

2018-2023年中国共享经济行业发展现状分析及未来发展前景预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国共享经济行业发展现状分析及未来发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/304118304118.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

“共享经济”从狭义来讲，是指以获得一定报酬为主要目的，基于陌生人且存在物品使用权暂时转移的一种商业模式。这其中主要存在三大主体：商品或服务的需求方、供给方和共享经济平台。共享经济平台作为移动互联网的产物，通过移动LBS应用、动态算法与定价、双方互评体系等一系列机制的建立，使得供给与需求方通过共享经济平台进行交易。

传统社会，朋友之间借书或共享一条信息、包括邻里之间互借东西，都是一种形式的共享。但这种共享受制于空间、关系两大要素，一方面，信息或实物的共享要受制于空间的限制，只能仅限于个人所能触达的空间之内；另一方面，共享需要有双方的信任关系才能达成。

2000年之后，随着互联网web2.0时代的到来，各种网络虚拟社区、BBS、论坛开始出现，用户在网络空间上开始向陌生人表达观点、分享信息。但网络社区以匿名为主，社区上的分享形式主要局限在信息分享或者用户提供内容（UGC），而并不涉及任何实物的交割，大多数时候也并不带来任何金钱的报酬。

2010年前后，随着Uber、Airbnb等一系列实物共享平台的出现，共享开始从纯粹的无偿分享、信息分享，走向以获得一定报酬为主要目的，基于陌生人且存在物品使用权暂时转移的“共享经济”。

从共享到共享经济资料来源：公开资料整理

目前共享经济所暴露的问题：

1、占据公共资源，资源浪费严重

共享经济的本质是通过对社会闲置资源的再利用，提高社会资源利用效率。但在国内的共享市场，却因人为制造大量闲置资源而造成浪费和混乱，与共享经济的初衷背道而驰。

例如：地铁旁、天桥下，到处都是随意停放的共享单车、堆积如山的废弃自行车、不仅没有对闲散资源再度利用，还因为人为的大量破坏导致资源被严重浪费。

2、同质化严重，缺乏创新

以共享单车为例，自从摩拜和ofo获得资本青睐后，各种单车公司蜂拥而现，据不完全统计，共享单车的创业公司超过35家，在技术，产品无法创新的情况下，各个玩家只能在单车颜色上寻找存在感，彩虹色，土豪金。

除了在颜色上找存在感，更可怕的是跨平台“借鉴”项目，以共享雨伞为例，不仅遭到城管怒对，还面对着，非高频，非刚需，丢失快，盈利难等问题，但是这些问题，并没有让创始人们觉得这些问题有何不妥，“丢了就当做公益吧。”“我们一开始就打着一半商业，一半公益的目的。”口号都学了个全套。

3、国民素质有待提高

不得不说，共享经济是对国民素质的一次考验，从目前来看，不管是共享单车，还是共享租衣，或者共享充电宝，都需要用户自发的爱惜产品，但就目前来看，被破坏和被私自

占有的共享物件依旧偏多，从目前的情况来看，大力发展共享经济并不是最好的时机。

4、监管缺乏标准，发生纠纷后难追责

从目前来看，随着产品的大规模铺设，监管，及法律责任方面的问题尚未完全明确。

以共享单车为例：在 2017 年 6 月 6 日，深圳警方怒怼ofo用户撞人后逃逸，经调查是单车刹车问题导致这场事故的发生，事件发生后迅速发酵引起多方讨论，如何判定责任成了讨论的焦点。

不管是从行业内爆发的问题，还是目前的市场环境，打着“共享”的名义创业已经不是最好机会，如何找到用户痛点，有效建立壁垒，和找到可行的商业模式，才是合理的创业之路。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国共享经济行业发展现状分析及未来发展前景预测报告》主要研究共享经济行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一章 共享经济相关介绍

