

共享與循環經濟新商機

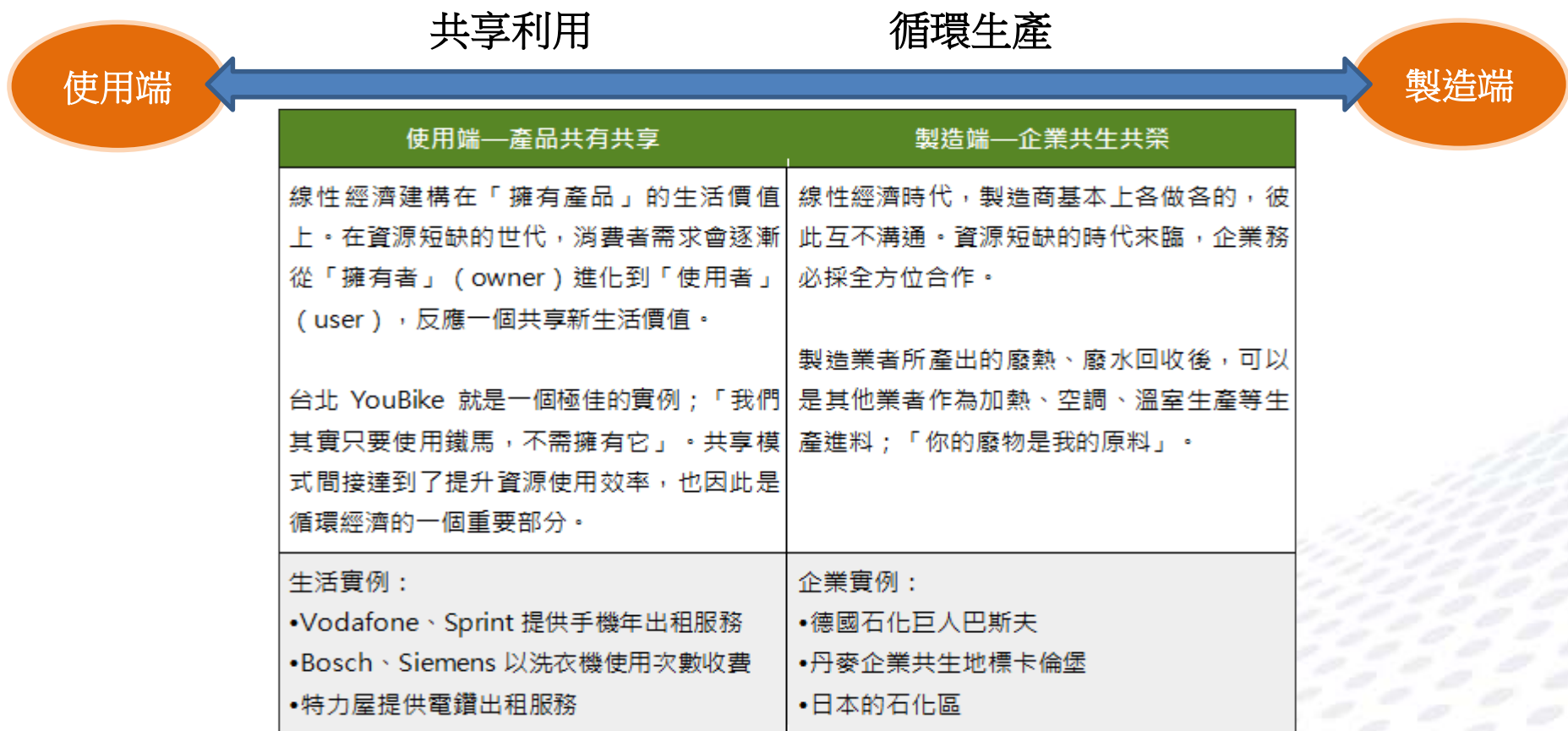
王建彬 博士
商業發展研究院 副院長
2016.11.02

大綱

- 共享經濟新商機探詢
- 循環經濟新商機探詢
- 結語

「共享利用」與「循環生產」

- 循環經濟的理念在於以「恢復或還原」取代「處理或丟棄」，其根本目的為跳脫傳統「獲取、製造和處理」的系統，不斷優化設計出可反復拆裝並再利用的產品。共享經濟即為循環經濟在商業模式與服務端的運用。



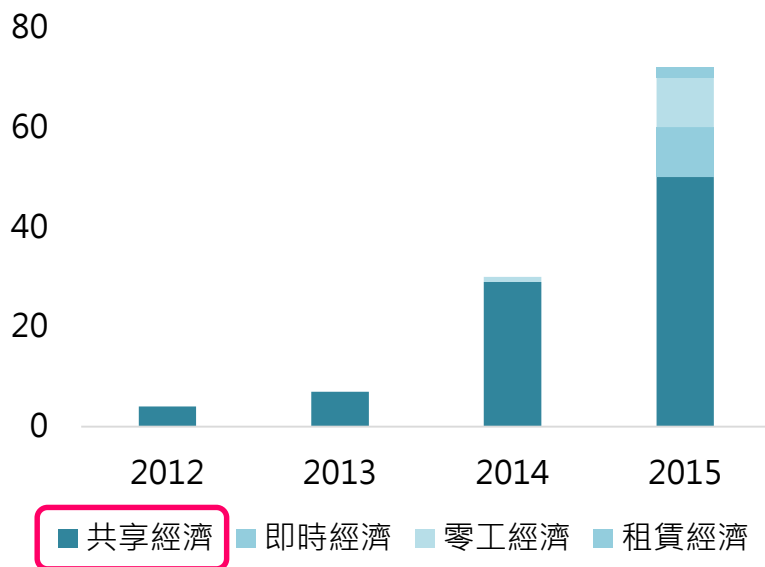
資料來源：循環台灣基金會黃育徵董事長；天下雜誌

共享經濟新商機

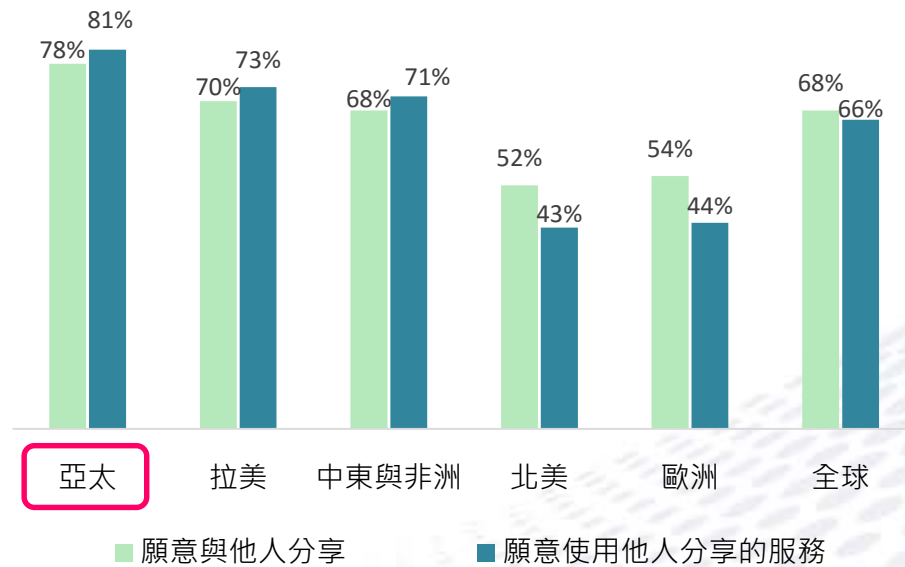
快速向社會扎根的共享經濟浪潮

- 大量的媒體曝光(例如2010年美國《時代周刊》將「共享經濟」列入「十大將會改變世界的主意」之一)，加上Uber、Airbnb等獨角獸公司的出現，使共享經濟開始受到許多機構投資人與消費者的注目，**願意參與共享經濟活動的民眾比例大幅攀升，帶動共享經濟模式快速向社會扎根。**
- 根據統計，共享經濟已催生超過200家的新創企業，並在資本市場中獲得大量資金挹注。

媒體曝光次數(2012-2015)



願意參與共享經濟活動之消費者占比



Note: Includes 6-month samples of NYT, WSJ and WaPo stories from Jan. 1 - June 30.

