

中国共享经济发展报告

2023



国家信息中心

State Information Center

信息化和产业发展部

分享经济研究中心

2023年2月

中国共享经济发展报告（2023）

目录

一、共享经济市场规模持续扩大	2
（一）共享经济市场交易规模同比增长 3.9%	2
（二）共享型服务和消费成为稳增长的重要力量	5
（三）共享经济在稳岗稳就业中发挥积极作用	10
（四）共享经济领域直接融资大幅下降	13
二、共享经济主要领域亮点凸显	15
（一）共享出行领域新一轮竞争聚焦合规运力	15
（二）本地生活服务市场竞争更加激烈	17
（三）制造业共享经济发展步伐加快	19
（四）共享经济助力绿色低碳发展	21
三、共享经济治理创新护航规范发展	23
（一）治理制度体系持续完善	23
（二）制度实施取得新成效	25
（三）重点领域治理创新持续推进	27
四、共享经济发展趋势展望	29
（一）共享经济发展的宏观经济环境喜忧参半	29
（二）共享经济发展的政策环境更加优化	30
（三）共享经济成为拼经济扩内需的重要抓手	32
（四）元宇宙为代表的技术创新带来新机遇	34
（五）共享经济平台治理呈现新趋势	36

附：企业案例	38
积极履行社会责任，构建新型餐饮外卖生态——美团外 卖的实践探索	38
以创新升级服务助力人民更充分就业——“云账户”平 台的实践探索	43
以数字技术赋能助力新业态劳动者权益保障体系建设—— 好活科技的实践探索	47
致谢	50

图表目录

图 1 2022 年我国共享经济市场结构情况	3
图 2 2022 年我国主要领域共享经济市场规模增长情况	3
图 3 2018-2022 年网约车与巡游出租车客运量占比情况	6
图 4 2018-2022 年在线外卖收入占全国餐饮业收入的比重	7
图 5 2017-2021 年共享住宿收入占全国住宿业客房收入的比重	9
表 1 2021-2022 年我国共享经济发展概况	2
表 2 2022 年主要生活服务领域共享型服务普及情况	7
表 3 2021-2022 年主要生活服务领域共享型服务支出占比	8
表 4 2020-2022 年共享经济主要领域直接融资规模	14

中国共享经济发展报告（2023）

共享经济是利用互联网平台将分散资源进行优化配置，通过推动资产权属、组织形态、就业模式和消费方式的创新，提高资源利用效率、便利群众生活的新业态新模式。共享经济强调所有权与使用权的相对分离，倡导共享利用、集约发展、灵活创新的先进理念；强调供给侧与需求侧的弹性匹配，促进消费使用与生产服务的深度融合，实现动态及时、精准高效的供需对接。共享经济是信息革命发展到一定阶段后出现的新型经济形态，是强调以人为本和可持续发展、崇尚最佳体验与物尽其用的新的消费观和发展观。

本报告是国家信息中心推出的第八份共享经济年度报告，对 2022 年我国共享经济发展的最新态势及未来趋势进行了全面分析，以期为政府决策、产业发展和公众参与提供参考借鉴。

2022 年是党的二十大胜利召开之年，也是实施“十四五”规划关键的一年。我国经济社会发展面临的国际环境更加复杂严峻，国内疫情散发带来更大考验和挑战，我国高效统筹疫情防控和经济发展，扎实稳住经济一揽子政策措施落地见效，保持了经济社会大局稳定，国内生产总值同比增长 3%，经济规模整体再上一个新台阶。2022 年我国共享经济市场规模持续扩大，在增强经济发展韧性和稳岗稳就业方面发挥了积极作用，共享经济主要领域亮点凸显，

平台治理制度建设和执法实施取得新成效，规范发展水平进一步提高。

一、共享经济市场规模持续扩大

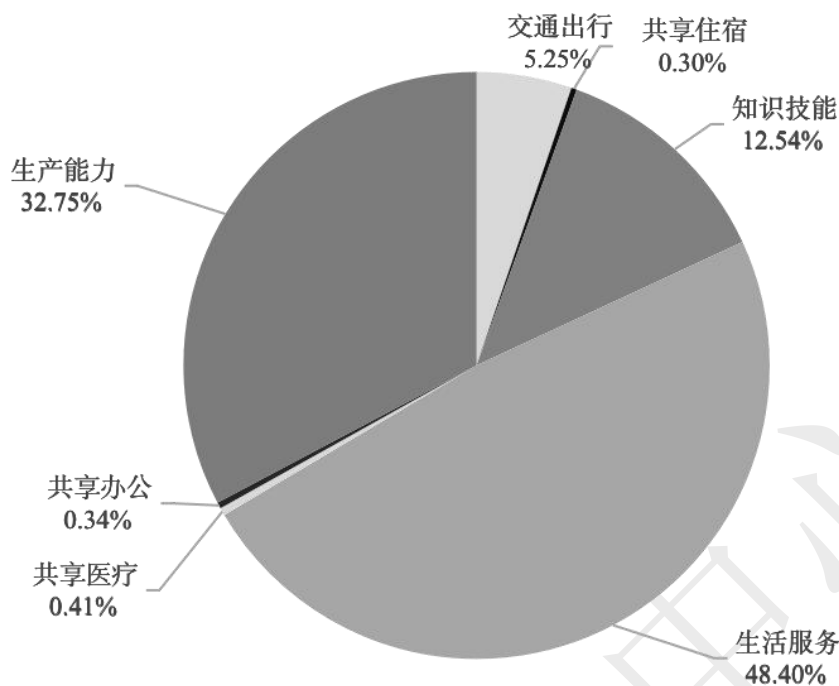
（一）共享经济市场交易规模同比增长 3.9%

初步估算，2022 年我国共享经济市场交易规模约为 38320 亿元，同比增长约 3.9%（表 1），增速较上年有所放缓。从市场结构上看，生活服务、生产能力和知识技能三个领域共享经济市场规模居前三位，分别为 18548 亿元、12548 亿元和 4806 亿元。

表 1 2021-2022 年我国共享经济发展概况

领域	共享经济交易额（亿元）		
	2021 年	2022 年	2022 年同比增速
交通出行	2344	2012	-14.2%
共享住宿	152	115	-24.3%
知识技能	4540	4806	5.9%
生活服务	17118	18548	8.4%
共享医疗	147	159	8.2%
共享办公	212	132	-37.7%
生产能力	12368	12548	1.5%
总计	36881	38320	3.9%

数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

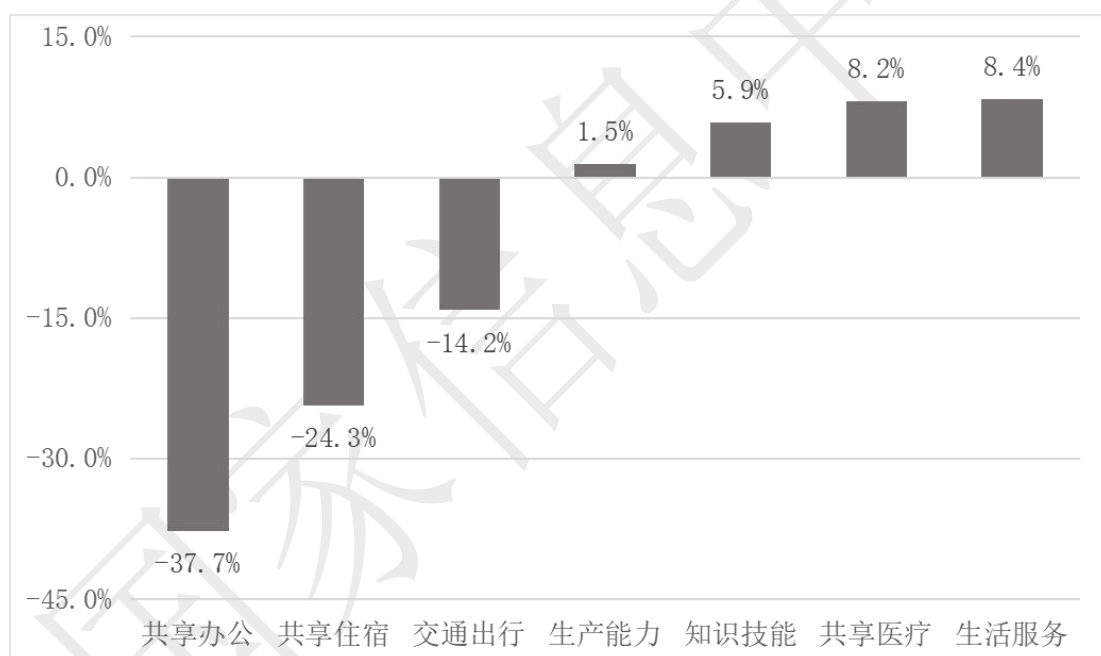


数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

图 1 2022 年我国共享经济市场结构情况

不同领域共享经济发展的不平衡性凸显。从主要领域共享经济市场规模情况看（图 2），生活服务和共享医疗两个领域市场规模同比分别增长 8.4%和 8.2%，增速较上年分别提高了 2.6 个百分点和 1.7 个百分点，呈现出持续快速发展的良好发展态势。生活服务领域，在疫情催生的“宅经济”带动下，居民线上消费需求激增，平台企业在保障生活物资供应和满足居民消费需求等方面发挥了重要作用。美团平台通过强大的同城物流网络，完善的站、仓、人、柜配送体系，确保履约能力和服务水平。一方面加大仓储分拣力量建设，额外增加 70%的一线分拣人员保证供应；另一方面加大末端配送力量，在疫情严重区域按照正常情况下 1.5 倍配备人手。仅在北京、上海两地就有约 6.5 万骑手参与保供。京东到家平台全面升级保供举措，联合核心保供商家加大民生必需品备货量，同时加强达达快送配送

运力筹措，启动全国范围内无接触配送，助力保障民生需求。医疗服务领域，服务内容和范围持续拓展，满足人们的在线问诊需求。国家卫健委数据显示，截至 2021 年底，我国 100% 的省份、85% 的市、69% 的县建立了区域全民健康信息平台，全国 7000 多家二级以上公立医院接入区域全民健康信息平台。中国互联网络信息中心发布的数据显示，截至 2022 年 6 月，我国在线医疗用户规模达 3 亿人，占整体网民的 28.5%。此外，知识技能和生产能力领域市场规模同比分别增长 5.9% 和 1.5%，市场规模持续稳步扩大。



数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

图 2 2022 年我国主要领域共享经济市场规模增长情况

受多种复杂因素影响，共享空间、共享住宿、交通出行三个领域共享经济市场规模显著下降，同比分别下降 37.7%、24.3% 和 14.2%；其中共享住宿领域下降幅度较上年进一步扩大。主要原因是 2022 年疫情呈现点多、面广、频发等特征，对国内旅游、住宿、出行等各方面影响较大。文化和旅游部发布的数据显示，2022 年国内旅游总人次

