

多家共享单车企业推免费月卡,意在提高用户黏性

在长沙,低价包月骑行或成常态

8月3日,交通运输部、国家发改委等10部门联合发布了《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》(简称《指导意见》),从实施鼓励发展政策、规范运营服务行为、保障用户资金和网络信息安全、营造良好发展环境四个方面,提出了具体措施。

近日,记者发现,逢周末就喜欢推出免费骑行的共享单车,在这个盛夏打响了新一轮的免费大战,进驻长沙市场的摩拜单车、ofo小黄车、哈罗单车,均相继推出了免费月卡,免费骑行已经成为常态。

■记者 潘显璇 实习生 寻颖

现象 近期骑行共享单车不用花钱

“上下班、去菜市场 and 超市买东西,或者去附近办事,距离不是太远的话,只要不下雨,我都是骑共享单车。”最近这一个月,虽然天气炎热,但在长沙工作的陈先生使用共享单车的频率却特别高。

陈先生坦言,之所以最近如此热衷骑共享单车,除了喜欢共享单车带来的便捷、不用担心堵车外,还有一个重要原因——最近这一个月多月来,他骑共享单车没有花过钱,完全是免费使用。

实际上,共享单车自面市以来就频繁推出免费骑行来获取客户,但基本上都是特定时间段内的免费,比如周末、端午、五一等假期。而近期,多家共享单车都加大了免费骑行的

力度,针对用户推出了免费月卡的活动。

6月29日,摩拜单车率先在业内推出了领月卡免费骑行30天的活动,领了卡的用户每次骑行2小时内免费,30天内无限次免费骑行。

7月,ofo小黄车、哈罗单车、优拜单车也都宣布推出免费骑行月卡,规则与摩拜单车大同小异。

记者梳理发现,目前,进驻长沙市场的共享单车品牌有摩拜单车、ofo小黄车、哈罗单车、优拜单车、永安行、酷骑,其中有4个可以领免费月卡,其余2个也频频推出免费骑行活动。这意味着,如果市民下载了多个共享单车APP的话,从6月底至今,使用长沙街头的共享单车,基本上可以做到不用花钱。

分析 免费策略意在提高用户黏性

免费模式一直是互联网公司的杀手级武器,“免费补贴—打开市场—黏住用户—收费盈利”的四部曲在汽车出行、外卖等市场已得到验证。

在经历了融资战和数据据战之后,共享单车行业已有部分玩家选择退出,但战斗还在继续,这意味着价格战仍是套牢用户的必然选择。

有专家分析,各大共享单车品牌在这个时间节点推出免费骑行活动,是基于多个原因:一方面,当前正是一年中最热的气温最高的时段,共享

单车的使用频率有所下降,免费骑行可以在很大程度上刺激消费者继续使用共享单车;另一方面,共享单车的竞争已进入白热化阶段,免费月卡可以培养用户黏性和忠诚度,提升品牌的占有率。

记者注意到,推出免费月卡的这几个共享单车品牌,都把“退押金后月卡权益失效”作为补充条款。为了获得“免费午餐”,用户就不能着急地退押金或卸载APP,无疑可以降低平台用户的流失。

趋势 低价包月骑行有望成为常态

同时,记者还注意到,从过去断断续续的免费升级到整月免费,共享单车行业实际上也是在顺势推出新产品——月卡。

目前,最先领取摩拜单车免费月卡的用户,免费期已结束,而摩拜单车则在免费期结束前的7月份推出了月卡购买服务,2元1月,5元3月,价格可谓非常低廉。

ofo小黄车的月卡,虽然还在0元抢的阶段,但也埋下了后期将推广月卡的伏笔,其电子月卡显示,月卡价格

为20元。

哈罗单车在免费骑行周期设计上做了一点差异化,推出的是45天的骑行卡,现在是免费领取阶段,但也标注了价格,为30元。

业内人士认为,不限骑行次数的月卡对使用共享单车频率较高的用户来说,吸引力很大,未来将会是共享单车重点推广的产品,而且推广初期通常会采取低价、折扣策略。这意味着,市民低价包月骑行共享单车,今后有望成为常态。



7月28日上午,长沙地铁五一广场站,市民代表骑车点亮“文明停放、共享文明”宣言。据了解,长沙约39%的共享单车出行是和地铁接驳,给地铁站周边带来了巨大的停车空间压力。 记者 田超 摄