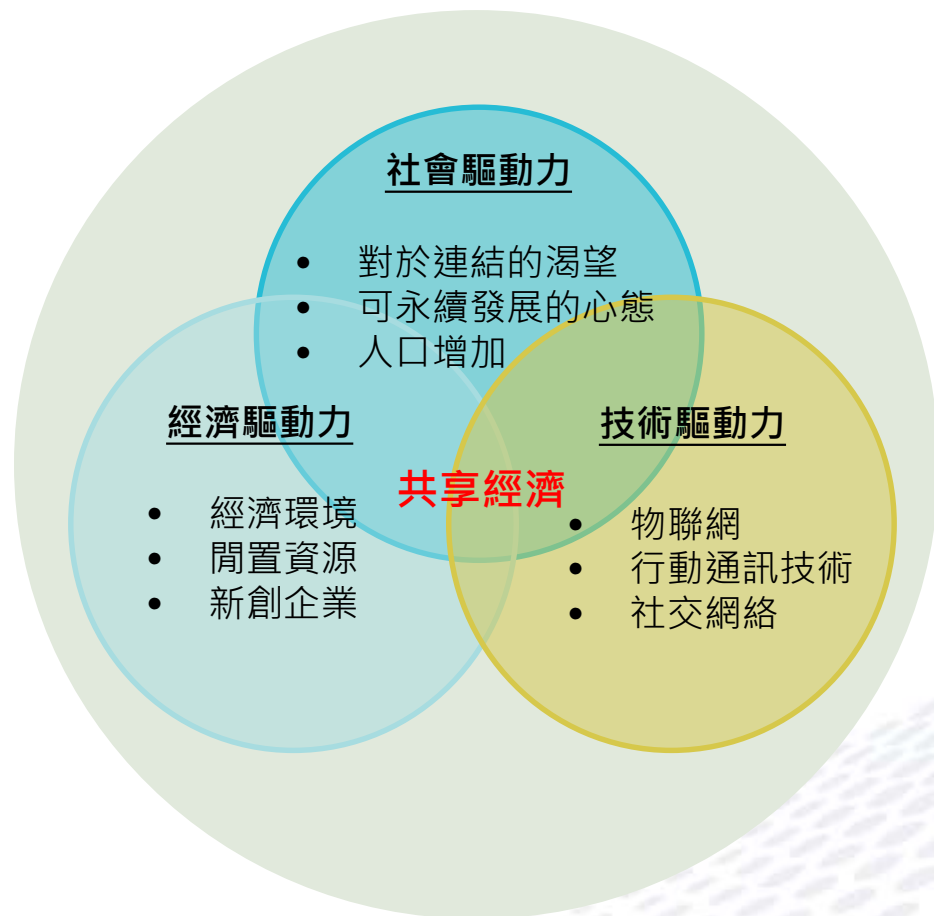
資料來源：Factiva

註：調查樣本包含全球60個國家30,000名消費者

資料來源：尼爾森

共享經濟的三大驅動力

- 網路滲透率大幅攀升、行動通訊裝置普及以及社交網絡的蓬勃發展，大幅降低分享過程中的交易成本，並擴大了多元分享情境：人們能夠透過更加廉宜與簡便的方式、在更大的範圍內與更多的對象分享更多元的有形物品及無形服務。造就出以運用閒置財貨 (Idle Goods) 創造嶄新經濟價值 (Economic Value) 為核心的共享經濟浪潮。
- 華頓商學院教授Jeremy Rifkin指出，在21世紀綿密的智慧基礎建設帶動下，全球數十億人能夠透過個人對個人方式連結，去除多餘的中間商，降低不必要的成本，每人都成為兼具生產與消費力量的「消費 + 生產者 (prosumer)」。



先進國家發展共享經濟的驅動力

一、高齡少子化導致勞動資源不足

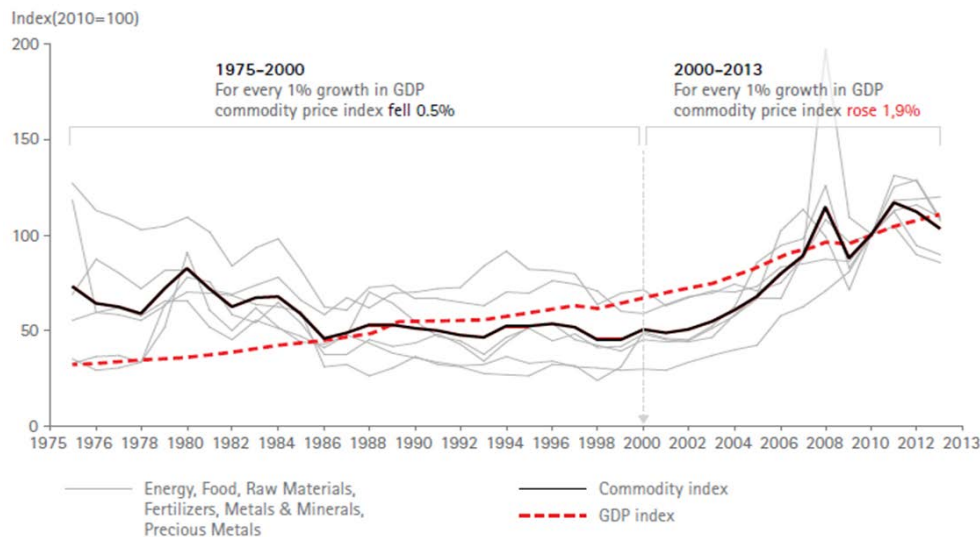
- 麥肯錫指出，全球先進國家面臨勞動力減速危機。我們即將迎來一個無法再仰賴勞動力增加帶動GDP與生產力成長的社會。
- 大幅度的生產力突破勢必要依賴創新經濟模式，以美國為例，自1990年以來，有超過三分之一的就業增長來自於先前從未存在過的職業。



二、經濟成長動能與資源消耗脫鉤

- 隨著新興市場急速膨脹的中產階級需求推升大宗商品(commodity)價格飛升，過去全球經濟發展的單向資源消耗模式正快速走向盡頭。
- 為了經濟永續發展，先進國家近年正苦思將經濟成長動能與資源消耗脫鉤的可行之道。加上環境保育及永續發展意識抬頭，亦促使全球企業由過去資源單向式消耗的模式，加速邁向共享經濟式創新。

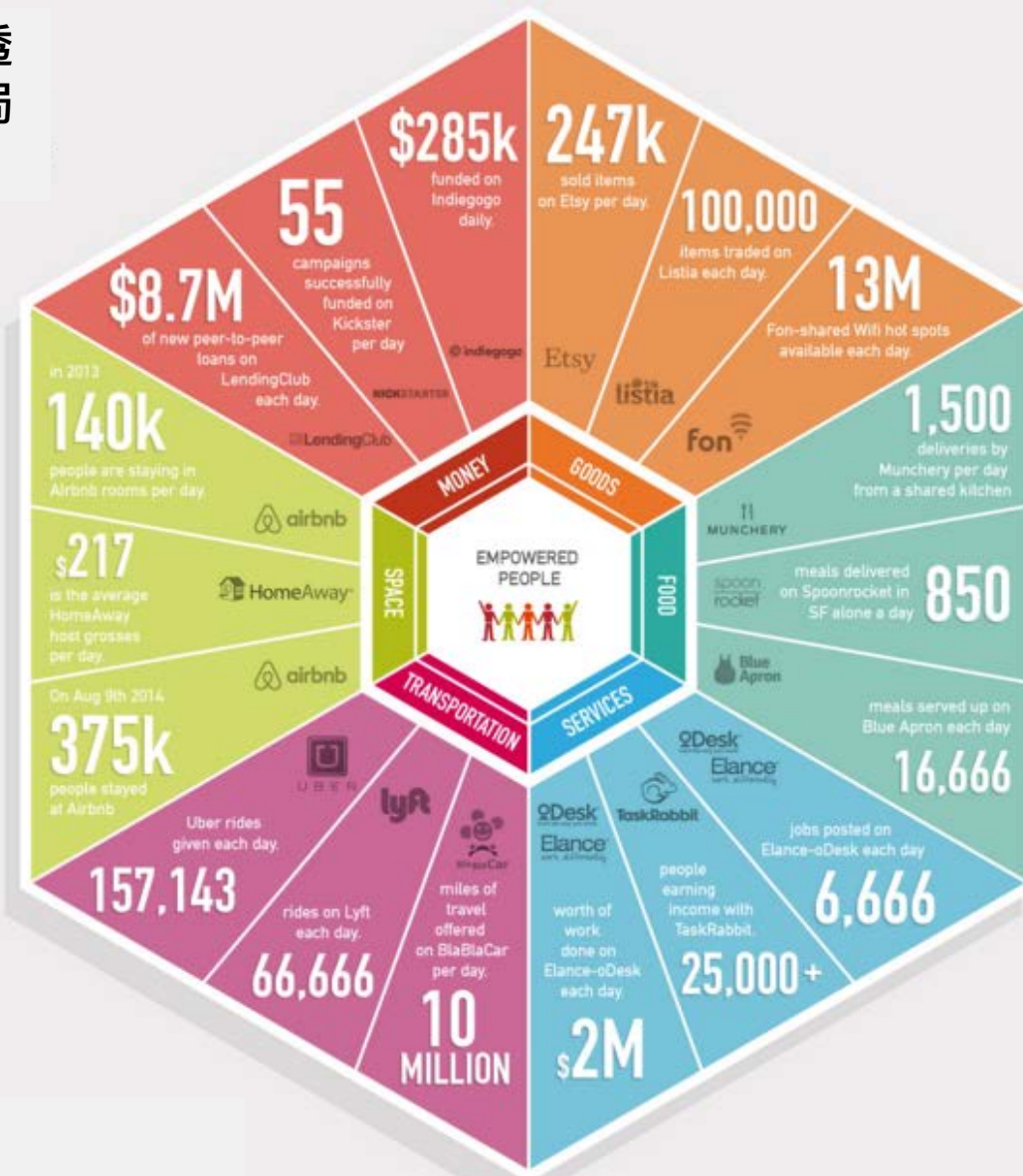
Commodity price & GDP index 1975-2013



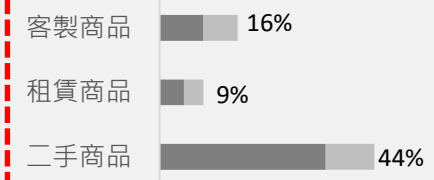
全球：共享經濟滲透全面性生活服務

共享經濟全面滲透 新創企業全球布局

- 共享經濟開始全面滲透進入各項生活情境，有助於創造出嶄新生活型態。
- 共享經濟已催生超過200家的新創企業，並在資本市場中獲得大量資金挹注。
- 根據PWC及德盛安聯預估，全球共享經濟產值預計至2025年將可衝破3,350億美元。Uber市值已成長至510億美元，現已成為全球新創企業第一大、全球科技業前25大企業。此外，Airbnb市值同樣快速成長至200億美元。



