这两年共享单车市场行情发生较大变化，从烧钱补贴到取消优惠，再到今年多次涨价

“贵过公交时代”来临，共享单车还能骑多久？

阅读提示

中国互联网协会公布的《中国互联网发展报告 2019》显示，2017 年是中国共享单车行业用户增长最为迅猛的一年，增长率达到了 632.1%；2018 年增长率急剧减缓至 14.6%，用户规模达 2.35 亿人。

几乎是在很多人不知不觉间，摩拜单车、哈啰出行等共享单车的起步价悄然提高到 1.5 元，一次骑行往往要花费 2 元到 3 元，经常贵过公交。

记者近期在北京、成都、福州等地走访调研发现，从今年 3 月到 11 月，共享单车“不约而同”再三调整计价规则。资本“退烧”后，拥有数亿用户的共享单车能走出一条什么样的路？

纷纷涨价：共享单车迎来“贵过公交时代”

“从孩子学校到家大约 4 公里，以前骑共享单车五毛钱，最多一块钱，现在一块五起步，有时要两块甚至两块五。”成都市民袭先生说，明显觉得共享单车涨价了。

北京市民李先生上班路程约 5 公里。“公交一块，地铁三块，骑单车单次花费在三块以上。”李先生说，不过，如果买了月卡，按每天骑两次算，每次不到五毛钱，他这种使用频率较高的用户，月卡比较划算。

记者梳理发现，这两年共享单车市场行情发生较大变化，从烧钱补贴到取消优惠，再到今年多次涨价。

今年 3 月，滴滴公司运营的小蓝单车在北京引领第一轮涨价，起步价由每 30 分钟 1 元更改为每 15 分钟 1 元，摩拜、青桔及哈啰等主流共享单车的起步价在全国大部分地区也相继涨价。

美团披露的三季报数据显示，与今年二季度相比，三季度共享单车的经营亏损大幅收窄。10 月美团摩拜再次调价时，给出的理由是“为了让平台更好运营下去，形成良好的循环”。

涨价背后：资本退潮，成本高企

共享单车骑行价格一涨再涨，背后的原因是什么？

“作为共享经济的标杆，共享单车发展初期一度受到资本青睐；但在运营过程中各种问题逐渐暴露出来，资本热度消退之后，通过涨价提升运营收入弥补亏损也是一个现实选择。”中央财经大学副教授陈端说。

“2018 年我国共享单车投融资总额的增幅明显低于 2017 年。随着部分共享单车企业退出市场，资本对行业持谨慎态度，投融资金额增速放缓。”易观智库分析师孙乃悦说，2019 年，美团公司为减少摩拜亏损开始撤出大部分海外市场，行业已经不再“烧钱”扩张。

“涨价是必然选择，共享单车从商业模式上讲是融资推动型，目前还未能通过精细化运营达到现金流平衡。”北京交通大学经济管理学院教授李红昌说。

“一辆单车的成本及维护费用按照平均每辆 1500 元算，每天周转 1.1 次，每次收入 1 元算，需要 1360 多天才能收回成本。”李红昌说，回本前，车辆大都已经破损。

多位专家表示，高损耗、高运维成本和重资产扩张模式使得共享单车企业运营成本高企，资本回报遥遥无期。运营企业难以再有新投入，只能通过上调价格或挖掘附加值来增强变现能力。

李红昌认为，预收押金使用原则确定，企业难以“挪用”巨额押金也是企业上调价格的重要原因。交通运输部、央行等六部委联合印发的《交通运输新业态用户资金管理办法（试行）》从今年 6 月正式实施，办法规定运营企业原则上不收取用户押金。

目前摩拜、哈啰等品牌已经不再收取押金。对于已经收取押金的，用户可以申请退回。

记者调查发现，运营调度成本增加等因素也是共享单车企业选择涨价的原因之一。一些城市加强了对共享单车停放的管理，部分共享单车企业共同出资委托第三方企业对主城区的道路及重要区域、重要商圈、交通堵点区域的共享单车进行摆放、清洁、维护，增加了企业运营成本。

洗牌之后：以精细化经营促良性发展

中国互联网协会公布的《中国互联网发展报告 2019》显示，2017 年是中国共享单车行业用户增长最为迅猛的一年，增长率达到了 632.1%；2018 年增长率急剧减缓至 14.6%，用户规模达 2.35 亿人。

仅仅两年，共享单车经历了从“颜色不够用”到多家品牌“倒在路上”，如今只剩几家企业“瓜分市场”。多位专家表示，经历行业洗牌后，运营企业到了通过比拼服务来抢夺存量用户的阶段。与其再三涨价，不如辅助数据分析，对单车进行精细化经营和科学管理。

陈端建议，运营企业调整投放策略，把有限的单车投放在人口密度较大的地区，提升单车周转率；同时，在生产环节使用新型材料及模组化设计，进一步降低车辆运营成本。

“共享单车本身很难盈利，但是把单车放到更大的商业生态系统里，也许能带来流量协同价值，促进行业良性发展。”李红昌说，目前份额比较大的共享单车均有集团支撑，单车出行的综合服务成本会大大降低。

据新华社