

共享经济2.0：个人、商业与社会的颠覆性变革 (创新商业模式解读)

作者：刘国华，吴博

版权信息

书名：共享经济2.0：个人、商业与社会的颠覆性变革
作者：刘国华，吴博
出版社：企业管理出版社
出版时间：2015年10月
ISBN：9787516411360
排版：安然
制作：豆子书坊

【欢迎加入罗友书社，微信：15535237487,得到APP，喜马拉雅，樊登读书会海量精彩好书分享】

版权所有·侵权必究

□

作者介绍

刘国华，博士，上海外国语大学国际工商管理学院副教授。主要研究方向为：品牌管理、感官品牌、互联网与数字营销等。主持和参与国家级、省部级课题10余项，主持企业委托咨询课题若干。出版《品牌资产与销售促进：基于顾客视角的研究》、《品牌形象论：构建独一无二的品牌价值》、《从2D到5D：全方位体感式营销》等专著5部，在国家级重要核心期刊《经济管理》、《研究与发展管理》等发表学术论文40余篇。担任多家公司品牌战略顾问，常年为企业提供品牌战略规划、品牌健康诊断、新媒体与数字营销、品牌形象建设、移动互联网与企业转型等方面的咨询和服务。

吴博，曾是英国利兹大学从事谷歌研究奖支持的博士后，曾任职创业公司数据产品负责人、爱立信大数据组高级研究员，现为深圳某科技公司数据科学家。关注数据技术发展趋势、数据驱动的新型TMT行业发展。【欢迎加入罗友书社，微信：15535237487,得到APP，喜马拉雅，樊登读书会海量精彩好书分享】

推荐序

共享经济，可以帮助更多人获得自由吗？

2015年9月20日的下午，在深圳智慧广场D座4楼，朋友的茶室，来自惠东小镇的在行学员，跋涉了两个多小时过来向我提出他的困惑，希望我对他的出路给出一些建议。我说，未来，为什么不可以这样设想：他仍然在农村工作，但是透过网络，业余时间里，他可以拓展自己的第二职业，比如也在在行这样的平台成为行家，但不限于面对面的交流方式，而可以通过视频、通过电话。这样，他可以将触角伸向全国乃至全世界，他仍可以每天早晨五点半起床，迎着阳光奔跑，然而因为充满了希望，每一天都变得不一样。他不需要羡慕在北上广深工作的同学，因为他有自己的丰富天地。

在行，是一个付费制经验交谈平台。截止到9月21日，我成为行家62天，已经约见了45位学员，有四个话题，价格分别从300元到1000元。来约见我的人，来自各行各业、各个年龄段。他们带着关于读书、个人品牌、自由职业、个人知识管理等困惑过来，带着探询人生方向的渴望、针对自身的方法和工具满意而去。我是自由职业者，共享经济给我带来便利和收入。如同我给惠东青年建议的那样，我的工作，已经突破了地域的限制。

之前，在和本书作者会面、交流共享经济的那天，我也刚刚约见完一位在行学员。关于共享经济，我和本书作者的确有太多的共同语言。所不同的是，他们是全方位地进行理论和实践研究，而我是偏重于实践：我是优步的深度用户，自从使用优步以后，前后共乘车二百多次，都是使用优惠乘车券，目前账户上也还有三千多元乘车金。换句话说，我从来没有花过自己的钱来乘车，而这得益于优步的推广措施。我有大量的粉丝，当他们使用我给的优惠码乘车，我们双方都受益。当然，这不算什么，有位叫兰军的优步用户，乘车金账户一度达到25万元。很多人怀疑真实性，而我却找他探究原因：我想，这恰恰是兰军、我，包括国华、吴博，我们这些人和其他很多人的思维差异：当众多的人还在怀疑共享经济是什么的时候，我们已经是使用者和受益者。