商品零售



餐飲及服務



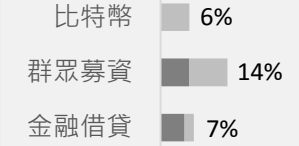
交通



空間



融資



■ 2014年滲透率 ■ 2015年滲透率

資料來源：CROWD COMPANIES；商發院創模所整理

全球：企業巨頭也開始擁抱共享經濟

- 除了新創企業外，不少傳統企業巨擘也開始投向共享經濟的懷抱：
 - 美國電商巨擘Amazon於2015年10月在西雅圖地區推出「Amazon Flex」服務，以群眾物流作為Prime Now限時一小時快遞服務網絡的一環，借助規模龐大且具備高彈性的共享經濟力量，解決最後一公里配送問題。
 - 德國DHL於2013年在瑞典推出一項名為MyWays的手機app程式，MyWays可媒合具配送需求的用戶與可提供配送服務的零散勞動力，用戶(MyWayers)可自由選擇貨品交收的地點、時間與願意支付的價格，其他用戶則可據此選擇是否願意承接。
 - 美國零售龍頭企業Walmart也曾考慮「租用」至實體店消費民眾的車輛空間，為其網購客戶運送商品，並給予提供運送服務的消費者購物優惠做為回報。
 - 美國最大連鎖藥局Walgreens與TaskRabbit策略結盟，透過TaskRabbit機制為Walgreens配送非處方藥。
- 大型企業的投入，可望帶動共享經濟模式由利基領域走向普遍的商業應用。



新創企業湧入，驅動共享經濟發展

新創企業驅動共享經濟模式持續沿革

共享經濟商業模式由最初的商品(二手物)交易開始，發展到目前已成為多面向產業，幾乎滲透進入每一個生活環節包括有形的商品、無形的服務或知識都可以是共享的標的。

1995年成立

大型免費分類廣告網站，目前已覆蓋超過70個城市。

2008年成立

民眾可以通過網站、手機或平板電腦發布、發掘和預訂全球獨特房源。目前已覆蓋超過190個國家。

2008年成立

透過網路平台媒合多元服務需求與零散勞動力。平台每筆交易抽取13%~30%的代價。

2009年成立

透過行動應用程式連結乘客與司機，提供載客車輛租賃及實時共乘的分享型經濟服務。目前已覆蓋超過70個城市。

2010年成立

全球最大自主學習線上課程網站，線上課程超過30,000門，覆蓋範圍包括美國、西班牙、日本及華文地區。



資料來源：Udemy；商發院創模所整理(2015/11)

新創企業：多元發展、高速成長

- 自2010年起，以共享經濟新模式的新創企業蓬勃發展，以Airbnb、Uber、Lyft、Instacart等新創企業為首，以線上中介平台打破過往私人企業經營的概念，將每個產值或商業單位縮小到個人。每個人都可以藉由線上中介平台提供或「分享」各種商品或服務，成為共享與循環體制的一環。

共享經濟模式多元新創企業



A TAXONOMY OF THE COLLABORATIVE ECONOMY: CATEGORIES AND EXAMPLES



資料來源：Crowd Companies；futuretrek；商發院整理

「共享經濟」與「傳統租賃」

共享經濟領域



P2P借貸
群眾募資



線上人才招募



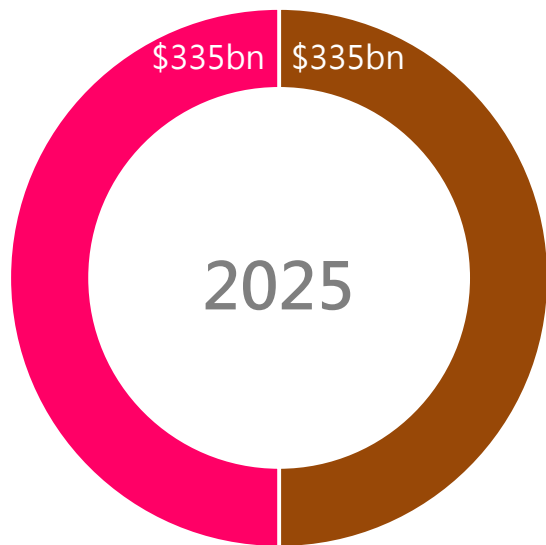
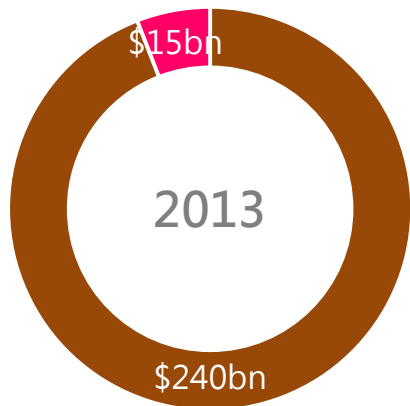
共享住宿



車輛共享



影音分享



共享經濟領域 ■ 傳統租賃產業

傳統租賃產業



設備租賃



住宿



書籍租賃



車輛租賃



DVD租賃

- 根據PWC的研究數據顯示，2013年全球共享經濟商業模式帶動的營收總值約為150億美金，市場仍以傳統租賃業務佔大宗。
- 然而，快速崛起的共享經濟商業模式將可能產生強烈的替代效應，衝擊既有市場結構。2025年共享經濟領域營收總值可望上看3,350億美金，與傳統租賃產業平分秋色。
- 不過，要順利達到上述營收目標，共享經濟商業模式仍須克服法規挑戰以及由於進入門檻低而難以達到規模化經營的瓶頸。

資料來源：pwc；商發院創模所整理(2015/11)

核心在於：釋放P2P的經濟價值

- 共享經濟去中介化的機制帶動供給端能力快速釋放，透過數位槓桿作用，達到快速廣泛的媒合。使原本存在於個人間(Peer to Peer)的分享行為，發展成為制度化的商業模式，並從中獲取利潤點。

