

中国共享经济发展报告（2021）

目 录

报告摘要.....	1
一、发展概况.....	5
（一）共享经济市场交易规模同比增长约 2.9%.....	6
（二）共享经济新就业对稳就业保民生的作用凸显....	7
（三）共享型服务和消费成为提升经济韧性的重要力量	10
（四）直接融资大幅增长.....	14
（五）企业服务市场成为竞争新战场.....	16
（六）共享制造新业态新模式全面发展.....	19
（七）网络直播营销成为共享平台的新亮点.....	21
（八）平台企业生态化扩张进一步加速.....	23
（九）量身定制的监管制度持续完善.....	24
二、存在问题.....	27
（一）大型平台涉嫌不正当竞争问题.....	27
（二）共享平台与金融业务深度融合潜藏风险.....	28
（三）流量恶性竞争问题.....	30
（四）个人信息保护问题.....	30
（五）未成年人网络保护问题.....	31
三、发展趋势.....	32
（一）共享经济发展面临新的机遇和挑战.....	32
（二）共享型消费将在构建新发展格局中发挥重要作用	33
（三）反垄断监管力度将持续加强.....	35

(四) 企业国际化面临更大挑战.....	36
附：典型企业案例.....	38
一、途家：着力科技创新 打造“信用民宿”	38
二、爱彼迎：积极帮扶社区 拥抱新常态下的新旅游.....	40
三、高灯自由薪：数字化人企商业协作助力灵活就业.....	43
四、好活：积极探索助力“新个体”灵活就业新模式.....	46
五、Wifi 万能钥匙：夯实安全根基 优化应用模式.....	49
致 谢.....	52

图表目录

图 1	2020 年我国共享经济市场结构情况.....	6
图 2	2020 年我国共享经济各领域市场规模增速情况.....	7
图 3	2017-2020 年我国共享经济平台企业员工数.....	8
图 4	2016-2020 年网约车与巡游出租车客运量占比情况.....	11
图 5	2016-2020 年在线外卖收入占全国餐饮业收入的比重.....	12
图 6	2016-2020 年共享住宿收入占全国住宿业客房收入的比重.....	13
图 7	2020 年共享经济各领域直接融资额同比变化情况.....	15
表 1	2017-2020 年我国共享经济发展概况.....	6
表 2	2020 年主要生活领域共享型服务普及情况.....	13
表 3	2019-2020 年主要生活领域共享型服务支出占比.....	14
表 4	2016-2020 年共享经济主要领域直接融资规模.....	14

报告摘要

一、基础数据

1.2020年我国共享经济市场交易规模约为33773亿元，同比增长约2.9%。生活服务、生产能力、知识技能三个领域共享经济市场规模位居前三，分别为16175亿元、10848亿元和4010亿元。

2.从发展速度上看，疫情对不同领域共享经济产生的影响明显不同。知识技能和共享医疗两个领域交易规模同比分别增长30.9%和27.8%；共享住宿、共享办公和共享出行三个领域交易规模出现显著下降，同比分别下降29.8%、26%和15.7%；生活服务领域同比下降6.5%。

3.2020年共享经济参与者人数约为8.3亿人，其中服务提供者约为8400万人，同比增长约7.7%；平台企业员工数约631万人，同比增长约1.3%。

4.2020年共享经济领域直接融资规模约为1185亿元，同比大幅增长66%，各领域融资情况差异巨大。共享办公、生产能力和共享医疗三个领域直接融资规模同比增长分别达到466.7%、285.6%和130.7%，共享住宿领域同比下降31%。

5.2020年网约车客运量占出租车总客运量的比重约为36.2%，同比小幅下降0.3个百分点；在线外卖收入占全国餐饮业收入比重约为16.6%，同比提高3.8个百分点；共享住宿收入占全国住宿业客房收入的比重约为6.7%，同比小幅下降0.2个百分点。

6.2020年网约车用户、共享住宿用户和在线外卖用户在网民中的普及率分别为36.19%、7.43%和43.52%。

7.2020年人均在线外卖支出在餐饮消费支出中的占比约16.6%，同比提高4.2个百分点。人均网约车支出在出行消费支出中的占比约为11.3%，同比小幅下降0.1个百分点，基本持平。人均共享住宿支

出在住宿消费中的占比约 4.9%，同比下降 2.5 个百分点。

二、主要结论

1.2020 年突发疫情冲击下的共享经济整体市场规模增速大幅放缓，不同领域发展的不平衡状况更加突出。知识技能、医疗共享等领域的市场规模大幅增长，共享住宿、共享办公、交通出行等需要通过线下活动完成交易闭环的领域出现显著下滑。

2.我国就业形势总体稳定并好于预期，离不开一系列保就业政策的实施，也得益于共享经济发展提供了大量灵活就业岗位。基于共享平台的新就业形态具有较大的包容性和灵活性，不仅有助于缓解重点群体的就业压力，而且有利于应对就业市场不确定性，增加劳动者收入，帮助改善民生。伴随新就业形态的快速发展，新职业不断涌现。发展新就业形态有望成为我国稳就业的重要着力点。

3.疫情冲击下，5G、人工智能、物联网等技术得到更广泛应用，推动线上线下加速融合，共享型服务和消费新业态新模式发展加速，成为提升经济韧性和活力的重要力量。

4.共享经济领域直接融资总体规模较上年出现大幅增长，主要是受共享办公、共享制造和共享医疗三大领域领先企业上市或获得大规模融资的影响。共享住宿领域由于受疫情冲击较大，行业整体监管力度持续加强，行业增长的不确定性加大，资本市场对企业的盈利能力和长期可持续发展能力要求提高，融资规模同比持续下降。

5.疫情影响下，共享经济主要领域都将迎来整合期，一些规模较小、抗风险能力较差的平台，将被迫退出市场或主动寻求合作机会，行业资源将进一步向资本力量雄厚、综合实力强的品牌聚集。

6.越来越多的共享平台由过去以 C 端消费者业务市场为主向 B 端即企业服务市场进行拓展，企业服务市场成为竞争新战场。平台企业发展重心的转变也成为各行业数字化转型的重要推动力。开发 B 端

市场有助于平台企业以较低的成本进一步扩大市场和培育新的竞争优势；但面向 B 端企业的服务与 C 端消费者的服务有显著差别，平台企业需要采取有针对性的策略。

6.共享制造的优势在抗疫的非常时期得到凸显。行业龙头企业持续加大资源开放共享力度，整合资源赋能创新创业尤其是中小微企业发展；大型企业、中小微企业以及各类服务企业之间的资源共享加速推进；共享制造发展的基础设施持续完善；共享制造新业态新模式全面发展。

7.共享经济与网络直播营销深度融合、互促互动。平台企业积极探索网络直播营销模式，使交易过程更加视觉化、情感化和互动化，提升用户消费体验；平台上庞大的用户量成为网络直播营销目标客源的重要基础，其算法和技术能力也进一步提高了直播推送的精准性。

8.大型平台企业的生态化扩张进一步加速，通过以主营业务为核心向产业链上下游拓展、或横向拓展至更多其他领域的方式，持续打造和完善平台生态。本地生活服务成为共享平台跨界布局和竞争的重要领域。

9.疫情使得人们进一步认识到了新业态新模式的韧性和发展潜力，共享经济发展的制度保障进一步完善，一些原有的制度性障碍取得重要突破。与此同时，针对实践中出现的新问题，量身定制的监管力度也在加大。2020 年我国主要针对大型平台企业竞争行为、网络营销和交易行为、个人信息保护、青少年等重点群体保护等方面加大监管力度。

10.共享经济发展中还存在一些亟待解决的问题：大型平台对市场支配地位不当利用、数据独占、垄断性扩张等不正当竞争行为带来了诸多不利影响；大型平台企业“跨界”提供金融服务日益普遍，也带来了有效监管困难、用户权益可能受到侵害以及金融风险处理不当而引发社会风险等潜在风险和问题；流量造假、流量劫持等基于流量

的恶性竞争问题日益突出；此外，如何对共享平台上集聚的海量个人信息进行有效保护、如何加强对未成年人使用网络的保护等，都成为各界高度关注的问题。

三、发展趋势

1.在 2020 年共享经济增速因疫情影响而出现显著回落的情况下，考虑到宏观经济可能出现的强劲复苏，预计 2021 年增速将有较大回升，速度有望达到 10%-15%；未来五年，我国共享经济的年均增速将保持在 10%以上。

2.共享型消费新业态新模式将在构建双循环新发展格局发挥重要作用。扩大内需是以国内大循环为主体的核心要义，进一步释放内需潜力还需要从供给侧着力，不断发展能够满足消费者多样化需求的新型服务业态，这就为共享型服务业发展提出了新需求，也意味着巨大的潜在市场。从政策导向上看，发展共享型消费为代表的新业态新模式将成为重要的工作抓手。

3.对平台经济进行科学有效的反垄断监管成为大势所趋。未来监管将更加重视维护各方合法权益、着力预防和制止大平台抑制市场创新活力的行为、加强对平台协同行为的监管。反垄断监管的加强将对平台企业的合规管理提出更高要求，也会影响互联网行业的投资方向，未来大型平台的“烧钱”竞争将会变得更加谨慎，为争夺市场份额进行的恶意收购现象也会越来越少。

4.国内外环境的深刻变化将使得平台企业国际化扩张面临更大挑战和风险，如将面临更加严格的市场准入、数据流动和内容服务方面的审查与限制等。随着挑战加大，企业的国际化战略可能出现调整。

中国共享经济发展报告（2021）

共享经济是指利用互联网等现代信息技术，以使用权分享为主要特征，整合海量、分散化资源，满足多样化需求的经济活动总和。共享经济是信息革命发展到一定阶段后出现的新型经济形态，是整合各类分散资源、准确发现多样化需求、实现供需双方快速匹配的最优化资源配置方式，是信息社会发展趋势下强调以人为本和可持续发展、崇尚最佳体验与物尽其用的新的消费观和发展观。

本报告是国家信息中心推出的第六份共享经济年度报告，对2020年我国共享经济发展的现状、问题以及未来趋势进行了全面分析，以期政府决策、产业发展和公众参与提供参考借鉴。

2020年新冠疫情突袭全球，也是新中国历史上极不平凡的一年。国际形势严峻复杂、国内改革发展稳定的任务艰巨繁重，叠加疫情的严重冲击。在这样极为不利的条件下，我国经受住了考验，成为全球唯一实现经济正增长的主要经济体，显示出强大的抗风险能力。在这个过程中，以共享经济为代表的新业态新模式表现出巨大的韧性和发展潜力，在保障民生供给、推动复工复产、扩大消费、提振内需等多个方面都发挥了重要作用。共享经济企业充分发挥平台优势，在满足人们日常生活需要的同时，持续推进出行、住宿、生产、教育、医疗等领域的变革，成为经济社会数字化转型的重要推动力。

一、发展概况

2020年，突发疫情冲击下的共享经济整体市场规模增速大幅放缓，不同领域共享经济发展的不平衡状况更加突出。

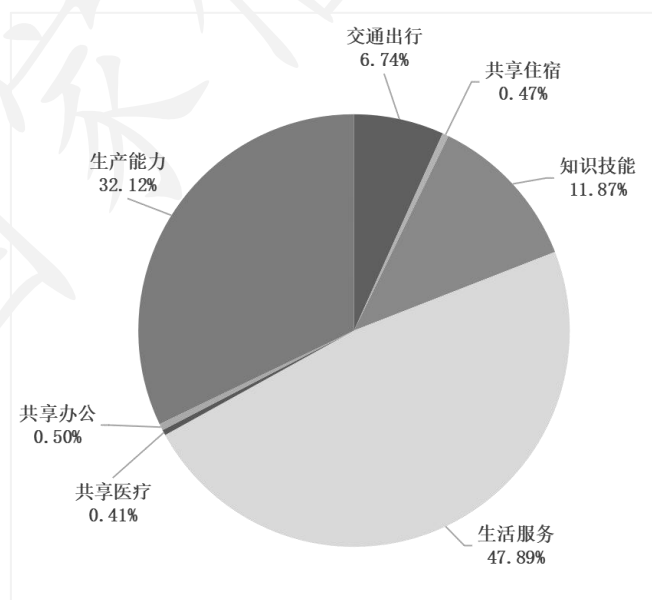
（一）共享经济市场交易规模同比增长约 2.9%

初步估算，2020 年我国共享经济市场交易规模约为 33773 亿元，同比增长约 2.9%，整体增速较上年大幅放缓（表 1）。从市场结构上看，生活服务、生产能力、知识技能三个领域共享经济市场规模位居前三，分别为 16175 亿元、10848 亿元和 4010 亿元。

表 1 2017-2020 年我国共享经济发展概况

领域	共享经济市场交易额（亿元）				
	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2020 年同比增速
交通出行	2010	2478	2700	2276	-15.7%
共享住宿	120	165	225	158	-29.8%
知识技能	1382	2353	3063	4010	30.9%
生活服务	12924	15894	17300	16175	-6.5%
共享医疗	56	88	108	138	27.8%
共享办公	110	206	227	168	-26.0%
生产能力	4170	8236	9205	10848	17.8%
总计	20772	29420	32828	33773	2.9%