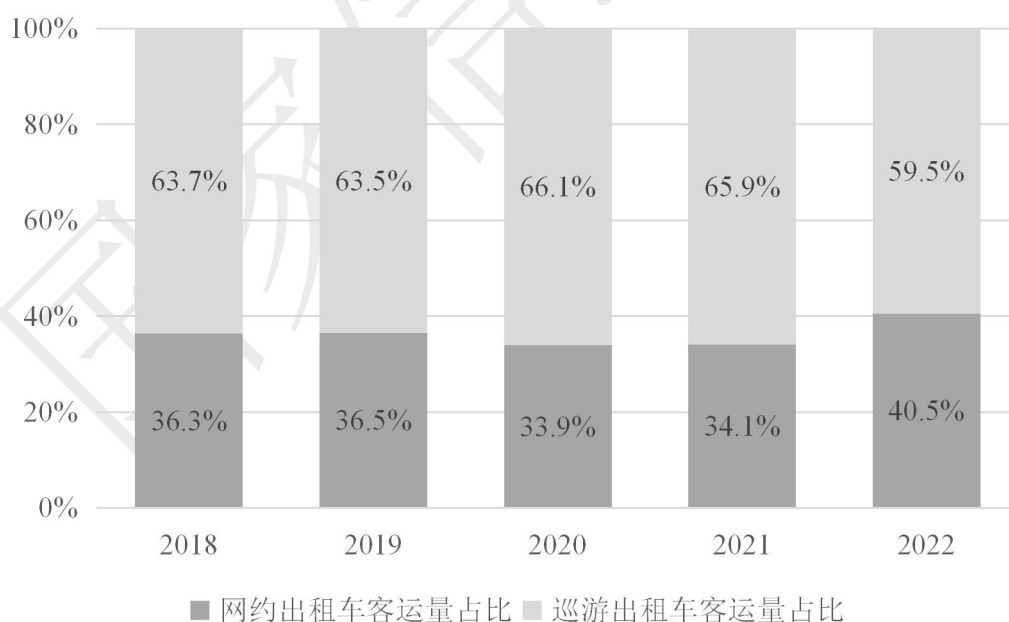
25.3 亿，比上年下降 22.1%，国内旅游收入（旅游总消费）2.04 亿元，同比下降 30%；2022 年前三季度星级酒店营收同比下降 15.98%。交通运输部网约车监管信息交互平台数据显示，2022 年全年网约车平台订单量同比下降 16.8%。共享办公领域，由于不少市场主体在疫情期间退出，平台企业面临巨大的运营压力。截至 2022 年 6 月，国内共享办公空间运营商优客工场管理面积约 98.6 万平方米，为大约 118.3 万会员提供服务；其 2022 年 5 月发布的财报数据显示，2021 年第四季度实现净收入 3.03 亿元，同比增长 8.7%；净亏损则达 16.976 亿元。

（二）共享型服务和消费成为稳增长的重要力量

受多重因素影响，2022 年我国消费总体表现不佳。国家统计局数据显示，全年社会消费品零售总额约为 43.97 万亿元，同比下降 0.2%；除汽车以外的消费品零售额约为 39.4 万亿元，同比下降 0.4%；最终消费支出对经济增长的贡献率仅有 32.8%。这种形势下，网络零售市场总体稳步增长，2022 年全国网上零售额达 13.79 万亿元，同比增长 4%。实物商品网上零售额 11.96 万亿元，同比增长 6.2%；在社会消费品零售总额中的占比呈现新高，达到 27.2%。共享经济作为顺应人类生产生活数字化趋势、依托互联网平台发展起来的新型业态，既成为疫情期间弥合民生需求缺口的重要力量，也成为消费升级大趋势下满足人民多样化、灵活化、个性化消费需求的重要载体。

从发展态势看，在交通出行领域，2022 年网约车客运量占出租车总客运量的比重约为 40.5%（图 3），占比较上

年提高 6.4 个百分点¹。实践层面看，网约车行业发展呈现出一些新特点。一是网约车平台企业数量不断增长。根据交通运输部全国网约车监管信息交互平台统计，截至 2022 年底，全国共有 298 家网约车平台公司取得网约车平台经营许可，比 2021 年底增加了 40 家。二是行业管理制度进一步完善。2022 年交通运输部发布了新的《网络预约出租汽车监管信息交互平台运行管理办法》，对 2018 年发布的管理办法进行修订，加强网约车监管信息交互平台的运行管理工作，规范数据传输，提高了网约车行业监管效能，进一步促进行业公平竞争和行业健康发展。三是主流网约车平台合规率显著提升。据交通运输部数据，2022 年 11 月各主流中心城市中有 16 个城市网约车订单合规率超过 80%，与 2021 年年初相比，滴滴出行、美团打车、曹操出行等平台订单合规率普遍实现翻倍增长。

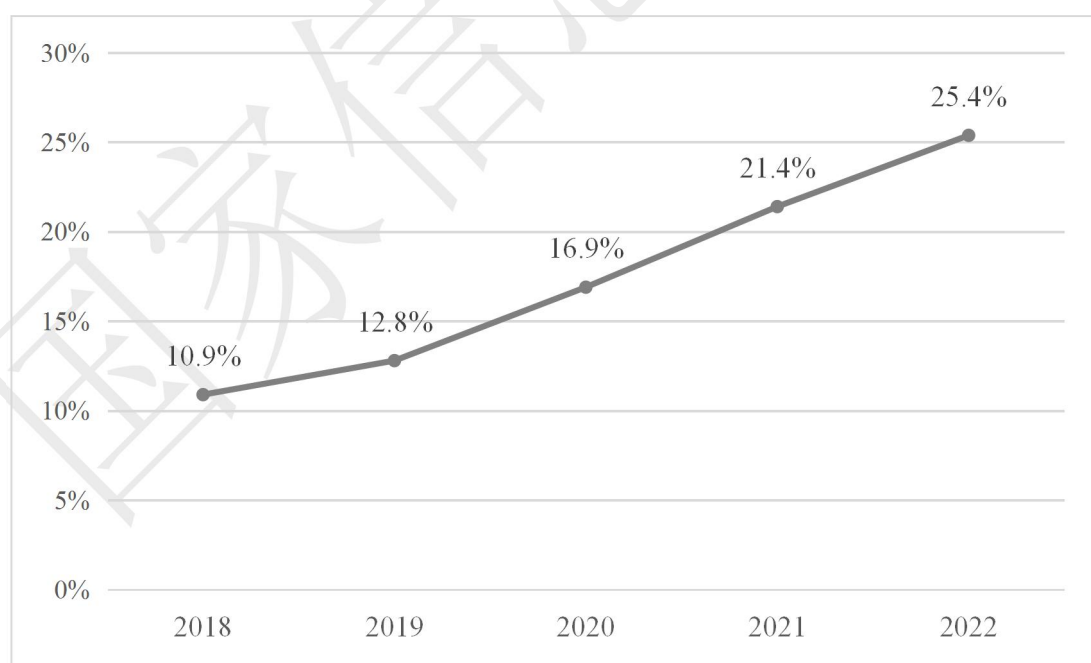


数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

图 3 2018-2022 年网约车与巡游出租车客运量占比情况

¹ 2022 年度共享经济年度报告中，网约车客运量占比为初步估算数据。根据交通运输部《2021 年交通运输行业发展统计公报》中巡游出租汽车客运量，以及全国网约车监管信息交互平台公布的网约车订单量，对数据进行更新和重新计算，将 2021 年网约车占客运量占出租车客运量的比重修正为 34.1%。

在生活服务领域，2022年在线外卖收入占全国餐饮业收入比重约为25.4%，占比较上年提高4个百分点（图4）。近年来，随着人们生活消费方式的变化和平台经济的快速发展，我国外卖市场规模持续扩大，日益成为推动餐饮行业发展的重要力量。受疫情影响，2022年在线外卖成为满足居民餐饮消费需求的重要保障，也使得大量商户可以“闭店不歇业”。美团、饿了么等生活服务平台积极响应政府号召，充分发挥海量配送运力及大数据调配能力，大力推动无接触配送，助力稳经营、稳商家和保民生。2022年，美团自动配送车已经累计为用户配送超250万单；在四、五月疫情期间，自动配送车在上海单日配送产能近2万单，累计配送超70万单；在北京累计送出生活物资金额价值超百万元。



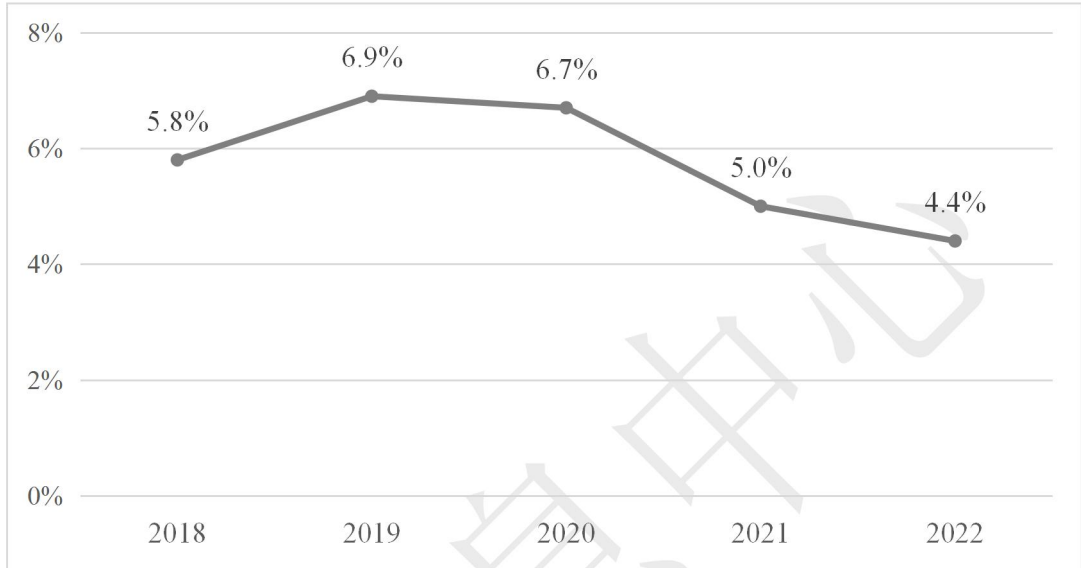
数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

图4 2018-2022年在线外卖收入占全国餐饮业收入的比重

在住宿领域，2022年共享住宿收入占全国住宿业客房收入的比重约为4.4%（图5），占比较上年下降0.6个百分点²，但降幅较上年明显收窄。为减少疫情对旅游住宿业的冲击，相关部门出台一系列助企纾困举措帮助企业共渡难关。2022年国家发展改革委、文化和旅游部等14部门联合出台《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》，各地也相继出台进一步的落实措施，为旅游住宿业应对疫情冲击提供更多支持；文化和旅游部等10部门联合印发了《关于促进乡村民宿高质量发展的指导意见》，进一步加强对行业发展的指导、放宽准入和优化政策环境，为乡村民宿发展创造更好的外部环境。另一方面，针对疫情影响下人们出游的偏好变化，如城市民宿需求萎缩，近郊乡村民宿热度持续升高，平台企业积极调整运营策略，满足人们的多样化住宿服务需求。在城市，平台企业积极参与城市更新和旧房改造项目，与地方政府合作建设智慧社区生态系统，助力发展共享住宿新业态。2021年成都市锦江区政府与小猪民宿合作，推出全国首例将老旧小区整体改造成为共享民宿新业态的城市更新项目。截至2022年底，旧改民宿全年平均入住率超80%，平均客单价350元/晚，项目已成为成都市新晋民宿打卡点。在农村，随着国家乡村振兴战略实施和国民休闲旅游度假转型升级，乡村民宿迎来发展红利期，平台企业加快“上山下乡”步伐，深入下沉乡村市场。2021年9月，阿里巴巴集团飞猪旅行战略投资小猪民宿，重点围绕着乡村振兴战略，与目的地政府、企业合作，推动乡村民宿集群项目“宿集村”在全