而国华、吴博两位不满足于知其然，也要知其所以然，所以有了这本书的探究。这本书应是开国内共享经济研究的先河，系统、全面、深入地介绍共享经济。共享经济不是洪水猛兽，它的确会对固有的社会秩序造成冲击，然而也会对社会资源进行更加有效的配置，并且促进社会的良性变革，以及环保。共享经济也并非不涉是非，它也会存在各种争议，然而终归是，利大于弊。因为有了优步等乘车方式，我的确更加不想买车了，之前不想买车的原因是因为堵车和停车。而我在旅行的时候，也会愿意采用Airbnb等方式。同时，我也通过在行，分享我的时间和知识，既能够帮助他人，又能够赚取收入，何乐而不为呢？

我不是优步和在行的员工，但也为他们做了大量推广。我总认为，这是非常好的方式，可以帮助人们更有效地运用业余时间，而不是白白地浪费。我喜欢和优步司机聊天，探寻背后的故事。不止一位优步司机告诉我，之前不开优步，晚上在家里总喜欢约几个朋友打牌打麻将，还影响了家庭关系。现在开车，比以前有意义多了。

我相信未来有更多的共享经济的新形式涌现出来，也希望这本书能够让人们更好地认识共享经济。未来已来，共享经济将改变我们的生活，既然如此，我们何不好好拥抱它呢？

萧秋水

自由职业者，知识管理专家，实战网络营销专家，旅人，作家，出版专业书籍《微信控》、《微

博控》 |
《百问知识
管理》等，
出版有畅销
散文集《这
一生，静待
时光检
验》。新浪
微博@萧秋
水，公众
号：萧秋水
(qiushuixiao)
均有大量忠
实粉丝，共
享经济的既
得利益者。
【欢迎加入
罗友书社，
微信：
15535237487，
得到APP，
喜马拉雅，
樊登读书会
海量精彩好
书分享】

引言：共享经济从1.0到2.0

生活方式向来是与生产力水平对应的。

农业时代的生活方式是日出而作、日落而息，因为农耕社会的生产依赖阳光，一旦没有了太阳就很难进行生产。

工业时代有了机器，有了大规模的生产，公司化开始流行，人们的生活开始有了朝九晚五，有了工作日和周末，多了一些时空分离的标准。

PC（个人电脑）互联网时代，人与人的联系变得容易起来。依靠一台电脑，人与人之间大大打破了空间局限，快速发生链接，网络生活成为一种较为普遍的生活方式。

随着智能移动终端、数据处理和智能技术的急速发展，各种信息交换和交易成本大大降低，及时性大大加强。相比于PC互联网，这个时代几乎完全打破了时空局限，“随时在线，及时沟通”成为常态。

著名的大文豪狄更斯先生在《双城记》的开篇这样写道：“那是最美好的时代，那是最糟糕的时代”，可能是上述问题的答案。面对移动互联网和物联网大潮，很多企业和个人找到各自的机会，实现了一飞冲天的梦想。对于他们，这是最好的时代；而对于有些企业或个体，他们在传统的路上看不到新的局势，在社会变革的潮流中或惶恐、或惊讶，迅速走向衰落。对于他们而言，这是最坏的时代。

无论时代好坏，我们要承认当前所面临的生产力变革正在全天候地快速改变着今天的世界，把很多不可能变成可能，把很多资源迅速连接组合，使其焕发出崭新的生命力，旧模式要么被摧枯拉朽地摧毁，要么迎来凤凰涅槃般重生。

“共享经济”（Sharing Economy）就在这个时间浮出水面，短短几年间得到了极大的发展。我们这里用“发展”一词，表明它并不是完全新生的事物。

很多家长在教育孩子的时候，总是会说“要学会分享噢”“把你的糖果分享给其他小朋友”之类的话。美国心理学家迈克·托马塞罗（Michael Tomasello）研究了小孩子意识中的合作意识。迈克·托马塞罗最近的书《我们为什么合作》（Why We Cooperate）中指出，人类的合作意识并不是从成年人那里学过来的，也不是出于对某种回报的期望而产生的。到了3岁左右，小孩开始受现代文明的“社会规则”影响。在这个阶段，个体开始对群体中的个体有了判断，从而影响他对集体合同行为的态度。他们的分享行为开始有了选择性，对自己认可的同伴会更乐意分享。托马塞罗同时也相信人类有自私的天性，相互的合作和帮助，也是基于自身利益而出发的。

