

# 共享经济在株洲 “享”得不是那么好

株洲日报记者 廖明 刘芳 任远

## 阅读提示

曾几何时,“共享经济”一度成为年度热词。资本追捧之下,共享单车、汽车、充电宝、按摩椅、KTV,甚至雨伞、纸巾都想借着“共享”的风口“飞上天”。

大潮退去、热度衰减之后,这些因风而起的共享经济,在株洲到底发展得怎样?

近日,记者走访调查发现,共享经济在株洲,“享”得并不那么好。

## 记者手记

### 让共享经济回归商业本质

任远

4年前,共享经济刚刚兴起,共享单车、共享雨伞、共享酒店等如雨后春笋般冒出。“共享”成为红极一时的热词。

彼时的共享经济还是资本市场的宠儿。各家公司在共享领域跑马圈地,占领市场,只为分一杯“资本之羹”。

疯狂之地,乱象丛生。有些商家私自挪用押金、盲目扩大规模;有些商家过度营销,弱化了服务和运营,造成资源浪费的同时,给社会治理带来不良影响;还有些创业者缺乏深度思考,盲目跟风,为了共享而共享,最终落得人财两空的结果。

无论叫得多么热闹,共享经济说到底还是一种商业模式,它以盈利为目的,就必须符合商业规律。从企业内部来说,它需要企业加强运营能力和资源投入;从外部环境来说,它需要政府的监管和引导,及相关制度的健全完善。整个国民素质以及市场教育也需要时间。

这些年,共享企业在不断探索,回归商业的本质,用产品和服务打动消费者,这也是市场和消费者乐于所见。我们期待一个更加成熟、彼此共赢的共享经济,为消费者和市场带来实实在在的好处。



一位抱着孩子的市民正在借用共享充电宝。株洲日报记者 任远 摄

按摩椅上只躺不按摩的人多。株洲日报记者 刘芳 摄

## 共享出行,“车在囧途”

居家出行,你会选取哪一种方式?不论是哪一种,就株洲市民而言,共享单车和共享汽车,必然不会是大多数人的选择。

共享经济的大潮下,共享单车和

### 消失的“小鸣单车”

11月8日下午,天元区一小区地下车库,一辆已落满灰尘的“小鸣单车”,让市民谭云洲忽然想起,“小鸣单车”的运营方,还欠他200元押金。

2017年7月底,“小鸣单车”入驻株洲,热爱骑行的谭云洲,成为首批注册用户。

彼时,共享单车正处于共享经济的大风口,摩拜、ofo等共享单车品牌,正在全国各大城市“攻城略地”,街头尽是共享单车,它们在为群众出行带来方便的同时,车辆随意停放带来的社会问题,也开始被广为诟病。

为了解决车辆随意停放问题,“小鸣单车”带着它的“电子围栏”技术,成为打入株洲市场的唯一共享单车品牌。

独享株洲市场的“小鸣单车”,表现却让人大跌眼镜。

仅仅几个月后,“小鸣单车”就传出了“投资人失联”“押金无法退还”“员工大规模辞职”等消息,因企业退押金一拖再拖,消费者投诉不断,2017年12月,广东省消委会打响了共享单车公益

### 共享汽车的“滑铁卢”

“小鸣单车”败走之后,我市的共享出行领域,就看共享汽车能不能撑门面了。

在株洲,共享汽车领域先后出现过“位位用车”“一路共享”“先导快线”以及“小灵狗租车”等品牌,但现在,4个共享汽车品牌中,只有“先导快线”和“小灵狗租车”仍在运营。

2017年5月,张文首次将共享汽车品牌“位位用车”引入株洲,试图在徐家桥步行街打造共享汽车的经营样板,并逐步向城市各区扩张,但因为平台投入跟不上,坚持不到半年,张文就被迫放弃。

同年9月,张文又将长沙的共享汽车平台“一路共享”引入株洲,并创造了2个月吸引注册用户4000余人,车辆日均租用25次,基本实现收支平衡的好成绩。但不久,同样因为后方平台的变动,“一路共享”在株洲也已停止服务。

“我们后台数据显示,大部分的共享汽车使用者为18岁至35岁的人群。”

