

共享充电宝、共享单车“涨”声一片引发关注

共享经济，“共赢”才是“王道”

□ 本报记者 陈澄 卢晓琳 付岩岩 鹿琳

“5伏1万毫安的共享充电宝,0.05度电一小时却好意思收4块钱,难道是爱迪生那会儿传下来的百年老‘电’吗?”一段调侃共享充电宝涨价的“脱口秀”,近日在网络上引发广泛关注。

以共享单车、共享充电宝为代表的共享经济蓬勃发展,给居民生活带来便利,也提高了社会资源配置效率。然而,曾经物美价廉的共享服务,如今让不少消费者直呼“用不起”。共享消费为何“涨”声一片?共享经济如何与消费者“共赢”,实现可持续发展?

“共享价”4年涨4倍

日前,苏州市民盛超到吴中万达广场用餐,在商场内借了一个共享充电宝,归还时显示用时1小时16分,收费8元。根据计价规则,借用充电宝每小时收费4元,哪怕只超时1分钟,也要按2小时收费。

“逛街随手一充,就要二三十块钱”“你充它的电,它吸你的血”……连日来,不少人在社交媒体吐槽被共享充电宝“刺痛”的经历,共享充电宝涨至4元每小时#词条还一度冲上微博热搜。

华经产业研究院一份报告显示,截至去年底,我国共享充电宝点位由2017年的30万个增长至380万个。短短数年,共享充电宝在各大城市的商业综合体、地铁站等公共区域迅速铺开,成为基础设施的“标配”。

起初为了快速占领市场,共享充电宝使用免费。而随着点位不断增加,价格反而一路水涨船高。2018年,各主流品牌共享充电宝每小时租金大多约1元;2020年下半年起,收费标准普遍提高至每小时3元。记者近日调查发现,在南京新街口中央商场、夫子庙水一方、建邺万达广场等中心城区商业区,各品牌共享充电宝使用价格普遍涨至每小时4元。共享充电宝还开分场量定价模式,在高铁站等交通枢纽以及部分人流量大的景区、酒吧,租金高达每小时6—10元。

“涨价风”也渐渐蔓延到共享单车领域。在招商银行南京分行南湖路支行工作的赵欣有切身感受,“2016年刚工作时,骑一次共享单车不到1元,不限次骑行月卡不到10元。现在月卡涨到30多元。”今年1月、8月,哈啰单车和美团单车先后发布公告,在无忧折扣的情况下,骑行套餐7天卡均从10元涨到15元,30天卡从25元涨到35元,90天卡从60元涨到90元,涨幅在40%—50%不等。

共享经济“涨”声一片引发关注。去年6月,国家市场监督管理总局价监局会同反垄断局、网监司召开竞争指导会,要求哈啰、青桔、美团、怪兽、小电、来电、街电、搜电等8个共享经济品牌经营限期整改,明确定价规则,严格执行明码标价,规范市场价格行为和竞争行为。其中,6个共享充电宝品牌共有机柜426万台,占市场份额约80%。

成本上升是主因

按照传统经济学理论,市场占有率越高,综合成本越低。共享经济为何反其道而行之?哈啰单车、美团单车在公告中均提到硬件和运维成本的增加是重要原因。

“过去一年,自行车原材料价格上涨幅度较大,以核心零部件材料铝锭为例,其成本占单车成本超20%,过去一年吨价从1.3万元涨到2.3万元,涨幅超80%。”头豹(上海)研究院消费行业首席分析师李金灿介绍,根据中国自行车协会发布的数据,今年一季度自行车上游原材料价格同比上涨超10%。

共享单车损耗率高,企业必须按比例对市面上的旧车、破损车辆进行更新替换。南京市城管部门介绍,当前南京市场有美团单车9.5万辆,青桔单车15万辆,哈啰单车6万辆,平均使用周期为3年。去年,占南京市主要份额的三大共享单车企业更换了约12万辆单车。