不仅是人类，动物也会有共享协作的本能。瑞奇·柏慈曼（Rachel Botsman）和卢·罗格斯（Roo Rogers）在其合著《我的就是你的》（What's Mine is Yours）一书中提到海豚在共享中获得利益的例子。就像其他的动物一样，海豚在捕鱼和寻找同伴的过程中，都有大量的集体协作行为。海豚一般成群生活，每个海豚群由6~10只海豚组成。但在太平洋和大西洋这样的开放水域，一些小的海豚群会暂时（几分钟到数小时不等）组成大的群体来集体扑食，这种临组的群体中海豚数量有时达上千只。它们把鱼群围在一个巨大的包围圈内，就像牛仔赶牲畜一样，用它们的身体形成一堵围墙，在这个过程中，一些体型较大的雄性海豚会在最外围来回漫游，以防其他的掠夺者前来抢食。海豚慢慢聚拢缩小包围圈，把鱼群逼成一团，然后海豚开始从鱼群底部或者直接冲进鱼群轻易扑食。海豚还有另一种技术，在围猎的过程中，年长的海豚会潜到鱼群的下方，向同伴发出信号，告知附近还没有扑到食物的其他海豚。不管怎么样，它们协作的原则都是一个：集合到一起的个体越多，就越容易扑食成功，集体中所有的个体都能获得更大的利益。依托集体的力量，海豚可以完成仅凭一己之力无法完成的任务。如果有一天你在海面上看到成群的海豚飞跃追逐，你会明白集体行为并没有破坏它们的个体权力。

在人类远古时代，我们同样也像海豚一样生存，大家集体作业，然后互相分享各自的食物、土地和其他资源，这让生存变得更加容易。集体协作贯穿了整个人类可记载的历史，他们通过相互之间的分享而相互依存，他们会分享各自的工具，一起搭建牲畜棚，收获庄稼，甚至一起保护属于各自的领地。人类学

家坚信这种亲密关系和互相回报是一种不可改变的人类行为，是人们相互协同的基石。

100多年前，私人开始在报纸上刊登广告将自己的空置房屋出租，亦可看作共享经济的一种初级表现形式。但这种刊登广告发布信息的方式成本高，交易的时效也得不到保证。

40多年前，当互联网从美国国防部的阿帕网拓展诞生时，其覆盖范围特别小，基本上一张纸上就可以画完它的内部结构。那时的电脑机身有一间房那么大，人们对家庭是否可以拥有个人电脑，互联网是否会很大程度上改变我们的世界，是带有极大的疑问的。很显然，当时电脑和互联网的产生是为了“正事”，而不是娱乐。但是事实并不完全是这样，很多人利用电脑纯粹只是体验上网这种感觉。20世纪70年代末，雷·汤姆森发明了电子邮件，这种可以从一个地方发文件给另一个人的东西，邮件的主要作用就在于把硬件后面的人连接起来，实现了信息沟通。之后随着PC的普及以及各种即时通讯软件和社交网络的兴起，PC互联网时代正式到来，整个现实社会变成了即时交叉互动的平台。

PC互联网时代，信息发布变得相对便利，但共享的成本仍不抵产生的效用，那时的共享更偏重公益和兴趣，这时是“共享经济1.0”版本。

移动互联网则将移动通信和互联网结合，由此产生诸多新颖的技术、平台、应用及商业模式。移动互联网在终端、软件和应用三个层面，相比PC有巨大突破。在终端和软件方面，苹果公司有基于iOS的iPhone，其他阵营有支持安卓等系统的智能手机终端。新的移动终端的定位、4G上网、拍摄功能、语音输入等，使得各类分享、交流、购物等应用（Apps）层出不穷。移动互联网终端的使用者随时随地生产和消费数据，也带来数据处理和智能技术的飞速进步。