共享經濟

1 共享經濟：市場典範轉移



過去
購買 = 排他性擁有



然而
財務限制為租賃與共享創造誘因



現在
購買 = 特定時間內的擁有權

2 共享經濟商業模式



民眾需要**快速且簡便**的解決方案

去中介化的
機制



快速廣泛的**媒合**

3 優勢

提高市場資訊透明度

建立市場供需行為大數據庫

提供多元化服務

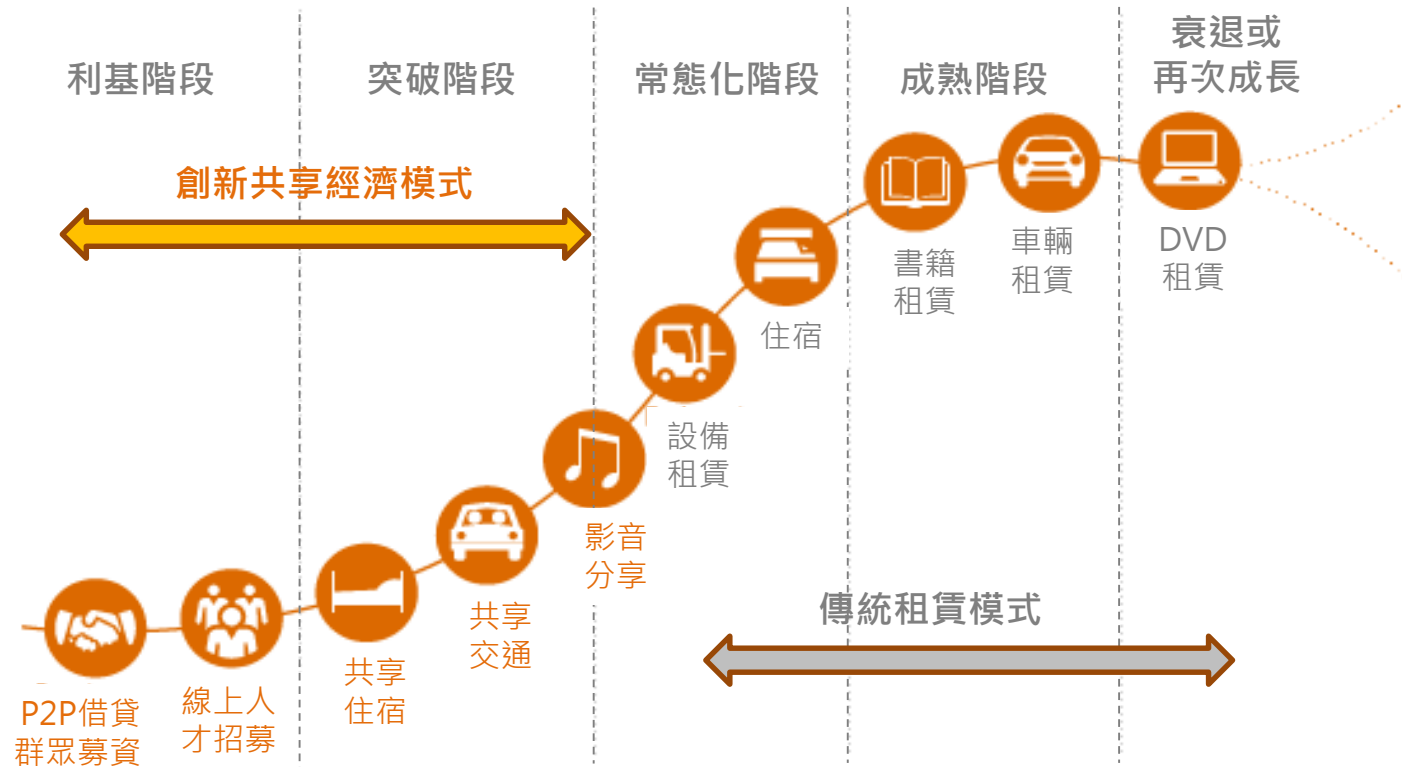
降低交易成本

資料來源：European Commission

共享經濟模式進擊的S型曲線

- 共享經濟商業模式沿著S型曲線逐步替代傳統租賃行業，位於S型曲線末端的DVD租賃、車輛租賃、書籍租賃可能受到較顯著的衝擊，消費者依賴度將出現弱化。另一方面，創新共享經濟商業模式中，則以影音、交通與住宿分享的發展腳步較快。

共享經濟商業模式的生命曲線(Life-cycle)

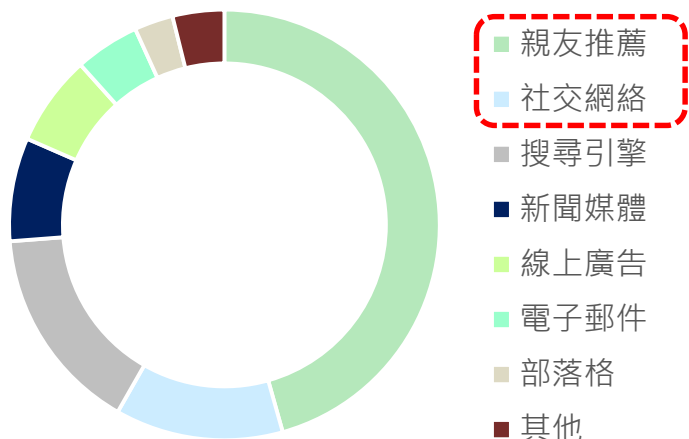


資料來源：pwc；商發院創模所整理(2015/11)

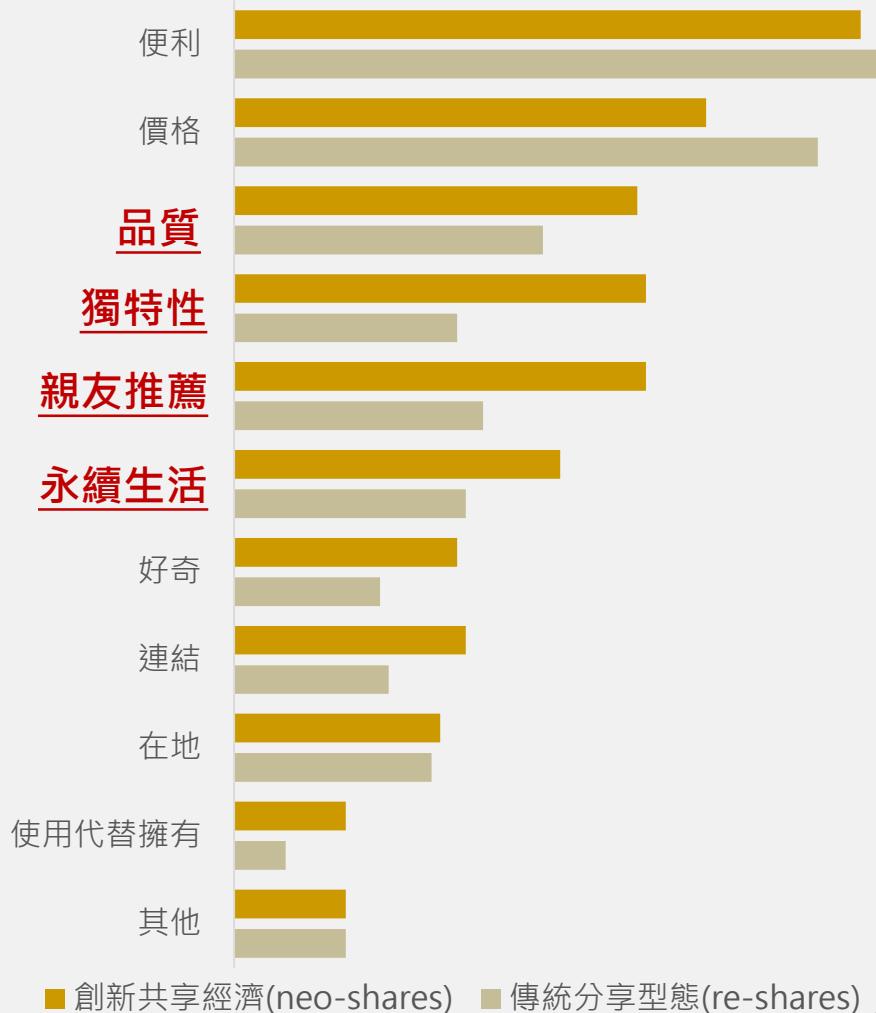
共享經濟形塑新購買行為

- 相對於傳統以二手物買賣為主要表現形式的分享行為，**創新共享經濟模式的使用者更看重商品與服務本身的品質與獨特性，價格的重要性顯著降低。**
- 周邊親友推薦與社交網絡為共享經濟模式最重要的曝光渠道。
- 共享經濟商業模式改變了傳統購買路徑，形塑出新的消費行為。

消費者如何找到共享經濟服務



民眾使用共享經濟服務的原因



中國大陸當地新創蓬勃發展，以共享循環為主軸

- | | |
|--------------------------|-----------------|
| 1、中國的Uber——滴滴快的 | 融資情況：30億 |
| 2、中國短租的Uber+Airbnb——木鳥短租 | 融資情況：A輪融資6000萬元 |
| 3、家政領域的Uber——阿姨幫 | 融資情況：千萬美元 |
| 4、二手市場的Uber——閒魚 | 融資情況：暫無數據 |
| 5、二手車行的Uber——瓜子網 | 融資情況：融資2億 |
| 6、創意服務的共享Uber——豬八戒網 | 融資情況：26億 |
| 7、小學課外輔導出來的Uber——瘋狂老師 | 融資情況：2400萬美元 |
| 8、廚房裡的Uber——阿姨廚房 | 融資情況：千萬融資 |
| 9、知識界的Uber——在行 | 融資情況：暫無數據 |
| 10、美甲也有Uber——河狸家 | 融資情況：C輪5000萬美元 |

