

公磅+物联网与共享地磅的简要分析

——兼评静态衡器领域上游企业切入下游的三种模式

刘东平 许泰成 饶年华

【摘要】公磅自诞生之日起，就已蕴含广义共享之义，公磅+物联网既非新业态，也不存在新的商业模式。故+物联网仍是产品和技术层面的一次升级。衡器上游厂家若以自身品牌介入公磅领域，则是换种方式和形式切入衡器终端（下游）领域。耀华继续坚持“三不原则”，做好技术后盾，让衡器生产厂家有能力和机会将衡器和公磅都+物联网。

【关键词】共享、物联网+、公磅、静态工业衡器

一、分享、共享、共享经济的渊源和变迁

从词义来说英文 share 有分享、共享之意，同义词有“sharing”、“shared”；而中文的分享与共享却含义上有一定的差异。为讨论方便，我们暂且忽略中文意义上的这种差异。

“share”作为一种行为，恒古有之。在所有权不发生转移时，将闲置生产资料、生活资料等临时借给他人使用，在熟人社会里应是经常性的且并非一定是以获取经济利益为目的：如农村农具、自行车、汽车暂借他人使用等等，简言之，一切借用和租赁的行为都是“share”。

“share”作为一种理论形态，始于上世纪 60-70 年代，集中于探讨分配领域的革命以缓解资本与劳动对立，和回应马克思关于资本与劳动的对立所带来的社会制度变革的论断，发轫于美国两位诺贝尔经济学奖的 Theodore W. Schultz (1962)、Gary Stanley Becker (1964) 的人力资本理论，完成于马丁·威茨曼 (Martin L. Weitzman,) 一书：《分享经济：克服滞涨》(The Share Economy: Conquering Stagflation, 1984)，以借助分配领域的“share”克服西方经济的滞涨和缓解资本主义经济制度所固有的内在矛盾。至此，美国及欧洲众多企业推出员工持股计划、限制性股票、虚拟股权、期权等分配领域的创新制度方面的实践。

“share”作为一种商业模式，始于探讨协同消费，见于上世纪 80 年代美国德克萨斯州立大学社会学教授马科斯·费尔逊 (Marcus Felson) 和伊利诺伊大学社会学教授琼·斯潘思 (Joel Spaeth) 论文 (Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach, 1978)。“share”随着商品经济的发育成熟，逐渐成为一种较普遍的经济行为，所有权与经营权分离则从产权理论上进一步提供了理论支持和促进及扩大了此种经济行为。而“share”进化为一种成功的商业模式，莫过于共享租车 (Uber) 和共享空间

(Airbnb) 给出租车行业和酒店业带来了革命性的变化，得益于通讯技术、移动 LBS 应用、大数据、移动支付和智能终端等技术的发展。

“share”作为一种潮流和热点并演进为共享经济，是伴随着“share”涉及的领域和范围进一步拓展：从共享空间发展为共享时间（如时间银行），从消费领域拓展到生产领域（如创客空间、分时租赁设备）、从耐用品拓展到日常消费品（如雨伞、充电宝等）。当然也因“share”在中国上升到一种政治理念：2016年1月18日习近平总书记在省部级主要领导干部学习贯彻十八届五中全会精神专题研讨班上，指出“‘十三五期间’我们要将共享理念贯穿于经济社会发展的方方面面，把共享既作为发展的理念，也作为发展的行动；既作为发展的出发点，也作为发展的落脚点，共享也成为习近平新时代中国特色社会主义思想中的五大发展理念之一。同年6月28日李克强总理在达沃斯论坛也表示“共享经济是众创经济，人人参与人人受益”，进一步对共享经济进行了解读和肯定。

二、公磅+物联网与共享地磅的关系

1. 公磅本身就是广义上的共享，共享地磅并非一个新品类、新概念

“公”本意之一就是面向社会、面向大众，其反义词是“私”。故“公磅”自诞生之日起，就有广义上的共享之意。从这个意义上讲，共享地磅并非物联网+背景下的新品类或新概念，也并非物联网+背景下诞生的新供给或需求，只是公磅在新时代下换了个新词而已。

