

“怪兽”冲刺IPO背后：共享充电宝为商场打工

凭借刚需、高频、小额、门槛低等经营特点，共享充电宝企业纷纷迈入盈利阶段，其中头部玩家更开始冲刺上市。3月14日，针对赴美IPO一事，北京商报记者采访怪兽充电相关负责人，对方表示，公司目前处于静默期，不便回应。

此前，怪兽充电的竞争对手小电科技已启动上市程序，拟登陆科创板。业内人士表示，经历疫情影响之后，从共享充电宝入场费和佣金支出水涨船高可以窥见，整个行业的竞争已越来越激烈，“内卷”日益严重。即将上市的怪兽充电，需要讲出一些令人耳目一新的“新故事”，才能顺利从投资者手中换取资金支持。

争当行业第一股

3月13日，怪兽充电正式向美国证券交易委员会（SEC）递交招股文件，拟在纳斯达克挂牌上市。在招股书中，怪兽充电尚未披露拟发行的美国存托凭证（ADS）数量以及发行价区间，暂定募资规模为1亿美元。

怪兽充电2017年5月成立于上海，创始团队来自阿里巴巴、百度等公司，创始人蔡光渊曾任优步上海的总经理兼全国市场总监。成立至今，怪兽充电已是共享充电宝行业完成融资次数最多的企业之一。根据天眼查信息，怪兽充电已完成6轮融资，最近一轮D轮融资交易金额为2.34亿美元。

经过多轮洗牌，国内共享充电宝市场基本形成“三电一兽”（街电、来电、小电、怪兽）主导态势。数据显示，2020年怪兽充电占据34.4%的市场份额，位列行业第一；截至2020年底，怪兽充电已经构建了包含超过66.4万点位的共享充电网络，累计注册用户超过2.19亿。

目前，包括怪兽充电在内的共享充电宝头部企业均已迈入盈利阶段。根据招股书显示，2019年，怪兽充电营业收入为20.22亿元，净利润为1.67亿元；2020年，怪兽充电营业收入为28.09亿元，利润为7540万元，继续保持盈利。

为何共享充电宝生意能顺利进入盈利阶段？人工智能领域专家邓伟强认为，共享充电宝的成功来源于多个因素，一是共享充电宝诞生在风投基金比较活跃的时期，获得融资相对比较容易；二是4G、5G手机耗电量巨大，部分消费者对共享充电宝容易产生依赖性；三是共享充电宝的收费可观，流转速度较快。

怪兽充电不是唯一一家正在冲刺IPO的共享充电宝企业，共享充电宝第一股究竟是谁，仍存在一定变数。2020年6月，小电科技与浙商证券签署科创板上市辅导协议。2021年1月，浙商证券披露对小电科技第三期上市辅导进展报告。

涨价背后的资金压力

在部分消费者看来，占据大量市场份额的共享充电宝头部企业，已经可以肆意“收割”利润。有报道称，近期共享充电宝又出现新一轮涨价潮，部分热门商圈收费甚至高达10元/小时。对此，有网友在评论区直言：“市场成熟了，来割韭菜了”。

不过，一位接近怪兽充电的人士告诉北京商报记者，由于激烈的市场竞争，共享充电宝平台未必能从涨价中获益。原先共享充电宝收入多为平台与商户对半分账，如今商户话语权提升，越来越多的商户要求更高比例分成，导致平台分成比例降低，为保证利润水

平，平台只能通过协商制定更高的收费。

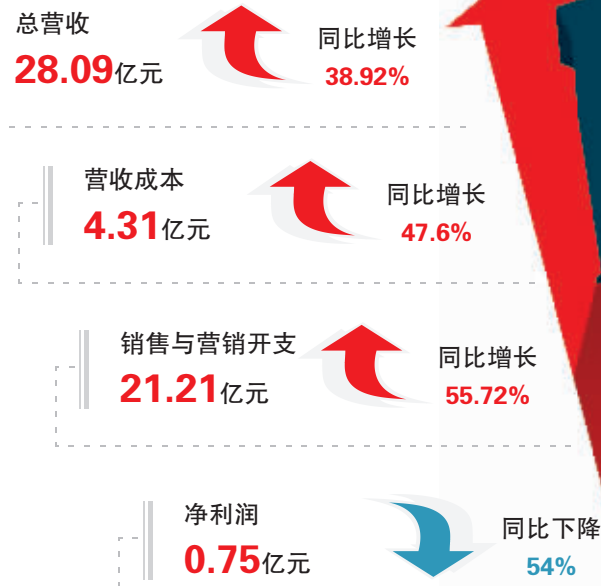
除了分成比例降低，共享充电宝企业还面临着与日俱增的一次性入场费。据了解，共享充电宝进驻一些客流量较大的热门商圈，如娱乐场所、饭店，需要缴纳的入场费已从数千元涨至几万元至几十万元不等，甚至有商家入场费开价上百万元。