仓储、物流、投放、维修等也构成共享单车企业的刚性成本支出,尤其是客流量大、散布在城市各处的单车调度需要投入大量人力成本。

9月18日,记者在南京市建邺区元通地铁站见到青桔单车外包调度员陈师傅,他正从电动三轮车上搬下一辆辆单车,摆放在指定停车位。“我主要负责元通站附近的运维,调度一辆普通单车收入1.5元;调度30天以上没使用过的车收入约3元;不在规定区域的,如有人骑车后停到隐蔽角落不容易被找到,调度一辆收入5元。”他介绍,自己平均每天约调度200辆单车,月收入约在6000元至1万元。

高流量商家提高“入场费”和分成比例,是推动共享充电宝成本上升的重要因素。业内人士介绍,在一些客流量较大的酒吧,“入场费”每年高达20万元。位于南京市鼓楼区北圩路的西安特色面馆老板陈伟告诉记者,店内的美团充电宝每小时充电收费4元,他分成1.5元,占比近四成。“充电是刚需,生意还不错。但我们是路边小店,议价能力不强,人流量多的商家拿到的分成更高。”

共享充电宝作为一种储能设备,在较高使用频率下会出现充电效率衰减严重、故障率上升等问题,在客流量大、充电设施较少的场所,共享充电宝的更新折旧速度也十分惊人。

在共享平台面前,个体消费者往往处于弱势地位。“大型共享平台对交易方式、定价模式、交易频率、结算工具、责任分配等都具有较高的支配力,消费者缺乏议价能力”,《中国共享经济发展报告(2021)》认为,这是导致共享平台“频繁调价”等现象的重要原因。

服务也应一起“涨”

作为共享单车“资深用户”,赵欣曾多次遇到连扫几辆单车,都因“车辆故障”无法开锁,车把手歪、刹闸不灵、车座无法调节、车辆不干净等问题也普遍存在。

“单从涨价幅度来看,还不至于‘骑不起’,从地铁站到单位的‘最后一公里’也没有其他更好的交通工具。”赵欣坦言,共享单车该骑还是要骑,但停车点少、车辆故障等问题,相关企业应该予以解决。

在黑猫投诉上,搜索关键词“充电宝”,相关投诉多达8万多条。被吐槽最多的是充电速度慢,小红书网友“手眼通天的清枫”说:“每次用共享充电宝就怕没地方还,像坐出租车,只要不下车,表就跳个不停。”

今年以来,深圳市消费者委员会对多个品牌进行调查,结果显示95%的共享充电宝投放点都没有列明收费标准。上海市消保委在消费体察中发现,12个品牌中只有1个品牌的机柜在归还时会通过语音提醒归还成功,归还后未停止计费、租借容易归还难、价格标识不显著、收费不合理等问题普遍存在。

“消费者最大的不满,在于产品价格攀升之后,没有感受到服务质量的提升。”某券商互联网行业研究员李威分析,2015年共享经济领域直接融资达620亿元,2020年增至1185亿元。平台前期多采用补贴等让利策略,吸引消费者低价甚至免费使用产品,提高市场占有率。眼下“烧钱”大战基本结束,如果不能同步提升服务,消费者或将“用脚投票”。

艾媒咨询集团相关人士认为,共享产品的涨价现象属于市场调节价格,但珍视用户资源,注重用户体验,提升服务水平,才是共享消费可持续发展的长久之计。

盈利模式亟待创新

令人意外的是,共享消费一涨再

涨,但行业头部企业仍未摆脱亏损局面。记者查询发现,青桔共享单车2021年仍处于亏损状态;怪兽充电财报显示,今年二季度营收6.905亿元、净亏损1.845亿元。

艾瑞咨询报告指出,租赁业务约占共享充电宝整体交易规模的97.2%,如怪兽充电去年租赁收入营收贡献高达96.37%。共享单车企业营收也主要依赖骑行费用和广告投放,难以达到收支平衡。