²2022年度共享经济年度报告中，共享住宿收入占全国住宿业客房收入的比重为初步估算数据。根据国家统计局公布的最新“限额以上住宿业收入”和“限额以上住宿业客房收入”，对数据进行更新和重新计算，将“2021年共享住宿收入占全国住宿业客房收入的比重”修订为5.0%。

国落地，致力于依托“互联网+乡村产业”引入品牌民宿集群等业态，将乡村闲置空心村宅活化，以民宿产业为杠杆，带动文旅融合和乡村新业态。



数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

图 5 2018-2022 年共享住宿收入占全国住宿业客房收入的比重

从用户和消费侧看，2022 年网约车用户、共享住宿用户和在线外卖用户在网民中的普及率分别为 38.54%、6.63% 和 61.44%（表 2）。

表 2 2022 年主要生活服务领域共享型服务普及情况

领域	用户规模（万人）	网民普及率
网约车	40507	38.54%
共享住宿	6970	6.63%
在线外卖	64581	61.44%

注：①2022 年网民规模，在线外卖，网约车用户数来自 CNNIC《第 50 次中国互联网络发展状况统计报告》（均为 2022 年上半年数据）；②共享住宿相关数据来源：国家信息中心分享经济研究中心。

从主要领域共享型服务支出占比来看（表3），2022年在线外卖人均消费支出在餐饮消费支出中的占比约25.4%，较上年提高了4个百分点。网约车人均消费支出占出行消费支出的比重约为7.8%，较上年下降1.1个百分点。共享住宿人均支出在住宿消费中的占比约为4.4%，较上年下降0.6个百分点。

表3 2021-2022年主要生活服务领域共享型服务支出占比

领域	人均消费支出（元）		共享型服务支出（元）		共享型服务支出占比	
	2021年	2022年	2021年	2022年	2021年	2022年
网约车	2891.3	1818.9	256.4	142.5	8.9%	7.8%
住宿	215.2	183.0	10.8	8.1	5.0%	4.4%
餐饮	3319.8	3111.6	709.6	789.7	21.4%	25.4%

数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

（三）共享经济在稳岗稳就业中发挥积极作用

2022年，受多重因素的超预期影响，平台企业经营面临巨大压力和困难。国务院积极研究部署，运用多种政策工作，采取退税减税降费、缓缴社保费和降低融资成本等一系列减负稳岗扩就业政策措施，稳就业取得扎实成效。全国城镇新增就业目标顺利完成，2022年全国城镇新增就业1206万人，超过1100万人的预期目标；年末全国城镇调查失业率降至5.5%。从就业结构来看，青年人及服务业较为集中的大城市调查失业率走高，结构性失业问题较为突出。在这种大背景下，共享经济新业态以其独有的优势，在稳岗稳就业和增加居民收入方面发挥了积极作用。与此同时，政府部门、工会组织和平台企业多方联手，持续提升灵活就业人员的就业质量。

共享平台助力提高就业市场效率，为更多人带来增加收入机会。借助数字技术和算力系统强大的资源汇聚和匹配能力，共享经济平台可以实现对劳动供需双方高效率和大规模的匹配调度，提高劳动市场效率。疫情期间，许多平台积极采用包括众包在内的灵活多样的用工形式，不断加强新就业群体的培训，努力让外卖、即时物流配送业务成为临时吸纳失业人员、创业受困群体就业的“蓄水池”。美团发起的“春风送岗”行动，在2023年第一季度开放50万个骑手、站长等配送服务岗位，并投入1亿元用于招募新骑手。2022年达达集团联手京东集团面向全社会提供数十万人的就业岗位，达达快送面向全国超过2700个县市区招募骑手。“58同城”平台实施“58智慧家政专项”以来，平台入驻劳动者由2021年的60万人上升到2022年的130万人，劳动者收入同比提升了50%。快手推出数字招聘平台“快招工”，通过流量扶持和算法匹配，企业和应聘者可以更直观更高效地了解彼此需求。2022年二季度，“快招工”月活跃用户达2.5亿，环比一季度增长90%；截至2022年6月30日，合作企业超10万家，简历日投递值峰超36万。

随着技术创新应用和新就业形态在各个领域的广泛渗透，新职业不断涌现。2022年9月，人力资源和社会保障部正式发布《中华人民共和国职业分类大典（2022年版）》，新版大典比2015版净增158个新职业，职业数达1639个。新版大典首次标识了97个数字职业，占职业总数的6%。人力资源和社会保障部数据显示，随着短视频、直播等网络营销新业态的快速发展，目前覆盖用户规模超过8

亿，互联网营销从业人员每月增速达到 8.8%。有数据显示³，2021 年中国网络表演（直播）行业市场规模达 1844.42 亿元，行业内共 11 家上市主体，其中头部平台约 20 家。截至 2021 年 12 月，主播账号累计近 1.4 亿个，2022 年上半年新增开播账号 826 万个。网络表演经纪机构数量超过 24000 家，为直播产业提供内容生产、分发、商业变现等支持。外卖运营师也是随着共享经济新业态发展而产生的新职业，近年来美团联合人社部教培中心共同推出“外卖运营人才培养计划”，2022 年累计培养外卖运营师近 7000 名，未来五年计划再培养 10 万人。

政府部门、工会组织和平台企业等多方协同，助力提升平台灵活就业人员的就业质量。一是关于灵活就业人员权益保障的制度进一步完善。2022 年 1 月和 9 月，人力资源社会保障部两次牵头召开平台企业用工行政指导会，督促头部平台企业落实《关于维护新就业形态劳动者劳动保障权益的指导意见》等政策，依法规范用工。12 月，最高人民法院印发《关于为稳定就业提供司法服务和保障的意见》，明确依法规范新就业形态用工，提出了涉新就业形态司法裁决中确认劳动关系的考量因素。二是各级工会积极发挥引导平台企业规范用工、指导新就业形态劳动者增强法治意识等作用。全国总工会大力加强户外劳动者服务站点建设，截至 2022 年底，全国已建各类服务站点 11.17 万个，各级工会累计投入资金 18.9 亿元；2022 年 2 月，发布了新就业形态劳动者劳动关系确认争议十大典型案例，指导广大新就业形态劳动者增强法治意识、依法理性维权，引导企业规范用工、履行劳动者权益保障责任；10-11 月，

³市场管理司指导发布 2021 年网络（表演）直播行业发展报告，国家文化和旅游部网站，2022 年 9 月，https://www.mct.gov.cn/whzx/bnsj/jdgl/202209/t20220908_935869.html。

启动“新就业形态劳动者温暖服务季”，面向网约车司机、货车司机、快递员、外卖配送员等新就业形态劳动者群体，推出一系列关怀措施。北京市总工会于2021年制定了《关于维权向前一步积极构建和谐劳动关系的工作措施》，包括9条措施及5个配套文件，作为全市工会权益维护的重点工作进行推进，并在四个区开展新就业形态劳动者劳动保障权益维护试点工作。2022年在总结试点工作基础上扩大覆盖面，重点推进经营地在京的全国互联网百强企业，特别是17家互联网平台头部企业和14家品牌快递企业集体协商和职代会工作。三是平台企业采取切实措施改善灵活就业人员的工作条件。美团平台推出“同舟计划”，从工作保障、体验提升、职业发展、骑手关怀四个层面优化骑手体验与建设良性生态，为超过10万名在各地疫情期间坚守岗位骑手点亮“城市守护者”勋章。网约车平台T3出行实施司机专属关怀计划“蒲苇计划”，涵盖司机的薪酬政策、节日关怀、司机成长、线下服务等多个方面。饿了么平台推出“骑手特殊关爱保障计划”，为疫情期间坚守在一线的骑手提供最高30万元的疫情关爱保障金。运满满、货车帮平台上线“司机之家”服务功能，已经覆盖全国315家司机之家的站点，切实改善广大货车司机停车休息环境和条件。

（四）共享经济领域直接融资大幅下降

初步测算表明，2022年共享经济领域直接融资规模约为132亿元，同比大幅下降93.8%（表4）。

表 4 2020-2022 年共享经济主要领域直接融资规模

领域	融资额（亿元）			
	2020 年	2021 年	2022 年	2022 年同比增速
交通出行	115	485	23	-95.3%
共享住宿	1	6	33	455.5%
知识技能	467	253	<1	-98.0%
生活服务	260	750	51	-93.2%
共享医疗	88	372	22	-94.1%
共享办公	68	1	<1	-99.0%
生产能力	186	270	2	-99.4%
总计	1185	2137	132	-93.8%

数据来源：国家信息中心分享经济研究中心

共享经济领域直接融资大幅下滑，主要原因有：

一是国内互联网领域投融资活跃度大幅下降。中国信通院数据显示，2022 年一季度，国内互联网领域投融资数量 335 笔，总金额 35.1 亿美元，同比分别下降 38.3% 和 76.7%；二季度，国内互联网领域投融资继续在低位徘徊，案例数量 345 笔，总金额 28.5 亿美元，同比分别下降 36% 和 69.9%；四季度，国内互联网投融资数量 517 笔，总金额 97.4 亿美元，同比分别下降 5.7% 和 49.2%。头部平台企业对产业链上下游初创企业的投资大幅下滑，公开资料显示，2022 年上半年，腾讯、阿里、百度、小米、字节、B 站和美团的投资数量仅 133 起，同比减少 50.9%。平台经济领域早期投资占比显著降低，种子期和初创期投资总额从 2016 年的 21% 下降到 2022 年的 8%。

二是在多种因素影响下中国公司赴美上市意愿减弱，直接影响到一些投资机构对我国市场的信心。万得（Wind）

数据显示，2022年中国公司赴美上市共融资约5.82亿美元，较2021年大幅减少96%。公开数据显示，2018年上市的中国公司，大约有一半选择了美股和港股。2021年和2022年，这个比例下降到不足20%。上市是资本进入的主要方式，上市道路不畅直接影响到资本进入的积极性。

三是国内平台经济企业发展面临营收与利润“双降”压力，也直接影响了市场的投资信心。2021年以来，受需求侧消费不振、供给侧供应链受阻叠加疫情散发多发等多种因素影响，我国平台企业财务表现惨淡，上市互联网企业营收增速处于近五年的低谷。2022年一季度，我国上市互联网企业总营收9220亿元，同比增速7.5%，较上年同期下降35.3%。2022年二季度，部分企业业绩有所回暖，但增长态势依旧平缓，仍面临业务营收与利润“双降”压力。平台企业市值大跌，清华大学五道口金融学院数据显示，中概股在15个月内跌去近10万亿元市值，接近我国2021年GDP的10%。中美前十大平台企业的市值总额对比，从2021年的1:3扩大至2022年的1:10。截至2022年10月，在全球市值最高的前500家企业中，中国的16家知名高科技企业的总市值约1.41万亿美元，而美国苹果公司一家的市值就约2.22万亿美元。

二、共享经济主要领域亮点凸显

（一）共享出行领域新一轮竞争聚焦合规运力

自2021年下半年滴滴平台暂停注册新用户以来，越来越多的大型平台以聚合模式进入共享出行领域，掀起了新一轮市场竞争，行业竞争格局进一步重构。2022年7月，腾讯微信和华为都开始内测新的打车服务，使得共享出行

领域的竞争再起波澜。腾讯依托微信生态，开放性接入合规的出行服务商，与出行服务商一道，为用户提供聚合出行服务。微信平台测试接入了曹操出行、首汽约车、阳光出行、T3出行、如祺出行等，用户在北京、上海、郑州、武汉、南京、重庆等多个城市可以使用腾讯出行服务。华为面向众测用户推出“Petal出行”轻应用，以聚合平台轻资产的形式，接入第三方打车软件。总体上看，腾讯出行和华为Petal两大聚合平台上目前入驻的基本都是合规性高、规模大的品牌。

