

2017台灣暨亞太地區共享經濟發展報告



社團法人台灣協作暨共享經濟協會委託

台灣大學管理學院 曹承礎教授團隊研究

2018 年 7 月 出版



目錄

一、2017全球共享經濟發展趨勢.....	4
二、數位科技成為共享經濟發展引擎.....	6
三、共享經濟發展帶來的制度變遷挑戰與商機.....	9
四、共享經濟未來展望與台灣在全球市場機會.....	11
五、參考書籍.....	11
六、參考文獻.....	11

一、 2017 全球共享經濟發展趨勢

共享經濟近十年來在全球的快速發展改變了市場機制、僱傭關係、商業模式，以及供給與需求的平衡方程式。促使共享經濟近年來蓬勃發展的幾個主因包含技術、經濟、社會等幾個面向的改變。在技術層面，資訊科技產業的發展快速改變了人們的生活，高度依賴智慧型手機與網路作為互動工具的社會是共享經濟發展的最佳觸媒。在經濟層面，自 2008 年金融海嘯引發的全球性經濟不景氣造成的大裁員或無薪假，越來越多千禧世代傾向往擁有更多自主權與控制權的自由業發展。2008 年也是第一支智慧型手機上市的年份，移動網路和社交媒體也影響了這群新生代對於物品擁用權的觀點，越來越多人揚棄了傳統對於「物權擁用」的概念；再加上各式鼓吹環保意識、簡約生活的運動，也就某種程度上加速了「共享」概念的快速擴散。

這類顛覆傳統的共享經濟商業模式，經由互聯網串聯服務或商品提供者與需求者，透過交易評比及由第三方平台建構『信任』，去體制化、去中間化，被傳統業者視為來勢洶洶的破壞性創新，被專家學者視為『從擁有到分享，就像經歷了工業革命』^[1]一般。從分享空間的 Airbnb、分享車輛空間的 Uber、分享時間與人力的 TaskRabbit，到中國在地對應的小豬短租、滴滴出行等，共享經濟或分享經濟已然重新定義了商業與未來。於 2016 年，在全球估值最高的獨角獸^[2]前二十大企業中，共享經濟企業就佔了七席。而在中國，共享經濟獨角獸企業超過十六家，覆蓋了八大行業。^[3]

美國知名創投研究機構 CB Insights 於 2017 年 9 月最新發布的「全球獨角獸公司榜單」，總計 216 家企業上榜、以電商企業居多。其中美國和非美國企業幾乎各佔一半。以排名看來，前 10 名中，有 6 家美國企業，其餘 4 家皆為大陸企業，分別是滴滴出行、小米、陸金所及新美大。這份前十大榜單中特別值得關注的是，以共享經濟之名著稱的 Uber、滴滴出行、Airbnb、及 We-Work 佔了四個名額，分別佔據第一、第二、第四及第七名。^[4]

百家爭鳴的共享經濟定義

縱使對於共享經濟之定義，至今無論在學術界或商業界仍未有一個明確且不具爭議的共識，這並沒減緩其成長的速度及商業型態的演化。何謂「共享經濟」？《經濟學人》的定義說「在網路中，任何資源都能出租」。維基百科上說「共享經濟 (Sharing economy)，又稱租賃經濟，是一種共用人力與資源的社會運作方式。它包括不同個人與組織對商品和服務的創造、生產、分配、交易和消費的共享。」這兩種定義仍建立在古老的租賃產業基礎上，加上資通訊科技之輔佐往外擴展。

正因為共享經濟在近十年來的發展極其迅速，對此新興商業型態的名詞也有各種稱謂。時間往前推移，在 1978 年美國社會學教授 Marcus Felson 和 Joel Spaeth 在論文中首次提出了「協作消費」(Collaborative Consumption) 一詞 (Felson & Spaeth, 1978)，到了 2011 年《時

代周刊》把它列入為「十大改變世界的創意」。其商業基礎的關鍵就是：閒置資源的再利用。其他如「隨選經濟」(On-Demand Economy)、「零工經濟」(Gig Economy)、「端對端經濟」(Peer to Peer Economy) 等名詞，在不同媒體和學術文章中皆象徵著某一種型態的廣義共享經濟活動。

美國知名科技作者凱文·凱利說「物盡其用好過僅僅擁有」，雖然不是精準的定義，卻道出了共享經濟核心的精神。人們通過一個第三方的網際網路或移動網路平台，改變自己對物品擁有狀態的認識，將閒置或者盈餘的商品、服務、經驗等以有償或者無償的方式提供給需求者。共享經濟強調提高資源的使用效率，突出「使用權」而非「擁有權」，強調開放、去中心化的組織形式。

於是，在交通領域，越來越多人願意採用如 Zipcar 或 Uber 等作為代步的新型選擇^[5]。然而，必須注意儘管這兩者在廣義上皆被納入於共享經濟的範疇，兩者的經營模式事實上相當不同。Zipcar 平台擁有供使用者依需求隨時租借的車輛，Zipcar 車輛的所有權屬於平台，雖然透過科技之輔助，在租借車輛的服務體驗中去除了服務人員的介入，其商業模式仍較趨近於傳統的租賃產業，或說是 B2C (Business to Consumer) 的服務。而 Uber 的經營方式，為利用平台撮合擁有私家汽車的車主與需要接送的使用者，依動態供需狀態計費撮合車主與使用者，使原本擁有車輛及時間的車主可以透過提供 Uber 服務賺取額外收入。此種商業模式較屬於普遍被接受為共享經濟典範的「端對端經濟」(Peer to Peer Economy)。

如前所述，由於共享經濟目前並無全球統一接受之定義，即便如 Uber 之類的服務，《哈佛商業評論》^[6]、《金融時報》和眾多專家仍認為，這種有公司平台介入的模式並非「共享經濟」，而應該叫做「連接經濟」(Access Economy)，雖然表面上看起來是 P2P，但實際上還是 B2C，因為使用者要獲得共享的資源，並不能直接與交易方連接，而是必須先透過連接的渠道並且付出服務費（雖然服務費通常為內含且由服務提供方吸收）。

本文的立場，站在樂見各式創新商業模式的出現及其為社會及經濟面帶來的正向助益，也體認任何創新商業模式必須能夠獲利而致永續經營，將兩種主要的共享經濟商業模式 (B2C 與 P2P) 皆納入討論，並從廣義的角度以「共享經濟」一詞表稱各類協作型經濟活動。至於非營利性質的物物交換或不收取報酬的服務等共享平台，則不在本文討論範圍。「共享經濟」之廣義定義，包含了透過平台促成之各式協作消費，不管是 B2C 或經由平台促成之 P2P 交易行為，皆更有效的將閒置資源集中化再以撮合機制分配予有需求者。而在平台以營利為目的的驅動下，平台運作讓需求多樣化更容易被滿足。例如，在非營利性質的 Couchsurfing 平台中，需求者估計只能睡個沙發，但是 Airbnb 卻能提供更具有特色的房間，供不同訴求的使用者選擇。「共享經濟」範圍的一再擴大，實際上是快速成長的移動網路科技及各式新型使用者需求驅動下之結果。

1. 蓬勃發展的全球共享經濟市場

PWC 發佈之共享經濟研究報告中預言共享經濟市場到 2025 年將成長至 3350 億美元，並認為沒有任何產業可以躲過這項新興創新模式的來襲^[7]。其中又以端對端金融、線上工作外包、共享住宿、車輛共享及音樂影音串流產業的成長最為極速。

另一份全球頂級策略管理諮詢公司羅蘭貝 (Roland Berger) 於 2016 年底公佈的共享經濟分析預測報告提出了更為樂觀的看法 [8]。報告中認為共享經濟至今已滲透了九大行業，包括共享物品、共享金融、共享空間、共享技能、共享餐飲、共享出行、共享知識、共享資源、及共享醫療；這九個領域於 2015 年全球共享經濟總規模達 1869 億美元，至 2018 年，預測將增長至 5200 億美元。

前文提及之四大共享經濟獨角獸企業，即包含了共享交通與共享住宿；上榜的 Uber、滴滴出行及 Airbnb 無疑正是目前最知名的共享經濟代表產業，從「優步化」(Uberization) 一詞經常被使用以形容某產業或企業踏入共享經濟商業模式亦可見一斑。

儘管不同國家的政府單位對於各式創新共享經濟商業模式仍抱持不一樣的態度，但無可否認的是市場端以正面的支持鼓舞著共享經濟的發展。在倫敦，Uber 司機的數量已和計程車司機一樣多；而成立僅僅十年的 Airbnb，至今已在 191 個國家、65,000 個城市中擁有超過 4 百萬個住宿房源，遠遠超越了任何一家百年歷史的連鎖酒店集團所擁有的房間數。主要的飯店集團如希爾頓、萬豪、洲際等的房間數都不到 70 萬。

2016 年另一項令人關注的共享經濟代表作是中國大陸的共享單車，一夕之間，中國一線、甚至二、三線城市出現了各種顏色的共享單車，其中市場領導者小黃車 ofo 最近一輪的融資金額也使其躍上了獨角獸行列，並以擁有 650 萬輛單車投放，及超過 3000 萬名用戶，成為共享單車市場第一名，更成為了全球最大的共享單車平台。

種種跡象皆顯示共享經濟正全速在全球各個領域中擴散，專家相信其成長曲線居眼前各式創新產業之冠，並為許多產業帶來革命性的影響。競爭最為激烈的網約車，除了幾乎已是共享經濟代名詞的 Uber，美國尚有 Lyft、中國有滴滴出行、歐洲有 Blablacar、印度有 Ola、東南亞有 Grab。線上物品交換也是共享經濟的始祖之一，包含二手交易平台 eBay，與成立於美國的手工藝品交易平台 Etsy。民以食為天，EatWith 是一家以創新方式為全球旅客提供另類「吃」的選擇之 P2P 美食社交平台，旨在連接食客與廚師，為旅客提供特色美食與在地文化體驗。有資金需求的人，現在除了傳統的金融機構，也可以在 LendingClub 取得私人資金借貸。在空間共享方面，除了共享住宿空間的 Airbnb，仍有共享工作空間的 WeWork，及共享停車空間的 JustPark 等。

人力與專業的共享是另一個重要的發展領域。以共享閒置人力提供外包服務的 TaskRabbit 使有短期勞務需求的人很容易找到幫手；寵物主人現在也有了方便安心的新選擇，透過 DogVacay，他們可以在無暇照顧寵物時將它託交給願意提供照顧的人。一向處於資源短缺的醫療產業更為需要共享模式，Medicast 是一家醫療資源共享公司，被譽為醫療界的 Uber；通過連接病患和醫護人員，提高醫療資源的使用效率，節約病患看病成本，並為醫護人員帶來額外的收入來源 [9]。

由於共享經濟無可避免地為既有產業帶來程度不一的影響，媒體經常以破壞式創新形容之。事實上，共享經濟的出現，是否真的是顛覆了傳統產業的破壞者？抑或是在動態競爭的新時代填補了市場缺口的良方？數據顯示 2016 年有更多人在各式共享經濟平台上登錄他們所能提供的服務。提供個人服務的意願，顯示了這個世代有更多人傾向更具彈性的工作型態。共享經濟平台恰恰滿足了這些自由業者、微型企業家的需求。紐約大學教授、共享經濟研究專家 Arun Sundararajan 的著作「共享經濟：僱傭關係的結束與群眾資本主義的興起」[10] 亦說明了這種新型態的

經濟活動正逐步取代傳統以企業為中心的資本主義，傳統資方與勞方的關係正逐漸模糊中。

當然，在這一片樂觀的數字與前景之下，在摸索中推進的共享經濟商業模式也帶來了失控的社會問題，例如沒有落實個人資料保護的 Uber 遭駭事件 [11]；在中國遭惡意破壞、偷竊、亂置的共享單車；因違反某些國家稅法或法規而遭禁止營業的 Airbnb；還有許多無法成功驗證商業模式而倒閉的共享經濟企業。縱然以目前情勢看來，共享經濟仍有持續發展的空間，但相應的政策與法規、可永續營運的商業模式，皆有待公私部門持續的溝通與努力。