“共享经济普遍盈利模式较为单一,导致成本压力无法分担,需要寻找新的增长点。”李威认为,共享经济本身是技术创新和商业模式创新的产物,相对早期的低价竞争,涨价在一定程度上说明共享经济的商业模式正在回归理性。而要想实现突破,必须重构盈利逻辑,开拓新的增长路径,才能将已积累的规模效应转化为成本竞争力。

相关企业正在探索多元化布局。记者了解到,哈啰2020年10月上线网约车服务“哈啰打车”,至今年4月,哈啰打车已覆盖全国超200座城市。哈啰旗下两轮换电品牌“小哈换电”在过去两年完成多轮融资,业务在全国超300座城市落地。今年7月底,竹芒科技则开启“1+N”发展策略,除了共享充电宝,还在线下布局共享储物柜、共享货机、共享娱乐设备等。

“当下共享经济大多是生活服务型,生产服务领域未来还有很大的发展空间。”南京安博克斯创始人宋旭认为,共享经济不仅是共享某一件商品,还可以共享某一种“能力”,在企业服务市场端同样大有可为。安博克斯今年上线的“培根·实财财税便利店”小程序,在线为企业提供财税等共享服务,无锡大明工业科技集团在省内创新打造的共享服务平台,可为30多个行业的制造业企业提供从材料推荐到“裁剪、研磨、切割、成型、焊接、热处理、机加工、喷涂、总装”九大加工工艺的加工组合方案,已服务客户超7万家,活跃客户3万多家。

据估算,去年我国共享经济市场交易规模近3.7万亿元,同比增长9.2%。业内人士认为,除了调整价格,共享经济企业应回归共享本源,科学运用现代数字化、信息化技术手段,通过精细化经营和科学管理,深耕平台数据、流量、场景,切实提升服务质量和水准,实现企业和消费者的共赢。

聚力项目建设,赋能高质量发展

▶ 上接1版

贴心服务,积极为企业解难题

9月28日上午,比亚迪动力电池盐城基地一期竣工暨二期开工活动在射阳举行。该项目是比亚迪集团在江苏唯一的刀片电池制造基地,列入今年省重大项目,项目总投资150亿元。该项目不仅为当地带来了一批产业链配套企业,也和本地产业链企业达成多项合作,成为全市工业经济新增长点。

“盐城对比亚迪集团发展高度重视、大力支持,帮助企业解决了用地、用工、物流等方面难题,为基地建设投产付出了辛勤努力和汗水。”比亚迪集团高级副总裁、弗迪电池有限公司董事长兼CEO何龙说。

在疫情反复最严重的时候,比亚迪项目没有停工一天,项目建设接近满负荷运转。射阳县项目服务中心副主任张知波回忆道:“一期项目去年9月开工,仅8个月后第一条生产线便下线生产,作为一个大体量工程,能有这样的速度十分不易。在二期项目前期审批过程中我们采用了‘五证联办模式’,一天领5个证,在比亚迪全国所有工厂建设中速度是最快的。”

项目的快速推进,离不开项目专班的贴心服务。射阳比亚迪项目专班由3名县委常委牵头,项目推进会每日召开。“项目生产的每个环节我们都烂熟于心,从原材料搅拌到最后成品组装,人人都成了半个专家。”张知波说,只有对企业产品充分了解,才能在服务中更好地“找准穴位”靶向发力。

▶ 上接1版

“以党建引领促进作风提升,以作风提升服务产业发展,推动项目建设进一步提速、营商环境进一步优化,以实际行动迎接党的二十大胜利召开。”扬州市委书记张德军说。1至8月,该市实现工业应税销售669.2亿元,同比增长14.89%;完成规模以上工业总产值513.2亿元,同比增长19.8%。

在位于新坝镇的双扬特种精密轴承项目工地,记者看到,厂房已全部封顶。“预计11月投产,全部达产后可实现年销售5亿元。”项目负责人姜宝山说,新坝镇党委专门成立“铁堡垒”项目服务临时党支部,从项目供地到用地挂牌、施工用工,所有问题限时办结,帮助项目按时序推进。

