



## 一线调研

聚光镜·关注共享社会建设④

出门在外,手机没电,租台共享充电宝来救急,成为很多人的选择。共享充电宝给生活带来方便的同时,在运营过程中还有哪些需要解决的问题——

# 共享充电宝,如何用得好

■ 本报记者 殷晓

## 方便又实用 充电更省心

听到手机发出了低电量提示声,合肥市民王文龙起身来到饭店前台的共享充电宝柜机边,租了一台共享充电宝,给手机充上电,继续和朋友热聊。“现在饭店几乎都有共享充电宝,根本不担心手机没电!”王文龙说。此前出门在外,当手机低电量时,王文龙就向商户或同行的朋友借用充电头和数据线,如果对方的数据线接口与自己的手机不匹配,就只能作罢,眼睁睁看着手机自动关机。共享充电宝的出现,让这些问题迎刃而解。

这家饭店的共享充电宝柜机装有

12台共享充电宝,用户只需用手机扫描柜机上的二维码,缴纳押金后通过“借还”菜单栏,即可租赁一台共享充电宝。这种充电宝自带多个不同接口的数据线,能够满足市面上大部分手机接口样式,只要插入手机接口即可充电。归还时,用户将共享充电宝放入柜机槽口,并在对应的手机支付页面完成支付。

六安市民袁朋朋也是共享充电宝“深度用户”。“外出时如果带着移动电源就会很重,还占了手包的空间。有了共享充电宝,逛街不怕被手机‘困住’。”

袁朋朋说。以前,有的商场为方便顾客,设置了提供充电头和数据线的手机充电区。不过,充电区位置固定,顾客只能等手机电量充足后才能离开,无法自由行动。共享充电宝则解除了这个困扰,实现了“机随人走,租借随充”。

自2017年开始,共享充电宝在国内兴起。有商业机构数据显示,2020年我国共享充电宝用户规模达2.29亿人。“共享充电宝满足了智能手机用户外出时的应急需求,市场反馈较好。”某品牌共享充电宝合肥区域销售经理丁先生说,智能手机功能更多、耗电更快,实际续航时间较短,此前用户常要随身携带充电头、数据线、移动电源等充电设备,很不方便。共享充电宝可在多场景下为移动设备充电,受到用户青睐。

## 价格涨不少 吐槽也不少

“2个半小时收费10元,怎么比原来贵了很多?”3月4日,在归还共享充电宝后,合肥市民王先生被租费吓了一跳。他询问客服后得知,现在该企业共享充电宝收费标准为半小时2元,王先生此次的租费并未算错。“共享充电宝一开始半小时内免费,后来是每小时2元,现在提高到每小时4元,涨幅不少。”王先生坦言。

当天,记者在合肥市蜀山区一家商场看到,2小时内,3楼的2台柜机就借出了14台共享充电宝。“我们在这家商场设置了6个柜机,每天有200多个订单。”该共享充电宝企业工作人员告诉记者。业内人士透露,一方面,共享充电宝使用率高、市场行情稳定;另一方面,

租费也随着设备采购及维护、场地租金、运营人员工资等成本的上升而水涨船高。目前,合肥市共享充电宝租费均价为每小时2至4元,较行业兴起之初的价格最高涨幅达4倍,有些一线城市的最高租价已达10元左右。

设备涨价了,服务是否更完善?出差回来的合肥市民付新,带回了自保有的第2台共享充电宝。“在车站租的这台共享充电宝,进站却发现没法还到柜机里,只好一路带了回来。”付新无奈地说。他保存的第一台共享充电宝,是由于当时附近几台柜机的共享充电宝均已还满,因逾期未能归还,这台共享充电宝只能归他所有,此前交给共享充电宝平台的99元押金也自动变成购买款。付新

认为,与99元的共享充电宝相比,普通充电宝容量更大、价格更低,今后会慎重考虑是否再租借共享充电宝。

“以前,很多商家会免费提供充电宝或者其他充电设备,现在却都让顾客租共享充电宝,这其实是服务的退步。”袁朋朋说。她认为,餐饮店、宾馆等顾客需要长期停留的服务场所,本应免费提供充电设备以方便顾客,而共享充电宝出现后,反而取消了这些服务。有业内人士透露,共享充电宝企业给商家的平均利润分成大概在20%左右,一些热门商圈、景区等特殊位置更是达到50%甚至70%。同时,企业可免费为商家安装柜机,并允许商家广告在柜机上覆盖,商家仅需要承担柜机运行时的电费。“共享充电宝对商家可谓一本万利,所以大部分商家愿意推广,并变相用其取代原先的免费充电服务。”这位人士介绍。