2. 創新企業的搖籃：美國共享經濟市場

美國是孕育共享經濟企業的搖籃，更具體的說，在舊金山誕生了兩家迄今最具代表性的共享經濟企業——Airbnb 及 Uber。其中重要的因素之一是美國完備的創新基石給予了共享經濟萌芽的土壤；同時，美國健全的聯邦及地方法律制度亦因地制宜的為各類型的共享經濟作適當的監管與把關。

2007 年，隻身搬到舊金山的切斯基 (Brian Chesky) 為了支付昂貴的房租，與室友蓋比亞想出了一個點子：「我們還有多餘的房間，又付不出房租，何不把這房子變成設計大會的附早餐民宿 (B&B)？」於是他把充氣床墊從櫃子裡拿出來充氣，還把新事業取名 airbed and breakfast.com，這就是 Airbnb 名稱的由來。短短幾年內，Airbnb 已變成了全球最大的民宿平台。Airbnb 目前也是所有共享經濟企業中惟一已經獲利的。創辦人切斯基將這一切歸功於共享經濟和網路的力量，而其中 Airbnb 最引以為傲的即是他們在平台上設計了共享經濟的核心理念「信任」(Design for Trust)。

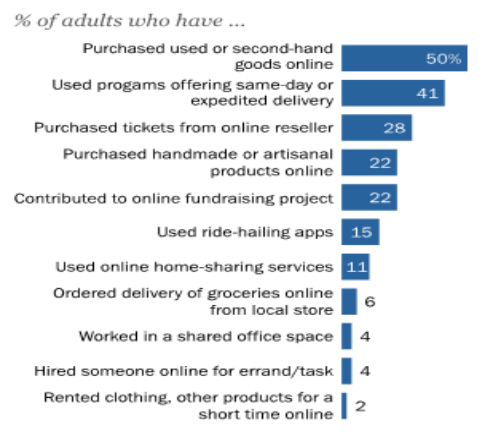
由 Garrett Camp 與 Travis Kalanick 於 2009 年成立的新創企業 Uber，在 2010 年 6 月在舊金山正式提供服務。在創立短短八年期間已在全球 616 個城市提供 Uber 服務。Uber 的出現與加州計程車產業的情況有直接關係。加州的公共交通資源是稀缺的，計程車必須以電話提前預定，加上計程車載運了一趟行程之後往往會面臨空車回程的情況，因此計程車的收費也不菲。除此之外，加州基本上家家戶戶都有汽車，而且很可能擁有不止一輛汽車，閒置的汽車資源是充裕的。這些因素，都為 Uber 提供了極佳的創業土壤，而 Uber 也不負眾望的通過共享經濟的方式創造了新的供給，高效的填補了市場需求的空缺。至 2017 年，誕生於美國的 Uber 已是共享經濟的代名詞，全球擁有超過 4 千萬名乘客與 2 百萬名司機，於 2017 年 5 月突破了 50 億次的運載。

正因為 Airbnb 與 Uber 的崛起，共享經濟一詞至 2010 年開始被廣泛討論。然而，Pew Research Center 於 2015 年底進行的調查卻顯示，在調查樣本 4,787 美國人中，僅有 27% 美國人曾經聽過「共享經濟」一詞，但卻有 72% 的樣本數曾經使用過調查中十一類的共享或需求型線上服務（包括線上二手交易平台、快遞服務、線上購票、線上手工藝品交易平台、群眾募資平台、共乘服務、共享住宿、線上購物直送服務、共享工作空間、工作外包服務、衣物或其他物品短期租用服務），其中最多人（50%）曾使用的是線上二手物品交易平台（圖一）。

這些數據也呼應了 Airbnb 創辦人切斯基的陳述，一開始他們必未想過要以「共享經濟」為

名創業。至於上述提及之 Uber 和 Airbnb 之服務，調查中 15% 人口曾使用過如 Uber 等共乘服務，11% 曾使用過如 Airbnb 等共享住宿服務。調查中亦顯示，相對高收入戶使用共享經濟服務的人數比低收入族群高了三倍；而城市人口比起郊區人口更常使用共享經濟服務 [12]。

72% of Americans have used some type of shared or on-demand online service



圖一：美國消費者使用共享經濟服務類型

與共享經濟的快速發展間接相關的自由工作者數量的增長。根據全球最大的自由工作者網站 Upwork 與另一個自由工作者聯盟 Freelancers Union 聯名發佈之研究結果顯示，在美國幾乎有 5 千 4 百萬名自由工作者，迅速地成為最大的勞動人力之一。於 2015 年，所有美國勞動人口中有 1/3 的人就曾透過兼職接案子工作，跟 2014 年相比，新增了 70 萬名新的自由工作者。研究報告也預測，到了 2020 年，這些自由工作者，將成為勞動力的主要形式，貢獻高達 50% 的勞動力。有趣的是，自由工作者中有 43% 屬於千禧世代，調查亦顯示 73% 的自由工作者表示科技的進步協助他們更容易取得接案機會 [13]。

總結美國共享經濟的發展，顯而易見是由市場需求所驅動的創新模式。透過平台經濟解決供給與需求的不平衡，進而達到智慧城市永續營運之目標。共享經濟商業模式的出現，正在快速變化的人口結構、科技生活、文化價值中提供了政府與民間一次重新思考既有體制與法規的機會。

3. 開放與管制的平衡：歐洲共享經濟市場

歐盟對共享經濟的發展抱持樂觀開放的態度，同時亦明白共享經濟帶來的創新商業模式造成了眼前的制度和法規無法應對的局面。有感於共享經濟已然形成一股新的商業典範，歐盟在開放的政策下維持各國監管的自主權，以保障新興交易型態下勞工與消費者權力。

歐盟執委會於 2016 年發表了一份名為「協作經濟的歐洲議程」（An European Agenda for the Collaborative Economy）的研究報告 [14]，認為「協作經濟」（collaborative economy）是刺激歐洲經濟的方法之一，並整理出共享經濟的特徵及因應的政策建議。報告中開頭第一句話即開宗明義闡明歐盟的立場：「協作經濟為消費者與創業者開創了新的機會。如果以合理的方式鼓勵及發展協作經濟，它可以為就業市場及歐盟的成長帶來貢獻。」

歐盟的報告指出，「協作經濟」（collaborative economy）是由協同平台促進即時產品或服務的開放市場，這種平台提供用戶和產品或服務提供者更便捷與安全的媒合與連繫。報告中表示，這種新型經濟活動雖小，但崛起迅速、不可限量。它的特點有二：其一是從擁有到分享（from owning to sharing）；其二是由「產消合一者」（the ‘prosumer’）帶領。

與此同時，歐盟也明白現存的法律條文僅適用於單一所有權的交易行為，協作經濟揭示了制度暫時無法回應的缺口。由於協作經濟的多元性，歐盟希望能在創新及監管之中盡量尋求平衡，既不過度保護現有經營者，亦不罔顧「協作經濟」的成果。站在鼓勵創新的立場，歐盟鼓勵成員國用現行市場監督制度，以保留協作經濟的活力。例如針對空間共享，歐盟不傾向對短期房屋租賃要求官方授權。此外，歐盟也正尋求成員國的共識，創立對網路經濟活動統一的稅政，目前正探討只徵收增值稅（Value-Added Tax）的可行性。

另一方面，由於協作經濟不僅需要處理傳統的「企業對消費者」（business-to-consumer）的雙向關係，還包含了新型的「消費者對消費者」（consumer-to-consumer）的對等關係，歐盟鼓勵建立協作經濟的自理機制，例如建立「品質保證標籤」等，以提昇線上信任機制（online trust mechanism）的成效。

站在監管的立場，歐洲當局將制定勞動和商業模式的指引。為保障勞工權益，歐盟建議利用三個重要原則來判斷僱傭關係是否存在，包括從屬性（subordination）、勞動性質和報酬。此外，這些政策傾向於管理協作經濟活動（activities），而不監管平台（platforms）。對歐盟而言，保障公平的工作環境、適當且永續的消費者及社會保護是重要的。歐盟鼓勵其成員國在大原則之下積極釐清個別的國家法規在協作經濟活動中的適法性。

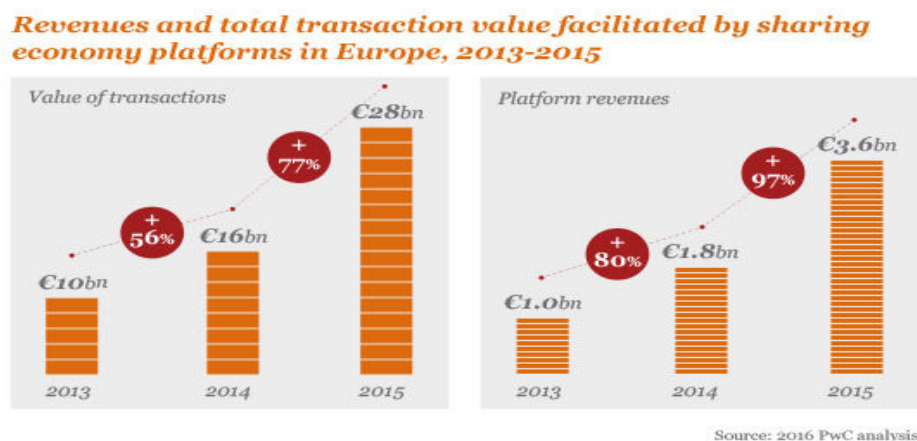
由於歐盟並未把各種不同型態協作經濟的管理辦法寫死，許多個案都因著其服務與商業模式、平台與產品或服務提供者及消費者之間的三方關係、交易頻繁度、是否以營利為主等等面向，會在法律上面臨不同的解讀。例如，歐洲法院律師長（advocate general）Maciej Szpunar 在 2017 年 5 月 11 日發表了一份文件，認為 Uber 是一間運輸服務提供者，不能說是純粹的電子平台，因此 Uber 在各歐盟成員國營運時，需要遵守相關國家、省或／和市鎮有關的士的規例。

歐洲不同國家政府對於共享經濟的態度頗為分歧。英國政府是歐洲國家中最為支持共享經濟的公家單位之一。在其公佈之 2015 年預算中即表明：「英國要成為全世界最佳的創業、投資、發展商業的地方；包括提出有助於鬆綁共享經濟潛力的配套措施。」

共享經濟商業活動在歐盟創造總營收從 2013 年約 10 億歐元成長至 2015 年約 36 億歐元（圖二）；其中五個重要的領域就促成了 280 億歐元的交易額。雖然這個營收數字僅僅為歐盟 GDP 的 0.2%，但近期共享經濟的成長是持續且快速的。此份由英國 PwC 發佈的報告指出，到了 2025 年，共享經濟在許多領域的交易將超過其於傳統產業的競爭者，其中五個最重要領域的共享經濟平台將創造超過 800 億的營收及接近 5700 億歐元的交易。^[15]

值得讓人期待的除了新創共享經濟事業帶來的可觀營收，還因為它可以改善歐洲人民的生活。歐洲國家參與共享經濟平台活動的人數佔比不低。舉例來說，在法國和愛爾蘭，約有 1/3 的

人們曾經參與共享經濟活動；而在中歐及北歐，約有 1/10 人們曾經使用共享經濟平台。在法國、拉托維亞、及克羅埃西亞，有 10% 的人口應用共享經濟平台提供服務以賺取收入。



圖二：歐洲共享經濟商業活動營收成長

報告也顯示在歐洲，英國與法國是其中兩個領導共享經濟發展的國家，各別孕育了超過五十家共享經濟企業。其次是德國、西班牙、及荷蘭，各別孕育了超過二十五家共享經濟企業。於 2013 年成立的 Deliveroo，大概是英國本土共享經濟企業的代表；其使命為「將您最愛的餐館，快速送餐上門」，連接各式美食，為有需求的企業和個人提供快捷的送餐服務。另外一家代表企業是法國的獨角獸共享經濟企業 BlaBlaCar，它的起步甚至比 Airbnb 和 Uber 都還要早上幾年。2006 年成立的 BlaBlaCar，是目前歐洲最大的汽車共乘平台，估值超過 16 億美元，在全歐擁有九成市占率，每年服務超過 2 千萬人次。與 Uber 主打短程移動不同，BlaBlaCar 鎖定的是長途旅行，90% 的里程介於 50 ~ 360 英里之間，平均為 220 英里。BlaBlaCar 成功解決了歐洲內陸國家長途、跨城市，甚至是跨國移動昂貴交通費用的痛點。汽車共享除了可以分享哩程費等固定成本之外，還可以順便聊天、交朋友，同時也具備了部分社交功能。

