

共享充电宝小时收费模式合理吗

近日,有用户表示自己在北京黄花城水长城扫了一块共享充电宝,充电4小时多被收费50元,认为“太贵”。北京青年报记者调查发现,目前共享充电宝价格高涨,在一些景区等多数可达6元至10元每小时。还有网友发现,相邻店铺同品牌充电宝的收费标准竟然也不同,共享充电宝似乎定价很“随意”。

此外,共享充电宝的计费单位按照小时来定,即使时长超过1分钟,充电宝也按照整一小时的费用来收取。在停车费都按照15分钟一个计价单位的今天,共享充电宝按照小时定价的模式合理吗?



(网络图)

现象

价格最高翻涨20倍 部分景区内10元每小时

用户方女士7月16日在黄花城水长城游玩时,手机突然电量不足,于是随手扫码使用了一个充电宝,“当时我也没注意价格,因为之前也用过,想着大概四五元一个小时。”约3个小时后,她的手机充满了电,但是当时身边并没有归还充电宝的地方。当她归还充电宝时,系统显示她借用了4小时9分,扣款50元。“价格也太贵了,这个价钱在网上可以随便买个充电宝。”方女士说道。

伴随着人们对手机电量的焦虑,共享充电宝于2017年开始在国内兴起。当时,普遍的共享充电宝价格是0.5元至1元每小时,相关公司还推出过“一分钱充电一小时”的活动。而今,共享充电宝的价格一般在3元至5元每小时,不同区域、不同商户的价格也各有不同,在一些高档写字楼、热门景区、商场等地,价格高达6元至10元每小时。相对于最早的0.5元每小时,现在的价格竟翻涨近20倍。

除此之外,不少消费者“吐槽”共享充电宝的计费政策。北青报记者随机走访了30家店铺,其中27家均为以“1小时”为单位进行收费,其余3家按照“30分钟”为单位进行收费,部分有1分钟至3分钟的免费归还条件。也就是说,在以小时为单位的店铺租借充电宝时,哪怕只用了1分钟,也需要按照1小时的标准来付费。“现在停车场的价格都统一按照15分钟为一个计费单位来收取,凭什么共享充电宝要按照一个小时呢?每次租借都心惊肉跳提前找归还点,这也太不合理了。”有消费者表示。

此外,与飙升的价格相悖的是,共享充电宝的充电效率并没有得到很大改善。一消费者向北青报记者反映,一小时自己的手机只能充电30%左右,也就是说充满手机需要三四个小时,花费9元到20元。不少消费者吐槽,充电太慢、价格太贵,自己会卡着时间,在最后一分钟把充电宝还上,生怕多充一分钟又要多付一小时费。

调查

共享充电宝收费差距大 店铺、代理商与平台三方分成

北青报记者发现,在北京嘉里中心地下一层,中间岛台店铺摆放的共享充电宝收费为5元/小时,然而,对面相距5米左右的另一家餐厅收费仅为4元/小时。

那么共享充电宝的价格到底是由谁来定的呢?嘉里中心地下一层餐厅的工作人员表示,充电宝的价格是店铺自己定的,对面餐厅的充电宝在外面摆放更加显眼,面向的是过路比较急用的用户,因此可能更贵些。自己店的机器在餐厅内部摆放,主要面向来吃饭的用户,所以价格稍低一些。

北青报记者以加盟者的身份咨询后发现,充电宝的价格一般由代理商和店铺共同商定,代理商负责充电宝的租用成本,店铺只需承担充电站的电费,最后收入由代理商、店铺和平台三方参与分成,店铺一般分成30%左右,人流量大的店铺话语权也比较高,平台方抽成10%左右。也就是说,10元一小时的充电宝,平台方赚1元,店铺分成3元,而代理商则有6元。如果消费者忘记还,最后购买了一个充电宝,则一般店铺可得2元,代理商得16元左右。

北青报记者在采访中了解到,店铺每天的电费开支约为4度电,商业电费略高于生活电费,即使照此计算,每天的电费开支也就是4元左右。一位平台方的相关工作人员称,充电宝的流水与城市级别、所在区域的人流量密切相关,北京、上海、广州这些城市的流水会比较高。比如,北京一台12孔的共享充电宝日流水为170元左右,西安的日流水在50元到80元之间。为了吸引商户入驻和加盟,平台方也都给出了一些优惠方案。比如,某平台会在代理商开始做的前几年提高代理商分成的比例,分成可达93%,让商户快速回本。平台方也会协助商户运维,除了24小时的人工客服之外,还会派专业人员定期去线下维修护理。

那么,代理商是否就是一本万利的呢?相关知情人士也向北青报记者透露,一些平台的代理商想要获得更高的分成比例,还需要完成一定的任务。比如,代理商每个月要拓展新店铺,投诉率需要低于一定数值,任务完成不了的,分成比例还会降低。

观点

共享充电宝行业开始盈利 专家:提价仅带来短期营收

共享充电宝行业也在一次次的提价中,逐渐找到了盈利平衡点。怪兽充电日前发布了2023年第一季度财报,财报显示营业收入8.228亿元人民币,与去年同期相比增长11.6%,经调整后的净利润为1710万元人民币,同比、环比均实现扭亏为盈。

艾瑞咨询发布的《2023年中国共享充电宝行业研究报告》显示,2023年随着各地全面解封,居民消费动机及消费信心将得到稳步恢复,预计共享充电宝相关行业将迎来全面复苏,之前受疫情冲击最大的餐饮及酒旅/住宿行业也将实现明显增长,从而对共享充电宝形成行业利好。

“共享充电宝企业并不担心提价带来的需求下降,因为共享充电宝已经完成了用户培育,当然,其培育的不是使用共享充电宝的习惯,而是不带充电宝的习惯。当用户具备了这样的习惯,自然有对共享充电宝的需求,特别是重度手机用户,手机没电的损失可能大于这3、4元/小时的损失。”浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林表示,“提价虽能带来营收的增长,但盈利空间依旧有限。与其产品多元化,不如战略多元化。从当前的发展趋势来看,共享充电宝企业的关键依旧是市场规模,共享经济是赢者通吃,在有盈余前提下,尽可能以低价占据更多市场份额。当前,国内一二线城市市场趋向于饱和,但还有广大三四线城市有待开发,除此之外,共享充电宝企业还可以考虑走出国门,推动跨国充电宝的普及,毕竟没电焦虑没有国别差异。”

专家认为,盈利模式单一是共享充电宝行业的通病。分析称,由于受到企业竞争壁垒小、用户转换成本低等因素的限制,产品租赁仍然是目前共享充电宝行业最核心的商业模式。虽有一些品牌也积极探索其他商业模式,如开发定制化产品、跨界合作等,但尚未形成主流营收。

(据《北京青年报》)