1.1 共享经济概述

1.1.1 共享经济的成因

1.1.2 共享经济的内涵

1.1.3 共享经济主要类型

1.2 共享经济的优势

1.2.1 降低交易成本

1.2.2 实现个性化定制

1.2.3 整合线下资源

1.2.4 创造就业机会

1.3 共享经济的特征

1.3.1 技术特征

- 1.3.2 主体特征
- 1.3.3 客体特征
- 1.3.4 行为特征
- 1.3.5 效果特征
- 1.3.6 文化特征
- 1.4 共享经济的核心机制
 - 1.4.1 动态定价
 - 1.4.2 自由时间
 - 1.4.3 双向约束
- 1.5 共享经济与传统经济的区别
 - 1.5.1 传统经济的中心化结构
 - 1.5.2 共享经济的去中心化结构
 - 1.5.3 共享经济与传统经济对比

第二章 2015-2017年共享经济发展驱动因素分析

- 2.1 信息技术的推动作用
 - 2.1.1 对共享经济的影响
 - 2.1.2 技术发展降低生产成本
 - 2.1.3 社交网络技术进步影响
 - 2.1.4 移动智能终端渗透提升
 - 2.1.5 大数据及云计算技术支撑
- 2.2 支付方式转变的影响
 - 2.2.1 对共享经济的影响
 - 2.2.2 支付产业发展综述
 - 2.2.3 第三方支付市场规模
 - 2.2.4 移动支付市场规模
- 2.3 社会环境转变的影响
 - 2.3.1 用户需求的提升
 - 2.3.2 消费理念的转变
 - 2.3.3 人口结构的变化
 - 2.3.4 城镇化建设进程
 - 2.3.5 区位聚集的模式
 - 2.3.6 供给侧改革思路
- 2.4 社会征信体系的发展
 - 2.4.1 行业发展现状

2.4.2 征信系统规模

2.4.3 市场整体格局

2.4.4 对共享经济的影响

2.5 其他影响因素分析

2.5.1 经济危机产生的影响

2.5.2 信息共享习惯养成

2.5.3 提高收入的意愿

2.5.4 灵活就业的追求

第三章 2015-2017年全球共享经济发展状况及典型案例分析

3.1 2015-2017年全球共享经济发展综述

3.1.1 发展历程分析

3.1.2 市场发展阶段

3.1.3 全球用户规模

3.1.4 市场发展规模

3.2 2015-2017年全球共享经济发展态势

3.2.1 共享经济成为热点

3.2.2 分享领域不断拓展

3.2.3 初创企业快速成长

3.2.4 竞争格局尚不稳定

3.2.5 政策导向趋于明朗

3.3 2015-2017年美国共享经济发展分析

3.3.1 分享领域分析

3.3.2 政府政策分析

3.3.3 发展经验借鉴

3.4 2015-2017年英国共享经济发展分析

3.4.1 市场发展规模

3.4.2 政府支持政策

3.4.3 政府政策特点

3.5 全球共享经济市场典型企业案例

3.5.1 Uber

3.5.2 Airbnb

3.5.3 HomeAway

第四章 2015-2017年中国共享经济发展分析

4.1 中国共享经济发展原因分析

4.1.1 经济发展模式转型需求

4.1.2 经济发展的结构性失衡

4.1.3 盈余成为常态

4.2 中国发展共享经济的特殊意义

4.2.1 发展理念集中体现

4.2.2 供给侧改革重要抓手

4.2.3 贯彻创新驱动发展战略

4.2.4 新竞争优势先导力量

4.3 2015-2017年中国共享经济发展综述

4.3.1 发展历程分析

4.3.2 发展特征分析

4.3.3 政策支持分析

4.3.4 发展态势分析

4.4 2015-2017年中国共享经济市场发展分析

4.4.1 市场规模分析

4.4.2 分享领域分析

4.4.3 企业创新进程

4.5 中国共享经济发展存在的问题

4.5.1 监管问题

4.5.2 竞争问题

4.5.3 垄断问题

4.6 中国共享经济发展策略分析

4.6.1 完善产业监管体系

4.6.2 加大统筹协调力度

4.6.3 共享观念认知教育

4.6.4 加强与传统经济合作

第五章 中国共享经济发展模式分析

5.1 共享经济商业模式综述

5.1.1 与传统产业模式比较

5.1.2 与电商模式比较

5.1.3 共享经济的商业模式

5.2 共享经济商业模式分析

5.2.1 以产品为中心模式

- 5.2.2 再分配市场模式
- 5.2.3 协作型生活模式
- 5.3 共享经济的盈利模式
 - 5.3.1 交易佣金模式
 - 5.3.2 增值服务收入
 - 5.3.3 电商与广告收入
- 5.4 个人端共享经济商业模式分析
 - 5.4.1 商业模式总述
 - 5.4.2 有偿分享模式
 - 5.4.3 无偿分享模式
 - 5.4.4 众筹模式分析
- 5.5 企业端共享经济商业模式
 - 5.5.1 商业模式概述
 - 5.5.2 B2B分享模式
 - 5.5.3 C2B发展模式

