

分享经济：重构商业模式的九个关键点



[分享经济：重构商业模式的九个关键点_下载链接1](#)

著者:辛超

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2016-6

装帧:平装

isbn:9787115423542

随着移动互联网和大数据技术的崛起，以及国家对分享经济的大力提倡，分享经济领域呈现出了勃勃生机。作为一种颠覆性的商业模式，分享经济模式将持续影响企业未来的发展形态与赢利模式。面对这样的经济发展形势，很多企业及创业者却并没有掌握分享经济的核心，也没有找到极佳的转型、创业以及营销模式。那么，企业如何才能适应市场的发展变化，并抓住中国共享经济的风口？如何变革自身的商业模式，赶上经济发展的“新常态”？如何利用移动互联网和大数据红利，让企业利润倍增？创业者如何抓住

机遇，创业成功……

本书针对这些问题，通过对分享经济内涵的挖掘，关键要素的阐释，为企业寻找合适的分享经济模式，并通过丰富的案例分析，为企业提供全新的模式思考。另外本书也选取了住宿、交通、旅行、金融等分享经济发展较迅速领域的案例，全面展现分享经济的美好未来。《分享经济重构商业模式的九个关键点》适合共享经济创业者、移动互联网行业从业者、企业营销人员以及普通读者阅读，能帮助读者深入理解分享经济模式，快速转型、成功创业！

作者简介:

辛超人人都是产品经理专栏作家，个人微信公众号：PMnote。现任汽车报价产品【车欧欧】产品经理，曾参与社区共享经济领域产品，曾任蓝标集团策划经理，负责运营百万级粉丝微博账号，擅长产品设计与运营。

张鹏毕业于南开大学经济学院，经济师。曾服务于多家国企、私企，对企业发展模式有独到的研究和见解，洞察经济发展形势，在企业经营管理方面有不俗的成绩。出版有《从1.0到4.0：移动互联网时代零售就该这么做》

目录: Part 1 分享经济，千亿级风口来袭

1.1 何为分享经济 2

1.1.1 分享经济的定义 2

1.1.2 分享经济的4个构成要素 3

1.1.3 分享经济的发展阶段 4

1.2 分享经济的8个特征 7

1.2.1 互助·互利 7

1.2.2 资源过剩，有共享基础 7

1.2.3 按需分配 8

1.2.4 建立连接 9

1.2.5 成本低 10

1.2.6 可持续性 10

1.2.7 信用评价系统 11

1.2.8 社交沟通 12

1.3 分享经济的价值 13

1.3.1 降低交易成本，提升消费能力 13

1.3.2 培育新的消费增长点 14

1.3.3 扩大供给总量 14

1.3.4 促进收入增长 15

1.3.5 提高资源利用率 16

1.3.6 环保 17

1.4 消费主权崛起：消费者可以消费一切 18

1.4.1 SOLOMO消费群正在兴起 18

1.4.2 SOLOMO消费群的新习惯 19

1.4.3 消费者可以消费一切 21

1.5 不懂分享，企业将无立足之地 22

1.5.1 分享经济挑战传统车、房市场 22

1.5.2 分享经济帮助服务者“拉私活” 23

1.5.3 分享经济让企业“挟用户以令诸侯” 24

Part 2 颠覆商业传统，分享经济的八种模式

2.1 有偿租让分享模式：方便了别人，实惠了自己 27

2.1.1 有偿租让分享模式走红 27

2.1.2 一切皆可分享的有偿租让 28

- 2.2 对等分享模式：让知识与技术分享互换 31
- 2.3 众筹分享模式：筹钱一起圆梦才有未来 33
 - 2.3.1 分享经济下的“份子钱” 34
 - 2.3.2 全民理财时代的众筹 34
 - 2.3.3 全民创业时代的众筹 36
- 2.4 劳务分享模式：让碎片化时间价值最大化 38
 - 2.4.1 劳务分享让时间更值钱 38
 - 2.4.2 劳务分享在快递业中的应用 39
 - 2.4.3 劳务分享在服务业中的应用 41
- 2.5 众包分享模式：让“草根阶层”做专业的事 42
 - 2.5.1 社会分工下的众包分享 42
 - 2.5.2 众包分享是对外包的颠覆 43
 - 2.5.3 众包分享让用户协同创新 44
 - 2.5.4 众包分享延伸了创新边界 45
- 2.6 平台分享模式：无平台，无分享 46
 - 2.6.1 平台是分享经济的基石 46
 - 2.6.2 无平台，不分享 47
 - 2.6.3 平台分享的三种方法 48
- 2.7 社交分享模式：社群粉丝是关键 50
 - 2.7.1 社交无处不在 50
 - 2.7.2 社群与粉丝是关键 51
 - 2.7.3 无社交，不分享 52
- 2.8 金融分享模式：金融普惠，人人共享 54
 - 2.8.1 碎片化的金钱资源 54
 - 2.8.2 人人共享的普惠金融 54

