

共享經濟成功的關鍵因素及其在澳門的發展

劉丁己

[摘要] 通過共享經濟文獻分析，總結其發展背景、演變過程，並綜合實際企業案例，可總結其關鍵成功因素，包括創造消費者價值、建立信任、成熟技術支持、法規允許，以及達到實質利益共享五個方面。共享經濟中所產生的價值和利益是由三方共同分享，民眾、服務商、政府都在這種經濟模式的創新中扮演一定角色，發揮關鍵力量。在澳門而言，澳門的市場規模、土地、人口都較少，全面性的共享經濟模式未必樣樣都適合澳門，但電子支付與共享經濟畢竟是目前大中華地區發展的趨勢，特區政府需要對本澳未來的經濟發展模式加以規劃與預判，平衡社區、傳統行業與居民的利益，以助業者與消費者評估適合澳門市場的共享經濟模式。

[關鍵詞] 共享經濟 利益 信任 法規 澳門 智慧城市 區塊鏈

一、共享經濟的核心：發展、定義、要素與應用

（一）共享經濟的定義與發展

共享經濟（Sharing Economy）這個概念的雛型，最早是在1978年由美國德州州立大學（Texas State University）社會學教授馬科斯·費爾遜（Marcus Felson）和伊利諾伊大學（University of Illinois）社會學教授瓊·斯潘思（Joel Spaeth）於學術期刊《美國行為科學家》（*American Behavioral Scientist*）中提出有關協同消費（Collaborative Consumption）的研究。至於提出並實行共享經濟的實際行動，主要在2008年金融海嘯發生之後。金融海嘯對於全球經濟的衝擊之大，令許多國家與地區失業率高企。經濟不景氣，市民大眾開始思考如何可以在閒餘的時間裏，用閒置的資源來爭取更多的收入。同一時間，網絡環境越來越成熟，網上的社群、網絡媒體數量大幅增加，行動裝置與智能手機的應用更加普及，為網絡上的資源配對與共享提供了更大的便利，成本也達到了前所未有的低。加上整體社會對於可持續發展越來越重視，人們對於資源的合理運用，和避免過度消費的意識越來越高。社會開始思考，或許共享經濟是解決問題的一個良方。2010年，美國時代雜誌（*Times*）將共享經濟列入“十大將會改變世界的主意”的其中之一。2011年，瑞秋·波茲曼（Rachel Botsman）將這股風潮和現象總結，之後出版《我的也是你

作者簡介：劉丁己，澳門大學市場學教授、持續進修中心主任、大學通識教育課程主任、管理學博士。

的：《協同消費的興起》（*What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*）。書中提到，全球市場將逐漸由過度消費轉化為共享經濟模式，而這改變會為目前的消費模式帶來革命性的變化。^①

進入21世紀，社會對於共享經濟這個概念開始有更多的重視和瞭解，不同的機構、學者對於共享經濟有不同的詮釋，但是不同的理論與定義都是圍繞四個核心要素說明：個人、閒置和剩餘資源、網絡平台的作用，以及收益這四個部分。例如，英國政府的商業創新與技能部（Department for Business, Innovation and Skills）在2015年發表關於英國共享經濟報告的政府文件裏提到了共享經濟是“由連結了供需雙方的交易平台所構成的，而共享經濟就是源自於消費者個人更少消費和更多合作，從而帶來更多的效益，包括潛在的社會、環境等效益”。^②哈佛商學院（Harvard Business School）教授南茜·科恩（Nancy Koehn）在哈佛公報（*Harvard Gazette*）指出“共享經濟是指個體間，透過網絡實現，來直接交換商品和服務，如共享汽車、共享房間、交換閒置物品等”。^③上海大學經濟學院副教授張贊在《分享經濟在中國的發展路徑研究》中指出，“分享經濟又被稱為P2P（Peer to Peer）模式，是個人與個人之間，透過一個平台（一般指互聯網），對個體自己擁有的物品進行租賃交易”。^④中國騰訊研究院對於上述四個方向，有比較詳盡的論述。中國騰訊研究院指出，共享經濟就是“公眾將閒置資源透過社群平台與他人分享，進而獲得收入的經濟現象”。其中：

- 公眾是指獨立的個人、個體為基礎並以P2P為主要運作模式，並會慢慢衍生到企業、政府；
- 閒置資源是指包括但不限於資金、房屋、汽車等有形物品，與包括個人的知識與技能、經驗等的無形物品；
- 社群平台則是通過網絡社交平台，以分享為目的的較大規模的平台；
- 獲得收入則是指以網絡工作、二手交易、和租借三種基本的分享模式為主。研究中提到要構建共享經濟，四方面缺一不可。^⑤

共享經濟內容之廣，並不是單單透過一兩句話就能夠瞭解，要理解共享經濟，其實可以透過一個關於電鑽的例子來說明：在美國有近8,000萬台電鑽。每一個家庭，甚至是每一個企業都會擁有一個電鑽以備不時之需。但是電鑽的使用率往往不高，長期閒置會造成資源的極大浪費。學者瑞秋·波茲曼（Rachel Botsman）曾經統計每個電鑽從購買到被棄置之間，使用的總時間僅為平

① Rachel Botsman, *What's Mine Is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*, UK: Harper Collins Publishers, 2011.

② Department for Business, Innovation and Skills, “Independent Review of the Sharing Economy: Government Response,” 2015, https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/414111/bis-15-172-government-response-to-the-independent-review-of-the-sharing-economy.pdf.

③ Nancy Koehn, “The Big Share,” *Harvard Gazette*, 5 August 2014, <https://news.harvard.edu/gazette/story/2014/08/the-big-share/>.

