DOI:10.19641/j.cnki.42-1290/f.2019.21.019

共享经济与租赁经济的特征及差异性剖析

黄 电(副教授)

【摘要】采用案例分析和对比分析等研究方法,从运营机制、主要产品/业务、用户群、供应端、盈利点等方面横向比较市场上数家代表性租赁经济与共享经济公司,总结出租赁经济与共享经济的三个主要差异点:租赁经济是重资产模式且产品标准化,而共享经济是轻资产模式,交易主体多样化且产品差异化;租赁经济是增量模式,共享经济是对闲置资源的再利用;租赁经济的政策风险整体上比共享经济更小。通过进一步研究发现,现行一部分以"共享"为名的公司,其运营模式本质上并不具备共享经济的特征,而是属于租赁经济。最后,基于共享经济与租赁经济的优劣势对比,认为真正的共享经济将成为未来的发展趋势。

【关键词】共享经济;租赁经济;高质量发展;经济模式;运营机制

【中图分类号】F275 【文献标识码】A 【文章编号】1004-0994(2019)21-0119-7

一、引言

目前我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段,正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期。随着生产力提高、消费不断增长以及互联网技术的迅猛发展而兴起的共享经济,正是这一发展阶段的重要体现。共享经济不仅符合"创新、协调、绿色、开放、共享"的新发展理念,也是化解"新矛盾"的一把"钥匙"以及促进互联网和实体经济融合发展的新动能。因此,加大对共享经济模式和内涵的研究,将有助于推进我国经济向高质量的目标发展。

共享经济是指转让组织或个人的闲置资源,并从这种转让中获取利益,即从自身的闲置资源中重新创造价值的经济行为。显然,共享经济的出现使得通过聚集整合消费行为中个别的、微妙的变化来促成巨大的商业变革和社会变革成为可能。自"十三五"规划中提及共享经济后,其已正式成为我国国家发展战略之一。中国电子商务研究中心发布的数据显示,2016年我国共享经济市场规模达39450亿元,与上年相比增长了近76.4%,2017年我国共享经济市场规模约为52850亿元。

共享经济主张通过对社会闲散资源进行整合再利用,实现对产品和服务最大程度的利用,以有效解决产能过剩的问题,其作为社会资源再分配、供给侧结构性改革的重要手段,是经济结构调整的重要标尺。但是,目前许多共享经济模式并不是纯粹的共享经济,更像是以共享为噱头展开的租赁经济,其所展现的是平台直接参与资源供给或供给端主体的小B化特征。不可否认许多传统消费品通过分时租赁模式能够寻找到新的应用场景和使用方式,租赁经济是传统企业在"互联网+"转型发展过程中非常值得尝试的模式,但若不加以监管及正确引导,将导致市场资源过度饱和、闲置资源和产能浪费等问题不断。显然,任由租赁经济盲目肆虐,供给侧结构性改革的效果可能会大幅削弱,落实创新驱动发展战略继而

【基金项目】四川省哲学社会科学重点研究基地川菜发展研究中心科研项目"'互联网+'下乡村振兴战略与川菜产业发展研究"(项目编号:CC18G13);湛江市哲学社会科学规划项目"基于大数据和云计算下的湛江中小企业云会计应用价值研究"(项目编号:ZJ17YB07);广东沿海经济带发展研究中心资助项目

催生新的经济增长点也无从谈起。因此，深层次比较和辨析租赁经济与共享经济的特点、区别、运行规律显得尤为重要。曾有学者预言租赁经济或会是未来新一轮风口，随着共享经济行业洗牌潮的出现，共享经济的未来发展到底走向何处，这是值得深入研究的问题。

