第五, 迫使传统企业经营模式创新。Uber 的运营迫使传统出租车司机学习其运营模式, 根据需求调整价格, 并利用应用程序使乘坐出租车变得更加容易。在我国, 出租车公司和出租车司机绝大多数都开始使用各类网约车平台来增加和提升自己的运营能力和收入水平。

<sup>①</sup> Malthe Mikkel Munkøe. “Regulating the European Sharing Economy: State of Play and Challenges”. *Intereconomics*, 2017, 52 (1): 38 - 44.

## 五、共享经济平台运营模式存在的问题及建议

为解决共享经济平台运营模式存在的一些问题,我们提出以下建议:

### (一) 契约关系中应承担更全面的责任

共享经济平台在运营中往往试图通过声明他们只是连接买方和卖方,并没有提供实际服务,而且回避交易中责任的行为很容易使平台与消费者和服务供应商产生责任纠纷,但实际上,当使用共享经济平台与某人建立契约关系之后,平台和服务供应商的责任和义务很自然地就会产生。我们有时可能不会深度考虑共享经济的平台,而只关注缔约方和作为实际服务提供的分包商,然而这并不能免除平台的任何责任。此外,随着共享经济平台涉足的领域日益广泛,参与的主体和共享的形式也会日益增多和复杂化。共享经济很显然与以前的其他平台如易趣网有所不同,它们涉及的范围更广,应承担更全面的责任和义务。共享经济平台两端的参与者在将来的选择中,也会更加倾向于那些能够担负起全面责任和义务的中介。共享经济平台只有主动去承担自己的责任,而不只是借助暂时的优势安于现状,这样才能为更多的参与者所接受,并在将来的竞争中处于优势。在我国,政府部门要加强对共享经济平台及其使用者的监管,堵住任何企业或个人利用共享参与逃脱责任的漏洞,切实履行政府的应有义务和责任。

### (二) 构建与共享经济平台相匹配的税收机制

关于共享平台的另一个重要的问题就是税收。由于共享经济平台独特的运营模式和复杂多变的服务形式,使其更容易偷逃税,而且由于不同于传统交易模式,一些项目是否应该征税一直存在争议。在与传统经济模式进行竞争的过程中,共享经济平台公司也常常存在偷逃税、监管缺失等问题,这严重影响着整个经济生态的平衡与发展。正如马尔特·米克尔·芒克指出的,共享服务应该申报和征税,但是人们很容易投机。如果供应商选择不申报,实际上共享经济平台所获得的收入就基本上躲过了税务机关的注意。所以,对共享平台收入的流动进行适当的监管是必要的。为此,政府需要针对共享经济平台的运营模式和特点构建相应的税收机制,明确争议之处,采用新的监管手段和技术来维持经济生态的稳定与公平。我国目前的税收制度对于共享经济还存在较大漏洞,需要修改税收制度、再造或补齐短板,既不能对共享经济课以重税,也不能对共享经济税收不管不问。

### (三) 构建与共享经济平台运营模式相适应的法律体系

共享经济平台运营模式催生出了新的法律结构和形式,严重冲击了现有法律。共享经济平台作为供需方的代理中介而存在,因此,共享经济平台与供需两方形成的契约关系其实质是一种居间合同关系。<sup>①</sup>居间合同关系与传统的合同关系相比更为复杂,合同关系由供需两方通过共享经济平台来完成,进而催生出了新的法律结构和形式。此外,共享经济平台运营模式中存在着诸多的不确定性,加上复杂的外部经济环境,产生了较传统法律形式更为复杂的法律结构和后果。因此,需要根据共享经济平台的特点,细化和完善原有的法律、法规,构建更加完备的法律体系。为了监督共享经济交易双方及其平台的契约责任,政府应该通过制定法律法规来制约与推进。在我国,应该尽快完善电子商务和电子政务相关法律法规,例如《个人隐私保护法》《网络交易保护法》等,推进共享经济处于持续良性发展中。