④ 孫怡、任帥濤：《你所理解的分享經濟，是否是我所感知的分享經濟？》，2016年1月8日，騰訊研究院：<http://www.tisi.org/Article/lists/id/4388.html>。

⑤ 馬化騰、張孝榮、孫怡、蔡雄山：《共用經濟：改變全世界的新經濟方案》，台北：天下文化出版社，2017。

均13分鐘。^①因此，如果通過某種模式能讓電鑽循環流通，保證重複利用，這樣就順利實現了共享，也能減少浪費，產生潛在的經濟效益。

（二）共享經濟的應用與規模

德國戰略管理諮詢公司羅蘭貝格（Roland Berger）針對共享經濟的商業模式與不同行業的應用，曾經出版多篇報告。報告指出，共享的核心精神在於資源的合理共用，它可以深入到衣食住行娛樂不同行業之中，共享經濟模式的出現就是為了解決問題——解決“省錢與資源高效利用”的問題。^②據羅蘭貝格估計，全球共享經濟的商業規模將可能於2018年達到5,200億美元。以中國市場為例，根據中國國家信息中心分享經濟研究中心發佈的《中國分享經濟發展報告2017》，2016年中國分享經濟市場交易額約為34,520億元人民幣，比上年成長103%。預估到十三五期末，共享經濟在中國GDP中的佔比將會超過10%。^③根據文獻資料整理，目前共享經濟在全球實際商業的應用，主要出現在以下幾大類：

（1）共享物品

物品共享領域其實是最早出現的共享經濟形態，也就是之前提到電鑽理論的直接延伸。隨着移動互聯網的發展，共享物品的商業模式呈現出除了物品共享、書籍共享、服裝共享等之外的更加多元化的形態。世界各地都有不同的物品共享業者，比較有規模的包括美國Chegg的共享書籍、美國Nextdoor的社區物品（後來加服務）共享，美國Rent the Runway與Poshmark的服裝共享、中國的女神派的服裝共享、美國Etsy手工藝品共享、立陶宛Vinted的時尚物品共享、美國Swap Tree的遊戲音樂光盤共享、美國Getable的建築工程設備共享、法國Dim Dom的兒童用品共享，等等。^④

（2）共享出行

交通出行是共享經濟目前在全球範圍影響最廣、爭議最多、也是最徹底貫徹共享經濟精神的領域，主要有共享租車、共享駕乘、共享自行車、共享停車位四大種類。交通出行的共享基於巨大存量市場，把社會上大量閒置的車資源、司機資源、停車位資源等重新刺激，在改變人們出行方式的同時，指數級地提升了交通閒置資源的利用率。優步（Uber）可謂是共享經濟的先行者和領先者，作為目前世界上最大的出租車平台，透過移動App，雖然自己沒有一部車，卻建造了一個共享經濟的平台，打破了傳統由計程車或租賃公司控制的租車領域。^⑤類似的還有美國的Lyft、中國的滴滴打車、新加坡的GrabTaxi和印度的OlaCabs，等等。除了共享汽車，共享單車市場也在世界各地發展。中國市場的共享單車摩拜（MoBike）與Ofo也發展的很好，雖然目前隨着

① Rachel Botsman, *What's Mine Is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*, UK: Harper Collins Publishers, 2011.

② Roland Berger, "Think: Act. Car-sharing in China," 2017, https://www.rolandberger.com/publications/publication_pdf/roland.

③ 國家信息中心分享經濟研究中心：《中國分享經濟發展報告2017》，<http://www.sic.gov.cn/archiver/SIC/UpFile/Files/Default/20170306164936642988.pdf>。

④ 徐家健：《共用經濟？不就是張五常半世紀前的〈佃農理論〉》，2016年2月25日，信報財經新聞：<http://monthly.hkej.com/monthly/article/id/1328291/>。

⑤ 淺夏：《全球最吸金的9大共用經濟模式》，2017年，創業新聞：<https://meet.bnext.com.tw/articles/view/40538>。

快速發展而產生許多社會問題，^①但不可否認地，它確實掀起一陣熱潮。

（3）共享金融商業

金融與互聯網模式相互滲透，形成一股網絡金融3.0或是金融科技（FinTech）新風潮。促使金融的共享經濟需求誕生，主要因為點對點（P2P）的網貸模式與群募模式。金融共享經濟透過互聯網平台快速高效搜尋和撮合資金的供需方加快了資金的周轉速度，最大程度地發揮了資金的使用價值，讓更多人享受到金融服務。在投資、融資和支付領域，共享金融才剛剛開始，並且以新生金融機構為主，廣大傳統機構還沒有大批跟上。這一趨勢已經形成。共享金融將可能發展出豐富的生態圈，細分出巨量業務，總規模將達到數以萬億元計。^②目前比較成功的金融共享企業，包括英國的Zopa（全球第一家P2P網貸公司）與Funding Circle，美國的Lending Club，中國則有陸金所、人人貸、以及網貸之家，等等。

（4）共享空間

主要包括共享住宿空間以及共享辦公場所空間兩種。例如Airbnb改變了人們的居住空間和旅行模式。通過一個網站就能在全世界近200個國家、超過三萬座城市為旅行者提供超過300萬套各具特色的民宿，在這些短租平台上選擇民宿或短租房，不僅價格比星級酒店更低廉，還能體驗當地風土人情特色，在中國也有途家網與小豬短租等類似業者。與Airbnb的個人房屋共享不同，美國的WeWork開創了人們對工作空間的變革。透過在一些租金較為便宜的地區租用樓面，並進行二次設計，將樓面設計為風格時尚、可客製化且社交功能較齊全的辦公空間，打破了原有的辦公室整體租賃的習慣，按需出租空位，這種辦公空間的共享因高效、低成本、便利化再次引領了當今共享經濟的潮流。中國的SOHO 3Q、優客工場也模仿WeWork模式，開創了眾創空間，也給予了創業公司在資金、政策方面更多的資源。另外美國還有DogVacay（寵物空間共享）及Store Front（零售空間共享）等企業經營的不同類型的共享空間業務。

