

内页导读

14 股市大势

基金抱团重仓股
充当反弹主力军

新民财经

内页导读

15 理念分享

板块合并看点多
跟随市场去冲浪

本报经济部主编 | 总第 133 期 | 2021 年 4 月 3 日 星期六 本版编辑: 刘珍华 视觉设计: 邵晓艳 编辑邮箱: xmjib@xmwb.com.cn

共享充电宝涨价, 你怎么看?

租用共享充电宝成本上升

图 IC



1

共享充电宝涨价引争议

本报记者
杨硕

“共享充电宝涨价”最近频频登上热搜。甚至有网友吐露, 在一些景区、车站、酒吧, 租用共享充电宝的价格再次上涨, 一天的封顶价格最高甚至达到了 99 元。不少网友纷纷认为, 比起其刚面世时, 如今的共享设备已经“不香”了。除了价格贵, 难以找到还充电宝的网点, 也是广大消费者吐槽的问题。

“一个充电宝也就三四十元钱, 借 1 天花这么多钱, 都可以再买一个了。”消费者高腾一边向记者展示最近的一笔充电订单, 一边说道。

他的这笔订单显示, 在 4 个小时 11 分钟内, 设备运营商怪兽充电收取了 18 元的充电费。每小时的单价甚至达到了 4 元钱, 这让他有点惊讶。

事实上, 高腾所反映的涨价问题, 并非该细分行业内的个例。据媒体统计, 去年下半年, 市场份额排名靠前的几家共享充电宝公司怪兽充电、小电、街电、来电的价格分别为 3 元/小

时、2 元/小时、2 元/小时、2 元/小时。到现在, 分别涨到了 4 元/小时、4 元/小时、3 元/小时、3 元/小时, 普遍上调了一两元。

除了涨价外, 高腾还向记者表示, 他发现发生在不同区域的消费所产生的订单, 竟有着不同的收费标准, 这更让他摸不着头脑。“以后出门必须自己带充电宝了, 否则再租用共享充电宝, 实在是划不来。”

涨价随意, 定价更随意。3 月 23 日, 央视财经也曾专门针对这一话题作了报道, 其中提到, 有记者走访广西

南宁市的一些商超发现, 共享充电宝不仅收费标准上升, 价格还有些“任性”。如怪兽充电的共享充电宝, 在南宁市青秀区一家奶茶店的租用价格是 1.5 元/半小时, 而在 10 米外的另一家店租用价格则是 2 元/小时。

不少网友指出, 共享充电宝还有一大“bug”——“想还还不上”, 这也无形中提升了租用充电宝的成本。“自己想还充电宝时, 发现附近的门店都显示无法归还, 想归还得跑到几公里以外的地方, 这样时间一延长, 总价就上去了。”

2

共享单车也在悄然提价

涨价的事情, 同时期也发生在另外一个“共享经济”代表——共享单车的身上。

根据此前媒体的报道, 美团、哈啰等共享单车的收费, 和最初相比都悄然发生着变化。在上海, 哈啰单车目前的价格是前 15 分钟收费 1.5 元, 此后

每 15 分钟收费 1 元。

针对共享单车涨价情况, 网友们也是吐槽不断: “绿色出行, 就一定得把我们当做韭菜吗?” “好家伙, 自从发现涨价后, 我骑车的速度都快了。”

不过, 单车公司对外回应称, 近期单车的价格“没有涨”。哈啰单车就称,

实际上骑车超过 15 分钟起步时长的用户并不多, 而且其中很大一部分人使用月卡, 每次骑行前两小时是免费的, 因此价格变化对这类用户来说影响很小。

虽然企业极力否认, 涨价也并非近期“一下子”出现的, 但如果和行业早期相比, 无论是共享单车还是共享充电宝, 价格的趋势还是一路上涨的。

3

企业需探寻增长新路径

透过表象看本质, 此次涨价引起的一轮热议, 折射出目前共享经济发展所面临的困难与瓶颈。

有业内人士分析称, 经过第一轮“跑马圈地”后, 相关运营企业下一阶段想通过提升价格来获取更好的收益和回报。“共享充电宝的成本居高不下, 共享充电宝对站点位置要求较高, 站点多设置在大型购物中心、餐饮娱乐场所以及医院、火车站等人流量较大、停留期超过 1 小时的场所。而且, 共享充电宝站点设置, 需要向入驻商户缴纳一定的人场费, 同时站点产生的收入还要与商户分成约 50%, 运营成本不断上升。”