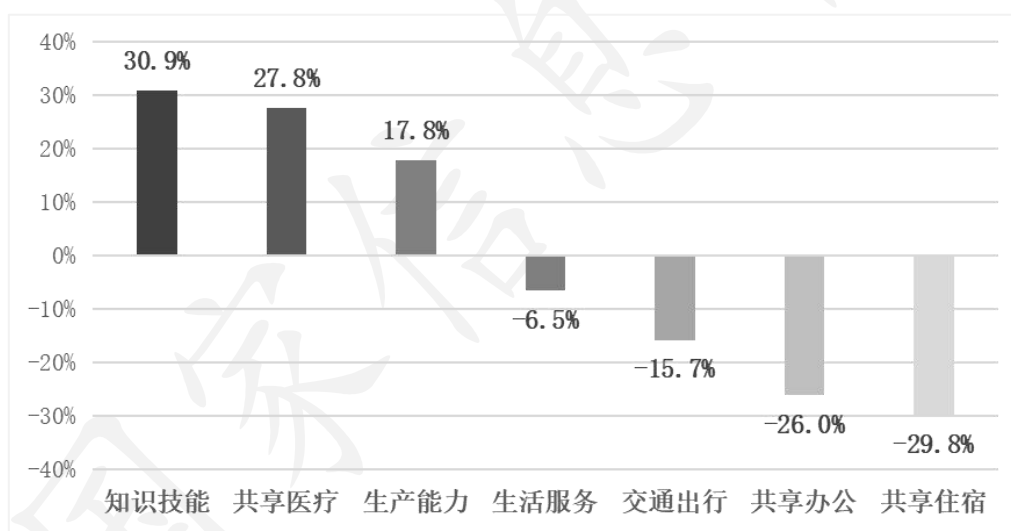
数据来源：国家信息中心分享经济研究中心



数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

图 1 2020 年我国共享经济市场结构情况

从发展速度上看（图 2），由于不同类型的共享平台在产业活动中发挥的作用不同，疫情对不同领域共享经济产生的影响也显著不同。知识技能和医疗共享两个领域市场交易规模分别增长 30.9% 和 27.8%，而那些必须通过线下活动完成交易闭环的领域，疫情冲击下市场规模出现显著下滑。交易规模下降幅度最大的三个领域是共享住宿、共享办公和共享出行，同比分别下降 29.8%、26% 和 15.7%。此外，生活服务领域交易规模同比下降 6.5%，主要是因为疫情发生后整个餐饮业、家政服务、线下休闲娱乐等都受到严重冲击，生活服务消费出现大幅下滑。以餐饮业为例，国家统计局数据显示，2020 年一季度餐饮业收入下降 44.3%，10 月份餐饮业收入同比增长 0.8%，是年内首次实现正增长，但 1 至 10 月同比仍下降 21.0%。



数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

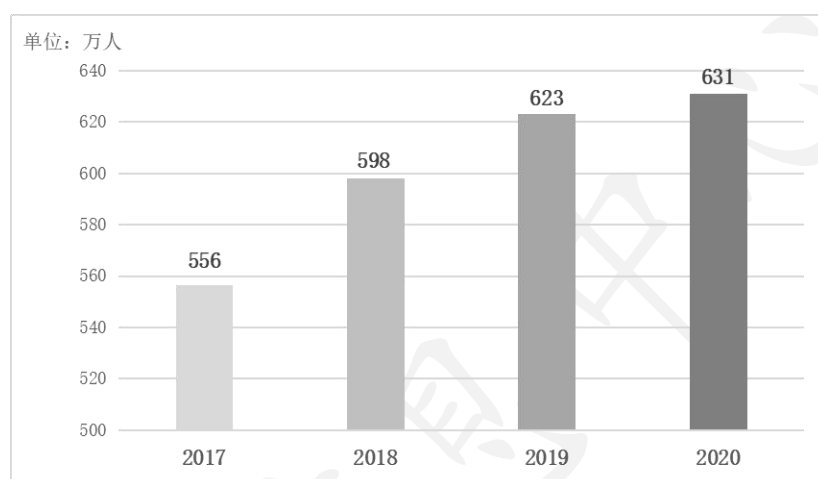
图 2 2020 年我国主要领域共享经济市场规模增长情况

（二）共享经济新就业对稳就业保民生的作用凸显

突发疫情冲击与就业市场持续存在的总量压力和结构性矛盾相叠加，2020 年我国就业总体形势面临前所未有的巨大挑战。国家统计局数据显示，2020 年 1-11 月，全国城镇新增就业 1099 万人，完成全年目标任务的 122.1%。全面就业形势总体稳定并好于预期，离

不开一系列保就业政策的实施，也得益于共享经济发展提供了大量灵活就业岗位，在拓宽就业渠道、增强就业弹性、增加劳动者收入等方面发挥了重要作用。

初步估算，2020年我国共享经济参与者人数约为8.3亿人，其中服务提供者约为8400万人，同比增长约7.7%；平台企业员工数约631万人，同比增长约1.3%（图3）。



数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

图3 2017-2020年我国共享经济平台企业员工数

疫情使得线下活动受限的情况下，直播短视频、知识分享等领域强劲增长，这些领域的用工需求也随之大幅提升。数据显示，2020年春节复工后一个月内，直播相关兼职岗位数同比增长166.09%，是全职岗位增速的两倍多¹。百度文库2020年上半年知识店铺的开店量超过4万家，直接带动近100万兼职或全职的内容创作者就业²。抖音平台上，2019年8月至2020年8月，共有2097万人通过从事创作、直播、电商等工作获得收入³。在生活服务领域，2020年上半年，通过美团平台获得收入的骑手总数为295.2万人，同比增长16.4%⁴。

¹ 智联招聘，2020年春季直播产业人才报告，<https://mp.weixin.qq.com/s/dyM1FZrqpEFwgdVsaK5Kxg>。

² 让灵活就业成稳就业重要抓手，http://www.xinhuanet.com/local/2020-08/17/c_1126374611.htm。

³ 中国人民大学国家发展与战略研究院课题组，抖音平台促进就业研究报告。

⁴ 美团研究院，2020年上半年骑手就业报告，<https://mp.weixin.qq.com/s/cMEfsTfLfvSxF88dLN8LIw>，2020。

基于共享平台的新就业形态具有较高的包容性和灵活性，不仅有助于解决重点群体的就业压力，而且有利于应对就业市场不确定性，增加劳动者收入和帮助改善民生。一方面，依托共享平台的新就业涉及的领域宽、包容性强，既有创意策划、软件设计、在线教育等适合大学生群体的知识密集型复杂劳动岗位，也有外卖骑手、网约车司机、云客服等适合文化水平相对不高群体的熟练性劳动岗位，为社会重点群体的就业创造了更广阔的空间和更多机会。调研显示，滴滴平台上大约 20.4% 的专职司机是由于下岗、失业等原因从事网约车工作，41.1% 来自制造业，13.6% 来自交通运输业，4.9% 来自钢铁、煤炭等去产能行业。2020 年上半年，美团平台上的新增骑手中，来自国家建档立卡贫困户的近 8 万人⁵。另一方面，平台企业可以根据市场供需变化，及时调节劳动力的供给量，促进劳动力跨业流动和减少摩擦性失业。疫情期间，美团平台的骑手工作吸纳了大量的二产、三产从业人员，35.2% 的骑手来自工厂工人，31.4% 来自创业或自己做小生意的人员，17.8% 来自办公室职员⁶。

随着新就业形态的快速发展，网约配送员、电商主播、在线咨询师等新职业不断涌现，备受关注。2019 年和 2020 年，我国先后发布了 3 批共 38 种新职业，与平台经济相关的职业如数字化管理师、物联网安装调试员、无人机驾驶员、电子竞技员等占比超过一半。如在服务业领域，伴随着数字化转型的持续推进，横跨两百多个生活服务细分行业，出现了酒店收益管理师、无人车安全员、线上餐厅装修师等诸多富有特色的新工种。新职业的出现生动体现了我国经济发展“量”与“质”的变化，不仅丰富着就业岗位的种类，而且推动着整个社会就业结构的变化。

发展新就业形态成为我国“稳就业”的重要抓手。2020 年以来，相关部门出台了多项政策，多渠道鼓励平台经济新就业：一是明确鼓

⁵ 同 4。

⁶ 同 4。

励发展自主就业、分时就业、多点执业等新就业形态的大方向，清理取消不合理限制新就业的政策规定，为新就业劳动者在审批管理、资金、场地等方面给予政策支持。二是加强劳动者权益保障，推动建立适应新就业形态的用工和社会保障制度，加快新就业形态薪酬制度改革，建立健全互联网平台用工的劳动标准体系等。三是统筹各方力量促进就业质量提升，如鼓励平台企业、中介服务机构等降低劳动者网络平台服务费、加盟管理费，支持平台企业建立灵活就业、“共享用工”平台，提供线上职业培训、就业供需对接等服务。2020年5月，人社部还启动了新就业形态技能提升和就业促进项目试点工作，面向新就业形态的重点就业群体提供岗前培训和技能提升培训，促进其就业或稳定就业。

（三）共享型服务和消费成为提升经济韧性的力量

疫情对服务业发展和消费市场都造成了前所未有的冲击。上半年我国服务业和消费市场发展缓慢，随着疫情防控形势不断向好，消费市场稳步复苏，并呈现加速回暖态势。国家统计局数据显示，2020年上半年我国社会消费品零售总额同比增速始终为负，第二季度最终消费支出对经济增长贡献率曾一度下降至-73%。下半年随着我国疫情防控取得重大战略成果，各项政策措施落地见效，服务业发展和消费市场都呈现稳步复苏态势。2020年，我国服务业增加值比上年增长2.1%，以新技术为引领的现代服务业领域增势较好；最终消费支出占GDP的比重达54.3%，高于资本形成总额11.2个百分点，为近年来的最高水平。在这个过程中，5G、人工智能、物联网等新技术得到广泛应用，推动线上线下加速融合，共享型服务和消费新业态新模式快速扩张，在有效保障居民日常生活需要、推动国内服务业和消费市场恢复、促进经济企稳回升方面发挥了重要作用。

从共享型服务的发展态势看，测算表明，在交通出行领域，2020

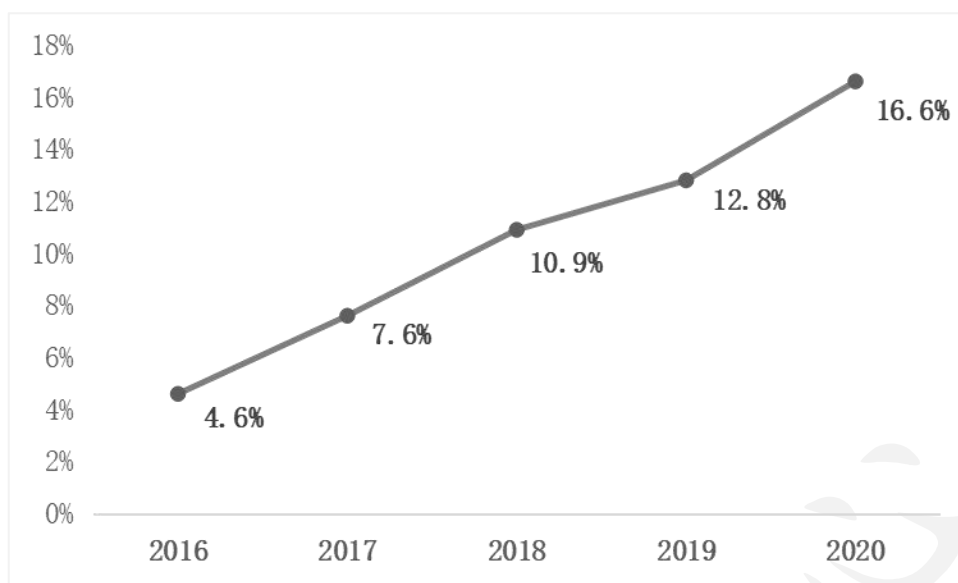
年网约车客运量占出租车总客运量的比重约为 36.2%（图 4），占比比上年小幅下降 0.3 个百分点。主要原因是出于疫情防控的需要，在居民出行意愿明显下滑的情况下，很多城市在一定时间段内暂停网约车平台服务。不完全统计，上半年全国有超过 50 个城市发布了一定时期内网约车停运要求，网约车平台订单较传统巡游出租车下降幅度更大；一些地方甚至因为网约车停运或客流停滞，造成大量网约车司机向线下运营服务公司申请退车事件。另一方面，调研显示，疫情期间网约车平台上专车服务订单的占比较疫情之前有明显提高。