## 产品在升级 短板要补齐

随着共享经济持续发展,共享充电宝行业需要突破困境,将保障消费者权益、确保产品安全放在首位,提升服务水平,完善用户体验。此外,公共充电服务设施建设也需要跟进。

近年来,共享充电宝被爆出充电时发热变形,以及被植入木马程序导致手机隐私数据泄露等问题,引发用户担忧。对此,多家共享充电宝企业发布声明称,其充电宝配置的充电数据线仅能传输电力,不具备信息传输功能。企业通过数据保护技术和管理措施杜绝非法收集用户信息,共享充电宝及柜机的

充电保护功能也多次革新,投放市场前经过长期测试,不会造成充电过热或变形等问题。同时,企业还加强了对共享充电宝及相关设备的定期维护。“安全是底线也是红线,共享充电宝企业的产品质量是第一位的,要增强设备的安全性、可靠性。”合肥市知识产权委委员、北京德恒(合肥)律师事务所律师吕晓璐告诉记者。

“我们每年都调整布点,新增柜机,用户将充电宝还到同一品牌的不同位置柜机即可,不强制要求用户还到原借出的柜机内。”某共享充电宝企业客服

介绍。针对部分用户归还操作不规范问题,各家共享充电宝企业调整了产品设计。例如根据柜机指示灯提示将充电宝放入相应的槽口,或者按下归还按钮,槽口门才能打开归还。反装充电宝也无法放入槽内,从而避免用户归还失败或因误还产生额外费用。

“共享充电宝的兴起,反映出公共充电服务设施建设还比较滞后,相关部门应予以重视。”安徽大学社会与政治学院讲师李鹏飞认为,目前智能手机等通讯设备的续航能力相对不足,消费者对电子设备的充电需求较大,相关部门应加强无线网络环境、公共手机充电站等项目的建设,并做好管护,与共享充电宝共同构成较为完善的公共充电体系,进一步满足消费者需求。

## 面对面

共享充电宝的出现,给人们生活带来哪些好处,使用过程中存在哪些问题?如何解决这些问题?记者就此对话相关专家——

## 拓展应用载体 增强用户体验

对话人:省经济研究院宏观部主任 袁瑾  
安徽财贸职业学院教授 葛晓滨

■ 本报记者 彭园园

记者:共享充电宝的出现,给人们的生活带来哪些好处?

袁瑾:当前,出行、购物、就餐、通讯等几乎处处都离不开手机。在高频率、高强度使用的情况下,应急充电成为刚性需求。近年来共享充电宝行业迭代发展,终端铺设范围逐步扩大,使消费者可以异地借还,提升了用户体验;通过支付宝与微信作为入口,引入信用评分,免去了押金,方便用户租借,为人们提供了一个安全、方便、快捷的手机充电方式。

记者:目前,相关企业在运营过程中以及消费者在使用过程中存在哪些问题?

葛晓滨:共享充电宝的出现,虽然解决了消费者随时随地充电的需求,但有些问题还有待改善。首先是在计费规则上,目前主流的计费方式是按时长计费,但在KTV、车站等位置投放的共享充电宝价格计费要远高于在商场店铺投放的。其次在服务质量上,一些消费者反映,在租借过程中,遇到了充电宝自身电量不足的情况。最后是在使用的便捷度上,一些共享充电宝品牌投放布局不合理,统一管理程度不够,消费者在A地租借了充电宝,很难在B地归还,原本是为了方便,结果反而为了归还充电宝大费周折。

袁瑾:单笔金额小、使用率高、订单多的高收益模式,使共享充电宝成为为数不多得以盈利的共享生意,但运营和使用过程中都还存在一些问题。从运营方来看,一是收入模式单一。目前充电宝的营收来源仍以租赁业务为主,对线下场景的依赖性较

强,疫情期间线下消费人群减少,业务就会受到较大影响。二是市场扩张趋缓。当前一二线城市布局已基本成型。虽然各家已加快三四线甚至更低能级城市布局,但在人口特别是年轻人向中心城市、都市圈集聚的大背景下,下沉市场的培育仍需时间。从使用者来看,问题主要集中在价格和体验方面。共享充电宝品牌的联合涨价行为、归还不规范等,成为不少消费者的痛点。

记者:共享充电宝行业未来将走向何方?