公磅的盈利模式类似于广义共享中酒店的类资产模式。收入来自称重次数/日、每次收费水平，成本来自于资产折旧、人工和维修成本、场地租金等。公磅是否可盈利或盈利水平则取决于此两者的比较。

2. “公磅”换成“共享”概念依然是原盈利模式，不会有新模式。

就共享经济商业模式而言，有两种最典型且成功的模式。

一是平台模式：如滴滴打车、Aribnb 等。平台提供者并不拥有共享物品的所有权，而是借助于物联网点对点即时通讯技术、LBS 和 GPS 技术、网络支付、评价系统、大数据及实时撮合机制，实现闲置资源的最大化利用。对这个社会来说，它节约交易成本，减少信任成本（通过互评体系评价），因而创造了社会价值；对参与者来说，则能最大化资产价值，提高资产的利用率；对平台提供者来说，则可从交易中抽成获利，当然最重要的利润来源是平台的综合价值：如为广告商、金融保险、资金需求方等第三方提供价值、资金等。

一种是类资产模式：如摩拜、OFO 等共享单车。共享产品由共享模式的提供者提供，产品所有权也归共享模式的提供者所有。消费者需要的是产品使用权而非所有权，提供者也因短期租赁产品的使用权而获得收益，这是典型的重资产模式。酒店也是这种广义上较常见的共享模式。从目前观察来看，这类模式靠收取租赁费获取收益的模式短期不可能盈利。2017

年共有 19 家投身共享经济的企业宣告倒闭或终止服务：其中包括 7 家共享单车企业、2 家共享汽车企业、7 家共享充电宝企业、1 家共享租衣企业、1 家共享雨伞企业和 1 家共享睡眠仓企业等等就可知晓，剩下的玩家是背靠大资本支撑，目的不是共享而是获取流量，因为流量的获取成本现在越来越贵，越来越高。

从模式类似性来说，公磅或共享地磅属类资产模型而无法成为一种平台模式。一是其本身规模是有限的，很难像个体消费者一样具有海量的客户和海量数据价值；另一方面，公磅成共享地磅概念后并没增加新需求或满足有大量的潜在需求，因为需要公磅计重的需求量并不会因为公磅变成共享后而增加或减少。可从需求端再展开分析，其需求主要有几类，一类是比较集中且称重较频繁的场所，如农作物集中收购；一类是称重物品较贵重但不频繁的企业主或个人，如企业每月需要购买钢材；一类是纯粹零散性且非集中性的需求。第一、二类需求，肯定已有公磅提供服务，否则经济活动都无法展开；第三类的需求量则并不大。由此可见，当公磅换成“共享”地磅的概念，并不会增加新的潜在需求，各区域公磅各自所覆盖的范围和服务的对象并不会因+物联网而扩大和增加。

3. 公磅+物联网的本质并非共享，而是产品的一种升级

公磅升级为+物联网后，能增加客户的称重体验，提高称重过程的管控，减少称重管理的成本，同时还可做到称体的预防性维修等等，故对有此类需求的衡器生产厂家和衡器终端用户来说，这种产品和技术升级还是有较大的价值。但这种变化与汽车衡+物联网的性质是一样的，和所谓的共享经济或共享商业模式并无关联，或者从广义的共享定义来看，公磅本身就是共享，并非因为+物联网才是共享。其盈利模式依然是资产投资模型，而非共享经济的盈利模式，也不可能诞生出新的其他盈利模式。

因此，与其说物联网+公磅是共享经济在静态衡器领域的一种应用，不如说作为广义上的共享产品即公磅借助于+物联网所带来的一次产品升级。

三、公磅+物联网为上游企业切入衡器终端又提供了一个新途径

静态衡器行业是分工合作模式，这种模式是中国衡器发展初期阶段的必然，它促进了中国衡器企业的技术、资金和品牌等积累，也促进了中国衡器行业的发展壮大。衡器上游企业要切入下游，无非三种方式。

一是自建或合建衡器生产厂家，即直接一体化切入终端。鉴于衡器需求具有区域性的特点，这种方式切入衡器终端有很大困难。如选择在需求量非常大的地区，则此区域的衡器生产厂家本来就是上游的主要客户，故此选择就意味着要直接与自己的主要客户直接对抗，风险很大；如选择在需求量不大或偏远地区，则与大客户直接对抗风险是减少了，但因需求量不大故投资又不合算。

