

人人要懂的互联网+共享经济新模式

共享 单车

共享经济爆发的 新风口

冉湖 杨其光 鲁威元◎编著

**最火的创业项目
最新的创业模式**
城市发展和公众出行
的时代新标杆
互联网思维与共享经济
的完美结合

民主与建设出版社

共享单车

共享经济爆发
的新风口

冉湖 杨其光 鲁威元◎编著

民主与建设出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

共享单车:共享经济爆发的新风口/冉湖,杨其光,
鲁威元编著. —北京:民主与建设出版社,2017.7

ISBN 978-7-5139-1578-6

I. ①共… II. ①冉… ②杨… ③鲁… III. ①商业模
式-研究 IV. ①F71

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第114560号

©民主与建设出版社, 2017

共享单车:共享经济爆发的新风口

GONG XIANG DAN CHE: GONG XIANG JING JI BAO FA DE XIN FENG KOU

出 版 人 许久文

编 著 冉 湖 杨其光 鲁威元

责任编辑 王 颂

封面设计 陈国风

出版发行 民主与建设出版社有限责任公司

电 话 (010) 59419778 59417747

社 址 北京市海淀区西三环中路 10 号望海楼 E 座 7 层

邮 编 100142

印 刷 三河市九洲财鑫印刷有限公司

版 次 2017 年 7 月第 1 版 2017 年 7 月第 1 次印刷

开 本 710mm × 1000mm 1/16

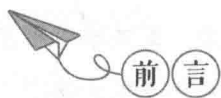
印 张 13

字 数 173 千字

书 号 ISBN 978-7-5139-1578-6

定 价 35.00 元

注:如有印、装质量问题,请与出版社联系。



近两年什么创业项目最火？无疑是共享单车！共享单车是继滴滴之后的又一互联网+共享经济创业风口。自摩拜2016年4月22日在上海首先推出无桩智能共享单车以来，现在各种颜色的共享单车已是遍地开花。在大城市里的大街小巷，都能看到共享单车的身影。共享单车凭借“互联网+出行”，迅速成为城市发展和公众出行中的时代风向标。

共享单车推出的时间不长，为什么就能迅速火遍大江南北，甚至走出国门呢？主要与以下几个因素有关：一是共享经济的深入人心。经过滴滴几年的发展，共享经济从陌生的概念，已经实实在在走进人们的生活。所以，共享单车出现之后，人们在心理上就很容易接受了。二是移动互联网技术的发展，可实现对自行车的在线操作。三是技术创新，共享单车用了很多“黑科技”，例如，GPS定位方便找车、一键扫码智能开锁、提前预约用车，等等。

其实，最重要的因素还是需求，再好的东西如果没有需求，人们不接受，就不可能发展起来。共享单车满足了人们“最后一公里”出行的需求，其实这个需求是一直存在的，政府部门也一直试图解决这个难题，例如城市里的公共自行车系统，就是为了解决人们的短途出行而设置的。那

么，为什么公共自行车没有火起来，而共享单车火起来了呢？

这是因为公共自行车都是有桩的，借车、还车都需要到固定的地点，没有桩的地方就用不了，并且要使用这种自行车办理的登记手续比较繁琐。而共享单车走的是无桩智能模式，办理使用手续比较简单，只需要在初次使用的时候，下载APP注册、交押金、充值就可以了。它最大的特点是摆脱了“桩”的束缚，使用起来更加自由方便，用户可以随骑随取、随停随放，给用户的短途出行带来了很大的方便。

并且，共享单车的兴起也得到了政府部门的支持。由于我国城市化进程的加快，特别是在大城市出现了交通拥堵、空气污染的现象，并且已经成为越来越严重的问题。而共享单车的出现，符合了政府提出的“低碳生活、绿色出行”的理念，现在各地都在制定相关政策，支持共享单车的发展。

共享单车确实能对环保起到重要作用，据2017年4月22日，北京清华同衡规划设计研究院联合摩拜单车共同发布的《2017共享单车与城市发展白皮书》显示，自共享单车运行一年来，全国骑行总距离超过25亿公里，相当于往返月球3300次。这相当于减少了碳排放量54万吨、减少了17万辆小汽车一年的出行碳排放量、多种了3000万棵树、减少了45亿微克PM2.5、节约了4.6亿升汽油、节约了2900万桶进口原油。无桩智能共享单车的模式，把自行车的所有权与使用权相分离，把使用权进行共享。这种运营模式不但提高了自行车的使用效率、减少了城市资源浪费、节约城市空间，而且对促进绿色低碳出行发挥了重要作用。

