

В 2015 году рынок услуг совместного потребления в Китае оценивался в 1,95 трлн юань, сообщает отчет Национального информационного центра. По объему рынка КНР занимает второе после США место в мире. Предполагается, что в ближайшие пять лет этот показатель будет расти на 40% ежегодно. По мнению главы телекоммуникационной компании Tencent Ма Хуатенга, экономика совместного потребления в стране вступила в золотую пору.

Экономический спад в Китае заставляет людей экономить и потреблять более разумно. Китайцы стараются экономить деньги, пользуясь сервисами совместного потребления, а сэкономленные тратят на развлечения. Распространение смартфонов также способствует росту популярности новой модели потребления. Мобильные платежные системы позволяют оплачивать даже самые мелкие покупки и услуги, а минимальный платеж может составлять всего один юань

Лидером рынка выступает китайский аналог Uber — сервис вызова такси Didi Chuxing. У китайцев также есть свой сервис аренды жилья по типу Airbnb — сайт Tujia.com. В этом году в стране начал работу сервис каршеринга от Daimler. В системе для совместного использования автомобилей за два месяца зарегистрировалось 80 000 человек.

Как отмечает Nikkei Asian Review, развитие сервисов шеринга указывает на тенденцию отказа от владения собственностью. Некоторые эксперты

полагают, что в ближайшем будущем по всему миру будет набирать популярность услуга по аренде, и арендовать можно будет каждую мелочь. Уже сегодня можно оформить во временное пользование чердак или диван.

В Китае появляются и нестандартные примеры экономики совместного потребления. Например, сервис Huijia Chifan позволяет людям продавать еду собственного приготовления. Кулинары-любители публикуют на сайте фотографии своих блюд, указывают состав и цену. Пользователи выбирают понравившееся блюдо и заказывают его с доставкой на дом. На сайте действует система отзывов, а каждый пользователь при регистрации приобретает за 5 юань страховку на случай отравления. Пострадавшему возместят до 300 000 юань. Власти Шанхая посоветовали людям не пользоваться Huijia Chifan из соображений безопасности, но сервис продолжил работу.

Открыть компанию, предоставляющую услуги совместного потребления, в Китае довольно просто, однако стартапам часто приходится конкурировать и назначать максимально низкие цены на свои сервисы. В то же время, предприятия, работающие по новой модели, уже начинают лишаться части прибыли традиционные магазины и компании.