

共享经济时代下共享充电宝推广研究

徐海钧 徐佩肖 翁腾帅

西安交通工程学院 陕西西安 710000

摘要:近年来,中国共享经济发展热度持续升温,共享充电宝是在“共享”浪潮中出现的全新细分行业。经过近五年来的发展,共享充电已经形成了较为完备的行业体系。但现阶段的文献资料与研究基本都只是停留在数据汇总的阶段,且过多批判“又一家共享充电企业倒闭”,真正对于共享充电行业的内在逻辑、共享经济业务模式、运行机制、风险管理及未来发展的研究少之又少,本文通过对共享充电宝的发展与优势进行梳理,深入分析共享充电行业的发展现状以及推广情况。

关键词:共享经济;共享充电宝;发展;研究

引言:

随着移动互联网技术的快速发展与智能手机的普及,在第三方支付的主流和国家政策的支持下,我国的共享经济一步一步地深入人们的生活中。从共享单车到共享汽车等共享行业,我国的共享经济一路发展,“共享”逐渐成为环保时代下的一种新潮流,“共享充电宝”也应运而生。2017年聚美优品首先投资3亿元于共享充电宝行业,紧接着陈欧为共享充电宝站队^[1]。在共享充电宝的发展过程中,也存在着很多质疑的声音,所以需要去针对这一行业进行探索。随着5G信息网络技术的普及,越来越方便人们日常使用的电子产品随之更新,手机和电脑的使用成了人们日常生活中不可或缺的部分,它们与人们的日常生活息息相关,但便携电子设备的频繁应用也带来了一系列急需解决的问题,如电量补给问题,而可以随时随地给电子设备充电的共享充电宝正好可以解决这一燃眉之急。在此现状下,共享充电宝逐渐成为人们日常所需的必需品。

一、共享经济的本质概述

从概念上来看,共享经济是将个人拥有过剩资源与他人进行分享并获得一定的报酬,究其实质是资源使用权交易,要想实现共享经济需要满足下列条件,出现剩余资源网络普及以及高覆盖率的共享平台经济,个体能够追求最大化利益,将物品的受益权、占有权以及使用权彼此分离,如果缺乏生产力或者科学技术未能够出现剩余资源且每个人无闲置资源则无法为共享经济提供物质基础;如果未能够实现互联网普及且缺乏高覆盖率的共享平台,很难快速传播剩余资源供给和需求信息很难快速成交,降低成本;如果个体缺乏追求最大化利益的动力,个人资源不分享则无法获得报酬,实现共享经济。根据共享资源类型可将共享经济分为网贷、物流、快递

技能共享及生活知识共享等这几种类型,虽然不同的形式从外在表现来看存在差异,但其核心是使用权转移。共享经济的发展得利于国内微信、支付宝等软件,使用户能够随时可以实现零成本交易,进而也使很多类似共享支付宝、共享单车、共享雨伞成为正向价值交易^[2],尤其对于共享充电宝来说,除借助共享经济东风外,也与互联网时代发展具有紧密联系。基于当前互联网背景下,手机成为人们与外界联通的重要工具,人们对于手机的依赖性也推升了其强烈的充电需求。

二、共享经济发展的原因

人们为何愿意参与共享经济呢?首先,最重要的一个原因就是人们消费观发生的巨变。如果说20世纪是超前消费的时代,那么21世纪共享经济时代就是协同消费(Collaborative Consumption)的时代。正如亚当·斯密在《国富论》中所描述的样子:“我们每天所需的食物和饮料,不是出自屠户、酿酒师或面包师的恩惠,而是出于他们自利的打算。”如今,人们大多数时候参与协同消费不是出于想扮演好人角色的目的,他们亦是坚持个人利益的市场原则。消费者能够以较低的价格购买到商品,而供应者也能利用闲置的物品赚得额外收入,二者实现高效率的双赢。其次,信息化的发展与互联网的广泛应用也为共享经济的发展提供了技术支持。比如纽约大学教授尤查·本科勒受到2001年维基百科快速发展的启发,于2004年发表的论文中预测分享即将成为“最先进的经济形式的核心——如信息、文化、教育、计算和通信等行业”^[3]。