第六章 2015-2017年交通出行共享市场发展分析

- 6.1 交通出行共享市场发展综述
 - 6.1.1 市场发展现状
 - 6.1.2 用户偏好分析
 - 6.1.3 主要共享模式
 - 6.1.4 市场参与主体
 - 6.1.5 主要影响分析
- 6.2 打车应用市场
 - 6.2.1 商业模式分析
 - 6.2.2 应用场景分析
 - 6.2.3 典型企业案例
- 6.3 专车/快车市场
 - 6.3.1 基本模式分析
 - 6.3.2 市场份额占比
 - 6.3.3 典型企业案例
- 6.4 顺风车市场
 - 6.4.1 市场发展综述
 - 6.4.2 市场运作模式
 - 6.4.3 市场运用策略

6.4.4 市场发展格局

6.4.5 典型企业案例

6.5 共享租车市场

6.5.1 市场发展现状

6.5.2 市场运营模式

6.5.3 典型企业案例

6.6 共享汽车市场

6.6.1 市场发展背景

6.6.2 市场政策支持

6.6.3 市场发展现状

6.6.4 存在问题分析

6.6.5 健康发展建议

6.7 共享单车市场

6.7.1 产业链分析

6.7.2 市场发展现状

6.7.3 市场竞争格局

6.7.4 渠道模式分析

6.7.5 存在的问题及建议

6.8 其他模式分析

6.8.1 混业发展

6.8.2 代驾

6.8.3 货拉拉

第七章 2015-2017年空间共享市场发展分析

7.1 空间分享市场发展综述

7.1.1 办公共享市场

7.1.2 房屋共享市场

7.1.3 共享模式分析

7.1.4 市场参与主体

7.2 在线短租市场分析

7.2.1 市场发展概况

7.2.2 主流业务模式

7.2.3 市场发展规模

7.2.4 市场发展动态

7.2.5 市场发展痛点

7.3 互联网长租市场分析

7.3.1 市场发展综述

7.3.2 市场类别分析

7.3.3 租赁市场规模

7.3.4 长租服务平台

7.3.5 公寓长租平台

7.4 创客空间市场分析

7.4.1 市场发展规模

7.4.2 市场发展格局

7.4.3 市场发展态势

7.5 互联网停车位市场分析

7.5.1 市场发展综述

7.5.2 市场发展动力

7.5.3 市场主体分析

7.5.4 典型运作模式

7.6 空间共享市场典型企业案例

7.6.1 途家

7.6.2 小猪短租

7.6.3 Wework

7.6.4 SOHO 3Q

7.6.5 优客工场

第八章 2015-2017年金融共享市场发展分析

8.1 金融共享市场发展综述

8.1.1 金融共享定义

8.1.2 市场发展驱动力

8.1.3 市场衡量标准

8.1.4 共享金融发展路径

8.2 P2P借贷市场分析

8.2.1 市场发展规模

8.2.2 市场发展格局

8.2.3 平台核心要素

8.2.4 平台运营模式

8.3 股权众筹市场分析

8.3.1 监管政策分析

8.3.2 市场发展现状

8.3.3 市场运作模式

8.3.4 现实困境分析

8.3.5 风险防范措施

8.4 金融共享市场典型企业案例

8.4.1 陆金所

8.4.2 人人贷

8.4.3 京东众筹

8.4.4 众筹网

第九章 2015-2017年物流共享市场发展分析

9.1 物流共享市场发展综述

9.1.1 市场发展状况

9.1.2 市场发展动力

9.1.3 市场参与主体

9.1.4 市场发展模式

9.1.5 市场发展格局

9.1.6 市场融资动态

9.2 同城快递市场分析

9.2.1 市场发展综述

9.2.2 市场发展规模

9.2.3 市场发展方向

9.3 同城货运市场分析

9.3.1 市场发展现状

9.3.2 市场发展规模

9.3.3 同城货运平台

9.3.4 市场发展方向

9.4 跨城货运市场分析

9.4.1 市场发展现状

9.4.2 市场发展特征

9.4.3 市场发展规模

9.5 物流共享市场典型企业案例

9.5.1 人人快递

9.5.2 达达

9.5.3 空间客车

第十章 2015-2017年物品共享发展分析

10.1 物品共享市场发展综述

