

共享經濟崛起下日、中、台商機研析

摘要

全球共享經濟的商機已從最初的汽車、房屋的共享，迅速滲透到金融、餐飲、空間、物流等領域，並加速往農業、能源、生產領域擴張。PwC 報告指出，目前全球共享經濟規模約 150 億美元，估計 2025 年將成長超過 20 倍達 3,350 億美元。其中，日本民間共享金融發展快速，住宿及交通等領域也積極拓展；中國在食、衣、住、行各方面都能看到共享經濟參與其中；台灣則受現行法律和社會因素影響發展較緩。因此，建議企業可朝向(1)瀋陽 i5 智能平台模式，切入產能共享系統平台開發；(2)透過淘工廠產能分享方式，將產能商品化，提高企業間資源運用效率；(3)結合大數據與共享金融，有效降低網路募資與借貸徵信風險等三大面向，搶占國內共享經濟商機。

一、前言

在經濟景氣的衝擊、社會追求永續發展、行動裝置與網路普及等多方因素驅動下，「共享經濟」(Sharing Economy)浪潮正快速崛起。根據英國 Nesta(2014)對於共享經濟的定義，凡是利用網路科技連結分散的群體，促使貨品、技能及其他有用的事物，能更有效的利用，均屬共享經濟的範疇。共享經濟時代的來臨，顛覆了傳統企業經營的形態與觀念，其創新的商業模式，除提供消費者更有效率、便利的服務，亦可為存在中的社會問題提供解決方案。

由於共享經濟之發展除可同時提升資源運用效率、恢復社會信任外，其低度的進入障礙與高創新服務的特性，更有利於新創事業與中小企業發展。近年全球出現許多創業者以資訊平台方式提供供需雙方點對點(Peer to Peer)的媒合服務，並獲得廣大的消費者支持。根據定期公佈全球獨角獸(市值超過 10 億美元新創公司)的華爾街日報(Wall Street Journal)，2014 年全球 9 大百億美元市值的新創事業中，即有兩間企業為共享經濟模式，分別是排名第 2 的 Uber(市值約 412 億美元)與第 8 的 Airbnb(市值約 100 億美元)。此外，資誠聯合會計師事務所(PwC)報告也指出，目前全球共享經濟規模約 150 億美元，預估 2025 年將成長超過 20 倍至 3,350 億美元，顯示共享經濟之發展潛力可期。

共享經濟所帶來的正面效益與近年來的爆炸性成長，亦受到國際間的關注。為了深化此一概念的應用，許多國家及組織皆提出相關政策或研擬推動措施，如 2009 年 12 月韓國首爾市頒布的共享城市(sharing city)宣言，歐盟經濟社會委員會(European Economic and Social Committee, EESC) 亦於 2013 年 9 月推出歐洲共享經濟聯盟(The European Sharing Economy Coalition)，深入討論共享經濟發展的效益及對歐盟的重要性；而英國商業、創新暨技能部(Department for Business, Innovation & Skills, BIS)則是在 2014 年 11 月發表開放共享經濟(Unlocking Sharing Economy)的獨立評論，提出對政府的建議，期將英國打造成共享經濟全球發展中心。

除了上述韓國、歐盟、英國等國家及組織皆針對共享經濟進行研議或提出相關條例，並透過整合資源、運作管制、資金協助、促進發展等推動措施外，日本新經濟連盟 2015 年 5 月份提出「JapanAhead」報告，以共享經濟為倡議重點，建議修正道路運送法、旅館業法、勞動與金融等相關法律；美國聯邦貿易委員會 2015 年 6 月份開線上諮詢會議，討論 Uber 等新創公司規範架構。中國國務院總理李克強在 2015 年 9 月份世界論壇(WEF)達沃斯年會上指出「分享經濟是拉動經濟增長的新路子」，透過共享、合作管道推動創業創新，門檻更低、成本更小、速度更快，而 2015 年 10 月底中共十八屆五中全會後公布的「十三五規劃」中，則將共享經濟提升到國家層面規劃，寫入規劃建議。對此，本文將共享經濟崛起後對我國帶來的挑戰與商機，並綜整日、中、台在共享經濟發展情形，提出台灣發展共享經濟的商機所在，並說明可能面臨的挑戰為何。

