

附表 1 国内外具有代表性的学者关于分享经济的定义

作者	定义	生产主体	闲置资源	两权分离	盈利目的	数字平台	分享对象
Felson 和 Spaeth(1978)	消费者在联合活动中与其他人一同消费产品或服务的行为, 这种特定的消费关系在人群相互依赖、协调与竞争的作用下, 以市场利基为出发点, 引导商品的一部分需求者转变为提供者。	消费者		是	是		消费品/服务
Benkler (2004)	数字网络发展和无线网普及催生的基于分享行为和“可分享商品” ^① 的经济生产方式, 其依赖大众协同生产或共同对等生产模式而非市场或层级结构解决各种资源配置问题。	大众	是	是 / 否		是	商品
Lessig (2008)	区别于商业经济, 分享经济是由复杂社会关系和社交因素推动的不以金钱为目的的社会交换。	社群			否 ^②		
Botsman 和 Rogers(2010)	在现代网络技术和对等群体的背景下, 社群中的人们基于分享、交换、租赁、交易、互换等方式突破所有权限限制享用不属于自己的产品和服务, 催生出“我的就是你的”的经济模式(协调消费), 其跨越了社会主义与资本主义的意识形态, 找到了一个共同的社会资源的分配方式。	社群		是		是	产品/服务
Gansky (2010)	一个依靠先进的数字技术, 通过社交媒体推送信息, 有效配置资源、提高利用率, 实现产品和服务在社区内即时分享, 具有全球规模化发展潜力的网。	社群	是			是	产品/服务
Lamberton 和 Rose(2012)	一种让顾客无需获取商品所有权、但能获取商品中相关利益的商业分享系统。	个人/企业		是	是		商品
Bardhi 和 Eckhardt(2012)	不发生所有权转移且可以进行市场调节的交易活动(使用权消费), 不同于所有权交易和单纯的分享活动。	个人/企业		是			
Belk(2007, 2014a, 2014b)	网络通信技术激励下的以分享, 既非礼物给予也非市场交易且不引起所有权转移为内核的商业模式, 但分享在更宽泛的语境下不再只限于利他行为。	个人		是	是 / 否	是	
Wosskow (2014)	促使资产、时间和技能的所有者与需求者之间形成分享关系的在线平台。	个人/企业		是	是	是	资产 / 时间 / 技能
Stephany (2015)	分享经济的价值在将闲置资产发布于网络而被社群中的人访问使用的过程中实现, 商品的服务化减少了人们对占有资产的需求。	社群	是	是		是	商品
Sundararajan (2016)	一种以人群为基础的资本主义(群体资本主义), 连接了市场经济和礼物经济的经济模式, 具有高度基于市场、利用闲置资本、依赖群体网络、个人与专业以及雇佣与零工之间界限模糊等特征。	社群	是		是		
Frenken 和 Schor(2017)	消费者出于盈利或非盈利目的将所拥有的未充分利用的实物资产的临时访问权提供给其他消费者。	消费者	是	是	是 / 否		实物资产
万东华等 (2017)	经济主体通过互联网平台分享闲置资源, 以低于专业性组织者的边际成本提供服务并获得收益的经济现象, 其本质是以租代卖, 资源的所有权与使用权分离。	个人/企业	是	是	是	是	产品/服务

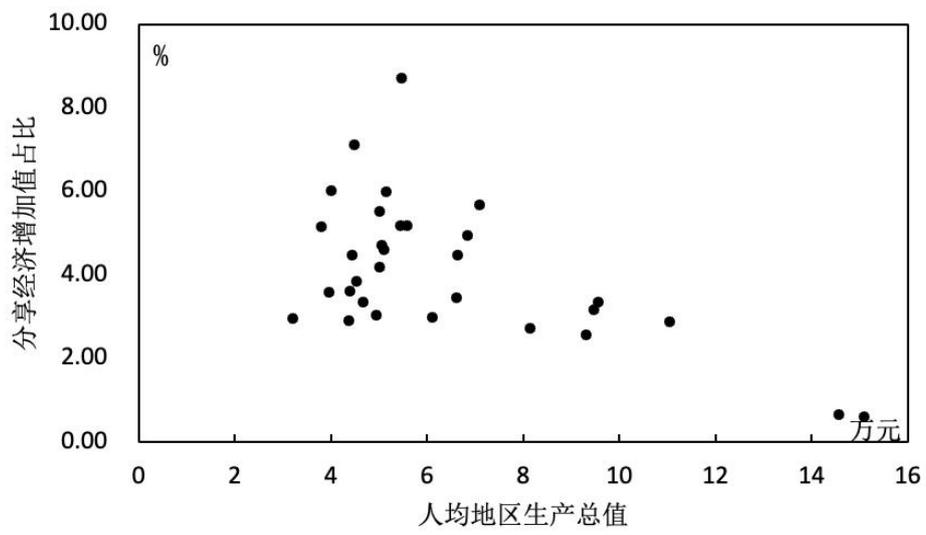
^① Benkler(2004)所指的“可分享商品”具有两个基本特征: 一是“大块性”, 即这些物品的功能是离散的, 消费者不可能购买低于最低能力的该物品, 而一旦购买, 无论需要与否, 都拥有了物品能提供的全部功能; 二是“中粒度”, 即这些物品具有私有产权, 且相对于所有者的需求而言, 使用存在闲置。