4. 後起之秀的新興舞台：亞太共享經濟市場

共享經濟起源於美歐，卻在亞太市場快速的擴展，尤以中國大陸近期的發展最為讓人眼前一亮。各種或是源自於歐美、或在地新創的共享經濟商業模式如雨後春筍般出現在各個亞洲國家。然而，歐美的發展，無論是在公共政策、商業模式及機制設計上皆遠較亞洲環境成熟；亞太市場共享經濟的發展，雖然擴散極快，但在摸著石頭過河的進程中，仍待努力於各式管理不善所造成的亂象中尋找新的秩序與平衡。

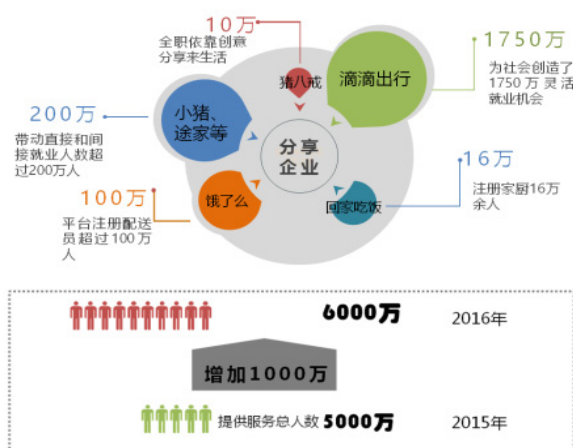
就以一般人最為熟悉的 Uber 為例。直至 2016 年初，亞太地區願意接受 Uber 並且已有適切法規來加以規範的，只有一個國家——菲律賓。到了 2017 年，中國、印度、新加坡、馬來西亞、印尼都已由中央層級政府機關頒佈了國家層級的共乘法令指導綱領。除此之外，包括如越南、孟加拉、緬甸和柬埔寨等國家亦正在推動相關法規。日本政府則正式宣佈將在 2018 年頒訂共乘相關法規。各國政府紛紛採取主動，也意味著公部門已感受到車輛共享服務帶來的實質價值。共乘服務為城市居民提供了更多元的移動選項，造就了更多經濟活動，也舒緩了城市交通壅塞的問題。

然而，需求龐大的市場當然無可避免的吸引了強勁的競爭者。在中國，Uber 於燒掉 20 億美元後，慘淡經營著不到 10% 的市佔率，最終於 2016 年 8 月 1 日決定將中國 Uber 事業賣給大陸網約車服務領先業者滴滴出行，正式退出中國市場的營運。雙方達成協議後，滴滴出行和 Uber 全球將相互持股，成為對方的少數股權股東。滴滴在新聞稿中評價此次收購為里程碑式的交易，「標誌著中國共享出行行業進入嶄新的發展階段」。

在東南亞市場，Uber 一樣陷入了紅海廝殺。稱霸東南亞市場的網約車服務公司 GrabTaxi 以更靈活的商業模式聚焦於迎合當地消費者的需求。相形之下，Uber 於美歐為相較富裕的消費者設計之商業模式，在亞洲未必能被當地市場全盤接納。至 2018 年 3 月，Uber 終於宣佈以交換 Grab 25-30% 股權的方式退出了東南亞市場。

除了網約車的案例，中國市場近年來百花齊放的各式共享經濟商業模式比起美歐的新創事業是有過之而無不及。中國本土首創的無樁式共享單車從中國校園開始席捲全球各大都市，標榜隨地借還的極致使用者體驗。同樣很吸睛的另一項共享商業模式是共享充電寶 [16]。其使用方法是在有站點的地方，從類似充電站的箱盒刷 QR code 註冊，並經由支付寶等行動支付付款後，從盒架上取走行動電源。之後，用戶可以透過 App 尋找其他的站點，再把行動電源插回去。其他較有趣的共享商業模式還有類似膠囊旅館的共享睡眠艙、以 QR code 刷入屋邊小屋運動的共享健身艙、共享雨傘、共享籃球、共享板凳等。似乎共享已形成了一個流行的前綴詞，可以加套於任何物品之上。

根據中國國家信息中心分享經濟研究中心 [17] 發佈的《中國分享經濟發展報告 2017》 [18] 指出，2016 年中國分享經濟市場交易額約為 34520 億元，比 2015 年增長 103%；分享經濟融資規模約 1710 億元，同比增長 130%。至於參與分享經濟活動的人數於 2016 年超過 6 億人，比去年增加了 1 億人左右；以中國 13 億人口估算，有將近五成的民眾參與其中。而分享經濟的服務提供者人數約為 6000 萬人，增加了 1000 萬人，佔了勞動人口總數的 6.5%（圖三）；分享經濟平台的就業人數約 585 萬人，比 2016 年增加了 85 萬人。報告中並且預估中國在未來五至十年中分享經濟成長速度將超過 40%，至 2020 年分享經濟規模將佔中國 GDP 比重 10% 以上，而到 2025 年佔比將攀升到 20% 左右。報告亦預言未來十年中國分享經濟領域有望出現 5 至 10 家巨無霸平台型企業。到了 2020 年，分享經濟服務提供者人數將有望超過 1 億人，其中全職參與人員約 2000 萬人。



圖三：中國共享經濟企業帶動的就業機會

報告顯示，2016 年為共享單車發展元年。大量資本湧入共享單車領域，單就 ofo 就完成了五次融資。該中心監測數據顯示，截至 2016 年年底，共享單車用戶規模達 1886.4 萬人，相比於 2015 年 245 萬人，呈 7 倍的爆發式增長。預計 2017 年用戶規模將達到 4965 萬人。

ofo 以私營共享單車平台之姿，在短短不到一年的時間內，取代了中國原有由政府營運的公共自行車，席捲各大城市，並且在多輪融資中取得國內外鉅額的投資。

目前，ofo 已在全球連接了超過 650 萬輛共享單車，為全球 6 個國家，超過 150 座城市的上億用戶提供超過 20 億次高效、便捷、綠色低碳的出行服務，並且，每天為超過 2500 萬人次解決短途出行難題。

當然，在榮景的背面，2016 年底至 2017 年爭先恐後開創的各色共享單車，至今不少也面臨惡性倒閉的窘境。雖然共享單車的美意是使個人可以不必擁有單車而選擇共騎，但各家共享單車企業為了拼市佔率大量生產投放的單車數量是否已遠遠超過市場總體需求？而各地被惡意破壞、堆疊亂置、失竊毀損的共享單車，亦是共享經濟帶來的另一層社會問題。

在共享住宿方面，國際代表企業 Airbnb 雖然於 2015 年已進入中國市場，卻遲至 2017 年 3 月在中國市場才以「愛彼迎」這個中文名字重新亮相。在愛彼迎進入中國市場之前，小豬（原小豬短租）、途家、住百家、螞蟻短租等「中國版 Airbnb」就已經營得有聲有色。根據《中國分享經濟發展報告 2017》的初步估算，2016 年中國住房分享市場交易額約 243 億，主要住房分享平台的房源數量超過 190 萬套，用戶總人數約 3500 萬人。其中青年用戶和大城市居民是參與主體。「80 後」、「90 後」用戶佔小豬市場規模的 72%。一線城市和東部地區是中國住房分享經濟的主要陣地，房源供給和用戶佔比均在 60% 以上。根據官方最新公佈的數據，愛彼迎在中國擁有 12 萬套活躍房源，小豬為 20 萬，螞蟻短租為 30 萬。

亞太市場這個共享經濟的後起之秀，擁有無窮的潛力與爆發力，值得引頸期待，也確實吸引了國際共享經濟企業躍躍欲試。然而，在美歐土壤中萌芽的共享經濟種子，是否能適應亞太地區的環境，是否會水土不服，仍待挾帶國際資金與全球經驗的外國企業與本土新創的共享經濟企業在相互碰撞中找到永續經營之道。

5. 創新與保守政策的拉扯：台灣共享經濟現況

「創新」一直是台灣政府的政治口號，但在實際操作面，近年來在全球創新市場最受矚目的共享經濟商業模式，卻在台灣頻頻受挫。

台灣政府於 2016 年推出「數位國家・創新經濟發展方案（2017-2025 年）」（簡稱 DIGI+），提出了將台灣打造成數位國家的整體方針。透過建構有利數位創新之基礎環境，鞏固數位國家基磐配套措施，打造優質數位國家創新生態，以擴大台灣數位經濟規模，達成發展平等活躍的網路社會，推進高值創新經濟並建構富裕數位國家之願景。然而，頻頻出現在其他國家發展策略中的共享經濟一詞，卻並未出現於台灣的數位國家方案中。反之，由台北市美國商會於 2016 年 12 月發佈的封面故事，斗大的標題寫著「台灣能在共享經濟中共享嗎？」確實，在台灣，兩家

從美國起家的共享經濟企業 Uber 和 Airbnb 都遭受到阻礙。隨著 Uber 在台灣的業務一直擴張，立法委員與計程車業者的反對聲浪就加劇。Uber 與主管機關的互動一直處於緊張的狀態，也多次被處以罰款。至 2017 年 2 月，原始型態的 Uber 業務被勒令停業，不似其他國家另訂網約車管理辦法來規範新興的共享經濟平台，台灣政府從嚴修訂公路法修正案；兩個月後，Uber 調整營運模式，與汽車租賃業者合作以符合台灣法規要求，宣佈重回台灣市場。至於 Airbnb，自 2015 年進入台灣市場就尋求與台灣主管機關溝通互動，也避免與主管機關直接衝突。然而，台灣現行法規對於 Airbnb 的房屋短租模式仍不適用，台灣立法院於 2015 年 1 月通過發展觀光條例修正條文，規定無照經營旅館者可被處以 18 萬至 90 萬台幣的罰鍰，較以往的 9 萬至 45 萬元提高了一倍。此外，政府也矢言要對非法旅館業者斷水斷電。

相較於共享經濟帶來的創新應用和市場機會，台灣政府似乎更關注於保護產業中的既有業者及消費者權益。台北市觀光局引用德國柏林的例子作說明，為了讓房價維持在當地人所能負擔的範圍，柏林的屋主只能透過 Airbnb 或類似平台出租房間，而非整間公寓或房屋；違反規定者最高可被處以 10 萬歐元罰款。Airbnb 採取靈活的策略因應台灣政府祭出的法規。Airbnb 和行政院東部聯合服務中心簽署合作協議，協助東岸的花蓮和台東兩縣推廣提供住宿加早餐服務的民宿，幫助業者吸引更多外國觀光客上門。

至於台灣本土最成功的共享經濟案例，應屬在 2012 年 8 月正式上路的 YouBike 共享單車。台北市是全球第 100 個擁有公共自行車的城市。2009 年開始試辦，到了 2014 年，每日周轉率高達 12 次，在短短數年內成了全球周轉率最高的系統。其他國家的城市紛紛前來取經，YouBike 一時之間成為了台北市的綠色交通新名片。繼台北市後，台灣新北市、台中、彰化、新竹、桃園也引進了 YouBike。目前使用 YouBike 微笑單車系統的 6 縣市單車數量加起來近 3 萬台左右，雙北數量占大宗——台北市有 9800 台、新北市有 9300 台。到了 2016 年 8 月，YouBike 總騎乘次數已突破一億人次。

雖然 YouBike 單車計畫一開始的設定就是公辦民營，主要訴求為解決城市交通最後一哩路的公共服務。其成功除了為台灣民眾帶來另一種更方便、更低價、又兼具運動效果的交通方式，也已成爲外國旅客來台必試的其中一項在地體驗，且風評極佳。在公民合營的 YouBike 共享單車系統獨佔台灣市場近 8 年後，由新加坡業者推出主打「隨地借還」的無樁式共享自行車 oBike，於 2017 年 4 月初在大台北進行投車測試。但因雙北市府認為保障消費者權益不全、欠缺停車管理等計畫，遭台北市交通局一度要求暫停營運。如今雙方達成協議，oBike 將依「自行車租賃定型化契約」規定，自行車租借前 5 分鐘為鑑賞期，借還車免費，之後收費為每 15 分鐘 3 塊，抵達目的地後將車輛停放在合法停車區域、手動上鎖即還車，oBike 也將在 APP、官方網站、臉書等加強宣導，預防違停。oBike 也已在台東上線，只要以手機下載 APP、通過認證，掃描 QR code 後就能解鎖，目標是為讓台東縣民及到台東旅遊的遊客提供便利的交通方式。