数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

图 4 2016-2020 年网约车与巡游出租车客运量占比情况

生活服务领域，疫情使得人们线下活动受到限制，线上生活服务需求大增，“宅经济”爆发。以在线外卖为例，测算表明，2020 年在线外卖收入占全国餐饮业收入比重约为 16.6%，同比提高 3.8 个百分点（图 5）。餐饮企业积极开展外卖营销推广，加大外卖业务比重，开展“无接触”配送服务，满足疫情下人们的餐饮服务需求，在线外卖市场快速增长。国家统计局数据显示，截至 2020 年 6 月中旬，快餐和外卖相关行业达产率高于餐饮业整体约 10 个百分点。

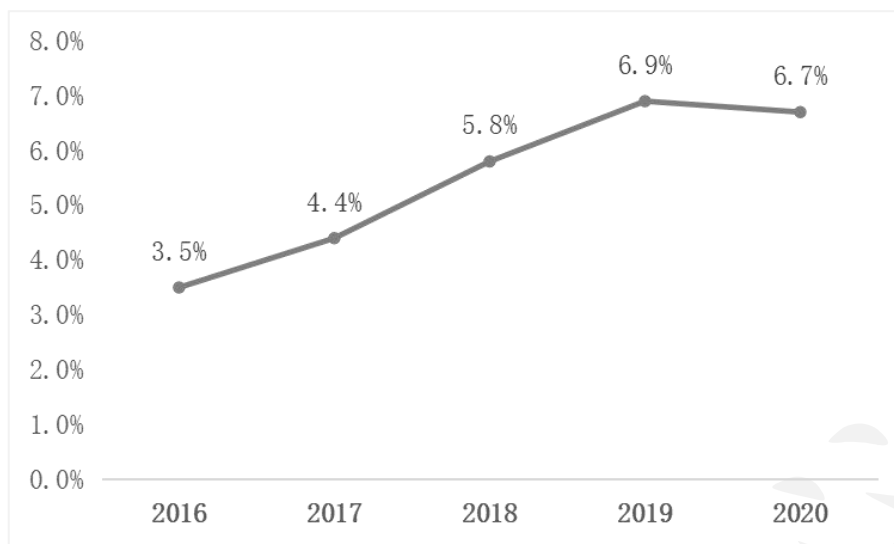


数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

图 5 2016-2020 年在线外卖收入占全国餐饮业收入的比重

住宿领域，测算表明，2020 年共享住宿收入占全国住宿业客房收入的比重约为 6.7%，同比小幅下降 0.2 个百分点（图 6）。总体上看，整个住宿服务业是受疫情冲击最大的领域之一，共享住宿新业态也不例外。尤其是在上半年，前五个月主要共享住宿平台上订单总量同比下降 65%，接待人次同比下降 63%，整体市场交易额同比大幅下降 72.1%⁷。随着国内疫情防控取得显著成效，相关部门陆续出台一系列扶持政策帮助企业纾困解难，平台企业积极探索新的营销模式并加大对商户的扶持，加上人们暂时被压抑的旅游休闲需求得以释放，共享住宿行业发展的自我修复和创新动能持续积累和日益强大。但疫情的不确定性也使得整个市场的复苏进程更加曲折。

⁷ 国家信息中心分享经济研究中心，中国共享住宿发展报告 2020，
<http://www.sic.gov.cn/News/568/10548.htm>.



数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

图 6 2016-2020 年共享住宿收入占全国住宿业客房收入的比重

从居民消费的角度看，疫情影响下，线上生活必需品购买、生鲜零售配送、到家服务等选择较平时有显著提升。2020 年网约车用户、共享住宿用户和在线外卖用户在网民中的普及率分别为 36.19%、7.43%和 43.52%（表 2）。

表 2 2020 年主要生活领域共享型服务普及情况

领域	用户规模（万人）	网民使用率（%）
网约车	34011	36.19%
共享住宿	6983	7.43%
在线外卖	40903	43.52%

注：①2020 年网民规模、在线外卖、网约车用户数来自 CNNIC《第 46 次中国互联网络发展状况统计报告》（均为 2020 年上半年数据）。②共享住宿相关数据来源国家信息中心分享经济研究中心。

从主要领域共享型服务支出占比来看（表 3），2020 年人均在线外卖支出在餐饮消费支出中的占比继续提高，达 16.6%，较上年提高了 4.2 个百分点。人均网约车支出占出行消费支出的比重与上年基本持平，约为 11.3%。人均共享住宿支出在住宿消费中的占比，则由去年的 7.4%下降到 4.9%，下降幅度较大的主要原因在于，疫情防控下

出行住宿需求大幅下降、订单量急剧减少，同时间夜价格也出现了明显下降，如 2020 年前五个月主要共享住宿平台上平均间夜价格同比下降了 16%⁸。

表 3 2019-2020 年主要生活服务领域共享型服务支出占比

领域	人均消费支出（元）		共享型服务支出（元）		共享型服务支出占比	
	2019 年	2020 年	2019 年	2020 年	2019 年	2020 年
出行	2764.6	2311	316.4	261.7	11.4%	11.3%
住宿	216.8	229.8	16	11.2	7.4%	4.9%
餐饮	3428	2862.5	425.4	474.4	12.4%	16.6%

数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

（四）直接融资大幅增长

测算表明，2020 年共享经济领域直接融资规模约为 1185 亿元，同比大幅增长 66%（表 4）。各领域融资情况差异较大，共享办公、生产能力和共享医疗等领域融资额大幅增长，涨幅分别达到 466.7%、285.6%和 130.7%（图 7）；共享住宿领域融资规模较上年明显下降。

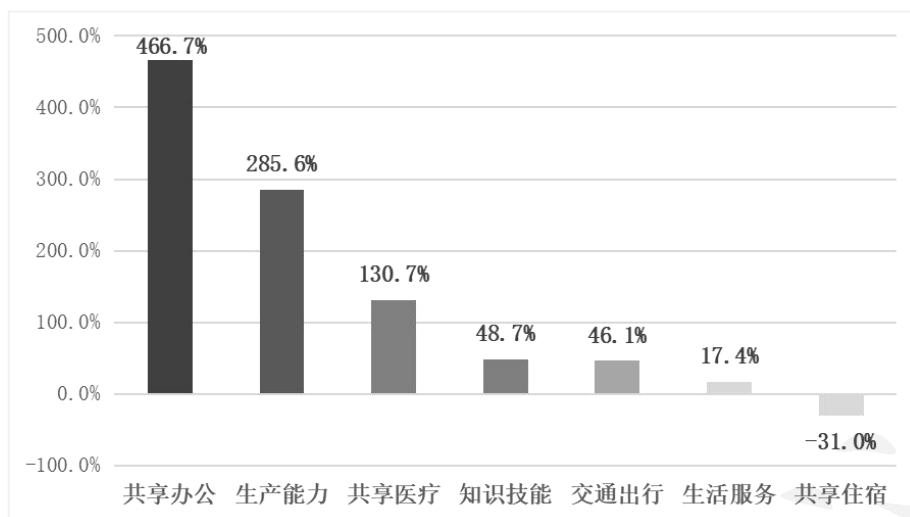
表 4 2016-2020 年共享经济各领域直接融资规模

（单位：亿元）

领域	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2020 年同比增速
交通出行	313	700	1072	419	78.7	115	46.1%
共享住宿	34	13	37	33	1.5	1	-31.0%
知识技能	73	199	266	464	314	467	48.7%
生活服务	155	325	512	185	221.5	260	17.4%
共享医疗	42	44	19	147	38.1	88	130.7%
共享办公	—	—	—	41	12.0	68	466.7%
生产能力	4	10	34	203	48.2	186	285.6%
总计	620	1291	1941	1490	714	1185	66%

数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

⁸ 国家信息中心分享经济研究中心，中国共享住宿发展报告 2020，
<http://www.sic.gov.cn/News/568/10548.htm>。



数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

图 7 2020 年共享经济各领域直接融资额同比变化情况

共享办公领域融资规模大幅增长，主要是受领先企业优客工场上市和 WeWork 中国获得新融资的影响，两家企业的融资额占该领域融资额的九成以上。疫情之下，共享办公进入新阶段，越来越注重精细化运营、智能化和多元化服务。2020 年 9 月，WeWork 中国获挚信资本 2 亿美元追加投资，将致力于将决策和管理、产品和服务全面实现本土化。11 月，优客工场成功登陆纳斯达克，成为“联合办公第一股”。公开资料显示，截至 2020 年 6 月 30 日，优客工场已经覆盖包括我国一线、“新一线”城市以及新加坡在内的 47 个城市，拥有 185 个联合办公空间。根据其 2019 年下半年时披露的运营数据，其经营超过 24 个月的成熟空间的出租率从 2017 年末的 63% 已上升到 2019 年末的 87%。

生产能力共享领域日益获得资本青睐。全国工业互联网产业基金规模突破 28 亿，一批“独角兽”企业加速涌现。跨领域工业云平台的建设、AI/机器视觉工业应用、工业安全解决方案等领域成为投融资热点。IDG、金沙江、红杉资本等知名风投机构积极开展工业互联网领域投资。2020 年卡奥斯物联、树根互联等平台企业都获得了新的融资。不完全统计，卡奥斯物联所属领域新工业在 2020 年共有 44

笔融资，融资额约 11.5 亿元。2020 年 12 月，树根互联获得 C 轮 8 亿元融资，成为工业互联网领域新的“独角兽”。其搭建的根云平台可为工业用户提供设备一站式快速接入和端到端的一站式的服务，具备灵活订阅的成本优势，降低工业企业的转型风险。

共享医疗的价值也因突发疫情进一步凸显。疫情的发生凸显了互联网医疗在提供医疗健康服务方面的独到之处，让广大用户体验到了技术应用和模式创新带来的新型医疗服务。包括医保支付在内的利好政策密集出台，行业发展迎来新一轮契机，阿里健康、京东健康、腾讯智慧医院等平台纷纷加大资源投入和业务布局，行业竞争更为激烈。疫情结束后，如何实现用户留存和盈利模式创新，将成为平台企业之间竞争的焦点。面向未来看，随着生活水平的提升，人们对医疗服务的质量要求也不断提高。互联网医疗的发展将逐步形成“线上+线下”、“诊疗+健康”服务、“药品+健康品”的多样化、内容丰富的服务链条，从而呈现出行业多元化、融合化的发展趋势。平台企业要在竞争中脱颖而出，需要在创新产品、提升服务质量等方面持续努力。

与此同时，有些领域由于受疫情冲击较大，行业整体监管力度加强，行业增长的不确定性加大，资本市场对企业的盈利能力和长期可持续发展能力要求提高，融资规模同比持续下降。总体上看，疫情影响下，共享经济主要领域都将迎来整合期，一些规模较小、抗风险能力较差的平台，或将被迫退出市场，或主动寻求合作机会。行业洗牌整合加速，市场资源将向资本力量雄厚、综合实力强的品牌聚集。

（五）企业服务市场成为竞争新战场

过去几年共享经济平台的服务对象主要是面向 C 端消费者用户，随着这些业务逐步进入相对成熟阶段，行业领先企业积极拓展企业服务等新业务领域。与此同时，疫情冲击下，数字化水平高的企业的抗

风险能力进一步凸显，传统企业数字化和平台化转型的意愿大大提升，这为平台企业从消费者业务转向企业服务业务提供了机会。平台企业发展重心的转变，也成为各行业数字化转型的重要推动力。

越来越多的共享平台转向 B 端即企业服务市场。出行领域，滴滴平台的出租车业务升级为“快的新出租”，并投入专项补贴为出租车乘客发放打车券，快的新出租通过滴滴 APP 向用户提供服务，未来还将开放小程序等入口，出租车业务在公司整体业务中被提升至新的高度，已在 360 多个城市提供服务。嘀嗒出行与西安、沈阳、徐州、南京等多个城市开展合作，通过打通乘客、司机、计价器、车辆及出租车公司和管理部门之间的数据，推动传统出租车业务数字化转型，用户打车后，一次扫码即可实现行程实时查询与分享、服务评价与投诉、聚合支付、使用多种出行工具、电子发票等的系列线上功能，使得乘客享受更为便捷智能的乘车体验。高德打车启动“好的出租”计划，计划一年内完成 100 万辆出租车巡网融合改造，帮助 300 家出租车企业数字化升级；与新月联合、北方北创、北汽出租、金银建出行等北京多家大型出租车企业达成巡游车网约化合作。T3 出行的新战略在传统出租车业务方面推出了“T3 新享出租”，意在匹配线上需求和线下出租车。一些城市也开始探索网约车与传统出租车融合发展的途径：如深圳、贵阳等地出租车驾驶证和网约车驾驶证合二为一、济南符合条件的出租车可以申请转为网约车等。生活服务领域，美团实施帮扶计划，一方面帮助商家拓展线上销售渠道，以外卖、在线商城等方式扩充新的收入来源；另一方面通过提供智能硬件和数字化解决方案，辅助商家在开店选址、产品设计、活动运营、品牌营销等方面进行智能决策与管理，精准统筹企业服务能力的时空布局、资源分配，从而帮助中小商户进行数字化转型。饿了么平台加大企业订餐服务领域布局力度，针对企业商务宴请、会务餐、团建餐、加班餐、差旅餐等多种用餐需求提供一站式企业订餐管理服务。员工下单后可采用企

