这边两家企业倒闭 那边迎来巨额融资

国内共享单车市场冰火两重天

据新华社北京7月12日电 **6月的短短十天内，运营不足半年的两家共享企业——悟空单车和3Vbike相继宣布退出市场。与此同时，公众对于共享单车的良好体验开始出现明显反转：押金风险、乱停占道、街头废铁、骑行安全等问题频频被曝光。**

据上海市自行车行业协会统计，全国共享单车的投放总量已接近1500万辆。这个被视为巨大“风口”的市场，是否正迎来“洗牌期”？

【市场现状】冰火两重天，企业倒闭与“融资潮”齐现

悟空单车创始人雷厚义透露，此次共亏损近300万元。资金的匮乏，让悟空单车在选择合作方时“捉襟见肘”，只能选择小厂商，其后果就是，“因为生产线不成熟，导致有些单车的脚踏板都掉了”。

而3Vbike的倒闭则是因为丢车。创始人巫盛华坦言，这与公司在单车防盗及定位系统等软件方面的投入不足有关，“因为加上这些软件，一辆单车的成本几乎翻倍，这让我们难以承受”。

形成鲜明对比的是，在悟空单车和3Vbike因为资金缺口被迫停止运营的同时，还有单车企业迎来了“融资潮”。其中，行业巨头之一的摩拜单车获得高达6亿美元的融资，OFO也获得超7亿美元融资；永安行、小蓝单车、优拜单车等也不同程度地获得了A轮甚至A+轮融资。

在资本的推动下，全国共享单车的投放数量正持续增加。据上海市自行车行业协会统计，如果将国内各大共享单车平台公报数据相加，全国共享单车投放总量已接近1500万辆，其中，摩拜和OFO两家占比近八成。

交通部科学研究院城市交通研究中心副研究员尹志芳称，截至5月底，国内共享单车（电单车）企业已超过50家。从去年11月开始，半年多共享单车的数量扩大了50倍。

【用户体验】从口碑爆棚到投诉频发，“反转”带来隐忧

在最早推广共享单车的一线城市街头，重现了多年前“自行车王国”的骑行盛景。不过，不少用户的体验却开始反转，押金风险、违规占道、街头废铁、骑行安全等隐忧逐渐浮现、放大。

——巨额押金安全依然是关注焦点。虽然一些共享单车以“信用模式”取代了“押金模式”，但在行业内，“押金模式”仍占主流。有业内人士算了一笔账，摩拜和OFO均宣称注册用户过亿，摩拜单车押金299元，OFO的押金99元，但近期已涨至199元。照此估算，仅两家企业就收取押金约400亿元。

北京隆安（济南）律师事务所律师周雷认为，共享单车企业尚无成熟的盈利模式，收取的巨额押金及利息是重要的收入来源。这笔资金都是公众财产，涉及人数众多，一旦被挪用或企业倒闭可能引发社会问题。

——从“寻车难”到“找路难”。乱停乱放成为共享单车被诟病的首要原因。“一开始还觉得赏心悦目，现在的乱停放令人有些生厌。”深圳的张女士每次进入自家小区，都会因为共享单车的占道、堵门引发“找路难”。

在北京三里屯太古里的十字路口，记者看到，不同颜色的共享单车已经将非机动车道占得只剩下一半了。“虽然有画线的地方，但根本不够，位置早满了。”保安小刘负责整理附近的共享单车，却也不知道到底该把“多出来”的车辆放在哪里。

——“街头废铁”的担忧初现。上海市自行车行业协会经过调研发现，绝大多数共享单车除车架之外的零部件寿命难以超过三年，需定期强制报废。而两家共享单车企业的倒闭，引发公众对倒闭企业的单车应由谁来回收的讨论。悟空单车的一位大股东坦言：“考虑到回收的时间和金钱成本，企业不会主动回收车辆。”

多位业内人士认为，一些单车企业盲目跟进、大肆扩张，现有共享单车未来几年将迎来“报废潮”。实际上，许多一线城市的热点区域已可见“僵尸车”和“报废车”。

记者调查了解到，一辆单车重量多在15公斤至25公斤之间，基本都是铁件，少量的是塑料及橡胶材料，按照每辆车20公斤计算，500万辆车产生10万吨废铁及塑料、橡胶等。一旦回收不利，将严重影响公共环境，且造成大量社会资源的浪费。