葛晓滨:共享经济运作的好坏取决于其业态分布的覆盖度和专业度,消费者想要获得更好的体验,行业就要有足够的资本投入,建立起相关机制,让消费者随时随地能够体验到优质服务。但就现状来看,共享充电宝市场呈现多元化格局,小型共享充电宝企业散布于各地。这种格局将会在未来一段时间持续。各自为战的企业应根据消费者需求认真做好共享充电宝的产品布局、改善服务和商业模式,共同推动行业进步。

袁瑾:在现有运营模式下,共享充电宝行业应尝试摆脱现有租赁模式,拓展盈利新空间。随着5G到来,物联网落地,共享充电宝的应用载体有望进一步拓展。共享充电宝可以作为线下物联网的节点和连接线上的入口,融入智能消费场景,强化增值服务。同时,有关部门在消费者权益保护方面,应统筹发挥有形的手和无形的作用,加强反垄断合规管理,严格监管协同涨价等行为,大力培育市场竞争文化,形成共享充电宝平台、商家与用户的良性互动。

## 微话题

3月4日,本报法人微博发布微话题“共享充电宝,您用得顺手吗?”引发网友热议——

◎芬达Lee:现在手机电池经常不够用,在外面用过几次共享充电宝,觉得能救急、很实用,作为给手机充电的应急工具比较合适。

◎小彩虹:有一次按要还了共享充电宝后,系统却提示我仍然在收费,和客服沟通了很久才退了钱,体验并不好。共享充电宝企业的客户服

务和用户体验还需要改善。

◎蜗居2012:很多品牌的共享充电宝容量小,给手机充电很慢,价格还很高,不太实用。商家如果推出大容量、包含快充技术的共享充电宝,那么适当涨价我还可以接受。

(本报记者 殷晓 整理)

## 得失谈

■ 韩小乔

“以前充1小时才1到2块钱,现在充1小时要4到6块钱。”近日,“共享充电宝涨价”在网络引起热议,有网友反映,一些地区共享充电宝的租费已达每小时10元,这让消费者在租赁时,不得不仔细掂量一番。

这是继2019年以来,共享充电宝行业的第二波大规模涨价潮。共享充电宝价格一路走高,从表面上看,是由于市场竞争日益激烈,为抢夺市场份额,相关企业

需要铺设更多新柜机,成本也随之上升。尤其进驻高流量商家需要缴纳高昂的入场费和分成,分场景提价遂成为行业共识。但深层次原因在于,受到技术壁垒低、用户转换成本低等因素限制,产品租赁仍然是共享充电宝最核心的商业模式。盈利模式单一、拓展外延应用场景受限,使得涨价成了企业提高营收的最重要途径。

价格越高,消费者就越希望用得舒心。数据显示,2017年至2020年,我国共享充电宝的用户增速明显放缓。在提价之后,用户体验却没有随之提升,用

户对共享充电宝存在的充值多扣费、押金不退、归还不规范、有安全隐患等问题投诉不断。消费者对价格最为敏感,如果共享充电宝企业没有核心竞争力和差异化服务,无法给出合理且符合心理预期的涨价理由,就容易导致用户流失。毕竟,充电需求很容易被消费者以其他方式所满足。加之,手机充电技术明显提高时,共享充电宝的市场空间或被进一步挤压。

“一招鲜吃天下”的时代已经过去,

共享充电宝企业亟须“充电”,发掘新的盈利点,提高抗风险能力。一方面,要继续下沉市场,把业务拓展到二三线城市甚至偏远地区,增加共享充电宝的流动性、覆盖面。另一方面,应发掘更多产品附加值,探索更多商业模式,拓展线上线下广告变现以及流量变现等营收渠道。以“小电”充电宝为例,其租借主页广告较多,目前通过会员模式获取收益,如会员享受前3小时充电免费,超时费用减半等特权。

共享充电宝对人们而言,是价值交换,也是“雪中送炭”。既需要合理合规的市场竞争,也不能忽视共享经济的初衷。只有不断提升服务质量,提高科技创新能力,实行精细化管理,满足消费者的新需求,共享充电宝行业才能健康长远发展。

## 充电宝企业也亟须“充电”