（5）共享任務或跑腿服務

幫助別人完成任務或提供各種服務，包括個人客製化服務、開源協作、專業服務等等。一般模式是人們在網站上發佈工作內容，然後別人可以領取任務，完成任務後獲得相應的報酬。從發佈任務者的角度來說，成本低、解決速度快，而接受任務的人則可以賺些外快。理想狀態是充分利用全社會擁有閒置時間的人員。比較著名的是美國的TaskRabbit（跑腿兔）、Zaarly、Thumbtack、Instacart。中國也有類似的豬八戒網。又如在歐美地區，不少老人的子女都外出工作或是居住，於是也有年輕人透過網絡配對工作，陪伴聊天等服務出現。其中也有比較專業的服務，像是與醫療健康有關的共享服務。例如美國紐約市的患者已經可以通過Zocdoc、Heal、Pager、MediCast等看診平台，預約醫生看診、查詢醫生評價、瞭解醫療信息，等等。透過預約平

^① 摩拜單車無樁停泊的運營模式給社會帶來爭議，如大量擠佔社會公共資源、影響城市形象、暴露公民素質等，其公司的運作也存在不少爭議，如管理缺失、押金難退、在海外市場造成許多城市社區反感等。2018年4月，美國以全資收購的形式收購了摩拜單車。Ofo則是在運營上採用車海戰術，因此大量單車擠佔人行道等公共空間，導致行人不便，另外大量報廢在街頭的殭屍車成為社會的問題。另外來有消費者投訴充錢容易退款難，以及較差的騎行體驗。某些其他共享單車業者曾經在歐洲和北美多個城市形成巨額虧損，最終被迫關閉。甚至在2017年三季度多家共享單車公司破產跑路。因此共享單車經營模式是否適合，仍有待繼續觀察。

^② Susanne Chishti, Janos Barberis, *The FINTECH Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries*, New Jersey: Wiley, 2016.

台，可以讓合格醫生到府上看診，無須排隊苦苦等待。在這些平台上，患者只要有需求就可以透過移動應用程式來預約醫生，公司會從簽約醫生中挑選一位，與患者達成一對一連接，並在兩小時內提供上門服務。這些對於沒有時間在醫生辦公室排隊的患者來說意義重大，可以節省時間和精力，享受客製化醫療服務；對於醫生而言也可以額外地獲得一些收入。

（6）其他共享模式

除上述比較具規模的共享經濟市場之外，其實還有許多不同的模式，例如和美食、訂餐、做菜相關的共享（美國的Eatwith和Opentable都很著名，後者已經被收購；中國則有愛大廚、好廚師、燒飯飯等業者）、與公共資源有關的共享（例如已經被Tesla收購的SolarCity公司主要業務是購買閒置太陽能光伏系統，然後租賃給使用者並提供安裝等周邊服務，透過周邊服務的附加值提高產品價價並從使用者手中賺取差價；OpenGarden則是建立Wifi網絡共享服務），以及知識教育有關的共享（美國的TED、Coursera、Quora、Udemy、中國的網易公開課，都是典型知識共享平台）。

共享經濟通過網絡連結，威力大增，許多傳統的基礎生活行為，在科技時代得以進行產業化、商業化，衍生出經濟發展的創新模式。

（三）區塊鏈助力下一波共享經濟發展

從實體發展到網絡銷售，這種改變對傳統零售與舊經濟已經帶來了不少的衝擊。在傳統的銷售當中，往往有一些大型的、集中的業者充當主導的角色，在得到資源（包括貨物、服務、空間等等）後，提供選擇給相對被動的消費群。以共享經濟為主的新經濟中，臉書（Facebook）為各企業提供的推送、銷售廣告服務；優步為大眾提供優質出行服務，業務的性質是以共享的方式進行，可是臉書和優步所扮演的角色，與舊經濟中的“大型業者”其實也差不多，以至於在這種環境下的網絡共享或資源共享未能做到在終端客戶對終端客戶之間百分之百自由地P2P交往，大型業者依然可以設置各類條款、對平台訂出限制。要是大型業者的干預越來越大，便會影響到共享經濟的本質和意義。要更自由地進行P2P買賣，區塊鏈（Blockchain）這個新技術會是一個有效解決問題的方法。根據學者普莉瑪薇拉迪菲利畢（Primavera De Filippi）於2017年7月在哈佛商業評論（*Harvard Business Review*）中的文章中提到，區塊鏈以安全且分散的方式來促進價值交換，跳過中介（如優步），“在不受任何一方控制的點對點（Peer to Peer）網絡中運作，不再需要安裝在一個集中化的伺服器裏”。區塊鏈提供的並不是一個平台，甚至不是一個單純的技術，而是一個概念與方式。區塊鏈做到去中心化，且安全可靠、公開透明，解決了P2P間的信任問題。^① 區塊鏈以分散的方式運作，確保買方與賣方都可以直接進行互動，使用者會透過編碼進行匯聚與協調。例如Arcade City與La'Zooz兩家公司就是以區塊鏈作為基礎，提供像優步一樣的共乘服務平台。與優步的分別是，他們是直接管理駕駛者與乘客的P2P互動，平等分配透過共享經濟創造出來的價值。在這種“平台合作主義”的概念下，共享經濟終於達至真正的共享，而不是由幾個大型的中介人平台進行管理。

^① Primavera De Filippi, “What Blockchain Means for the Sharing Economy,” *Harvard Business Review*, 2017, <https://hbr.org/2017/03/what-blockchain-means-for-the-sharing-economy>.