业支付、统一开票，免去了先垫资后报销的复杂流程，且可自动进行餐补抵扣，并能在员工之间转赠共享，更加灵活和人性化。街电与购物中心、便利店、酒店、餐饮企业等开展合作，除提供充电服务之外，还帮助商家打通会员体系、开展广告营销、打造周边产品，提高商家的获客能力和品牌曝光率。共享经济平台在 B 端市场竞争日益激烈，其业务拓展无疑将深刻改变传统行业，全面推进线下业务的平台化转型步伐。

共享经济平台在服务 B 端市场具有突出优势：一是平台拥有庞大的消费者流量及数据资源，可以帮助企业进行精准用户画像、提供客源基础、收集用户反馈，更好地满足消费者多样化、个性化需求；二是通过规模效应实现服务降本增效。共享平台作为多主体力量整合的纽带，能够集聚、整合、分享产业链资源，发挥规模优势，为企业及商户提供高效率低成本的相关服务。

开发 B 端市场有助于共享经济平台企业以较低的成本进一步扩大市场和培育新的竞争优势：一是 B 端市场上服务提供主体的合规性高。企业及相关从业人员已经取得相应的经营资质，平台无需投入额外的合规成本；二是业务稳定性强。B 端服务的专业化水平更高，用户切换成本也较高，更容易增强用户黏性，形成服务壁垒。三是从业人员的社会保障水平相对较高。从业人员一般都与企业签有正式的用工合同并享有相应的劳动保障，减少了平台企业所面临的社保责任压力。

但也应看到，面向 B 端企业的服务与 C 端消费者的服务也有显著差别，共享平台需要采取有针对性的策略：一是根据业务形态的不同，采取定制化、针对性的专业解决方案。C 端市场用户群体规模大，产品或服务标准化程度相对较高，业务场景相对简单，更注重交易频次；B 端市场不同行业、不同规模的企业需求具有显著差异，产品或服务的标准化程度相对较低，业务场景更为复杂，需要对企业所在行

业、业务发展、组织管理等多方面有具体深入的理解。二是根据业务模式的不同，设计多元的服务模式和灵活的定价模式。共享平台的 C 端服务的营收主要来自用户购买服务或广告收入等，服务定价相对标准化；B 端服务的营收主要来自为企业提供定制化的解决方案，服务类型更加多元，定价方式更加灵活，如佣金、收益分成等，平台需要针对不同业务采取差别化的营销、服务和定价策略。

（六）共享制造新业态新模式全面发展

2019 年 10 月工信部印发《关于加快培育共享制造新模式新业态促进制造业高质量发展的指导意见》，我国共享制造发展迈上新台阶。2020 年，在满足全社会抗疫应急之需、助力企业战“疫”和复工复产等方面，依托工业互联网发展起来的共享制造发挥了重要作用。突发疫情倒逼传统制造业企业积极探索和尝试共享制造新模式，大型互联网平台企业也在共享制造领域积极布局。

共享制造的优势在抗疫的非常时期得到凸显。依托工业互联网平台，大量的制造商、供应商、开发者等主体得以聚合，工业设备、产品、系统、服务实现更全面的连接，消费与生产、供应与制造、产品与服务之间的数据流被打通，研发设计、生产制造、运维服务等海量制造资源在线汇聚和沉淀，形成基于平台的制造能力开放共享和业务协同，促进社会化制造资源的网络化动态配置，构建起柔性、灵活、稳定的产业链供应链。疫情期间，徐工汉云平台为武汉火神山医院建设紧急调配了在线设备进行驰援，通过实时监测 72 台工程机械，有效开展“云监工”。三一根云平台为西安、广西等地的应急医院建设提供了重要技术支持，通过对工程设备开展远程监控，最大限度加快了施工进度。富士康利用工业互联网平台进行了医疗物资的快速柔性转产，仅三天就建成口罩生产线，为缓解口罩供给压力提供了重要支持。阿里云、华为等通过开放计算能力、汇聚优质资源、运用相关模

型，为药物筛选与研制起到了重要促进作用，也为疫情防控争取到了宝贵时间。

行业龙头企业持续加大资源开放共享力度，以平台产品开发与运营为核心，创新服务模式，整合资源赋能创新创业尤其是中小微加速发展，激发市场新活力。2019年工业和信息化部遴选海尔 COSMOPlat、东方国信 Cloudiip 等十大跨行业跨领域平台，广泛汇聚产业资源，实现创新引领。公开资料显示，海尔卡奥斯工业互联网平台上共聚集了 400 多万家生态资源，覆盖 60 个细分行业，聚集 3.5 亿用户，连接各类智能终端 2600 多万台、超过 2000 个工业 APP，为将近 7 万家企业提供服务；同时该平台还孕育出像服装、农业等 15 个垂直行业的工业互联网平台，全部开放给中小型企业，助力中小企业转型升级。紫光、移动、腾讯等 ICT 企业发挥 IaaS 和 PaaS 领域技术优势，构建通用技术底座，降低其他平台建设门槛。石化盈科、宝信、智能云科等制造企业依托行业经验和创新实践，提供专业化服务，带动行业水平提升。

大型企业、中小微企业以及各类服务企业之间的资源共享加速推进。近年来，得益于产业配套政策的不断完善，作为共享制造重要基础的工业互联网平台快速发展。我国已建成 70 多个具有跨行业和区域影响力的工业互联网平台，连接工业设备达到 4000 万台/套，平台服务工业企业共 40 万家，行业赋能效果凸显。利用海尔、用友、浪潮等工业互联网平台开展业务的中小企业已超过百万，显著降低了数字化改造门槛，跨行业综合型平台引领作用不断增强。我国已打造形成融通型和专业资本集聚型特色载体的开发区 101 个，制造业重点行业骨干企业“双创”平台普及率超过 80%，推动形成“龙头企业+孵化”共生共赢生态⁹。

共享制造发展的基础设施持续完善。依托全球领先的 4G 网络和

⁹ 肖亚庆，制造强国和网络强国建设扎实推进，人民日报，2020年10月9日09版，<https://wap.peopleapp.com/article/5996942/5913241>

光纤宽带网络，应用 5G 等新型网络技术，加快构建低时延、广覆盖、高可靠的工业互联网外网体系，已经覆盖 300 个城市、连接 18 万家工业企业¹⁰。工业互联网平台已广泛应用到包括工程机械、钢铁、石化等在内的 30 余个国民经济重点行业。一批数字化车间和智能工厂初步建成。截至 2020 年 6 月，制造业重点领域企业关键工序数控化率和数字化研发设计工具普及率分别达到 51.1%和 71.5%¹¹。工业互联网网络体系加速建设，鼓励工业企业运用 5G、时间敏感网络（TSN）、边缘计算等新技术建设企业内网，领先省份企业生产设备联网率接近 50%，全国“5G+工业互联网”内网改造在建项目超过 800 个。工业互联网标识解析体系实现了从 0 到 1 的突破。

（七）网络直播营销成为共享平台的新亮点

疫情期间，在人们线下活动受到限制、商家经营停摆受限的情况下，网络直播营销模式蓬勃兴起并快速渗透至众多行业。作为一种新模式，网络直播营销兼具内容分享与社交电商的属性，其本质是将线下海量资源在线上汇聚，由主播进行产品及品牌的直观动态展现，并与粉丝互动建立信任关系，通过商品销售实现流量变现。网络直播营销呈现“万物皆可播、人人皆可播、处处皆可播”的特征，除了专业主播外，普罗大众也参与其中。网络直播营销也吸引了部分企业家的参与，并成为一些地方官员推介当地特色产品和服务的重要渠道。商务部数据显示，2020 年上半年全国电商直播超过 1000 万场，活跃主播人数超过 40 万，观看人次超过 500 亿，上架商品数超过 2000 万¹²。

共享经济平台企业积极探索网络直播营销模式。短视频平台成为直播营销的重要载体，发展十分迅猛。快手数据显示，该平台电商交

¹⁰ 工业互联网发展全面开启数字经济新时代，
http://www.cac.gov.cn/2020-10/21/c_1604847744602089.htm。

¹¹ 肖亚庆，制造强国和网络强国建设扎实推进，人民日报，2020 年 10 月 9 日 09 版，
<https://wap.peopleapp.com/article/5996942/5913241>。

¹² 商务部市场运行和消费促进司负责人王斌在国新办举行的国务院政策例行吹风会上的讲话，2020 年 9 月 22 日，<http://www.gov.cn/xinwen/2020zccfh/30/index.htm>。

易总额由 2018 年的 9660 万元增至 2019 年的 596 亿元，2020 年 6 月 30 日达到 1096 亿元，两年时间增长 1000 倍¹³。抖音平台上，2019 年 12 月至 2020 年 5 月增加了 285 万主播，直播共计 5531 万场，直播电商累计成交 119 亿元¹⁴。共享住宿领域，领先平台企业“直播”当地风土人情，“营销”民宿及周边产品。途家平台与酷狗直播合作，优选热门城市的民宿，通过在线打卡、分享风俗趣闻、周边风光和娱乐项目等手段宣传民宿及旅游目的地，吸引了十万余名观众在线收看。Airbnb 爱彼迎与浙江、桂林等地展开合作，通过直播、短视频等形式展现当地原生态的生活内容，直播间吸引了 400 多万人次的用户参与，短视频播放量 200 多万次。小猪平台与淘宝、飞猪和有赞等平台合作，开启民宿房东直播，帮助浙江、云南、四川、贵州等地的乡村民宿经营者售卖民宿周边特色产品；小猪、飞猪等平台还联合海南旅游和文化部门启动民宿专场直播活动，重点推广特色民宿，在两小时内就吸引了 50 万人在线观看，交易额突破 200 万。生活服务领域，中小商户借助网络直播和基于位置的服务技术，精准锁定周边用户，使得受限的线下经营在线上得以展开，并借助本地生活服务平台即时配送网络的优势高效完成消费闭环。

共享经济与网络直播营销深度融合、互促互动。一方面，共享平台成为网络直播营销的重要应用场景和舞台。网络直播营销的覆盖行业正从快消、美妆、农产品等特定品类，向住宿、外卖等产品和服务延伸。共享平台的庞大用户量成为网络直播营销目标客源的重要基础，其算法和技术能力能够进一步提高直播推送的精准性。另一方面，网络直播营销模式拓展了共享平台的营销渠道，交易过程更加视觉化、情感化和互动化，消费体验大幅提升，消费意愿及用户粘性大大增强。同时，网络直播营销模式还能缩短从原料商、生产商到品牌商、广告商等的层层链条，提高产品及服务的性价比，并通过用户数据与

¹³ 快手大数据研究院，2020 快手电商生态报告，2020 年 11 月。

¹⁴ 面朝研究院，2020 年直播电商数据报告：抖音 VS 快手，2020 年 6 月。

反馈的实时收集促进上游环节的供给改善。

（八）平台企业生态化扩张进一步加速

随着行业的发展，企业实力的增强，许多领域的领先企业在其主营业务逐渐成熟并获得一定市场优势后，为实现进一步的增长和巩固竞争优势，开始以主营业务为核心，向产业链上下游进行拓展，或横向拓展至更多其他领域，持续打造和完善平台生态。2020 年大型平台企业的生态化发展进一步加速。

本地生活服务成为共享平台跨界布局和竞争的重要领域。短视频平台纷纷着手打造从“视频种草”到“终端消费”的全链路消费闭环。快手新增“本地生活”端口，提供了餐饮、周边游、购物丽人、休闲娱乐等产品及服务；抖音也新增了同城外卖、门票预订、酒店预订等服务，用户无需跳出 APP 即可完成消费闭环。网约车平台滴滴推出社区团购服务，用户在线下单后，既可选择门店自提，也可选择上门配送。公开资料显示，截至 12 月该业务覆盖 20 余座城市，日均件单量突破 1000 万。

货运、跑腿业务成为各大共享出行平台积极拓展的新业务。疫情期间人们出行锐减的情况下，货物配送、代跑腿的需求大大增加，网约车平台依托已有的庞大用户基础、高效的智能调度体系和完整的安全保障机制，积极探索从“送人”到“送货”的业务延伸。2020 年 3 月，滴滴出行正式在上海、深圳、重庆等 21 个城市上线跑腿服务，首批跑腿员由平台上的代驾司机担任；并成立了货运关联公司发展货运业务，5 月开始在杭州和成都招募货运司机。哈啰出行推出了以文件、样品、小件物品递送为主的中短距离即时配送服务。曹操出行在提供同城物流服务的基础上还推出了外卖配送服务。国外网约车平台 Uber、lyft 也开始布局即时配送业务，通过与各地商超展开合作，为人们提供包括食品杂货、餐饮、医疗用品、日用品等在内的生活必需

品配送服务。

出现这一现象的原因，一是由于平台是链接多边群体、整合多方资源的枢纽，具有明显的规模效应、范围经济和网络化效应，平台规模越大，其经济活动的边际成本越低，因此平台具有扩大规模、延展范围的内在动因。二是企业的竞争需要。随着近几年用户数量增长放缓，平台营收压力不断加大，突发疫情进一步对平台产生了严重冲击，挖掘新的流量入口以争夺新用户、培育新业务成为竞争焦点。三是形成生态闭环、提升用户粘性的需要。平台以用户需求为导向，以现有业务为基点，通过对产业链价值链的全面整合，为消费者提供“一站式”的综合服务，以延长用户停留时间、丰富变现手段。

