

# 休闲场景 共享让消费更便利

□调查人:赵述评 鲁佳乐

共享正在不断放大休闲场景中的商业价值,人们的生活也因此被赋予更多的内涵。当物品的使用权与所有权被分离,共享单车、共享充电宝、共享健身房以及共享服饰等新兴的商业业态随之出现,最大限度地满足着人们在休闲场景中的需求,而消费者已经开始表现出对上述商业业态的强烈依赖。

## 场景一: 逛街更为随意

点餐之前询问店内是否有共享充电宝可用的消费者不在少数,且越来越多。三里屯一家抹茶冷饮店的店主张先生对共享充电宝可以说有着充分的认识。在不足60平方米的小店中,共存着街电、怪兽充电两家企业的共享充电宝,两个品牌一共8台机器可以一次性满足近50位消费者同时充电的需求。尽管数量可观但在消费高峰期时仍旧有点供不应求。

这家抹茶冷饮店已在三里屯营业三年,张先生对在店里铺设共享充电宝的态度,已经从最开始的抵触变为现在的欣然接受,而这种改变是共享充电宝企业、消费者和周围商铺合力的结果。就在今年3月,他开始接触共享充电宝,常常一周之内多达8家共享充电宝企业的地推员进店游说,同一地推员甚至一周要来三四次。在地推员强大的攻势,以及附近商铺陆续引进的催动下,张先生对是否接纳共享充电宝的态度从抵触变得犹豫,而当

前来门店消费的顾客询问店内是否有共享充电宝的频次不断增加时,张先生最终决定铺设设备。张先生的改变只是众多店主的缩影。

对于资本和市场来讲,共享充电宝还在成长期,相较于提升技术的“内修”行为,加速铺设设备、争夺消费场景是共享充电宝企业对外提升认知度的直接方式,为此共享充电宝企业先后招募城市合伙人,快速渗透到各级城市和地区。

今年10月中旬,小电官网微信号公开大规模招聘城市服务商;11月,怪兽充电启动全国服务商招募计划。目前,小电与怪兽充电所覆盖的城市数量已经超过100座。行业中的活跃玩家同样在加速下沉到更多的城市,来电与街电已经入驻超过200多座城市,累计用户超千万。而这些覆盖的城市数量和累计用户数,还将随着企业拓展市场持续增加。



## 场景二: 出行更加便捷

距离地铁站2公里的曹女士在共享单车出现后,再也不需要焦急等待通往地铁站的公交车,以及车上挤得水泄不通的人群。对于此前的情况来说,步行20分钟左右的距离显得颇为尴尬,出租车叫不到,公交不直达,步行又较远。于是,共享单车成为曹女士脑海中频繁闪现的高频词。但如果骑自己买的自行车总担心会丢,等公交车又慢又拥挤,而习惯了扫码骑车后,不仅节省了时间,更重要的是还省了一份心。

在号称“首堵”的北京,共享单车的出现也为大多数开车族避免了堵车的无奈。周末早晨,购买生活用品的李先生将一辆共享单车停在超市旁。对于他来说,尽管超市离家距离不远,但是步行也有一

定距离,以前开车过来的路上总会遇到堵车,几分钟的路程可能需要半个小时才能到,现在骑共享单车明显方便了很多。

高德今年二季度城市拥堵报告显示,中国主要城市拥堵首次出现下行拐点,原因之一是共享单车有效缓解了城市拥堵。高德数据对比发现,ofo运营的20个城市中有19个拥堵明显下降,ofo早晚高峰出行分布数据也显示,共享单车对地铁早晚高峰拥堵缓解也较明显。二季度北京超六成地铁站周边整体拥堵较去年下降了4.1%。共享单车正在以方便、快捷的方式改变人们的出行方式。

共享单车正在悄然改变着人们的出行方式,甚至已经融合为休闲场景的一部分。



## 小众玩家抱团取暖

“下半场”与“洗牌期”是目前共享行业的高频词,共享充电宝与共享单车企业已经出现风水岭,一些活跃玩家风光无限,一些玩家则接连出局。共享充电宝企业接连曝出裁员、资金链断裂以及项目终止等信息,共享单车则已经进入了大鱼吃小鱼或抱团取暖的合并阶段。

今年9月,Hi电成为行业内首个因裁员被推上风口浪尖的共享充电宝企业。10月,乐电LeDian宣布停止运营,回收所有的共享充电宝设备并撤出原有的铺设场所。11月,美团点评关停“共享充电宝”试点项目,手握餐饮企业资源的美团点评并未成为共享充电宝行业的后起之秀。

同样,随着市场竞争不断加剧,缤纷的共享单车也开始逐渐褪色。悟空单

车退出市场;永安行与哈罗单车合并;酷骑、小蓝运营权转手,共享单车企业淘汰赛愈演愈烈。有观点认为,目前共享单车行业已经到了洗牌中期,除了类似悟空单车和3Vbike这样未具规模的企业会直接被淘汰外,具有一定规模的企业也开始进入淘汰赛,禁投令的发布证明了共享单车的需求量已到天花板,二线企业的生存空间很有限,它们面临的不是合并就是淘汰。

多家企业暴露出的运营问题也为整个行业敲响警钟。为规范共享单车行业发展,8月3日,交通部等10部门联合出台《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》,在车辆标准化、平台运营规范、停放投放等问题上做出规定。