

## 寻求海外空间

带有共享经济特点的企业们,深耕国内市场的同时,已经瞄准了海外市场。公开信息显示,ofo目前已连接超650万辆共享单车,日订单超2500万,为全球5个国家超150座城市上亿用户提供了超20亿次出行服务。摩拜已经在全世界5个国家超150个城市投放超过600万辆智能共享单车,注册用户量超过1亿,每天提供超过2500万次出行服务。共享单车的价值在互联网加持下得到爆发式增长,共享单

车的投放数量和覆盖速度每天都在刷新。共享单车的“出海记”能否顺利实施,还要看共享单车企业能否适应海外市场的水土,企业需针对国外市场的差异性对症下药,制定合适的运营模式。

共享单车频繁出海对共享充电宝企业布局海外市场有一定的促进作用,随着国内市场不断被占领,提前抢占海外市场也是共享充电宝企业寻求发展的方式之一。尤其是很多出境游

客已经习惯于国内的共享充电宝,对品牌的依赖性和信任度较高。

共享充电宝的热度在国内市场不断攀升,也对海外尚未开垦的庞大市场寄予厚望。9月,来电借助旅行平台拓展华人市场,主要接入旅行平台所覆盖的地接社、车辆等场景。来电还将在泰国、日本、法国等8个国家上线。有分析指出,共享充电宝企业在国内市场还在跑马圈地,且国内市场并没有达到饱和状态,企业与商家、消费者之

间还在磨合期,提高市场占有率培养用户黏度仍旧是当前共享充电宝行业的核心,尚未有企业处于绝对领先地位,此时拓展海外显得有些急促。

尚未开垦的海外市场给共享充电宝和共享单车企业带来了更多的想象空间。企业进军海外时,要注意与当地政府协作,并考虑当地消费者的接受程度。在对国家和城市文化、城市道路、交通设置、基础设施等综和因素进行系统了解后,再有针对性地进行投放。

### >> 行业数据



## 活跃玩家深耕市场

共享服务已经在休闲场景中随处可见,行业中的头部玩家已经占据着半壁江山,并保持着加速拓展市场的强劲势头。共享充电宝行业的头部玩家接连获得资本的加持,并逐渐实现结构性盈亏平衡,运营模式进入可复制阶段。共享单车的活跃玩家同样备受资本青睐,且已经将自己的单车铺遍了城市的大街小巷,单车数量呈几何式增长。

共享充电宝正在成为店铺中的“标配”产品,店主们还会因为设备的外形是否符合店铺的装修风格,共享充电宝企业的后续服务是否及时等原因而挑挑拣拣。店主们带有选择性的举动还得益于可选的共享充电宝企业日趋增多,除街电、来电、云充吧、怪兽充电、小电等头部商家之外,还有充充、Hi电、魔宝电源、河马充电等小体量玩家。

如今,这些活跃玩家加速拓展市场瞄准海外,并不断升级设备完善系统。今年5月,聚美优品3亿元战略投资街电,此后聚美优品创始人兼CEO陈欧接连为街电站台,甚至将微博自定义来源设为“街电充满的iPhone客户端”。9月,来电借力旅行平台开始拓展海外市场,10月实现结构性盈亏平衡。11月,怪兽充电宣布完成新一轮2亿元融资,8个月内完成三轮融资。资金加持、盈利能力被视为共享充电宝企业,向外界证明自身运营模式可行性的有力证据。

共享单车市场持续升温,越来越多的企业开始向该领域进军。据不完全统计,目前市场上共享单车品牌近30个,主要集中在北京、上海、广州、深圳、成都等地。其中由摩拜单车、ofo领衔第一梯队,发展势头迅猛;永安行等第二梯队品牌迎头赶上。国内市场竞争激烈,许多品牌开始在海外寻求增长点。数据显示,截至目前,ofo已经覆盖全球7个国家,自去年底先后进入新加坡、美国、英国等。摩拜则已进驻新加坡、英国、日本、意大利。

资本加持与业务运营初见规模的背景之下,无论是共享充电宝还是共享单车企业,已经表现出不满足于国内市场的野心,将现有业务拓展至海外市场。



## 企业对话

### 街电CEO原源: 精耕细作培育市场

在共享经济持续火热的背景下,共享充电宝企业精耕细作,不断优化产品抢占市场,拓展场景培育用户。企业正在比拼满足消费者多样化场景需求的能力,为商户提供维护与运营的能力,以及快速覆盖市场的供应链能力。培育市场、研发产品、升级系统、拓展渠道仍旧是共享充电宝企业发展的关键词。

然而随着共享充电宝不断扩张版图,资金紧张、盈利困难、技术不足等行业问题慢慢浮现,上半场的资本狂欢即将结束,下半场洗牌淘汰即将来临。街电CEO原源曾表示,当前的共享充电宝

行业仍处于初级阶段,入局者处于对用户量的争取和对市场领导地位的把持阶段,在更合适的点位上铺设柜机,并通过快速增加柜机的数量提升覆盖的密度是当前共享充电宝的现状。

除此以外,共享充电宝的网点布局既是企业未来发展的关键点,同时也是一个痛点。共享充电宝既要面对商家,也要面对消费者,在该模式中,如果共享充电宝的点位不够密集,很难引起消费者的注意。但对于小型企业而言,大面积的网点布局是沉重的负担。

### 分析师张旭: 行业进入整顿期

在惟快不破的互联网世界里,共享单车的投放速度和规模与城市总需求之间的平衡并不和谐。本来解决城市拥堵问题的共享单车却因为数量过多、摆放无序导致交通堵塞。国家发改委综合运输研究所城市交通室主任程世东建议相关部门可以定时公布本城市共享单车的运营数量,提醒市场主体投放数量是否造成过剩,引导市场主体理性投放。在一个城市允许共享单车投放数量有限的情况下,市场主体越多,便利性就越差。政府可以规定本城市投放车辆的企业数量,并制定标准决定引入哪些企业。

分析师张旭认为,乱停放、丢车等社会现象仅靠政策解决的可能性不大,但是依靠技术规避有一定的可行性。“各城市要制定适合本地特点的自行车停放区设置技术导则,规范自行车停车点位设置。对不适宜停放的区域和路段,可制定负面清单实行禁停管理。互联网租赁自行车运营企业要落实对车辆停放管理的责任,推广应用电子围栏等技术,综合采取经济惩罚、记入信用记录等措施;及时清理违规停放、存在安全隐患、不能提供服务的车辆,并根据停车点车辆饱和情况及时调度转运车辆。”