二、共享經濟的主要角色：服務商、消費者、政府

要形成共享經濟的商業模式，離不開三大角色，第一是服務商。服務商的存在必須要依託於現實社會的供需不平衡、不對稱，只有有需求存在才能催生出新的服務商，同時服務商出現後也必須整合資源。第二是消費者。消費者在市場經濟時代必須有主觀使用這樣的資源、平台的意願。第三是政府。政府在共享經濟的三角鏈中扮演着重要角色，政府需要在法律上配套，在態度上允許，通常意義上，這三者是形成共享經濟規模的基礎條件，但並不是必不可少的，很多時候擁有服務商與消費者，共享經濟模式初期也能夠產生。

（一）以中國大陸凹凸租車為例

以中國市場的共享租車業者“凹凸租車”為成功例子說明。中國國內城市用車的供需實際情況，與理想目標還有一段距離。這是由於駕駛人士數目的增長，比起道路上機動車的增長要快得多。根據中國公安部交管局的数据顯示，到2016年底為止，持有駕駛執照人共有約3.6億人，但私家車的保有量只有1.46億架，如果以人均一輛車來計算，有駕照卻沒車的人多達2億。中國汽車工業協會更預測在十年後，這個數字會增加到7億。龐大的供需矛盾間接也為市場帶來了巨大的社會需求，由這我們可見中國共享租車市場的巨大發展潛力。^①根據這個現象，檢視三個主要角色的出現：

- 首先是服務商的出現。共享汽車的服務商看到了市場上巨大的潛力，當“車能夠共享”這個概念能夠深入到國民的思想當中時，將有更多人願意出租自己的汽車，其他消費者也會逐漸轉而重視車輛的使用權，而不是車輛的所有權。羅蘭貝格預測，在2018年中國租車市場規模將增至650億元，2020年將超過1,000億元，共享租車在租車市場中的佔比將達到30%。^②
- 其次就是消費者願意參與。對於消費者亦就是駕駛人士而言，凹凸租車這種共享租車平台的出現改變了人們的生活與出行方式。2014年，凹凸租車率先將共享租車的概念帶入中國市場。根據IBM商業價值研究院發佈的《人車關係新發展—中國觀點：中國消費者希望汽車如何為己所用》報告顯示，在中國國內有48%的受訪者認為汽車共享，對於他們來說是一個非常重要的選項。同時，45%的受訪者表示對共享租車這種嶄新的出行方式感到很興趣。消費者願意嘗試使用新的平台與資源，是共享汽車平台得以成功的重要因素之一。
- 同時還要看政府的角色。在一個成功的共享經濟的商業模式中，版圖的最後一塊就是政府的協作。2017年初在第十二屆全國人民代表大會第五次會議上，國務院總理李克強在工作報告時提到“支持和引導共享經濟發展，提高社會資源利用效率，有助便利人民群眾”。而早在2016年3月，國家就銳意要支持綠色消費與共享經濟，經發改委聯合中宣部、科技部、財政部等共十部委印發《關於促進綠色消費的指導意見》，明確地提到了“支持發展共享經濟，鼓勵個人閒置資源有效利用，有序發展

① 陳韋予：《不忘初心，用共用改變生活》，2017年6月8日，中國產經新聞（科技）：<http://news.163.com/17/0608/10/CMDD54L000018AOP.html>。

② Roland Berger, “Think: Act. Car-sharing in China,” 2017, https://www.rolandberger.com/publications/publication_pdf/roland.

網絡預約拼車、自有車輛租賃、民宿出租、舊物交換利用等，創新監管方式，完善信用體系，在中小學校試點校服、課本循環利用”。^①

有了國家在政策上的支持，凹凸租車目前已經覆蓋中國超過25個包括上海、深圳、廣州等主要城市，在線可供租用的車輛多達20萬輛，註冊人數也突破500萬人，並已經開始了C輪融資，獲得4億元人民幣。可以預示在國家支持與市民的歡迎下，共享租車平台這種新經濟模式的發展，還有機會更進一步。^②

（二）以優步於澳門發展為例

以上述的基礎條件來審視澳門市場，可以發現，澳門市場本地的服務商數量非常少（缺乏足夠的基礎服務發起者），消費者市場需求不夠大（長住人口數量少，需求在沒有足夠的市場刺激下無法急速發展，遊客市場反而成為主要潛力市場），加上政府立場傾向保守（沒有主動牽頭或發起共享經濟模式），因此澳門共享交通的發展，相對其他國家地區來說，有較大的限制與差距。當澳門的市場未能吸引到一個優質的服務商帶頭帶動整個三角鏈時，其他的協力商和配套措施發展（例如本澳的支付電子化進程）也變得緩慢。缺乏諸如電子支付系統基礎的技術支撐，共享經濟就不易推動。中國大陸手機支付（Alipay與Wechat Pay等）、香港移動支付（Apple Pay等）已經很大程度地融入到居民日常生活當中，但是本澳的電子支付技術相對鄰近地區來說都要落後。習慣使用移動支付的消費者，對於透過第三方進行消費及建立信任，會比傳統消費者來得容易接受。比較起來，年輕一輩的消費者又會更容易地接受新的消費與支付模式，也會更信任共享經濟的平台與這種新經濟模式。到目前為止，澳門也只有有限商戶提供澳門通平台的電子支付服務，即使有提供，居民的反應也不熱烈，由此我們不難理解為何其他電子支付平台都不主動地開發澳門這個市場。當然政府在這個過程中似乎也在面臨着各方既得利益者的反彈，很多時候對於是否要放寬政策，鬆綁法令也猶豫不決，最後很多萌芽都在初期被扼殺。畢竟沒有政府的持續支持，即使再熱情的服務商也不會一直虧損經營，無私奉獻。服務商不是社會企業，它必須藉助可靠的商業模式來運營，進行A輪、B輪融資，獲取商業利益。沒有政府在政策上的支援與推動，較大的企業未必會浪費資源來開發澳門小小的一個市場，而相反，小企業又沒有足夠資源，導致本澳在高新科技發展的規劃與落實依然有不小空間。

一個國家或是地區政府，為了維護既有的利益平衡狀態、基於安全顧慮從而保護消費者，又或是基於法令規範與法規的滯後性，通常在施政立場上都傾向保守，未必會很進取地嘗試新鮮事物。以澳門出租車行業為例，在優步進駐澳門後不久，就受到廣泛澳門本地的出租車司機的反對。政府對此取態相對保守，沒有對任何可行方法作出思考與諮詢，而只是遵從目前法規，一併打擊網約車與汽車共享平台。優步所帶來的安全、個人隱私保護的問題的確值得關注，但是在傳統的士行業中也會有不同的安全性、車資濫收等問題存在。在盡可能令社會利益達到最大化的情況下，一些意見提出特區政府在制定政策時，應響應國家和環球趨勢，重視創新，並應該增強信