在現今薪資普遍凍漲的台灣，共享人力平台也為台灣勞動力找到了新的出口。數據顯示 2014 年台灣約有 131 萬的自由工作者。成立於 2014 年的潔客幫，積極招募家庭主婦、二度就業婦女、學生、兼差族群等，利用閒暇時間，透過專業的訓練成爲專業「潔客」，以提供家居清潔

服務賺取比一般兼職工作優渥的報酬。當然，不少 Uber 司機也表示，共享經濟使他們的生活更有彈性；其中也不乏需要照料兒女的母親、退休後二度就業的人士加入共享經濟的行列。

台灣民眾一般而言對共享經濟的態度又如何？全球動力科技 eyeSocial 平台利用輿情分析半年內對於「共享經濟」的討論發現，網路討論中正面分數 175，大於負面分數 98，顯示網路上對於共享經濟的新經濟模式多持正面評價。

二、 數位科技成為共享經濟發展引擎

如前文所述，分享原是人類本能。但直至 21 世紀，隨著世紀初網際網路的廣泛應用、至 2008 年智慧型手機問世、至接踵而來的各式手機應用如攝影、QR Code、定位服務、行動支付等，分享這種原始的天性與需求，才蛻變成共享經濟的商業模式，從原本的物物交換，發展成數位平台上的智慧媒合與獲利契機。

綜整促進共享經濟快速發展的數位科技，包括了資訊科技與社交媒體、社交商務、智慧城市等。智慧型手機與無線網路的普及，無疑是促使共享經濟成形不可或缺的工具。幾乎目前市面上較為廣泛應用的共享經濟服務軟體，皆建構於手機 App 上，使供需方得以以最便捷的方式加入成為平台一員。另一方面，社交媒體是共享經濟重要的觸媒，朋友圈的分享與相互邀約的拉力加速了平台的擴散。至於為了因應人口越趨稠密的城市居住環境而提出的智慧城市計畫，更是各式如交通共享、住宿共享、辦公空間共享、車位共享、人力共享等商業模式蓬勃發展的主因。這些共享經濟應用的出現，經常與智慧城市計畫息息相關，除了營利之外，也肩負了改善城市交通擁塞、空間不足、及空污等等問題的責任。

1. 交通共享的未來：AI 媒合與無人車技術共創智慧城市

城市發展面臨的其中一項最大挑戰即是交通規劃。共享交通平台以其智慧媒合與供需平衡的機制設計，為舒緩城市交通擁塞問題提供了助力。再加上正處於實驗階段的無人駕駛共享交通工具，OECD 的研究推估此發明除了可以大幅降低路上行駛的交通工具，更可降低車禍頻率，提高用路安全。

建構在嶄新資訊科技之上、再搭配大數據分析的共享經濟平台，是否真能帶來比傳統交通產業更節能且便利的效益？Cramer & Krueger 於 2016 年發佈的學術報告中顯示^[19]，Uber 司機相較於計程車司機載客時間更長且單一乘客的行駛哩程較遠。這份實證研究報告比較了 UberX 司機與傳統計程車司機在五個城市^[20]的載客能量。研究者認為有四個原因使得駕駛 Uber 更有效率：（一）Uber 擁有更有效率的司機與乘客媒合技術；（二）Uber 的車輛規模大，有利快速媒合；（三）計程車受限於低效率的法規管理；（四）Uber 彈性的勞動力供給及動態訂價模式更能有效的撮合當下的供給與需求。這四個原因都仰賴資訊科技與大數據的輔助。

大數據技術的成熟同時也驅動了無人駕駛共享服務。2017 年標記了無人駕駛技術的開始，矽谷投資人的焦點，有大半部份都放在無人車領域，不論是做軟體或硬體起家的企業、傳統車廠，

全都卯足力氣投入資源在無人車產業。自 Uber 於 2016 年下半年推出無人駕駛共享車隊，Uber 在美國市場最大的競爭對手 Lyft 也於 2017 年宣布成立無人駕駛部門。

無人車技術的成熟，必須依靠雲端大數據的快速運算以及相應的人工智慧技術演化，以取代原本由人操作的各項工作，如「道路識別」、「距離計算」與「即時應變反應」等。透過共享平台上經年累積下來的大量數據資料，可以有效地對資源做分配、連結。例如，Uber 平台的數據分析，可以預測車輛抵達時間，靠著結合地圖與定位技術，以及計算每名 Uber 司機在路上的移動速度，Uber 可以估算出每個城市內點到點的移動時間，藉此讓用戶知道在叫車時，指定的駕駛會在何時抵達。

根據 OECD International Transport Forum 在「城市移動系統升級」報告中提出的模型 [21]，無人車共享可以有效將所需車輛數字控制在現在的 10%。無人車對於交通的革新在於「根本性解決問題」。University of Texas 一位專門研究無人車駕駛的學者 Kara Kockelman 在一場演講中表示，全面改用無人車每年可節約的成本將高達 1.4 兆美元，包括減少車禍（每年 4880 億美元）、因交通壅塞造成的時間成本（1600 億美元）以及提升路程規劃效率（6450 億美元）等 [22]。

從預測車輛抵達時間再延伸，Uber 甚至可以計算出一個城市的即時交通狀況，了解一個城市內的交通尖峰離峰時間、叫車熱點，結合無人車技術，未來共享交通服務甚至可以克服尖峰時段司機不足的問題。累積了大量的行程數據，Uber 已經嘗試推出 Uber Movement 平台，將 Uber 內部的行程資料以更好的視覺化方式呈現予公部門，成為城市政府的好夥伴，共同為規劃都市交通而努力。

公私部門若能充分合作，無論是共享數據資源或是以私人共享交通工具搭配公共運輸系統，皆有望為智慧城市的發展創造雙贏。共享交通業者例如 Uber，因為擁有了龐大的城市人口移動及交通實況數據，未來亦可積極與政府之大眾運輸結合，為民眾打造更好的移動選擇，最終實現 Mobility as a Service (MaaS) 之交通整合服務新觀念。

MaaS 之核心概念為「使用一個數位介面來掌握及管理交通相關服務，以滿足每一個消費者在交通機動力上的需求」，其目的是為了打造一個比自己擁有車輛更方便、更可靠、更經濟的交通服務。通過資通訊技術之整合，將公共運輸、公共腳踏車、計程車、租車、及各類共乘服務等加以整合，並讓使用者可透過單一 app 提供無縫的 door-to-door 交通服務。Uber 於 2018 年 4 月買下無站點之電動腳踏車公司 Jump 便可看出 Uber 成為智慧運輸平台的企圖心。

2. 住宿共享的展望：城市發展新思路

城市高昂的居住成本一向是城市居民的痛點，尤其是甫出社會的年輕族群。另一方面，對於城市旅人，城市住宿費用亦在旅費中佔比甚高。共享住宿平台能在不大興土木新建樓房的情況下供應更多旅客的需求，可避免在旺季後丟空的房舍資源浪費與不必要的維運成本，亦可為有需求者提供價格合理的解決方案。例如日本議會已於 2017 年 6 月通過了《住宅住宿事業法》，訂出讓

房東每年可以將房屋轉租 180 天的上限，讓 Airbnb 就地合法，試圖解決 2020 東京奧運住房數量不足的問題。

作為共享住宿的領頭羊，Airbnb 本身雖未擁有任何一家住宿空間，目前其平台上營運的客房數量，已超過全球最大的連鎖酒店集團。透過線上媒合，研究發現 Airbnb 為消費者帶來了顯著的好處，不僅僅是針對使用 Airbnb 服務的用戶，還包括酒店的房客，因為此共享住宿平台的競爭無形中也將酒店的房價拉低了。尤其是在住房尖峰時段如長假等，因為共享住宿平台差別訂價的策略，促成了瞬間供給的提高以滿足供不應求的尖峰時段之市場需求 [23]。

另一方面，「智慧鎖」(Smart Lock) 的出現，也大大協助了有意租屋卻沒閒餘時間管理的屋主。據日媒 Diamond Online 報導，透過智慧型手機等裝置便可開關門的智慧鎖系統近年受到消費者高度關注，更為民宿或日租套房經營者帶來極大幫助。

智慧鎖解決了一般鑰匙的痛點，屋主與房客不必實際會面即能成交。同時，亦避免了傳統鑰匙可能遭租戶私下複製的風險。透過以智慧型手機授權的智慧鎖，可以遠端設定房客可自由進出住宿地點的時間。包括要請人打掃，也只需要發送電子訊息提供智慧鎖 [24]。

然而，開發智慧鎖的成本不低，且即便使用安全性相對高的藍牙所連接的智慧鎖，還是因為需要經過集中式資訊處理系統，實際上也有安全顧慮。一旦集中式系統被駭，智慧鎖即有可能被未經授權者開啟。為了克服上述問題，結合去中心化的「區塊鏈」(blockchain) 技術之智慧鎖產品便受到高度關注。

成立於 2015 年的德國企業 Slock.it 致力於鑽研排除平台仲介、使有需求的租戶直接與房屋持有人交易的模式。Slock.it 成功開發出利用區塊鏈的「智慧合約」(smart contract)，提供智慧鎖 Slock 的技術服務。只要購買 Slock 智慧鎖，並透過智慧合約管理，屋主便可決定誰能夠在哪段期間使用服務。租戶需以智慧型手機支付虛擬貨幣保證金，並經身分確認後，才會被賦予使用權。在使用結束後，Slock 系統會從保證金中扣除租借費用，並將餘額歸還予租戶，租屋費用則會自動提交給 Slock 的用戶，其中過程完全無需經過第三方，因此租賃雙方皆不用擔心哪天仲介的平台企業結束營運。區塊鏈技術的普及化與智慧鎖的開發成本應是這項創新技術能否擴散的重要因素。

3. 人力共享：填補人力市場缺口

在實質資產共享之外，人力共享亦是共享經濟發展的重要區塊。根據 Juniper Research 發佈之共享經濟白皮書 [25] 指出，三大共享經濟發展最蓬勃的領域為共享空間、共享交通、及共享服務。此白皮書中特別強調的共享服務為在物流領域之人力共享，如英國之 Deliveroo 平台利用約聘零工遞送食物、Amazon 利用自由業司機協助遞送 Prime 客戶訂單之物品。

除了物流人力的共享，共享人力著名的平台還包括可以透過網站或手機 APP 將周邊的工作和任務外包出去的 TaskRabbit、供中小型企業外包人力的 Freelancer.com、讓公司可以向全世界的自由人才尋求專業支援的 Guru 網上人才市場、讓人們可以從線上獲得來自醫生、律師、技術人

員及其他專業人士回答的 JustAnswer 平台等等。

共享人力形成一股新風潮背後的原因除了近幾年勞力聘僱市場兼職化的趨勢，主要推動力還包括網際網路和移動商務高速的發展、以及千禧世代對於自由工作型態及個人彈性生活步調的嚮往。這幾年兼職平台層出不窮，這些平台多數以資訊數據聚集企業與個人、或個人需求者與個人服務提供者兩端，有別於傳統兼職網站的廣告形式，共享人力平台更加精細化；除了提供人力仲介，還透過評分機制過濾不適人力資源。

全球普遍性醫療人力短缺的現象也在各地催生了醫療人力共享的各式平台。美國的患者已經可以透過如 Heal、Pager、Medicast 等平台享受眾多醫生的按需服務。在 Pager 平台上，患者只要有需求就可以透過手機 APP 來預約醫生，平台公司會從簽約的醫生中挑選一位與患者達成一對一連接，並在二小時內提供上門服務。這項服務對於沒有時間在醫院或診所排隊的患者來說意義重大，可以節省時間和精力，享受客製化醫療服務；對於醫生而言，也可以獲得一些額外收入。