中國大陸共享經濟當地代表性企業

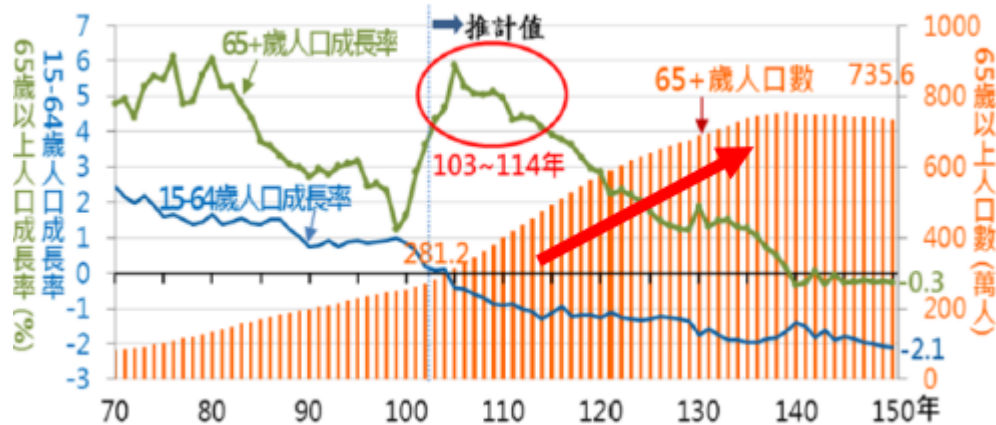
應用名稱										
應用名稱	滴滴快的	木鳥短租	阿姨幫	閒魚	瓜子網	豬八戒	瘋狂老師	阿姨廚房	在行	河狸家
所屬行業	租車	旅遊	家政	社區	汽車	社區	教育	家政	社區	美業
x輪融資	未透露	A	B	暫無	C	D+	S+	A	暫無	C
融資額	30億\$	6000萬¥	千萬¥	暫無	2億¥	26億¥	2400萬\$	千萬¥	暫無	5000萬\$
投資方	平安保險 快銀集團	梅花创投	聚源创投 順為資本	暫無	暫無	賽伯集團	駿翎資本 分享資本	祥峰投資	暫無	寬帶資本

資料來源：i黑馬網；商發院整理

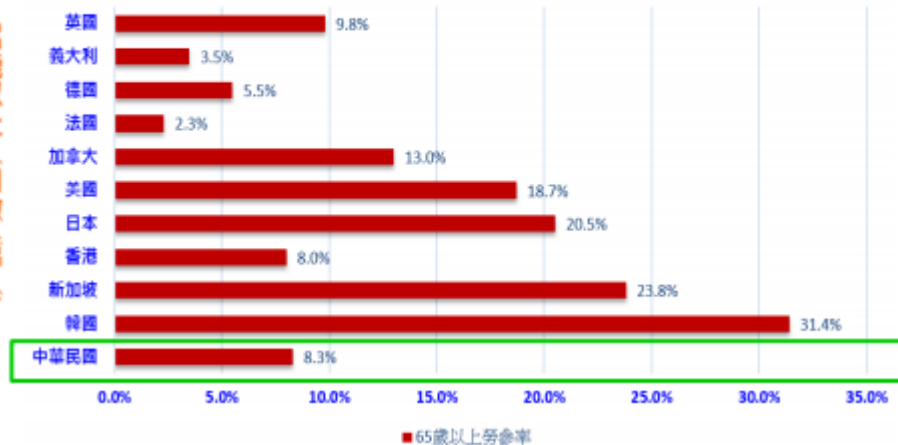
台灣為何要發展共享經濟模式： 提高勞動參與率

- 我國即將於2018年邁入高齡社會，2025年更將邁入超高齡社會(Super Aged Society)，所有產業均面臨勞動力大幅縮減的危機。對此，我國行政院於2016年研議提出《中高齡就業專法》，透過延後中高齡退休年齡以及獎勵雇主聘僱等方式提高高齡人口勞參率。
- 截至2016年4月，我國45至64歲人口之勞參率為62.32%、65歲以上勞參率為8.63%，日本45歲至64歲的勞參率為78.3%、65歲以上勞參率為21.2%，南韓45歲至64歲的勞參率為74.9%、65歲以上勞參率為31.9%，**顯見我國勞參率水準顯著低於亞洲鄰近國家，對經濟成長造成阻礙。**

人口變動趨勢



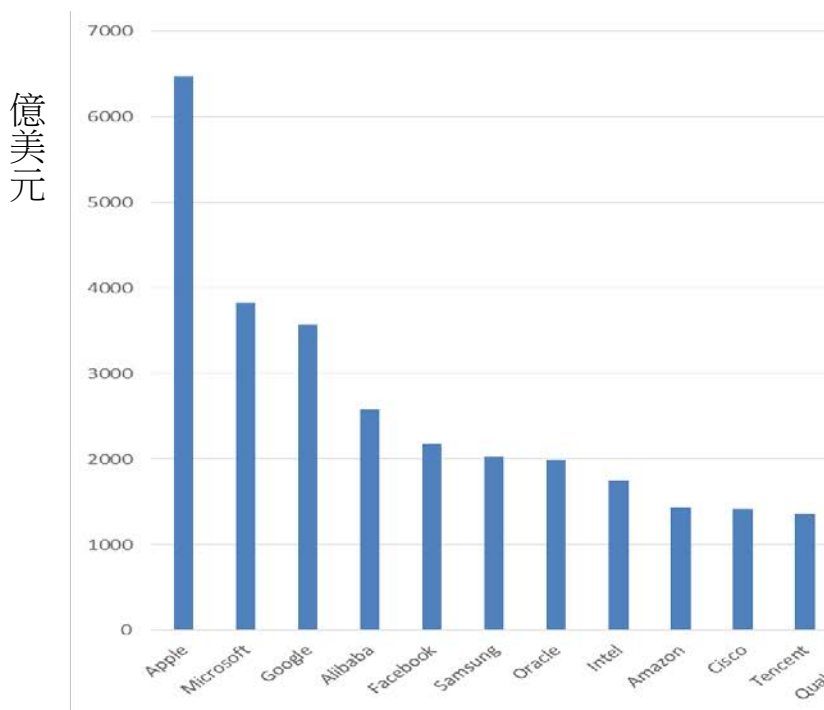
102年65歲以上勞參率



台灣為何要發展共享經濟模式： 朝向創新驅動經濟發展

- 台灣現正邁向已開發國家型的經濟結構，勞力成本攀升及規模效應已接近開發極限，未來我國將無法再仰賴勞動力及資源消耗帶動經濟成長。以高效能科技應用建構共享創新經濟發展，將成為先進國家經濟及產業發展的主要動能。
- 根據PWC及德盛安聯預估，全球共享經濟產值在2015年將達150億美元，預計至2025年將可衝破3,350億美元。Uber市值已成長至510億美元，現已成為全球新創企業第一大、全球科技業前25大企業。此外，Airbnb市值同樣快速成長至200億美元。

全球市值前25大科技企業



世界著名酒店集團規模及市場估值表

序号	酒店品牌	(登記) 客房數 (萬間)	市場估值 (十億美元)	平均客房估值 (萬美元)
1	洲際國際	68.7	10.5	1.5
2	希爾頓	67.9	27.8	4.1
3	萬豪	67.6	23	3.4
4	溫德姆	60	11	1.8
5	精品酒店	50	3.7	0.7
6	雅高	45.6	11	2.4
7	喜達屋	34.6	13.8	4
8	凱悅	14.7	9	6.1
9	Airbnb	80	20	2.5

注：據公開資料統計至2015年3月

資料來源：商發院整理

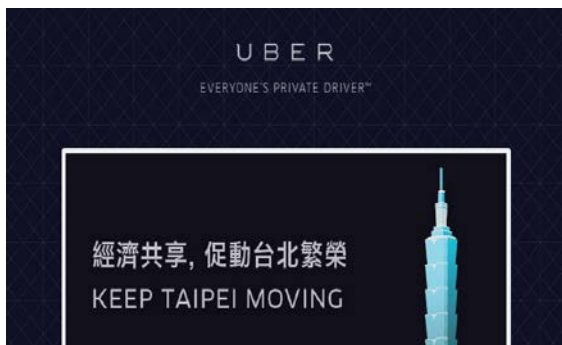
我國並未缺席共享經濟浪潮

- lalamove、GoGoVan、Uber、Airbnb等企業已進軍台灣市場，台灣本土亦有潔客幫、PickOne挑場地等類共享經濟模式的新創企業逐步發跡，**未來的觀察重心在於大型企業是否會投入、以及政府如何訂定合適法規以保障消費者，同時又保創新商業應用的活力與彈性。**
- 我國已形成層層分撥的都會圈體系，例如北北基、大台中與大高雄地區等，民眾工作、生活、採購、娛樂等多半在周邊區域中完成，發展出以高品質的「同城生活」與「個人消費」為核心的生活型態。未來以都會圈為單位，整合線上線下資源的「在地生活服務業」躍然而出，成為扶植我國群眾物流及其它共享經濟商業模式的沃土。
- 企業成功的關鍵在於是否能夠建立可長期持續的獲利模式，這意味著服務提供者必須做到精準的成本控管並維持高品質的服務競爭力。



外資企業以共享經濟模式滲透我國生活服務

- 全球新創企業以共享經濟模式快速擴張，滲透至我國各項生活服務層面，如計程車服務的Uber、短期住宿的Airbnb、共享機車物流的GOGO VAN及LALAMOVE等，但我國法令管制面對共享經濟仍未完善，對於外資企業又難以管理掌握。
- 我國在全球共享創新經濟發展中相對落後，目前既無本土企業成功商業規模化、亦未吸引創投資源投注，難與外資企業競爭。
- 打造共同創新的產業生態圈，以及跨業協作的科技整合平台，將有利於我國中小型新創團隊加速育成。