共享汽车,也曾一度大规模进入株洲市民生活,但内外多重因素影响之下,不论是两个轮子的共享单车,还是四个轮子的共享汽车,在株洲跑得都不太顺畅。

诉讼全国第一案——“小鸣单车”被送上了被告席。

“现在回过头来看,即使当时没有受到平台运营公司的影响,小鸣单车在株洲,也注定走不长远。”在谭云洲看来,“小鸣单车”在株洲的“短命”表现,并不让人意外。

数据显示,“小鸣单车”在株洲运营的第一个月,一共投放了5000多辆共享单车,累积注册用户数2万余人,但为株洲市民提供的短途出行服务,仅有21000人次。

这意味着,一个月的时间里,每辆共享单车平均仅使用了4次,“小鸣单车”在株洲的月租用量,只是公共自行车日均租用量的三分之一。

“在株洲,本身就有成熟的公共自行车租赁系统,2万多辆公共自行车,1000多个自行车租赁点,骑行1小时内还免费,加上全城密集的公交线路,共享单车对交通的补充意义不大,盈利能力自然有限。”谭云洲说。

张文说,和一线城市相比,株洲的大学生、白领等年轻群体的数量相对较少,对共享经济不具备大规模的需要,推广也多有阻力。

湖南工业大学经济学老师曲红也认为,株洲等一些三四线城市,因需求受众分散,使用频次低,造成了共享汽车发展受阻。

“随着行业越来越规范,进入门槛提升,共享汽车行业将迎来大洗牌。”中国汽车流通协会副秘书长罗磊认为,共享汽车属于“重资产、重运营、重体验”的行业,随着众多平台的兴起和扩张,市场竞争日趋激烈,但大多处于大规模投入期,没有盈利,一些运营成本高、服务能力差的企业难免被淘汰。

两次进入共享汽车领域,但从从业历史共加起来都不足2年,被问及是否会第三次进入这一领域时,张文的回答很委婉。

他说:“这个行业还需要时间的检验。”

## 共享按摩,躺着挣钱有点难

搭共享经济东风,摩摩哒、和创、翊山等品牌按摩椅悄然进入株洲,主要出现在商场、影院等人流量较大的场所。

但是记者日前走访发现,共

### 坐在按摩椅上,玩手机、睡觉的多

在神农城南区,三楼是影院、餐饮的集中区域,这一层共摆放了近20台按摩椅,其中影院等候区有10台。

8元享受8分钟“唤醒身体”,12元可享受16分钟“通行气血”,15元可享受20分钟“舒张筋骨”……扫码、选择按摩套餐、支付,你就可以享受按摩服务。

11月10日下午4时许,商场人来人往,影院等候区坐满了休息的市民。在影院等候区,10台按摩椅上有8台被市民使用,但真正使用按摩功能的仅有1人,且选择使用时间为最短的8分钟。

“反正要等电影开场,在按摩椅上按摩也不是很贵,就扫码

### 消费习惯、卫生等原因,买单按摩的不多

记者了解到,2015年,摩摩哒、乐摩吧等共享按摩椅进入株洲市场,合作模式一般是一方提供场地、一方提供机器,双方以租金形式或收益分成合作。

“其实,伴随着共享经济之火诞生的共享按摩椅,并不怎么火。”株洲千金影城中心广场店长王建新告诉记者,2015年,摩摩哒与影院合作,摆放了14台共享按摩椅,但由于消费习惯、卫生等原因,消费者并不怎么为其“买单”,反而坐在上面免费休息的现象比较普遍。“作为影院方,我们不能把消费者赶走。”

那么,共享按摩椅能让商家“躺着赚钱”吗?

记者算了笔账。按8分钟8元计算,一台按摩椅一天24小时不间断运作,收入1440元。如果按一家影院投放10台按摩椅来看,一天就可以收入14400元。听起来是笔不错的生意。

享按摩椅比较受“睡觉一族”“玩手机一族”的热捧,大多数消费者只坐不用,有的甚至脱鞋在上面睡觉。共享按摩椅,躺着挣钱有点难!

付了8元按摩休息。”邓先生享受完8分钟的“唤醒身体”按摩套餐后,没有继续支付,继续坐在按摩椅上休息。

记者走访市区多个商场、影院发现,均摆放了共享按摩椅,但都很受“睡觉一族”“玩手机一族”的欢迎,很少有消费者真正扫码使用按摩椅。即便在按摩椅出现“本按摩椅付费使用,请勿闲坐,影响他人享用,谢谢配合”提示后,有些消费者也不会离开。

刚逛完街的市民张女士坐在按摩椅上休息:“按摩椅靠背能撑着腰,腿也有支撑,更舒服一些。”周围的人也表示:“别人都坐,我就跟着坐坐。”“反正按的人很少,闲置也是闲置。”