行业竞争的焦点从过去的C端个人用户，转向拥有合规运力的网约车服务商或平台，合规水平越来越成为平台新的竞争力。各级交通管理部门围绕网约车平台的准入、车证和驾驶员证的办理等，不断完善相关制度和优化服务，持续提升整个行业的合规化发展水平。交通运输部数据显示，截至2022年12月31日，全国共有298家网约车平台公司取得网约车平台经营许可；全国各地共发放《网络预约出租汽车驾驶员证》509.0万本，同比增长28.9%；全国各地共发放《网络预约出租汽车运输证》211.8万本，同比增长35.9%。2021年1月至2022年12月，全国网约车平台从218家增加到298家，《网络预约出租汽车驾驶员证》从308.6万本增加到509.0万本，《网络预约出租汽车运输证》从161.1万本增加到211.8万本。从用户使用情况看，2022年下半年，全国网约车聚合订单合计8.55亿单，日均465万单，约占网约车行业下半年总订单量的24%。过去，聚合平台因自身不直接开展网约车经营服务而未纳入监管，部分聚合平台存在接入无资质网约车平台提供服务的现象，对网约车经营秩序造成了冲击。2022年9月，交通运输部

公布的合规数据中，腾讯第一次出现在聚合平台合规率排名中，数据显示其合规率为 57.4%；美团打车合规率为 60.4%。从各地监管执法情况看，2022 年以来，接入网约车聚合平台的第三方服务商屡遭处罚，大多数都是源于合规问题。

（二）本地生活服务市场竞争更加激烈

内容共享平台通过与生活服务平台开展合作的方式，积极拓展本地生活服务市场。快手与美团于 2021 年底达成互联互通战略合作。美团将在快手开放平台上线小程序，为美团商家提供套餐、代金券、预订等商品展示、线上交易和售后服务等服务能力，快手用户能够通过美团小程序直接获得这些服务。美团小程序除了餐饮品类的上线服务外，未来还将陆续上线酒店、民宿、景区、休闲玩乐和美容美发等多个生活服务品类。2022 年 9 月，快手将本地生活整合升级为独立部门，本地生活成为与主站、商业化、电商、国际化等业务平行的一级事业部，其在本地生活服务的业务拓展和资源投入力度进一步加大。抖音与饿了么于 2022 年 8 月达成战略合作。饿了么基于抖音开放平台，以小程序为载体，为用户创造从内容种草、在线点单到即时配送（即看、即点、即达）的本地生活服务新体验。这意味着，抖音在到店业务形成闭环后，在本地生活服务领域继续开拓外卖等到家业务。

短视频直播平台越来越成为主流内容消费模式，在本地生活领域有着巨大的转化潜力，为本地生活服务行业带来新的需求场景和增长可能。与此同时，本地生活市场也可以满足短视频平台将其用户流量进行商业化变现的需求。

因此，以抖音、快手为代表的內容共享平台，均通过与本地生活服务平台开展战略合作的形式，持续加快在本地生活服务领域的布局，这一领域竞争更加激烈。

內容共享平台对电商业务的探索也更加积极。电子商务业态越来越多样化，除了直播间带货销售外，通过拓展短视频种草等方式，快手电商的渗透率和转化率也有提升，电商月活跃买家超过1亿规模，付费渗透率超15%，同比环比均有提升。2022年三季度，电商业务成为快手的最大亮点。报告期内快手电商交易总额同比增长26.6%至2225亿元，高于市场预期。电子商务被快手平台作为未来增长的重要引擎，成为快手整个商业生态的中心。总的来看，“电子商务+本地生活”成为流量存量时代內容共享平台进一步实现流量变现的重要选择。

本地生活服务平台规范化发展水平持续提升。美团、饿了么等行业领先外卖平台企业大力推进平台收费透明化改革，积极利用平台拥有的技术设施赋能商户，致力于打造平台企业、入驻商户和消费者多方共赢的平台经济生态系统。在平台收费方面，改变原来打包固定费率的收费模式，平台收费项目进一步明细化，包括佣金和配送服务费两部分。其中，佣金是按照固定费率收取的，平台提供相关技术支撑产生的费用；配送服务费则是根据订单的实际情况（如距离、订单价格和服务时段等多种因素）收取的费用。新的计费方式比过去更加清晰和透明，如美团平台上经过费率透明化改革后的绝大部分商家佣金在6%-8%的水平，餐饮商家在配送方式上也有了更多的选择权。在赋能中小商户方面，为提升外卖商户的数字化经营水平，美

团平台累计向 7 万商户提供外卖管家服务，通过自动化接单派单服务，商户收入同比提升超过 30%。

（三）制造业共享经济发展步伐加快

共享经济发展为制造企业转型升级带来了新机遇。随着我国工业互联网等新型基础设施不断完善，我国制造业共享经济发展的技术支撑更加坚实，实践创新步伐持续加快。实践层面看，既有传统制造业龙头企业基于自身资源优势，依托网络平台开放和共享资源，不断构建开放的生态，共同为用户创造最佳体验，实现企业、用户、生态方的共创共赢；也有互联网平台企业发挥技术优势，面向行业数字化转型需求，通过对全产业链数字化改造和云化升级，推动制造资源供需精准匹配和更高水平的动态平衡，构建实时响应的新制造模式，助力制造企业和行业提质增效。

工业互联网体系和平台建设步伐加快。工业和信息化部数据显示，目前我国多层次、系统化的工业互联网平台体系基本形成，全国已有超过 1000 家工业互联网平台，具有一定行业和区域影响力的工业互联网平台超过 150 家，重点平台的连接设备超过 7900 万台（套），工业 APP 数量突破 59 万余个。开展网络化协同和服务型制造的企业比例分别达到了 39.5%和 30.1%。2022 年全国投资建设的“5G+工业互联网”项目数超 4000 个，打造了一批 5G 全连接工厂。电信企业利用 5G 切片技术提供了超 1.4 万个 5G 虚拟专网。2022 年 5 月，工信部遴选出卡奥斯 COSMOPlat、根云、腾讯 WeMake、百度开物、用友精智等 28 个跨行业跨领域工

业互联网平台，跨行业跨领域工业互联网平台建设步伐加快，为制造业共享经济发展提供重要支撑。

大型制造业龙头企业为主搭建的共享制造平台功能不断丰富，在赋能中小企业数字化转型方面发挥重要作用。海尔集团打造的跨行业跨领域工业互联网平台“卡奥斯 COSMOPlat”平台已链接企业 90 万家，服务 8 万多家企业，帮助企业提质、降本、增效。在赋能行业发展方面，平台已孕育出化工、模具等 15 个行业生态，覆盖了 29 个行业大类。以淄博纽氏达特为例，卡奥斯不仅助力其对接 8 万多台工业设备和近千家企业生产数据，提高了机器人的工作效率，而且共同开发出智慧装车装备云平台场景解决方案。在卡奥斯的生态赋能下，纽氏达特整体利润率提升 20%，运维成本下降了 40%。航天云网构建了一个跨行业、跨领域、跨地域（“三跨”），以及全系统、全生命周期、全产业链（“三全”）的工业互联网平台，助力企业转向“智能制造、协同制造、云制造”；其 INDICS 平台已连接工业设备超 170 万台，汇聚工业 APP 超 1.8 万款，沉淀机理模型超 41.2 万个，服务企业 12.2 万家，分布在全国 29 个区域；以 INDICS 平台为核“粤港澳大湾区（黄埔）工业云平台”区域平台实现设备接入 23992 台，在平台中积累的工业模型数量 390858 个。

互联网平台企业利用自身数据资源和信息技术基础，在跨行业跨领域共享制造方面发挥了资源精准匹配和供需对接的优势。阿里巴巴旗下的 1688 平台致力于提供产能对接服务，其“1688 找工厂”专项通过“厂长在线”“以款找长”“行业榜单”等多种运营方式，帮助有需求的商家更快地找到具有加工定制能力的企业开展个性化需求定制。

1688 平台已经把上百万家工厂和贸易商搬到线上，让超过 5000 万买家在平台上找到合适货源并且达成交易。犀牛智造平台可以为超过 70% 服装类目提供一站式柔性快反供给能力，已经服务超过 200 个品牌企业。腾讯云面向工业行业，整合云产品、优图工业 AI、大数据中心、物联网中心、微瓴、企业微信、企点等多个内部产品，打造 WeMake 工业互联网平台，以平台载体将产品能力对外输出。树根互联基于根云平台，为装备制造、钢铁冶金、汽车整车及零配件等数十个工业细分行业近千家工业企业提供工业互联网服务。还通过“通用平台+产业生态”的模式，与行业龙头企业、产业链创新企业等生态伙伴的行业经验和应用场景相结合，助力打造环保、铸造、纺织等多个产业链工业互联网应用，带动一大批上下游企业尤其是中小企业实践数字化转型。

（四）共享经济助力绿色低碳发展

共享经济遵循减量化、再使用和再循环原则，能够依托互联网实现闲置资源的再利用，有利于提高资源利用，助力经济社会和环境的绿色与可持续发展。在我国碳达峰碳中和“1+N”政策体系中多次提到鼓励共享经济发展，如国家发展改革委等 7 部门《促进绿色消费实施方案》要求“拓宽闲置资源共享利用和二手交易渠道，有序发展出行、住宿、货运等领域共享经济，鼓励闲置物品共享交换”，生态环境部等 18 部门《“十四五”时期“无废城市”建设工作方案》提出“推动形成绿色低碳生活方式，积极发展共享经济，推动二手商品交易和流通”。随着共享经济已经在交通出行、餐饮服务、日常生活等领域的广泛渗透，

其对提升绿色发展价值和培养绿色消费习惯等方面的作用日益凸显。

共享出行领域，绿色出行是绿色生活方式的必要组成部分，拼车、顺风车、两轮车等共享出行理念培养了大众的绿色出行习惯，对推动我国交通领域绿色转型、促进交通领域双碳目标的实现产生了积极作用。我国《绿色产业指导目录（2019年版）》将共享电单车编入其中，明确鼓励发展共享交通设施建设和运营、发展共享交通业务。共享单车及电单车出行已呈现显著减排降碳效果。自运营以来至2021年9月，美团单车及电单车用户累计减少二氧化碳排放量118.7万吨，相当于减少了27万辆私家车行驶1年的二氧化碳排放量。其中电单车减碳效果更佳，一辆电单车全生命周期净减碳量为558.05千克；而单车为213.70千克⁴。相比于小汽车、摩托车等高碳出行方式，共享电单车在使用阶段实现零排放，若考虑耗电量以及上游发电过程中产生的碳排放，则平均单位碳排放量为燃油汽车的10%、燃油摩托车的20%、轨道交通的30%、公交车的80%⁵。

餐饮外卖领域，我国外卖平台月活用户已超过5亿人，是绿色消费的重点领域，通过环保袋、回收包装、无需餐具等方式引导平台商户绿色服务，激励消费者源头减碳。以美团为例，2017年推出“青山计划”，截至2022年底，累计孵化并投放31款共计291万件绿色包装制品，在7个省份的超过1500个社区及单位开展规模化垃圾分类及餐盒回收项目，规模化回收项目已收集塑料餐盒超过6400吨；超过3亿美团外卖用户选择过“无需餐具”功能；在点餐页