多元化扩张的探索与尝试对平台来说也是巨大的挑战。新业务与主营业务之间能否形成紧密耦合、协同带动作用，仍有待实践验证；平台能否在新业务领域中形成足够的核心竞争力、是否能在激烈的市场竞争中突出重围、未来能够产生多大的收益等都存在很大的不确定性；新业务拓展需要投入大量资源，营运成本控制、盈利模式构建等都需持续探索，这将极大地考验平台的运营能力。与此同时，对于大型平台涉嫌垄断的质疑也越来越多。2020年以来市场监管总局已经公布了10余起未依法申报违法实施经营者集中案件的行政处罚决定书。未来共享经济平台企业发展中都面临反垄断规制的潜在风险。

（九）量身定制的监管制度持续完善

疫情使得人们进一步认识到了新业态新模式的韧性和发展潜力，共享经济发展的制度保障进一步完善；与此同时，针对实践中出现的新问题，量身定制的监管力度也在加大。

从制度保障的角度看：疫情冲击下，各部门各地区面向中小商户的支持政策力度空前，如降低企业资金压力，减免税收、租金、水电费用；缓解用工成本，延迟缴纳社保、失业保险返还；提供融资支持，

设立产业纾困基金、提供低成本信贷资源等多个层面帮助中小商户渡过难关。与此同时，一些原有的制度性障碍取得重要突破。共享医疗是疫情倒逼下制度创新步伐加快的典型领域。面对突然激增的诊疗压力和疫情防控的需要，发改委、卫健委、医保局等多个部门接连下发文件，在将互联网医疗纳入医保报销范畴、医疗服务异地结算、电子处方流转、探索推行互联网医疗首诊等多个方面都取得了重要进展，意味着长期以来共享医疗服务面临的制度障碍日益被破除。互联网医疗能够以在线诊疗为流量入口，打通“社保—商保—用户—医院—医疗—药品”等不同环节的数据隔阂，人们有望足不出户即可享受到“互联网复诊+处方在线流转+医保自动结算+药品配送到家”的一站式服务。平台企业将逐步构建起“医药商业+医疗终端+医患个体”的联动机制，从在线预约、在线咨询等基础功能，向医药电商、互联网医院、诊疗平台、慢病管理系统等多个模式持续探索创新，整个行业有望迎来更大的发展空间。

与此同时，针对共享经济发展中的出现的种种问题，相关部门也本着鼓励创新、底线监管的原则及时进行回应与规制，引导新业态新模式健康发展。2020年监管和规范的重点主要体现在五个方面：

一是对大型平台企业竞争行为的规范。2008年《反垄断法》生效以来，互联网领域的反垄断监管始终处于相对宽松甚至是缺位状态。随着平台经济的快速发展，技术、数据、资本等市场资源加速向头部平台企业集中，随着市场集中度越来越高，大型平台的不公平竞争行为集中出现，2020年开启了反垄断监管的新局面。1月公布的《〈反垄断法〉修订草案（征求意见稿）》首次增设互联网经营者市场支配地位认定依据的规定。11月，《关于平台经济领域的反垄断指南（征求意见稿）》发布，意味着反垄断相关法律制度将进一步落地实施，反垄断的对象从传统经济领域延展到平台经济领域，主要针对垄断协议、滥用市场支配地位、经营者集中、滥用行政权力排除限

制竞争等四类垄断行为进行细化规定，也确认了“平台、平台经济、平台经营者”等基础概念以及相关市场界定的具体考虑因素，还对平台经济反垄断领域的诸多焦点话题进行了回应：如协议控制（VIE）结构交易的反垄断申报，数据、技术和算法合谋对协议行为认定的冲击，滥用市场支配地位中的“二选一”，大数据“杀熟”和必要设施理论的适用等。

二是对网络营销和交易行为等的规范。针对直播电商发展中出现的假冒伪劣产品、虚假宣传、流量造假等扰乱市场秩序和侵害消费者权益问题，2020年11月以来，国家市场监督管理总局、网信办、广电总局均出台了相关制度，从不同角度对网络直播予以规范：一是对网络直播营销活动中的各个主体，即网络平台、商品经营者、直播者等的责任和义务做出明确规定，包括直播平台应当对商品进行目录化管理、直播账号分级分类、建立主播黑名单制度等；二是明确直播禁止发布的内容，并加大对网络直播营销活动中违法行为的查处力度，包括侵犯消费者合法权益、产品质量违法、不正当竞争、食品安全违法、广告违法、价格违法等。在共享住宿领域，8月文化和旅游部发布《在线旅游经营服务管理暂行规定》，从在线旅游经营的应急预案、网络安全、内容审查、资质核验、信息发布、正当评价、信息收集、公平交易、行政监管、协作治理、应急救助等方面，明确了在线旅游经营者、旅游者等各方主体的行为规范、担责依据，尤其是对一些包括大数据杀熟、不合理低价游等在内的社会旅游热点或旅游顽疾问题进行了回应，对平台的监管义务和责任进行规定，提出应当保障旅游者的正当评价权、避免价格歧视、保护旅游者个人信息数据安全等。

三是个人信息保护进一步加强。2020年5月通过的《中华人民共和国民法典》，对隐私权和个人信息保护做出了专门规定，清晰界定了隐私、个人信息以及个人信息的处理等基本概念，明确了隐私权侵害行为的类型、处理个人信息的原则、个人信息的合理使用范围等，

同时还对隐私权和个人信息保护的关系作出了规定。10月,《中华人民共和国个人信息保护法(草案)》公开征求意见。文件从确立“告知—同意”为核心的个人信息处理的一系列规则、严格限制处理敏感个人信息、明确国家机关对个人信息的保护义务等方面,全面加强个人信息的法律保护。12月,网信办就《常见类型移动互联网应用程序(App)必要个人信息范围》公开征求意见,其中规定了地图导航、网络约车、即时通信等38类常见类型App的必要个人信息范围,明确提出只要用户同意收集必要个人信息,不得拒绝用户安装使用。

四是对青少年等重点群体的保护。2020年10月,全国人大常委会通过了修订后的《未成年人保护法》,新增“网络保护”专章,除了对网络素养教育、网络沉迷预防和网络欺凌防治等突出问题进行了全面规范,还重点关注了网络直播、网络音视频等领域存在的问题,明确服务提供者应当设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等功能。11月,广电总局发布文件,明确禁止未成年用户打赏;国家网信办相关制度则要求,未满十六周岁的人不得参与直播间运营和直播营销。12月,中央网信办、教育部等联合发出通知,明确提出未成年人网课平台不得推送不适宜未成年人的信息或广告引流内容。

二、存在问题

(一) 大型平台涉嫌不正当竞争问题

由于网络效应、规模效应、锁定效应、掌握和处理相关数据的能力等因素,大型平台企业容易形成市场主导地位。平台规模越大,边际成本越低、用户聚集意愿越高、数据汇聚越多,越能够进一步取得市场优势地位,从而形成“赢家通吃”“强者恒强”的马太效应。共享经济作为平台经济的典型代表,在出行、生活服务、社交和内容服务等领域都出现了一些大型平台。这些平台在提高经济发展效率、增加消费者福利的同时,也带来了一些负面影响,引发社会广泛质疑:

一是对市场支配地位的不当利用。大型平台对交易方式、定价模式、交易频率、结算工具、责任分配等都具有较高的支配力，服务提供者、消费者等其他交易参与者地位相对弱势，缺乏议价能力，带来一系列问题，如平台抽成过高、服务提供者收入难以得到保障、通过“二选一”等限定交易方式排除市场竞争、“大数据杀熟”等，引发社会公众不满。据北京市消协一项调查显示，超八成被调查者认为“大数据杀熟”现象相当普遍，且有超五成被调查者表示有过被“大数据杀熟”的经历。

二是数据独占。大型平台在日常经营活动中采集了大量的用户数据，这些数据经过加工后，用以进一步挖掘用户的潜在需求和行为特征，平台企业及其关联投资企业就可以开展更精准的推送等服务，在不断增强客户黏性的同时，平台企业也在构建越来越高的“数据隔离墙”，并形成平台经济下典型的数据独占；同时还在平台规则、算法、技术、流量分配等方面设置限制和障碍，导致其他市场主体的经营活动受到约束，市场创新活力受到严重阻碍。

三是垄断性扩张。大型平台通常都具有资本优势、数据优势和客户优势，一旦市场上出现一些具有发展潜力的中小企业，大平台要么通过参股或者控股的方式，用资本扶持其做大并垄断新兴的互联网市场；要么采用低价倾销或不合理的过度补贴手段抢占市场份额，挤压将新兴的中小微经营者的生存空间，以达到独占新业务市场并在新模式领域形成垄断的目的。一旦获取市场优势地位，平台往往通过提高价格或降低服务提供者的收益分成等方式攫取超额利润。

（二）共享平台与金融业务深度融合潜藏风险

随着共享经济的快速发展，平台企业与金融服务日益深度融合。大型平台企业通过丰富场景、海量用户、网络信息技术，日益渗透到支付、借贷、投资、保险等各个金融服务领域。与传统金融服务相比，

共享平台开展的金融业务呈现出高科技支撑、多业态融合、小额分散但总规模快速扩张等特点。近几年，大型平台企业“跨界”向金融服务的延伸与拓展日益普遍，其潜藏的风险和问题也不容忽视。

一是有效监管困难。拓展金融服务的平台企业往往都是具有相当用户和市场规模，甚至在某些领域占据市场主导地位。他们基于已经掌握的大量客户资源和数据拓展金融业务，一方面凭借技术和网络平台突破了地域和业务范围限制，甚至在一定程度上改变了金融产品和服务的结构、功能和性质，使得有效监管困难。另一方面，这个过程也使得大型平台企业在市场资源配置过程中的权力过度集中，极易发展成为市场垄断。

二是用户权益可能受到侵害。在跨界提供金融服务的平台企业中，一些是依托用户押金或预付款形成的“资金池”开展金融业务的。大多数共享经济模式都需要用户支付一定数额的押金，只要持续使用平台提供的服务，用户押金就一直沉淀和积累，从而形成资金池。如共享单车企业挪用用户押金用于企业经营，平台资金链断裂后导致大量消费者押金至今无法退回。近年来频频发生的“租金贷”“培训贷”爆雷事件，则是预付式交易场景下消费信贷异化的结果。

三是金融问题处理不当可能引发社会风险。与平台类金融创新相关的各类违法犯罪活动，行踪更加隐蔽，吸收资金速度更快、金额更大。由于参与者多为中小微企业或者数量众多的个体，这些群体的抗风险能力本来就偏弱，一旦遭遇金融损失极可能使其基本生活失去保障。而且当消费者合法权益受到侵害时，现有法律框架下有效的解决途径并不多，尤其是金融消费的保护仍较为薄弱。一旦出现问题，容易酿成群体性的纠纷事件。2020年11月，北京蛋壳公寓总部发生群体性事件，数百人维权，随后各地相继发生类似事件，甚至出现物业公司以停水、停电、停气等方式驱赶租客事件。近年平台类金融服务引发的群体性维权事件时有发生，已成为需要防范和化解的重要潜在

风险点。

（三）流量恶意竞争问题

基于流量的恶意竞争是平台企业之间不正当竞争的突出表现形式，这一问题随着新业态的发展日益突出，主要表现在两个方面：一是流量造假。一些平台或商家通过人为或机器操作手段提高关键词搜索量、平台用户数、广告点击量、视频播放量、产品购买量、服务评论数等；二是流量劫持。部分平台通过强制跳转、妨碍破坏等技术性手段，或者定向引流、广告混淆等非技术手段劫持本应属于竞争对手的流量，诱导用户使用己方的产品或服务。

流量造假和流量劫持不仅侵害了竞争对手的合法利益，导致被侵权企业的商业机会减少、用户流失、商誉损害；而且错误和虚假的数据还会混淆消费者的产品认知，进而做出非理性的消费行为，消费者的知情权、自主选择权、公平交易权受到侵害；广告商等其他主体的商业判断也会受到影响，市场正当竞争秩序遭到破坏。

当前关于规范恶意流量竞争的制度尚不健全。一是法律规定较为模糊，尤其是对于流量不正当竞争行为的构成要件与法律责任缺乏明确界定；二是平台企业流量竞争手段越来越隐蔽和复杂，导致不正当竞争行为的举证、认定以及对损害和赔偿额度的确定都存在较大难度。随着网络技术的进步与平台经济的发展，如何规制流量恶意竞争等新型不正当竞争行为、营造公平竞争的市场环境，成为亟需深入研究的重要课题。

（四）个人信息保护问题

随着共享经济的发展，共享平台上积累了庞大的用户规模，也汇聚了大量的个人数据，既包含用户的身份证、手机号码、银行卡账号、住址等个人隐私信息，也包含大量的动态交易数据。如何对平台上的

