

共享充电宝涨价态势已经持续许久，背后既有日趋白热化的市场竞争，又有资本角逐的身影。

涨价潮再度来袭

近日，共享充电宝再现涨价潮，据媒体报道，部分商圈和医院等场所每小时充电需要3-4元，酒吧夜店等则高达10元/小时，而早期价格只有每小时1元。有的用户因未及时归还，一天花掉99元的情况，等同于买了个充电宝。

部分网友表达对涨价的不满。一些网友称，共享充电宝就是冲着它便宜方便才用，现在这么贵，不会再用了。也有网友表示，自备充电宝出门不“香”么？

提价确保盈利

目前，共享充电宝领域几乎被街电、来电、小电和怪兽充电瓜分，形成所谓“三电一兽”的格局。艾媒咨询数据显示，截至2020年底，三家共享充电宝企业市占率合计达96%，怪兽充电市占率34.4%排名第一。该领域内还有巨头环伺，经过反复尝试后，美团也在2020年5月第三次启动共享充电宝业务，或将打破现有格局。

在共享经济降温之后，共享充电宝却逆势掀起资本热潮。当地时间3月12日，怪兽充电向美国SEC递交了招股书；此外，小电科技IPO程序已启动，或有望于2021年第三季度在创业板上市。

安信证券分析称，共享充电宝的商业模式可以归结为“分成激励地推运营-加速点位抢占-形成规模效应-提价实现盈利”，目前市场上的玩家已经接近最后一个阶段，需要靠提价来保证盈利，并获得资本认可。

怪兽充电在营收提升的同时已经实现盈利。根据招股书，2019年，怪兽充电营业收入为20.223亿元，2020年的收入为28.094亿元，同比增长38.9%。

然而，增收不增利的状况或许是共享充电宝涨价的动因之一。怪兽充电的净利润从2019年的1.666亿元降至7540万元；净利率也从8.2%滑落至2.7%。招股书中对此解释，利润下滑的主要原因是营销费用和投放点位激励费用在上涨，其中包括佣金和入场费。

安信证券分析称，对于共享充电宝而言，点位、运营以及资金是核心要素。点位方面，共享充电宝企业需要让利60%给商家，以怪兽充电为例，其2020年佣金比率为

44.1%，对地区合作伙伴的入场费率达到14%。运营方面则需要与合作伙伴提供竞争性一揽子服务，以确保有效的扩展和保留；早期资本投入在完成铺设之后，后续仍需资本加持。怪兽充电2019和2020年的经营活动净现金流入量9.8亿元，投资活动净现金流出达到11.29亿元。

值得注意的是，怪兽充电上市前夕却陷入股权纠纷诉讼，公司创始人兼CEO蔡光渊被曾经的合作伙伴告上法庭。纽约联邦法院公布的案件材料显示，冯一名和尹思成起诉蔡光渊。

据悉，冯一名和尹思成都曾是怪兽早期创始团队的成员，一起提出过共享充电宝的商业计划，并且共同筹建公司的发展，还介绍众多机构投资为项目融资。蔡光渊曾书面表示，为感谢他们的付出，愿意给予两位创始人3%的股份，但直到今天仍未兑现承诺。因此早在2020年10月，两位创始人就已经在上海市普陀区法院提起诉讼。

脱颖而出绝非易事

即便顺利登陆资本市场，共享充电宝的前景也并非一片光明。

经过多年市场培育，用户高速增长黄金时期已经过去。艾瑞咨询数据显示，2017年-2020年，共享充电宝的总用户规模呈现上升趋势，从2017年的0.8亿人增长到2020年的2.9亿人，但增长速度却在明显放缓，年增长率从104.9%降到56.3%，再降到15.6%。

另外，快充技术以及手机电池续航能力增强有望缓解用电焦虑，分场景涨价或将削弱用户消费意愿。安信证券分析师认为，共享充电宝企业后续在产品性能、专利技术以及拓展多元化收入结构是重点。目前广告收入在营收占比中不足5%，参照自动售货机友宝在线广告收入达到近20%，后续广告端收入开发是共享充电宝企业需要大力拓展的重要方向。

安信证券还表示，低线城市将是未来拓展方向。研报称，目前行业发展日趋成熟，商业模式得到市场验证，一二线高产区域得以覆盖，用户习惯培养成功，并且基本实现盈利。其中餐饮场景渗透率达到50%，预计一线和二线城市渗透率将提高，同时将逐渐进入三线及以下城市。

在市场拓展的同时，共享充电宝质量及服务也饱受诟病。黑猫投诉平台显示，关于共享充电宝的投诉多达6000余条，“三点一兽”均有涉及，其中，充值多扣费、押金不退、归还不规范等问题是投诉重灾区。

业内人士认为，共享充电宝行业的技术壁垒并不高，商业模式也可以轻易复制。共享充电宝企业想从众多的入局企业中脱颖而出绝非易事。因此，其核心竞争力归结为四个方面：资源、产品、运营以及规模。共享充电宝归根结底是一个流量生意，未来只有深耕用户，聚焦服务，甚至于演进商业模式，才有可持续发展的可能。