⁴生态环境部环境发展中心中环联合认证中心，《共享骑行全生命周期减污降碳报告》，2022年9月。

⁵生态环境部宣传教育中心青桔单车，《2021共享电单车绿色发展价值报告》。

上线文案提示功能，当消费者点餐达到一定数量时，会收到“点餐请适量，环保又健康”的提示语；在线宣传环保理念触达超过 30 亿人次；开通商家青山档案，超过 33 万商家拥有“助力低碳消费”徽章，绿色消费意识提升初见成效。

在线办公领域，钉钉、飞书、腾讯会议等在线办公平台构建了线上的工作空间，支持无纸化办公、远程会议、电子审批等，一方面通过降低差旅需求减少交通出行碳足迹，另一方面大幅减少纸张和会务用品使用，逐步实现“低碳办公”。腾讯会议产品上线以来共产生超过 1500 万吨的碳减排量（已扣除使用数据中心所产生的碳排放），相当于全国 2.29 亿私家车停驶 14 天的碳减排量⁶；平均每次在线会议产生的减排量相当于约 20 棵树每年产生的碳汇量。2021 年有超过 2 亿用户使用腾讯文档云端编辑协作功能，共计实现了 19.97 万吨的碳减排量，相当于至少 6 万亩森林一年产生的碳汇量⁷。

三、共享经济治理创新护航规范发展

（一）治理规则和制度规范持续完善

一是数据治理。过去五年，我国已经建立起包括《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》在内的数据治理顶层法律制度。2022 年，我国进一步落实顶层法律制度的相关要求，加快研究出台配套制度和措施。在数据跨境流动方面，2022 年 6 月，国家互联网信息办公室发布

⁶生态环境部宣传教育中心中华环保联合会绿色循环普惠专委会，《在线会议助力碳减排量化研究报告》，2021 年 9 月。

⁷中华环保联合会、中国互联网发展基金会数字碳中和专项基金、中环联合认证中心、腾讯，《在线文档产品碳减排绩效研究报告》，2022 年 9 月。

《个人信息出境标准合同规定（征求意见稿）》，规定了在以签订标准合同的方式向境外提供个人信息时，合同的主要内容和标准合同文本，这是我国跨境提供个人信息的重要配套制度，对推动个人信息跨境安全、规范、自由流动方面具有重要意义。7月，国家互联网信息办公室发布的《数据出境安全评估办法》则进一步明确了数据出境安全评估的具体流程和要求，针对需要通过安全评估方式向境外提供数据的情形、不同级别主管部门的审查要求、评估需要重点关注的因素等，都做了创新性的规定，为具有数据出境需求的平台企业发展提供了制度依据和具有可操作性的指导。在重点领域数据安全方面，2022年12月，工业和信息化部印发《工业和信息化领域数据安全管理办法（试行）》，工业和信息化领域数据安全管理的规范化、制度化加速推进。

二是算法治理。一是在算法推荐服务方面，2022年3月1日起实施的《互联网信息服务算法推荐管理规定》，是我国首部聚焦于算法治理的部门规章，也是全球第一部综合性、全面性、系统性规制算法的法律文件。该规定明确了算法推荐服务提供者的主体责任，构建平台问责体系，并专门针对用户权益保护做出相关规定，包括算法知情权、算法选择权，同时针对向未成年人、老年人、劳动者、消费者等主体提供服务的算法推荐服务提供者作出具体规范。二是在深度合成服务方面，2022年12月，国家互联网信息办公室等3部门联合发布《互联网信息服务深度合成管理规定》，回应了深度合成技术创新应用对管理制度的要求，明确了深度合成服务相关主体责任。

三是反不正当竞争。2022年1月，国家发展改革委等9部门联合发布《关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见》，提出要修订《反垄断法》，制定出台禁止网络不正当竞争行为的规定。8月，修订后的《反垄断法》开始实施。新法将“数据”“算法”列为反垄断重要的考量因素，配套反垄断规章也在加快完善中，针对平台经济“扼杀式并购”等问题，还拟引入市值、估值作为经营者申报标准。新《反垄断法》及其配套规章制度通过立法设计层面的创新，为执法实施提供有力保障。11月，国家市场监督管理总局发布《反不正当竞争法（修订草案征求意见稿）》，针对平台经济领域围绕数据获取和使用、算法实施中的不正当竞争行为，阻碍开放共享等不正当竞争行为作出了进一步的规定，进一步明确了平台经营者在合规管理方面的责任。

四是网络平台生态治理。在网络直播领域，2022年相关部门加强了对平台游戏直播管理，进一步规范网络直播打赏，加强未成年人保护。在网络信息内容管理方面，相关部门制定了《移动互联网应用程序信息服务管理规定》《互联网弹窗信息推送服务管理规定》《互联网跟帖服务管理规定》，为营造风清气正、健康向上的网络空间提供制度保障。

（二）制度实施取得新成效

2022年相关部门依法加大网络安全、数据安全、个人信息保护等领域执法力度，通过专项整治、综合整治、常态化执法监督、执法约谈、责令改正、警告、通报批评、罚款、责令暂停相关业务、停业整顿等处置处罚措施，依

法打击危害国家网络安全、数据安全、侵害公民个人信息等违法行为，切实维护国家网络安全、数据安全和社会公共利益，有力保障广大人民群众合法权益。

7月，国家互联网信息办公室根据网络安全审查结论及发现的问题和线索，依据《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》，对滴滴公司处人民币80.26亿元罚款，这是三大法律正式实施以来，我国在数据治理方面开出的最大罚单，充分体现了我国对加强平台数据治理、维护国家安全和加强个人信息保护的高度重视。国家市场监督管理总局对28起未依法申报违法实施经营者集中案件作出行政处罚决定，多数涉及数字平台企业，包括共享出行、互联网医疗、内容共享等领域。

12月，国家市场监督管理总局综合考虑中国知网违法行为的性质、程度、持续时间和消除违法行为后果的情况等因素，依法作出行政处罚决定，责令知网停止违法行为，并处罚其2021年中国境内销售额17.52亿元5%的罚款，计8760万元。同时，监督知网全面落实整改措施、消除违法行为后果，要求知网围绕解除独家合作、减轻用户负担、加强内部合规管理等方面进行全面整改，促进行业规范健康创新发展。

二是持续加强网络空间综合治理，坚决查处各类违法违规案件。2022年上半年，国家网信办累计依法约谈网站平台3491家，罚款处罚283家，暂停功能或更新419家，下架移动应用程序177款，会同电信主管部门取消违法网站许可或备案、关闭违法网站12292家。此外，规范移动互联网应用程序信息服务管理工作扎实推进，深入治理APP、小程序、快应用等应用程序乱象。到2022年上半年，工业

和信息化部累计完成 630 万次 APP 检测，基本实现对主流应用商店在架 APP 的全覆盖。

（三）重点领域治理创新持续推进

作为共享经济发展较快的领域，共享出行行业治理创新持续推进，2022 年呈现新特点。

全链条联合监管加强。2022 年 2 月初，交通运输部、工业和信息化部等 8 部门联合修订发布《关于加强网络预约出租汽车行业事前事中事后全链条联合监管有关工作的通知》。一方面强化事前联合监管和服务，要求地方各级有关部门要优化服务流程，为符合条件的网约车平台公司、驾驶员和车辆申办许可等事项提供便利；网约车平台公司不得接入未取得相应出租汽车许可的驾驶员和车辆，在驾驶员和车辆新注册时，严格核查其许可证件，对无法提供的不予注册，并提醒办理相应许可。另一方面细化了全链条联合监管的事项和流程，提出要探索建立政府部门、企业、从业人员、乘客及行业协会共同参与的多方协同治理机制，加强网约车行业联合监管应急响应和处置，探索利用互联网思维创新监管方式，实现信息互通、资源共享，提升监管效能。

聚合平台合规成为新重点。2022 年 8 月，交通部门在约谈 11 家网约车平台时，首次提及聚合平台权责，要求聚合平台确保接入的网约车平台符合有关规定，即：聚合平台要确保接入的网约车平台符合有关规定，督促接入的网约车平台公司加强车辆和人员管理。出现安全事件时，聚合平台公司要依法履行先行赔付责任，并和涉事网约车平台公司共同做好事故处理工作。多地方将聚合平台参考电

子商务平台予以监管。如《成都市网络预约出租汽车管理实施细则》将网约车聚合平台界定为“第三方信息服务平台”，规定“网约车平台公司接入第三方信息服务平台从事运营服务的，仍承担承运人责任”。2022年12月1日，《济南市客运出租汽车管理条例》正式实施，以地方立法的形式明确了对网约车聚合平台的监管制度。该条例将聚合平台界定为“为网约车经营者与乘客提供信息中介、交易撮合服务的第三方”，聚合平台要对接入的网约车经营者进行审核，未取得经营许可的不得接入。

价格监管持续推进。2022年2月，交通运输部将“实施交通运输新业态平台企业抽成‘阳光行动’”作为2022年更贴近民生实事之一。网约车领域，督促主要网约车平台公司向社会公开计价规则，合理设定本平台抽成比例上限并公开发布，同时在驾驶员端实时显示每单的抽成比例。道路货运领域，督促主要道路货运新业态平台公司向社会公开计价规则，合理设定本平台订单收费金额或抽成比例上限、会员费上限等，并向社会公开发布。

此外，在共享医疗领域，疫情倒逼形势下制度创新步伐加快。2022年12月，国务院应对新型冠状病毒肺炎疫情联防联控机制医疗救治组发布《关于做好新冠肺炎互联网医疗服务的通知》，明确医疗机构（包括互联网医院、开展互联网诊疗服务的医疗机构）可以通过互联网诊疗平台，为出现新冠肺炎相关症状、符合《新冠病毒感染者居家治疗指南》居家的患者，在线开具处方，鼓励委托第三方将药品配送到患者家中。这一举措打破了长期以来互联网医疗不能为患者提供首诊服务的“禁区”。相关实践做法在

经过一段时间的摸索后，有望形成长期性政策，为持续提升共享医疗服务范围和质量水平提供制度保障。

四、共享经济发展趋势展望

（一）共享经济发展的宏观经济环境喜忧参半

2023年是我国“十四五”规划的第三年，也是疫情防控措施优化后经济社会正常化、活力恢复的关键年份。2022年12月中央经济工作会议强调，要坚持“发展是第一要务”“大力提振市场信心”“推动经济运行整体好转”“要坚持真抓实干，激发全社会干事创业活力，让干部敢为、地方敢闯、企业敢干、群众敢首创”。同时，自2023年1月8日起，我国对新型冠状病毒感染实施“乙类乙管”，围绕“保健康、防重症”，采取相应措施，最大限度保护人民生命安全和身体健康，最大限度减少疫情对经济社会发展的影响。中国战“疫”进入到一个新阶段，即优化完善防控措施，为经济社会正常运行创造条件。多家国际机构预测在2022年底基数基础上，2023年中国经济将有较大增长，如国际金融论坛（IFF）预测中国经济增速有望达4.6%，国际货币基金组织和世界银行最新预测为4.3%。

但也要认识到宏观经济环境面临的较大压力。国内看，我国经济恢复基础尚不牢固，需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力仍然较大。疫情防控措施的优化调整会在短期内释放一些被压抑的消费需求，但居民预期的收入水平和企业预期的利润状况深刻影响着居民消费和企业的投资行为，全面提振信心和增强经济发展内生动力面临不小的挑战。国际上看，世界经济复苏乏力，全球通胀持续高企，2023年全球经济可能出现衰退。2023年1月10日，世界银

