



## 共享經濟重新思考

嚴銘浩 文

2018/05/06

最近十年，從Airbnb到Uber，一家又一家新公司不僅創造了新品牌，更創造了新的經濟模式。共享的意義在於人們可以從其他人手上購買產品的使用權，而非其擁有權，這樣就推翻了一直以來的經濟模式。共享經濟之概念於1978年由美國學者Marcus Felson與Joe L. Spaeth在論文中提出。在這個經濟模式下，物件或服務的擁有權和使用權會被分開。閑置的物品或服務之使用權可以被擁有者轉讓、租出。供求雙方可以透過此交易同時創造價值，形成雙贏局面。此模式與「租賃經濟」最大的分別為供求雙方都是以個人名義進行經濟活動，稱作「點對點經濟」(Peer-to-Peer economy，以下簡稱P2P)，供求雙方都不是公司的情況下直接聯繫、共同分享經濟成果，這就是「共享經濟」。

### 概念雖舊 成敗還需科技

共享經濟的發展模式到最近10年才開始發展，主要是因為互聯網以及智慧手機的進步，拉近了人與人之間的距離，同時網站平台的設立讓大眾可以簡單、容易地分享自己的閑置商品。

以Airbnb為例，平台本身並不需要擁有任何不動產，因為他們只需要提供一個平台，讓擁有閑置床位的賣方，以合理的價格租給需要短期床位的買方。這樣供需雙方都可以創造最大的利益及價值，形成共享經濟。Uber的道理也一樣，不同的是交易內容為服務。Uber這一家公司會提供一個平台，車主與乘客透過網路跟智慧型手機溝通。讓車主不會浪費閑置的汽車，同時可以將點對點接送服務賣給有需要的人。

### 破舊立新 並非完美

因為共享經濟的歷史不長，往往會因為相關服務的法律不完善或有衝突，導致消費者沒辦法得到最好的保障。以Uber為例，如果消費者在使用Uber服務時不幸遇到車禍，會因為車輛所購買的保險性質與計程車不一樣而得不到應得的賠償。因為計程車都會有強制險、第三人責任險、旅客責任險才能營業，消費者能獲得保障。相反地，Uber司機的汽車為自用車，即使加保乘客險、第三人責任險，其性質依然為自用車而非商用車。因此，當被發現其商業行為時，保險公司將不會受理，乘客自然得不到保障。

另外，這一種新類型的經濟模式，會跟傳統的計程車業爭奪市場，使傳統方的收入減少。根據英國牛津大學馬丁學院 (Oxford Martin School) 有關Uber於2009至2015年在美國對計程車的影響所做的研究指出，Uber的出現會讓計程車的收入減少10%。而Uber亦有變質的感覺，讓人覺得它愈來愈不像共享經濟的平台。要成為Uber司機並不困難，從申請到汽車的購置及盈運之申請，都比成為傳統的計程車司機簡單，平台自然較吸引駕車人士成為全職Uber司機。服務的性質也從閑置的服務轉變為非閑置。Uber本身也著力研究並實行無人駕駛車之技術，可見其運作已經與原本所推廣的「共享」有所偏離，與傳統計程車業的對立愈趨明顯。因此，Uber並不受世界各地計程車司機的歡迎。

當然，共享單車也會為腳踏車業帶來負面影響，當街上都有共享單車的時候，自家的腳踏車需求就會變低。從自行車的價格、保養、停靠時被偷的風險來看，租用共享單車都比購買自行車更勝一籌，自然會對傳統的自行車工業帶來負面影響。