金融市场专家董翔表示，共享充电宝变现模式单一，技术门槛较低，对线下商户相当依赖。随着市场竞争升温，优质商户更是各大企业争夺的焦点。在这一过程中，资金实力是企业最重要的后盾。目前，即便是头部企业也必须在渠道维护和拓展上持续投入大量资金，才能避免被后起之秀反超。

对于升温的竞争压力，怪兽充电在招股书中称：“我们在一个竞争激烈的行业中运营，一些当前或未来竞争对手的规模和资源，可能会让他们比我们更有效地竞争，这可能会导致我们失去市场份额”。

押注新零售故事

市场竞争升温背后是业界巨头的纷纷入局。据机构预测，未来几年，共享充电宝行业仍将保持50%—80%的高速增长趋势。其中，2021年交易规模有望达到160.7亿元，2022年有望进一步增长至241亿元。



面对广阔市场前景，数字经济巨头美团已重新回归共享充电宝行业，2020年上半年开始大量招聘各类人员。艾瑞咨询发布的报告认为，美团在商户资源和渠道运营上具有优势，如果持续投入大量资本撬动自有的商户资源，有望打破“三电一兽”的主导格局，甚至有最终一家独大的可能性。

不仅是美团，部分后起之秀也通过“烧钱”的方式实现快速扩张。如2020年1月才诞生的共享充电宝品牌速绿，到2020年底已拥有近百万个点位和2亿总用户，在1600个县级以上城市完成布局，市场覆盖范围已不逊色于“三电一兽”。

董翔表示，面对竞争压力，无论是涨价还是加速市场下沉都只是权宜之举，讲出新的商业故事，才是怪兽充电成功在美股立足

以及守住龙头地位的关键。

事实上，怪兽充电也意识到了改变单一变现模式的重要性。在招股书中，怪兽充电披露，IPO募集资金除了将用于继续扩大重点商户网络、提高运营水平、加强技术能力等常规事项外，还将用于寻求投资机会并探索新商机。

针对“新商机”的具体含义，怪兽充电并未在招股书中进行太多具体说明。不过，怪兽充电此前曾在融资计划书中提到，新零售才是怪兽充电面临的千亿级市场，通过快速搭建以共享充电宝为核心的下沉渠道，可实现与其他品类渠道复用，如礼品机、智能零售柜、电子烟、IP玩具柜等，基于海量用户和商户建立强大网络渠道，怪兽充电致力于成为一家科技+零售的公司。

北京商报记者 钱瑜 濮振宇

3.15 打通消费堵点

被疑减配、学区承诺落空 昔日销冠和悦华锦的收房难题

作为亦庄“河西六君子”之一的和悦华锦项目，此前曾因率先打响板块限竞房入市第一枪、临近地铁及教育资源，获得了诸多刚需客群的青睐及最终买单。然而两年多时间过去，当期房转为现房，这个昔日曾拿下大兴区域销冠的项目，自2020年底以来却因项目延期交房、交付品质货不对板等问题卷入一系列负面风波之中迟迟未能抽身。此外，值得一提的是，在房企三两组团共同拿地渐成趋势的背景下，联合体合资建设地产项目的“后遗症”也开始逐渐显现。

减配争议

减配，是包括李明（化名）在内的和悦华锦业主在看过房后的第一反应。

从业主方面提供的“待解决问题清单”来看，单元门缩水、与宣传图严重不符，以及道路未完工就交房、路面未硬化就铺砖等，成为业主认定和悦华锦项目一期“未达交付条件”的证据。

而写在“待解决问题清单”中有关“设计不合理”的内容，在业主方面看来整改进程则更为紧迫，并称这已经严重影响了业主们后续的居住体验及安全。具体来看，包括：一楼与地面距离太低，下雨一旦积水会出现倒灌的风险，建议考虑合理措施；所有一层厨房燃气管道占用厨房很大面积，无法安装橱柜，需要开发商和燃气公司改管道；顶层没有通往楼顶的逃生通道；洋房顶层房原因房檐过长，被遮挡较大光线和视野等……

值得一提的是，根据出让条件，和悦华锦所在地块商品住房销售均价不超过52695元/平方米，最高销售单价不得超过55330元/平方米。据房天下方面监测数据，和悦华锦项目地块的起始价为46.4亿元，推出楼面价为28000元/平方米；最终成交价为62.9亿元，楼面价约为37956元/平方米。

“按照楼面价与销售限价的差距，和悦华锦尚属可控区间，理论上不应该因为成本而减配，不过是否真的算减配，还需要专业机构评估。”一位房企销售负责人如此点评。

学区房的口头承诺

而“买房可入读人大附”的承诺，尽管在买房阶段反复体现在销售人员的口头承诺以及开发商的宣传软文中，被业主视为开发商涉嫌炒作学区售房的依据，但这个承诺在合同里却并没有体现。