共享单车虽然给人们的出行提供了方便，对环境保护也有重要意义。但是，在共享单车的发展过程中也出现了很多问题。由于受到了资本的青睐，自摩拜推出共享单车之后，出现了二十多家共享单车平台。共享单车在资本的推动下，进入了“野蛮生长”的阶段，竞争的加剧、投放的无序，都对共享单车的发展带来了负面影响。

对共享单车来说，最严重的问题是乱停乱放，这已经成为一大顽疾，是城市管理者头痛的问题，也是人们对共享单车吐槽最多的地方。同时，伴随共享单车的发展，也出现了押金退还、事故赔偿等问题。对于这些问题各地相继向社会发布了征求意见稿，明确了要对共享单车加强监管。

共享单车虽然存在一些这样那样的问题，但它带来的好处还是应该点赞的。作为近年来一个现象级的创业项目，在互联网+和共享经济的影响下，它给创业者带来更多创新商业模式的可能。它的创意、效果都是值得创业者进行学习和研究的。

本书内容就是对共享单车这一现象的阐述分析，共分为九个章节，分别介绍了共享单车这一创新共享经济模式、共享单车对人们短途出行及对环境的保护、共享单车目前存在的问题、各地对共享单车制定的政策，以及共享单车对其他行业的启示。本书在编写过程中，结合案例，即有对共享单车发展现象的描述，也有对共享单车这一现象的深入分析。目的是让读者通过共享单车发展的现象，看到背后的原因，以及这一创新商业模式对创业者的启迪。

本书适合共享单车从业者、监管机构以及关注互联网+、共享经济创业的人群阅读。在编写的过程中，参考了部分公开媒体报告中的一些数据和案例，在此对所引用文献的作者一并表示感谢。

前言 // 001

第一章 共享单车：中国共享经济的新标杆

滴滴之后的又一共享经济创新模式 // 002

共享单车的起源与发展 // 005

共享单车为什么火了 // 009

共享单车仅仅是互联网+自行车吗？ // 013

资本为什么青睐共享单车？ // 015

当前共享单车面临的五大困境 // 018

第二章 摩拜：共享单车的领头羊

摩拜单车的创意起源 // 024

摩拜单车的互联网思维 // 029

摩拜单车与共享经济 // 031

摩拜的商业模式 // 034

摩拜单车与技术创新 // 038

摩拜的烦恼 // 044

第三章 ofo：共享单车原创者和领骑者

ofo创始人戴威的创业故事 // 050

ofo共享单车盈利模式 // 055

ofo+滴滴：背后流量争夺战 // 059

滴滴、小米力挺ofo // 062

ofo共享单车的“锁”事 // 065

第四章 永安行：绿色出行的先行者

永安行的盈利模式 // 070

永安行推出不收押金共享单车 // 074

永安行退出烧钱大战 // 078

永安行：你们烧钱我上市 // 082

永安行IPO遇波折 // 086

永安行的失落与机会 // 089

第五章 竞争激烈，鹿死谁手？

正面开怼：腾讯挺摩拜，阿里携手ofo // 094

摩拜和ofo有什么不同？ // 099

黄橙之间的“暗战” // 104

单车大战，谁主沉浮？ // 109

六家共享单车接入支付宝混战下半场 // 113

共享单车未来发展趋势 // 117

第六章 共享单车：消费者怎么说

提升用户用车体验是关键 // 122

消费者权益需保障 // 126

消费者如何维权？ // 130

押金——消费者最担心的问题 // 133

第七章 共享单车政策分析

有规范才能使共享单车走得更远 // 138

北京将对共享单车统一监管 // 141

上海将出台共享单车管控政策 // 145

广州正在酝酿监管方案 // 148

深圳出台首个共享单车规范条例 // 152

第八章 一辆自行车的市场经济学思考

高新技术+市场力量解决城市出行痛点 // 156

共享单车商业模式消费者这么看 // 160

共享单车靠啥盈利？ // 164

从共享单车看互联网商业模式 // 168

共享单车是中国商业模式的创新 // 172

第九章 共享单车对其他行业的启示

互联网+与市场需求对接 // 178

用“共享”思想重构传统行业生态 // 183

用“共享”思想破解传统行业困局 // 188

传统企业应对“共享”的七个方法 // 193

01

第一章

共享单车： 中国共享经济的新标杆

共享单车属不属于共享经济？网络上一直有人在争论这个话题，持否定观点的人认为，共享单车与共享经济的概念不相符，因为它不是把闲置的资源提供给有需求的人，而是由运营商来经营的。其实，共享单车重新定义了共享经济，这就使共享经济的含义发生了变化。所有权不再重要，重要的是使用权的快速转换——同一辆共享单车在不同的时段能提供给不同的用户使用。可以说，共享单车是共享经济的新模式，也是中国共享经济的新标杆。