① 中華人民共和國財政部網站：《關於促進綠色消費的指導意見》，http://www.mof.gov.cn/zhengwuxinxi/zhengcefabu/201603/t20160302_1828395.htm。

② 陳海峰：《凹凸租車再拓版圖，旗下分時租賃平台凹凸坦客上線》，2017年11月23日，人民網：<http://sh.people.com.cn/BIG5/n2/2017/1123/c134768-30957645.html>。

任，達至利益共享。^①不少傳統的士司機擔心，優步會搶佔一定程度的市場，即是直接搶走他們飯碗，使他們蒙受損失。支持創新與改革的意見卻認為，3,000萬遊客的市場非常龐大，以現有市面上之的士業務量來看，還未達到飽和狀態。由於意見分歧難以達成共識，特區政府應努力讓服務商與民間社會、傳統利益團體溝通對話，增加信任。^②要達到多方共贏，網絡平台服務商也應同時釋出善意和作出改變。首先，服務商應針對外界對於安全方面的疑慮，找出解決辦法，例如為乘客購買第三者保險或主動清楚地釐定一些法律方面的灰色地帶；另一方面，也應該加強對網約車司機與操作者的審核與培訓，這不但可以提高安全的可控性，同時也可優化服務品質，得到市民大眾以及政府的信任，讓用戶得到最佳的體驗。過去，不少共享經濟的服務商都曾被質疑逃稅、避稅，不對政府與公共利益產生直接正面幫助。這是由於監管機構難以對共享經濟中的交易作出全面透徹的監管，加上法規上可能比較不完善，以致服務商披露的經營資訊可能比傳統行業的為少，這有機會導致共享經濟服務商的風評較差。服務商需要擺脫這種負面的印象，可以通過奉獻來突顯企業社會責任。Airbnb為了回應美國社會對其納稅的質疑，捐資上億美元給州、市政府，用於政府救助社會上，包括無家可歸的流浪者等弱勢群體。這種做法一方面表現出服務商關懷社區，幫助政府承擔責任，解決問題；另一方面也透過高、新科技的應用，貢獻社會的經濟發展。

共享經濟衝擊傳統商業模式，尤其對中介、代理及生產商等行業影響最大。共享經濟亦挑戰部分行業的規管架構和經營模式。現時某些業務只能由特定的專業人士經營，例如出租車、旅館、銀行、租賃等，均受監管機構及相關法例規管，而共享經濟可引發各種問題，包括品質保證、消費者安全、監管困難等，部分業務的營運模式甚至可能違反現行法例。^③所以業者也有責任協助政府釐清相關問題，甚至解決問題。在中國大陸，順豐速遞響應中央政府的政策，對於安全審查、實名登記等做好把關工作，某種程度上協助中央政府做好安全管控，協助政府解決問題，自然比較容易得到政府的支持和協助，有利於擴大自己的經營版圖。因此服務商對於政府、傳統利益團體要積極溝通，營造“有錢大家賺，責任共同擔”的正向氛圍，更可以藉助資本化的手法，讓政府（或政府事業單位）與傳統團體入股，享受分紅，進一步化解推動的阻力，同時也是在無形中擴大應用市場。

以優步進入澳門市場為例，其曲折的過程、多方博弈的現象其實反映出多個現存的問題。第一，澳門公共交通可以更方便，市民與遊客對於舒適、便利的交通有着極大的需求。民意一面倒普遍支持更積極開放的行動。基於環境因素以及政府在政策上傾向保守穩健，特區政府常年在交通領域的改革並沒有獲得市民廣泛的認可。澳門遊客眾多，來自中國大陸的遊客習慣使用網約車平台如滴滴打車，而東南亞甚至西方國家旅客又習慣使用如Lyft、優步等網約車平台。目前本澳沒有類似的平台存在，所以服務商看到較大的商機，而本地居民和遊客也歡迎這類業者出現，屬於合理現象。第二，特區政府的態度相對謹慎與保守。一方面，政府必須平衡各界意見，所以一

① 王希富：《落實開放共用發展理念，澳門或可從網約車開始》，《新華澳報》（澳門）2016年8月17日，http://www.waou.com.mo/news_g/shownews.php?lang=cn&id=13060。

② 《優步進軍港澳台之路：夾縫中求生存》，《人民日報》2015年10月27日，新華網：http://news.xinhuanet.com/gangao/2015-10/27/c_128363628.htm。

③ 楊偉雄：《立法會一題：規管涉及違法商業活動的共用經濟平台》，《香港特別行政區政府新聞公報》2017年6月7日，<http://www.info.gov.hk/gia/general/201706/07/P2017060700448.htm>。

般比較謹慎，這無可厚非，何況協調之中，可能受到居民、業界的反彈，當中涉及的利益也不能不考慮，畢竟數以千計的的士司機可能會因為政策的改變與調整，而面對前所未有的威脅，的士司機在付出幾百萬的牌照費用得到的士牌後，要是因為放寬所謂“白牌車”或是網約車的經營，其付出的牌照費將可能受到重大影響。要是市場輕而易舉地被私家車輛分享佔有，他們的強烈反彈是完全可以理解的；再者，特區政府對於安全與保險的疑慮一直未能消除，作為每年招待三千萬遊客的國際旅遊城市來說，特區政府不願意以國際間對於澳門的信任以及澳門的名聲作為賭注，引入這個爭議性大的行業也是可以理解的；最後，在納稅問題上優步表態不明確，而優步在其他國家也與當地政府有稅務糾紛，也使得特區政府在鬆綁時持保守與觀望態度。第三，澳門的法規完善進展有提高空間。雖然全球都存在不同地區政府修法與現實發展滯後的狀況，但是優步在全球的推廣早已經是不爭的事實，在立法上，特區政府大可以借鑑其他地區的修法情況，思考並修訂更適合澳門發展的模式。如何完善市場運作，讓新興商業模式亦處於監督的環境下，立法明確權責才是需要深思的方向。^① 民眾十分期待新一屆澳門立法會成員會有積極作為，也相信他們能有一番作為。