这样的说法有数据支撑。以最近刚刚在美上市的怪兽充电为例, 其在不久前发布的招股书里首次披露了财报, 招股书显示, 怪兽充电 2020 年以 34.4% 的市场份额位列共享充电行业

第一, 是中国最大的共享充电运营商。不过, 庞大的用户基数和价格上涨并没有让怪兽充电净利润稳步上升, 与 2019 年相比, 怪兽充电营收从 20.223 亿元增长至 28.094 亿元, 但其净利润从 1.666 亿元降至 7540 万元。

据了解, 主要原因在于销售和营销费用占据其运营费用的很大一部分, 包括向合作伙伴支付的奖励费、向业务拓展人员支付的报酬。2019 年, 怪兽充电的营销费用为 13.62 亿元, 而 2020 年这笔费用增至 21.21 亿元。也就是说, 共享充电宝营收在上涨, 但利润却在变薄, 在如此形势下, 如果想让公司业绩增长, 涨价成为必然。

对此, 在不少业内人士看来, 运营企业为追求利润提升而进行涨价无可

厚非, 但并非唯一出路, 仍需积极探索新的业绩增长点。

“共享充电宝企业并未找到新的盈利模式, 涨价问题也广受诟病,” 网经社生活服务电商分析师陈礼腾在接受媒体采访时指出, 共享充电宝品牌还存在霸王条款、退款难等问题, 为寻求进一步发展空间, 充电宝公司需要构建新的增长路径。

苏宁金融研究院消费金融研究中心主任付一夫也认为, 共享充电宝行业需要拓展多元化的业务, 加快跨界合作的步伐。“除了为 C 端(消费端)用户提供充电服务以外, 可以继续发力广告服务, 比如共享充电宝租赁机屏幕和充电宝本身, 都是广告展示的良好载体。”

财经风向标

复苏加速中

谈璿

春天, 欣欣向荣的季节, 周围的人们忙着打疫苗, 经济复苏的脚步加速中。

疫苗对经济复苏的重要性不言而喻。全球各国都在“抢”疫苗供应普及接种。邻国日本更是通过法案, 把注射新冠疫苗作为“国民义务”。如果中国人的疫苗接种步伐慢了, 反而会“从先进变落后”, 给自身带来危险。世界“开放重启”在即, 所以中国现阶段必须争分夺秒, 做好疫苗的广泛接种。张文宏医生说过, 疫苗接种是全球性的共同理性选择, 接种疫苗也是与病毒变异在做赛跑, 70% 以上的人注射疫苗, 大众生活才可能步入正轨。想想不久的将来, 被疫情阻隔了许久的事情一件件做起来, 生活恢复往日的安宁便利, 太令人向往了!

国内外的经济形势也在逐步向好。渣打本周发布的对全国范围内逾 500 家中小企业月度调研最新结果显示, 在强劲的内需和外贸支持下, 3 月制造业强劲反弹。随着春节过后企业复工复产和全国疫情防控措施陆续解除, 3 月中小企业经营活动有所加速。3 月渣打中国中小企业信心指数由 1 月的 52.3 和 2 月的 51.5 升至 53.6, 增长动能指数由前月的 2.9 升至 4.8。“未来三个月预期”指数由 2 月的 51.5 改善至 55.7, 反映出对二季度经营前景的信心。

交通银行金融研究中心 3 月宏观月报也显示, 主要经济体经济复苏较快, 需求进一步增强。3 月国际航运十分活跃, 前三周波罗的海干散货指数达 2271 点、原油运输指数升至 747 点, 二者涨幅均大超上月和去年同期水平。国内企业和居民信贷需求旺盛。低基数和生产复苏促进一季度经济增速显著上升。

3 月 31 日召开的国务院常务会议指出, 今年在调整一些阶段性政策的同时, 不搞“急转弯”, 采取对冲措施帮助市场主体恢复元气, 巩固经济恢复基础。

在全球经济的复苏中, 中国是一块重要的“压舱石”。瑞士再保险集团首席经济学家安仁礼博士本周表示, 中国经济仍将是带动全球经济复苏的重要引擎, 而中国政府以长期视角优化经济发展结构、推动经济可持续发展的模式将使全球受益。

经济复苏进行时, 我们对未来翻开的新一页做好充足准备。