手机等移动设备正变得看上去越来越简单，但是它却把人与人之间的关系变得越来越复杂。手机使得一对一和群体之间的对话都发生了改变，使商业行为和需求也发生了变化。以前，这些行为都是单个的，现在这些行为和需求变得更加细化。在传统互联网时期，网络给用户什么信息，他们就听什么信息，信息的接受完全是被动的。但在现在，无论做饮料还是做高科技产品，都会受到各种各样的影响。如今在线上的人不仅是消费者，也是决策者、参与者。这让我们能够重新考虑自己的业务，重新站在大众的角度审视自己，思考大众在做购买决策时会想到什么，他们的行为如何。我们会发现，很多问题在社交媒体和手机普及之前是不能解决的，现在不但能够解决了，而且能够在极短的时间内解决，而解决问题的核心就是手机等移动设备。

移动互联网时代来临，需求信息的发布更加即时和随处可为，需求的响应也变得迅速和精准，“共享经济2.0”浪潮来临。如果要对“共享经济2.0”下一个简短定义的话，本书认为可以这样描述：构建平台高效激活闲置存量。

被业界誉为“互联网革命最伟大的思考者”、出版过《未来是湿的》《人人时代》的克莱·舍基（Clay Shirky）教授认为，智能手机等移动设备改变了人们使用互联网的方式，社交化和移动化成为现代商业的显著特征。在这种情况下，除了关注不断更新和发展的技术与设备之外，如何通过社交媒体实现人与人的连接更加值得关注，而这种分享的力量是在传统媒体时代不可能实现的。

PC互联网时代和移动互联网时代的差异，让我们可以用1.0和2.0的版本号来区分共享经济。PC互联网时代，人们的交流互动还受到设备的限制，很多情况下都因缺少电脑而被迫终止。而现在大家普遍持有智能手机，我们进入移动互联网时代。各种移动设备极大地改变了我们使用移动互联网的方式，线上线下的界限正逐渐模糊。我们现在几乎可以不受时间、地点的限制，随时与人分享沟通，我们像被“钉”在网络上的器件，无时无刻不在互联网的流水线上工作。我们当中一些人甚至陷入了“万一我不在互联网了，互联网会不会不能运行了”的忧思。但事实上，我们从来未能把商业和社交、社会生活，还有个人的生活环境分离开来。

今天的共享经济没有中心，任何人都可以参与进来，而且是随时可以加入进来，它不受时间和空间的限制。零散的社会资源可以通过移动互联网的平台被集中起来形成规模效益，提高资源的利用率。基于移动网络平台的共享经济模式使供求双方都能够通过互联网随时随地发布自己能够供给的分享物品或需求物品，增加了特定供给者或需求者可选择的交易对象。

就像共享经济1.0到2.0的演进源于PC互联网向移动互联网进化所迸发的巨大影响力，“互联网+”的理念也是在此背景下应运而生。这也解释了“共享经济2.0”与“互联网+”为何如此紧密相连。而后续我们会看到借助“创新创业”的纽带，“共享经济2.0”和“互联网+”的连接乃至融合之处。

对“互联网+”现象最早的总结可以追溯到2012年11月易观国际董事长兼首席执行官于扬在易观第五届移动互联网博览会的发言。他认为“在未来，‘互联网+’公式应该是我们所在的行业的产品和服务，在与我们未来看到的多屏全网跨平台用户场景结合之后产生的一种化学公式。随后中国政府也从官方正式文件中提及了“互联网+”的概念。最具影响力的就是2015年7月4日经李克强总理签批国务院印发的《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》。“互联网+”是创新2.0下的互联网发展新形态、新业态，是知识社会创新2.0推动下的互联网形态演进及其催生的经济社会发展新形态。“互联网+”是互联网思维的进一步实践成果，它代表一种先进的生产力，推动经济形态不断地发生演变，从而带动社会经济实体的生命力，为改革、创新、发展提供广阔的网络平台。简略来说，“互联网+”，就是“互联网+各个传统行业”。它代表一种新的社会形态，即充分发挥互联网在社会资源配置中的优化和集成作用，将互联网的创新成果深度融合于经济、社会各领域之中，提升全社会的创新力和生产力，形成更广泛的、以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