一是利用资本纽带，借助衡器厂家渠道即中介切入终端。具体操作方式又可分两种，一种是让衡器厂家入股上游厂家，另一种是上游厂家与衡器厂家合资或设立新公司。其共同的特点是借助于合作衡器厂家来打压、洗牌其他非合作衡器厂家，从而达到整合行业和切入终端的目的；不同点则是入股的方向不一：让衡器厂家入股上游厂家的难点是衡器厂家在上游厂家的股份比例非常小，无法参与或决定上游厂家的企业决策，故很难真正达到战略上的认同和行动力；而让上游厂家入股下游厂家，则存在估值上的不可操作性。因为下游厂家在经营上与上游厂家相比，规范性较差。同时也因规范性的提升，会带来合作总体收益的受损而不是增加。故此模式在商业上很难不成功，但因+物联网的产品特点和通过技术路线的选择，可让上游厂家能有更多的可能性去直接切入有价值的衡器终端，失之东隅，收之桑榆。

一是借入产品和广告的模式直接切入终端区域。公磅无疑是一个好的切入口，共享则又增添了更好的说辞。衡器生产和销售厂家最有价值的部分就是拥有终端客户的信息和服务的及时性以及当地终端客户对本企业的认可。假若在某地区有一个共享地磅，它能让更多的终端客户去使用，并让他们相信和感知到这地磅的称重数据准确、可靠。这无疑是最好的口碑和最好的广告，而且还有鲜活的案例摆在面前，我想这个地区需要“私磅”即自购地磅的客户，一定首先想到的并希望购买的地磅肯定就是提供这家公磅的厂家。所以上游厂家如以自身品牌切入公磅领域，就等于直接介入或为未来介入该地区衡器销售做好了充分的准备。

综上所述，公磅一旦被包装成共享地磅并强行嫁接热点：共享经济，则易转移衡器生产厂家的关注点。如衡器厂家不跟随，则会背上不与当前经济热点接轨、思维落后之名；如跟随，则上游厂家就悄然无息地借衡器厂家之手进入了终端市场，并将未来衡器的销售和推广的阵地直接设置在衡器生产厂家的家门口。故为构建健康、持续发展的衡器生态链，中航耀华坚持将“最高权限归于衡器生产厂家”的物联网技术路线，坚持“三不原则”，做好技术后盾，让衡器生产厂家都有能力将衡器和地磅都+物联网，让整个衡器生态都能真正共享到更好的技术和产品。

[参考文献]

- [1] Teubner T. Thoughts on the Sharing Economy: Proc. of the International Conference on e-Commerce[Z]. 2014: 11, 322-326.
- [2] Hamari J, Sjöklint M, Ukkonen A. The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption[R]., 2015.
- [3] Schor J. Debating the Sharing Economy[R]. A Great Transition Initiative, 2014.
- [4] Matzler K, Veider V, Kathan W. Adapting to the Sharing Economy[J]. MIT Sloan

Management Review. 2015, 56(2): 71-77.

- [5] 雷切尔·博茨曼, 路·罗杰斯 . 共享经济时代: 互联网思维下的协同消费商业模式 [Z]. 第 1 版 . 上海 : 上海交通大学出版社 , 2015.
- [6] [美]约瑟夫·熊彼特:《资本主义、社会主义与民主》[M], 吴良健译, 商务印书馆, 1999.
- [7] [英]安东尼·吉登斯:《现代性的后果》[M], 田禾译, 译林出版社 2011.
- [8] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局. 马克思恩格斯全集 [M]. 北京: 人民出版社, 2015.
- [9] 倪云华, 虞仲轶. 共享经济大趋势[M]. 北京: 机械工业出版社, 2016
- [10] 斯特凡尼. 共享经济商业模式: 重新定义商业的未来[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2016.
- [11] 杰里米·里夫金 . 走向物联网和共享经济 [J]. 企业研究 . 2015(02)
- [12] 刘奕 夏杰长 共享经济理论与政策研究动[J]. 经济学动态. 2016(04)
- [13] 2017 创业阵亡最全名单 “共享”并非唯一悲剧主角
http://news.china.com/socialgd/10000169/20171218/31831137_all.html#page_2