据了解，因为和悦华锦在亦庄河西板块内开盘最早、距离人大附较近，不少和悦华锦的购房业主，为了孩子将来能就近入读人大附而选择最终买单。李明回忆称，人大附中落户亦庄河西区的消息落地，更加刺激到了诸多购房者的买房热情，像他一样为了自家孩子筹谋日后上好学校的业主，不在少数。

根据业主方面提供的宣传海报，和悦华锦项目打出了“学府为邻 人大附一路之隔”“亦庄学府旁低密纯洋房”等宣传口号。另有企业官方搜狐号内容显示，项目公司曾于2019年5月7日通过官方账号发布了涉及学区宣传的内容，其中包括“人大附中一路之隔的底商学府型社区”。

不过李明称，业主同开发商签署的合同中，并未就“买房就能入读人大附”作出约定，至于业主后续能否实现家中幼儿顺利入读人大附，还要等最终的划片结果落地才能见分晓。

联合开发后遗症

诸多业主认为，现在的局面就是项目开发商不作为，3家互相踢皮球，导致整改推进



和悦华锦项目一期楼栋标识脱落

缓慢。

资料显示，和悦华锦项目所处地块为亦庄开发区河西X94R1地块，2017年10月11日，3家房企组成的联合体以62.9亿元加自持2%将该地块收入囊中，溢价率35.6%。项目开发商——北京博睿实业房地产开发有限公司，即为3家房企于2018年1月成立的合资企业。

“联合体拿地、合资开发，不能只管盖房赚钱，依约交付的责任与义务。我们目前能找的就只有物业公司。”李明直言，自被告知收房以来，业主与开发商方面的沟通存在“断层”，一直未能同步，缺少一个正式的对话渠道。

“而这个沟通的窗口，开发商一直没有向我们开启。”李明表示，关于项目整改的信息都是业主们通过各方打探及协调拼凑出来的。直到现在，业主们除了找物业公司反馈问题以及催问整改进展外，开发商这边一直没有派出代表出面回应。

“对于收房过程中发现的问题我们通过多种渠道反馈给开发商，但均未得到妥善解决。我们非常担心，如果现在收房，目前存在的这些问题得不到解决，近900户业主的利益被开发商无视和损害。”李明及大部分业主认为，基于联合体拿地及开发项目的复杂性，希望3家开发商尽快厘清各自责任，给业主们一个说法。

据了解，近年来，面对土地底价的高涨、开发风险的提升和利润空间的减少，单一房

企凭借一己之力拿到心仪土地的难度有所增加，进而北京市场上演出了“房企+房企”抑或是“知名房企+险资企业”等强强联合拿地的现象。

据亿翰智库相关研报，联合体协同开发的联合开发模式，总的来看分为三点：一是（房企联合）在合作双方拿到土地之后，根据事前确定的股权比例成立相应的项目公司，并根据出资比例分别派驻负责人员，双方共同操盘；二是（房企+险资联合）由其中的房企来进行操盘，其余合作方多为险资、银行或投资机构）仅扮演财务投资角色；三是（小股操盘）在这种模式中，一方操盘并不表，但另一方并不表不操盘。

不过，在缓解资金压力、风险分摊、增加竞争力、降低成本的优势之外，联合体拿地也同样有着与之对应的劣势。有分析指出，在联合体拿地后的操作流程中，因为有多方参与，会出现更多的不确定性。比如，开发企业各自心理预期、产品定位、成本控制能力以及管控程序等都不尽相同，会存在“拆伙”的风险；此外，在项目出现争议时，各方间也容易出现推诿扯皮的问题。

就业主反映的“延期交房、避谈赔付”“交付品质减配、货不对板”等问题，北京商报记者向和悦华锦项目联合体各方寻求采访，但截至记者发稿，未有回复。

北京商报记者 卢扬 荣蕾/文并摄

· 律师观点 ·

Q：“虚假宣传”的责任是如何界定的？

A：核心看是否作出具体承诺且影响价格。

北京市京师律师事务所高级合伙人刘松涛律师、实习律师张然表示，以学区房为例，如学区作为公开信息，可以被公众查询，仅有开发商宣传实际不足以使消费者陷入错误，并基于该错误订立合同，这一信息不会对房屋价格有重大影响，则法院不会以此为由支持要求开发商承担责任的主张。但如学区房以具体确定作为允诺，甚至纳入合同条款，并对房屋价格有重大影响，最后房屋没有实现这些允诺，则开发商应承担违约责任。

A：确有证据证明开发商构成虚假宣传的，开发商应承担虚假宣传的违约责任。

北京盈科（上海）律师事务所全球合伙人郭韧律师表示，虚假宣传属于违约行为，应依法承担相应的违约责任。根据《民法典》第五百七十七条之规定，当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

因此，确有证据证明开发商构成虚假宣传的，购房者可要求开发商承担虚假宣传的违约责任，支付相应的违约金。若开发商虚假宣传，故意告知购房者虚假信息或者故意隐瞒真实情况导致购房者作出错误意思表示构成欺诈的，购房者则有权向人民法院请求撤销合同，并要求开发商承担缔约过失责任。