“互联网+”已经改造并影响了多个行业。但要注意的一点是，这里的“+”可不止“加法”那么简单，而是利用信息通信技术和互联网平台这两大利器，使互联网与传统行业深度融合，是基于物联网、大数据、云计算和移动互联网条件下的新一轮信息化。一加一不再等于二，也不等于三，而是创造出一种新的发展形态。互联网平台扮演媒介的角色，人和物的信息变得透明化，更加便于获得。

“互联网+”也为“大众创业、全民创新”带来发展思路。与传统企业相反的是，在“全民创业”的常态下，企业与互联网相结合的项目越来越多，诞生之初便具有“互联网+”的形态，因此它们不需要再像传统企业一样转型与升级。“互联网+”正是要促进更多互联网创业项目的诞生，从而无需再耗费人力、物力及财力去研究与实施行业转型。可以说，每一个社会及商业阶段都有一个常态以及发展趋势，“互联网+”的发展趋势则是大量“互联网+”模式的爆发以及传统企业的“破与立”。

“共享经济2.0”和“大众创新、万众创业”也存在重要的关联。大众创新、万众创业是推动发展的强大动力，是发展共享经济的重要推手。目前全球共享经济呈快速发展态势，是拉动经济增长的新路子，创业创新通过分享、协作方式来搞，门槛更低、成本更小、速度更快，这有利于拓展我国共享经济的新领域，让更多的人参与进来。

如上所述，“共享经济2.0”与“互联网+”有创新创业作为联系纽带。这也解释了O2O、C2C、C2B、P2P等一系列创新创业的模式，时常会与“互联网+”有关，有的又是“共享经济2.0”的实现。

“互联网+”与“共享经济2.0”颠覆的是企业所有与个人消费的产业模式。而在新建的产业模式之下，每个人都可以同时作为消费者和生产者。面对“互联网+”与“共享经济2.0”，从探索与实践的层面上来看，互联网商家会比传统企业主动，毕竟这些商家从诞生开始就具有天生的基因。他们长于改造传统模式，继而不断地融合更多的领域，持续扩大自己的生态。

共享经济的模式将在“互联网+”的基础上进一步颠覆企业和行业模式。虽然它也面临着一些问题，如法律上的模糊边界等，但这种新型模式所蕴含的能量不容小觑。在不久的将来，越来越多的人都会加入到“互联网+”与“共享经济2.0”的大潮中来。

“互联网+”和“共享经济2.0”，不单只共同作用于创新创业，也是更美好生活的推手。“互联网+”以互联网为框架，正逐渐建立起一种以平等、共享的价值观为主导的新社会秩序。而“共享经济2.0”不仅有效拉动经济增长，还有助于提升资源利用效率，增进人际互动。

然而，人类在很长一段时间里，是不敢去共享的。尽管政府也通过公共基础设施的建设，让每个人可以共享公路、公园、学校这样的公共资源，但在其他方面人与人之间都会划开明显的界线。在日常社交中，我们对分享总采取谨慎的态度，人们害怕共享行为会危害到珍贵的个人财产、自由、隐私和权力。

人们为何参与共享经济呢？正如亚当斯密在《国富论》里面的描述一样：“我们每天所需的食物和饮料，不是出自屠户、酿酒商或面包师的恩惠，而是出于他们自利的打算。”在共享经济时代，大部分情况下，人们参与协同消费不是出于想扮演好人角色的目的，他们亦是坚持个人利益的市场原则。就如佛瑞德·特纳（Fred Turner）在他的书《从亚文化到电脑文化》（From counterculture to Cyberculture）里说的，人们渴望的世界会是“每个单独的个体都可以实现个人利益，同时又形成一个统一的团体，所有人都是一家人”。

今天的共享协作发生了一些重大影响的革命动作，并且影响到了我们的文化、政治、经济甚至整个社会机制。在北、上、广、深这样的一线城市，越来越多的人不坐出租车，用Uber出行；不住酒店，通过Airbnb住在当地人家里；不去餐馆而是选择私厨；而最近快速发展的拼车业务更是体现了共享经济对法律、行业模式、管理方式等多方面的巨大影响。万众创业的热情和资本的青睐让共享经济模式突破吃住行的领域，遍地开花。我们正在重新审视分享的社会价值，通过社会资源的共享，相信能在个体利益和社会团体中找到更好的平衡点。过去，集体主义所遭受的最大的批评之一，就是它会牺牲个体利益，甚至个性。但是今天你会发现，人们可以更积极地参与到组织行为中来，而不是建立在牺牲个体利益或消除个性的基础之上。