据摩拜公司介绍，企业已与中国再生资源开发有限公司合作，将共同打造共享单车绿色回收的产业链。但据记者了解，绝大多数共享单车企业尚未将此提上议程。

——故障车维护不及时，埋下骑行安全隐患。今年1月份，一位北京市民在骑行共享单车下坡时因车辆失控而摔伤。这位北京市民认为是刹车失灵所致，遂将未尽维护检修义务的运营商诉至法院，索赔医疗费等两万元。无独有偶，江西省南昌市民周女士在平地骑行共享单车时，也发生了在未使用刹车的情况下，前轮突然制停导致人飞了出去。周女士联系客服，客服却表示“近期多人骑行均未出现刹车问题”，这让周女士愤慨不已。

【行业规范】共享自行车告别“野蛮生长”还有多远

备受关注的全国首个共享自行车团体标准7月5日在上海正式“面世”。该系列团体标准由上海市自行车行业协会和天津市自行车电动车行业协会牵头，包括生产企业、运营企业、检验检测机构等，这也是国内首个依托区域协作制定的团体标准，将于10月1日起正式实施。新标准“解锁”，共享单车能否由此告别“野蛮生长”，走上一条“自我加压”的道路？

橙色的摩拜、黄色的OFO、白色的hellobike、蓝色的小鸣、黄蓝相间的永安行……随着全国首个共享自行车团体标准的“面世”，这一爆发式扩张的新行业，现在即将走上自我管理的“拐点”。

共享单车进入人们视野才不过一年多，已经遍布国内几十个城市，还在呈几何式扩张。中国电子商务研究中心发布的《2016年度中国“共享经济”发展报告》显示，到2016年底，共享单车用户规模达1886.4万人，是2015年245万人规模的7倍多，呈现爆发式增长的态势，预计2017年用户规模将达到4965万人。

然而，共享单车“攻城略地”“野蛮生长”的姿态却让消费者“爱不起”。上海市消保委副秘书长宁海说，上海共享单车市场从去年以来爆发式增长，投诉量也随之飙升。2017年1至4月，上海市消保委受理共享单车类投诉2619件，比去年同期增长8.6倍，其中，投诉量最多的摩拜单车超过1100件。

摩拜、OFO在内的十多家共享单车企业自愿在沪签订《社会团体标准自我声明承诺书》，这意味着企业需要按照团体标准来执行。

上海市质量技术监督局副局长陈晓军说，市场主体自我制定、自主承诺执行的团体标准上线后，企业未来就需要按照标准执行，标准将有助于强化市场主体自律，促进新生行业的规范发展。

目前，上海正在筹备自行车行业协会的共享单车分会，以实现自我约束和自我管理，帮助整个行业告别“野蛮生长”。

【专家建议】划清政府管理“红线”，孕育新技术和商业模式

当行业规范滞后于规模扩张速度时，共享单车给社会秩序带来的负面影响日益凸显。记者注意到，多地政府已采取了行动。

今年6月份，北京海淀法院受理了首起因“共享单车乱停放”引发的诉讼案，一物业公司向共享单车运营商提出索赔请求；7月7日，宁夏固原街头刚投放的共享单车被城管部门暂扣，理由是“没有任何行政许可及行政审批手续，属于非法投放”；7月10日，杭州市约谈9家共享单车企业，要求暂停投放新车，企业出示对用户违停进行的信用处罚记录，领回此前因无序投放、停放被“搬离保管”的2.3万辆共享单车。

不少专家认为，许多经济新业态的出现都会伴生社会管理问题，政府在规范行业秩序的同时，应给予企业充分竞争的空间。

交通部管理干部学院教授张柱庭说，共享单车行业的市场才刚培养起来，不用急于设立准入机制，鼓励和规范是共享单车发展的基调，“放、管、服”策略适用于现阶段，政府规范的重点可放在保障企业合法竞争、保障用户押金与信息安全、打击破坏盗窃共享单车等方面。

国家行政学院教授许正中建议，政府可变“过程管控”为“结果管控”，明确管控“红线”。如，为了让共享单车企业不受资本驱使盲目地投放单车，可给企业规定一个运营闲置率的下限，并制定相应惩罚措施。

业内人士称，共享单车行业正从白热化竞争向差异化竞争的阶段过渡。行业乱象将倒逼企业技术升级，改进服务质量，以提升用户的满意度，确保市场的持续占有率。

“行业虽没有到‘拐点’期，但已到了‘洗牌期’。”许正中说，未来将是以高科技者为王，商业模式创新也将胜出。优拜单车智能设备部总经理廖健良说，未来共享单车可能满足的不仅仅是“最后一公里”需求，或将应用于更多场景。江苏金恒泰电控科技有限公司董事长林枫举例说，健康单车、物流单车、校园单车等细分市场的新产品将问世。

（袁慧晶 吴书光 赵小帅 杰文津 张翅）