

共享单车出海，中国模式会被接受吗

摩拜、ofo纷纷“走出去”，“中国原创”正在被复制 “适应全球城市交通治理潮流”是关键

13日，来自中国的摩拜单车宣布登陆全球第100个城市——英国曼彻斯特，并同步进入毗邻的索尔福德，这是摩拜第一次布局亚洲以外的市场。同样，来自中国的“小黄车”ofo也正在积极开展国际化战略，预计在今年年底前会进入20个国家和地区。

随着这些企业纷纷“走出去”，中国共享单车能否“骑”向世界？行业专家认为，中国无桩共享单车企业具有规模大的优势，未来在海外的发展前景备受关注。

从技术创新走向模式创造

近日，“自行车城市2017”全球骑行者峰会在荷兰中部城市阿纳姆和奈梅亨举行，聚集了来自美、法、英、德等国的多家共享单车运营商。会议期间摩拜宣布，1000辆摩拜单车将于6月底正式投放到曼彻斯特。

从最开始引进国外公共单车模式，到出现专门经营单车市场的企业，再到能通过互联网共享的无桩单车，中国共享单车前后共经历了10年多的发展。

与欧美国家相比，中国共享单车虽然起步略晚，但在近两年却实现了井喷式增长，仅在北京、上海两地已有几十万辆。有数据显示，每天早高峰时段，北京国贸地区平均每10秒就有一辆共享单车被骑走。

有“网络女皇”之称的华尔街证券分析师玛丽·米克近日在2017年度互联网趋势报告中指出，从2013年1季度至2017年1季度，中国共享汽车和共享单车出行总量均领先世界，每年共享出行次数过百亿，占全球市场份额的67%。

“今天，人们在新加坡、伦敦、纽约、波士顿、哈佛大学校园，都能看到ofo小黄车。”ofo小黄车创始人兼CEO戴威曾说。

他表示，以ofo小黄车为代表的“中国原创”开始走向全球，从技术创新走向模式创造，比如，美国的Spin等共享单车企业正在复制和模仿它的模式。

《华尔街日报》近日的一篇报道也指出，美国科技公司开始模仿中国同行。文章说，加利福尼亚州圣马特奥的LimeBike是一家受到安德烈森-霍罗威茨公司资助的初创公司。安德烈森-霍罗威茨公司的合伙人陈梅陵在《华尔街日报》主办的一场活动上表示，LimeBike在美国采用了中国无桩停放共享单车的模式，而这种用智能手机启动的单车是由ofo小黄车和摩拜单车率先推出的。

竞争激烈还需因地制宜

共享单车是近年城市交通发展的一大潮流。目前欧洲已有至少550个城市拥有共享单车服务，原先每个城市有一两家服务供应商，但这一情形正在迅速改变。

欧洲骑行者联合会智能骑行项目协调员尼科洛·帕诺佐指出，欧美重要的共享单车运营商都渴望全球拓展，中国运营商规模那么大，迟早也会到中国以外发展，预计未来竞争会愈加激烈。

“中国无桩共享单车企业最大的优势是数量。他们让自行车回到城市，人们突然重新开始骑车了，数量如此之多，这一点很了不起。我们很关注中国无桩共享单车接下来的发展。”帕诺佐说。

与中国不同，欧洲城市目前绝大部分还是传统的有桩停放共享单车。在帕诺佐看来，有桩共享单车为城市带来附带设备和管理费用，成本较高；新兴的无桩单车对城市说“不用你出一分钱”，却隐藏了暂时看不到的成本。他认为，跟城市公开透明地合作很重要，“摩拜在新加坡与城市协商合作的办法就很好”。

帕诺佐说，共享单车属于公共交通选项之一，需要有包容性。如果只有无桩单车，那没有智能手机的人就不能使用共享单车；如果无桩单车管理不好、损坏率高，或者全都集中在几个地方，那也算不上公共交通。“最理想的图景是，多种服务合理共存，健康发展。”

德国未来自行车公司的英国业务总经理朱利安·斯克里文也认为，无桩单车不一定适合每一个城市，需因“市”制宜，未来自行车公司为此共推出了130多种方案。“因为每个城市的要求都不一样，有的要电动的，有的要有桩的，有的要无桩的，有的要变速的……”

“无桩也好，有桩也好，如能把所有服务整合到一个平台上，对用户是最方便的。芬兰有个公共运输行动服务系统，即火车、公交、租车、共享单车全都在一个平台上。它给你最全面、最实用的出行建议，这也是未来有更大发展的一个领域。”帕诺佐说。