共享经济这种“合作消费”的模式，带来的是买卖双方的共赢。拿Airbnb举个例子：一位旧金山的房主平均每月会把自己闲置的住房出租5~8个晚上，获得9300美元的额外收益。而租赁房屋的旅客的花销明显低于其在洛杉矶市入住一家舒适度相同的旅馆的费用。而对于社交爱好者而言，租住他人的房屋，结识新朋友，这本身也是一种乐趣。在这个平台上，不仅房屋所有者和租客必须受到背景审核，而且交易双方通常还会在网上评论和打分，这样就保证了这种交易方式的安全性。起初人们可能会对这种方式存有一点点的怀疑，但一旦有了成功的交易经验之后，他们从今以后就会放心大胆地享受共享带给他们的福利。这也有利于在人与人之间建立一种健康良好的相互信任关系。人们的产权观念也在潜移默化中改变，合作意识增强。

今天参与共享经济的队伍正在不断壮大。参与的群体按照供求关系的角色来分，一方是共享经济的供给方，即他们会把自己的财产拿来出租、分享或者出借；另一方是共享经济的需求方，即他们抢鲜体验别人提供的共享产品和服务。有些人则会同时扮演两种角色；还有一些人可能会看到别人体验之后才会去尝试。

共享经济的目的是共享，而提高效率是它的核心精神。私有制社会强调的是私有制的财产消费方式，所以对于消费者来说，像房子、车等大宗消费商品，会有很高的物品占有曲线。当人们想消费一样东西时，必须先获得所有权才能获得使用权，而车、房等获取所有权的门槛都很高，因此这些领域更适合共享，更能体现商业模式和商业价值。而其他相关行业，如交通、旅游业等也都会做出相应的调整。

华盛顿特区经济趋势基金会主席杰里米·里夫金认为，协同共享是一种新的经济模式，在21世纪的下半叶甚至会取代资本主义，成为人类社会主导的经济形态。那个时候，生产率极高，物联网发达，边际成本趋近于零。数十亿人既是生产者也是消费者，在互联网上共享能源、信息和实物，所有权被使用权代替，“交换价值”被“共享价值”代替，人类进入新纪元。【欢迎加入罗友书社，微信：15535237487,得到APP，喜马拉雅，樊登读书会海量精彩好书分享】

正如那场始于18世纪60年代的工业革命涤荡了千年的农耕社会一样，如今共享经济正在导演着一场新时代的，涉及个人、商业、社会的革命。尽管共享经济很早就存在于买和卖的主流交易经济中了，但是直到近几年才随着移动互联网所带来的便捷性而完全爆发。

我们不但因为共享经济成为热门词汇而对它青睐有加，毕竟这世界向来不缺少跟风和追时髦，热门始终会过去，新的热门又会出现。它也不是一种环保情怀，1984年美国社会学者保罗·瑞恩就提出了“LOHAS”（Lifestyles of Health and Sustainability），倡导爱健康、爱地球的可持续性生活方式。我们看重它作为一种经济手段，带来更环保、更便捷、更和谐的生活，它能经世济用，它正在真金白银地改变着我们的生活。

左手闲置、右手短缺

“衣食住行”是生活中最常见的四种消费，我们不妨谈谈穿衣。

世界每天生产无以计数的衣服，而每个人衣橱里面都有那么多的衣服。尤其是很多女性朋友，恨不得把世界上所有款式的衣服都搬回家，“衣橱里永远少一件衣服”是她们最常见的苦恼之一。然而，你想过我们真的需要那么多衣服吗？实际上很多衣服也许穿一次就闲置在家再也不会拿出来，直到最后恋恋不舍，而又无可奈何地扔掉。

