

# 共享单车涨价,1.5元只能骑15分钟

## 消费者抱怨,已经贵过公交与地铁了

2015年,被称为共享经济元年。风口之下,市场上涌现出共享单车、共享充电宝、共享雨伞、共享健身房、共享玩具、共享服装等一系列共享经济产物。经过此后几年行业洗牌重塑,共享单车保留了下來。当然,共享单车的玩家发生了彻底洗牌。2016年有20余家企业混战,到如今市场呈现美团单车、哈啰单车、滴滴青桔“三巨头”竞争状态,三家企业占据了95%的市场。

按照互联网企业“拉新、留存、转化”的玩法,随着行业进入成熟稳定期,企业便不再烧钱补贴用户,而是开始向用户侧“收割”。近一两年,“共享单车又双叒涨价了”的话题不时在网上引发讨论。记者注意到,目前部分城市的共享单车价格已经涨至1小时6.5元。

面对越来越贵的共享服务,消费者还会买单吗?

### 共享单车悄然涨价 部分城市1小时6.5元

共享单车有套餐骑行与单次骑行两种收费模式。

**1.套餐骑行:2022年迎来集体涨价潮**

2022年1月,哈啰单车宣布将骑行套餐7天卡10元涨到15元,30天卡25元涨到35元,90天卡75元涨到90元。

2022年8月,美团单车也发布公告将骑行畅骑7天卡从10元涨到15元,30天卡从25元涨到35元,90天卡从60元涨到90元。

2022年骑行套餐涨价达到了20%-50%。

美团现在的季卡(90天)价格为90元,一年就是360元,对于消费者来说,已经可以买一辆自行车了。

**2.单次骑行:不同地区价不同,整体仍在持续涨价**

据艾媒咨询数据,2022年中国共享单车用户,36.6%消费者表示会选择单次支付。

今年5月初,有媒体报道厦门市部分单车品牌计价方式发生变化;今年年初,也有媒体报道了成都市部分单车品牌计价方式发生变化;此外山东、江苏等地用户也反映所在地区共享单车品牌进行了调价。

今年1月23日起,美团在成都地区实行了新的计价标准,之前起步价1.5元包含时长为30分钟,如今调整为15分钟。也就是说,若用户

骑行20分钟,如今需要支付2.5元,此前为1.5元;若骑行50分钟,如今需要支付4.5元,而此前为3元。

如用户每天通过共享单车上下班,按照20分钟骑行时长计算,22个工作日消费者每月需要支付在共享单车上的费用就在110元左右,而此前仅为66元。按这个价格三个月就能买一辆自行车了。

目前美团单车、哈啰单车(平日)、滴滴青桔(经典版)三家的价格在成都市内保持一致。

部分一线城市部分单车品牌价格更高。在上海,目前美团单车与哈啰单车收费规则都是前15分钟1.5元,之后每15分钟1元,相当于1小时4.5元。而滴滴青桔(经典版)收费标准为前15分钟1.5元,此后每10分钟收费1元,相当于骑行1小时的收费为6.5元。(注:记者了解到,最终开锁骑行1小时实际收费4.5元)

综上,共享单车的价格确实在不断上涨。那个曾经的五毛钱半小时、各种红包甚至免费骑的时代早已不再。难怪有消费者会抱怨如今骑共享单车的价格已经贵过公交与地铁。

### 消费者“又爱又恨” 九成用户每周都会骑

从用户层面看,根据艾媒咨询发布的《2021年上半年中国共享出行发展专题研究报告》数据显示,用户选择共享单车出行主要因素是认为其环保、锻炼身体、不想走路、不

想坐公交、价格实惠等原因。因此,共享单车成为不少消费者解决“最后一公里”的出行选择,据网经社数据,2021年,中国共享单车用户规模已经达到3亿人。

据艾媒咨询数据,2022年中国共享单车用户中,37.9%中国共享单车用户每星期平均使用3-4次,36.0%用户每星期使用1-2次,有部分消费者每星期使用高达5次及以上。也就是说,近90%的共享单车用户,每周都会使用共享单车。

而在比较容易发生交通拥堵的大城市,消费者往往更加依赖共享单车。以北京为例,据北京晚报消息,2022年北京共享单车骑行量已达9.37亿人次,日均骑行量280.65万人次。

虽然这些城市上班族对共享单车比较“依赖”,但在使用共享单车过程中,也给他们带来了不少麻烦。在黑猫投诉上,搜索相关共享单车品牌,用户的投诉量众多,基本都围绕“找不到停放点”“乱扣调度费”“单车质量问题”等。

此外,根据艾媒咨询数据,在2022年中国共享单车用户调查中,除了提升单车性能外,近60%的消费者都认为共享单车应该降低费用,以及较少坏车,提高维修的速度。

总的来说,环保便捷让共享单车有着庞大的用户规模,不少一线城市用户粘性也很强,不过对于综合的使用感受,也有不少消费者对此并不满意。

### 共享单车,是个好生意吗?

对于涨价,企业也很委屈,因为共享单车并不怎么赚钱。根据哈啰出行招股书显示,2018年、2019年、2020年营收分别为21.14亿元、48.23亿元、60.44亿元;净亏损分别为22.08亿元、15.05亿元、11.34亿元。也就是说哈啰出行3年间累计亏损约48亿。