二、共享經濟商機概述

共享經濟在近年發展快速，主要受到過去十年行動科技發展快速的推波助瀾，使得市場供需雙方的搜尋和配對成本大幅降低，因而消費者可透過較低價格、較高品質或較具效率的方式獲得共享商品或服務，進而促進業者產生創新商業模式。尤其在 2008 年金融危機之後，伴隨互聯網等行動技術及其創新應用進入爆發期，至 2014 年以來呈現出噴發式發展態式。CROWD Companies(2014)依共享的對象所發展出來的服務範疇，包括空間、交通、物品、服務與金融等領域，所發展出來的共享經濟企業如圖 1 所示。

空間	辦公空間	ShareDesk Desks Near.Me
	旅遊住宿	airbnb gonefinestay HomeAway
交通	運輸服務	UBER AVEGO tripda lyft
	車輛出租	ses zipcar DriveNow
物品	二手貨	ebay YAHOO! yerdle
	租借物	RENTTHERUNWAY BAG BORROW & STEAL Playgo
	客製品	Etsy THE CROMMET shapeways
服務	專業服務	oDesk Elance freelancer
	個人服務	taskrabbit Angie's list
	開源協作	Udacity LEGO kaggle
金融	微型貸款	LendingClub KIVA PROSPER
	群眾募資	KICKSTARTER indiegogo

資料來源：康廷嶽(2016)，共享經濟崛起對台灣中小企業之機會與挑戰。

圖 1 國際共享服務發展範疇

根據 CB Insights 調查研究的數據顯示，截至 2016 年 2 月 4 日，全球市值在 10 億美元以上共享領域的民間企業有 151 家，其中有共享汽車的 Uber、滴滴出行、Lyft、OlaCabs、BlablaCar 以及 Grab Taxi；共享房屋及辦公室空間的 Airbnb、途家網及 WeWork；共享網路存儲空間及軟件的 Dropbox 及 Github；共享鄰里信息的 Nextdoor 等；提供金融 P2P 服務的 Funding Circle、Social Finance，以及生活服務類的 Delivery Hero、HelloFresh、餓了么、Instacart 等。此外，該公司更指出這些新創公司成立不到 5 年，其市值就達到上億美元甚至上百億美元，未來隨著共享領域的拓展及商業模式不斷創新，會有更多巨無霸企業產生。

全球共享經濟的商機已從最初的汽車、房屋的共享迅速滲透到金融、餐飲、空間、物流、教育、醫療、基礎設施等領域，並加速往農業、能源、生產、城市建設等更多領域擴張。可預期的未來，一切可共享的東西都將被共享，人民的工作和生活方式將發生重大的變化。誠如共享經濟倡導者瑞恩.格麗(Ryan Gourley)所言："共享經濟從一個城市開始，逐步擴展到一個地區，進而滲透到整個國家，最後形成一個共享的世界"。

三、共享經濟在日本及中國的發展情形

(一)、共享金融持續發展 住宿及交通納入規範

根據三浦展(Miura Atsushi)發表的「第 4 消費時代：共享經濟，讓人變幸福的大趨勢」指出，日本社會已由第三消費社會轉向第四消費社會，主要包括以下五個特徵：(1)從個人意識到社會意識，從利己主義到利他主義；(2)從私有主義到共享意識；(3)從追求名牌到追求簡單、休閒；(4)從崇尚歐美、嚮往都市、追求自我，到日本意識、地方意識(從集中到分散)；(5)「由物質到服務」的真正實現，或對人更為重視。

