



N综合中国新闻周刊、中新经纬、每日经济新闻、九派新闻等

日前,“骑共享单车比坐地铁还贵”话题登上热搜。多地共享单车悄然涨价,部分品牌起步价从“前15分钟1.5元”调整为“前10分钟1.5元”,节假日及周末的价格也变得更高,起步价普遍调整到1.8元,持续骑行价格则不变。有用户称,一天骑1公里后发现竟然需要3.5元,比坐地铁还贵。



智慧海都APP 福州街头的共享单车



咸鱼上在售的代扫服务

建隆漫画

共享单车自由不再自由

近日,一些共享单车品牌在广州、武汉等地涨价引发热议

经济实惠的共享单车化身“单车刺客”

2014年,随着移动互联网的快速发展,以摩拜、ofo等为代表的互联网共享单车企业应运而生,并且在短时间内实现扩张。扩张的前提则是拿着投资人的钱疯狂补贴占据市场。当时,共享经济对打工可以说十分友好,收费大部分为0.5元/半小时,甚至0.5元/小时。

然而烧钱并非长久之计,共享单车平台高昂的运营成本始终考验着各个企业,整个行业面临洗牌,最终摩拜被美团收购,滴滴接手小蓝单车,ofo退出市场,哈啰单车艰难运营。

2019年,美团单车、滴滴青桔单车、哈啰单车开始形成“三足鼎立”。随后的一年多时间里,亏损几十亿甚至上百亿的共享单车企业开始频频涨价。

如今,在工作日的计费规则中,武汉哈啰单车和青桔单车均从此前的前15分钟1.5元的价格涨为前10分钟1.5元,后续价格为1元/15分钟,美团单车没有参与此轮涨价,收费标准依然为前15分钟1.5元,后续收费价格为1元/15分钟。

广州市场的共享单车价格则差异较大,哈啰单车价格从此前的前15分钟1.5元涨至前10分钟1.5元;青桔单车继续维持前15分钟1.5元的原价;美团单车则在近日选择了降价,将计费标准从原来的前15分钟1.5元降为前20分钟1.5元。

而在节假日,哈啰在武汉和广州的收费标准为前10分钟1.8元,后续1元/15分钟,青桔单车在武汉收费标准为前10分钟1.8元,后续1元/15分钟;广州收费标准为前15分钟1.8元,后续1元/15分钟。美团未区分节假日与平日收费区别。

此外,共享单车的服务质量问题也频繁被用户诟病。从网络投诉平台的数据来看,“单车质量差”“停放点难寻”“乱扣调度费”等问题层出不穷,近六成用户反映单车损坏率高,三成用户则认为单车停放区域设置不合理。

涨价的背后是亏损的“三大巨头”

首先,共享单车的运营成本不断攀升,共享单车企业需面对车辆维护、调度、折旧等高昂成本,尤其是在人口密集的大城市,这些费用更是水涨船高。单车的高损耗率和短寿命是行业内的普遍现象,据哈啰出行招股书透露,其单车年折旧率高达60%以上,仅2023年一年,共享单车及电单车的折旧与减值就高达66.88亿元。此外,各地管理部门对共享单车的管理要求不断提高,例如设置停车区、加强调度管理等,这些都增加了企业的运营支出。

其次,是各企业的盈利压力,共享单车行业在初期为了占领市场,采取了低价甚至亏本运营的策略,导致企业长期亏损。随着市场逐渐成熟,企业需要调整策略以实现盈利,涨价成为必然选择。

从各家的招股书和财报中可以看出,共享单车企业近年来一直处于亏损状态。例如,哈啰单车在2018年至2020年的三年中,累计亏损近50亿元。从美团公布的包含共享单车在内的新业务业绩看,成绩也并不理想,2023年新业务板块亏损高达202亿元。

不断涨价的趋势是否会延续?

互联网观察家丁道师表示,从30分钟到15分钟再到10分钟计费,既是平台精细化运营的体现,也是变相涨价。平台通过调价可以进一步提高共享单车利用率,就像餐厅翻台率,骑行效率越高,单位成本就会降低,在同等投入的情况下,平台收益更高。

有共享单车平台表示,行业涨价应该是普遍趋势,企业调整价格是随着经营策略的调整而发生变化。用户根据个人实际需求,购买季卡或年卡也是应对用车成本上升的办法之一。至于共享单车涨价未来是否会成为常态?丁道师表示,共享单车涨价也不会一直涨下去,因为这个行业还是要市场经济来调控的。所以在共享单车涨价之前,一定经过了内部测算,在实现盈利的同时,也不至于让用户觉得太贵用不起。

丁道师认为,共享单车运营成本与行业初期相比,应该有明显改善。“现在并没有像过去一样无节制烧钱补贴,行业早已回归到一个理性健康的轨道。经过多年竞争,共享单车市场格局稳定,三家企业运营能力都很强,差别并不大。”

在艾媒咨询CEO张毅看来,共享单车调价,目前不是终点。当前共享单车市场竞争格局比较稳定,从企业的角度来看,共享单车市场已经从过去由大资本推动,逐步转向投资回报阶段,调价是行业发展的结果。

张毅认为,共享单车商业模式清晰,本质上是利用公共空间进行分钟级租赁,最大的成本是运维。在精细化运营背景下,如果企业盈利能力不足,需要在经营模式上查找问题。从这个角度来看,包括共享单车在内的未来出行价格体系,需要更多监督,多听取消费者等利益各方的意见,也需要物价部门参与,综合评估实施。

代扫服务兴起

共享单车价格的上涨,也让很多人嗅到了“代扫”的商机,在二手交易平台“咸鱼”上检索,能够发现有许多代扫服务在售,其中部分代扫卖家的成交记录高达上百条,部分卖家称只需要0.5元、1元就可以骑行两个小时,这与用户直接使用官方平台扫码相比便宜了数十倍。

据了解,通常提供代扫的卖家是自己先购买贡献单车平台不限次数的月卡,然后再提供代扫服务,在其中赚取差价。通过查询哈啰单车《用户服务协议》,发现有关条款规定“用户预订并提取的自行车仅供用户自己使用,严禁转租或转借他人使用”。美团单车、青桔单车的用户协议中均有类似条款,其中,美团单车《用户协议》还指出“将车辆转租给第三方使用,转租用户需承担第三方遭受的全部损失”。这意味着,第三方使用用户扫码打开的共享单车,一旦发生交通事故,扫码用户可能承担赔偿责任。

此外,根据《道路交通安全法实施条例》,驾驶自行车必须年满12周岁,驾驶电动车必须年满16周岁。提供代扫服务的卖家通常不会核实买家的具体年龄以及行为能力,这也为骑行安全埋下了隐患。

北京市炜衡(广州)律师事务所郑政昊律师告诉记者,“代扫”行为存在多个法律风险,首先,若在骑行过程中发生因车辆质量造成骑行者损害,转租人和平台均有可能承担民事赔偿责任;其次,在该转租模式中,若车辆被未满12周岁的未成年人骑行,一旦发生事故,转租人也将有承担民事赔偿责任的法律风险;最后,转租人转借自己购买的骑车权益,违反了与平台的相关约定,存在被平台追责索赔的法律风险。