而记者了解到,一般影院的高峰时段是工作日晚上7点以后,以及周末全天。“通常情况下,超过晚上9点半以后的电影,就没什么人来坐按摩椅了。”一名工作人员告诉记者,平均一台按摩椅一天大约五六个人出现,“株洲千金影城中心广场店店长王建新告诉记者,2015年,摩摩哒与影院合作,摆放了14台共享按摩椅,但由于消费习惯、卫生等原因,消费者并不怎么为其‘买单’,反而坐在上面免费休息的现象比较普遍。”

据了解,一台按摩椅除了购买或租赁成本外,还需给影院等缴纳场地租金,尽管每个场地的租金不同,但据业内人士透露,这笔资金并不算少。

“共享经济似乎走到一个十字路口,共享按摩椅也受影响。”摩摩哒相关负责人表示,当下,共享按摩椅似乎已成为商场、影院、机场等公共区域的“必备设施”,未来或许会考虑其他合作模式。

## 共享充电,后来居上

11月3日,90后女孩张晨曦在王府井百货租借了一台“街电”共享充电宝。看着手机左上角的电池图标由红变绿,她松了一口气。如今,越来越多的人被手机没电的焦虑支配,出现在大街小巷的共享

充电宝为这份焦虑提供了缓解的出口。

作为共享领域中的后来者,共享充电宝从问世起便饱受质疑。经过3年的发展,这个原本不被看好的新兴事物反倒一枝独秀,在市场中表现优异。

### 共享充电宝的身影随处可见

互联网时代,人们越来越离不开手机,走到哪刷到哪,手机也因此耗电越来越快。“出来逛街,也不忘刷朋友圈,眼看着手机就要没电,真是急死人了,正好发现这里有共享充电宝,仿佛遇到‘救星’。”刚刚在王府井租了共享充电宝的周女士说。

记者在王府井负一楼看到,几乎每个店铺门口都放置了共享充电宝的机器,有些甚至摆放了2台。这些机器有8格、16格、24格之别,品牌包括街电、来电、小电、怪兽等。每台充电宝租用价格为每小时2元,每天20元封顶。在千金影院、大汉悦中心、神农城等人流量较大的商场、影院,共享充电宝的身影随处可见。

“租借的人还挺多的。”一个餐饮店老板表示,到了周末或节

假日,收银台上2台柜机总计16部充电宝,有时全部被借走。另一家零食商铺负责人告诉记者,他们与共享充电宝商家签订协议,商铺提供场地并充电,收入按照四六分成,商铺六成,充电宝商家四成,“一台8格的机器平均每月可以进账200多元。”

《2019年中国共享充电行业发展分析简报》显示,2019年共享充电市场用户规模已经达到1.5亿人次左右。

市场的火热为共享充电宝的集体涨价提供了底气。在前两年,顾客使用共享充电宝,前半小时是免费的,超过时间才开始收费,但从今年5-6月起,多数品牌采用“计时收费”模式,价格也由此前的每小时1元上涨至每小时2元。

### 共享充电宝凭什么后来居上?

“共享充电宝诞生于共享经济的风口,其自身的特性决定了后来的发展。”互联网营销业内人士周奇分析。

首先,共享充电宝本身成本较低。有人曾做估算,一台充电宝成本约100元,如果每天能被租借4次,每次收费1元,每天收入4元,25天就能回本,可谓“超级租售比”。

免押金模式也让共享充电宝整体发展得更好。记者了解到,共享充电宝从诞生起便启用芝麻信用免押金模式。也就是说,只要用户的芝麻信用(蚂蚁金服旗下独立的第三方征信机构)达到一定分数,无需任何押金就可直接租用充电宝。

这大大提升了消费者的体验感受。曾有共享充电宝企业做过调研,租赁免押金能让用户使用率提升30%,而交押金的环节会造成客

户的中途退出。目前,各头部共享充电宝公司基本实现了微信和支付宝支付押金全免,打消了消费者对“押金被企业占用”的顾虑。

此外,相比共享单车,共享充电宝更符合消费者的刚性需求。怪兽充电创始人兼CEO蔡光渊曾公开提到,在中国7亿户手机用户中,60%在三线城市,60%有第二次充电需求,70%的人不带充电线和充电宝。“在出行时,我可以选择骑共享单车,也可以打车、坐公交,但如果手机没电,又不方便在外充电,共享充电宝成为我的唯一选择。”市民周先生表示。

当然,共享充电宝在未来要走的路还有很远。“接下来,餐饮、娱乐场所之外,火车站、机场、地铁、行政机构、活动赛事等场所,将成为共享充电宝商家进一步拓展的目标。”怪兽充电袁博卿表示。

制图:王玺