Uber

共享計程車服務
2013年進入台灣後爭議不斷，至今仍未達我國公路法之規定，且未曾繳稅。



Airbnb

短期住宿共享
已於台灣有1萬件房源、年服務外來旅客達32萬人次。



GOGO VAN

共享機車物流
香港新創團隊於2014年進入台灣，現有註冊配送員已達萬人。



LALAMOVE

共享機車物流
香港新創團隊於2015年進入台灣。

資料來源：各公司；商發院整理

已進入台灣的共享經濟平台

已進軍台灣的「類Uber」共享經濟平台



平台名稱	發源地	服務內容
lalamove 啦啦快送	香港	24小時物流平台，雙北1小時送到；加入平台成為兼職司機，利用空閒時間送貨
Tripda 趣達	巴西	駕駛設定行程，透過平台媒合順路旅行或通勤的夥伴
Agoda	泰國	線上預定住宿與多樣房型選擇，並提供低價優惠和促銷方案，顧客回饋住宿評鑑
Booking.com	荷蘭 阿姆斯特丹	從小型家庭自營民宿、商務公寓、五星級豪華套房，保證以最優惠價格提供，搭配租車服務
Airbnb	美國舊金山	通過網站或手機發布、發掘和預訂世界各地的獨特房源

資料來源：經濟日報；中國時報；HBR, Sarah Cannon Lawrence H. Summers(2014/10)

無可迴避的法規問題

Instacart執行長Apoorva Mehta：「我們正處於一個怪異的階段。好幾百萬人在這個新經濟型態中勞動，但法令定義卻不明確。」



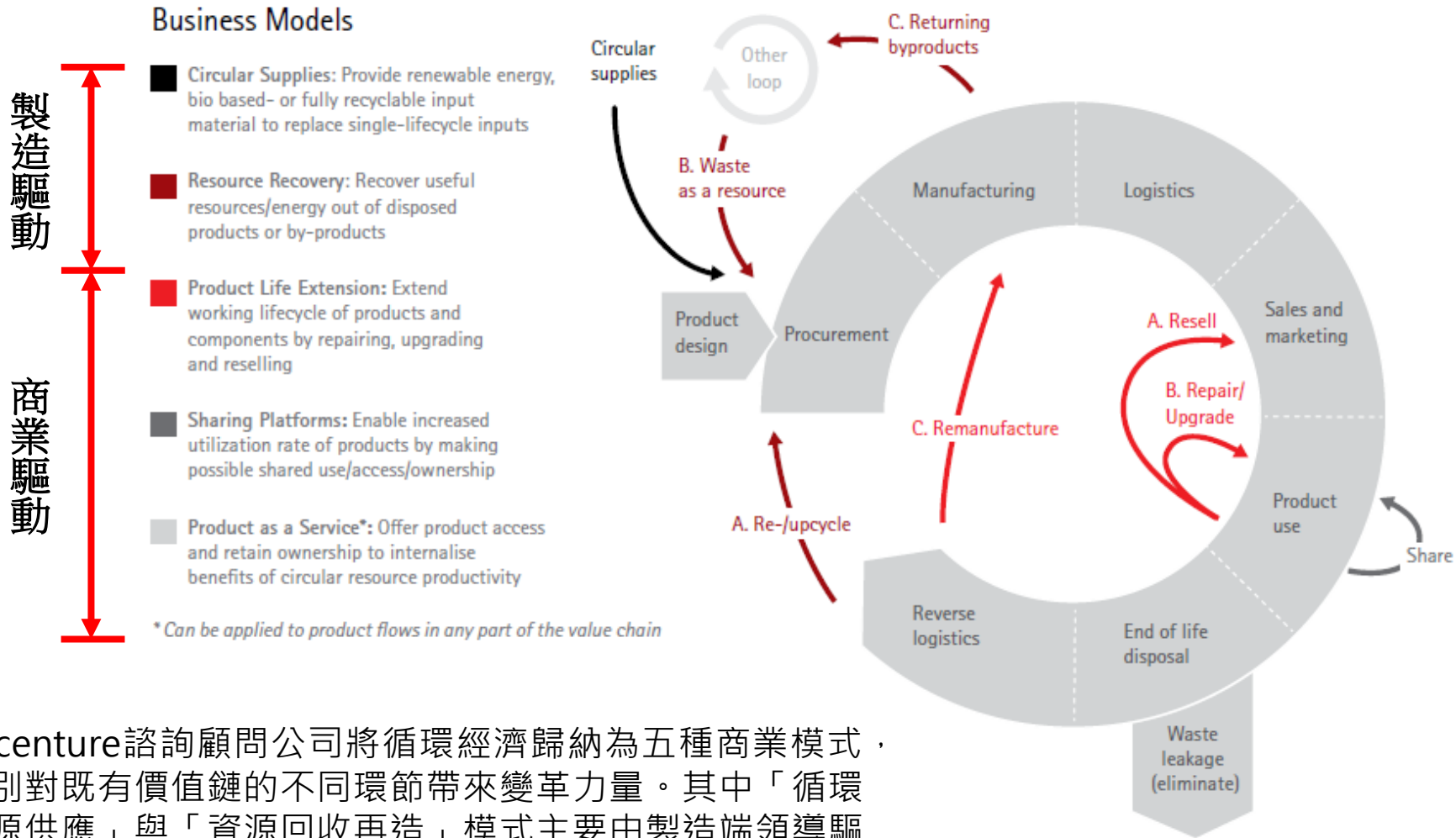
- 共享經濟商業模式的問世時間仍短，消費者、企業與政府監管單位均仍處於調適階段，未來還必須透過不斷的調整與磨合才能夠適應這項新的商業法則。
- 共享經濟的崛起使交易情境由企業對個人轉進至個人對個人，由於個人所能承受的風險程度與監管措施均較低，政府勢必需要針對這項議題研擬新的法規制度，在確保消費者安全保障的前提下，提供最大程度的商業創新空間。
- 我國行政院針對共享經濟模式已提出**需在台灣設立公司、合法繳稅以及確保消費者權益三項原則**，企業若符合相關標準，基本上政府均採取支持立場。

行政院推動共享經濟主張	
原則	<ul style="list-style-type: none"> • 需在台灣設立公司 • 合法繳稅 • 確保消費者權益
立法	目前未有專法，政院傾向透過現有法規找出共享經濟發展空間，視情況鬆綁或新增法令。
發展情況	lalamove啦啦快送、GoGoVan、Uber、Airbnb均已切入台灣，但政府尚未認可合法。

行政院電子商務發展綱領	
期程	2014~2020年
願景	<ul style="list-style-type: none"> • 打造台灣成為亞太電子商務創新及集資基地 • 以電商產業作為台灣進軍國際市場的動力
重點工作	<ul style="list-style-type: none"> • 健全國內電商基礎環境 • 鼓勵電商創新、創意、與創業 • 協助國內各項產業與電商結合 • 提供國際整備度、拓展新市場

循環經濟新商機

循環經濟創新商業模式： From Waste to Wealth



- Accenture 諮詢顧問公司將循環經濟歸納為五種商業模式，分別對既有價值鏈的不同環節帶來變革力量。其中「循環資源供應」與「資源回收再造」模式主要由製造端領導驅動；「商品生命延伸」、「共享平台」、「商品即服務」模式則由商業端領導驅動。