扬中在重点项目建设一线成立14个助企党支部和51个临时党小组,全力保障重点项目落地见效。“将党建引领贯穿项目建设始终,精准谋项目、主动招项目、全力建项目,不断积蓄发展势能。”扬中市委副书记、市长贾晟说,108个扬中市级重点产业项目,已开工复工81个。

位于西来桥镇的江苏亿陶股份有限公司生产车间,各条生产线满负荷运转。“目前在手订单2亿元,全年预计销售4.8亿元,大家干劲十足。”该公司办公室主任张春芳说,4月底企业复工后,西来桥镇产业链党建联盟“帮帮团”多次主动走访企业,帮助企业迅速实现满产。

扬中推出“红色领航、惠企兴商”六项举措,推动行政审批、人社、市场监管、税务等职能部门组建“先锋帮办团”,协调解决产业链上下游企业274个堵点问题,新增实体经济信贷投放110.23亿元。

8月底,大全集团有限公司党委“全心全意依靠员工办企业、全心全意依靠组织聚能量、全心全意依靠人才促发展,贴近市场、贴近党员、贴近员工”

绿色赋能,竞逐低碳发展新赛道

9月26日,中国海油盐城“绿能港”开始卸卸首船液化天然气,标志着该项目实现投产。同日,同样位于滨海港工业园区的江苏国信滨海港2×100万千瓦高效清洁燃煤发电项目开工。

中国海油盐城“绿能港”项目全部投产运行后,LNG年处理能力将达600万吨,相当于气态天然气85亿立方米,可供江苏全省民用气约28亿方。江苏国信滨海港2×100万千瓦高效清洁燃煤发电项目则采用先进的二次再热超超临界技术,提升综合能源利用效率,打造智能化、现代化的绿色低碳高效燃煤示范基地。

盐城市委八届三次全会提出,盐城要打造绿色低碳发展示范区,以绿色低碳发展勇当“开路先锋”。当前,盐城正依托风光资源优势和产业基础,加快推进风光全产业链布局,产业集群化发展,围绕国家能源战略和省沿海产业发展规划,布局大型清洁燃煤火电项目,建设LNG储备基地,积极探索“风光火储氢”一体化开发,为长三角能源供应保障和能源结构转型及全市高质量发展提供坚实支撑。

的“三全三贴近”党建品牌,得到国家市场监督管理总局肯定。1至8月,大全集团超额完成既定营收目标。

扬中产业链党建联盟以“红色车间”“红色班组”“党员示范岗”建设为抓手,不断向企业一线输送“红色动能”,推动党组织从“有形覆盖”到“有效覆盖”转变。“党建助力、扬中产业发展在跑出加速度、跑出新路径。”扬中市委常委、组织部部长孙丽君说。

威腾电气集团股份有限公司党委将党支部设在企业生产车间、生产一线,采取“车间微课堂”“一刻钟讲学”等形式开展“迎盛会、铸忠诚、建新功”主题活动,组织引导企业党员聚集企业发展出谋划策、破解难题,将“先锋”作用发挥在本职岗位上、体现在促进创新发展中。

扬中构建创新发展“揭榜领办”机制,组织党员干部认领企业生产经营中的263个急难险重任务,30名党员技术骨干和30名重点项目负责人主动请缨,担任产业链创新发展“双30”攻坚手,全力推动企业项目转型升级。

扬中建立产业链联席会议机制,明确一名“链主”企业,每季度牵头召开一次联席会议,链上企业轮流组织开展培训学习、研讨交流、专题党课等活动。远东电机有限公司党支部是油坊镇高端装备制造产业链党建联盟“排头兵”,今年以来已组织链上企业党组织召开难题联商、项目共推联席会议4次,开展“对党绝对忠诚”联学活动10余次,推动党建与企业发展同频共振。