英国文豪奥斯卡·王尔德（Oscar Wilde）曾这么评价不断变化的时尚：“时尚就是一种难以忍受的丑陋，故每半年必须更新一次。”对于那些生活温饱的人们来说，服饰是一种典型的“快时尚”消费，更新换代频繁，行业最明显的特点就是快速推陈出新。服装产品快速换代的节奏似乎印证了王尔德这句话，在这种“快时尚”消费的行业里，不断推出的“新款”是其一切的基础，也是一切的目的。

受这种理念的影响，“快时尚”消费市场虽然庞大并得以成倍增长，但产品积压、过量生产等资源浪费现象十分严重，由此带来了大量资源的浪费与闲置。批评“快时尚”消费的人士甚至宣称：这种行业除了提高GDP之外，另一大贡献是吸引消费者购买他们并不需要的物品。英国《卫报》《观察者》专栏作家露西·斯格乐（Lucy Siegle）认为：快速满足、丢弃、再次消费的恶性循环模式使消费者陷入沉湎、后悔到要“剁手”、无法节制等情绪里。“快时尚”业只重利润、投其所好、不计后果的行为，也令多数消费者愈发沉湎、毫无节制，过分的贪欲成为时代症候。

这种消费模式自然有很多商业鼓吹者，如零售产业分析师维克托·勒博（Victor Lebow）在1955就曾经这样说：“经济的发展需要我们不断发展消费，需要我们不停购买和使用产品，并淘汰、替换各类产品，需要我们不断淘汰产品，不断烧毁，不断穿破，不断替换，以更快的速度淘汰产品。”

但是资源的现实情况是可怕的。从1980年到现在，我们已经消费掉了地球上1/3的资源，包括森林、渔业、矿藏等。在热带地区，每年有约100万平方公里的森林因砍伐而消失，其面积超过希腊国土面积（希腊国土面积约80万平方公里）。今天，一个美国中产阶层的8岁小孩，每年平均消费的资源包括25万立方米水、1000棵树、21000吨汽油、220吨和800,000瓦电力。按照这个消费量计算，一个美国小孩，他（她）一生所带来的环境破坏是一个瑞士小孩的2倍、意大利小孩的3倍、巴西小孩的13倍、印度小孩的35倍、海地小孩的280倍。但是，美国小孩真的需要消费这么多资源吗？

我们很多人对消费行为是缺少思考的，对一些消费习惯想当然，习以为常，并不思考这样消费会产生的影响。这种缺少深度思考、想当然的做法就是心理学家定义的“惯性思维”。物质的丰富、消费主义盛行，导致我们习惯了不停购买、不断拥有、不断淘汰的习惯性消费流程。我们无法静下心来，认清什么东西是真正需要买的，什么东西其实是不需要买的。

这种行为很难改变。我们都习惯在对产品感兴趣的第一时间想得到它，但是当损失多年来拥有的东西时却毫无失落感，损失就损失，无所谓。一般情况下，我们更不会从社会层面去考虑个体消费行为带来的整体影响，我们只关心自己的需求。

与上述情况相反，我们社会上同时也存在着大量人的需求得不到满足的情况。任何在非洲农村旅行过的人，对那里的经济描述可能都会想到一个词语：“短缺”。那里的人们需要更多的消费品，他们需要更多的水、更多的食物、更多的基础设施、更多的教育、健康和管理。

在中国的一线城市，如北上广深，有大量的优秀软件工程师，有时他们是空闲的。而很多中小城市的企业很需要这样的工程师帮他们开发软件，却在当地找不到。

这就出现了一种“左手闲置、右手短缺”并存的现象，急需得到某种社会或商业机制的调节。

根据早前中共中央办公厅调研室钟朋荣的研究，从社会再生产的各个环节看，资源闲置可以分为四种形态：（1）生产能力的闲置，即生产资料和劳动力因某种原因没有结合起来进行生产，处于闲置状态；

欢迎访问：电子书学习和下载网站 (<https://www.shgis.cn>)

文档名称：《共享经济2.0：个人、商业与社会的颠覆性变革（创新商业模式解读）》刘国华，吴

请登录 <https://shgis.cn/post/671.html> 下载完整文档。

手机端请扫码查看：