這種社會意識的傾向在「311 東日本大地震」後有所增強，人們開始捨棄對物品的「擁有權」，開始重視物品的「使用權」，自然而然形成環保意識，在追求自然、簡約生活方式之下，讓讓輕資產世代的消費者，著重共享精神衍生到利他精神，他們更關懷社會，更重視每次結合公益活動的消費體驗所帶來更大的滿足與快樂，因而形成日本發展共享經濟的契機。像是 311 大地震後所發展出來的群眾集資平台¹(Crowd Funding Platform，包括 READYFOR、CAMPFIRE、WESYM 等)，係由非營利機構為受災區及災民募集重建資金，屬於沒有金錢回饋的「購物型」或「捐贈型」。

然自 2014 年 5 月起受日本金融商品交易法等部分修正規範，在未上市企業可利用網路公開募資之下，平台可吸引科技相關新創業者投入，活絡日本相關產業；而支持地方活化的「小額投資本(マイクロ投資)」如「music securities」公司，是從音樂基金到名為「securite(セキユリテ)」的平台上，以一口 1 萬至 5 萬日幣不等金額投資許多不同類型的地方事業，如純米酒的酒藏、芝麻油工廠、因海嘯全毀的水產食品廠等等；而「震災支援基金(被災地応援ファンド)」則募集 11 億日圓的資金，支持 40 檔基金來進行企業災後復建與長期陪伴。另外，許多類似共享領域平台產生，如：軒先パーキング(Nokisaki Parking)是出借家裡空車位的媒合平台；日本手藝共享平台的 Coconala，提供近 5 萬個工作機會，並以眾包的模式解決用戶需求問題等。

¹「小額投資」與「群眾集資」性質不同：日本「小額投資」屬「債權型」群眾集資，自 2008 年起，需符合金融交易法規，業者須取得執照，並且要定期報告。日本「群眾集資」則自 2014 年 5 月通過金融商品交易法等部分修正法案後，導入風險管理之下，群眾集資平台已從沒有金錢回饋的「購物型」或「捐贈型」走向「投資型」。

在政府方面，早在 2003 年小泉純一郎首相即提出所謂「觀光立國」構想，而今年 3 月安倍政府更在「支持明日日本觀光願景之構想會議」中，以 2020 年日本主辦東京夏季奧運作為契機，宣示「倍增」目標，預期 2020 年訪日旅客人數提高至 4,000 萬人次，2030 年達 6,000 萬人次，外籍旅客消費額能由 2015 年 3 兆 4,771 億日圓(約 287 億美元)，提升到 2020 年的 8 兆日圓(約 661 億美元)及 2030 年的 15 兆日圓(1,239 億美元)。

就訪日外籍旅客而言，「住宿」與「交通」往往是決定旅客行程規劃與消費活動的兩大關鍵因素，但隨著訪日觀光客愈來愈多，東京或京都等重點觀光都市已明顯感受到旅館不足，即使有空房的旅館，也因住宿費用逐年翻漲，令一般旅客卻步，地方旅館業則因語言問題對外籍旅客的應對太慢，再加上交通運輸工具的不便及日本計程車收費較其他國際城市高出甚多等問題，「住宿」與「交通」反而成為日本發展觀光立國首要排除的障礙。

於是，安倍政府在 2014 年制定「國家戰略特別區法」，明文要增進觀光客而推行民泊計畫，2015 年 10 月的「第 16 次國家戰略特區諮詢會議」更主動提及共享經濟裡日漸普及的「住宿」與「交通」兩部分，「除旅館外也要擴大能提供短期利用的住居」，以及「要擴大活用自用小客車，以作為偏遠區域的遊客交通方式」，試圖將共享領域的創新商業模式納入法令管理。