三、共享經濟商業模式五大成功因素

本節根據學術文獻整理與成功實務分析，總結出共享經濟商業模式的五大成功因素，包括：創造消費者價值、建立信任、成熟技術支持、法規允許以及達到實質利益共享。

（一）創造消費者價值

一個成功的共享經濟模式，第一個要點就是要給予消費者大於傳統銷售所帶來的價值。消費者價值包括了產品或服務本身的功能性價值和經濟價值。由於功能性價值會隨貨品或服務而改變，共享經濟平台對於產品自身功能性價值影響較低，在這裏我們將集中分析經濟價值在於消費者的意義。Sheth、Newman和Gross三位學者在研究中提到，消費者在選擇產品或服務時，會同時受到兩種或兩種以上的影響力。影響消費者作出決策的包括功能性價值（Functional Value）、社會性價值（Social Value）、情感性價值（Emotional Value）、情境性價（Conditional Value）、嘗新性價值（Epistemic Value）這五個消費價值構面。^② 消費者會願意改變使用習慣而轉用新的消費與購物模式，其中一個原因是消費者瞭解到並自信能夠得益於新的價值。^③ 這也是“共享”中重要的一環，就是為雙方創造價值。其中包括經濟性價值與非經濟價值。其中：

- 創造經濟性價值，意思是消費者透過共享平台購買服務或產品，比起傳統銷售更便宜，性價比更高，而吸引消費者繼續同一種購買方式。大多共享經濟平台比起傳統銷售都可以省卻一大筆包括舖租、工資在內的固定支出，加上透過網絡可以全年無休運作，更容易創造經濟性的價值。同時由於性質所限，共享經濟提供的租約服務

① 春耕：《直面共用經濟立法推動發展》，《澳門日報》（澳門）2016年6月27日。

② Jagdish N. Sheth, Bruce I. Newman, Barbara L. Gross, “Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values,” *Journal of Business Research*, Vol. 22, No. 2 (Mar 1991), pp. 159-170.

③ 劉丁己：《以需求理論角度出發的顧客價值研究——以澳門為例》，《澳門研究》（澳門）2010年第4期，第82—89頁。

時數的最低消費，相對傳統行業往往比較短，意思是租客可以短暫租下某空間或物品僅僅一個下午或短短數小時，節省了傳統租務中以天或以月為計算單位的金錢。這為服務或物品的提供者和使用者雙方都提供了更大的便利度與彈性。

- 創造非經濟性價值。共享平台間接創造了社會性價值與嘗新性價值。這種價值以體驗購物為主。例如消費者透過知名的旅遊住宿平台Airbnb選擇住宿時，就不一定是單純的以價格高低來選購。Airbnb提供一個平台，讓在地擁有房屋、住宿空間的戶主可以把整套房屋，又或是一個房間在Airbnb上放租，而與租客共用客廳、甚至是花園以及其他設施等。對於戶主來說，把閒置空間放租當然為他們創造了經濟價值；而對旅客而言，一方面，租住這種民宿與私人旅館可以讓他們得到更大的自由度，例如是人數限制相對沒那麼嚴謹，另一方面，選擇民宿可以深入體驗當地風土人情，與戶主簡短的交流，或只是一頓戶主為旅客預備的早餐，都已經為旅客添加與創造了非經濟性的價值。

在澳門，傳統銷售依然佔據經濟中一個很重要的地位，而共享經濟未能夠全面實行的原因，一方面是澳門本地的市場較小，供求兩方都未有非常積極地協助推動共享經濟；加上政府法規改革較為謹慎，現階段未能夠與共享經濟的交易方式相容。舉一簡單的例子：本澳私人房屋以旅館的方式出租是不合法的，令網絡共享空間平台難以生存。Airbnb等要進入澳門市場，目前來說還是有阻力的。

（二）建立信任

消費者在日常購物中，未必會在意信任的重要性。然而，只要細心想一下，不難發現在每一個買賣的決定當中都有不同程度的信任牽涉在內。好比某些中國大陸旅客的崇洋心態，或是大量搜購進口生活用品、奶粉的行為，其實就是直接以行動反映了他們對於本土品牌質量的信任與不信任。他們因為信任國外的生產與安全標準（如ISO認證等），而偏好進口產品，反映出來的結果就是對國外品牌與國外生產商，甚至國外經銷商的信任。美國賓夕凡尼亞大學（University of Pennsylvania）沃頓商學院（Wharton School）教授Cristina Bicchieri在2004年發表的論文中提到：

“信任是在充滿不確定性的社會中，促進人與人間進行交換的重要因素。”^①可見商業社會中的交易，信任其實無形中扮演着重要角色。

在傳統的銷售過程中，信任這個元素相對不明顯，是因為顧客在選擇商家與品牌的時候，已經在潛意識裏將信任這一因素加到考慮的條件之一；另一方面，在購買貨品後，退貨與“七天無條件包換”這些條款都很大程度上保護消費者免受欺騙，信任與否並不是一個消費者主動關切考慮的問題。相反，在共享經濟中，消費者購買或使用的是其他個體在使用或閒餘的物品，以二手物品居多，消費者對於產品的使用情況更加關注。而在點對點（P2P）的配對當中，消費者很難有依據判斷賣家的狀況，賣家的可信度就變得非常重要。此時，消費者只能夠依靠賣家的過往記錄來判斷是否值得信任，這也是為甚麼區塊鏈要能夠建立可靠信任或認證機制，才能有效發展的原因。共享經濟中的未知與不確定性較傳統買賣多，賣家的信用狀況對於消費者來說顯得更重

^① Cristina Bicchieri, John Duffy, Gil Tolle, “Trust Among Strangers,” *Philosophy of Science*, Vol. 71, No. 3 (July 2004), pp. 286-319.