二、文献回顾

（一）国内研究现状

租赁经济的发展伴随着共享行业的发展呈现出较大风险，但这并未阻碍租赁经济的发展，应从多方面为租赁经济的发展提供良好的环境[1]。马宇飞[2]基于共享经济创造的“新市场”观察，认为尽管共享经济属于典型的创造性颠覆，未来甚至可能会成为经济主流，但其商业模式存在盈利模式不清晰、信用体系不健全等问题。有学者认为，共享经济是C2C轻资产模式，而租赁经济是B2C重资产模式，需要承担的运营和维护成本较大。王嘉琪[3]从平台、商业模式、市场趋势等角度指出共享经济与租赁经济的区别，并呼吁冷静客观地看待当下共享经济的发展，企业不能只顾经济效益而忽视社会效益。

（二）国外研究现状

Christopher Koopman等[4]认为，共享经济的发展降低了人们对市场经济中传统租赁模式的依赖，公共政策也应为适应现实需求的变化而不断做出必要调整。Katie Finley[5]认为真正意义上的共享经济重在接近零成本的使用权分享，而非带有租赁性质的成本博弈行为。Joseph[6]认为共享经济的主要特征是去中心的点对点信息交互，即依赖第三方平台实现网状点对点分享，平台的价值会随分享者加入和分享增多呈指数级增长。Stanley[7]认为共享单车、共享充电宝等租赁经济才是真正意义上的共享经济，因为这意味着从以所有权为基础的消费变为一种真正意义上的、以分享为中心的、不需要所有权的消费。

就我国而言，共享经济属于新兴领域，相关文献资料有一定的欠缺。从研究内容来看，各界对共享经济的研究主要集中在共享经济的成因、发展状况、商业模式、制度创新、政府管制及有关具体行业的影响、共享经济边界问题等方面，而对租赁经济与共享经济的综合研究较少，对租赁经济发展的研究也仅从法律、政府等外在环境角度切入。国外共享经济发展比国内早，无论是在理论上还是在制度配套上都更为丰富，但总体上对租赁经济的研究偏少。因此，本文基于现有的租赁经济与共享经济相关文献，分析租赁经济与共享经济的本质特征及差异性，进而提出创新性的观点和建议。

三、租赁经济的本质特征及其与共享经济的差异

（一）租赁经济的本质特征

租赁经济是一种基于互联网的新型商业模式，出租人需要借助于网络信息平台将某件物品的使用权以借贷方式转让给承租人，实现商品或服务使用权的转移。租赁经济最初是以共享单车的形式进入大众视线的。许多传统消费品通过租赁经济的模式能够寻找到新的应用场景和使用方式，其通过与互联网结合重新盘活产能。

租赁经济的本质特征有两点：一是出租人需要从制造商手中大量购入商品，再投入市场；二是出租人把投入市场的商品分时有偿租给消费者，并获得押金和租赁收入。其主要采用B2C的商业模式，由公司主导参与，商家本身就是物品的所有者，只存在供需双方，不存在平台撮合交易的过程；其供给端并不是针对社会已有的闲散资源，而是人为制造新的资产和新的需求进行再生产的增量行为，属于重资产模式。下文以神州优车与共享雨伞为例，简要阐明租赁经济的本质特征。

1. *神州优车*。

（1）公司简介。神州优车股份有限公司（简称“神州优车”）成立于2002年，主要以B2C的商业模式从事互联网专车业务，并充分利用行业资源积累及协同效应进一步拓展汽车产业链的其他业务，是我国出行和汽车领域领先的综合服务平台。目前其所涉及的四大业务模块分别是神州租车、神州专车、神州买买车和神州车闪贷，主要涉及产品通信设备业务、专车业务、接送机、企业服务等。公司目前已成功获得全国首张网络预约出租汽车经营许可证，是全国首个获准开展网约车经营服务的平台。

（2）经营理念与实质。神州优车的经营理念是：从根本上解决人与车的关系，重塑出行领域和汽车行业的产业链和生态圈，把汽车共享起来，一起构建和谐的汽车产业链，致力于打造全国大型的B2C汽车共享大平台。实质上，除运营平台外，公司主要通过雇佣的司机和租赁的车辆向用户提供专车服务，保证专业性与优质服务。