通过实施“村企联盟促发展、支部联建促规范、党员联动促服务”联建项目,扬中引导企业和乡村发展同频共振,目前全市行政村均与企业签订了共建协议。“在共建企业江苏永顺电气有限公司引导下,我们村的润裕种植养殖专业合作社与君泰饭店签署了种养合作协议,解决了蔬菜销路问题。”八桥镇红旗村党委书记刘美红说。

苏州市吴江区深入推进“全国休闲农业重点县”建设——

稻田餐吧,引爆江南乡村游

江南丰收获,风吹稻花香。国庆期间,苏州市吴江区大运河沿线和长漾湖周边,美丽乡村全面进入旅游旺季,单是震泽镇安桥村一个村,国庆假期前三天就涌进1000多辆私家车。

举办乡村旅游发展好的地区,我省从宜南山区、溧阳天目湖到高淳慢城,多依托山水资源。但吴江地处平原水乡,乡村游为何如此红火,并荣获全国首批休闲农业重点县?“是‘特田’建设、田园景观引爆社会投资,让吴江这样的江南水乡在乡村游中独树一帜。”苏州市吴江区农业农村局局长夏国强说,2021年吴江区休闲农业接待人次超千万,满满江南韵、田园味、现代感的“新江南空间”和“新鱼米之乡”,奏响了文旅协奏的乡村振兴乐章。

餐吧设在稻田边,引来如潮都市客

长9公里的长漾湖,如一条玉带飘落吴江七都、震泽、横扇、平望四镇间,环长漾地区是吴江农文旅发展重点片区之一,田园美村星罗棋布,共享农庄层出不穷。

坐在鲜花掩映、绿篱环绕的欧式餐吧里,耳边飘来舒缓的音乐,喝着浓郁的咖啡,窗外无边的稻浪金黄耀眼……这是震泽镇安桥村谢家路自然村苏小花田园餐吧的“消费场景”,把田园风味、浪漫情调演绎得淋漓尽致。“咖啡厅并非城市‘专利’,在稻田边吃西餐、品咖啡,更有一番情趣。”苏小花大堂经



理朱玉琴说,他们依托田野景观,把小队粮仓改成了西式餐吧,融合稻田、美村、西餐、咖啡、冰淇淋等元素,建成震泽乡村游代表性景点,国庆假期前三天天天排队,室内卡座加户外下午茶将近200个餐位,平均每天翻台三四次。

一个安桥村吸引了两家民宿品牌,两家网红餐饮进驻,国庆期间四个停车场全满,靠的就是稻田美村。名为“五亩田”的一家民宿,干脆把休憩平台、烧烤区设在稻田边,游客有的躺在稻田边沙发上,有的对着稻田烤着牛排。村书记吴继华介绍,国庆假期前三天村里旅游收入将近50万元。

震泽镇安桥村千亩水稻田一边挨着万亩长漾湖,一边连着村里“大母湾”和“半只湾”两片大水面,在稻田边、半只湾共建起了1.5公里长木栈道,大母湾边利用原碾米厂、电灌站改造成“香

桐居”民宿,推窗眺望水稻田、长漾湖,在半只湾发展游船、茶舍、萌宠项目,国庆期间每天都有五六百名游客前来。“端午节更热闹,我们稻田龙虾垂钓区迎客,三天来了5000人。”村书记朱建芳开心地说。

国庆期间,平望镇庙头村后港自然村改造后开村迎客。“42户人家,我们改造了26户,做出各类民宿、茶舍、手工坊,苏州多家研学机构来开讲堂,每天都有好几百游客来旅游。”投资运营庙头村的苏州村上文旅储海晋说。