Part3 有平台，好分享：构建分享平台的八个要素

- 3.1 寻找共享需求，精准定位共享领域 57
 - 3.1.1 与丰满理想相悖的骨感现实 57
 - 3.1.2 挖掘充裕的资源 59
 - 3.1.3 寻找稀缺的需求 60
 - 3.1.4 衡量可标准化的程度 60
- 3.2 分清三类用户，合理设置规则 62
 - 3.2.1 合作者：资源提供与收益获取 62
 - 3.2.2 搭便车者：资源享用与报酬支付 63
 - 3.2.3 惩罚者：破坏规则，坚决阻断 64
- 3.3 搭起供需信息匹配平台 66
 - 3.3.1 APP分享平台 66
 - 3.3.2 微信分享平台 67
 - 3.3.3 网站分享平台 67
 - 3.3.4 论坛分享平台 68
 - 3.3.5 微博分享平台 68
 - 3.3.6 百度分享平台 69
 - 3.3.7 QQ分享平台 69
 - 3.3.8 阿里系分享平台 70
 - 3.3.9 其他分享平台 70
- 3.4 融入个性化与情怀，营造分享氛围 71
 - 3.4.1 环保情怀 71
 - 3.4.2 文艺情怀 72
 - 3.4.3 社交情怀 73
- 3.5 以大数据完善网络信用评价系统 75
 - 3.5.1 互联网时代下的大数据 75
 - 3.5.2 难以满足需求的传统信用评价系统 76
 - 3.5.3 大数据完善网络信用评价系统 77

- 3.6 构建双向评价系统，让评价决定服务模式 79
 - 3.6.1 构建双向评价系统 79
 - 3.6.2 让评价决定服务模式 81
- 3.7 实时分享信息与精准匹配需求 83
 - 3.7.1 稠密市场造成的市场拥塞 83
 - 3.7.2 精准的需求匹配与推荐算法 84
 - 3.7.3 及时进行个性化信息推送 86
- 3.8 用户习惯培养与优惠政策制定 87
 - 3.8.1 用户补贴与优惠券发放 87
 - 3.8.2 让用户产生分享的强动力 88
 - 3.8.3 会员服务策略 90

Part 4 完善分享信用，让分享者吃下“定心丸”

- 4.1 及时公开信息，平台透明化才是王道 93
 - 4.1.1 更彻底的实名制 94
 - 4.1.2 公开的失信违约 94
 - 4.1.3 平台透明化是王道 95
- 4.2 借力国家征信系统，绑定信用卡 96
- 4.3 引入社交信用，打通分享平台与社交平台 98
 - 4.3.1 社交信用下的熟人借贷 98
 - 4.3.2 内容丰富的社交平台 99
 - 4.3.3 微博、微信好友关系分析，完善信用 100
- 4.4 借力保险行业，让参与者有保可依 103
- 4.5 实时安全监管与贴心服务 105
 - 4.5.1 实时的安全监管 105
 - 4.5.2 贴心的客户服务 106
- 4.6 搭建快捷沟通与反馈体系 108

Part 5 有参与才分享，打造参与感的五个法则

- 5.1 定制化产品法则 111
 - 5.1.1 全新的工业4.0时代 111
 - 5.1.2 定制化产品提高参与度 112
 - 5.1.3 分享平台的定制化原则 113
- 5.2 社群粉丝互动法则 115
 - 5.2.1 增强高价值的互动 115
 - 5.2.2 策划高质量的活动 116
 - 5.2.3 搭建统一的运营管理 116
 - 5.2.4 打造领袖与去中心化 117
 - 5.2.5 借力外部资源 117
- 5.3 真金白银回馈法则 119
 - 5.3.1 以物质回馈用户 119
 - 5.3.2 代金券刺激用户参与 119
 - 5.3.3 真金白银发红包 120
- 5.4 以情动人之场景法则 122
 - 5.4.1 场景时代已经到来 122
 - 5.4.2 在场景中以情动人 123
- 5.5 激情参与之众筹法则 125
 - 5.5.1 测试用户参与度 125
 - 5.5.2 推动用户激情参与 126