财报显示,美团在2018年4月以27亿美元全资收购摩拜单车,由摩拜贡献的计入综合收益表的收入为15.07亿元,同期摩拜为美团贡献的亏损达45.5亿元。

2022年,美团共享单车业务与社区生鲜所在的新业务板块经营亏损高达284亿元。

为什么共享单车不怎么赚钱?盈利模式单一。以前还能以消费者的押金来做杠杆,变相成为融资工具,如今大家都是“免押金”模式,盈利模式只剩下用户付费与广告。

从成本端考虑,首先造车属于重资产,成本不低。早期的共享单车一辆成本平均达到2000多元。不过买车的成本只是一方面,更大的成本还在于投入市场后居高不下的运维成本。

一辆单车每日运维成本为0.3元,每天每辆车的折旧成本是0.6元。每辆共享单车每天的运维和折旧成本大概在1元左右,而一辆单车每年就要花费365元。这还没有计算丢失、严重损坏等极端情况,最终成本只会更高。 红星新闻

# “鸭脖鼠头”事件发酵:市监局长遭举报

## 与此事无关的一些食品类上市公司股票莫名躺枪

江西工业职业技术学院“食堂吃出老鼠头”事件持续发酵。虽然官方通报,“确认这个异物就是鸭脖”,但曾经接受采访的市场监督人员遭受大量网络攻击,而涉事学校疑似有教职工要求学生进行网帖控评,而与此事无关的一些食品类上市公司股票也受牵连连续下跌。7日,江西省教育厅相关处室已介入处理。



部分网友做出对比图表示质疑 来源:微博

### 市监局长出境后遭网友举报

6月1日,“江西一高校饭菜中疑似吃出老鼠头”的视频开始在网上传播,6月3日,江西工业职业技术学院官微发出通报回应称,当事学生本人在事发当时即邀请同学共同对“异物”进行了比对,确认“异物”为鸭脖,为正常食物。该学生已现场作出书面说明,对视频内容进行澄清。

在江西广播电视台《都市现场》栏目6月3日发布的报道中,南昌市高新区市场监督管理局局长

分局局长江协学介绍,执法人员第一时间赶到现场,反复对比,确认这个异物就是鸭脖。另据媒体报道,4日,南昌市市场监管局工作人员表示,6月1日当天高新区市场监管局已经派人去核对了,拿去专门的检测机构送检,有时候看东西形状很像,但是经过工作人员核实,确实是鸭脖。

但舆论仍然有不少怀疑。抖音平台大量相关视频的评论区中,一些网民很不客气称其为“鸭头局

长”,并伴随一些有攻击性和侮辱性的词汇。还有人直接打电话到南昌市委举报江协学,要求对其进行调查,并将举报录音发上网。录音显示,南昌市纪委接线人员当即回复“不会受理”,因为此事在“高新区市场监管局业务范畴之内,纪委不会介入”。

据央广网报道,高新区市监局已经对该校菜品的留样进行检测,将于3-5天专业比对后公布结果。目前,南昌市市场监管局已经介入。

### 多只“鼠头受害股”出现连跌

“疑似鼠头”事件给资本市场也带来一丝波动,多家做鸭货以及禽类卤菜的上市公司莫名躺枪。

本周一(6月5日)股市开盘,绝味食品股价开盘即闪跌,截至收盘共跌3.06%。6月6日该股继续震荡下跌行情,最终收盘报39.31元/股,微跌0.08%。7日该股继续震荡下跌,截至下午1时15分左右,绝味食品震荡

盘跌2.65%,报价38.27元。此外,专注肉鸭养殖和深加工的煌上煌也遭遇股价下跌,周一微跌0.45%,周二再跌1.37%。7日该股震荡整理,截至下午1时15分,煌上煌微涨0.65%,报价10.84元。不止A股,港股上市公司周黑鸭的股价6月5日、6日也遭遇下跌。5日跌幅1.55%,6日跌幅0.95%。对这些下跌的股票,股民们戏

称为“鼠头受害股”,不过相关上市公司并没有将股价与江西一大学的食堂卫生事件相联系。

在公开的投资者互动平台上,有多名投资者向绝味食品反映股价下跌问题,担心二季度业绩是否会受影响,甚至希望公司能出来辟谣,采取相应的措施来提振投资者信心。

### 涉事学校疑似要求学生刷屏控评

6日,有媒体记者从多名江西工业职业技术学院在读学生处了解到,上述事件发生后,学校食堂及涉事窗口依旧正常营业。“但是那个出事的窗口几乎没人去吃,这几天去食堂的人也少了,很多人选择点外卖直接送到宿舍楼下。”

事件发生后,有学生透露,该校

辅导员曾开会提醒在校学生禁止在网上发布任何关于上述事件的相关言论。有媒体报道称,该校教职工疑似要求学生在其官微下刷屏控评。截图显示,在一个名为“2022级新媒体中心……”的群聊中,群主(备注为新媒体中心主任何某的人)称,“现在官方微博发了声明,

大家积极点赞和评论对学校有效的,发评论可加自己的表情包更真实。”随后,上述工作人员提供了数条“评论文案参考话术”。

记者查询发现,江西工业职业技术学院确实有一何姓工作人员,而其主要负责该校公众号文章编辑等工作。 上游新闻综合相关报道