（3）商业模式。公司采用“专业车辆和专业司机”的经营模式，向个人及企业提供出行服务，获得租金收入。其中，神州专车针对不同的车型设置了不同的起租价格，最低起租价15元，最高起租价23元，租金随着租赁时间和公里数的增加而增加。神州租车几乎是神州优车唯一的汽车供应商，采用长租（通常为5年）与短租（按天）两种方式。2016年神州优车年报显示，当年向神州租车的采购金额达29.4亿元，占当年采购总额的39.84%；2016年公司雇佣的司机达28000人，经过严格的筛选和培训，司机与公司签订合同，成为公司的专业司机。

2. 共享雨伞——JJ雨伞。

（1）公司简介。深圳市街借伞科技有限公司（简称“JJ雨伞”），是国内首创的智能雨伞共享平台，提供雨伞租赁服务，JJ雨伞2017年4月开始运营，在深圳、海口、厦门等城市签约投放网点，与大型商场、写字楼、科技园区、公司、酒店、KTV、影院等都有合作，并与深圳地铁集团积极接洽，未来将完成对深圳地铁线路所有重要站点的铺设。

（2）经营理念与实质。JJ雨伞的经营理念是：依靠物联网技术，JJ雨伞通过提供雨伞租借服务，满足人们在雨季和高温天的出行需求，能有效提升城市公共出行体验，为构建智慧城市贡献力量。实质上，JJ雨伞是统一采购雨伞，通过押金、租金等形式出租产品使用权以满足群众的使用需求。

（3）商业模式。JJ雨伞为有桩借还模式，用户依靠设备可自助操作完成雨伞借用和归还，只需缴纳30元押金便可随时借用JJ雨伞，且在12小时内可免费使用，超过12小时则按1元/12小时收费。2017年上半年，JJ雨伞在深圳、海口、厦门等城市签约投放网点近500个，其中深圳地区投放雨伞数量超过3000把。

由以上两个案例的基本情况可知，不论是神州优车还是JJ雨伞，其本质上都具有租赁经济的特征，即均采用了B2C 的商业模式，从制造商手中大量购入标的物投入市场，然后分时有偿租给消费者，并获得押金和租赁收入，这属于租赁经济商业模式的范畴。而两者一直以共享经济自处，有炒作“共享”概念之嫌。从共享经济的概念来看，最初纯粹的共享经济是指转让一个组织或个人自身闲置资源的使用权，并从中获得利益，使它们能够通过分拆其闲置资源创造出新的价值，通常表现为一种轻资产的C2C商业模式，比如滴滴的顺风车业务。因此，闲散资源是共享经济的基础。但纵观神州优车和JJ雨伞，一个是自己统一集中租赁/采购车辆和雇佣专业司机，一个是自己统一采购雨伞，这些都不是对闲置资源的利用，而是在人为制造新的资产和新的需求，完全是由公司主导的商业行为。诸如此类的自我采购和雇佣人员，其成本远远高于真正的共享经济模式，是重资产的B2C商业模式，并不符合共享经济充分利用社会闲置资源、大幅降低成本、实现社会效益最大化的初衷。

真正的共享经济是平台通过两个C端的互相促进，进而达到滚雪球般快速成长的效果，C2C的双边网络效应是非常明显的。相对共享经济而言，租赁经济的网络效应显然没那么显著，甚至有着区域的限制，但其优势是可以较快地铺开。比如神州优车和JJ雨伞，其理想的运营模式是投入越多的车或伞，用户寻找汽车或雨伞的成本会随之下降，用户粘性则会增大，相应地会降低押金退还甚至更换厂商的可能性；而使用的人越多，企业会继续加大市场投放力度，从而形成良好的运营循环。但现实情况是，它们并没有绝对占据流量入口，很多新涌入市场者依然可以通过微信或支付宝满足自身需求，这让用户拥有很多替代选择。由此可见，神州优车和JJ雨伞甚至其他曾经风靡一时的共享经济，如共享充电宝、共享睡眠仓等，本质上更像是集中提供一批产品的“短期使用权”，并以持续出售产品的短期使用权来获取收益的租赁经济模式。