共享經濟平台透過數據分析與信用機制將零工 (gig worker) 的零碎時間重新整合，將之轉化為具價值的服務能量，為有需求的企業或個人解決無法尋獲適當人力之困擾。當發展國家大城市面臨著少子化、人口老化等社會問題之際，如何透過將退休卻仍保有充裕能量與寶貴經驗的銀髮族人力再活化、以及將各類人才之零碎人力重新盤活，是共享經濟可以為人力市場帶來的解決方案。

除此之外，透過參與共享經濟而培育之創新人才，由於精通平台經濟之操作模式與各式軟硬體資通訊科技之能力，亦掌握了新興事業之經營策略，必定可以成為國家發展新創事業之重要推手。

4. 數位科技對共享經濟發展的關鍵作用

沒有人會質疑數位科技是共享經濟的最重要推手。甚至可以說，若沒有今天普及的數位科技工具，共享經濟不可能在極短的時間內蓬勃發展。從基礎建設面來談，數位科技底層的網際網路和移動通訊當然功不可沒；在硬體層面，智慧型手機的普及與共享經濟的發展幾乎是併行成長的兩條線；在應用層面，行動 APP、定位系統、社交軟體亦是共享經濟的加速器。

然而，在這些基礎建設及軟硬體的成熟度與廣泛度以外，大數據分析和信任機制的建立更是各式共享經濟平台能夠快速解決使用者痛點並精準預測甚而操作使用者需求的關鍵。Airbnb 共同創辦人 Joe Gebbia 在 Ted 精彩的演講即指出，Airbnb 平台是為了信任而設計的。換個說法，也可以說 Airbnb 在住宿共享平台上「設計」了信任機制，使得全球越來越多房東願意打開家中大門，歡迎來自各地的陌生人。共享經濟平台上之服務提供者與用戶之間相互評分的機制，已然成為了後進平台必備的條件。在除了中國以外的地方，大部分的共享經濟平台，如 Uber 和 Airbnb 等平台，以銀行核發的金融憑證如信用卡來確認身份，或是以另一種身份證明文件如護照，來建立可信賴的機制。因此，透過社交網路和線上評比累積的個人線上虛擬信用就顯得更重要了。經由交易資訊與交易後的評分，共享經濟平台利用人工智慧分析並管理每一名用戶的信用。透過因評分

機制產生的雙向制約進一步促使更多良性的雙向互動。這是一般相信共享經濟運作的秘訣。

在中國，共享經濟的發展更呈現了新創商業模式的大躍進與各式軟硬體科技的完美結合。以目前最火紅的共享單車為例，可以看到硬體、軟體與數據三者充分發揮最大的效益，在短短不到一年的時間內促使中國式無樁共享單車席捲全球。中國共享單車龍頭之一 Mobike 自行車最主要的特色是其專有的鎖定系統和 GPS 導航定位。透過車身上的 GPS 定位，Mobike 用戶打開手機 APP 就能查看附近的車輛，看到有合適的可以提前預約，以保留一輛自行車至多 15 分鐘。這些可以隨地借還的共享自行車上的 GPS 設備由腳踩踏板供電，省去了人工充電的需要。

當用戶註冊使用共享單車時，無論是 Mobike 或 ofo，都必須把電話號碼、真實姓名、身份證號發送過去。在騎行之時，共享單車也在默默收集使用者的數據，其中包括活動範圍、停靠地點、生活型態、身體狀況、健康情況等等。截至 2016 年底，中國共享單車市場整體用戶數量已達到 1886 萬，到 2017 年年底，用戶規模將達 5000 萬。透過分析這些龐大、真實、且即時的數據，共享單車背後潛藏的無限商機，也許才是共享單車最終的獲利關鍵。

2017 年 4 月 12 日，Mobike 推出了大數據人工智慧平台「魔方」，並同期發布《共享單車與城市發展白皮書》。據說「魔方平台」可以根據每個城市第二天的氣候，預測單車的需求量，作為調度管理的依據。這份白皮書採用了 Mobike 大數據平台運營一年來的大數據，並結合 36 個城市近 10 萬份問卷調查，綜合展現出共享單車讓自行車回歸城市的過程中，對城市出行結構、城市環境、城市生活、節能減排帶來的改變。報告顯示，共享單車出現前，小汽車出行占總出行量的 29.8%，自行車只占 5.5%；共享單車出現後，小汽車占總出行量比例明顯下降至 26.6%，而自行車騎行的占比翻了一倍至 11.6%。全國騎行總距離達 25 億 + 公里，相當於往返月球 3300 次；減少了碳排放量 54 萬噸，相當於 17 萬小汽車一年的碳排放量；減少了 45 億微克 PM2.5，相當於多種了 3000 萬棵樹。Mobike《共享單車與城市發展白皮書》報告還分析了城市居民騎行需求和騎行習慣，透露了一些有趣的數據和城市畫像。例如，「早起之都」北京出行早高峰的出現早於其他城市；「敬業之都」上海則有最多的人將共享單車作為通勤的輔助手段；成都用戶的騎行目的地多為休閒娛樂場所，因此「休閒之都」當之無愧；而「不夜之城」深圳在午夜至凌晨時段的騎行熱度遠高於其他城市；「浪漫之城」的廈門，用戶騎行目的多為公園、島嶼等浪漫場所。

隨著數位科技的日新月異，當前正如火如荼發展的虛擬實境（AR）、人工智慧（AI）、與區塊鏈（Blockchain）等技術將如何進一步改寫共享經濟的演變，值得拭目以待。

5. 共享經濟價值鏈中台灣的競爭優勢

台灣在資訊科技的研發能力與創新擴散速度一向表現不俗。根據 eMarket 的調查，台灣使用智慧型手機人口佔總人口的 73.4%，此比率高居全球之冠，相較於新加坡的 71.8% 以及南韓 70.4% 的使用率^[26]。智慧型手機的高普及率，理應為發展電子支付模式提供了良好的基礎設施與環境。但實際推廣與應用上，台灣的步調卻明顯落後於歐美先進國家、甚至是周遭的亞洲國家。根據 VISA 研究 (2016) 指出，2015 年台灣電子支付占個人消費支出比重僅為 26%，遠不如韓國的 77%、香港的 65% 以及中國的 56%。原因除與消費者支付習慣、金融環境過於便利、以及店家建置

系統成本有關外，關鍵或許還是在於沒有足夠誘因機制與相關稅制配合 [27]。

台灣自 2002 年起推動國家資訊通信發展方案，至今超過 10 餘年。由於當前全球先進國家皆將數位經濟視為國家社會進步暨經濟轉型的主調，台灣政府於 2016 年推出「數位國家創新經濟發展方案（2017-2025 年）」（簡稱 DIGI+），在硬體與軟體建設並重的原則下，透過建構有利數位創新之基礎環境，鞏固數位國家基磐配套措施，打造優質數位國家創新生態，以擴大台灣數位經濟規模，達成發展平等活躍的網路社會，推進高值創新經濟並建構富裕數位國家之願景。在「鞏固數位國家基磐配套措施」方面，此方案提出了三項具體作法，包括（一）營造友善法制環境、（二）培育跨域數位人才、（三）研發先進數位科技；而在「打造優質數位國家創新生態」方面，也提出了具體四項計畫，包括數位經濟、數位政府、網路社會、智慧城鄉。總體創新數位經濟規模預估至 2025 年將達到 6.5 兆，佔台灣 GDP29.9%。發展方案其中一項是要提升台灣在全球數位服務經濟之地位，透過接軌歐美、亞太數位創新生態體系，發展全球策略合作夥伴關係，以拓展數位服務產業之國際市場。

以數位科技接軌全球、將數位服務拓展至海外市場，在響亮的口號背後，是否必須先深刻檢視台灣目前擁有哪些資源？在各政府部會監管大於開放的立場之下，放眼今日台灣的數位科技服務，優弱勢何在？台灣以科技島自許，科技能量相較於其他國家又如何？觀察各式共享經濟應用發展至極致的中國市場，其中成立於 2004 年的支付寶，和後來和支付寶相庭抗禮的微信支付，絕對是其中一項使得共享經濟應用能在中國市場迅速廣泛被接納的關鍵因子。當中國已走入無現金（Cashless）時代，台灣的『電子支付機構管理條例』卻在 2015 年才通過。雖然台灣的無線網路與智慧型手機普及率不輸他國，一個來自新加坡的蝦皮購物在短短數月內即能讓台灣線上購物龍頭感受到威脅。如果台灣企業只安逸於台灣不大的市場及現有的環境，不放眼國際市場的高速變化及新興產業的創新，也許不容易在國際舞台的競爭中發揮優勢。

數位科技是工具，靈活的商業模式才是使得數位科技應用能夠展翅高飛的翅膀。台灣國內市場長期以來難以孕育並支撐國際品牌的發展，如何透過與國際企業結盟和分工，使台灣數位科技產品及服務商在共享經濟全球價值鏈中佔有一席之地是當今重要的議題。近年來，數位經濟帶動產業朝跨世代、跨境、跨領域、跨虛實等趨勢發展，促使全球產業格局翻轉。一方面，在面對國外共享經濟企業進入台灣市場之際，台灣公部門需要更快速的回應能力，以使各項法規與稅制得以與時俱進的跟上世界潮流；而私人企業亦可藉機參與、學習並修正國外共享經濟商業模式，以發展適合台灣當地民情與消費者需求的共享經濟型態。

另一方面，台灣擁有厚實的工業基礎，面對數位經濟與物聯網（IOT）時代的來臨，應該重新盤點現在資源，建構完善的產業生態體系（ecosystem），加速產業創新及優化產業結構，並充分利用台灣既有優勢，掌握軟硬體整合創新應用之契機。例如台灣的汽車產業，在 Tesla 無人車供應鏈中扮演著舉足輕重的地位。台灣的機器人產業、AR 軟硬體技術、智慧住宅與智慧醫療等技術，都是能夠與前述之共享交通與無人車趨勢、共享住宿與智慧城市、共享專才與醫療資源共享等發展息息相關的領域，值得政府和民間投注更多關注，以開放的政策鼓勵創新、整合資源，為台灣在這一波新經濟浪潮中斬獲商機。

在數位科技以外，共享經濟商業模式中不可或缺的另一項重要因素是「人」。大陸作者黑馬良駒認為台北的 Uber 是他乘坐體驗中最好的，客氣友善亦健談的司機提供了良好的搭乘經驗 [28]。「台灣最美的風景是人」，台灣服務產業在累積了充裕的服務能量之後，如何在以人為本、以科技串連個人的共享經濟平台上再發揮服務業精粹，使台灣豐碩的數位科技產品與應用、和熱情專業的人才皆能在開放的平台上發揮最大的綜效，考驗著台灣政府與民間的智慧與市場反應的速度。

透過參與共享經濟而培育之創新人才，包含因為參與共享經濟服務之服務提供者與使用者、及共享經濟創新事業經營者，皆得以藉由共享經濟活動而建立與國際夥伴之合作與互動機會，進而提昇台灣人才之能力及國際競爭力。

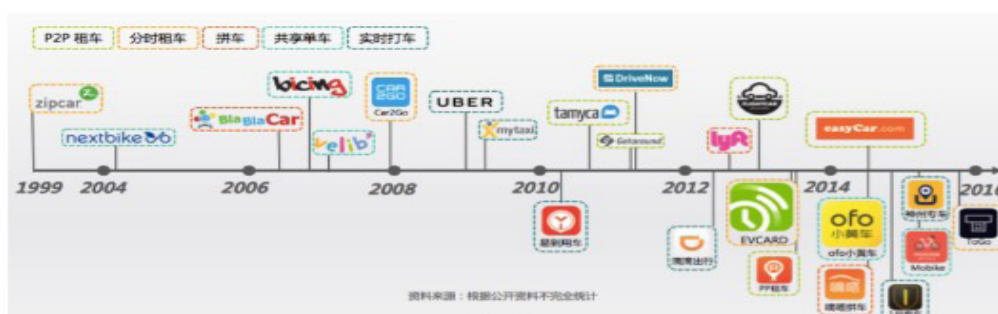
三、 共享經濟發展帶來的制度變遷挑戰與商機

1. 共享經濟下的全球治理與政府合作

高速發展、多元模式的共享經濟商業型態對企業治理與政府法規帶來了相對應的衝擊，尤其是在以下幾個面向：僱傭關係的改變、服務提供者與消費者界線之模糊、以及跨國界提供服務的共享經濟平台。

