

比较视角下共享单车产业发展问题 及政府规制路径研究

欧春尧 宁凌

摘要：共享单车是新经济背景下城市公共交通系统的创新模式，其方便快捷、绿色环保等特点正好契合了城市居民出行的现实需求，初入市场便获得了较大的成功。但随着共享单车行业的快速发展，其运营成本、社会管理等问题不断出现，并且，基于属性分析，共享单车是技术创新驱动下自行车分时租赁服务行业的进步，平台环境下的该行业监管与消费者权益维护成为政府管理的新问题。因此，探讨共享单车产业发展问题，并寻求合理的政府规制路径，具有重要的理论价值与现实意义。

关键词：共享单车 属性 行业监管 规制路径

一、引言

共享经济是经济转型背景下政府鼓励创新创业的重要手段，为我国传统服务行业的供给侧改革提供了良好的方法及途径，并且随着基于“互联网+”的共享经济的运作模式逐渐成熟，共享出行如滴滴和 Uber、共享空间如 Airbnb 等各类共享经济平台受到资本追捧、媒体关注。顺应“共享”潮流的发展，共享单车在 2016 年横空出世，风行于国内主要城市，据报道，摩拜、ofo 两个公司在短短数月内完成五轮融资，而有的公司甚至仅凭 APP 上架而未进入实际运营便已获得数千万的资金投入，共享单车俨然成为我国共享经济发展的又一热点领域。但共享单车是否真的属于共享经济范畴，技术进步是否为盈利模式的

创新带来了可能，共享单车在快速发展的背后又有些什么样的问题……这些都亟待进行更为深入的调查研究。

二、共享单车发展现状及“共享”属性的比较分析

（一）共享单车发展现状

2016 年，随着大量资本的涌入，以“绿色出行、随停随取”为理念的共享单车在国内各大城市迅速崛起，逐步成为市民短途出行的首选交通工具。如今，共享单车领域主要以摩拜和 ofo 为首，正式上线的共享单车平台已有数十家。据网站调查数据显示，目前共享单车在国内正蓬勃发展，2016 年底，共享单车用户规模已达到近两千万人，与 2015 年相比增速达到了 700%，预计 2017 年之后线上用

户将会达到 4965 万人。

当前摩拜单车的市场占有已经达到 56.56%，其次则是 ofo，已经达到 29.77%，剩余企业则瓜分剩余市场，可以看出，共享单车行业已经初步完成了市场划分，形成了以摩拜和 ofo 为市场主导、众多企业激烈竞争的局面。随着用户需求的快速增加，这些企业不断扩大共享单车的投放规模。截至 2016 年年底，我国共享单车车辆投放数已经超过 700 万辆，其中摩拜单车车辆投放数量最多，达到了 365 万辆，其次是 ofo，投放数超过了 250 万辆。除此之外，哈罗、酷骑、小蓝和小鸣等一批共享单车也出现于大街小巷。

（二）共享单车“共享”属性的比较分析

共享经济是通过互联网信

基金项目：本文为 2016 广东海洋大学创新强校工程项目阶段性成果，编号：GDOU2016050259。

息技术整合供给方闲散资源，来为需求方提供多样化服务的商业模式，并且海量的供需双方与高效的交互途径是共享经济平台发展的重要条件。具体来看，可以分解为以下四点：

1. 三方模式：包含供给方、需求方、平台方，且三方相互独立。

2. 需求交互：平台的作用在于满足供给方和需求方交互需求。

3. 闲置利用：产品属于闲置资源且所有权不归平台方所有。

4. 效用相关：其中一方接入平台的规模及效用取决于另一方。

基于以上分析，可以看出滴滴打车、Uber、Airbnb等企业是满足共享经济的典型特征的，共享单车虽然被称为“共享”，但在许多方面还与真正的共享经济存在不小的差异。

1. 供给主体差异

三方模式是典型的共享经济商业模式，是将平台企业作为价值传递过程，由供给方来进行价值创造，在交互后实现价值获取，即供给方提供资源，需求方提供资源需求，平台方则通过APP汇总资源信息以及发布需求信息，促使供需双方成功交易而从中赚取佣金。但几乎所有的共享单车企业都是将自身作为价值创造主体，摩拜单车投放市场的车辆

大多是由自身研发生产，这显然不是共享经济的运营模式；ofo曾经投身于校园市场，虽然在发展初期做到了师生共享，但是进入社会后却面临共享份额不断缩水的尴尬。由此可以看出，目前大部分共享单车企业作为平台方占有单车资源，通过短时租赁的方式从需求方手中获取租金收入，这种模式更倾向于“互联网短时租赁单车”。

2. 需求形态差异

共享经济模式中，平台企业可以利用低成本管控双方的接入口从而形成网络集聚效应，也就凸显了共享经济运作模式的优势。供给方越多，所能满足的需求种类也就更加多样；需求方越多，吸引的供给产品服务也就更加丰富。共享单车本身的使用特点就是“随停随放”，为了提升需求匹配的广泛性，企业只有通过增加车辆投放基数来满足用户需求，但绝大部分单车是属于社会的增量资源，这就意味着较容易出现供需难以匹配的情况，也就有悖于共享经济供需双方相互促进的特征。以上海地区为例，现如今上海市共享单车企业已超过30家，投放车辆超过45万辆，远远大于市场需求，所以上海市交通委就共享单车社会管理问题已经集中约谈了多家共享单车企业，共享单车“去产能”成为又一关注重点。