三、目前共享充电宝的发展与优势

面对共享充电宝这个新兴行业的发展,很多商户一拥而上,但最终可以一直坚持下去的商铺及企业却很少,为了让共享充电宝更好的发展,需要去权衡利弊,以调

查分析来让商户有一个对共享充电宝行业清晰的认知。在对共享充电宝的市场调研时,发现消费人群对共享充电宝了解程度不一样,百分之三十五的人对共享充电宝的了解程度较为贫瘠,百分之六十五的人对共享充电宝较为了解,并对共享充电宝的使用状况认可度较高,认为共享充电宝的出现解决了手机“缺电”问题。从商户运营共享充电宝产业的情况进行研究分析,从营业额的净利润中分析得出在扣除了橱柜、充电宝折旧、运营等成本外,一个充电橱柜的月收益额在一千元左右,收入较为可观。在不同的时间段,收益虽然会有较大变化,但总的来看即便是在人流较少的时间段,一个单独的储蓄箱也能带来八百多元的收入。由此可见,共享充电宝的恢复期短,资金回笼快,共享充电宝的商业模式在市场中的生存能力还是很有潜力的。对于共享充电宝的优势,研究发现有以下优势:租借快捷,退还方便;运营模式精细化,效率高且运营商可以根据消费者特征以及城市特点,选择最佳投放地点,确保产品安全以及稳定发展。我们可以将共享充电宝的使用模式进行分析,共享充电宝产业目前提供3种借还方式:一是A地租借A地归还;二是A地租借B地归还;三是充电宝柜机固定在一个地方用数据线充电,充电位置无法移动^[4]。这三种租借方式各有长处,也有自己的缺点,三种模式的付费方式也具有多样化:如通过支付宝微信扫码使用或使用支付押金借用,使用完毕再退还押金的方式,也可根据使用时长付款。在充电宝成功归还之后,押金即可提现并且及时退回账户。对于信用度高的用户可以享受免押金借取充电宝的待遇,既保证了安全性又方便了用户。共享充电宝逐步成为人们在户外充电的“标配”和“首选”^[5]。在市场认可度和用户需求上来看,中国智能手机用户数量在迅速的提高,成为世界上拥有智能手机最多的国家。伴随着5G时代的到来,大功率网络传输对智能手机的续航能力提出了直接挑战。以解决人们户外用电需求为目标的共享充电宝,目前着重对用户异地租借、分时租赁的问题进行研究。如今,产品网络建设深化了单用电场景设计之间的联系,未来发展共享充电宝将借着5G的东风,提供生活服务、社区社交零售^[6]、产品可定制等模式经营。可以预测,未来个人手机充电需求将更为旺盛,共享充电行业的市场潜力将不可估量。

四、社会调研中关于共享充电宝推广的劣势

经过一定的社会调研,我们发现社会舆论对共享充电宝的运营模式有着不少的质疑与意见。首先,共享充电宝的使用很不方便。共享充电宝在使用完毕后需要归还到机柜中,归还流程也是很繁琐,这一点意味着用户在使用过程中不仅有活动范围的限制,还有复杂流程的限制。其次,共享充电宝的租赁成本高,在实际运营的过程中,大部分共享充电宝的押金都是一百元到两百元,很多消费者表示^[7],与其付押金租借共享充电宝,不如直接购买一个充电宝,这样还免除了押金退还的流程。最后,通过长期来看,共享充电宝仍具有巨大的挑战^[8]。由于共享充电宝与手机是互补品,手机电池技术的升级,也会阻碍共享充电宝的发展。例如,手机电池升级后续航能力变得更增强了,或是无线快充技术的升级,都会对共享充电宝带来冲击。

五、结束语

透过共享经济来看,应该理性的看待共享充电宝产业,以理性回归市场。在当前的新的经济形态下,创业者应该积极规范自身,关心市场的真正需求,从消费者的角度出发,寻找到更为合适的盈利模式,才能更好地发展共享充电宝行业。共享充电宝的推广不但需要社会的支持与技术的创新,也依赖于整体的共享经济的发展。

参考文献:

- [1]洪茹.关于杭州共享充电宝的调查研究[J].现代营销(下旬刊),2020(12):101-102.
- [2]陈思晟.基于SWOT分析的共享充电宝发展策略研究[J].产业经济,2020(2):92-93.
- [3]张武梅,文霞.浅析我国微商发展现状及对策[J].现代营销,2020(1):102-103.
- [4]龚德华,魏鹏.共享经济的经济学原理分析[J].武汉金融,2020(08):69-70.
- [5]施鹏丽.共享充电宝:比单车更迅猛的风口[J].中国战略新兴产业,2020(23):22-25.
- [6]杨孟杭,李慧.我国共享充电宝行业的发展历程及竞争态势分析[J].现代商业,2020(07):29-31.
- [7]中国共享充电宝行业研究报告2018年[R].艾瑞咨询系列研究报告,2020(03):50-93.
- [8]杨继瑞,黄艳.“网租单车”的消费经济学思考及对策[J].消费经济,2020(06):212-213.