

摩拜“卖身”更名“美团单车” 共享经济究竟路在何方

是和“摩拜”说“拜拜”的时候了



首席记者
方翔

1月23日,美团联合创始人、高级副总裁王慧文发布内部信,宣布摩拜已全面接入美团App。虽然在业内看来,这一天迟早要到来,但人们真的看到曾经辉煌的摩拜单车即将退出“江湖”,还是不免有些唏嘘,更思考着共享经济还有多大的发展潜力。

1 摩拜单车告别“江湖”

从王慧文在内部信中表示,目前美团App和摩拜App均支持扫码骑车,未来摩拜单车品牌将更名为美团单车,美团App将成为其国内唯一入口。据了解,用户现在打开美团App,点击右上角“+”,选择“扫一扫”或者“骑单车”,就可以使用摩拜单车服务。曾辉煌一时的摩拜单车将成为历史,不禁让人想到它的竞争对手ofo目前的困境。据有关统计数据显示,在2017年最高峰时,上海市场的共享单车总量超过170万辆,但到2018年12月,上海监管服务平台显示月活跃共享单车数量约56万辆,日均活跃量约25万辆。特别是人民广场等中心城区,原本共享单车密密麻麻排列的场景已经不再,一个最直观的感受,就是

街头共享单车数量明显少了。“共享经济的初衷,是用尽可能少的物质投入,来满足高周转的服务需求。有了初始投放量后就应在控制总量的前提下提高周转使用率,而非简单‘拼投放’。可是,资本逐利的天性导致一些企业偏离了这一初衷。”同济大学可持续发展与管理研究所所长诸大建教授一直在追踪共享单车市场的发展,在他看来,共享单车市场最大的问题,就是它忽视了产业链中的“延续生命周期”环节,单车耐用性差,不仅难回收,二次利用也受限。加上资本的推波助澜,企业都去拼投放,而过量投放的结果,就是大量“短命”单车大量充斥市场,使用保管又不当,单车“坟场”就出现了。

2 “短命”单车滑落“谷底”

诞生于2016年的共享单车,仿佛被按下了快进键,从大起,到大落,只用了两年多的时间,先是押金问题饱受诟病,接着有玩家接连出局。事实上,在共享单车诞生不久,业内人士就已经看到了其潜在的风险。2016年底,上海自行车行业协会秘书长郭建荣应邀参加天津自行车电动车行业科技工作会议,与会嘉宾在分享中就提到——在对公共自行车一片赞誉声中我们也应该看到的是,在共享经济中,因为个体追求利益最大化,当市场竞争白热化时,往往会造成对整个生态的冲击,甚至会造成整个社会财富的减少……在我们看来,只要是面向公众的特定服务就应该受到公共监管。我们面临的最大风险在于,这些共享平台的“砒霜”越来越多,已经足以撬动使用公共自行车用户的权利。对于政府有关部门来说,是时候制订相关政策,在扶持公共自行车发展的同时让提供共享经济的企业来承担他们应有的社会责任。具有我国特色的公共自行车才能得到健康的发展。今天,当我们重新回顾这段讲话的时候,会发现其中的许多预言都已经应验。

在2016年的报告中,郭秘书长给出了一组数据:投入公共自行车的数量按照每50人一辆的配置计算,我国超过1000万人口的超大型城市有16个,约需要公共自行车360万-560万辆。500万-1000万人口的特大城市有75个,约需要公共自行车750万辆。100万-500万人口的大城市有215个,约需要公共自行车860万辆。共计2170万辆。按照二年折旧计算,每年需投入公共自行车1085万辆。这个数量替代了大部分自行车内销的份额。我国每年运动使用的自行车和中小城市、农村购买的数量约500万辆。二项相加,内销自行车数量约1585万辆。与目前内销数量2500万辆相比将有大幅度的下降。通过这个分析,郭建荣指出,公共自行车的采购是运营企业集中采购,这些企业为了管理方便不可能到处发单,公共自行车的生产订单一旦稳定下来,就不会轻易改变。参与公共自行车运营企业毕竟是少部分。这些订单的特点是,数量大而集中。可以预计2018年,自行车生产企业将面临大洗牌。这一预测,在2018年也得到了应验,这不由让我们思考一个问题:共享单车究竟有多少真正的需求?