（二）共享经济与租赁经济的差异

本文选取了几家以租赁经济为主要经营模式的企业（摩拜单车、途家、共享充电宝），将其与共享经济企业（小猪短租）进行横向比较，试图厘清租赁经济与共享经济之间的本质差异，如表1所示。

由表1可知，共享经济与租赁经济的差异有以下三点：

1. 租赁经济是重资产模式且产品标准化，而共享经济是轻资产模式，交易主体多样化且产品差异化。从运营机制和供应端来看，租赁经济均为B2C模式，企业拥有共享标的物的所有权，并通过互联网平台出租该使用权来获得一定的收益，在这一过程中企业需要承担较大的生产成本。例如，一辆摩拜单车的造价成本是6000元左右，2017年摩拜单车投放量超过450万辆，可见其成本是相当大的。但这种中心化公司集中生产的自营模式，能够保障产品与收费的标准化与规范化，为用户提供更安全、高效的标

表 1　　租赁经济与共享经济企业特征之比较

	摩拜单车	途家	共享充电宝	小猪短租
运营机制	B2C	B2C	B2C	C2C
主要产品/业务	自行车出租	提供度假公寓、管家服务、托管服务	充电宝出租	短租房、公寓、普通民宅等
用户群	以城市白领为主	中青年的白领	手机用户	有需求的小众人群
供应端	中心化公司集中生产	中心化公司集中生产	中心化公司集中生产	个人房东提供
投资主体	社会团体、公司集团、海外公司，天使轮投资到E轮	公司集团，天使轮投资到E轮	社会团体、公司集团	社会团体、公司集团，天使轮投资到E轮
盈利点	日常租金、押金、预存费、大数据收入、广告收入	代理物业收入、房屋分成及其他服务	租金、广告收入	向房东收取10%的佣金、广告收入
政策风险	小	较大	小	较大
价值创造	环保性、科技性，解决了“最后一公里”的需求	优化房屋资源配置，打造精品生活品质	解决充电需求	奉行居住自由主义，推动我国住宿方式的进步

资料来源：艾瑞咨询《2017年中国共享经济行业及用户调研报告》、腾讯研究院《2016~2017分析经济发展研究报告》。

准化产品，也方便公司的系统化运营，降低运营成本。可见，租赁经济是重资产模式，如何通过不断提高产品品质来提高其市场竞争力，是租赁经济发展过程中必须重视的问题；而共享经济下，企业作为一个连接供给端与需求端的交易平台，不需要承担以上成本，其成本负担较小，为轻资产模式。

2. 租赁经济是增量模式，共享经济是对闲置资源的再利用。租赁经济是企业自营自己生产出的共享产品，并不是对社会上已存在的闲置资源进行再利用，它是一种根据市场需求人为创造“闲置资源”的增量模式。商品的出租降低了人们的购买需求，但实际上单车和房屋建筑的生产需求并没有大幅下降，若不加强治理、规范行为，很容易产生资源浪费的现象。例如，共享充电宝领域40天便获得了11笔投资，融资金额超过12亿元，但仅7个月之后便传来首家共享充电宝公司倒闭的消息。而共享经济则是通过将拥有闲置资源的供给端与需求端连接起来，盘活闲置资源，达到社会效益优化的目的。

3. 租赁经济政策风险整体上比共享经济更小。目前政府对共享经济的态度可以概括为两方面：一是加强监管，建立健全相应制度，防止市场混乱；二是鼓励企业参与到共享经济中，同时清理并规范共享经济的行政许可、商事登记等事项，为共享经济的发展“减负”。B端比较容易规范化，更易于满足各方面的治理要求，更符合政策的方向；而连接C端的共享经济具有太多的不确定性，很难达到规范治理要求，具有较高的政策风险。比如，网约车新政策的出台在某种程度上是对C2C模式的共享经济出行企业的一种打击。

