



资本搭台 野蛮生长

共享充电宝：伪装风口的租赁生意

“共享经济”大有压倒当年O2O之势。各色单车尚未决出胜负，充电宝也打着“共享”大旗如柳絮般四处播种。不久前，Anker街电、小电科技、来电科技、魔宝电源、Hi电相继融资，不乏著名投资机构的参与，更有大批新入局者在路上，被资本推上前台的共享充电宝置身风口浪尖之上，该如何把“共享”的戏唱好？

圈地融资

4月刚过去一半，共享充电宝创业企业接连宣布融资喜讯，仿佛哪家资本都不愿迟到。其中，来电科技宣布获得SIG、红点中国领投，九合创投、飞毛腿董事长跟投的2000万美元A轮融资，是目前行业内最大的一笔融资；街电宣布获得亿元级别的A轮融资，由IDG资本、欣旺达领投；小电科技获得腾讯、金沙江创投、知名天使投资人王刚领投数千万元天使投资；魔宝电源、Hi电也都在4月初宣布了融资消息。

短短不到10天时间里，共享充电宝拿下5笔融资，超20家机构入局，融资金额逼近3亿元。同时，新入局者不断，目前已经有电小鸟、云冲吧等十多个共享充电宝项目都在找投资，这一波气势汹汹堪称继共享单车后，“共享”概念又一次野蛮生长。

市场的大风和资本的助力推着共享充电宝不得不开启快速跑马圈地的模式。来电科技提出了“百城百万点”的目标，目前已经进入了80多座城市，铺设了1700多台机器，每天租借2万余次，并与蚂蚁金服达成战略合作，推出信用免押金服务；小电科技也表示暂不考虑盈利先拼密度与规模，目前已入驻北京、杭州、上海、深圳、广州5座城市，并称接下来将会开通20-30座城市。

实际上，“共享经济”的概念出现之



前，部分高铁、机场、车站都能看到固定式手机充电设备，有的是免费使用，有的则是投币，共享充电宝的出现只是扩大了使用场景。可以预测到的是，价格战、运营战这些曾经被推上风口的领域玩过的都将在共享充电宝这里再次上演。

刚需伪需？

手机已经成为每个人难以割舍的最重要工具，智能手机耗电电量不足也是不少人担心的问题，共享充电宝正是瞄准这点需求。虽然不少人认为充电宝是刚需，但是被赋予“共享”的功能究竟是不是市场的需求呢？

“自己有充电宝，我觉得很多手机用得比较勤的人都会自带充电宝，没有必要租借共享的（充电宝）。”小张（化名）告诉北京商报记者，如果出门没带充电宝又十

分紧急的情况下刚好附近有共享充电宝他会选择使用。

北京商报记者发现，有一些年轻人走到可出租带走的充电设备前研究说明，“充电价格倒是不贵，押金都要上百就有些不能接受，共享充电宝或许还不会像自行车那样每天都有可能用到”，老李（化名）这样向记者表示，尤其是需要归还到指定地点，也不能带到太远的地方，这就比较尴尬了，毕竟是按照时间计费，大概只会应个急充一会儿。

央视“3·15晚会”上曾经曝光过在公共充电设备上充电的手机容易被黑客攻击盗取信息，不少用户也因此产生了提防心理。“共享充电宝的安全性是否过关很难把握，现在通过数据线接入手机盗取信息的事太多了，很难说没人钻这个空子”，接受采访的用户告诉北京商报记者。

市面上存在的共享充电宝主要有两种，一种是可租借带走的，另一种是必须在固定位置充电，大多采用免费充电1小时的策略。根据调查发现，实际上有需求的用户基本上是有时间等待的，或者是应急的人，并没有太多人会充电1小时以上。

共享陷阱

共享充电宝与共享单车的模式有很多相似之处，都是需要缴纳押金，免费充电1小时后分时计价。但是共享充电宝的成本很低，即使用户租借后不再归还也不会因此而亏，企业只需要承担一些运营成本和维修成本，这也就是共享充电宝容易被大面积复制的原因。

目前，共享充电宝的盈利模式主要是租赁费用、押金以及广告。看似十分明晰甚至比共享单车更容易获得利润，但共享充电宝并不是这么简单的生意。

智能手机的电池技术在不久之后一定会得到改善，手机的续航能力也将得到提升，另外，快充技术正在加强，这些都意味着充电宝的市场将受到影响。共享充电宝如果不在技术上加大投入很容易沦为鸡肋。

投行人士分析称，共享充电宝获取流量容易，但留住用户、激活流量价值并不简单。就像共享单车一样，为留住用户共享充电宝的竞争也是残酷的。另外，除了向设备和App内投放广告外，还没有什么形式是值得运用挖掘的，而广告早已是弱肉强食的市场。

另外，充电宝的共享模式还受到一定程度的质疑，尤其在安全方面很难说服用户。“这个市场并没有想象中那么大，但是仍然是有需求的，要站住脚还需要进一步技术升级提供更好的服务”，上述人士表示，竞争与淘汰都是很快的事，只看到现象火爆的创业者急于跳进“共享”的大坑中需要谨慎。北京商报记者 姜红

抛砖引玉

小心共享经济泡沫

张绪旺

谁也没有料到，被小米、三星打得奄奄一息的充电宝厂商，能够换个共享经济的马甲焕发生命力，姑且不论产值，投资者倒是很疯狂，没错这就是最近异常火爆的共享充电宝项目。

从滴滴到摩拜，再加上相对稳定的房屋租赁爱彼迎，共享经济摧枯拉朽。这一幕多像前两年火爆的O2O：上门美甲、上门按摩、上门家政……只不过，难以标准化的服务变成了一个个具象的产品。

换个马甲，难道就不是租赁了吗？

实际上，把滴滴跟摩拜做类比，是不公平的，摩拜更像首汽约车、神州专车，而滴滴终究是分享的个人车主的运力，车是必需品，但初衷是既有运力的分享，只不过由于补贴和竞争的残酷性，滴滴客观上推波助澜了“逐利而来”的专职司机，说到底，滴滴拼车对于共享经济的描述要比快车、专车更贴切。

摩拜和时兴的共享充电宝当然不服气，在共享经济的定义中，滴滴、爱彼迎是一类模式，而生产、租赁一条龙的互联网

模式，也是共享经济，毕竟不再讲究消费者的所有权，而是使用权，这比买卖那种模式高效很多。

确实，逻辑并不能说服任何人，凡是一丁点儿效率优化都值得提倡，最后还得规模效应说话，折算回来“一些成本浪费”谁都不在意，说到底有钱在互联网还是硬道理。不过，有钱还可能砸出来的是泡沫，相比共享单车、共享房屋、共享网约车，共享充电宝解决的痛点比较单薄，就是外出时间的临时充电需求，这一点最终可能还

是要靠手机产品的电能优化解决。

但出行、房屋不同，共享打的是地域和社会牌，不是每个城市都有自己的车和房，不是每个城市都能无限制地承载每个人都有车和房。但充电宝，惟一的解释就是懒惰作怪：用户不肯或者忘记多拿两个充电宝。

这里面的泡沫有点大，我要是共享充电宝创业者，且希望手机电池永远达不到能耗优化。但万一，手机都不是未来最重要的手持设备了呢？