滴滴之后的又一共享经济创新模式

共享单车发展非常迅猛，一夜之间在各大城市的大街小巷都能看到黄色、橙色、蓝色自行车的身影，仿佛让人感觉我国第一自行车大国的地位又回来了。共享单车是继滴滴等网约车之后的又一共享经济模式，也是一种创新的共享经济模式。



在一些人的印象中，共享经济就是把自己闲置的、多余的东西拿出来，分享给有需求的人，并收取一定的报酬。在一些领域是可以这么做的，例如汽车、房屋等等，但是在自行车领域这么做就很困难。我们想一下，如果人们把自己闲置的自行车拿出来共享，谁来运营？坏了怎么办？丢了怎么办？况且自行车的颜色、大小也不统一，用户很难区分。这样的结果就是：有闲置自行车的人，由于怕麻烦，而不会把自行车拿出来共享。

而由运营商出资购买自行车来运营，用户只需要下载一个APP，并缴

纳一定数额的押金，甚至不需要交押金，就能以0.5元至1元的价格任意骑行。不但解决了用户出行“最后一公里”的难题，也给用户带来了共享经济的新体验。所以，近年来共享单车能够在中国迅速走红。

共享单车在中国走红，也是与移动互联网技术的发展、移动支付方式的出现、运营模式的创新分不开的。它们使共享单车摆脱了停车桩的束缚，大大提升了自行车的使用便捷性。共享单车的出现，不但解决了人们短距离出行的痛点，而且也有助于解决交通拥堵、环境污染等问题。同时，也符合政府提出的“绿色出行”“健康中国”“大众创业、万众创新”等发展理念。

之前，政府为了解决市民短途出行、绿色出行的问题，也推出了公共自行车。但是，这些公共自行车受限于停车桩的布局，没能够实现大规模的普及。而共享单车的雏形就来源于政府推行的公共自行车服务，只是通过现代化的技术手段和共享经济思想进行了创新，提升了其便利性。

从目前来看，我国的共享单车在世界上处于领先地位。就是作为互联网发源地的美国，在共享单车领域发展也是相对落后的。例如，美国的自行车共享公司Zagster采用C2C租赁模式，用户使用、归还自行车需到租借地，这就给用户带来了不便。我国共享单车的创新运营模式，使共享单车以极快的速度向各大城市铺开。

在运营模式上，我国的共享单车采取的是B2C运营模式，这相对于公共自行车来说是一种创新运营方式。其通过在短时间内大量地投放单车，首先在数量上快速形成了规模效应，也迅速提高了品牌知名度和运营效率。并且在使用上实现了任意地点还车，支持异地还车，不但提高了单车的使用效率，而且也大大方便了用户的使用。

从市场格局上来看，永安行建立较早，主要是依托财政项目支持，在公共自行车领域发力，现在覆盖的城市超过200个。ofo 2014年创始于校园，在自行车上加装密码锁后，通过APP来运营，现在已经走出校园，大

力在各大城市布局。摩拜单车虽然起步较晚，但是后来居上，其凭借防爆轮胎、轴传动等高科技配置，以及实时定位、扫码开锁、智能计费等信息化手段，很快得到了市场认可。

然而，无论是摩拜、ofo，还是永安行，都不是全新的事物。它们都是在共享经济思维下的创新，可以说是思维模式决定了运营模式，一旦思维和模式开放了，发展空间也就大了。

共享单车这一创新的共享经济模式出现之后，就成为了互联网+的新风口。在投资人眼中，共享单车市场富有想象力，共享单车可能会成为下一个滴滴，在资本的推动下，很快有20多个平台加入到了共享单车业务中。市场的火热，吸引了更多企业进入，经营模式的不断完善，又推动了共享单车市场的发展。在共享单车的影响下，一些自行车租赁行业大受影响，不得不加快转型步伐，加入了共享单车的行列中。

共享单车是未来绿色出行的重要发展方向，也是共享交通体系的一部分，具有广阔的市场空间和发展潜力。但是，要使共享单车健康发展，需要注意以下三个问题。

一是依靠市场力量来发展共享单车。如果完全依靠财政资金，共享单车无论从技术方面还是从市场拓展方面都会比较慢，以前的公共自行车就是例子。只有依靠社会力量，以及资本的涌入才能推动共享单车的快速发展。