行公布最新一期《全球经济展望》报告，将 2023 年全球经济增长预期从 2022 年 6 月份的增长 3.0% 下调至增长 1.7%，这是近 30 年来第三低的增速，仅高于发生全球衰退的 2009 年和 2020 年。联合国 1 月 25 日发布《2023 年世界经济形势与展望》报告则将 2023 年全球经济增长下调至 1.9%。

从共享经济本身发展来看，一方面，三年疫情影响下平台企业经营压力巨大，随着平台经济监管走向常态化，企业合规经营压力势必会加大，资本市场对平台企业投资信心的恢复还需要一定过程，因此共享经济发展将面临较大的增长压力。另一方面，未来共享经济发展也存在诸多有利因素：国家层面大力发展数字经济、平台经济的政策导向进一步明确，充分肯定了平台经济、共享经济新业态在扩内需、促消费、创造就业等方面的积极作用；人们的在线消费习惯进一步养成，企业数字化转型步伐加快，既对共享经济发展提出了新的要求，也在不断催生新需求和新的商业模式，共享经济有望持续向经济社会各个领域加速渗透、拓展新发展空间。

（二）共享经济发展的政策环境更加优化

2022 年中央经济工作会议对 2023 年和此后的经济工作做了全面部署，会议突出强调要切实落实“两个毫不动摇”，依法保护民营企业产权和企业家权益，支持平台企业在引领发展、创造就业、国际竞争中尽显身手。通过近两年国家层面和各地方层面关于平台经济发展的政策部署可以看出，未来几年我国共享经济发展的政策环境将更加优化。

国家层面关于平台经济和平台企业发展的定位更高、政策基调更加积极。关于平台经济发展，2020年全国经济工作会议提出的是“强化反垄断和防止资本无序扩张。……依法规范发展”，2021年提出“为资本设置‘红绿灯’，依法加强对资本的有效监管，防止资本野蛮生长”。2022年5月，国务院发布《扎实稳住经济的一揽子政策措施》，对平台经济发展的重要作用及其定位做了详细阐述，如稳就业、企业纾困、防疫保供和技术研发突破等。2022年中央经济工作会议则出现了明显的积极变化，站在加快建设现代化产业体系的高度，提出要“大力发展数字经济，提升常态化监管水平，支持平台企业在引领发展、创造就业、国际竞争中大显身手”，可见国家层面对平台企业和平台经济发展的定位进一步提高，意味着未来共享经济发展的空间进一步扩大。

平台经济监管走向常态化、制度化将进一步稳定市场预期和信心。2023年1月13日，央行公布蚂蚁集团等14家大型平台企业已基本完成整改；16日，滴滴出行宣布经过全面整改，即日起恢复新用户注册。这两件事是平台经济整改过程中备受市场关注并且具有标志性意义的事件。中央经济工作会议关于平台经济监管和规范化发展方面的要求，从之前的“实施常态化监管”到后来的“提升常态化监管水平”，也意味着我国平台经济的专项整改基本结束，监管将走向常态化和制度化，全面提升政府监管能力将成为下一步的重点，有助于稳定市场预期和信心。

以个体工商户为代表的市场主体参与共享经济创新发展的营商环境更加完善。2022年11月1日开始实施的《促进个体工商户发展条例》，将“放管服”改革成果制度化、

规范化，从登记注册服务、年度报告服务、各类信息服务、精准帮扶、经营场所供给，以及资金、财税、金融、社保、创业就业、社区便民、数字化发展、知识产权保护、纾困帮扶等多个方面，提出了 19 条具体的扶持政策，明确表态“国家引导和支持个体工商户加快数字化发展、实现线上线下一体化经营”，并要求平台经营者“不得利用服务协议、平台规则、数据算法、技术等手段，对平台内个体工商户进行不合理限制、附加不合理条件或者收取不合理费用。”

此外，平台经济发展的金融政策环境进一步向好。2023 年 1 月，人民银行金融司有关负责人表示，下一步将从三个方面支持平台经济健康发展，包括：继续推动相关平台企业加快剩余少数问题的整改，提升常态化监管水平，研究制定促进平台经济健康发展的金融支持措施。平台经济或将重新成为提振经济信心的重要抓手，步入新的发展阶段。从国际上看，2022 年 12 月 15 日美国公众公司会计监督委员会（PCAOB）发布报告，确认 2022 年度可以对中国内地和香港会计师事务所完成检查和调查，撤销 2021 年“三年不能提供审计底稿即退市”的决定。这意味着中美审计监管合作取得积极成效，对中国企业在美上市释放出积极信号。平台经济企业境外上市有望出现回暖，在 2023 年迎来新的发展阶段。

（三）共享经济成为拼经济扩内需的重要抓手

从国家层面经济发展战略部署看，共享经济新业态有望在扩大内需、促进消费、提升供给质量等方面发挥重要作用。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五

年规划和 2035 年远景目标纲要》以及党的二十大报告中都提到“把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合”。“十四五”时期我国国民经济发展的目标是促进消费投资，完善分配格局，提升供给质量，完善市场体系，畅通经济循环。考虑到 2023 年全球经济可能陷入衰退，外需转弱将是我国经济发展面临的重要不利因素，扩内需成为我国 2023 年经济工作的重点。而内需之中，与投资相比，消费是经济增长的持久内生动力。我国《扩大内需战略规划纲要（2022—2035 年）》提出了扩大内需的新战略定位，这是新形势下“构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进”的新发展格局下的必然选择。其中明确提出要“促进共享经济等消费新业态发展”，具体做法有：为拓展共享生活新空间，鼓励共享出行、共享住宿、共享旅游等领域产品智能化升级和商业模式创新，完善具有公共服务属性的共享产品相关标准；打造共享生产新动力，鼓励企业开放平台资源，充分挖掘闲置存量资源应用潜力；鼓励制造业企业探索共享制造的商业模式和适用场景。可见，共享经济新业态有望向社会生产、人民生活、公共服务等领域加速渗透。

从地方政府政策规划中也可以看出，共享经济新业态在数字经济整体发展中的作用受到进一步关注和强调。《北京市数字经济促进条例》提出鼓励共享经济业态创新，支持远程办公等在线服务和产品的优化升级；《广东省数字经济促进条例》提出依法依规明确平台企业定位和监管规则，促进平台经济和共享经济规范有序创新健康发展；《河北省数字经济促进条例》提出发展共享出行、共享租住、共享物品等共享经济；《广州市数字经济促进条例》

中提出要鼓励探索共享设备、共享车间、共享工厂、共享科技资源、共享物流、共享出行等共享经济新型组织模式。湖北、重庆、厦门等地也都在地方数字经济发展规划或实施方案中明确提出了鼓励发展共享经济的政策导向。

从实践层面看，逆全球化背景下，内需的规模优势是我国经济发展的重要支撑。要扩大内需，一方面需要提升供给质量，以高质量供给激发和带动更多需求；另一方面需要顺应居民消费升级大趋势，着力满足个性化、多样化的消费需求，全方位多层次推动消费改善。数字技术融合创新带来的新的生产模式将推动产业层次和附加值的提升，平台经济将成为未来数字经济时代高质量供给的重要保障。共享经济作为基于网络平台发展起来的消费新业态新模式，为消费升级提供了更大的增长空间，从而在更大程度上激发内需消费潜力的释放。

（四）元宇宙为代表的技术创新带来新机遇

元宇宙作为新一代数字技术的综合集成与耦合创新，其技术发展与应用普及也将对共享经济产生巨大的影响。具体来看，5G将提供更强大的网络支撑能力，人工智能充分激活数据价值，物联网促进万物互联，区块链赋能可信确权，虚拟现实将提升线上线下融合的能力。技术的耦合作用将推动共享经济发生两个方面的转变。

一是线上与线下的融通。元宇宙所具有的全息沉浸、具身交互等特征，将使得人类线上线下的生活方式发生融合重构。一方面，元宇宙将突破传统线下生活的种种约束限制条件，引发在线教育、在线医疗、在线旅游等领域的深刻变革。如医疗领域，优质资源将以数字化形式延展普及，

在裸眼 3D、VR/AR 等技术支撑下，远程问诊、远程示教等能够更加可靠、更高质量地进行。另一方面，元宇宙将打通线上消费的层层壁垒，克服远程交易所带来的信息不对称、单向度传播的局限，让消费者全方位、多维度、细节化地进行产品观察与在线体验。这将使得直播电商、共享住宿等依靠线上信息进行消费决策、最终需要在线下完成交易闭环的商业领域，信息更加透明、交易更加顺畅。

二是虚与实的交互。元宇宙作为跨越虚实二重空间的创新业态，其与共享经济的结合也将使其产生从实体到虚拟的延展创新。一方面，数字孪生、虚实交互的生产运营方式将日益普及，创造生产制造新模式。工业和信息化部印发的《工业元宇宙三年行动计划（2022—2025 年）》中指出，“工业元宇宙带来了全场景和数实融合应用，汇聚了丰富的数字资产，极大地提升了工业价值创造，将重构数字工业发展新生态。”未来在工业领域，通过在虚拟空间打造实体产品的数字孪生体，能够以仿真监测、模拟实验、虚拟装配等形式，实现对于产品设计、生产、运营、服务各流程的分析预测，以最优化的数字结果指导实体产品改进迭代；通过搭建支持多主体协作和模拟仿真的虚拟现实开放式服务平台，贯通产品设计、运维、制造等各环节，推动制造资源、服务能力、创新能力更高效共享。另一方面，未来数字人、数字产品、数字场景等都将成成为共享经济的新元素，可能催生出新型消费业态。共享经济的供需双方可能将以数字化身的形式来建立联系、开展交易，如数字主播、数字导购以及消费者的数字分身等；数字产品可能将成为大众共创的新热点，包括数字艺术品、数字服装、数字房产等，围绕数字产品的创作将产生新的共享需

求，如算力资源、创作工具等；共享经济的交易场地将可能更多发生在元宇宙空间，如元宇宙体验店、展览馆、学习平台、办公空间等。

（五）共享经济平台治理呈现新趋势

一是覆盖全链条、多种监管方式相结合的监管体系将加快建立。首先，相关部门将充分考虑平台企业的不同领域、不同发展阶段等特点，在市场准入、平台运营、数据管理、用户服务、用工管理等重点环节，进一步明确监管事项和流程。其次，不断优化政务服务，清理和规范不合理的行政许可、资质资格等事项，为各类主体进入相关市场提供便捷高效的准入和营商服务。再次，相关部门将在进一步厘清监管职责的基础上，加强部门之间、区域之间、央地之间的治理联动。全链条监管还意味着多种措施相结合的综合监管，既包括以外部调查、民事制裁甚至是刑事制裁等为主的强制性措施，也包括以教育、劝解、警告等为主的非强制性措施；相关部门还将更重视采用合规指引、行政约谈指导、通报警示等多种不同监管方式，督促平台主动开展自查自纠。

二是大数据、区块链等技术支撑下的监管模式创新加快。国务院办公厅印发的《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》中提出，要积极推进和依托国家“互联网+监管”等系统，加强平台交易各环节的数据分析，开展信息检测、在线证据保全、在线识别、源头追溯，增强对平台经济风险和违法违规线索的发现甄别能力，“实现以网管网、线上线下一体化监管”。2022年4月，中共中央国务院印发的《关于加快建设全国统一大市场的意见》提出，充分利