要。尤其是服務類別的共享經濟，如Airbnb、優步等，賣家實時直接提供服務，潛在的安全隱患比其他共享經濟以及傳統服務業都要高。怎樣處理P2P之間的信任問題，是共享平台要思考的一個重點。

以優步和滴滴打車為例，乘客與服務提供者主要擔心以下幾個問題：一、對方爽約；二、車資是否合理；三、乘車安全問題。優步和滴滴打車等共乘平台的觀點是，消費者或許未必信任服務提供者，但卻會信任平台（假設消費者都信任共享平台才使用的）。故優步和滴滴打車就充當中間人的角色，不但作為款項的暫時收款人，在兩方都同意服務已經完成後才進行轉帳過戶。此外，他們也會讓乘客與服務提供者互相對對方的表現進行評分，評價對方的信用狀況。無理爽約、服務好壞都會影響到雙方的評分。

（三）成熟技術支持

共享經濟與傳統租賃的一大分別，在於網絡平台成熟技術的運用。廣義來說，共享經濟意指透過網絡平台進行的交換、分享以及租用物品和服務，而不轉移產品或服務提供者的擁有權。^①共享經濟之所以能夠極速發展並得到消費者的喜愛，全賴科技成熟發展。比起傳統租賃業務，現行共享經濟模式因為有網絡平台的成熟技術支持，所以有一定優勢：

- 從銷售方的角度來看：網絡共享經濟平台可以擁有大數據（Big Data）的優勢。由於集中的交易量會比傳統分散銷售來得多，共享網站的平台因為全年無休的實時交易，累積起來便可以收集到超大量的數據，並以大量數據的關聯性再作深入的分析。這包括了針對交易中的不同地域、年齡、教育水平、職業、薪金等類別的目標用戶作深入分析，便能夠更精準地瞭解各類用戶的背景與行為模式的相關性。有了這些第一手的數據分析，就可以將其轉化為針對每一個用戶的個性化營銷。簡單來說，用戶將會更經常見到一些他們曾經搜索過的內容。在推廣的時候，銷售者可以利用這些平台收集到的資料，善用營銷方案，更有效地接觸到相關的用戶。^②
- 從購買方的角度來看：共享經濟可以吸引消費者，實在是全靠技術帶來的便利，其中包括了相對較高的市場透明度。由於在傳統銷售中，貨品或服務供應商各自經營，導致出現信息不對稱，消費者很難掌握全面的價格與性價比的資訊。而透過共享經濟的平台，產品與服務的供應商都集中在同一平台裏，消費者一方面省卻了繁複的手續，另一方面又能以更合理的價格獲得產品或服務。此外，科技發達，每個人都手持一部智能手機或電腦，能夠隨時輕易地登陸共享平台，租用服務的即時性與便利性大大提高。可見科技技術的運用對於共享平台非常重要。

從科技層面來說，澳門未來絕對有條件可以營造一個客觀環境，讓大規模的共享經濟應用到各個行業當中。加上特區政府現在與阿里巴巴合作，^③協助特區政府構建“城市大腦”並發展智

① Araz Taeihagh, “Crowdsourcing, Sharing Economies, and Development,” *Journal of Developing Societies*, Vol. 33, No. 2 (July 2017), pp. 191-222.

② 葉青陽：《我們應如何善用大數據以迎接共用經濟大趨勢？》，2016年12月29日，HK IT Blog：<https://www.hkitblog.com/?p=37765>。

③ 阿里足跡團隊：《阿里巴巴與澳門政府簽署戰略合作 阿里雲“城市大腦”助力打造智慧澳門》，2017年8月4日，阿里足跡：<http://alibabaneews.com/article/alibabayuaoenzhengfuqianshuzhanehezuo-aliyunchengshidanao-zhulidazaozhihuaomen>。

慧城市。智慧城市和共享經濟的基礎同樣建基於非常便利、移動性高，而且可以實名追蹤、跟進，以及提供個性化的科技服務（例如：全球定位系統、全城覆蓋不中斷網絡、移動電子支付，等等），沒有這些技術，共享經濟和智慧城市根本無從談起。特區政府與阿里巴巴合作，市民大眾都有不小的期待，寄望阿里巴巴能協助澳門在科技發展上更上一層樓。儘管目前本澳社會對於共享經濟平台的發展並沒有逼切性，市民大眾對此未有非常熱切的期盼，然而，作為國際知名電商，阿里巴巴是否能夠克服本澳現存障礙，幫助澳門興建智慧城市，打造成國際“智慧之都”，依然十分令人期待。

（四）法規允許

法律法規對於共享經濟在一個國家或地區的發展尤其重要，法規基本上就是一個框架，限制了共享經濟平台的橫向以及縱向延伸。橫向延伸所指的是在既有的法律法規下，共享經濟平台能否打進各個經濟領域裏。例如在房屋政策、交通條例、個人物品擁有權的限制上等等，有沒有對共享經濟的交易作出限制的法律條文，從而使共享經濟平台能在不違法的情況下作出經營。縱向延伸指的是共享經濟平台在某一行業立足後，法規可以有多大的彈性與寬容度給予平台來提供服務。共享經濟這種新經濟很大程度上會打亂以及影響到舊有的經濟秩序，^①法規的設立大多數時候都要保障各方利益，以及必須有利於該國家或地區長遠有利的發展。由於不同地區的現行法規都不一樣，以及在政策上對於“共享”概念的接受程度不一，在監管共享平台上，並沒有一個很強硬的是與非，反而更多的是灰色地帶。以共享住宿空間在美國的發展為例，美國各個州政府的法規都不盡相同，共享經濟的興起，也為某些州政府帶來困擾。由於在地法規都是基於估算傳統經濟交易對社區可能帶來的影響而設立的，某些州、市可能也有明確區分酒店旅館與一般民居的地域，免得社區受到遊客影響。在這種條例下，共享租住就有了更多的限制。由規管停車，到控制區域的車流量，以致公共設施的使用條例，都會因共享經濟帶來的新交易模式而有必要作出修訂。^②這些法規的限制和修改，都需要時間克服，也都會令共享經濟未能迅速全面落實推行。

