



共享单车“大出行”竞速

尾部企业大败退之后，共享单车淘汰赛进入最后冲刺阶段，但仍有企业斩获资本青睐。12月4日，在宣布获得蚂蚁金服领投的3.5亿美元D1轮融资的同时，哈罗单车主动披露与威马汽车的合作战略（共享单车+共享汽车）已在9月启动，哈罗单车投放6万辆电踏车的消息也被曝光。哈罗单车成为继摩拜单车之后，在大出行积极布局的又一家企业。在业界看来，对大出行的卡位，是资本持续投入的主要原因，单车之外的拓展能力成了新的角力重点。



大资本拒绝停战

进入淘汰赛的共享单车行业意外获得巨额融资，而且这笔融资的主人非行业代表企业摩拜和ofo。12月4日，哈罗单车宣布获得3.5亿美元的D1轮融资，这是哈罗单车与江苏永安行低碳科技有限公司（以下简称“低碳科技”）10月底合并后的首轮融资，投资方为蚂蚁金服、威马汽车、GGV、富士达等。

D1轮融资消息披露后三天，业界曝出哈罗单车正在推进D2轮融资，消息称D2轮融资规模或超过D1轮，且蚂蚁金服有望再度跟进。如消息属实，哈罗单车将连续三次获得蚂蚁金服的资本支持。按照永安行发布的公告，D1轮融资之后，蚂蚁金服旗下子公司上海云鑫取代永安行成为哈罗单车的最大股东，持股达32.0467%。

业内普遍认为，蚂蚁金服对哈罗单车的持续下注，并非看重共享单车行业，而是希望借此推广支付工具和信用体系，对此，蚂蚁金服方面并不讳言，表示将继续积极推动共享单车行业的信用免押。此外，蚂蚁金服称看好共享经济行业的前景并将秉承开放合作的态度，支持所有合作公司的业务发展。

CIC灼识咨询执行董事赵晓马则对媒体表示，随着线上流量成本的不断上升，蚂蚁金服此次布局共享单车除了能够为自有产品带来新的流量入口外，同时可以不断丰富芝麻信用的生态体系。业内人士也表达了类似观点：“由于摩拜和ofo已经被腾讯和滴滴投资，蚂蚁金服就算投资两者，也已经没有话语权，它只能选择第二梯队公司，此外投

资永安行还可以拓展支付场景”。

事实上，除了第二梯队，资本对共享单车头部企业的热情也仍然不减。有消息称，ofo已经敲定新一轮融资，融资规模或达10亿美元，投资方包括阿里和蚂蚁金服。5个月前，ofo刚刚完成超过7亿美元的E轮融资，刷新行业融资额上限。

业务立体化延伸

大资本活跃的同时，共享单车的竞争也开始多样化。哈罗单车在宣布融资时主动披露：“哈罗单车和威马汽车的‘4+2’战略（共享单车+共享汽车）9月已经启动，目前正在进行中。威马汽车是哈罗单车B+轮融资的投资方”。在共享汽车业务推进的同时，哈罗单车还被曝出已投放6万辆电踏车。这意味着，完成合并案时，哈罗单车提出的“共享单车+共享电单车+共享汽车”战略正在落地。

无独有偶，自今年下半年起，摩拜在单车之外的布局日渐频繁。今年9月和10月，摩拜分别与首汽约车和嘀嗒拼车达成合作，双方在App接入、服务互通、用户对接、品牌营销和技术研发等领域展开合作。目前摩拜App已可提供共享单车、网约车和拼车三种类型的服务，可满足不同场景下的出行需求。

据报道，摩拜还在今年6月成立了出行服务有限公司，专门负责网约车业务。摩拜内部人士表示，该部门将会是“独立主体、独立业务、并独立融资”。事实上，在摩拜和哈罗单车之前，ofo已经通过接入滴滴App的形式，为自己的出行服务升级。

公开信息显示，ofo在12月7日入驻法国首都巴黎，提前完成进入全球20个

国家的目标。目前，ofo已经在海外超过50个城市开展运营，投放超过10万辆共享单车。摩拜则在今年11月下旬进入全国第200个城市德国柏林，提前达成今年任务。目前，摩拜为12个国家提供共享单车服务，持续活跃在全球200个城市，共计运营超过700万辆单车，每天提供超3000万次骑行服务，拥有超过2亿注册用户。

可以看出，在完成国际化任务之后，共享单车从线性规模性扩张开始往多维度进击过渡。对此，连投哈罗单车4轮的GGV管理合伙人符绩勋早有预见，在他看来：“我觉得人类的出行场景首先会是多元化的，根据消费能力或者消费层次，可能会使用不同的服务。电单车是1-3公里拉长到5-10公里，频次相对来说会越来越低，这是高频打低频，这个战略更有效，发展的路径也是最明白的”。

独立分析师张旭则从共享单车的商业模式层面进行解读，他表示：“共享单车单纯依靠车费盈利是比较困难的，通过单车服务来获得规模性用户群，然后再通过汽车等出行服务来变现，是个不错的选择，也就是多业务线做协同，这是具有前瞻性的”。

洗牌进入冲刺期

不过，符绩勋也坦言共享单车企业的立体化业务架构存在难度。“做电单车这个事情确实有一定的挑战，挑战在于电单车需要充电，充电的难度会带来一些运营的问题跟效率的考虑。政府对电单车的管理其实也是比较严格的，所以跟政府关系很重要，跟永安行的合作

变成加分。”符绩勋如是说。

对此，易观分析师王晨曦曾表示认同，她认为永安行在公共自行车运营时积累的政府资源将对公司推进共享汽车有帮助。但是相比共享单车，大出行领域的竞争更激烈。据报道，永久已在上海投放电助力自行车，滴滴则在数月前入局共享汽车市场。在王晨曦看来，在未来两三年共享汽车会进入一个爆发期，现有企业已经做成了一定规模，永安行和哈罗单车的业务虽然也属于共享经济，但共享单车与汽车在运营方式上存在很大差别，永安行和哈罗单车在共享汽车上能走多远还未可知。

而从整个共享单车格局来看，破局显得急不可待。上周末金沙江创投合伙人朱啸虎就摩拜和ofo合并第四次公开表态。在他看来，战局比较明朗化，再打消耗战就没有意义了，对双方损耗都很大。他同时称：“很多利益不是那么容易平衡的，任何两个企业合并的前提是这些股东有没有这样的智慧和格局”。

投资人对合并的热情被认为是共享单车竞争惨烈的最好注脚。“从目前来看，不管是在用户量还是资源方面，摩拜相对于哈罗单车都有绝对优势，哈罗单车虽然已经活下来了，但是它想要对标摩拜优势并不大，而ofo已经成为滴滴旗下的一个生态了。”张旭这样认为：“从大出行的高度来看，滴滴的各项产品线都比较成熟，不存在某个产品会被其他企业干掉的可能，它是大出行领域相对稳定的，而摩拜与哈罗单车在大出行上的任何变量都有可能改变共享单车的现有格局。”

北京商报记者 魏蔚