专家说法

竞争进入清场出局的下半场

免费月卡的本质是一种用户补贴行为,意味着共享单车企业在月内没有现金流的补充。用户补贴对于互联网企业来说有利有弊,关键还是要看企业的资金实力如何。

公开资料显示,截至目前,摩拜单车已披露融资额超过60亿元,投放600多万辆单车。ofo小黄车累计融资超过75亿元,投放单车数量超过650万辆。橙、黄两大品牌至少占据了八成以上的市场份额。

“在资本的助推下,共享单车行业的竞争已经趋于白热化,洗牌在即,可谓进入了产品升级、清场出局的下半场。”湖南大学工商管理学院教授朱国玮认为,未来随着出局者越来越多、竞争格局基本确立,出于成本等因素的考虑,免费骑行的频率可能会有所下降。

在中国电子商务研究中心主任曹磊看来,未来共享单车的盈利模式必然是多元化的,一方面可以从用户方面获得如押金、租金等;另一方面,还可以依靠其延伸服务获取利润,包括广告、沉淀资金的投资等。此外,企业所获得的用户数据更是无价的,将给企业带来难以想象的利益。

朱国玮表示,未来共享单车的盈利模式,绝不会局限于使用单车所产生的费用,而是生态系统下的综合运用,将会以出行数据为主导,涵盖其他领域,比如对接吃、住、玩等领域,以此探寻新的盈利模式。

他山之石

多地推“共享停车”缓解“停车难”

继网约车、共享单车之后,今年以来包括京沪穗等城市,在地方的停车管理条例或规定中,提出鼓励发展“共享停车”模式。一些单位或个人将专有停车位对外开放,并通过移动互联网平台进行分时出租,既增加收益,也方便他人。只不过,这一新模式要想发展还需要政府和社会的多方统筹。

国家发展改革委2015年发布的数据显示,我国大城市小汽车与停车位的平均比例为1比0.8,而发达国家的平均为1比1.3。随着汽车保有量快速增长,国内停车位缺口超过5000万个。在大城市高峰时段,“开车十分钟,停车半小时”不再是笑谈。

但另一方面,根据最新的停车普查数据,北京中心城区停车位缺口85万个,而夜间公共建筑闲置空余车位63万个。这意味着供需之间存在明显的信息不对称现象。

针对上述痛点,“共享停车”

这一模式应运而生。去年下半年,上海发布《关于促进本市停车资源共享利用的指导意见》,提出政府机关、医院和高校等事业单位、国有企业等在保障内部安全和秩序的前提下,应将内部停车设施错时对外开放,率先落实停车共享责任。根据计划,今年上海将建50个“共享停车”示范点。

今年7月份提交北京市人大审议的《北京市机动车停车管理条例(草案)》提出,个人或单位可以开展停车位有偿错时共享。居住小区在满足本居住小区居民停车需要的情况下,可将配建停车设施向社会开放。

8月初在网上听证的《广州市停车场建设和管理规定(草案)》提出,鼓励住宅停车场在满足本住宅区居民停车需求的前提下向社会开放,有条件的单位可以将自用停车场向社会开放。

■据新华社

难点 车位共享还要迈过三道坎

虽然“共享停车”的理念正在普及,但具体到实践上,还有不少的挑战待解决。

1.协调存在较大难度。

“车位共享不像车辆共享,后者只要车主同意就可以了,而前者还需要与小区物业沟通,以免影响他人生活。”ETCP副总裁朱凯表示。上海的指导意见也提到,全体业主共有的住宅小区开放内部停车设施,要根据业主大会的决议。

2.信息化改造需要一定费用。

车位共享,并不是只要把车位拿出来就可以了。还需要对传统的停车场进行改造,将车位信息接入云端,并通过各类APP接触消费者。“共享停车的基础是智慧停车。”朱凯介绍,包括闸机、收费系统等软硬件在内,一个停车场的改造费用从几万元到几十万元不等。如何分摊这笔费用,需要各方进一步协商。

3.安全管理责任加重。

根据行业数据,在进行信息化改造并接入移动互联网平台后,一个停车场的车位利用率可提高30%。但车流量的增加,也意味着安全管理责任的加重。