本澳法律法規主要沿用舊澳葡政府法規，以及回歸後主要以《基本法》為主。法律的設立與修訂需要在政府提出後作出諮詢，並經由立法會審議通過。由於任何法律都不可避免地具有一定的局限性，而滯後性則是局限性的典型表現之一，即法律往往落後於時代的發展需求。澳門法律的滯後性同樣不可避免，且日益突顯；^③何況澳門社會各利益方的關係千絲萬縷，在社會發展的方向上也有不同聲音。如何在法律法規方面加速調整，符合時代發展，是重要功課。

（五）達到實質利益共享

共享經濟其中一個重要概念是重視“不該由少數人分享大部分的利益”。由於不再有中間人（傳統供應商、經銷商等）這個角色，變相在這過程中產生的利益將由產品／服務的提供者與購買者共享，交易成本大大降低，令人們都以更低的價格和更簡便的方式獲得產品／服務，多數人分享大部分的利益。與傳統的B2C（Business to Customer）商業模式相比，共享經濟更重視對於社會各方創造的價值。Sheth、Newman和Gross在研究中總結出消費價值（Consumption Values）

① 楊偉雄：《立法會一題：規管涉及違法商業活動的共用經濟平台》，《香港特別行政區政府新聞公報》2017年6月7日，<http://www.info.gov.hk/gia/general/201706/07/P2017060700448.htm>。

② Daniel E. Rauch, David Schleicher, “Like Uber, but for Local Government Law: The Future of Local Regulation of the Sharing Economy,” *Ohio State Law Journal*, Vol. 76, No. 4 (2015), pp. 901-963.

③ 舒瑤芝：《後回歸時代澳門法律當地語系化之發展》，《新華澳報》（澳門）2016年11月3日，http://www.waou.com.mo/news_i/shownews.php?lang=cn&id=15155。

是指在消費者購買產品或使用服務時，整體得到的各種價值的總和。^①如果說消費價值是以微觀的角度來審視在共享中為各方帶來的好處，那麼利益共享的概念就是從宏觀的角度出發。利益共享從社會的宏觀角度來看，應該是政府、市場和公民發揮合力作用，讓全體社會成員共同享有經濟社會的發展成果。

共享經濟的利益共享，必須是以社會（亦即市場）和買賣雙方的利益為依歸，缺一不可。雖然共享經濟最初是以物品的剩餘透過互聯網作為連接，令其他人在不必取得擁有權的情況下進行共享。然而，我們可見社會上越來越多以共享為名的產業冒起，卻未必真正達到上述提到的三方或是多方實質利益共享。例如，在中國大陸曾經非常火紅的共享單車，其實並沒有真正做到共享經濟中核心概念的“達到實質利益共享”，甚至還造成了很多社會問題。細心分析某些共享單車的業務，我們會發覺這只是單車廠商運用了互聯網、二維碼等較先進便利的技術，實行單車租賃的一個商業模式。單車的所謂閒置，並不是原本閒置資源的再利用，而是炒作概念，自行生產一堆單車，自行製造了過量產能後的一種“閒置”，這種“偽共享經濟”的業者，在市場上還不少，不過因為全球資金寬鬆，投資氣氛浮躁，所以容易獲得風投的支持，相信假以時日，經過一定時間檢驗，自然會露出原形。2017年多家共享單車業者陸續出現資金鏈斷裂、融資困難等問題而相繼倒閉，實在不足為奇。很多共享經濟業者的失敗，並不代表共享經濟的失敗，反而可以為共享經濟市場去蕪存菁，真正能夠獲得成功的業者，應該是要真正為各方達到實質利益共享，為各方創造價值的“價值創造者”（Value Creator）。

結語

共享經濟能否在全球範圍落地生根，有待時間和市場檢驗。本文並非鼓吹共享經濟，也不反對共享經濟，只是希望通過理性客觀並系統化的分析介紹，進一步深入瞭解共享經濟的本質與意義。最重要是要回歸共享經濟的核心價值：是否能創造消費者價值？各方是否能建立足夠信任？市場是否有成熟技術支持？法規是否允許？是否達到實質利益共享？以澳門為例，澳門市場規模、土地、人口都少，全面性的共享經濟模式未必樣樣都適合澳門。阿里巴巴合作助拳，主要是為了智慧城市的建立，不是為了共享經濟。可能因為兩者有一定相關性，所以讓不少民眾熱切期待澳門可以將中國大陸電子支付的便利，以及其他便捷的共享經濟模式複製過來。其實任何一種商業模式都不可能完全簡單的直接複製到另一個地區，不同國家與地區的消費文化、市場發展、社會需求，以及在地法律規範都不一樣。北上廣深等一線城市，都有過千萬人口的規模，這些大城市能輕易推動的共享經濟平台與商業模式，但在約65萬人口30多平方公里的澳門並不一定就適合。人少、地方小、市場有限、缺乏預期利益，服務商就很難主動提供優質的共享服務。沒有適合的市場，自然不會出現如內地那般的共享經濟浪潮。然而，電子支付與共享經濟畢竟是發展的大趨勢，特區政府需要對本澳未來的經濟發展的模式進行規劃與預判，平衡社區、傳統行業與居民的利益，更加精準地找出適合澳門市場的共享經濟模式。共享經濟中所產生的價值和利益是由三方共同分享，民眾、服務商、政府都在這種經濟模式的創新中扮演一定角色，發揮關鍵力量。寄望社會各界能夠以澳門社會總體利益為依歸，為本澳長遠可持續發展共同努力。

[責任編輯 陳超敏]

^① Jagdish N. Sheth, Bruce I. Newman, Barbara L. Gross, “Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values,” *Journal of Business Research*, Vol. 22, No. 2 (Mar 1991), pp. 159-170.