四、以“共享”为名行“租赁”之实的经济模式的市场现状

（一）以“租赁”形式展开的共享经济模式的市场份额状况

当前我国经济从高速增长转向高质量发展，增长要素、产业都由单一化转变为多样化的包容性特征。在国家大力支持共享经济发展的情况下，共享经济的概念变得更为火热，然而业界对其并没有形成理性的认知，国内共享经济已经异化并且多元化发展，这与共享经济的野蛮生长不无关系。腾讯研究院发布的《2016～2017分享经济发展研究报告》中指出：“分享经济产生了新的社会意义，可称之为泛分享经济。过去，分享经济被视为一种新的社会经济运行方式，以更低成本和更高效率连接并激活社会的经济剩余资源。而泛分享经济，则不纠结于资源闲置与否，它以分享经济的模式和理念，在更大的经济视野中激活经济剩余，进而形成新的业态和消费增长点，缓解传统经济升级转型的痛楚。”按此宽泛的定义，几乎所有能激活经济剩余的互联网企业都可以归为共享经济企业，狭义的共享经济在我国仿佛已不存在。实际上，共享经济越来越显示出平台直接参与资源供应或供给端主体小B化特征，如今大部分的共享经济变成基于互联网的租赁经济模式。

租赁经济一度颇有引领主流之姿，根据国家信息中心发布的《中国共享经济发展年度报告（2018）》，2017年我国共享经济市场交易额约为49205亿元，比上年增长了47.2%，其中非金融共享领域交易额为20941亿元，比上年增长了66.8%。

根据艾媒咨询发布的《2017～2018中国共享经济行业全景调查报告》，2017年我国共享经济行业分布中，共享充电宝企业占19.3%，共享雨伞企业占10.5%，共享单车企业占9.1%，共享汽车企业占8.7%，共享办公企业占3.5%，其他占比48.9%。以“租赁”形式开展的共享经济模式占据了半壁江山，总体上看，这类租赁经济的市场占有率还是很高的，而且随着越来越多的企业选择向租赁经济转型，此比例可能会有所提升。

以典型的代表共享单车为例，自2016年以来，先后有74家企业进入共享单车领域，市场上单车投放量超过2300万辆，累计订单量超过115亿单，覆盖全球20多个国家的304座城市。另外，向B2C租赁经济转变的滴滴出行于2012年成立，2017年已与4000多家租赁公司合作，基本覆盖市场上所有主流汽车租赁公司，覆盖车辆20多万台，可租给司机的自有汽车达1.4万台，这般的成长速度很是惊人。2017年全球独角兽榜单中我国的共享经济企业滴滴出行、OFO小黄车、摩拜单车均在榜内，且估值名列前茅。在成为百亿美元级估值独角兽的道路上，滴滴出行用了3年，OFO小黄车和摩拜单车更是仅成立1年多便达到了这个目标。

（二）租赁经济热潮出现的主要原因

从客观环境因素来看，租赁经济热潮出现的主要原因包括：一是我国人口众多，决定了单纯地采用共享经济模式很难满足人们的实际需求，因为私人供给缺乏效率和规模效益，极易造成供给相对不足，这就导致那些刚开始采用共享经济模式的企业必须进行重资产投资，拥有自己的车辆、酒店等，以确保供给足够。根据罗兰贝格报告，2015年我国专车潜在市场需求每天可达9100万次，然而实际上平均每天的专车出现次数仅约为50万次，大部分的需求都没有得到满足。二是我国现阶段经济发展水平和国外发达国家不同，可供盘活的个人资源仍是有限的，共享经济依赖巨大的存量市场，纯粹的共享模式不可避免地会遭受可供盘活的个人资源达上限的限制，而企业势必会从C2C的纯粹共享转向B2C的租赁共享。三是人们普遍缺乏契约精神，陌生人与陌生人之间普遍缺乏信用，信用体制建设不完善给共享经济的发展造成了阻力。国民对陌生人的陌生物品的共享具有一定的防备与警惕心态，在社会生活各领域富余的资源与持有分享理念的人不多，租赁经济反而在一定程度上解决了这个问题。