用大数据等技术手段，加快推进智慧监管，提升市场监管政务服务、网络交易监管、消费者权益保护、重点产品追溯等方面跨省通办、共享协作的信息化水平。首先，大数据技术应用更加普遍和深化。相关部门可通过创新数据抓取、模型计算、智能分析等方法，对重点平台、重点行为、重点风险等实施广覆盖、全天候、多方位的监测、感知、分析和预警，推动平台治理从静态走向动态、从被动走向主动。其次，区块链支撑下的协同治理将有效推进。平台经济具有网络运行、多主体参与等特性，传统治理手段在各个网络节点之间的数据共享、取证存证、高效协同等方面存在困难，区块链具有去中心化、不可伪造、全程留痕、可以追溯、公开透明等特点，能够较好地克服以上痛点。在数据共享方面，区块链技术在保障数据传输和使用中的安全、明确数据权属等方面具有巨大作用，能够有力推动平台之间、政府与企业之间的数据共享，为实现高效协同治理提供技术保障。在司法方面，区块链技术应用能有效支撑案件数据的可信记录、电子证据的高效验证。

附：企业案例

积极履行社会责任，构建新型餐饮外卖生态——美团外卖的实践探索

美团是一家科技零售公司，以“零售+科技”的战略践行“帮大家吃得更好，生活更好”的公司使命。自2010年3月成立以来，美团持续推动服务零售和商品零售在需求侧和供给侧的数字化升级，为本地生活服务业商户和消费者提供品质服务。为更好承担社会责任，更多创造社会价值，打造新型数字化餐饮商业生态，美团外卖推出商户发展“繁盛计划”、骑手发展“同舟计划”和绿色发展“青山计划”，推动餐饮外卖行业高质量发展。

一、繁盛计划：努力培育共生共荣的商户平台发展生态

实体经济是国民经济的关键组成部分，个体工商户是实体经济的重要组成部分，是参与和推动实体经济发展的重要力量。2022年国务院12号文指出“充分发挥平台经济的稳就业作用，稳定平台企业及其共生中小微企业的发展预期，以平台企业发展带动中小微企业纾困。”为实现美团建设共生共荣商户平台新生态的愿景，帮助餐饮商户更好地生存和发展，2022年4月，美团全面实施商户专项“繁盛计划”。“繁盛计划”充分发挥美团在服务业数字化领域积累的丰富经验、以科技带动传统行业数字化转型的能力和优势，积极构建平台和外卖商户在数字化时代良好生态，各项工作取得积极进展。

倾听商户心声，共商纾困之策。2022年美团召开超100场外卖商户恳谈会，覆盖280个地级以上城市、3272个餐饮品牌，着力解决了一批商户反映的代表性问题。同时针对商户特殊要求和反馈时效性要求，美团在公司内部建立了绿色通道，形成了常态化的恳谈会沟通机制和问题解决机制。2022年8月，商务部指导和组织了一

场包括行业协会、平台、商户、行业专家等多方参与的恳谈会，各方共同探讨疫情时代外卖平台如何对商户进行数字化赋能，帮助中小商户更好复苏，帮助行业更好发展。这一沟通形式取得积极效果，受到各方高度赞扬。

加大帮扶力度，共克疫情之艰。为帮助受疫情影响困难中小商户，美团加大对受疫情影响的困难中小商户帮扶力度，累计投入超亿元，帮助商户顺利渡过疫情难关。同时，为帮助平台外卖商户交易复苏，美团加大对外卖消费支持力度，累计补贴超百亿，超百万商户受益。补贴产生良好效果，据平台测算，实际拉动交易额超过千亿，对促进餐饮外卖行业乃至整个餐饮行业复苏产生积极效果。

加强平台治理，共建良好环境。为满足商户需求，提升商户体验，帮助商户更好算清外卖账，美团加大推动费率透明化改革力度，已覆盖 90%以上直营城市。经过费率透明化改革之后，美团外卖平台收费更加清晰，佣金收费主要集中在 6%-8%水平，商户获得感明显增强。与此同时，平台针对商户反映较多的问题进行了系统治理，包括营销内卷治理、恶意差评治理和不满意度治理等。

加快行业赋能，共建数字生态。为提升外卖商户的数字化经营水平，美团累计向 3 万商户提供外卖管家服务，通过自动化接单派单服务，商户收入同比提升超过 50%。同时，平台大力推动老字号数字化专项行动，支持老字号数字化转型升级，提高老字号抗风险能力。此外，美团加大对政府数字化治理支持力度，依据美团平台的各类数据向政府报送多项餐饮行业发展情况和治理政策建议，有力促进了餐饮行业治理的数字化。

助力消费复苏，共享发展机遇。美团通过线上平台进行消费券的发放，提振消费信心、释放消费潜力、优化消费结构，放大政府资金的杠杆效应，有效拉动内需促进消费。美团共在 200 多个县市举办超 400 场促消费活动，投入资金数十亿，积极配合地方政府的

各类特色消费节活动，共计在 29 个城市支持 50 多场区域或城市特色消费节，有效促进了消费复苏和发展。

二、同舟计划：率先推动建立良性的骑手平台发展生态

2020 年 11 月，美团推出“同舟计划”，从倾听包括骑手在内的社会各界声音开始，持续推动改善产品与服务，旨在从工作保障、体验提升、职业发展、骑手关怀四个层面优化骑手体验与建设骑手平台良性发展生态。

守护骑手安全，加强工作保障。2022 年，美团配送累计在全国新投放 12 万顶人工智能安全头盔，骑手可借由头盔完成接打电话、接收系统派单信息等操作，提升工作安全和便捷性。美团配送还在部分城市试点“骑手意外预警”能力，高效识别骑手异常情况，提供线上和线下紧急援助能力。此外，美团配送正在有关部门指导下，积极参与职业伤害保障试点。

注重骑手体验，完善优化算法。2021 年以来，美团配送持续借助骑手恳谈会、产品体验官等渠道听取骑手声音，先后推动六次算法公开及改进，如将“预估送达时间点”改为“预估送达时间段”，让用户对配送时间有更合理预期，为骑手预留更多缓冲空间。数据显示，相关改进实施后，骑手因超时、差评等问题导致的异常情况减少 52%，用户差评率下降 67%。为加强骑手收入保障，美团配送在全国 80 余城市推动合作商试点“服务星级”激励机制，对骑手收差评、超时等情况的处理从扣款改为扣分，以降低偶发状况对骑手收入造成的影响。在试点城市绍兴，近 80%的骑手对新服务评价规则表示满意，并认为配送体验有改善。针对特殊群体，美团配送也上线了听障骑手便捷功能，包括语音外呼、取餐送餐电子沟通卡、问路电子卡、技巧学习等。

助力骑手成长，组织学习培训。美团配送正在逐步建立符合骑手需要、多层次的职业发展体系。为协助新骑手更快适应岗位、增

加收入，美团配送推出新手“三件套”，包括推广一对一传帮带的“骑手老带新”，优先分配难度较低的“新手关照单”，以及提供额外免责机会的“新手免责卡”。旨在帮助骑手打通晋升通道的“站长培养计划”，已帮助数千名骑手转型管理岗位，调研数据显示，目前美团配送生态的管理人员中，约86%的人员是由骑手晋升而来。“骑手转岗计划”也开放了客服、培训师、运营主管等转岗通道，满足骑手多元化职业需求。美团还与国家开放大学合作，截至2022年底已累计资助248名骑手进修大专或本科学历。

聚焦骑手生活，丰富关怀活动。美团配送不断完善在特殊天气下的骑手后勤保障，除了加强防暑防寒物资发放、优化订单分配，2022年全年累计投入超过20亿元配送补贴，切实保障广大骑手劳动所得。此外，美团配送正持续推进“袋鼠宝贝公益计划”和“大病关怀金”，帮助因病遭遇生活困难的骑手渡过难关，已累计帮扶全行业骑手及其家属超过3000人。为增进骑手职业认同感，2022年“717骑士节”，美团配送还举办骑手颁奖典礼，向优秀骑手颁发多项表彰，为超过10万名在各地疫情期间坚守岗位的骑手点亮“城市守护者”勋章。

三、青山计划：系统倡导和推动外卖行业的绿色发展

为加快推动外卖行业环保进程，2017年8月，美团启动了外卖行业首个关注环保的行动计划——“青山计划”，聚焦塑料污染治理、减少食物浪费、推动可持续消费、应对气候变化等议题，设立绿色包装、低碳生态、青山科技、青山公益四大板块，携手商户、消费者以及生态各方，共同探索行业环境治理的系统性解决方案，助力国家和社会低碳转型。

参与绿色包装建设，推动塑料污染共治。美团深入开展外卖包装“生产-流通-使用-废弃-处置”全周期环境影响评估，确立“减量、替代、回收”并重的塑料污染治理思路，形成了覆盖产业链上

下游、带动各环节参与方共治的绿色包装实施路径。2022年，美团与行业机构联合发起“餐饮外卖绿色包装应用工作组”，建设绿色包装标准，增加绿色包装供给，探索绿色包装解决方案。同时，美团积极探索多场景下的餐盒回收模式，推进餐盒规模化回收及再生循环利用。

推动零售绿色化转型，构建低碳生态圈。青山计划持续推动需求侧和供给侧的绿色化转型，致力于构建由“商户-平台-消费者”参与的可持续生态圈。在商户端，上线“商户青山档案”产品功能，鼓励餐饮商户分享自身环保实践；在用户端，在2017年首家上线“无需餐具”功能；在行业端，发布研究报告为餐饮商户低碳发展提供行动指引。

关注环保科技研究，开展环保公益项目。美团联合行业机构发起首个关注“碳中和与循环经济”的公益性基金——“青山科技基金”，先期投入5亿元，鼓励更多青年科学家投身该领域研究，促进更多环保科技成果在产业中发挥价值。首届环保科技创新示范项目聚焦绿色创新包装、绿色回收再生以及绿色供应链体系三大领域，公开征集并遴选出9个示范项目，推进一批具备创新引领作用，具备市场化、规模化潜力的成果落地。青山计划联合中华环境保护基金会，设立青山公益专项基金，汇聚超过85万青山公益商户，支持环保公益项目。2022年，青山公益开展“自然守护行动”，旨在资助、引导社会组织和科研机构，围绕保护地开展公益项目。

新的时期，美团将继续推动商户发展“繁盛计划”、骑手发展“同舟计划”和绿色发展“青山计划”，积极履行社会责任，探索构建新型餐饮外卖生态，为餐饮行业高质量发展贡献力量。

以创新升级服务助力人民更充分就业——“云账户”平台的实践探索

创新驱动发展战略背景下，云账户（天津）共享经济信息咨询有限公司（简称“云账户”）创新实践，实现面向全国 12,000 多家平台企业和 7,700 多万名新就业形态劳动者提供合规风控审核、工商税务代办、业务总包分包、财务代理结算、商业保险保障等灵活就业服务。2021 年云账户实现收入 525.29 亿元，荣列中国民营企业 500 强第 187 位、中国企业 500 强第 411 位；2022 年实现收入 974.30 亿元，同比增长 85%。

一、创新业务实践，服务最广大人民充分就业

就业是最大的民生。2022 年就业形势严峻，各层次劳动者普遍降低工作和收入预期，高层次劳动者降低预期可以保持就业或再就业，就业压力逐级传导，低技能劳动者由于受教育水平低、抗风险能力弱，成为最终受影响人群。以共享经济为代表的新业态发展韧性强，就业承载体量大，较好发挥保就业重要作用，助力稳就业大局。云账户服务的新就业形态劳动者在五六千万人体量基础上连续 21 个月每月新增超过 100 万人，人均月收入突破 4,600 元、3 年上涨 30%。