“三高一美”新农村,随手一拍是大片

从震泽到平望,从“环长漾片区”到“大运河沿线”,吴江农文旅串点成线、组团发展,聚落为“两组团八片区”。“魅力大运河”组团,分为桃源江

南渡、盛泽丝绸水路、平望运河乡塘拾光、八圩乡村风情片;“美丽湖泊群”组团,分为环长漾特色田园乡村群、同里农文旅融合发展区、甯荡美丽乡村群、浦江河渔水韵。

“美丽乡村、金色稻田、江南水乡是吴江的生态本底,也是发展农文旅的优势资源。”吴江农业农村局总农艺师穆兰芳介绍,为筑牢农文旅发展根基,吴江推动农业向更高颜值、更高质量、更高效益迈进,以“三高一美”重塑鱼米之乡“筋骨”,全区连片高标准农田全覆盖,并累计建成各级农业园区15家、省级特色田园乡村13个、特色康居示范区10个,同时培育了“吴江蚕桑”“吴江大米”“吴江太湖大闸蟹”“吴江香青菜”等系列农产品品牌发展品牌。

大地布景、田园作画,在吴江农村交织出让人神往的“新江南空间”。在

震泽镇环长漾湖片区,坐上旅游小火车从金星村前往安桥村、齐心村,两边稻田、桑园、美村一一闪过,蚕桑文化馆、农家乐餐饮、网红打卡点次第分布,俨然一个乡村游大景区。安桥村是吴江三个中国美丽乡村之一,绿树人家、小桥流水、稻田弥漫,村里道路黑色化,家家庭院美化,小河里栽上芦苇、菖蒲净化水质,连垃圾房也没一点污渍。“村里村外,随手一拍就是美图大片,怎不叫城里人向往!”安桥村村干部詹婧感慨地说。

投资下乡带“老乡”,共享旅游“富民果”

吴江的“乡村田园大片”,吸引了各类工商资本下乡投资,他们以对市场敏锐嗅觉和独具匠心的设计,演绎一幕幕“乡创活剧”,捧红了几个网红美村。

登上“苏小水”高耸的观光塔,美村、稻田、湖泊尽收眼底,连同绿树鲜花掩映的欧式餐吧,成为吴江网红打卡点,经营思路也是别出心裁,投资人谭桂芳说,“谁说乡村不能卖咖啡?我们就要做中国乡村的‘星巴克’!”结果一炮而红。

坐拥800亩湖荡的汾湖高新区三好村,被浙江绿城集团看中,整村开发“曲水善湾”景区。村书记吕新第自豪地说,湖荡水杉造型的接待中心“水杉居”,在国际权威建筑奖项 ArchitizerA+2022年度评审中获得专业评

审奖和公众选择奖,成为汾湖地区地标建筑。

“平望有很多美村,村上文旅唯独相中了后港,可见专业投资人的眼光和思路。”平望镇农工局张喜评价说,后港夹拥着细长的长漾河,尺度空间极适合发展旅游。村上文旅接收后,树林做成“帐篷营地”,菜园修葺为“花园菜地”,民居改造成手工体验馆,如今村里3公里长漾河大树照水,两旁店铺林立,成了“乡村版的周庄”。

资本下乡,不能抛开“老乡”,要带动农民一起发展。平望镇“玫瑰园”年游客量六七万人,吸引了当地农民160多人就业。庙头村书记沈建强说,后有16户原住民未搬迁,就是要让投资方带动他们一道发展民宿旅游。齐心村“香桐居”“月半湾”“啾啾小站”等网红餐点吸引了50多名农民就业,村里还成立劳务合作社,43户村民投资入股,最多一户出了40多万元,利用村里闲置资产发展旅游。

“我们一方面要引导各类投资下乡繁荣乡村,另一方面还要创造条件引导农民参与促进共同富裕。”吴江区副区长孙俊良说,吴江将继续抢抓乡村振兴和长三角生态绿色一体化发展两大战略机遇,进一步擦亮生态田园底色,守住乡土文化本色,讲好美美乡村富民故事,推动好风景与新经济比翼齐飞,让广大农民分享乡村旅游的红利,共享产业发展的硕果!

吴丽华 黄海