个人信息进行有效保护已经成为各界高度关注的问题。

共享平台在个人信息保护方面存在的主要问题有：一是超范围收集数据，在平台没有向用户告知其要收集的个人信息类型、收集规则和使用规则的情况下收集数据；二是过度索取，平台虽然尽到了告知义务，但数据的索取大大超过其合理需要的范围；三是强制授权，平台以默认、捆绑、停止安装等手段变相强迫用户同意信息收集；四是数据泄露，由于平台掌握用户数据的海量性、多样性、敏感性，一旦由于外部攻击或内控失范而发生信息泄漏，会给用户带来严重的人身、财产安全等威胁。

造成上述问题的原因是多方面的。一是从平台企业的角度看，数据是共享平台制定交易规则、实现供需匹配、保障交易安全等不可或缺的支撑，数据的掌控力已经成为平台企业的核心竞争力，平台天然具有扩大收集数据范围的内生动因；同时，平台的数据使用流程不规范、保护机制不健全也会带来数据泄露的隐患。二是从制度层面看，目前我国关于个人信息保护的法律法规亟需进一步完善。尽管 2020 年以来我国在个人信息保护立法工作方面取得了重大进展，但如何落地实施，尤其是厘清相关监管部门的职责、明确平台的责任、提升全民的信息保护意识等都面临着艰巨的任务。

（五）未成年人网络保护问题

近年来互联网在未成年人群中的渗透率持续提高，尤其是在 2020 年疫情期间，全国约有 2.7 亿学生使用在线教育平台，许多直播平台也开设了“云课堂”，未成年人使用网络时长和产品类型大大增加，网络保护问题更加突出：一是过度使用可能诱发未成年人网络沉迷风险；二是网络平台上存在大量良莠不齐的内容，可能会影响未成年人身心健康；三是部分平台通过传播低俗内容、有组织炒作、雇佣水军刷礼物等手段，暗示、诱惑或者鼓励用户尤其是未成年人大额“打赏”，

造成不良的社会影响。

导致未成年人面临网络风险的原因除了其自我保护意识和能力不足之外，还与多种因素有关：一是平台责任缺失。部分平台过度追求流量，无视、纵容甚至是支持某些主播的违法违规行爲；同时平台自身监管机制缺位，如未设置针对未成年人的身份认证、时间管理、权限管理、消费管理等功能，以避免未成年人过度沉迷，或接触不适宜的内容。二是法律法规需要进一步完善，2020年新修订的《未成年人保护法》中增设“网络保护”专章，对社会各界高度关注的未成年人网络保护问题作出专门规定，但很多具体的制度需要进一步细化完善，而且不断创新的网络应用还将给未成年人网络保护带来新的影响和挑战。三是家长、学校、社会的多方保护体系尚未形成，各主体管理责任不清晰、保护措施不完全。

三、发展趋势

（一）共享经济发展面临新的机遇和挑战

未来几年，我国共享经济仍然处于重要发展期，面临的机遇和挑战都将有新的变化。

一方面，“十四五”时期高质量发展成为主题，共享经济新业态新模式面临新的发展机遇。我国第一个百年奋斗目标全面建成小康社会即将圆满实现，2020年11月公布的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》，综合考虑未来一个时期国内外发展趋势和国内发展条件，对“十四五”时期我国发展作出系统谋划和战略部署，标志着我国进入新的发展阶段。《规划建议》中，“高质量”一词共出现9次，切实转变发展方式，推动经济发展质量变革、效率变革、动力变革，推动实现高质量发展成为时代主题。要实现高质量发展，需要在多个方面实现重大突破，其中最主要是供给质量与需求水平都要实现重大突破。从《规划

建议》具体内容上看，发展的高质量将体现在一系列的“更加”、“显著”以及“高级化”等目标上。这就要致力于解决诸多制约高质量发展的重大问题，将问题导向与目标导向结合，从各个方面全面发力。

《规划建议》中进一步明确提出，要“促进平台经济、共享经济健康发展”，将其作为发展现代产业体系、推动经济体系优化升级的重要组成部分。这些既使共享经济发展有了强大的市场需求支撑，也将为共享经济高质量发展奠定基础。

但另一方面，共享经济发展也面临更加严峻复杂的外部环境。目前疫情还在全球各地蔓延，世界经济复苏进程缓慢且充满挑战。根据国际货币基金组织预测，2020年发达国家GDP将下降5.8%左右，全球经济将下降4.4%左右，全球需求完全恢复可能要到2022年甚至更晚。世界经济增长动能不足，增速处于7年来最低水平，国际贸易和投资大幅萎缩，国际金融市场动荡。短期性政策刺激效果不佳，深层次结构性改革尚在推进。世界经济正处在动能转换的换挡期，传统增长引擎对经济的拉动作用减弱，人工智能、3D打印等新技术虽然不断涌现，但新的经济增长点尚未形成。疫情还加速了全球供应链、价值链的迁移和重构，加大了人们对“去全球化”的担忧。从国内情况看，疫情防控和影响的长期性、严峻性与我国经济周期性因素和体制性、结构性问题交织叠加，经济发展面临更大的不确定性。

在2020年共享经济增速因疫情影响而出现显著回落的情况下，考虑到宏观经济可能出现的强劲复苏，预计2021年增速将有较大回升，速度有望达到10%-15%；未来五年，我国共享经济的年均增速将保持在10%以上。

（二）共享型消费将在构建新发展格局中发挥重要作用

面对当前复杂严峻的形势，我国提出要“加快形成以国内大循环为主体、国际国内双循环相互促进的新发展格局”，这是党中央基于

当前和今后较长时期国内外形势、着眼于提高发展质量作出的重大战略部署。这就意味着，在市场机制作用下，国内消费和投资等内需变量发挥主导性作用，要为我国经济可持续、高质量发展找到相匹配的内源型动力和外向型动力。

挖掘和释放消费潜力在构建双循环发展新格局中具有重要意义。扩大内需是以国内大循环为主体的核心要义，我国拥有超大规模消费市场优势和内需潜力，这也是国内循环赖以形成的重要基础。随着国家整体经济水平和人们收入的持续提高，未来一段时期，随着消费升级的持续推进，服务消费将持续快速增长，教育、医疗健康、信息技术、专业服务和娱乐休闲等服务将成为经济新增长点。因此进一步释放内需潜力还需要从供给侧着力，不断发展能够满足消费者多样化需求的新型服务业态，这就为共享型服务业发展提出了新的需求，也意味着巨大的潜在市场。

疫后共享型消费新业态新模式有望加速发展。供给侧看，一是疫情冲击下更多经营者看到了线上线下相互补充的重要性，数字化、线上化转型会加速；二是疫情防控需要为一些新技术应用开辟了市场空间，无人机送货、无人车载人等新兴服务供给方式加速出现，传统的行业发展和商业模式可能打破，推动线上消费内容和场景不断丰富。需求侧看，一是随着居民线上消费习惯的养成，消费方式将进一步在线化；二是更加注重健康、环保和品质化消费，更加注重个性化、便捷化的服务体验。此外，新基建、在线支付体系、现代化物流体系等的不断完善，都将为共享型服务和消费新业态提供日益强大的基础和支撑。

从政策导向上看，2020年我国出台的一系列稳就业、促消费、稳增长的宏观政策中，几乎都提到了发展共享经济、平台经济新业态新模式。7月国家发改委等多部门发布《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》，明确提出要“培育发展共

享经济新业态，创造生产要素供给新方式”，并从拓展共享生活新空间、打造共享生产新动力、探索生产资料共享新模式、激发数据要素流通新活力等四个方面提出了具体的发展重点和任务。9月，国务院办公厅发布《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》提出要“培育壮大各类消费新业态新模式”，“进一步支持依托互联网的外卖配送、网约车、即时递送、住宿共享等新业态发展”。同时还要“加快出台电子商务、共享经济等领域相关配套规章制度，研究制定分行业分领域的管理办法，有序做好与其他相关政策法规的衔接”。在构建双循环新发展格局、推动经济实现高质量发展过程中，作为已连续多年成为经济增长的第一大拉动因素的消费，未来仍将成为促进经济增长的持续动力。而在经济社会全面数字化转型的大趋势大背景下，发展共享型消费为代表的新业态新模式将成为重要的工作抓手。

（三）反垄断监管力度将持续加强

反垄断的核心在于运用法治手段维护公平竞争的市场秩序，激发市场活力。反垄断、反不正当竞争是完善我国社会主义市场经济体制、推动高质量发展的内在要求。2020年12月，中央政治局在会议上再次要求强化反垄断和防止资本无序扩张。国家市场监督管理总局对阿里、阅文集团和丰巢有关的三起并购案进行处罚，召开规范社区团购秩序行政指导会以解决社区团购存在的低价倾销、不正当竞争等问题，对阿里巴巴“二选一”行为立案调查，反垄断监管在年末进入小高潮。立法方面，全国人大常委会法工委将反垄断法的修改作为下一年重点工作之一。

对平台经济进行科学有效的反垄断监管已成大势所趋，并呈现出新的特点：一是重视维护各方合法权益，将侵害消费者、平台内经营者等其他主体的权益作为垄断行为认定和规制中的重要因素；二是着力预防和制止大平台有碍市场创新活力的行为；三是加强对平台协同

行为的监管，防止包括同一企业的关联公司、产业链上下游企业达成协议以排除市场竞争等。监管的重点主要包括平台企业垄断行为认定、数据收集使用管理、经营者集中申报、消费者权益保护等。

反垄断监管的加强将对平台企业、资本等多方面产生重要影响。对平台企业而言，数据、算法相关的反垄断监管将对企业合规提出新更高要求和挑战。如，如何建立基于数据挖掘的商业智能决策与定制化、个性化服务之间的合规逻辑等。平台企业在合规管理方面应该更加关注诸如排他交易、搭售、差别待遇、拒绝交易等涉嫌滥用市场支配地位的问题。投资并购活动的经营者集中申报等也是平台企业需要重点关注的问题。从资本的角度看，绝大多数平台企业的发展尤其是初期都离不资本支撑，但资本的过度逐利也导致了各大平台恶性补贴、并购的竞争越来越激烈，甚至扭曲正常的市场竞争。平台经济反垄断执法加强后，预期的投资利益将会受到影响，势必会影响互联网行业的投资方向。未来大型平台的“烧钱”竞争将会变得更加谨慎，为争夺市场份额进行的恶意收购现象也会越来越少。

监管力度的加强，并不意味着国家对平台经济支持、鼓励的态度有所改变，而是为了更好规范和发展平台经济，清理制约行业发展道路上的障碍，激发平台经济的创新发展活力，实现平台经济整体生态和谐共生和健康发展。

（四）企业国际化面临更大挑战

世界范围看，百年未有之大变局正在加速变化，国际经济、科技、文化、安全、政治等格局都在发生深刻调整。经济全球化遭遇逆流、一些国家保护主义和单边主义盛行、地缘政治风险上升，未来几年世界经济更加不稳定不确定。国内外环境的深刻变化使得共享经济平台企业国际化面临更大挑战和风险。

一是更加严格的市场准入。目前看，美国、欧盟、澳大利亚、印

度、西班牙等国家都出台了相关的法律法规，加强对外资并购的审查。2020年12月，欧盟公布《数字服务法》《数字市场法》，法案中对一些互联网公司巨头在欧盟开展业务制定更加严格的规则。印度工业和内贸促进局于2020年4月出台的相关外资政策明确提出，与印度接壤的国家投资者只能按照本国的规划进行投资，并提出了用以审查国外投资和管控外资流入的初步规划。在投资准入方面更加严格的审查，势必会直接影响到外资企业在印度本土的发展。

二是数据流动和内容服务方面的审查与限制。近年来，许多国家和地区都在出台与个人信息保护相关的法律法规，平台企业国际化扩张面临的数据流动方面的潜在风险越来越大。欧洲修订《通用数据保护条例》（GDPR），日本、韩国、泰国等也都修订或者颁布了本国的与个人信息保护相关的法律制度。同时，一些国家国家安全、经济安全、经济公平、技术安全等为由，对我国相关技术、产品及服务进行经营限制等。

随着国际化挑战加大，共享经济企业的国际化战略有可能出现调整，一是主动收缩调整国际市场业务，海外扩张步伐放缓；二是调整市场拓展思路，如优先发展对华友善程度高、法律制度相对较稳定的海外市场；三是海外上市步伐放缓，通过港股、科创板、创业板等国内渠道上市融资。

附：典型企业案例

一、途家：着力科技创新 打造“信用民宿”

近年来民宿作为一种新兴住宿业态，以其区别于传统标准化酒店的独特住宿体验和文化消费为特质，受到了旅游市场的青睐和投资者的热捧。作为一种新业态，民宿在住宿领域就是一种创新，它解决了当下整个经济体中空置房的难题，也满足了旅游旺季在某些地区无法提供充足住宿的刚性需求。如何利用信息技术重塑行业，解决行业发展痛点，是所有企业在下一程改革中是否具有竞争力的关键因素。途家作为业内领先的民宿短租平台，正在积极探索创新，致力于用技术革新推动行业发展。