為此，日本政府首先在大阪成立民泊推進條例，同時也宣布東京都先以大田區為首，開放民泊經營。2016 年 1 月 29 日東京都大田區成為全日本第一個合法的民泊區域；2 月 12 日網路仲介公司「TOMARERU」提出經營申請，成為首個合法認定的民泊；5 月 13 日則敲定全面解禁「民泊」草案，將允許遊客等付費入住當地居民的住宅，而擁有住宅等的房東只要通過網路完成簡單手續，無需取得日本《旅館業法》規定的相關許可，即可出租房屋，另也將允許住宅區展開遊客出租房屋的營業。相關政府監管改革實施計劃，將於 2017 年的例行國會提交新法案。此顯示出日本政府對共享領域創新商機的模式，已逐步採行放寬策略。

(二)、中國推行 " 雙創 " 與 " 四眾 " 提供最佳試驗場

中國政府近期推動以創新驅動推進供給側改革、貫徹落實創新的發展理念及培育新經濟成長點等，發展共享經濟正好切合政府「創新、協調、

綠色、開放、共享」等五大發展理念。加上共享經濟是體現信息技術、商業模式及制度等創新的要求，亦成為「眾創、眾包、眾扶及眾籌」的「雙創與四眾」的最佳試驗場。因此，2015 年 8 月中國頒布首條規範專車的服務，開啟共享經濟法制化進程，同年 10 月底中共十八屆五中全會後公布的「十三五規劃」中，將共享經濟提升到國家層面規劃，列入規劃建議中，顯示中國官方正在積極完善相關法律政策。

中國民營企業發展共享經濟方面，近幾年共享領域獲得風險投資的企業數量及融資金額也呈現大幅成長，光 2015 年滴滴出行公布的融資總額超過 229.4 億人民幣(約 36.8 億美元)，美團網、螞蟻金服則分別取得 138.6 和 121 億人民幣的融資(約 22.3 億美元及 19 億美元)。尤其滴滴出行在今年 5 月更獲得美國蘋果公司 10 億美元投資及 6 月份中國國有保險公司中國人壽超過 6 億美元的投資，有與 Google 投資的 Uber 相互抗衡態勢。

若以用戶的食、衣、住、行等來看中國共享經濟發展概況，在食方面則有回家吃飯及媽媽的味道等；在衣著方面則有那衣服及 Rent the Runway 等；在房屋短租則有游天下、螞蟻短租、小豬短租及 Airbnb 等；在行的方面有滴滴出行、易到用車、PP 租車及 Uber 等交通運輸及達達物物、e 快送等物流快遞，此外，還有 P2P 金融網貸的陸金所、人人貸及 Lending Club 等；在教育學習方面，則有 MOOC 中國及 Coursera；醫療的春雨醫生及名醫主刀等；旅遊方面的螞蜂窩、百度旅遊等；技能與知識共享類的豬八戒、在行、K68 及百度百科等；在生產方面則有阿里巴巴淘工廠、瀋陽機床 i5 智能平台等。

根據中國官方統計，中國共享經濟市場規模約為 1 兆 9560 億人民幣(3,140.9 億美元，其中交易額為 2,906.5 億美元，融資額為 234.4 億美元)，主要集中在金融、生活服務、交通運輸、生產、知識技術及房屋短租等六大領域，參與及提供服務人口約 5,000 萬人，約占中國勞動人口的 5.5%，並保守估計中國參與共享經濟活動已超過 5 億人口。官方也預估未來 5 年中國共享經濟年平均成長率將達 40%左右，到 2020 年共享經濟規模占中國 GDP10%以上。

四、台灣發展共享經濟挑戰與商機

對國內企業來說，共享經濟的崛起，除了同時創造經濟與社會價值，其低進入障礙與高創新服務的特性，更有利於新創事業與中小企業開拓商機，進而可促

使創新創業的產生，並達到平衡企業成長與促進經濟發展之效。台灣在 2014 年全球網路整備度指標(NRI)排名第 14，經常上網數超過 1,100 萬人次，非常適合利用共享經濟模式提升資源運用效率。近年來除國際知名業者紛紛進軍台灣外，國內亦開始出現以共享經濟模式運作之新創事業，如共乘平台 Carpo、專案外包平台愛蘇活、二手衣物買賣網站二次時尚，與 FlyingV、嘖嘖、群募貝果、WeReport、Fuudai、創夢、HereO 等群眾募資平台。