从融资方面来看，据电子商务研究中心发布的《2017年度中国共享经济发展报告》，截至2017年12月，共享经济领域融资额约为1159.56亿元，约有190家共享经济类企业获得投资。其中：共享汽车（19家企业）获投金额最高，为764.59亿元；共享单车（23家企业）获投258.09亿元，位居第二；共享办公（27家企业）获投40.03亿元，位居第三；共享租房（12家企业）获投36.27亿元，位居第四。其余领域获投金额合计也超过30亿元，最低的共享健身仓（3家企业）仅获投3500万元。可见，各领域获投金额差异较大，资本主要集中在出行领域。2017年单笔获投金额较大的事件详见表2。

表2　　2017年单笔获投金额较大的事件

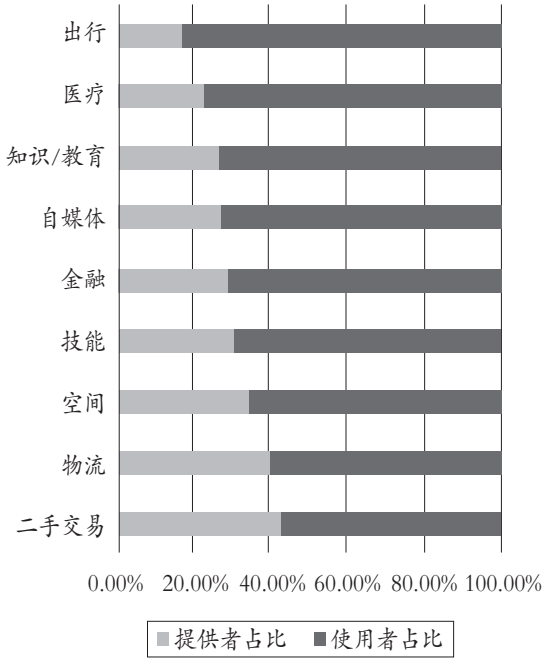
投资对象	时间	轮次	金额
滴滴出行	2017.04.28/2017.12.21	F轮	55亿美元/40亿美元
北汽新能源	2017.07.21	B轮	16.29亿美元
OFO小黄车	2017.03.01/2017.07.06	D轮/E轮	4.5亿美元/7亿美元
摩拜单车	2017.01.04/2017.06.16	D轮/E轮	2.15亿美元/6亿美元
哈罗单车	2017.12.04	D轮	3.5亿美元
途家网	2017.10.10	E轮	3亿美元

资料来源：IT桔子《2017共享经济获投金额TOP10事件》。

由表2可以看出，滴滴出行2017年4月获投的55亿美元是2017年单笔获投金额最高的，紧接着其在12月又获得了40亿美元投资；仅次于滴滴出行的是北汽新能源获投16.29亿美元，共享汽车领域包揽了单笔获投金额的前两名，可见共享汽车领域备受资本关注。而共享单车领域占据了第三、四、五名的位置，其中OFO小黄车、摩拜单车和哈罗单车均榜上有名，分别获投11.5亿美元、8.15亿美元和3.5亿美元。2017年大额融资事件主要集中在出行领域，共享单车和共享汽车无疑成为投资“黑马”。上述资料显示的获投融资总金额折合人民币高达927.97亿元，约占2017年获投总金额的80%，足见资本对租赁经济的青睐，正是有这些强大的资本做后盾，商业化更快的B端布局才有可能逐渐替代整合困难的C端资源模式。