（一）技术创新先行，打牢服务基础。针对灵活就业服务应用场景，云账户自主研发全生命周期数字化、智能化综合服务平台，荣获 3 项国家级、7 项省部级重点科研项目和 1 项知识产权试点项目。创新研发“亿级新就业形态劳动者的灵活就业智能大数据平台关键技术及应用”项目，经中国工程院院士为首的专家团队鉴定，达到国际领先水平。在行业内，率先应用区块链技术构建监管部门参与、产业链各方共同参与的区块链联盟，实现数据上链管理。基于综合服务平台，云账户通过天津市政务数据赋能，为全国新就业形态劳

动者从事生产经营活动提供“线上秒批”电子营业执照服务，实现云账户 App 一次采集信息，同时完成工商登记、税务开票人脸识别认证，落地线上一站式个体工商户公章刻制，场景化政务服务让人民“马路不用跑、网路也不用跑”。

（二）区分所得性质，明确研判标准。新就业形态劳动者收入包括劳务报酬、经营所得两类，分别适用不同的税收征管政策。准确判定新就业形态劳动者收入性质是云账户确保业务合规、风险可控的重要抓手。云账户在业界首次提出界定新就业形态劳动者从事生产经营活动的“八大基本特征”，写入天津市地方标准，被学界和同业采纳。基于“八大基本特征”实践经验，云账户不断进行理论研究，在征求知名律师事务所意见、与监管部门沟通汇报后，提出了精简便捷的“收入成本双原则”，丰富了两类所得的判别标准，即通过投入劳动力等、服务确定对象、可获得预期收入的，是劳务提供者；通过投入劳动力和生产资料，并实施一定管理行为，经营成果得到认可后才能获得收入，其间需自担成本、自主经营、自负盈亏、自担风险的，是生产经营者。“收入成本双原则”为行业合规发展创造价值，让平台企业心无旁骛专注发展，助力新就业形态劳动者高效便捷就业。

（三）拓展服务模式，提升服务能力。丰富服务人民就业路径，在业务总分包模式基础上，顺应税收监管要求和新就业形态劳动者需求，落地个体工商户代办综合服务模式。在业务总分包模式下，云账户承接平台企业的业务需求，并将具体业务分包给众多与云账户签约的、以自然人或个体工商户身份灵活就业的新就业形态劳动者，新就业形态劳动者根据经济实质和协议约定，从事生产经营活动或提供劳务服务。在个体工商户代办综合服务模式下，为新就业形态劳动者提供工商税务办理、对公账户设立、代理记账等代办服务，全流程线上化，PRA 机器人 7×24 小时高效率运作，准确率达

100%。云账户坚持以客户为中心，持续提升团队服务能力、优化系统功能、提升服务质效，不断对产品服务进行迭代升级优化，智能结算热点账户性能加速技术达到行业第一，保障客户操作体验；接受平台企业委托，为新就业形态劳动者提供 10 万至 80 万元不同保额的保险保障服务，可以灵活选择按天或按月或按年投保，维护其合法权益。

二、参与行业法治建设，保障人民劳动权益

新就业形态先行于法律法规完善，我国灵活就业人员超过 2 亿人，行业法治建设每向前一步，将会使数量庞大的平台企业和新就业群体受益。云账户基于业务实践，积极参与行业法治建设，以行业规范发展服务新就业形态劳动者就业，两年内 4 次中标最高人民法院、最高人民检察院年度课题。2021 年与天津市高级人民法院、天津大学联合申报并中标最高人民法院重大课题《平台经济模式下从业者与平台经营者法律关系问题研究》，是同一批 88 家中标单位中唯一一家企业，该课题已于 2022 年 11 月结项验收，评审结果优秀；2022 年 6 月与中国人民大学联合申报并中标最高人民法院重大课题《算法技术的法律规制研究》，是同一批 102 家中标单位中仅有的两家企业之一，研究算法推荐服务的司法规制、算法用户权益的司法保障等；2022 年 7 月与天津市人民检察院联合申报并中标最高人民检察院年度重点课题《网络刑事司法与营造数字经济法治环境研究》，是同一批 135 家中标单位中唯一一家企业，探索检察主导的联合共治新型网络刑事司法模型；2022 年 10 月与天津市滨海新区人民法院联合申报并中标最高人民法院中国应用法学研究所应用法学理论研究课题《司法参与数字经济治理基本原则问题研究》，是同一批 36 家中标单位中唯一一家企业，探索司法参与数字经济治理新模式。云账户在参与法治课题过程中，持续产出优质的研究成果，为行业法律法规完善提供有益参考。

云账户结合行业实践持续深化产学研合作，借助研究成果，为行业规范发展建言献策。截至 2022 年年底，累计与中国人民大学、南开大学、天津大学、中国政法大学、天津社会科学院等开展产学研项目 100 项，例如：与南开大学联合开展《促进共享经济服务平台市场健康发展研究》，针对共享经济综合服务平台发展面临的风险，开展共享经济综合服务平台监管路径设计、数据风险与合规方案、市场竞争监管法律对策研究；与中国人民大学联合开展《平台零工权益保障的实践、政策与法规探索》，分析我国数字零工社会保险权利保障问题，并尝试提出应对的政策框架和立法建议。基于各项研究成果和实践，云账户累计向全国人大、全国政协、国务院办公厅、国家发改委等报送行业发展建议汇报 71 份。这些成果服务党和政府指导新业态稳定规范发展，不断完善新业态法律法规，助推新就业形态劳动者高质量就业。

实现中国式现代化，人民就业增收是基础。云账户立足行业规范发展，不断创新升级服务，服务人民更充分就业。

以数字技术赋能助力新业态劳动者权益保障体系建设—— 好活科技的实践探索

好活（贵州）网络科技有限公司（以下简称“好活科技”）2020年8月成立于贵阳乌当区，目前服务全国平台经济生态企业1087家，服务新业态灵活就业者28万。自2020年8月至2022年10月，贵州好活科技实现营业收入44.99亿，纳税2.56亿，荣获贵州省大数据百强引领企业等称号。

一、“数字技术+政企协同+行业研究”，赋能新业态协同治理

好活科技利用大数据、云计算、区块链、人工智能等前沿技术，自主研发“好活云数字化就业与协同治理平台”，通过市场化运作，为零、散的新业态从业者提供标准化就业相关服务，将传统模式下“村支两委”难以触及的新业态劳动者纳入平台服务范围。平台与地方政府公共数据资源联通，依托数据做统计、分析、预测，为地方政府提供新业态就业协同治理综合解决方案，让灵活就业更好地发挥稳就业、促就业的支撑作用，让政府促就业政策落到实处。好活科技与政府端各职能部门多方协力，共同探索新经济新业态协同治理方案。

好活科技在行业内率先发起民办非企业的新动力创新研究院，在北京、昆山和贵阳成立研究机构，在北京市侨联、昆山市科协、贵阳市大数据局主管部门指导下，开展新就业形态数字经济、人才政策、文旅产业与创新科技研发研究，发挥好活集团百万流量和百亿产值的优势，为相关研究提供海量服务场景和数据。通过大数据云平台开发数据模型，为市场提供各类行业研究服务。新动力研究院成立至今，编辑发布行业报告、论文百余篇，通过与清华大学、广西师范大学等高校进行产学研合作取得百余项知识产权，参与多

项由合作高校参与的省部级课题研究，用科技赋能新业态共享经济市场。

二、“平台经济+合规方案”，赋能产业集群健康发展

好活科技始终坚持技术创新与场景融合双轮驱动模式发展，推出“好活云”服务，打通基础政务服务和生态应用场景，构建以“资源共融、数据共享、协同共治、价值共创”为核心的数字经济产业智慧园区。数智园通过以网管网的服务模式，形成了“以平台服务平台、以平台招商平台、以平台治理平台”的新型数字经济健康发展的新业态。例如：近年来，越来越多的人利用自己空余时间，从事网约车、顺风车、代驾等工作。网约车平台企业不断涌现，竞争加剧，市场恶性竞争、经营不合规、司机权益保障不完全等现象普遍。好活科技依托贵州大数据基础，在政府部门指导下，建设运营“贵州数字出行产业基地”，针对网约车行业新业态痛点难点开发了政企协同监管模块，政府主管部门可以通过平台查看网约车企业的运营信息、网约车司机的工作保障等信息，保障企业与新业态从业者各方利益，形成智慧监管服务体系。另外好活科技在上级党委、工会的指导下，建立新业态网约车司机云上党建、云上工会，与党委政府协同，共同为网约车司机提升个人能力、化解意见纠纷、解决生产生活困难。

好活云平台，将持续汇集新业态从业者的工作经历、实际工作能力、现工作时间等相关信息，将根据新业态就业者的主要工作空余时间、身体状况等要素，为其匹配更为适合的零工场景，帮助从业者不断提高收入和实现自身价值最大化；同时，还可为新经济、新业态平台企业提供灵活用工合规解决方案，强化企业的新业态劳动者权益保障理念，提高其应对不确定性的能力。

贵州好活服务的企业均为灵活用工增长迅猛的互联网平台经济企业、电信运营商企业、物流企业以及金融企业等，好活科技不断

发挥“平台的平台”功能，做好政府和平台企业沟通的桥梁，打造“100亿+”级平台经济产业集群，为构建梯次分明、分工明确、相互衔接、具有国际竞争力的数字产业集群提供坚实支撑，为平台经济健康发展提供可复制可推广的经验。

三、“多元服务+试点创新”，赋能新业态劳动者权益保障

好活云平台服务的新业态从业者主要是网约骑手、网约快递员、网约车司机、代驾师傅、货车司机、互联网营销师、新零售社区店长、兼职家政等一线劳动者。好活云平台与全国平台经济灵活用工企业沟通，获得就业岗位，一键分发至好活自研的就业App、小程序，同时，对众多灵活就业者进行推广，借助大数据分析岗位及用户画像，推荐更匹配的工作，并将用户带至企业入职，根据企业与灵活就业者之间的就业合作关系，在线签署电子协议或劳动合同，解决平台经济企业招工难、用工不合规等问题。

根据用户工作场景的风险级别，共同为新业态劳动者购买商业保险和灵活就业社会保险，通过好活小程序，可一键参保。通过努力，好活平台服务的百万一线灵活就业群体实现了“社保+商保”100%全覆盖。同时，如发现灵活就业者就业或生活资金紧缺，好活科技也与银行合作，为其在线提供低息小微贷款（3000元以内），帮助其购买就业急需的装备或缓解生活压力。

好活云通过人岗匹配就业推荐、政务服务代办、培训、保险、保障、普惠金融等全流程闭环服务，得到了百万新业态劳动者的认可。未来，好活科技将进一步完善好活云平台算法模型，做新业态劳动者权益保障的维护者、平台经济健康发展的促进者、共同富裕的推动者。

致谢

《中国共享经济发展报告（2023）》的研究和撰写工作，得到了国家信息中心分享经济研究中心合作伙伴美团、云账户、众志好活的大力支持。

报告撰写工作还得到了如下企业在调研方面给予的支持，分别是：T3 出行、滴滴出行、哈啰出行、松果出行、携程租车、曹操出行、高德地图、途家、小猪民宿、Airbnb 爱彼迎、58 同城、阿里本地生活、达达集团、贸点点、航天云网、满帮集团、快手科技、平安健康、阿里健康、好大夫、优客工场、星库空间、霖珑云科、薪宝科技、闲不闲信息科技等。

在此谨对上述企业表示诚挚的感谢！