10.1.1 市场发展综述

10.1.2 市场发展特征

10.1.3 主要商业模式

10.2 二手车电子商务市场分析

10.2.1 产业链分析

10.2.2 市场运营模式

10.2.3 市场交易规模

10.2.4 典型案例分析

10.3 二手奢侈品交易分析

10.3.1 市场发展规模

10.3.2 市场特征分析

10.3.3 市场发展动态

10.3.4 市场发展前景

10.4 二手电子交易分析

10.4.1 市场交易规模

10.4.2 市场发展特征

10.4.3 典型案例分析

第十一章 2015-2017年美食共享市场发展分析

11.1 美食共享市场发展综述

11.1.1 美食共享综述

11.1.2 互联网餐饮规模

11.1.3 餐饮O2O形式

11.1.4 共享产品特征

11.2 私厨餐饮共享市场分析

11.2.1 市场供求变化

11.2.2 市场发展特征

11.2.3 用户偏好分析

11.2.4 市场发展规模

11.3 私厨市场商业模式分析

11.3.1 基于C端的佣金模式

11.3.2 基于B端的广告和佣金模式

11.3.3 商业空间展望

11.4 其他美食共享市场分析

11.4.1 厨师上门

11.4.2 美食寄售

11.4.3 家庭厨房

11.5 美食共享市场典型企业案例

11.5.1 EatWith

11.5.2 Plenry

11.5.3 回家吃饭

11.5.4 妈妈的菜

11.5.5 觅食

第十二章 2015-2017年医疗共享市场发展分析

12.1 医疗共享市场发展综述

12.1.1 医疗与共享结合

12.1.2 市场发展现状

12.1.3 共享模式分析

12.1.4 市场投资规模

12.2 在线问诊市场分析

12.2.1 市场发展综述

12.2.2 市场主要分类

12.2.3 与线上诊疗的区别

12.2.4 市场投资规模

12.2.5 主要盈利模式

12.2.6 市场发展趋势

12.3 其他医疗共享市场发展模式分析

12.3.1 多点执业模式

12.3.2 医生上门模式

12.4 医疗共享市场典型企业案例

12.4.1 寻医问药

12.4.2 健康160

12.4.3 春雨医生

12.4.4 微医集团

12.4.5 平安好医生

第十三章 2015-2017年教育共享市场发展分析

13.1 教育共享市场发展综述

13.1.1 市场发展概况

13.1.2 共享教育优势

13.1.3 教学服务共享模式

13.2 K12在线教育市场分析

13.2.1 市场发展规模

13.2.2 市场发展格局

13.2.3 主要商业模式

13.2.4 市场主要产品

13.3 远程外教市场分析

13.3.1 市场发展现状

13.3.2 市场主体分析

13.3.3 市场发展规模

13.3.4 市场用户规模

13.4 职业培训市场分析

13.4.1 市场发展规模

13.4.2 市场用户规模

13.4.3 达人顾问市场

13.5 教育共享市场典型企业案例

13.5.1 老师好

13.5.2 猿题库

13.5.3 一起作业网

13.5.4 作业帮

第十四章 2015-2017年媒体共享市场发展分析

14.1 媒体共享市场发展综述

14.1.1 共享媒体时代的构建

14.1.2 自媒体行业特征现状

14.1.3 自媒体平台类型分析

14.1.4 自媒体盈利模式分析

14.2 文字自媒体市场分析

14.2.1 市场发展现状

14.2.2 市场平台应用

14.2.3 发展创新分析

- 14.2.4 主要作用分析
- 14.3 视频自媒体市场分析
 - 14.3.1 市场发展综述
 - 14.3.2 成功要素分析
 - 14.3.3 优劣势对比
- 14.4 音频自媒体市场分析
 - 14.4.1 市场发展现状
 - 14.4.2 市场竞争状况
 - 14.4.3 创新商业模式
- 14.5 自媒体共享市场典型企业案例
 - 14.5.1 百家号
 - 14.5.2 晓说
 - 14.5.3 喜马拉雅FM
 - 14.5.4 蜻蜓FM