（三）供求分析

根据艾瑞咨询发布的《2017年中国共享经济行业及用户研究报告》，2016年共享经济APP平台用户中使用者和提供者占比情况如图所示。



2016年共享经济APP平台用户中使用者和提供者占比图

由图可知，愿意作为提供者占比最高的领域是二手交易领域（42.6%），其次是物流领域（40.1%）、共享空间领域（34.2%），最低的出行领域仅有16.8%的人愿意提供。可见，更多的人扮演的是买家角色，C端的供给很难有效地满足需求，而在这些提供者中大约有14.3%的人表示会退出不再提供，这样的随退随进确实会使供给变得不可控。

根据艾媒咨询发布的《2017～2018中国共享经济行业全景调查报告》，2017年网民使用占比最高的为共享单车（38.3%），其次分别为网约车（36.4%）、知识共享站（19.5%）、共享充电宝（11.9%）、二手交易（10.8%），其他共享经济项目占比22.1%。其中，共享单车、网约车和共享充电宝等都存在租赁经济的身影，从占比来看租赁经济还是很受消费者青睐的，78.7%的网友明确表示会继续使用这类产品，可见租赁经济有一定的发展空间。

五、共享经济与租赁经济的优劣势对比及共享经济未来发展趋势

作为经济高质量发展的新动能之一，共享经济有着可观的前景。但越是被看好，越需要深入认识其发展，引导共享经济健康发展，使其真正成为推动经济发展的新动能。共享经济与租赁经济的优劣势对比如表3所示。

从表3可以看出，共享经济着眼于整个社会的闲置资源，为双边用户创造了用户价值，既能为使用

表3　共享经济与租赁经济的优劣势对比情况

	共享经济	租赁经济
优势	①盘活社会闲置资源，具有体量价值 ②社会化差异化资源能够满足用户差异化需求，具有较高盈利水平 ③属于平台经济，存在重塑整个产业链的可能性	①产品标准化，能快速进入新场景，满足消费者新形态的需求 ②能确保供给持续、有效
劣势	①服务品质不恒定，用户体验波动性大 ②供给可持续性不可控	①资金实力要求高 ②门槛低，多为低价值产品，产能落后

者降低使用门槛，又能为所有者创造闲置物品价值，其所触及的体量是自营租赁经济无法比拟的。公安部的数据显示，2017年全国汽车保有量达2.17亿辆，汽车驾驶人数超过3.42亿人，而2017年神州优车车队总规模为10.25万辆，可见二者体量相差甚远。同时，共享经济作为平台经济，拥有重塑整个产业链的可能性，可以使处在其中的公司未来成为商业化的超级大平台。但值得注意的是，前景越是美好，真正操作起来就越困难，共享经济平台本质上是创建一个双边市场，链接两端，为双方提供撮合交易服务，这些对于当前的大部分创业者来说都很难办到。反观租赁经济，其进入门槛低，只要基于特定场景，往线下大规模投放产品并快速复制即可。

由此不难看出，国内的创业者纷纷投身租赁经济还要往自己身上贴“共享经济”的标签，目的就是借助共享经济这个风口获利。只要抓准用户的潜在需求痛点，做好项目或企业经营，就能占据先机，获得巨头的资本支持，即使失败多数烧的也是投资者的钱，这也就能解释为何当前大多数共享项目都是资产较轻、单个成本低、可以快速规模化复制的产品。基于此，国内大部分创业者已不再通过平台来收拢闲置资源，而是去制造更多的闲置资源，不再优化资源配置，反而可能会造成一定程度的资源浪费甚至环境破坏。

不可否认的是，租赁经济能够快速地进入市场并实现规模化，相较而言，资本没有耐心去等待成长速度更慢的共享经济，所以有了“共享”的口号，创业本身变得更加容易，也直接导致以“共享”之名行“租赁”之实的项目遍地开花。再加上资本的逐利性促使其疯狂地往风口聚集，抢占线下流量入口，不断烧钱推高估值获取利益。事实上，这些靠资本追捧、拼密