BYE
MOBIKE

- 2016年
共享单车诞生
- 2017年
最高峰时,上海市场的共享单车总量超过170万辆
- 2018年底
押金问题饱受诟病
玩家接连出局
- 2019年1月23日
美团联合创始人、高级副总裁王慧文发布内部信,宣布摩拜已全面接入美团App

3 “伪需求”压垮共享单车

摩拜单车当初能够迅速发展,除了我们常说的解决“最后一公里”的出行需求之外,更多的还是给骑行者带来时尚的元素,但不少的市场人士包括投资人士,仅仅看到了前者,因而在大量投放之后,就造成了供需的大幅失衡。共享单车原本的盈利模式,就是引入循环经济,即骑行一次的费用x一天周转次数x使用时间,与成本比较之后,得出什么时候可以盈利。共享单车在市场中投入使用,周转率越高越有竞争力,商业回报就越好。但是当企业大量投放之后,周转率大幅下降,因而回本的难度也大大增加,仅仅靠“烧钱”是很难维

持的。1968年,英国加勒特·哈定教授(Garrett Hardin)在《科学》杂志上发表了一篇题为《公地的悲剧》(The Tragedy of the Commons)的文章,首次提出“公地的悲剧”理论。当公共资源被过度使用,最终所有的人都无法再享受“免费的午餐”了。共享单车的“繁荣”之象,更多原因是部分企业借着共享经济的风口,狂热炒作,造成行业虚假繁荣之象,也就是大家常说的“泡沫”。今天,共享单车带来的对于公共资源过度使用的影响正在逐渐显现,这样让我们对于其他的共享经济模式的发展前景更为关注。

4 鼓励创新也要防范风险

《2017—2018中国共享经济行业全景调查报告》数据显示,2017年中国共享经济市场规模达到57220亿元,同比增长44.6%,预计2018年市场增速将放缓至31.2%。经历过一番爆发式增长,2018年,共享经济的发展不断出现新的烦恼。伴随一波波共享单车、共享汽车、共享充电宝等诸多领域相关企业的倒闭停业、合并收购,人们纷纷思考共享经济的路在何方。在业内专家看来,目前一些租赁模式的共享经济在资本炒作下增量过快,出现了无序投入、资源浪费的情况。共享经济想要健康发展,还须“从存量中找增量,而不是从增量中找增量”。去年9月,国务院发布《关于推动创新创业高质量发展打造“双创”升级版的意见》,其中要求“引导和规范共享经济良性健康发展”“加强信用体系建设”。共享经济的发展,也会积累出越来越多的信用数据,共享经济和信用体系是一种相辅相成的发展关系。信用体系的建立可以实现用户自我监督、自我管理。一半是海水,一半是火焰,当共享单车市场调整时,我们发现像共享办公等新型业态在快速崛起,2018年以来,共享办公并购整合不断,优客工场、WeWork、氪空间等组成的行业格局显现。位于人民广场的上海机遇中心,自去年11月

诞生以来,已举办超600场活动,建立1000多个社群,传播覆盖数千万人。诸大建认为,2019年应该是共享单车的新起点,“制造、运营、回收‘三管齐下’构建起循环经济,就能管住2019年新一波的共享单车投放,并在新阶段减少‘老一波’的问题。”他建议对于新生事物,要预留足够的空间允许它试错。2018年5月,国家发改委等三部委联合发布《关于做好引导和规范共享经济健康良性发展有关工作的通知》,提出加快构建集部门协调、区域协同、行业协作于一体的综合监管机制,以应对共享经济的安全监管挑战,破解安全监管难题。共享经济是基于互联网技术创新,通过使用权的让渡满足新增需求,进而创造新增价值的新型经济形态。党的十九大报告提出,在共享经济等领域培育新增长点、形成新动能。但“鼓励创新”并不意味着监管缺失,特别是在市场格局渐趋清晰和稳定的当下,政府监管仍然是防范平台风险的最有效方式。巴菲特说,潮水退去才知道谁在裸泳。其实也只有在潮水退去之时,我们才能够真正看到哪些共享经济业态更有价值,能够重构产业价值链,而不是成为资本逐利的工具。我们也期待着这些业态能够对于整个社会产生巨大的推动力。



未来摩拜单车品牌
将更名为美团单车,
美团App将成为其
国内唯一入口