透過無國界的網路及行動裝置 app，使用者可以在任何國家透過 Uber app 叫車、以 Airbnb app 訂房，但各國對於不同型態共享經濟平台的法規及消費者保護皆不盡相同，作為一名消費者，幾乎無法瞭解他或她在不同地區享有的保障。而作為共享經濟平台企業，亦在對應不同政府政策、法規、稅制中花費很大的力氣與時間，這也是共享經濟商業模式欲快速複製到全球各地所面臨之最大挑戰。

創新商業的發展大大超前了政府作為管理機構能夠提出相對應法規的速度。在中國，各式共享經濟活動，尤其是車輛和單車共享，都先於政策推出市場。雖然舶來的 Zipcar 在二十年前已在中國試水溫，共享交通在中國市場真正的蓬勃發展是在 2008 年之後 Uber、滴滴以高度補貼消費者掀起的競爭開始。至 2016 年，再加入了共享單車，使得中國共享交通呈現更能滿足不同類型消費者需求的全貌。根據 CBNDATA 報告顯示，到 2018 年中國僅汽車共享交通年市場規模有望由 660 億人民幣增長至 3800 億人民幣，其中還不包括上百億市場規模的共享單車。



圖四：中國共享交通發展歷程

其中必須要提出的是，在共享交通活躍於中國市場近十年之後，中國國務院於 2016 年才公布對「網路約車」業務提出了明確的管理辦法，開始針對其國內的網路叫車服務業者，從司機從業資格、營運車輛性質及規範、經營平台的門檻等條件，擬定了管理細則；規定司機必須無犯罪、無肇事、吸毒等不良紀錄，且需要考取證照；營業用車則詳細規範內部的座位數量，一定要安裝 GPS 衛星定位裝置來紀錄行駛歷程，並且必須有警報裝置。至於最具爭議性的司機勞雇關係，中國政府則沒有明確規範，讓資方與勞方自行依據行車時間、服務次數來合意訂立合約。

至於針對 2017 年席捲中國的共享單車，初期也無管理辦法。中國各城市政府為了解決共享單車造成的亂像，分別制定了共享單車規範，也積極與業者協商最佳解套方案。例如摩拜單車 (Mobike) 於 2017 年年底紛紛與各地政府洽商合作協議，也與中國信息通信研究院簽署合作協議，針對共享單車服務制訂規範標準。

共享經濟發展最重要的基礎是允許測試創新的環境。美國作為共享經濟創業大本營，政府對於共享經濟採取了開放的態度，因應新興的共享經濟商業模式，不斷研擬、頒佈使其適法之管理政策。以共享單車的案例來說明。由中國首創的無樁式共享單車，幾經與美國地區政府協調，ofo 在 2017 年 8 月獲得西雅圖政府當地的營運許可。ofo 繼在加州地區試運營之後，成為第一家在美國城市中正式營運的中國共享單車企業。這也是美國當地主管機關首次給中國共享單車企業發放營運許可。

在亞洲，各國政府機關考量當地社會民情、生活型態、資源平衡的因素，對於共享經濟商業模式也多採取開放的態度。例如印尼交通部於 2017 年 8 月推翻了之前提出擬對 Uber、Grab 等網約車進行限制的法規，是對共享經濟企業重要的一劑強心針。據悉，原先提出之法規的 18 個章節被印尼最高法院裁定違反現行的中小企業和交通行業監管法，被宣告無效。這些被作廢的法規包括要求對網約打車服務的收費額進行上下限制，同時限制司機招聘和優惠活動。當然，傳統計程車公司勢必仍會有反彈動作，在新舊型態的商業模式與市場監管的鬆緊度之間，印尼中央政府此舉似乎是更樂於看見創新的共享交通模式在交通擁塞稱冠全球的印尼都會中能夠帶來正面的改變。

新加坡政府更是於 2017 年 3 月，規範所有包括 Uber 在內的叫車司機，只需具備兩年駕駛經驗，並修讀 10 小時的課程便可合法載客取酬，實質上將 Uber 合法化。由於新加坡計程車司機服務態度不好加上拒載等問題嚴重，新加坡於 2015 年開始就允許註冊成立的公司，在購買保險並向政府繳付路稅的情況下就能營運網約車服務。新加坡計程車公司也採取了對策，大幅推動智慧型手機 app 叫車服務，無形中提昇了整體公共交通環境，使消費者成為最大獲益方。當然，新加坡計程車公司也持續向政府游說以圖壓制網約車。但新加坡政府清楚知道網約車服務是國民所需，在將 Uber、Grab 等合法化以便管理的同時，為了平息計程車公司也提出了一些限制，例如特別要求 Uber、Grab 車輛在接送 110 公分以下的孩童時必須要有兒童座椅，加強保障乘客安全。

在鄰國馬來西亞，下議院於 2017 年通過有關交通及牌照條例兩項修正案（《2017 年商用車輛執照法令修正案》），將電子召車 (e-hailing) 列為公共交通服務，正式啟動 Uber 和 Grab 等網路叫車公司合法化程序。根據修正案的定義，「電子召車車輛」指的是座位能容納 4 名乘客，

並且不超過 11 人（包括司機）的車輛；該車輛是通過仲介業者在手機等移動平台上預訂、收費及提供載客服務。

面對共享經濟之發展，全球政府抱持的態度不外乎鼓勵創新、保護消費者、保障勞工權益、及保護傳統產業。前文已詳述美國、中國及東南亞政府對於市場驅動之創新的開放態度，亦說明了歐盟政府在保障消費者及勞工權益之前提下對創新與監管採取的平衡手段。反觀台灣，雖然中央政府喊出了「數位國家・創新經濟發展方案」之口號，但各部會在面對新興商業模式之監管辦法規劃及落實中卻經常因為沒有充份溝通與瞭解，搖著消費者及勞工保護之旗幟，為了保護傳統產業而錯失了創新之契機。

相對於美國、中國、東南亞國家對於共享經濟的包容與鼓勵，台灣共享經濟企業的發展困難得多，主要的困難點包括國內外的新創業者，若要在台灣測試共享經濟的創新營運模式，首先必須要先分析適用於該產業可遵循的法律。相較於國外為共享經濟商業模式設立專法管理，例如，網約車企業會以資訊服務業為主要營業登記項目；在台灣，由於該項業務與交通有關，則必須要先取得交通業務的登記和相關營運的許可。面對政府各單位可能提出的要求與管制，且在無一核心管理原則帶領的情況下，各部會對於共享經濟持不同的解釋與態度，使得在台灣實現創新共享經濟商業模式所需投入的成本與資源變得更高了。

政府能否以包容的態度看待共享經濟的創新，以溝通取代直接禁止，將會是台灣共享經濟能否有機會發展的關鍵。礙於法規規定，現況是新創業者很難去突破法規限制；反之，必須改變原有的商業模式以適應台灣市場。例如 Uber 在退出台灣市場之後重新回來，將原本媒合個人司機與乘客的交易模式改為與租賃業者合作。

在各式創新商業模式在台灣市場屢屢遭受挫敗之後，令人振奮的消息是台灣於 2017 年 12 月 29 日通過了「金融科技創新實驗條例草案」（俗稱金融監理沙盒）三讀，使台灣成為繼英國、新加坡、澳洲及香港之後，第五個實施金融監理沙盒的國家。監理沙盒的目的，是要讓金融新創業者，以科技發展創新金融商品或服務時，可在封閉空間進行實驗，避免金融科技造成風險或危害消費者權益。而在這段最長可達三年的實驗期間內，金融新創業者擁有法規豁免權。此法案的通過，代表政府與民意機關對創新的支持，希望可以以此增加台灣產業的競爭力。除了金融服務以外，許多新興技術、商業模式，都可以利用沙盒作為修法的應用方針，當然包括各式共享經濟商業模式。

2. 共享經濟商業模式對各業態之影響與衝擊

新創的共享經濟商業模式除了為政策制定者與執法機關帶來了新的挑戰，也對傳統業態形成了新的競爭，重寫了許多產業遊戲規則。

在最熱門的共享交通方面，英國牛津大學馬丁學院（Oxford Martin School）三位學者一篇名為「搗亂的駕駛人？Uber 效應之估計」^[29]的學術論文中分析了美國紐約市、洛杉磯、舊金山等主要城市在 2009 至 2015 年間傳統計程車與 Uber 營業數據，探討 Uber 在美國推出後究竟對

美國的計程車產業造成多大的衝擊，發現了與一般臆測不同的結果。在就業率方面，Uber 推出後讓自營司機就業人數激增了 50%，同時他們亦發現受僱計程車司機的就業人數也增長了 10% 左右。在收入方面，研究發現自 Uber 推出後，受僱計程車司機的時薪減少了約 10%，而 Uber 與其他自營計程車司機的時薪則成長了 10%。這份研究也比較了計程車司機與公車、快遞、卡車司機等之收入與就業率；分析指出，雖然 Uber 沒有對就業率產生任何顯著的影響，但它的出現降低了既有「點對點運輸服務」的司機收入。

至於在共享住宿方面，一項以美國德州奧斯汀為研究範圍的學術報告發現^[30]，在共享住宿 Airbnb 平台上供房量最高的奧斯汀，對於飯店業者營收的影響約為 8-10%；並且其影響是非一致的，因為 Airbnb 的房間一般未提供太多衛浴及生活備品，以低價飯店和非主攻商務客的飯店影響最劇。至於高檔、專攻商務旅客及連鎖飯店，因為擁有較高的行銷預算、服務品質一致、設備齊全，影響並不大。

該學術研究對 Airbnb 的擴展及美國德州約三千家飯店的營收作了詳細的分析。發現 Airbnb 的市場規模每成長 10%，對飯店業的營收會造成 0.39% 的下降。該研究也分析了飯店業對於 Airbnb 的進攻採取的因對策略及短中長期的影響。短期來說，大部分飯店採取價格回應策略，意即調降飯店房價。其結果是消費者成為最大受惠方，無論是 Airbnb 或飯店的消費者，都可享受到較低的價格。短期的影響也包含了飯店住房率的下降。至於長期影響，例如是否有飯店因此而倒閉等，該研究並未發現具體證據。

共享人力企業相較於其他共享服務更容易被政府及民間接納，其中一個原因是共享人力服務為服務提供方與服務需求方都創造了價值，並且與傳統產業形成相輔相成的互補關係，為傳統產業解決了人力資源不足及人才難覓、難留的通點。例如，醫院現在可以透過醫療人力共享平台依即時需求取得即時且高品質的人力支援；軟體公司研發主管可於臨時性緊急專案期間透過人力共享平台招募短期程式開發人員。就實質面而言，共享人力平台其實是傳統人力仲介的延伸與加強版本，將原本傳統人力仲介媒合人力需求方與人力提供方之服務，透過線上互動與互評機制發揮得更淋漓盡至。

尤其是在全球已開發國家及大都會普遍面臨人力資源短缺的今日，共享人力服務的出現，恰恰為此痛點提供了解決方案。例如，日本政府大力鼓勵退休銀髮族或家庭主婦投入兼職工作，以彈性工時提供服務。自由業者的興起，同時帶來的問題是新的勞僱合約與勞工權益。例如 Uber 及 Instakart 服務提供者究竟是否屬於該企業員工，是否享有各項員工權益與保障，各地主管機關亦有不同的看法。Uber 曾在美國加州遭遇州政府的控告，要求 Uber 提出對其服務提供者不公平待遇之賠償。以閒置人力協助有需求者採買及運送生活用品之共享經濟平台 Instakart 也遭遇類似的指控。Instakart 被要求將服務提供者轉成兼職員工，並提供健康保險等福利。這使得 Instakart 一夕之間增加了數千名員工。

事實上，許多參加了共享經濟平台的服務提供者，在傳統的產業結構中無法取得工作機會。例如，在許多地方，計程車公會利用公會的議價能力，要求政府限制計程車數量，使得許多有意願或有需要以計程車服務為業的人們無法進入市場。共享經濟平台的出現，在一方面似乎為這些