1. 技术创新加强安全保障的实践探索

(1) “无接触”智能入住系统保证入住安全

疫情下，用户越来越关注民宿的安全和卫生，途家从线上和线下提供更安全的住宿环境，利用技术手段解决用户安全。用户在途家预定时必须输入正确的身份信息，否则将无法完成预定流程。

线下入住时，安伴智能门锁使用公安部相关部门提供的国家级权威的身份数据库作为身份核验比对源，并采用公安部相关部门提供的安全可靠认证平台和技术手段，结合自行研发的软件管理系统和智能硬件设备而生成。

途家“刷脸入住”能够把对实际入住人进行的活体验证、读取身份证等相关信息，同步上传至公安部门，便于公安部门对入住者的信息进行验证和记录，其校验级别已经达到了酒店级别。目前，途家民宿的这套“刷脸入住”系统已经在三亚、杭州、南京、重庆等城市试点运营。同时用户的相关信息只会上传到公安部门，途家民宿不会对这些个人信息进行任何的留存。

(2) 三套信用体系，推进“信用民宿”进程

目前，为了更好地保障游客和房东的利益，途家基于技术首创了三套信用体系，搭配智能安防体系，让民宿安全得以保证。这三套信用体系分别是：

一是建立信用体系，依托独立搭建的数据模型，途家通过引入外部信用评级。平台结合携程大数据、阿里巴巴的芝麻信用等数据，分析和判断平台上的商户、用户双方在整个大评论体系中的级别。级别越高，相应累计积分也越高，其信誉度和可信度就越高，比如途家部分民宿，芝麻分 600 分及以上，可享受免押金入住。

二是针对房东和房客的不同信用体系，途家上线了双向评论系统，逐步实现用户和商户的相互点评，各大平台的点评也都互通。系统自身会不断更新和完善，其针对新老用户评价行为的反馈也会更加准确，评价可靠程度也会变得更高。对于那些信誉度良好、可信度比较高的用户和房东，他们的评价权重相对较高。同时，途家还推出“用户筛选”功能，在入住前有效筛选房，此后的功能中，房东也可以筛选用户。通过这种点评方法，平台能更好地了解客人的入住习惯及行为，从而对客人做入住甄别。

三是设立黑名单，接入用户背景调查，不良行为也可以记录并接入公安系统。如当有用户损坏或偷盗了房东房内设施，途家会帮助房东去解决这些问题，同时也会把这个用户的行为记录在数据里。

（3）《民宿分级标准》推进行业标准化

2018 年途家发布《民宿分级标准》白皮书，把民宿像星级酒店一样规范定级，对民宿硬件设施、安全卫生、服务保障等方面做出要求标准，推动民宿品质服务标准化的落地。2020 年途家发布升级版新标准，在原基础上进行全面升级：针对平台线上售卖的所有民宿和综合信息进行整体评估，并将民宿按照二钻、三钻、四钻、五钻和七星民宿五个标准进行重新分级；早期参与标准考核的 40 项因素，扩展为 100 多项，包括图片质量、装修水平、服务水平、民宿特色景观、

民宿特色体验、本地生活特色等综合因素考核，以及客房历史成交价格、住客评价等参考性要素评估。

途家民宿的分级算法已经可以应用于平台上的所有民宿。未来还将持续优化平台算法，完善升降钻级运营体系，最终使得钻级和评估体系更加科学有效。

2. 经验与启示

拥抱变化，围绕核心业务创新发展。对于企业而言，要不断去拥抱变革，用“空杯”的心态面对市场的变化，通过大数据分析，更多地沉入市场。创新性发展的重点需要建立在坚实的核心业务基础之上。民宿业务的核心需求是用户体验，因而在创新时应以民宿用户体验需求为中心，不断深入业务开发与应用。

全面创新，提高创新效率。从民宿行业来看，全面创新就要深刻理解行业痛点所在，有的放矢地将创新做在必要之处，着重在商户和用户关注的安全、营销、供应等方面进行创新，以快速适应市场环境变化。同时，还要激发技术人员创新热情，从内部机制进行创新，使成果转化顺畅，全面提升创新能力效率，为民宿高质量发展注入源源不断的新动能。

提升民宿供给品质，提高服务水平。在国家全面推进供给侧结构性改革的大背景下，需要采取有效措施，切实提高供应端数量和品质，以满足用户不断变化的需求。如疫情爆发后，消费者更青睐以住宿地为核心的周边游玩类体验。，用户最关心的是民宿环境、卫生安全、是否为“无接触”服务等防疫问题。城市周边高品质、绿化居住面积大、更为安全和私密的乡村民宿需求量大幅增加，需要根据用户需求变化，供给端不断迭代升级，才能满足消费者对品质生活的需求。

二、爱彼迎：积极帮扶社区 拥抱新常态下的新旅游

2020年突如其来的疫情让旅游业陷入停滞，Airbnb 爱彼迎平台

采取了一系列积极措施，扶持房东和房客社区，应因变化创新产品。在国内新冠疫情得到有效控制，旅游市场得到一定程度的恢复的情况下，与目的地政府通力合作，参与到行业复兴计划中。

1. 积极支持房东房客社区 共克时艰

自年初疫情发生后，爱彼迎中国迅速行动，宣布长期投入 7000 万元成立专项基金，并推出了“振心计划”，采取了一系列支持房东和房客社区的保障措施，共克时艰。面向房东社区的扶持举措包括：第一时间返还湖北房东服务费；优先帮扶支持社区共渡难关的“爱在行动”志愿房东和“暖心房东”；帮助房东把握复苏趋势，赢得订单的周租月租推广活动、房源预售预付和安心住项目；自动延长大陆地区超赞房东身份；以及从 2 月到 6 月一直持续的房东学院线上课程项目等。截至 2020 年 6 月底，受益的中国房东已经累计超过 20 万人次。

面对疫情，爱彼迎中国不断加强健康和预防措施，为房东社区提供支持，于 2020 年 5 月与有关专家和知名研究机构携手推出了《爱彼迎房东安全经营指南》及《突发公共卫生事件的安全防护》两项全新经营防护指南，从房源上线前的准备工作、经营安全风险防范措施、日常安全措施与检查等方面提出了详尽的指导意见。

爱彼迎中国房东社区也展现出了史无前例的凝聚力。房东学院携手各类房东讲师，在去年共同推出了 40 期精彩的主题课程及系列图文。各地房东亦积极创新，通过加强安全防护、转型周租月租、进行房源升级、资源整合“民宿+”、以新需求引爆新产品等方式，拥抱新常态下的新旅游。疫情下房东群体经营信心不减，90%的受访房东表示未来一年非常愿意以及很愿意在爱彼迎继续做房东，并将把提升房源品质视为重中之重。

2020 年爱彼迎中国房东背景更趋多元¹⁵。高学历的“斜杠”青年是主体，82%的中国房东拥有其他全职或兼职工作，九成以上房东拥

¹⁵ Airbnb 爱彼迎，2020 年 Airbnb 爱彼迎中国房东社区报告，2020 年 1 月。

有大学以上学历。同时，越来越多来自艺术娱乐、互联网和房地产的从业人员也成为了民宿房东。他们出于对生活及当地社区的热爱，会积极地向旅行者介绍家乡之美。超九成受访中国房东会在接待房客时提供游玩建议，约八成房客表示他们会根据房东的推荐在当地游玩。房东们同时也为所在街区及社区带来可观的经济收益，九成房东推荐的商家为最地道的本地商家，91%的推荐商铺位于房源所在街区或社区。

2. 创新产品 拥抱变化

受全球疫情影响，人们暂时无法出境游玩。根植于原有的“体验”产品，爱彼迎于2020年4月推出了“线上体验”，让大家可以轻松在家“云游”世界，用独特的方式与世界相连，了解各地文化与传统。

爱彼迎“线上体验”自四月初在全球进行试点后，受到了来自世界各地参与者的追捧。调研显示¹⁶，84%的受访者愿意在未来六个月尝试爱彼迎“线上体验”项目，其中自然户外类和美食餐饮类人气最高，占比分别达到91%和90%。受访者表示，参与“线上体验”能够让他们以独特的方式体验不同的文化与生活方式（68%）、学习新知识（59%）、结识全球多才多艺的体验达人（53%）以及娱乐消遣（51%）。

3. 多方合作 助力行业复苏

在国内新冠疫情得到进一步控制，旅游市场得到一定程度的恢复时，近程周边游、周末游、乡村游等持续升温，乡村民宿成为市场恢复后增长较快的领域。2020年6月，爱彼迎联合了浙江省文化和旅游厅、桂林市文化广电和旅游局，以及浙江、桂林等地的旅游民宿协会，宣传当地精品乡村民宿和民宿旅游线路，以乡村游和城市周边游为抓手，将政府和协会推荐的精品乡村民宿在平台上线，进行有针对性的市场推广和展示，把握旅游业回暖趋势，吸引更多游客赴乡村旅游休闲，发挥旅游业在乡村振兴中的积极作用。

¹⁶ Airbnb 爱彼迎中国委托洞察和咨询公司凯度面向 1000 名中国成年人的调研，2020 年 5 月。

此次宣传活动中，爱彼迎还联合了快手，利用短视频推广和直播的形式，推出“住进可爱中国”系列主题的传播活动，以原生态内容激发用户兴趣。第一批选择了浙江、桂林两条乡村旅游线路结合当地精品民宿，通过开展慢直播、制作短视频等形式，展现本地人原汁原味的慢生活场景和当地原生态的生活内容。

2. 持续深耕旅游扶贫和乡村振兴

自 2017 年起，爱彼迎在桂林龙脊地区进行了共享民宿的旅游扶贫实践，总结并提出了“共享旅游扶贫”新模式。为进一步发挥旅游新业态在乡村振兴中的积极作用，Airbnb 爱彼迎于 2020 年 10 月上线了“乡村民宿质量提升”远程学习系统，作为旅游扶贫和乡村振兴公益项目对全社会免费开放。该远程学习系统是基于“龙胜旅游扶贫项目”培训经验的总结，并结合行业专家多年的教学成果形成的，为中国乡村居民、在校大学生以及其他希望从事乡村民宿经营者而设计的民宿经营入门必修内容学习工具。该系统分为《现代乡村民宿经营与管理实务》实体教材和《乡村民宿经营与管理基础》线上课程两部分。目前，《乡村民宿经营与管理基础》线上课程已在中国大学 MOOC 网正式推出，“乡村民宿管家在线课程品牌运营”在线课堂已在爱彼迎房东学院上线，供全社会免费学习。

三、高灯自由薪：数字化人企商业协作助力灵活就业

高灯自由薪是高灯科技旗下数字化人企商业协作服务平台，依托领先的 AI、区块链技术和大数据技术，打造自由职业者与企业商业协作的全链条服务生态，包括智能匹配、流程管理、信用评价、成长体系、金融服务、服务保障等数字化服务。

1. 疫情中坚守企业社会责任

2020 年伊始，突如其来的新冠疫情按下了经济社会发展的暂停键。在这场战“疫”斗争中，高灯自由薪始终把社会责任放在第一位，

充分发挥数字化平台的优势，纾困民生企业的用人需求，助力保障民生企业的正常用工和有序生产，也为自由职业者提供更多的就业服务。

积极为企业“共享共用”提供支撑。疫情期间，一方面大量人员歇业在家，一方面许多企业又面临用工荒，高灯自由薪第一时间响应政府和企业诉求，发起了“共享员工”免费招募计划，为万孚生物、蓝月亮、物美、闪送、美菜、叮当智慧药房等民生保障企业完成超过1万余个用工需求的对接，满足了全国50余个城市在医药健康、日化、生鲜等行业的岗位需求，缓解了部分企业的用人压力。

网络招聘助力企业复工复产。在深圳市宝安区人民政府、宝安区人力资源局的共同指导下，平台组织发起网络招聘会，在48小时内为宝安区近90家企业开通了网络招聘专场，协助企业开展远程无接触面试。网络招聘会涉及467个岗位、19667人，上线当日访问量即突破200多万。

2. 助力多渠道灵活就业

数字经济大潮下，各种新业态新模式不断涌现，就业模式从传统的“公司+雇员”向“平台+个人”转变。这为劳动者提供了低门槛、多元化的创富机会，肯定了知识、经验、技术、特长持续带来经济收益的可能性，加速了大批有创意、有能力的自由职业者成长。零工经济不仅是历史趋势、新时代“打工人”的选择，也成为了新时代就业的“蓄水池”和“压舱石”，更成为了当下“稳就业”“保民生”的重要渠道。

高灯自由薪充分发挥自身技术和网络优势，为4000多家新经济平台企业提供服务。目前平台上活跃着近70万自由职业者，在全国50多个城市上线灵活就业岗位超过300个，灵活就业岗位涵盖推广、内容创作、知识分享、配送、咨询等诸多领域。高灯自由薪一方面帮助企业匹配调度人力需求的波峰波谷，助力企业组织管理升级、提升