面对中国共享单车企业的海外扩张，业内专家看好前景。帕诺佐说，欧洲还有许多城市目前没有共享单车服务，东欧也还有空白的市场。斯克里文也表示，中国无桩共享单车在欧洲肯定会有市场，“市场总有很多细分领域，选好自己擅长的领域、做正确的事，就能成功”。



来自中国的ofo小黄车5月24日在新加坡宣布推出当地款新车型aura1.0后，新加坡市场上的三家无桩共享单车平台正加快各自产品的推广速度。 新华社图

声音

“多模式交通”是城市出行的未来

共享单车让城市自行车体系全面回归，人们的出行方式也更加绿色和多样。美国智库世界资源研究所中国可持续城市项目主任刘岱宗认为，由自行车、公共交通体系、步行等构成的“多模式交通”是城市出行的未来。

刘岱宗说，以北京市为例，目前全市已构建了一个“多模式交通”的雏形：公共交通系统承载了一半以上的客流量；共享单车发展起来之后，自行车体系迅速回归；对小汽车的限行限号已在开展，但效果逐年减弱。他说，如何能有效开展对小汽车的需求管理，将需求转移到公共交通系统是当下挑战。

“此前，北京的交通规划重点是强调公共交通系统规模，如地铁里程、公交车数量，下一阶段的重点不应仅是修建更多地铁，还应更多关注如何对地铁等公共交通系统进行优化改造，由规模建设转为管理和服务质量提升。”刘岱宗说，比如地铁可设置“大站快线”，分为大站直达快车和停靠多站的慢车，分流不同需求的乘客；公交车则应保证公交专用道的连续性；对于小汽车，要实施更强化需求管理层次，如拥堵收费政策，以及利用停车产业化收费和动态的市场化费率来提高用车成本等。

“摩拜等共享单车在国内发展迅猛且开始进军海外市场，正说明这种中国智慧创新的模式适应了全球城市交通的治理潮流。”刘岱宗说。

对话

摩拜单车公司创始人胡玮炜：出海竞争，不只是无桩这么简单

从《华尔街日报》到硅谷知名分析师，近来都将目光投向了无桩共享单车模式，认为它正成为席卷全球的一股潮流。

从新加坡到硅谷，中国共享单车正在成为“中国智造”新代言人，全球化脚步咚咚作响，节奏加快。

那么，中国共享单车出海，世界会接受吗？摩拜单车公司创始人胡玮炜给出了她的答案。

“小步快跑”不是拿几辆车扔在路上就好

“进入全球市场，尤其欧洲市场，是一个学习的过程，我们计划‘小步快跑’，一边探索一边往前走。”一谈起单车，胡玮炜立刻兴奋起来。

最近，摩拜单车登陆曼彻斯特，布局亚洲以外市场。而早在今年初，摩拜和OFO小黄车已进入了新加坡，并与稍早前入市的当地品牌Obike进行直接竞争。

“进入一个城市，不是拿几辆车扔在路上就好，”胡玮炜说，“我们需要花很多时间，让外国城市相信一家中国公司可以把共享单车做好。除了车辆设计和支付方式要适应当地需求，还要学习如何与外国政府打交道、如何适应当地市场、如何更好地服务当地用户。我们还在学习的过程中。”

“曼彻斯特是个非常支持物

联网的城市，看好中国共享单车对物联网、云计算和大数据技术的综合运用，相信这些大数据分享对城市规划和城市建设的益处。”她说。

与国外同行竞技关键还靠硬实力

各国传统公共自行车多采取有桩模式，无桩的中国共享单车现在正在掀起热潮。面对全球其他企业紧跟中国无桩共享单车模式，中国企业将如何应对？

“我们的共享单车，不只是无桩这么简单，”胡玮炜说，其中的智能车锁、大数据分析、电池系统、车身制造都涉及高科技，这提升了中国共享单车的全球竞争力。

据胡玮炜以及摩拜公司相关负责人介绍，摩拜单车智能锁将可在海内外多模状态下，保持精准的定位功能。即便是进军海外，摩拜单车也无需做技术上的调整，即可轻松切入当地网络。

据介绍，摩拜单车内置的全球导航卫星系统GNSS支持GPS、北斗以及格洛纳斯，构建了全球最大的移动物联网系统。而建设中的摩拜“智能推荐停车点”可通过“亚米级”定位，梳理各个区域的单车投放、单车停放，不再让乱停车问题扰乱城市公共交通。 ■均据新华社