



# 共享经济新模式的先行者

於强

在中国经济整体下行形势下,中央提出通过“大众创业、万众创新”来推动经济发展转型,积极发展众筹、众创、众包、众扶为特征的共享经济模式,切实促进企业发展和百姓致富。江苏联宝订单创意信息科技发展有限公司(简称“联宝公司”)就是这样一家企业。

以消费引领产业升级,以供给创新形成新的生产力,通过创新驱动供给侧改革,让企业走出经营困境,消化过剩产能,扩大消费。联宝公司以订单模式和商品为纽带,联合消费者与企业对接,打造了一个共享社会财富、共享企业利润为主体的全新消费模式平台,体现了消费资本在经济活动中的价值。目前,联宝公司在全国共有300多家办事处,服务于全国数百万会员。



欧氏集团董事长欧年宝(左)接受中国网采访

## 国家版消费新战略

中国经济经历了30多年的高速发展,到2010年,中国正式超过日本,成为仅次于美国的全球第二大经济体。2015年,经济总量已达到10.42万亿美元,完成了发达国家近百年发展历程。

数据显示,反映贫富差距的基尼系数从2009年的0.490逐步回落至2014年的0.469,同时基尼系数仍然超过0.4的警戒线,这表明贫富情况加上社会福利制度的不完善,在一定程度上抑制了居民的消费欲望。

中国人民银行统计数据表明,仅在2015年一年,全国城乡居民存款就已达到4万亿元。从2008年开始到2015年,城乡居民存款余额

累计已达到35万亿元之巨。这也从一个侧面表明,在民众的社会福利保障和实质性收入没有得到充分改善之前,民众的消费欲望难以得到充分释放。

2008年,受美国次贷危机的影响,世界经济发展发生剧烈的变化。在欧美发达国家的GDP构成中,消费对GDP的贡献率达到70%以上。在我国也适时提出了供给侧改革,使消费成为拉动GDP的新动力之一。国务院经济会议中多次提到,要创新发展模式,充分释放消费对经济增长的贡献,让中国老百姓能消费、敢消费、愿消费,通过消费拉动经济增长。



联宝公司总经理曾萍(右)在中国金融创新与安全高峰论坛

## 颠覆传统商业思维

任何商品的生产,如果没有终端消费者消费,企业的生存和发展将成为一纸空文。

消费者在购买商品过程中,不仅承担了企业的生产成本、销售成本,更承担了中间商在流

环节中所获取的利润。因此,消费者购买商品才是企业利润形成的最终体现形式。掌握终端消费者,就等于掌握了经济活动的话语权。

联宝公司通过提前锁定终端

消费者,减少了商品流通环节,进而利用平台强大的消费者资源盘活企业,为化解产能过剩、推动供给侧结构性改革,构筑了一个全新的颠覆传统商业思维的新经济模式。

消费者的购买行为,已经不再是单纯地为了获取商品,其消费行为同时变成了储蓄行为和投资行为,从而使多方获利,达到消费者、生产者、经营者和全社会共赢的目的。

## 共享时代重构产业链

联宝公司创新商业模式具有崭新的组织形式特征,它吸收并发挥了电子商务、物流和订单经济的重大作用,并同其他相关市场要素主题密切合作。创新商业模式实际上是有形市场(地网)、无形市场(天网)、虚拟经济(订单经济)、物流业诸多经济要素组合的有机综合体。它是一个以生产企业、供应商、物流企业、商业企业、消费者等相互合作为基础,以订单经济模式为核心,以产品和服务为纽带,以利润共享为特征,以合作共赢为目标的行业产业链的有机综合体。

这个创新商业模式具有更新换代和划时代意义,具有充分的科学依据和法律依据,是可持续发展的创新商业模式。

联宝公司创新商业模式表现形式是联宝平台上的各类订单,该模式包含了消费订单、商品订单、资产订单、资本订单、公益订单合五为一的商业生态系统。这一商业生态系统,通过多层次的订单交易系统,构筑了互联网产业金融中心的雏形。

联宝公司通过平台的搭建,用订单连接消费者、商品和生产企

业;用订单重新定义了买卖双方之间的关系,买卖的持续存在,商品流通和消费者的持续消费,在联宝平台上形成一个能够自我循环的商业生态系统。

联宝公司以订单形式的创新商业经济模式,成功地实现了消费资本化,让“消费者、经营者、获益者”身份三位一体,让广大消费者贡献资本的同时,共享经济活动的利润。

联宝订单模式贯通了需求侧和供给侧的二元化经济通道,逐步探索破解当下国内遇到的可持续

发展瓶颈问题,努力实现一些社会资源的重新有效分配。消费者作为最大消费资源的贡献者,贡献并分享资源价值,联宝平台将合理重新调配资源,做到资源优化和重组,以资本订单为核心进行资源的定向支配,用资本思维模式来支配资源,目标做到共有资源、共享资源、共赢天下。江苏欧氏电子商务集团(联宝公司母公司)董事长欧年宝所创的联宝模式,开启了一个全新的时代——订单资本经济时代,并努力为社会发展、经济发展贡献一份力量。