資料來源：Accenture

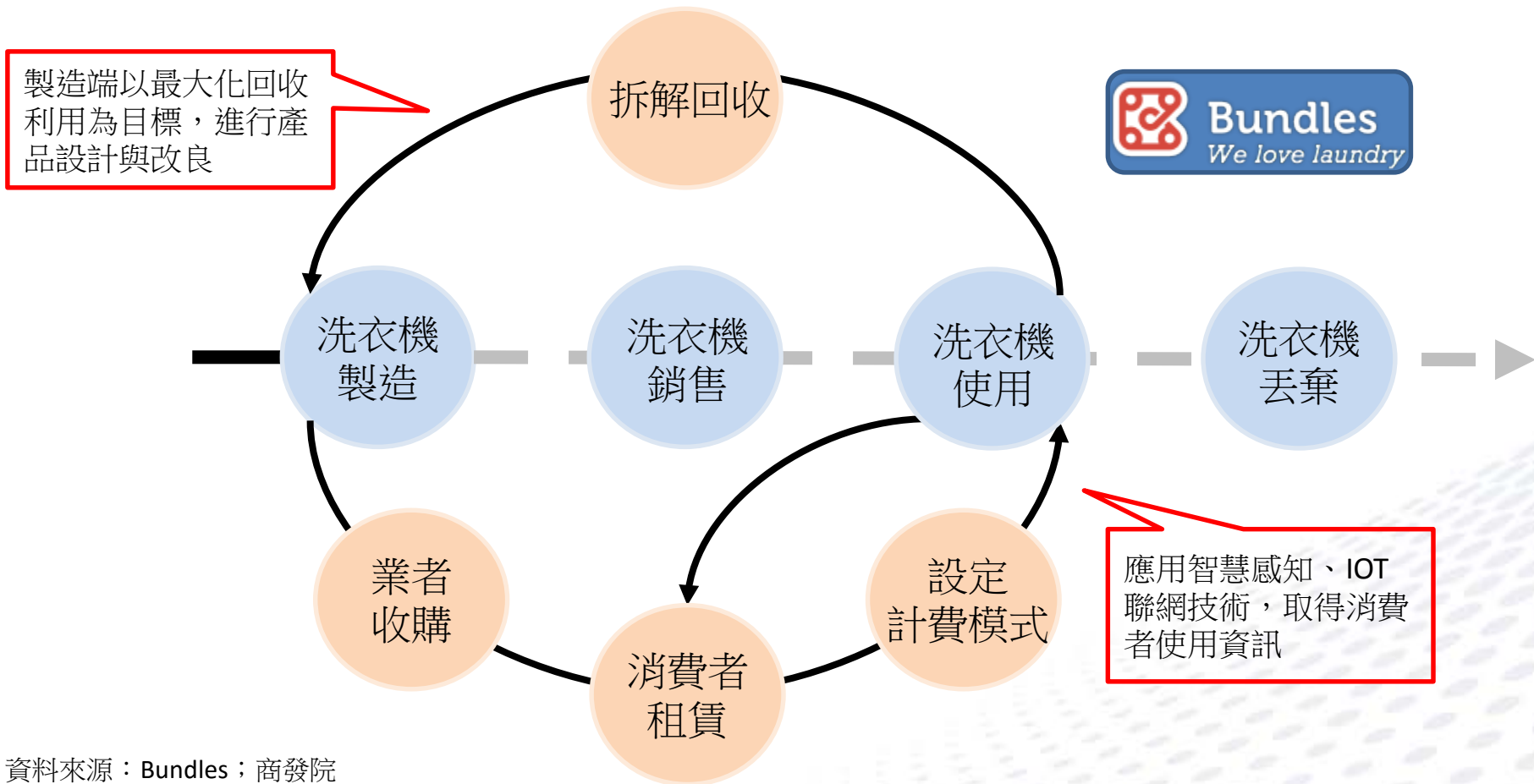
企業巨頭：擁抱循環與共享創新模式

- 麥肯錫顧問公司、世界經濟論壇與艾倫·麥克阿瑟基金會的報告指出，循環經濟將在五年內創造5億美金的淨收益、10萬個新工作，並避免1億噸的材料浪費；此外還具備讓全球每年省下1兆美元材料成本的潛力，在全球的循環製造業、回收產業中，創造超過100萬的潛在就業機會。
- 該基金會主導的 CE100 計畫，召集了飛利浦 Philips、聯合利華 Unilever、宜家家居 IKEA、可口可樂 CocaCola 等近百家企業、歐美高等教育界知名院校，和各國政府組織，一齊探討循環經濟的潛力、並共同面對挑戰。



商業驅動：荷蘭Bundles洗衣月租服務

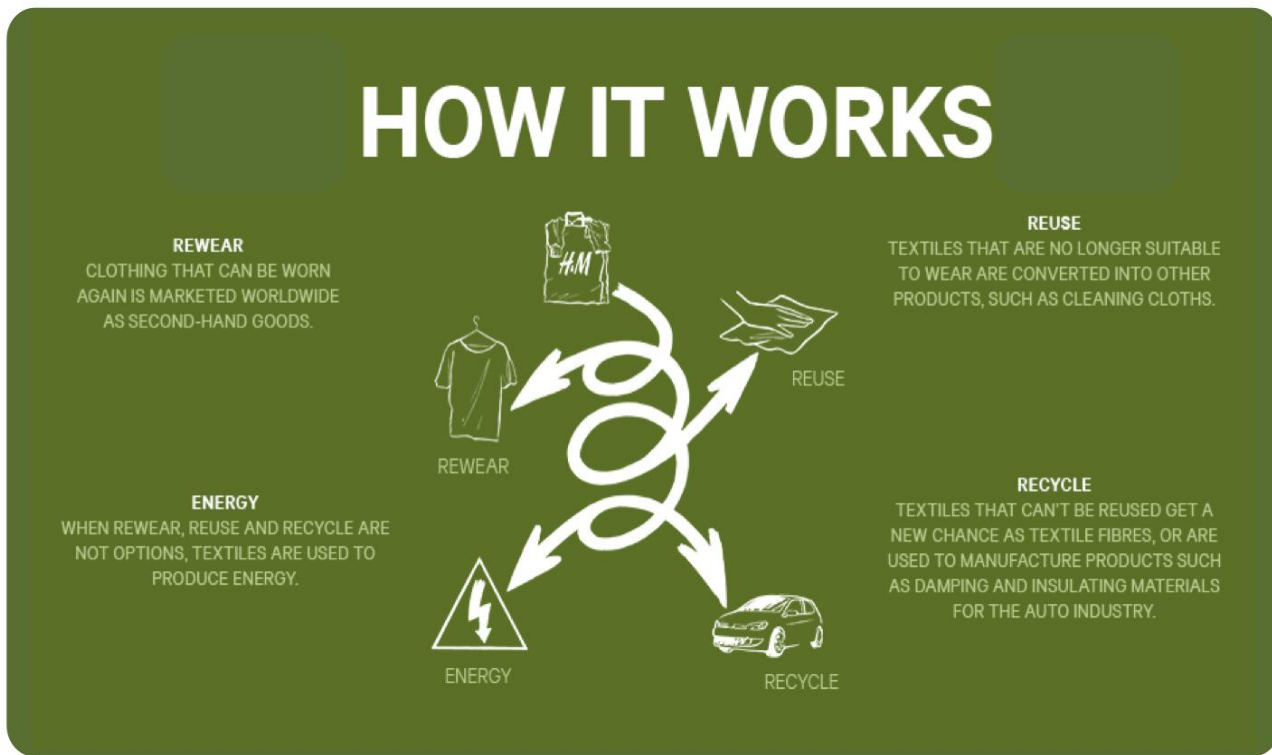
- 荷蘭新創公司Bundles提出「附上洗衣機的洗衣月租服務」，免費提供洗衣機到府安裝，再根據智慧連網技術，監測消費者使用次數及洗衣機狀況，做為收費基礎及維修更新規劃。
- 此模式打破過去資源單向式消耗模式，不但提升了洗衣機生命週期、降低閒置成本，更由商業模式趨動，影響上游洗衣機製造商願意與業者合作，改良機械設計、提升回收比例。



資料來源：Bundles；商發院

商業驅動：荷蘭Mud Jeans服飾租賃模式

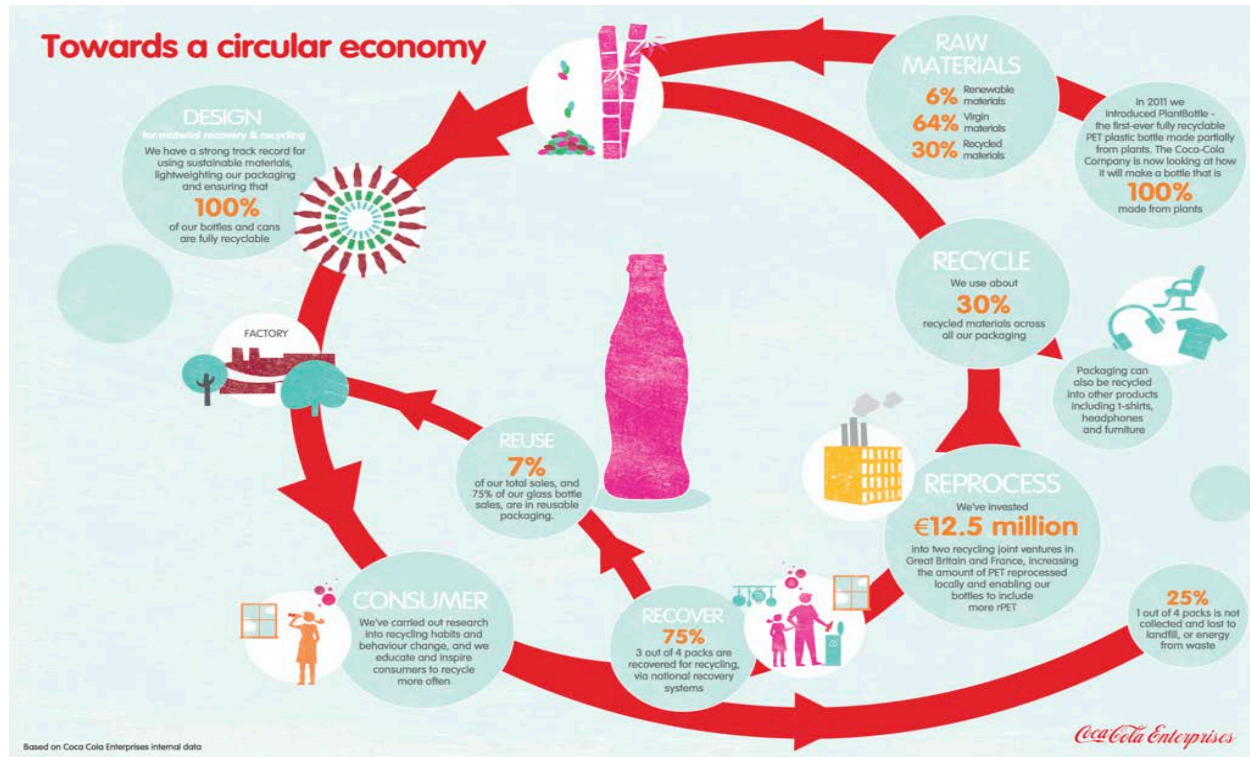
- 全球每年被丟棄的紡織品達數千噸，其中95%都可重新碾磨或回收利用。為突破織品服飾產業回收率偏低的挑戰，荷蘭有機棉牛仔褲廠商Mud Jeans推出租賃服務，消費者可透過租賃取代購買，廠商維持商品擁有權，以提高對原料的掌握程度。
- 租賃期限到達後，Mud Jeans將視商品狀態，選擇將原料修復再製或回收。
- 創新的服飾業循環經濟逐步受到各家企業採用，例如2011年H&M於瑞士發起「全球舊衣回收計畫」，並於2013年擴展至全球49個地區市場。