服務提供者開拓了賺錢的機會，但是否也是變相的以搶佔市場的低價服務及必須支付共享平台的服務費壓榨了這些新興類型的服務提供者？

共享經濟遍地開花仍是近幾年的發展，對既有業者的影響仍不顯著。至於對共享平台服務提供者與使用者的影響，以其快速成長的雙邊人數，可以看出無論是服務提供者或使用者，對此新興商業模式都抱持樂觀與支持的態度。

倒是共享經濟企業自身的獲利模式，至今除了 Airbnb，其他共享企業皆未獲利。成立於 2008 年 8 月的 Airbnb，收取每筆成交交易費用 6% 至 12% 作為佣金。據彭博社報導，Airbnb 已於 2016 年下半年實現盈利，且全年營收增幅超過 80%。至於市值最高的共享企業 Uber，根據彭博社彙編數據，Uber 在 2016 年的淨營收總計 65 億美元，車資總值達 200 億美元，較 2015 年成長翻了逾倍。但 Uber 表示，2016 年虧損為 28 億美元，還沒算進去 Uber 在把中國業務賣給對手滴滴出行前，一年在中國損失的 10 億美元。

共享經濟商業模式，將在市場的動態競爭中如何找到穩定的獲利錨點，仍值得關注。

四、 共享經濟未來展望與台灣在全球市場機會

1. 公私部門合作共創多贏局面

除了應付各政府單位的適法性，共享經濟企業仍需面對可能對台灣市場及民眾帶來的影響與衝擊作出評估與因應策略。這包括與產業中既有業者的競爭和合作關係、新創營收模式是否適應台灣市場、台灣使用者的消費習慣、文化及價值觀與新創商業模式之適配性等等。這其中，共享經濟企業與公部門及私部門之溝通協調與友善合作為成功關鍵。

共享經濟獲利模式的測試是新創業者若要永續經營不可忽視的階段，新創業者必須謹慎思考平台獲利的主要來源究竟是押金、預付款、使用費、成交抽成、廣告費或是大數據資料運用的可能收入等等，都需要依不同市場的市場規模、消費者習慣、既有競爭者等作出相應的調整。舉個最簡單的例子，在中國大陸推行共享單車之主要穩定金流來源是使用者上線時必須繳交的押金，但在台灣，私營企業推動共享單車時卻在收取押金這一環遭受抨擊。另外，此私營共享單車的案例，在中國市場看好的潛在獲利來源是龐大使用者騎行數據的分析應用與廣告商機，但在台灣，公民合營的共享單車 YouBike 明白說明了使用者騎行數據依法不能進行任何商業應用。

共享經濟相較於其他商業模式，更受在地文化與使用者習慣影響。因地制宜的營運策略與管理機制絕對是致勝關鍵。眼看中國大陸無樁式共享單車席捲中國各大城市，也成功拓展至海外超過 200 大都會；在歐洲，如 oBike 這種無樁租借的營運模式也不算新穎，在德國法蘭克福、柏林等城市早有相同模式的 Call a bike。但為何在國外可行之商業模式在台灣引起如此大的爭議？其中台灣廣大的機車通勤族群是重要的因素。台灣機車數量 1390 萬，密度全球第一。原本已不足的機車停車位在 oBike 進駐後，更是明顯不足。另外，台灣將自行車停放比照機車，不像歐洲國家除腳踏車停車架及設置停車塔外，也開放部分人行道、燈架等供自行車停放，基本上只要不妨

礙交通、不對他人造成危險即可停放。

反向思考，與其在大都會推出 Obike 共享單車，在初期因為單車停泊機制設計的不完善，排擠了機車停車位及行人道步行空間，造成大台北地區使用者的反彈，也形成與大台北地區公民合營之 YouBike 的競爭態勢，是否新進業者可考慮往市郊或大眾交通服務相對較不便利的旅遊景區發展？

即便如此，適當的管理機制仍很重要。在 2017 年 4 月，台東政府敞開雙手歡迎 Obike 進入台東試營運，認為無樁式共享單車可吸引更多旅客前往台東。然後，就在短短半年內，為了管理被隨意丟棄在山區、海邊、水溝、路邊的 Obike 亂象，台東縣政府推出了「台東縣處理妨害交通車輛自治條例」，使執法者可以拖吊亂停的腳踏車。同樣的，在全台首座「國際慢城」鳳林鎮，開始時居民並不反對跨國企業進駐提供單車租賃服務，但隨著居民發現在火車站前的橘紅色人行磚上，被數十輛 Obike 佔據，開始造成民眾反感，民怨甚至引發了對外國企業的偏激評論，質疑政府怎能先「照顧外面的人」，而讓跨國企業衝擊地方單車租賃業者的生計。

從此案例可以看出，國外營運模式進入台灣，必須與台灣各地公私部門充分溝通，並事先評估可能帶來對民眾的影響，如何做到不讓民眾反感，若影響的民眾權益，要如何補償，或提供相對損害的回饋給政府。Airbnb 作為國際最大的共享住宿平台，在與當地政府溝通方面的作法值得學習。台灣法規尚未允許私人房東開放住房，Airbnb 則與行政院東部聯合服務中心簽署合作協議，協助東岸的花蓮和台東兩縣推廣提供住宿加早餐服務的合作民宿，幫助業者吸引更多外國觀光客上門。Airbnb 此舉同時符合了政府對旅館與民宿的管理辦法，也成功打開了台灣市場。

另外，共享經濟平台在使用機制設計上也必須要事先做詳盡的規劃，例如該如何規範使用者停放共享單車。在台灣民眾不接受押金制度的情況下，無法對違停使用者採取扣除押金之法，停止使用者騎行共享單車的權利是否有效？此外，政府也必須思考各地最終可以容許承載的單車數量是多少，這些也必須要在事前進行評估，與新創業者協商，以免造成開放後單車數量氾濫，除了資金與資源的浪費，也造成市容的混亂與單車管理的議題。

2017 年 9 月，台北市交通局公告了「台北市共享運具經營業管理自治條例」草案，明訂共享小客車、機車、自行車等所有共享運具業者若要營運，須向交通局申請許可，並繳納審查費、權利金與保證金，許可期間為 3 年，期滿若要繼續營運，要在屆滿前 3 個月前申請展延，通過後才可持續營運。草案也明訂業者投車數量下限，若不符規定，交通局可駁回申請；甚至實際營運狀況與申請時遞交的計畫書內容不符，或經營管理不善，經通知限期改善仍未改善者，可撤銷或廢止營運許可。

隨著各地區政府紛紛祭出了管理共享運具之條例，是否限制了共享經濟之發展，也阻礙了台灣創造共享經濟新興商機？Alex Stephany 於《共享經濟時代》對政府法規提出了建議：「適度是最重要的關鍵」。參考歐盟對「協同經濟」一放一收的政策方向，期許台灣政府也能避免過度管制或過度放任，能在考量台灣社會需求之下為國家發展帶來啟發，因地制宜的制定對「協同經濟」更彈性的管制政策。

新加坡交通部長許文遠在國會報告時曾說：「共享經濟，特別是像 Grab 和 Uber 的新興商業模式嘉惠了全球的通勤者，許多國家禁止 Uber，這是錯誤的選擇。我們不該阻礙創新……我們應該小心不要讓現有業者受到干擾，要幫他們做好正確的調整。」

近年來，以公私部門合作 (Public Private Partnership, PPP) 共同建置與維運的公共服務在世界各地都越來越普遍。政府單位為了更有效率的營運與財務運用，經由不同方式與私部門合作建置各項公共服務。台北的 YouBike 服務，正是全球第一個以公私部門合作概念推動的自行車共乘服務。其營運績效例如約 1% 的失聯車比例、快速的維修等，確有值得借鏡之處；然而，除了在台北市，YouBike 已能達到損益兩平，在其他地方仍需政府經費挹注，以致於其擴散程度及科技創新皆遠不及中國大陸近來興起的無樁式共享單車。換個角度思考，如果當初台灣共享單車的推動，政府能將 PPP 模式之彈性更為放寬，讓民間業者擁有更大的主導權，並且應允民間業者以獲利為前提。在商言商，在政府背書及台灣成熟的資本市場推動下，自行車研發與生產技術冠視全球的台灣業者，也許有更大的發展空間。若能在適切的管理辦法之下，鼓勵民間業者創新，給予民間業者經營新興商業模式的環境，政府也可以免除編列預算支應，民眾亦可享有更便利與更新穎的共享經濟服務，豈非三贏之局面？

台灣政府在公私部門合作項目下，與其直接參與或主導，更宜扮演促成者與加持者之角色。舉例來說，台灣新創共享經濟企業 USPACE 即充分發揮了公私部門合作共創雙贏的綜效。大台北地區向來面臨停車位不足之擾，USPACE 團隊深入社區，與地方里長、管委會，甚至與交通局溝通。不僅是社區私人車位，未來目標為擴大業務至委託管理停車場，例如通化停車場；並與地方政府合作，推廣智慧停車概念。在台北市柯文哲市長的支持下，目前先以南京東路商圈為示範點，透過公私部門協力合作，將共享車位模式推廣，讓車位擁有者和使用者都能雙贏，更為政府解決了城市停車位不足之痛點。

除了商業模式之設計，USPACE 也同時兼顧了公部門對於新創電商平台之稅務管理。USPACE 執行長宋捷仁表示，公司為提供共享車位的媒合平台，車位擁有者營收則與該公司拆帳，USPACE 會依法繳交營業稅。停車總金額收一次稅，USPACE 從中抽成的金額再收一次稅，稅金總共被分兩次徵收，為了得到公家單位的支持，USPACE 毫不猶豫地選擇繳納，甚至幫車位擁有者協助報稅，避免稅金爭議。

同時為公部門與私人用戶解決問題、事先充分溝通與瞭解、與產業中既有業者達成策略聯盟、避免帶來社會衝擊，是未來共享經濟企業在台灣營運必須關注的重要。當然，另一方面，作為立法與執法者，台灣政府更應參考其他國家與共享經濟平台攜手合作的成功案例，以開放的胸襟對新創事業進行有效的管理，而非以禁止營運抹殺了共享經濟可以為台灣帶來的商機與好處。

2. 共享經濟在未來台灣經濟與社會發展中扮演之角色

台灣具備了共享經濟發展的科技與人文之基礎條件。在科技方面，台灣無論是網路普及率、智慧型手機持用率、行動應用接受度等，都名列前茅。作為科技島，台灣在各式資通訊科技軟硬體研發能力，以及新興的大數據分析、人工智慧、機器人等技術也不落人後。

共享經濟商業的發展有很大層面架構在社會文化上。美國市場中各式共享經濟企業如雨後春筍般出現很大的原因是美國文化對於新創事業的包容度相對高，而民眾的風險趨避程度相對低，使得各式共享經濟商業模式在美國推出後即廣受民眾歡迎。另外一個發展共享經濟的重要關鍵，是社會上人與人之間的信任。在人文方面，台灣人民素質普遍不低，再透過供給與需求方在平台上的互信互評機制，強化台灣民眾自幼被教育的道德感，應能成為共享經濟發展的沃土。

觀察全球共享經濟如日中天的發展趨勢，結合台灣優越的資通訊軟硬體技術與人才，再加上全球知名共享經濟企業對於台灣市場的看中與期待，為何台灣在共享經濟的發展仍差強人意？其中，作為政策單位的公部門，在思考共享經濟在台灣經濟與社會發展中扮演之角色，應該以全球視角對此新興事業發展作全方面的探討與評量，應以台灣作為全球新興產業發展價值鏈之重要一員，積極爭取台灣在此波新創平台經濟之世界舞台上的位置；而非僅僅著眼於台灣狹小的國內市場，閉門造車、固步自封。台灣政策單位如何在共享經濟之發展中扮演恰到好處的觸媒作用，也許正是共享經濟能否在台灣茁壯成長並協助台灣與世界進一步接軌的重要關鍵。

對於共享經濟，台灣公部門、私領域、以及國外企業與旅客，顯然皆有不同程度的期待。首先，在台灣政府方面，多年來台灣一直積極推動數位創新，致力於以科技將台灣與世界接軌。當 Apple, Google, Microsoft, Amazon 都紛紛將台灣作為研發中心之際，不難證明台灣在科技人才之實力。如何利用此科技能量，搭上共享經濟起飛的快車，進一步為台灣社會創造更大的價值，政府跨部會之間需要更多的溝通協調，以台灣整體最大利益為前提，克服目前各式共享經濟商業模式在台灣遭逢的阻礙與困境。