9921 巨大 合併財務比率累計季表 (單位: %)										
	合併累計季表									
	2017Q2	2017Q1	2016Q4	2016Q3	2016Q2	2016Q1	2015Q4	2015Q3	2015Q2	2015Q1
<b>獲利能力</b>										
營業毛利率	19.57	18.74	20.67	21.42	21.87	21.19	22.16	22.14	22.57	22.63
營業利益率	6.17	5.49	6.62	7.18	7.83	7.26	8.04	8.59	9.15	9.2
稅前淨利率	6.11	5.26	7.42	7.67	8.46	7.54	8.41	8.71	8.08	8.16
稅後淨利率	4.44	3.84	5.38	5.43	5.84	5.97	6.39	6.37	5.96	6.56
稅後淨利率(母公司)	4.43	3.82	5.37	5.43	5.82	5.96	6.36	6.33	5.9	6.49
每股稅前盈餘(元)	4.39	1.9	11.29	9.05	6.57	2.89	13.55	10.99	6.5	3.18
每股稅後盈餘(元)	3.18	1.38	8.17	6.4	4.52	2.28	10.25	7.99	4.75	2.53
每股淨值(元)	51.06	53.06	53.24	52.48	51.78	56.71	54.28	53.43	48.51	52.83
股東權益報酬率(季累計)	6.1	2.59	15.18	11.98	8.51	4.11	19.32	15.21	9.53	4.84
股東權益報酬率(年預估)	12.21	10.37	15.18	15.97	17.03	16.44	19.32	20.28	19.05	19.37
資產報酬率(季累計)	2.71	1.15	6.73	5.28	3.66	1.84	8.47	6.54	3.94	2.1
資產報酬率(年預估)	5.41	4.59	6.73	7.04	7.32	7.37	8.47	8.72	7.88	8.4
<b>獲利年成長率</b>										
營收年成長率	-7.36	-5.89	-5.5	-6.49	-3.71	-1.6	0.62	2.77	2.94	2.73
毛利年成長率	-17.09	-16.78	-11.86	-9.56	-6.67	-7.84	-0.81	1.15	1.62	5.74
營業利益年成長率	-27.05	-28.82	-22.22	-21.79	-17.55	-22.3	-1.37	0.58	0.75	11.54
稅前淨利年成長率	-33.07	-34.31	-16.68	-17.66	0.86	-9.08	-8.87	-5.69	-16.84	-12.68
稅後淨利年成長率	-29.52	-39.6	-20.24	-19.88	-5.01	-9.76	-6.53	-2.35	-7.11	-10.65
每股稅後盈餘年成長率	-29.65	-39.47	-20.29	-19.9	-4.84	-9.88	-6.48	-2.32	-7.23	-10.6

腳踏車製造商巨大機械 (Giant)，於被稱為「共享單車元年」的2016年，營收年成長率開始出現1.6%負增長，其後每況愈下。(圖片來源 / 領客體育)

由此可見，共享經濟模式在帶給使用者更大利益時，同時會為社會及傳統工業帶來負面影響。法律也需要更新，才能保障舊有產業並監管共享經濟模式。

## 中國式「共享」 共享新定義

隨著亞洲公司把服務推廣到世界各大城市，「共享單車」一詞對大家並不陌生。更因為其在中國大陸近年來的膨脹發展，「共享單車」被譽為「共享經濟」發展中的佼佼者。根據中國互聯網協會分享經濟工作委員會、國家信息中心分享經濟研究中心在2018年2月所公佈的《中國共享經濟發展年度報告(2018)》，當中提及「作為中國經濟創機產品，共享單車是繼網約車之後的下一個熱門領域」。

提及「作為中國的原創性產品，共用單車是繼網約車之後資訊技術在交通出行領域的又一重大應用創新，成為2017年度共用經濟領域最耀眼的一顆明星」。其中引用數據指出至2017年，全球進入共享單車行業的企業已達74家、用戶達至4億、遍佈20多個國家及304個城市，可見「共享單車」對「共享經濟」所作出的貢獻之大。

話雖如此，當我們退後一步，把當初的共享經濟模式與共享單車的營運模式作比較，會發現他們並不一樣。正如前文所提及，傳統的共享經濟模式是以P2P的方式進行，為閑置的商品創造價值，消費者所使用的產品並不應該是由一集團所擁有，而是使用者分享彼此的私有單車。因此，我們所看見的「共享單車」並不符合傳統定義的「共享經濟」方式來運作。《紐約時報》在的報導指出，在中國「共享」的定義已變成泛指利用智慧型手機短期租用的產品和服務。事實上，這種依靠平台進行交易的經濟模式應該稱作「平台經濟」。因此，若使用中國對「共享經濟」的定義，就算網購平台也會變成共享經濟的一種。

儘管與本義有異，「共享」一詞甚至會被誤用在一般的「租賃經濟」，如所謂的「共享雨傘」、「共享充電寶」等。「共享經濟」一詞之定義愈漸模糊，同時亦有掛羊頭賣狗肉之感覺。

## 「共享」光環 暗湧四伏

雖然中國近年大力發展其「共享」經濟模式，並創造出數億元人民幣的商機，但近年這種方式已出現飽和的跡象。根據《衛報》的報導，中國國內城市的共享單車已造成人行道的阻塞，過量佔用公共空間，而驚人的單車數量也有供過於求之嫌。單是上海，就已經有150萬台共享單車；相比之下，有上海市十八分之一大小的台北市，卻只有13,072輛YouBike。



位於廈門的公共單車直落空拍圖。可見被乘直的公共單車數量之驚人。( 圖片來源 / [The Guardian](#) )

《紐約時報》亦指出，到目前為止，還沒有一家共享單車的品牌可以轉虧為盈，廠牌間依然在爭奪市場。重慶的共享單車品牌「悟空單車」在開業後半年，因九成腳踏車被偷走或破壞只好退出市場。而台灣則有V BIKES於2018年4月暫停業務的類似案例。以上種種例子都顯示，共享單車的前景危機四伏，若說共享單車的未來發展依然樂觀，似乎言之尚早。



記者 嚴銘浩



編輯 甘愷璇