### (四) 将声誉作为一种监管利器

由于声誉在共享经济中的重要作用,一些学者主张利用声誉实现监管。莎拉·内特(Sarah

<sup>①</sup> 董成惠:《共享经济法律机制的嬗变》,载《学习与实践》,2016(12)。

Netter) 认为, 大多数共享倡议发挥社交媒体的作用, 通过陌生人之间的参考系统和信任的灌输来实现透明, 这也增加了相关的信息和案例的透明度。鉴于声誉对于社会认可的重要性, 增加社交媒体的透明度和在线自我声誉管理是必要的。<sup>①</sup> 消费者线上的声誉管理可能影响其今后的资源的共享和相关共享服务的享受, 而对共享经济平台来说可能会是致命的。因为, 经济的损失并不可怕, 但在线声誉的影响从长远来看将是昂贵的。萨米·达赫利亚 (Sami Dakhli) 等认为由于共享经济平台独特的运营模式, 身份的核实和相关声誉的问题是必须要解决的。声誉的监控可以在进一步完善评价系统、信用保险制度、信用管理制度等声誉管理体系的基础上, 采用生物识别技术, 如面部、视网膜或语音扫描等技术手段来作为技术支撑。<sup>②</sup> 虽然, 这样可能会引出隐私问题, 也会增加平台提供商的成本, 但是带来的价值将是无限的。例如, 为车辆或公寓业主投资监控设备, 实现对一个人进行强有力的身份验证是有意义的。在我国, 要把社会主义核心价值观作为维系和提升共享经济参与者的声誉基本原则和基本工具, 不仅在共享经济交易活动中, 而且在人们共享经济的参与活动中, 都要大力推进社会主义核心价值观的践行和贯彻, 把社会主义核心价值观作为衡量共享经济及其参与者的声誉的基本标准。

## Construction of the Sharing Economy Platform Operating Model in the Era of Full Flow

LIU Bangfan<sup>1</sup>, LI Junjie<sup>2</sup>, CHEN Pengwei<sup>3</sup>, WANG Wenlong<sup>4</sup>

(1, 4. Public Administration College Yanshan University, Hebei Public Policy Evaluation and Research Center,

Qinhuangdao, Hebei 066004; 2. Xingtai Polytechnic College, Xingtai, Hebei 055004;

3. School of Electronic and Communication Engineering, Tianjin Normal University, Tianjin 300387)

**Abstract:** Human beings have begun to enter an era in which flow determines everything, an era in which development depends entirely on flow, and an era in which all development revolves around flow—the era of full flow. The sharing economy is a typical transformation paradigm adapted to the era of full flow, and its huge market value has been fully verified. In the era of full flow, there are still many problems and disputes in the future development of the sharing economy. From the three perspectives of the formation of the sharing economy, the theory of the sharing economy and the actual demand, we can see that the sharing economic platform is the support of the development of the sharing economic model, and its operating model directly affects the development of the sharing economy. From the perspective of the development trend of the era of full flow, the current operating model of the sharing economy platform needs to be continuously optimized, its development momentum needs to be further strengthened, and its social value needs to be further evaluated, which can be improved from three aspects: contract, norm and supervision.

**Key words:** Era of full flow; The sharing economy; Platform; Mode of operation

(责任编辑 林 间)

<sup>①</sup> Sarah Netter. “Availability Cascades and the Sharing Economy: A Critique of Sharing Economy Narratives”. In Attila Gyenis. *Sustainable Consumption*. Switzerland Cham: Springer, 2016, pp. 65–82.

<sup>②</sup> Sami Dakhli, Andrés Davila, and Barry Cumbie. “Trust, but Verify: The Role of ICTs in the Sharing Economy”. In Francesca Ricciardi, and Antoine Harfouche. *Information and Communication Technologies in Organizations and Society*. Switzerland Cham: Springer, 2016, pp. 303–311.