运营效率，同时还为自由职业者提供需求智能匹配、学习成长、福利保障等全方位的灵活就业服务保障体系。

3. 技术助力人企协作效率升级

高灯自由薪以现代信息技术为依托，积极开拓人企商业互联服务市场。一是采用行业领先的数据加密技术、安全算法以及金融级身份认证，让人企协作更加安全，让交易双方的信任更加简单；二是基于大数据、AI 算法和数据安全搭建大数据实时分析和应用平台，为人企商业协作精细化运营及应用提供支撑；三是打通金融支付基础设施，通过技术手段持续提高结算成功率和秒级到账率。

高灯自由薪基于大数据和领先的 AI 技术，构建了四大商业协作引擎和两大流量池。四大商业协作引擎为智能匹配引擎、招募引擎、工作任务管理引擎、结算引擎。其中：智能匹配引擎利用 AI 算法为人力资源供需双方提供数字画像、人力需求波峰波谷调度等功能；招募引擎可以实现全民猎头、资源渠道对接等海量招募功能；工作任务管理引擎可以实现技能评级、绩效考核、任务管理等功能；结算引擎可以实现收入管理、理财、纳税管理等功能。

两个流量池为私域流量池和公域流量池，其中：私域流量池中，入驻企业商户与自由职业者基于自有合作资源建立“一对一”合作关系，入驻企业商户基于高灯自由薪工作任务管理引擎的 PaaS 层搭建个性化的任务分发、考核、结算私域管理平台，实现任务管理数字化；公域流量池为开放的任务发布和承接平台，入驻企业商户和自由职业者通过招募智能匹配引擎和招募引擎，可以完成人员招募、供需撮合与匹配、员工考核、结算等多项任务。

社会生产力的提高本质是效率的提升，高灯自由薪的使命正是提升人与企业的商业协作效率，提升整个社会的生产效率，提升商业协作的底层能力。高灯自由薪始终坚持通过数字化需求的信息分析与匹配，帮助更多的企业适应新型组织结构，提高人力资源的匹配效率，

提升人效，优化管理；另一方面也通过大数据分析匹配，让更多自由职业者能够通过平台的服务，找到能真正发挥所长的工作岗位，让自己的时间和能力价值最大化。

四、好活：积极探索助力“新个体”灵活就业新模式

好活科技是一家混合所有制灵活就业服务平台，基于“互联网+大数据”等技术面向灵活就业者提供综合性服务，2020年公司完成B轮亿元融资。平台一方面为灵活就业者提供“一站式”服务，从电子化注册到协助新个体和企业进行年报、税务登记、开票完税等经营活动；同时还基于“互联网+大数据”等信息技术，为灵活就业者进行用户画像，帮助用工企业与灵活就业者之间快速、精准匹配。同时，平台还通过与金融或保障机构合作，为灵活就业者提供多重保障，助力解决灵活就业者的后顾之忧。好活科技与全国十余个省市地方监管部门合作打造“互联网+大数据政企协同治理平台”，协助政府部门实现以网管网、线上线下一体化的智慧监管方案。目前平台已经广泛服务于即时配送、新零售、社区团购、物流运输、生活服务、网红电商等四十余个场景，取得了显著成效。此外，好活科技还联合国内高校不断加强技术创新，已取得百余项专利，努力争取在图像采集、数据分析、场景应用等领域实现核心技术自主可控。公司还联合互联网基础数据平台，应用创新技术，为灵活就业服务平台提供技术和算法支撑。

1. 助力政府协同治理

好活平台与中国银行、建设银行等金融机构建立安全通道，采取有效措施保障在平台上注册的企业与个人用户的资金安全；运用区块链技术对平台上注册的灵活就业者个人信息、动态信息及数千家用工企业发布的实时用工需求信息等进行分布式存储，以加强信息安全保障。在助力政府协同治理方面，好活平台结合昆山市监局工商登记

数据，设置几十个核验维度（如营业执照、视频资料、合作协议等），确保平台注册用户的真实性和有效性，经过大数据分析加人工智能比对，平台未产生一例虚假注册，实现 100% 真实主体注册。昆山市监局在协同治理平台建设过程中，建立了信用监管体系，设立了预警指标和模型，同时为税务局、公安局、人社局、交通管理局等部门建设区块链节点，实现数据共享，将保障业务真实性的相关信息上传协同治理平台，实现数据共享，构建多维度协调共治的智慧互信监管机制，好活科技提供了全方位的技术支持和运维服务。在个体工商户注册时就对其之前是否存在违法违规、刑事犯罪等信息进行核对，完成个体工商户信用信息认证。个体工商户经营过程中一旦出现被投诉的情况，平台可以及时预警，市监局也可以及时处理。昆山市监局以好活平台作为桥梁，与省市监局打通了年报接口，实现平台经营数据批量化在线年报。2020 年好活平台依托经营过程中积累的相关数据，帮助当地 17 万灵活就业者自动生成年报并提交相关部门，全程仅用 7 小时，大大减轻了灵活就业者的负担，也帮助相关部门提升了工作效率。

2. 多种措施加强灵活就业者的劳动保障

针对基于平台的新个体经营者社会保障相对不足的问题，好活基于平台上的百万新个体及数千家企业的真实业务数据，通过与人社局、大数据局等相关政府部门和金融、保险等机构合作，落实普惠金融政策，凸显人文关怀，切实提升新个体的保障水平。首先，针对灵活就业者在就业地区无房无社保、子女上学难的问题，通过就业保障平台接口与相关部门衔接，使得灵活就业者在就业地更方便地纳税和缴纳社保，帮助解决子女上学难问题。其次，就业保障平台帮助更多的灵活就业者享受国家对小微企业的税收优惠政策和银行的普惠金融服务。如灵活就业人员在注册成为新经济业态中的个体经营者之前，很多人都需要一笔启动资金，用来购置电动车、电池等必要装备，

这对于经济情况相对较差的人提出了难题。好活联合金融机构推出了专为灵活就业者量身定制的小额普惠金融产品，帮助解决灵活就业者在创业初期或遇到紧急突发情况时资金不足的问题。再次，好活通过对平台近百万灵活就业者的调研，结合其所在新业态领域的特点，联合中国人民保险推出了“新就业形态人员职业伤害责任险”，针对“新个体”岗位风险特点进行有针对性的保障，帮助维护灵活就业者的基本权益。

3. 线上线下融合加强就业服务

好活就业服务中心是大数据协同治理平台和就业保障平台的线下支撑。好活科技在上海与饿了么、天鹅到家、叮咚买菜等大型新经济平台合作，致力于打造灵活就业者就业服务基地，计划2021年继续在北京、贵州、桂林、银川等城市陆续设立服务基地。一是就业信息服务。借助大数据等现代信息技术，对平台上注册的灵活就业人员属性、特点等画像信息设置标签，并进一步将这些信息与需求方企业的用人信息进行分类汇总，再通过大数据分析，帮助供需双方进行精准匹配。二是运用“互联网+大数据”技术，为传统人力资源公司提供上下游信息资源渠道的跨平台匹配，将末端招聘的线下场景线上化，帮助传统人力资源公司拓宽招聘渠道，提高招聘效率，节省招聘成本。包括快递小哥、代驾人群、网课教师等一大批拥有一技之长的灵活就业者通过好活平台上方方便快捷地寻找到合适的岗位，截至目前平台已经帮助8万余名来自贫困地区的人员实现了近12亿元的收入，帮助他们实现“一人就业全家脱贫”，同时助力政府扶贫攻坚工作。三是积极开展线上线下培训，从智能硬件的普及应用到落实保障服务，从岗位安全培训到生活必需品补贴，努力打造全闭环的灵活就业服务生态系统。服务中心依托线下实体店，将线上资源转化为线下“能源”，让有经验、有能力、有学识的专家、企业家和一线优秀职工，为灵活就业者提供合规化、专业化的就业服务，如岗前培训、在岗晋

升考核评价和人才终身管理等，努力使好活科技成为灵活就业者实现快速上岗的“加速器”。

五、Wifi 万能钥匙：夯实安全根基 优化应用模式

WiFi 万能钥匙是一款基于分享经济模式，通过云计算和大数据技术，利用热点主人分享的闲置 WiFi 资源，为用户提供免费、稳定、安全的上网服务和资讯服务的移动应用。截至目前，WiFi 万能钥匙全球月活跃用户超过 8 亿，其中国内 7 亿，海外 1 亿，曾在累计超过 50 个国家和地区的 Google Play 免费工具榜上排名第一。数据分析平台 APP Annie 数据显示，WiFi 万能钥匙在 2018、2019 连续两年位居全球月活用户数前十。2020 年 10 月中国互联网协会发布的《中国互联网企业综合实力研究报告(2020)》中，WiFi 万能钥匙入选“2020 年中国互联网综合实力前百家企业”。

WiFi 万能钥匙始终重视连网的安全性，将安全作为企业的生命线，自主研发了连接前感知、连接中检测以及连接后赔付的一整套安全防护体系。另外，还通过建立防蹭网系统、加入反欺诈联盟、屏蔽政府机构、办公、住宅非公共场所热点，严厉打击山寨 APP，加强业界安全联动协作等多重举措，全方位保护用户的网络安全。

2020 年面对突发疫情，WiFi 万能钥匙紧急成立内部疫情领导小组并立即安排相关人员整理疫情资料，制定疫情防控计划方案。公司紧急海外采购近 20 万元人民币的医用物资，捐赠至上海市、浙江省绍兴市物资紧缺的医院。另外，WiFi 万能钥匙与中国社会福利基金会免费午餐基金联合发起的公益项目“梦想钥匙”项目组成员，也立即询问资助学校的现状与需求，紧急采购 300 个额温枪，发送至湖北及其他疫情较为严重地区的 180 余所学校手中，帮助各个学校开展相关工作。

复工复产期间，为了帮助广大线下商户度过特殊时期的难关，满

足用户对线下生活信息的需求，在 2020 年 8 月推出“同舟计划”，利用 WiFi 万能钥匙的用户规模优势与技术能力，帮助地面门店在线下吸引客流、提升转化、促进销售。该计划将投入 10 亿流量资源，发展“小店经济”，利用 WiFi 万能钥匙的用户规模优势与技术能力，帮助地面门店在线下吸引客流、提升转化、促进销售。目前，南京、重庆、郑州、杭州、成都、长沙、东莞、西安八个城市已率先启动，重点扶持餐饮美食、酒店旅游、休闲娱乐、教育培训、商场零售等不同场景商户。同时，WiFi 万能钥匙也和众安保险达成合作，将为每个商户提供免费 WiFi 安全险，如果商户因分享 WiFi 而发生财产非正常损失，可向众安保险提出理赔申请，最高可获 10 万元保险理赔金。

在多元产业链布局方面，WiFi 万能钥匙不断拓宽连接通道。2020 年，WiFi 万能钥匙与重庆市公共免费 WiFi 服务项目爱重庆（I-Chongqing）达成战略合作。爱重庆（I-Chongqing）是重庆市统一公共区域 WiFi 品牌和认证平台，可连热点已覆盖到重庆全市广泛区域，范围包括重庆全市大部分 5A 级旅游景区、行政服务大厅、医院、交通枢纽、核心商圈、博物馆/艺术馆、公园绿地、中央商务区 CBD 等不同类型公共服务场所。此前，网民在手机设置无线局域网中搜索连接“I-Chongqing”热点时，需要进入登录页面，或者下载专属 APP，完成输入手机号和验证密码的操作。与 WiFi 万能钥匙合作后，网民能够在 WiFi 万能钥匙客户端内一键连接“I-Chongqing”热点，用户连接流程被简化，且能持续获得免费、稳定、安全的连网服务。与爱重庆（I-Chongqing）的合作，进一步扩大了 WiFi 万能钥匙的热点覆盖场景，也成为 WiFi 万能钥匙开启城市区域整体化热点合作的一个范本。

当前，国家正在着力推进解决老年人在运用智能技术方面遇到的突出困难，在 WiFi 连接方面，WiFi 万能钥匙提供了多场景下的连接服务，可以帮助老年用户们更从容地去参与线上活动。由于老年用户

对于网络安全信息的辨识度相对较低，通过 WiFi 万能钥匙连网可最大限度避免上网过程中的安全隐患，为老年人安全便捷地连网保驾护航。

国家信息中心

致 谢

《中国共享经济发展报告（2021）》的研究和撰写工作，得到了国家信息中心分享经济研究中心合作伙伴途家网、Airbnb 爱彼迎、小猪、高灯科技、众志好活、连尚网络等的长期支持。

报告撰写工作还得到了如下企业在调研方面的大力支持，它们是：滴滴出行、首汽约车、神州约车、嘀嗒出行、美团单车、哈啰出行、人民出行、携程网、去哪儿网、私屋宿、阿里本地生活、阿里云、盒马鲜生、美团点评、达达、闪送、街电、叮咚买菜、喜马拉雅、快手、猪八戒网、今日头条、好大夫、微医、名医主刀、海尔海创汇、航天云网、海思堡、智能云科、贸点点、云工厂、优客工场、Wework 中国、梦想加等。

在此谨对上述企业表示诚挚的感谢！