第十五章 2015-2017年知识技能共享市场分析

- 15.1 互联网信息共享发展历程
 - 15.1.1 以兴趣为导向的BBS社区
 - 15.1.2 以知识为导向的点评百科社区
 - 15.1.3 以个人展示为导向的社交网络
 - 15.1.4 以内容为导向的媒体平台
- 15.2 知识技能共享市场发展综述
 - 15.2.1 发展综述
 - 15.2.2 典型代表
 - 15.2.3 问题与挑战
- 15.3 知识技能共享市场发展现状
 - 15.3.1 市场发展规模
 - 15.3.2 业务拓展状况
 - 15.3.3 市场参与主体
 - 15.3.4 资本投资规模
- 15.4 知识技能共享典型企业案例
 - 15.4.1 猪八戒
 - 15.4.2 丸子地球
 - 15.4.3 知乎
 - 15.4.4 TED

15.4.5 VIPABC

第十六章 2015-2016年服务共享市场发展分析

16.1 生活服务共享市场

16.1.1 共享养老服务

16.1.2 共享闲散兼职

16.1.3 共享宠物服务

16.1.4 家政服务共享

16.1.5 美业共享市场

16.1.6 服饰共享

16.2 生产能力共享市场

16.2.1 发展现状分析

16.2.2 发展影响分析

16.2.3 发展趋势展望

16.2.4 典型企业案例

16.3 数字共享市场

16.3.1 WiFi共享

16.3.2 口碑共享

16.3.3 交通信息共享

16.4 农业服务共享市场

16.4.1 农业共享经济萌芽

16.4.2 农化服务共享崛起

16.4.3 农村共享经济2.0

16.5 能源共享市场

16.5.1 能源共享模式

16.5.2 细分共享市场

16.5.3 能源共享价值

第十七章 2015-2017年共享经济投融资分析

17.1 2015-2017年共享经济投融资状况

17.1.1 国际投融资总额

17.1.2 独角兽企业估值

17.1.3 投资主体布局

17.1.4 投资动态分析

17.2 2015-2017年共享经济细分领域投融资规模

- 17.2.1 交通出行共享
- 17.2.2 空间共享市场
- 17.2.3 金融共享市场
- 17.2.4 美食共享市场
- 17.2.5 共享医疗市场
- 17.2.6 公共资源共享市场
- 17.2.7 知识共享市场
- 17.2.8 任务共享市场
- 17.2.9 物品共享市场
- 17.3 2015-2017年共享经济投资机会分析
- 17.3.1 分享经济的创业机会
- 17.3.2 传统企业发展共享经济机会
- 17.3.3 个人进入共享经济市场机会

第十八章 2018-2022年共享经济发展前景及趋势分析

- 18.1 共享经济发展方向分析
 - 18.1.1 场景设计是起点
 - 18.1.2 高频次是重点
 - 18.1.3 体验机制是标准
 - 18.1.4 营销是发现需求方向
- 18.2 共享经济发展前景展望
 - 18.2.1 共享经济或成未来主流
 - 18.2.2 重构交通市场
 - 18.2.3 重构汽车产业
 - 18.2.4 重构互联网商业模式
- 18.3 共享经济发展趋势分析
 - 18.3.1 内涵深化外延扩大
 - 18.3.2 竞争激烈优胜劣汰
 - 18.3.3 传统企业转型分享
 - 18.3.4 体系重构协同治理
 - 18.3.5 倡导包容开放发展
- 18.4 2018-2022年中国共享经济市场预测分析
 - 18.4.1 影响因素分析
 - 18.4.2 网上支付用户规模预测
 - 18.4.3 共享经济市场规模预测

图表详见正文（GYLPJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jinrongyinhang/304118304118.html>