台灣政府為了加速台灣產業轉型升級，透過「連結未來、連結全球、連結在地」三大策略，提出了「智慧機械」、「亞洲·矽谷」、「綠能科技」、「生醫產業」、「國防產業」、「新農業」及「循環經濟」等 5+2 產業創新計畫，作為驅動台灣下世代產業成長的核心。除此以外，台灣經濟部投審會也著手研擬如何進一步開放目前尚未開放外國人投資之服務業項目及創新經濟模式，例如 Uber、Airbnb、行動支付等，以提供更具彈性的方式來創造未來十年台灣服務業另一個翻轉高峰。無論是從創新經濟或吸引外資的角度，共享經濟的創新商業模式都不應該在此波政府策略中缺席。

政府在推動及監管共享經濟中扮演的角色，更多應是強化健全的基礎設施，例如建構台灣公共雲端平台，整合串接各類民眾生活所需情資，以實際民眾生活資訊之大數據分析預測並規劃台灣短中長期經濟發展方針。亦可透過公部門與私領域之雲端資訊即時對接，即時掌握各項服務提供之品質以保障消費者安全及權益。試想，若 Uber 之即時乘客行程與乘客設定之目的地有所遍離，Uber 平台透過駕駛與乘客行為分析，若覺可疑即能透過警民連線雲端平台將資訊傳遞予當地警察局，可為使用共享經濟服務之民眾提供更高的保障，也落實政府意圖保護消費者之初衷。

除了雲端平台之建置，使行動支付更便捷、落實資訊安全保護，也是公部門在發展共享經濟之際可以積極扮演之角色，以使國內外用戶得以利用便利的行動支付完成各式共享經濟交易，並且用戶之個人資料得以被保護。

除此以外，共享經濟平台未來展望的無人車也是建設智慧城市極為關鍵的一步，而必須由政府共同來參與才能真正把無人車變成可能。例如美國紐澤西州、奧蘭多、波士頓等政府，都直接選擇與 Uber 合作，利用共享平台中的無人車幫助地方政府減緩交通壅塞、降低酒駕、解決車位不足等問題。新加坡政府也讓無人計程車業者 nuTonomy 上路，試圖改善交通模式。無人車代表的意義不只是優化交通運輸方式，而是建造智慧城市的重要里程碑，也是政府必須關注的重要關鍵。

除了上述政府應積極作為之處，目前民間共享經濟業者最需要政府解決的，應是法規創新。台灣相關法制機關宜多參考國外成功案例，在共享經濟監管與創新激勵之間尋求適當的平衡點。前述已通過之金融監理沙盒，可更快速的延伸至共享經濟之應用領域，因為監理沙盒的實際運作可以更貼近第一線的共享經濟業者，以輔導取代禁止，以溝通取代裁罰。畢竟，新創公司的障礙還是不少，舊法的適用與否，造成稅務負擔增加等問題，都需要產官學一起解決。

至於台灣私領域方面，無論是私人企業或是民眾，對於共享經濟都抱持正面的態度。在私人企業部分，我們可以看到台灣創業家的各式共享經濟商業模式如共享機車的 WeMo Scooter、共享停車位的 USPACE、共享清潔人力的潔客幫、共享旅遊住宿的 AsiaYo，都在努力突破各項法規困境往前推進。至於台灣民眾對於共享經濟商業模式的態度，可以從快速成長的 Uber 司機及消費者人數清楚看出民眾的接受度。共享經濟服務一方面為需要賺取額外收入或尋求打發時間之活動的民眾創造了更便捷的環境；人們可以利用原有自用轎車在正職休假日提供 Uber 載客服務、家庭主婦或二度就業婦女可以在安全的環境下提供潔客幫家居清潔服務。另一方面，共享經濟服務也為台灣消費者解決了生活中的痛點。可以快速定位、叫車、以手機完成支付的 Uber 服務因為車款較新、司機較客氣而備受歡迎；可以隨借隨還、以手機支付費用的 obike 為消費者提供了更便利的選擇；可以在出門前或行進間先行偵測並預約停車位的 USPACE 為消費者解決了花費時間尋找車位的困擾。若當前的法規限制可以突破，相信可以激勵更多國內外共享經濟業者在台灣提供服務，因而造福更廣大的使用者。

除了台灣公部門與私領域之外，國外共享經濟企業與國際旅客更是對於台灣推動共享經濟懷抱高度期待。重要的國際共享經濟企業皆把台灣視為重要的市場。由於台灣的地理面積不大、城市人口集中、網路及智慧型手機應用普及、人民素質普遍相對高，是共享經濟商業模式發展極好的場域。國外企業可以利用台灣作為極佳的測試環境，透過實際營運進行商業模式調整。

至於國際旅客，更是需要各式國際通用的共享經濟服務以解決旅行中的生活所需。而共享經濟發展最活躍的兩個領域——共乘與共宿，恰恰可以補強台灣致力於發展的觀光產業之資源不足。不諳中文的國外旅客利用線上定位叫車使用 Uber 服務，同時不必準備台幣支付，對其台灣旅遊的體驗絕對是加分。而台北市觀光局一邊對不合法的 Airbnb 屋主開罰，一邊也承認台北市中心面臨平價優質旅館房間不足的問題。政府與其設法將台北市中心的 15 處公有土地改建為一晚房價低於 2,000 台幣的平價旅館或青年旅社，以滿足年輕族群旅遊市場的需求，何不積極尋求與共享住宿平台業者達成雙贏的協議？尤其是國際間已負盛名的共享經濟平台，由於國外旅客不論在居住地或旅遊他國時皆已習慣使用，且行動支付及手機應用軟體亦早已打破國界的藩籬，若能在適法性

及消費者保護面向皆能研擬適應的對策，相信共乘經濟平台能為台灣觀光產業注入更多活水。反向的，成立於 2014 年的台灣本土共享住宿平台 AsiaYo 以主打亞洲旅遊為利基，為台灣民眾出國旅遊提供了全中文介面的訂房新選擇。

總結說來，全球共享經濟發展趨勢已呈現出此創新商業模式之勢不可擋。共享經濟平台的進入門檻相較於傳統產業的創新來得低，以平台經濟媒合供需方的原理，佐以市場接受的商業模式，還可以與現有產業中的既存企業整合（例如 Airbnb 與民宿業者的合作、Uber 與租賃業者的合作），使消費者利用個人行動裝置，就可以使用各種共享服務，相信確實可以為台灣停滯不前的經濟活動注入一股活水。

有鑑於台灣政府積極推動數位國家、鼓勵創新經濟，共享經濟平台可作為台灣產業與世界接軌之重要示範。線上交易與線下服務的整合在共享平台的動態媒合中應能成就最大的效益。立志成為亞洲矽谷的台灣，在共享經濟勢不可擋的洪流中，首先可以台灣市場需求以及使用者日常生活中的痛點著手，將閒置的私有資源與公共資源進行整合，例如由台灣七年級生創立的共享經濟企業 USPACE，推出共享私有停車位，為台北市公有停車位不足的問題提供了解決方案。中央政府可參考其他國家的作法，研擬國家層級的共享經濟管理準則，再由各地方政府依不同情境調整成最適切地方發展需求的法規。

以科技島自許，台灣更應在共享經濟的新經濟浪潮中搶佔先機，以台灣軟實力繼前一波科技硬體大戰後再度讓世界看見台灣的科技創新能力。在全球普遍人才短缺、資源不足、供需不均、人口老化、城市過度發展等現況下，共享經濟不失為一劑良方；透過個體剩餘資源之共享與動態配對，平衡供需失調；利用知識技能的共享、醫療人力的共享等服務解決人才短缺之痛點。

台灣從中央到地方政府，都喊著要推動台灣產業升級，但在行動上，卻不如歐美、甚至鄰近亞洲國家的積極參與與協助。國外共享經濟業者在台灣市場履遭阻礙，若不能及時克服，導致國際重要的共享經濟平台無法與台灣企業及民眾合作，我們是否要在眼看共享經濟商業模式履創佳績之際，只能慨嘆台灣趕不上全球產業發展的速度與機會？

從 Uber、Airbnb、至 ofo 的快速席捲全球，可以看出共享經濟正以平台模式加速了全球化的腳步。共享經濟是天然的開放經濟，大部分共享經濟企業從一開始瞄準的就是全球佈局。台灣新創共享經濟企業除了深耕台灣市場，更應探索國際化發展管道，在此波經濟轉型中以台灣科技實力搶佔全球市場。有鑑於此，台灣政府更應在國內給予共享經濟企業更大的支持，以台灣市場練兵，扶植台灣共享平台往海外拓展，落實以科技接軌全球。

五、參考書籍：

1. 物聯網革命
2. The Sharing Economy
3. 共享經濟時代
4. Felson, M. & Spaeth, J. L. (1978). Community structure and collaborative consumption: A routine activity approach. *American Behavioral Scientist*, 21 (4), 614-624.

六、參考文獻：

- [1] Botsman, R. (2013). *The sharing economy lacks a shared definition*.
- [2] 成立未滿10年，估值超過10億美元，未上市的新創公司。
- [3] Tencent Research Institute. (2016). 中國分享經濟全景解讀報告。
- [4] <https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>
- [5] Fraiberger, Samuel P. & Arun Sundararajan. (2015). *Peer-to-peer rental markets in the sharing economy. Working paper*.
- [6] Eckhardt, G. M. & Bardhi, F. (2015). *The sharing economy isn't about sharing at all. Harvard Business Review*.
- [7] PwC. (2014). *The sharing economy: How will it disrupt your business? Megatrends: The collisions*.
- [8] Roland Berger. (2016). 2018年中國汽車共享出行市場分析預測報告。
- [9] 於2016年被華盛頓 Providence St. Joseph Health 併購。
- [10] Sundararajan, A. (2016). *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. MIT Press.
- [11] <https://tw.appledaily.com/new/realtime/20171123/1246327/>
- [12] Pew Research Center. (2015). *Shared, collaboration and on demand: The new digital economy*.
- [13] Upwork & Freelancers Union. (2016). *Freelancing in America: 2016*.
- [14] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2016:0356:FIN>
- [15] PwC, UK. (2016). *Future of the sharing economy in Europe 2016*.
- [16] 行動電源
- [17] 中國傾向用「分享經濟」一詞表示「共享經濟」。
- [18] 中國分享經濟發展報告。(2017)。中國國家信息中心信息化研究部。
- [19] Cramer J. & Krueger, A. B. (2016). *Disruptive change in the taxi business: The case of Uber. NBER Working Paper No. 22083*.
- [20] Boston, Los Angeles, New York, San Francisco, Seattle
- [21] OECD/International Transport Forum. (2015). *Urban mobility system upgrade*.
- [22] <https://mobilitylab.org/2017/03/20/autonomous-vehicles-safety-add-traffic/>
- [23] Zervas, G., Proserpio D. & Byers, J. (2016). *The rise of sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. Boston U. School of Management Research Paper No. 2013-16*.
- [24] https://www.digitimes.com.tw/iot/article.asp?cat=15&id=0000496088_xoj1ghf87wzrxx9122qw9
- [25] Juniper Research. (2017). *Sharing economy: 3 industries ripe for disruption*.
- [26] <https://www.emarketer.com/Article/Mobile-Taiwan-Look-Highly-Mobile-Market/1014877?ecid=NL1007>
- [27] <http://www.tier.org.tw/comment/pec1010.aspx?GUID=4eb83ea5-c1fa-44c8-8c4a-9c59f3b56e39>
- [28] <https://buzzorange.com/techorange/2016/12/15/tapei-uber-nol/>
- [29] Berger, T., Chen, C. & Frey, C. B. (2017). *Drivers of Disruption? Estimating the Uber Effect*.
- [30] Zervas G., Proserpio, D., Byers, J. W. (2017). *The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. Journal of Marketing Research. Vol. 54, No. 5, pp. 687-705*.



contact@seataiwan.org

SEAT

社團法人台灣協作暨共享經濟協會

Sharing Economy Association, Taiwan

2018年7月出版