在國內外共享經濟型企業在台發展之際，某些服務卻因與國內現行法律規範衝突而產生爭議，如共享經濟中的運輸服務，不僅模糊了租車業與計程車業的界線，交通事故時對司機與乘客的權益保障也存在爭議；而共享住宿空間的服務，也與國內旅館、民宿業雷同；二手網路平台是否受消保法鑑賞期限限制等。此外，隨著商業模式的擴展及演化，未來可能衍生出許多更複雜的問題。因此，在鼓勵創新創業的立場下，該如何同時確保市場之公平競爭與維護社會秩序，成為國內政府現正面臨的難題。據此，面對目前共享經濟在台灣發展情形，本文提出下列三點作法建議供企業廠商參酌。

(一)、 切入產能共享系統平台開發

如前文所述，目前台灣共享經濟主要爭議多出現在與消費者相關事項，不過在生產端的廠商之間進行共享並無此顧慮，因此，可由提供其類似企業資源規劃、供應鏈管理、顧客關係等系統所具有的基本營運服務機能平台切入。服務項目可包括：基本資料管理維護、供應商、採購進貨、配銷、庫存、財務、人資 / 事務、生產與決策支援、銷售、行銷、顧客服務與支援、雲端儲存與運算等層面之代管或共同合作服務。

如中國 2012 年瀋陽機床廠成功開發出世界首台具有網路智慧功能的“i5 智慧化數控系統”，通過互聯網平台，以即時付費(Pay online in time by Data)的方式，實現按用戶需求(on Demand)銷售。簡單說來，就是通過智慧機床將其運作狀態整合，實現機床閒置時間的共用，滿足不同客戶的生產需求，而瀋陽機床廠因此成為有生產能力的供應方，而連接智慧機床的 i 平台則成為其自建的共用平台。

(二)、 透過共享機制提升企業間資源運用效率

以強化 B2B 之間聯繫的方式，解決訊息不對稱問題，降低搜尋成本，提高人力、物力的運用效率。舉例來說，藥廠巨頭 Merck 透過與

Medimmune 共同分享製造產能，讓 Merck 更有彈性利用其製造設備，並提高雙方獲利；中國已有超過 8,000 家工廠透過阿里巴巴「淘工廠」來整合協作生產，交易額最高的企業一年達到 2,000 萬人民幣。

除製造業外，服務業業者亦可透過共通性之服務協定，讓有興趣參與合作之企業與個人能夠快速的連結組成團隊，並在具有指揮、通訊與協作功能的專案管理平台上，進行聯繫、資料交換、產銷、顧客管理等業務運作，並提供社群行銷、需求分析、社會議題與營運成效追蹤等支援服務。

(三)、結合大數據及共享金融降低風險

在共享經濟的類型中，相對於交通、住宿等共享模式，我國發展金融相關應用較為完整。過去政府為了擴大微型創新企業更多元化籌資管道，將原本屬於沒有金錢回饋的「購物型」或「捐贈型」等不受金融法規限制的群眾募資平台，開放符合一定資格之民間業者，得經營股權性質之群眾募資，以及增加股權募資平台業務範圍，且籌資金額也由每年新台幣 1,500 萬元拉高至 3,000 萬元。

雖然目前網路金融平台仍存在許多爭議，尤其在借貸平台方面，因缺乏監管而蘊藏大量風險，透過網路交易的虛擬性導致很難評價借貸雙方的信用狀況，極易產生欺詐現象。因此，國內金融業者若能透過控股公司與子公司的方式推行共享金融服務，並在客戶同意的情況下，將集團內部龐大金融數據進行分析，將可有效降低風險並取得競爭優勢；或以專案合作的方式，協助現有借貸或募資平台業者進行徵信或評價，如此一來不論是金控端或是平台端均能獲利，形成雙贏的最佳局面。