度拼规模的租赁经济并没有真正抓住消费刚需去创造新的价值，其更像是一种商业噱头，当资本逐渐回归理性，投资浪潮退去时“裸泳者”自然现形。

诚然，遍地开花的租赁经济也带来了消费者观念的改变，使“弱化‘拥有权’强调‘使用权’”的观念深入人心，是传统企业向“互联网+”转型，与互联网相结合过程中十分简单有效的模式，但也常常被传统低端产能行业所利用。特别是相对于真正的共享经济而言，租赁经济门槛低，多为低价值产品，产能落后是其致命的缺陷，因而较难成为未来主流的经济模式。

六、总结与展望

“互联网+”下租赁经济具有产品标准化、能迅速打入市场和保持有效供给的优势，但其自身也存在明显的缺陷，如门槛低、上量快，对资金要求很高，极其依赖资本。据不完全统计，截至2018年年底约有50多家共享经济创业公司倒闭或停止服务，主要集中在共享单车、共享汽车、共享充电宝、共享雨伞以及共享睡眠仓领域。即使是作为共享单车中一度估值最高的独角兽企业OFO小黄车，在2018年也传出了因持续不能解决盈利模式问题且无法进一步融资，导致营运资金紧张而裁员，甚至传出因用户押金退还问题而可能被清盘的传闻。而另一家共享汽车领域的独角兽，被称为“躺着赚钱”的滴滴出行，爆出2018年全年持续巨额亏损过百亿元的消息。可见，资本聚集引发的烧钱大战，产生过剩产能，实际上是对资本的一种极大浪费。

十九大报告中已把新的发展理念具体界定为四个“更”，即更高质量、更有效率、更加公平和更可持续。新时代中国特色社会主义经济要转向高质量发展，必然要求实现高质量的供给，提高商品和服务的供给质量，实现高质量的配置。然而，现有的租赁经济所涉及的多为低价值产品，资本的聚集烧钱使得门槛低、上量快的低端产能侵害高端产能，令原本处在良性发展轨道的高端产能因失去市场机会而难以存活。这不仅侵害了公共利益，而且不利于产业的长远发展，更不符合当今经济向高质量发展的要求。

现行共享经济模式的症结往往在于信任问题、安全问题以及资源限度问题。随着信用体系的不断完善，以信用为核心的共享经济发展体系将不断建立和完善，人们对共享经济的接纳程度将有很大的提高，共享经济供给端持续性不稳定的问题可在一定程度上得到解决。另外，监管体制的不断完善也将使得共享产品服务品质、体验性及安全性等问题都可以得到解决。因此，与租赁经济相比，共享经济目前的不足之处在未来将得以消除。当资本狂欢的浪潮逐渐退去时，无论是以“租赁”还是其他任何形式展开的共享经济将重归于价值增长的本质，标准化的经济模式将伴随陆续出台的监管政策逐步规范化。可以预见的是，未来一段时期共享行业洗牌仍将继续，剩下的必是真正能以盘活闲置资源、提高资源利用率为本质的经济模式，这种共享经济将成为未来的发展趋势，以及成为推动我国经济由高速发展向高质量发展的新动能。

主要参考文献：

[1] 王莹. 租赁经济及在我国的发展建议[J]. 现代商贸工业，2017(30)：13～14.

[2] 马宇飞. 浅析共享经济的商业模式[J]. 现代商业，2017(30)：13～14.

[3] 王嘉琪. 共享经济与租赁经济的比较研究[J]. 现代商业，2017(32)：188～189.

[4] Christopher Koopman, Matthew Mitchell, Adam Thierer. The sharing economy and consumer protection regulation: The case for policy change[J]. The Journal of Business, Entrepreneurship and Law, 2015(1): 539～544.

[5] Katie Finley. Cost appreciation and reallocation in share economics comparing to lease activities[J]. Research in Transportation Economics, 2015(48): 97～115.

[6] K. Joseph. Research of effects and characters of share economics in American society[J]. American Journal of Economics and Sociology, 2016(131): 101～129.

[7] M. Stanley. Comparison share economics with lease economics from global perspective[J]. Golbal Economics Review, 2017(39): 117～131.

作者单位：岭南师范学院商学院，广东湛江524048