^② Lessig(2008)区分了两种口径的分享经济: 一是狭义分享经济, 是指出于利己动机的活动; 二是广义分享经济, 是指动机介于利己和利他之间的活动。利己不一定表现为以金钱为目的, 也可以是使自己境况改善的其他形式。

作者	定义	生产主体	闲置资源	两权分离	盈利目的	数字平台	分享对象
金红（2017）	分享经济是指居民将闲置资产通过数字平台与他人分享，进而获得收益的经济活动。	个人	是	是	是	是	
李晓华（2017）	分享经济就是利用新一代信息技术平台，将个人或企业等组织闲置或未加充分利用的商品、技能、时间、生产设施等资源，以较低的价格甚至免费的方式提供或转让给需要的个人或企业使用的一种新型的资源配置方式。	个人/企业	是	是	是/否	是	商品/技能/时间/生产设施
Dellaert（2019）	消费者的合作生产活动，其中部分资本货物和服务由个人消费者而不是企业提供，包括商业目标的消费者合作生产。	消费者			是		
向书坚等（2021）	分享经济是指通过有偿让渡闲置资源的使用权而提供非排他性市场服务的经济活动总和。	个人/企业	是	是	是		服务

附表2 2018年分地区、分行业广义分享经济增加值测算结果（亿元）

行业	住宿和餐饮业	信息传输、软件和信息技术服务业	科学研究和技术服务业	居民服务、修理和其他服务业	教育	卫生和社会工作	文化、体育和娱乐业	合计占地区增加值比重（%）
北京	93	7	3	42	17	6	17	0.56
天津	94	9	8	263	22	14	36	3.35
河北	293	31	14	351	93	117	40	2.89
山西	146	42	2	329	29	27	37	3.84
内蒙古	282	29	12	207	72	80	41	4.47
辽宁	249	31	14	693	80	86	61	5.17
吉林	166	20	5	477	41	43	48	7.11
黑龙江	198	14	9	299	59	47	34	5.13
上海	119	2	3	92	10	2	10	0.66
江苏	1092	125	134	832	193	111	185	2.87
浙江	712	50	38	429	62	63	125	2.55
安徽	552	91	58	673	86	56	245	5.18
福建	461	28	20	481	64	81	85	3.16
江西	333	88	13	309	24	25	158	4.19
山东	838	61	84	928	132	132	117	3.44
河南	871	63	105	817	107	157	220	4.69
湖北	898	165	51	767	63	51	386	5.67
湖南	700	179	71	1508	102	105	493	8.69
广东	1180	49	38	1075	139	138	96	2.72
广西	217	27	6	302	52	55	41	3.57
海南	177	9	1	68	2	9	7	5.52
重庆	353	63	16	462	21	64	88	4.94
四川	862	120	18	1025	39	134	369	5.99
贵州	309	49	6	387	43	22	106	6.01
云南	451	89	10	195	33	69	84	4.46
西藏	31	2	0	11	0	4	7	3.60
陕西	289	27	13	280	38	40	26	2.98
甘肃	106	13	5	69	10	26	10	2.95
青海	36	5	3	27	4	11	5	3.33
宁夏	40	13	0	31	6	8	9	3.04
新疆	147	21	2	344	6	32	36	4.60



附图1 2018年广义分享经济比重与人均地区生产总值的关系