Part 6 在社交中分享，社交营销六步走

- 6.1 诱发兴趣：有兴趣才更愿意分享 129
- 6.2 激活个体：粉丝才是最强大的分享力量 131
- 6.3 巧设链接：病毒式分享策略 133

- 6.4 圈层构建：分享能利己利他 136
- 6.5 内容打造：优质内容让人情不自禁分享 138
- 6.6 创建社群：让分享成为集体意识 140

Part 7 思维先行，成就分享高手的十种思维

- 7.1 爆品思维 144
 - 7.1.1 淘宝店主的营销利器 144
 - 7.1.2 爆品思维下的分享经济 145
 - 7.1.3 爆品思维五步走 146
- 7.2 用户思维 149
 - 7.2.1 体验至上的用户思维 149
 - 7.2.2 精准营销的用户思维 149
- 7.3 社交思维 152
 - 7.3.1 传播思维的错误应用 152
 - 7.3.2 社交思维的正确应用 153
- 7.4 口碑思维 155
 - 7.4.1 口碑是一种生产力 155
 - 7.4.2 口碑营销与病毒式营销 156
 - 7.4.3 分享平台的口碑思维 157
- 7.5 痛点思维 159
- 7.6 品牌思维 162
- 7.7 跨界思维 165
 - 7.7.1 被跨界“打劫”的悲剧 165
 - 7.7.2 分享平台的跨界打劫 166
- 7.8 资源整合思维 168
 - 7.8.1 分享经济本质在于整合 168
 - 7.8.2 资源整合弥补平台短板 170
- 7.9 快速迭代思维 171
 - 7.9.1 “迭代三问” 171
 - 7.9.2 小处着手，细致入微 172
 - 7.9.3 精益求精，快速迭代 173
- 7.10 免费思维 174
 - 7.10.1 无处不在的免费思维 174
 - 7.10.2 分享平台的免费思维 175

Part 8 分享运营，玩转分享经济的五条军规

- 8.1 有“颜”有“料”：发现质优价廉的分享资源 178
- 8.2 “简单粗暴”：简单的才是最好的 179
 - 8.2.1 持续化繁为简 179
 - 8.2.2 去中间环节，直联供需方 181
- 8.3 用户为王：一切为了用户 184
- 8.4 有的放矢：活动运营要目的明确 187
- 8.5 抱紧“大腿”：大平台上好推广 190

Part 9 传统行业拥抱分享经济的五项策略

- 9.1 模式转型，以租代售：SOHO中国的共享办公 194
- 9.2 构建分享平台，提供贴心服务 198
 - 9.2.1 积累粉丝、构建支付场景 198
 - 9.2.2 回归商业，形成良性金融消费生态圈 200
- 9.3 社会化众包，众筹资金与智慧 201
 - 9.3.1 服务众包，互惠互利 201
 - 9.3.2 齐心协力，众筹共赢 203
- 9.4 投资入股或兼并分享经济型企业 206
 - 9.4.1 了解分享经济领域同行业运营状况 207

- 9.4.2 投资入股OR兼并 207
- 9.4.3 收放自如，做好融合 208
- 9.5 融合“互联网”，做好O2O 209
 - 9.5.1 顺应消费趋势 210
 - 9.5.2 要有自己的节奏 211
 - 9.5.3 增加用户体验 211
- 9.6 分享经济带来的十大新现象 212

Part 10 共享经济十大领域内的创新案例

- 10.1 蚂蚁短租：租房 社交，增加生活乐趣 218
- 10.2 神州租车与PP租车：传统与互联网的较量 222
- 10.3 “回家吃饭”：随时尝到妈妈的手艺 225
- 10.4 魔法衣橱：时尚搭配，衣服租赁全程服务 229
- 10.5 网易教育：线上与线下的教育共享 232
- 10.6 58到家：服务和时间被重新分配 237
- 10.7 人人快递：服务众包的美好未来 241
- 10.8 京东金融生态圈：让金钱互惠互利 244
- 10.9 “春雨医生”：人人得到更好的医护 248
- 10.10 “知乎”：让专业知识互惠共享 251
- • • • • [\(收起\)](#)

[分享经济：重构商业模式的九个关键点_下载链接1](#)

标签

分享经济

新经济

共享经济

评论

还好，面面俱到，就是从理论到理论，没有更多的现实案例作为参考，也没有进行深入的分析。一本名词解释的书。

适合入门看，案例有点旧了

[分享经济：重构商业模式的九个关键点_下载链接1](#)

书评

[分享经济：重构商业模式的九个关键点_下载链接1](#)