商業及製造驅動：可口可樂「2nd Lives」計畫



- 可口可樂公司在材料應用、設計製造、物流配送、回收再製等各環節投入節約與循環規劃，同時以商業及製造趨動，影響其商業生態系統的各個參與業者。
- 其中在越南發起推廣至亞洲多國的「2nd Lives」創新瓶蓋計畫，不但延長了塑膠瓶身的產品使用生命，更以低成本滿足落後地區生活需求、喚醒消費者資源利用意識，已成為標竿典範。

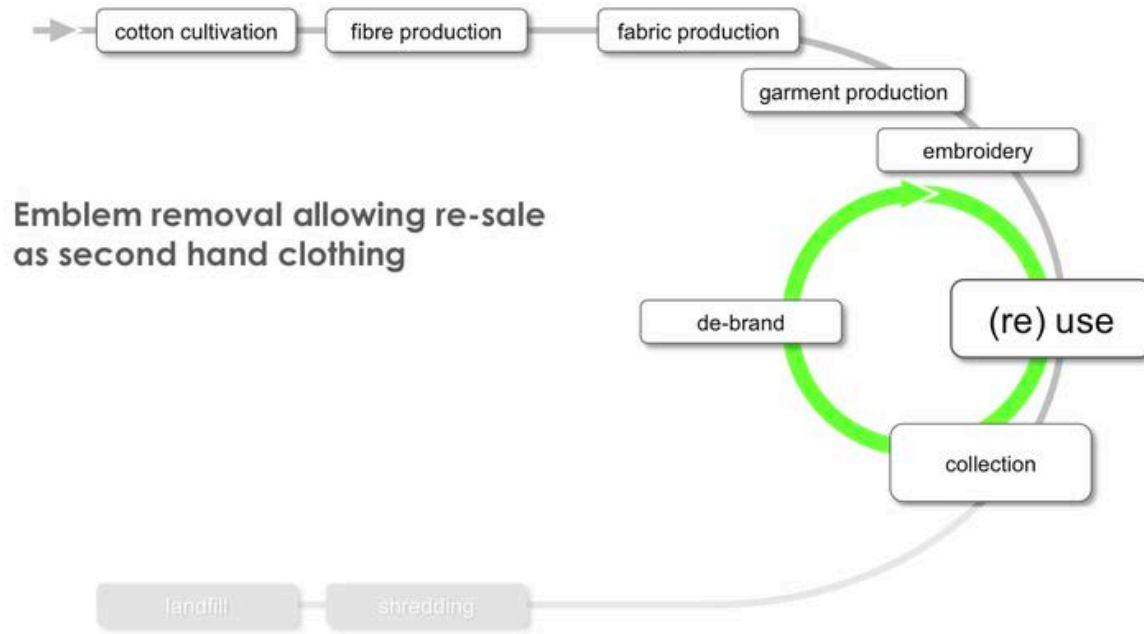


資料來源：Coca-Cola；Towards Circular Economy Report 2014

商業及製造驅動：英國Wear2工作服回收模式

- 英國新創公司Wear2提出「工作服回收再利用」模式，以模組化獨特設計及特殊材料製作工作服提供予企業使用，後可經低成本而簡化的再製程序，提供給其他企業繼續使用。
- 此模式結合纖維紡織科技及創新商業模式，打破過去大量單向消耗的企業制服市場模式，建構起低成本的二手衣再製循環經濟。

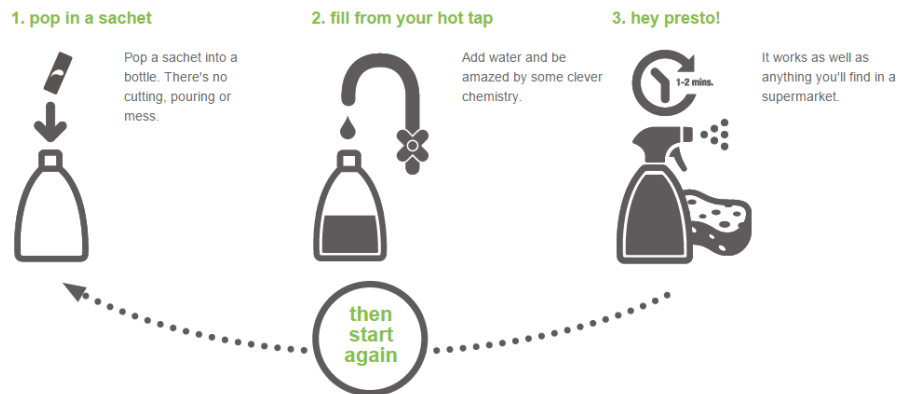
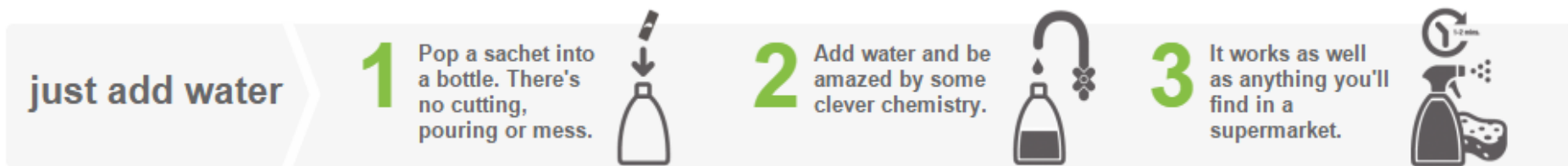
life-cycle options; de-brand + reuse



資料來源：WEAR-2；Towards Circular Economy Report 2014

商業及製造驅動：英國Splosh洗劑網購服務

- 2012年於英國創立的Splosh認為，除了透過實體通路單次買斷的方式外，家用清潔洗滌用品應該有更環保多元的購買及使用方式。因此，Splosh重新設計與製造產品包裝與成分，消費者可以透過網購的方式，購買具包裝瓶(starter box)的濃縮洗劑後自行稀釋使用，之後只需定期補充內容物即可。根據Splosh的統計，重複使用20次starter box，等同於減少了95%的包裝浪費。目前全球已有越來越多的家用液態清潔用品開始採用這樣的模式。
- Splosh 提出的模式重點在於，將可分解的生物製品與不可分解的工業製品分開銷售，透過重複利用的方式減少後者的使用量，以減少對環境的傷害。



資料來源：Splosh；Ellen MacArthur Foundation

結語

台灣在共享與循環經濟浪潮中的角色與機會？

1. 推動社會企業+服務模式，創造循環經濟商機

台灣在循環型農業、循環型服務業、循環型社會、生態建設的表現相對領先，例如縣市政府在垃圾減量與資源回收表現亮眼。未來更應發展「城市礦產」產業（靜脈產業），使城市回收體系能銜接，並積極開發與引進技術，使回收物能安全處置與再利用，進而產生新就業機會。

2. 以商業服務+製造設計，趨動循環經濟豐厚資本

國內緯創公司已投入消費性電子產品的售後服務與回收業務，營利率為代工本業的七倍以上。台北市U-Bike結合雲端資訊商及自行車製造商的「共享平台」成功經驗，亦吸引Gogovan（機車快遞APP）、Lalamove（及時物流平台APP）等新創業者將台灣視為重要試驗場域而積極進駐。台灣具備華人優質服務業及科技業設計代工能量，可以商業服務與製造設計結合，趨動循環經濟的豐厚資本。

3. 以CE100+立法為核心，共創循環經濟美好未來

參考國外CE100計畫作法，召集100家企業當先鋒，共同來推動產業發展及推動循環經濟立法，相信前景是樂觀的。

簡報完畢，敬請指教