

# 电池技术跟不上手机发展 共享充电宝头部企业逆风盈利

“记得以前花一两元就能充满电,但前几天一下子被扣了10元。”市民黎强告诉记者,国庆期间出去逛街,租了个共享充电宝,没想到涨价这么明显。事实上,黎强的感受没错,前不久一则“共享充电宝大涨价”的话题冲上了热搜,一时间引起了舆论的强烈关注。

作为诞生于共享经济时代下的产物,共享充电宝也曾一度抢占创投风口成为资本宠儿。彼时共享充电宝行业以10天融资3亿、40天融资12亿的速度不断刺激着资本市场的神经,但外界却是一片唱衰的声音,伪需求、低频、重资产、盈利模式不清晰……不过,通过几年的市场验证,共享充电宝能够在崩塌的共享经济环境下存活下来实属不易。这个曾被认为是伪需求的共享经济,现已默默遍布城市各类消费场所,摇身一变成为高频次的刚性真需求。

■新快报记者 陈学东 实习生 刘泳彤

## 曾被认为是伪需求

共享充电宝的概念刚冒出来时,很多人是拒绝的:人手一个充电宝,公交、飞机、高铁都有USB充电口的时代,还用租充电宝?因此共享充电宝被扣上了伪需求的帽子。

投资人说“当前人们出门连钱包都不想带,更别说带充电宝”,也遭到反驳,认为手机电量不足且找不到充电设备只是偶发情况,说明共享充电宝少数的刚需还是低频需求,更何况手机快没电了还要开着定位满大街找共享充电宝柜机、扫

码、付款,逻辑矛盾,操作反人类,陷入死循环。

更有业内人士指出,不仅共享充电宝是伪需求,连充电宝也是夕阳产业,因为随着电池技术的进步,手机的续航只会更强,N天一充不是问题,不再有电量不足之虞。

消费者不接受,商家也不买账,从早期的报道中可以看出,商家们对共享充电宝的抗拒主要在于为此承担了设备管理、充电等成本和风险,甚至还要承受消费者因充电被收费而对商家产生的不满。

几番论证下来,共享充电宝早已被判了死刑,2017年上半年,乐电宣布停止运营、Hi电暴力裁员、河马充电、小宝充电等多家企业也被曝出资金链断裂已进入清算阶段,这些负面消息似乎也在验证人们的判断,共享充电宝的寒冬比另一个明星赛道共享单车来得还早一些。

总之,在那一轮共享经济泡沫中,共享充电宝不能说是最不被看好的项目,但也绝对是速度被证伪走向灭亡的大热门。

## 头部企业先后宣布盈利

在历经2018年残酷的洗牌期和倒闭潮后,今年则被认为是行业发展的关键一年。共享充电宝项目本身经受住了考验,几家头部企业先后宣布盈利。

目前,国内的市场逐渐形成寡头竞争的格局。据移动互联网大数据监测平台Trustdata发布的《2019年中国共享充电行业发展分析简报》数据显示,今年以来共享充电市场总体实现了稳步增长,用户规模接近1.5亿人次。市场已基本奠定“三电一兽”的行业格局,其中街电、小电和怪兽占有的市场份额分别为28.6%、27%和25.1%,另外来电的市场份额仅为15.6%。

艾媒咨询发布的《2019上半年中国共享充电宝行业研究报告》(以下简称《研究报告》)也显示,街电科技以40.5%的市场份额排名第一,排在后面的是小电科技、怪兽充电、来电科技。“三电一兽”这四家公司的市占率达到近97%,且相继宣布实现盈亏平衡,有的已经开始在赚钱了。

但就在这样的背景下,共享充电宝企业却纷纷按下了涨价的开关。据记者扫街观察,1元1小时的充电时代已不复存在,目前已涨价到2-3元/小时,部分高达5元、8元的情况也开始出现。有充电宝厂家透露:每个共享充电宝成本不到30元,可循环使用300次到500次。低成本加上使用频繁,可见这背后其实是一门暴利的生意。

其实,共享充电宝现在的争议点在于价格上涨。可大家只要稍微观察就能发现,网约车、共享单车、外卖等,无一不是靠前期价格补贴,先攻城略地,等到市场格局基本稳定,用户消费习惯已经养成,于是就开始涨价。

但有一点要注意,很多人误会涨价是统一涨价,其实不然,这次涨价是场景不同价格不同。记者注意到,如同一个品牌的共享充电宝,在医院里可能是4元/30分钟,在马路对面的商场却可能是2元/小时。

## 电池技术跟不上手机发展

如今回头再看,共享充电宝不仅没有倒下,反而需求越来越旺盛。有报告表明,预计国内的共享充电宝用户规模今年将达到3.05亿人,2020年将超过4亿。

事实证明,当初高估了电池技术进步的速度。时至今日,电量不足的问题依旧困扰着用户。而且即将到来的5G时代,手机耗电量将继续加快,预计是4G手机的2.5倍,到时候,共享充电宝的需求将会进一步激发。此外,AR、VR等技术也将逐渐应用到手机上,目前市面上大部分手机,都无法承受这样的电量消耗。更有业内人士表示,电池技术在未来十年都很难有巨大的突破,充电宝依旧是刚需。

同时,我们也低估了人类的懒惰程度。科技的进步其实就是在培养人们的惰性,催生了懒人经济的

快速发展。越来越多的用户习惯出门只带钥匙、手机,不愿为了带个充电宝还要背着包,沉甸甸的充电宝确实很少有人愿意随身携带。未来几年,共享充电宝依然会是你外出充电的主旋律。

另外,其潜在市场也非常庞大。根据艾媒咨询的数据显示,2019年上半年中国共享充电宝公共场所进驻渗透率仅为31.3%,也就是说还有很多公共场所在等待。在市场下沉方面,目前共享充电宝铺设的点位主要集中在一二线城市,三四五线城市大多处于空白状态。

艾媒咨询的《研究报告》还显示,2019年中国共享充电宝用户规模预计将超过3亿人。艾媒咨询分析师认为,由于5G带来设备耗电增加,共享充电宝的“刚需”将进一步释放。



### 观察

#### 共享充电宝成功了吗?

同样盈利模式简单清晰、更符合用户刚需的共享单车,原本也是一门不错的生意,只可惜在资本的掘苗助长下成了一地鸡毛。共享充电宝最初被批得一无是处,在用户的警惕和资本相对理智的情况下反而能够以较为合理的节奏发展,但存活至今,乃至实现盈利,也不能就此断定它就一定是好生意,近来集体涨价的消息也反映了各共享充电宝企业除了收取租金外,并无其他有效变现渠道,一开始规划中提到的线下商圈引流、广告投放等并未能真正落地,更像是画给投资人的大饼。

如果增收的方式除了加价别无他法,不免让人担心共享充电宝的可持续发展,毕竟不可能无限制涨价,一旦价格超出用户可承受范围,恐怕真的会倒逼用户自备充电宝,把为数不多的刚需变成非刚需。另外,若是出现恶性竞争,比如价格战、专利战等,也会对行业带来较大影响。当然,最致命的还是充电技术取得突破性进步,比如石墨烯电池的商用以及无线充电的成熟,对共享充电宝的打击无疑是毁灭性的。



■VCG/供图