二是要加强交通环境治理。为单车出行提供便捷的出行环境很重要，这样才能提高人们使用单车的积极性。这就要求完善路面上自行车道的规划和建设，为单车创造安全的出行环境。

三是进一步完善共享单车的发展模式。要建立个人信用积分制度，对蓄意破坏、私自占有的用户扣减积分，限制其后续的使用。同时，要激励用户参与到车辆的运营中，降低运营成本。

共享单车的出现，对我国这个人口大国来说是件好事情。但是，目前在发展模式上还存在一些问题，希望通过不断创新和完善运营模式，使共享单车真正成为人们出行的好帮手。

共享单车的起源与发展

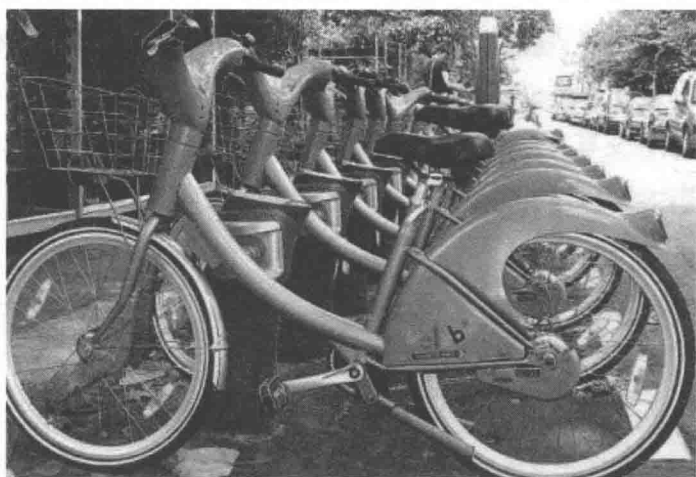
共享单车在我国出现以后，很快就火遍了大江南北，为众多的人所熟知。其实，具有“共享”概念的自行车早已有之。1965年，在荷兰的阿姆斯特丹诞生了世界上第一辆“共享”概念自行车；1995年，在丹麦的哥本哈根出现了第一批“系统化”的公共自行车；2007年，在法国巴黎问世了世界上第一家真正意义的商业化共享单车公司。



1965年，一群勇敢的阿姆斯特丹青年，开展了一项“白色自行车计划”，就是他们将涂成白色、不上锁的自行车放在公共区域，供人们免费使用。这些自行车无押金、无租金、无固定还车点，任何人都可以使用这

些自行车。人们普遍认为这是世界上最早的公共自行车系统起源，但是理想的丰满抵不上现实的骨感，这个计划最终失败了。因为，很多自行车在短时间内不是丢失就是遭到破坏，鉴于当时技术条件的限制，这些自行车的安全性根本得不到妥善保护。

可见，共享单车服务需要建立在良好的社会公德基础之上，要以大众的道德素养为支撑。共享单车在我国出现之后，也出现了故意占有、破坏共享单车的现象。好在一些企业已经开始着手解决这样的问题，这也是决定共享单车能否健康发展的重要因素。



1995年，丹麦的哥本哈根推出了新一代公共自行车系统。它吸取了阿姆斯特丹共享单车失败的教训，在对自行车的保护上采取了措施。一是建立固定的停车点；二是引入了押金的概念；三是需要在停放点投币才能使用。后来，随着互联网和无线通信技术的发展，在20世纪90年代末，欧洲的自行车租赁业务开始了数字化管理和运营。

但是，世界上真正意义上的现代商业化共享单车公司直到2007年才出现，就是法国巴黎的velib公司，这家公司一开始就在市场上投放了6000

辆自行车。随后，velib公司在共享单车领域发展迅速。据统计，在第一年就吸引了2750万用户，在2011年的时候平均每天有85 811人使用它的自行车。截止2015年在巴黎的共享单车数量就超过了2万。目前，velib是世界上在共享单车服务领域最成熟的公司。

然而，我国的公共自行车服务系统2005年才在北京出现。但是当时在这个领域内只是一些个体户经营的自行车出租服务，起初并没有引起人们的注意。直到2007年7月15日，法国的德高集团在巴黎率先推出了“单车自由”自行车租赁服务，倡导环保出行。这个时候公共自行车的概念才开始逐渐进入人们的视野。

进入新世纪，随着我国社会经济的飞速发展和城市化进程的加快，城市人口快速增长，环境污染也日益严重。同时，大城市的交通拥堵成为严重的问题，如何节能减排、缓解城市交通压力，成为人们关注的焦点。这时候自行车具有的灵活方便、低碳出行的独特优势，越来越受到人们的重视。我国政府也提倡绿色出行，为解决人们公共交通出行的“最后一公里”需求痛点，在政府的支持下，我国的公共自行车服务系统快速发展了起来。