3. 成本投入差异

通过对比滴滴与摩拜、ofo等公司的成本投入可知，滴滴本身只需要提供交互平台，并且车辆所有权由供给方所有，虽然成本较高，但是车辆的修理维护都是由供给方承担，所以滴滴能够在全国范围内迅速铺开。摩拜和ofo则不同，单车的生产或采购投入都是由企业承担，ofo虽然有部分单车是由用户分享，但这部分所占份额仅有10%左右，其余均为企业采购。摩拜较高的研发成本换来的是高质量的车辆，维护成本较低并且通过GPS定位，不需要专人调配，ofo则需要专人进行维护调配，也就为企业的运作管理增加了更多的负担。一方面是因为即使再便宜的单车研发生产，其成本投入也无法比闲置资源再利用更低；另一方面，共享单车的所有权归企业所有，那么共享单车企业就依然属于重资产运营，动辄上万的车辆投放规模让共享单车企业的成本投入远远高于共享经济企业。

4. 盈利效用差异

共享经济商业模式的盈利主要是在价值传递和价值维护环节实现，平台企业的盈利主要是在供需双方的交易中通过收取佣金来实现，基于共享经济平台的效用连接特征，平台企业可以通过吸引或引导其中一方参与交易而扩大整体的



规模效应，继而获取更多的利益。共享单车在盈利模式上就略显单薄，主要是依靠按每小时1元的标准收取费用，并且，共享单车能否通过维持使用频次以保证盈亏平衡是有待商榷的，比如共享单车受天气影响较大，在雨雪、炎夏就不适宜骑行。相比而言，网约车就不存在天气或地域影响的问题，并且修理维护也是由供给方自主承担的，所以两者的盈利模式完全不同。

总的来说，基于与共享经济商业模式的供给主体、需求形态、成本投入和盈利效用等方面的对比分析，可以看出共享单车与真正的共享经济具有

较大的属性差异，可以看作是技术进步下传统的自行车短租租赁行业的发展。

三、共享单车产业发展的主要问题

(一) 车辆缺乏监管维护导致运营成本增加及社会管理问题

当前共享单车领域竞争激烈，摩拜、ofo两大“龙头”分庭抗礼，后续企业前仆后继，街道上堆满了五颜六色的共享单车。但共享单车始终不属于闲置资源，也就不具有共享经济视阈下的商品特征，无节制的投放却不注重维护，就容易

出现乱停乱放挤占社会空间、偷锁私藏引发信任危机等问题，最后受损的往往还是企业和消费者，所以在共享单车的管理问题上，适度引入政府介入是很有必要的，将其“公有化”，转变为政府统一管理、企业自主调配的模式则是一种新的规制路径。

(二) 任由共享单车公司野蛮生长导致行业的恶性竞争

共享单车行业在全国30多个城市已投放了近百万辆单车，由于相关部门对市场竞争行为的外部性认识不足，共享单车行业市场准入门槛过低，就使得大部分共享单车企业借助风投资金迅速参与市场竞争，不计成本地投放单车、降低收费或者直接免费，以此抢占市场份额、培养稳定的客户群，以期成为行业的垄断者。不计成本的竞争行为一方面会造成供给过剩，使得不计其数的已损坏或待修理的单车堆积在街头巷尾，逐渐成为沉没成本，为社会管理造成负担；另一方面，违反公平竞争的市场准则，不计盈利的以降价或免费挤占市场，任由这种无序竞争继续发展，很有可能会危及市场稳定及社会安全。

(三) 平台环境下共享单车企业的资金监管机制亟待完善

共享单车使用中需要缴纳的押金同样也饱受争议，共享单车企业将传统的“租赁物对应押金”转变为“使用者对应押金”，这意味着只要用户一直有

单车使用需求,平台就可以一直持有押金。在移动支付技术不断发展的今天,共享单车企业就可以在短时间内归集大量的资金。押金问题受到普遍关注,一方面是因为多数用户遭遇“交款容易退款难”,并且充值金额不能退还,使得用户产生是否涉嫌非法融资的担忧;另一方面则是因为政府对于该部分资金还未形成有效监管,有出现资金安全风险的隐患。政府监管机制应当尽快完善,避免企业将资本风险转嫁给消费者。

四、共享单车产业的政府规制路径探析

(一)明确监管部门,科学规划慢行系统并归还路权

首先,政府应对互联网型服务行业设立独立的监管部门,将共享单车作为市政单车的重要补充而纳入监管;其次,应充分考虑城市的空间承载力、停放设施资源以及公众出行需求,合理规划慢行交通系统,归还单车的路权,构建一个良好的城市骑行环境;最后,相关管理部门要加强监管,对于共享单车企业,应督促其完善车辆投放及线下调配维护机制,引导其有序投放车辆,避免出现区域车辆过剩的问题。就目前来看,北京、上海等地的相关部门已经集中约谈多家共享单车企业,不仅要求管控单车数量,也讨论了乱停乱放问题

的解决措施,提出了借助大数据建设城市慢行交通网络及配套设施的相关对策,有利于行业长远发展。

(二)倡导行业自律,加强维护公平有序的竞争环境

共享单车行业作为市场发展与技术创新的产物,在当前社会背景下发展迅速,具有较强的生命力和较高的市场价值,在其发展尚未趋于稳定之前难以出台国家层面的立法规制及保护措施,所以地方政府便需要发挥主要的引导和监管作用。首先,应当坚持市场在资源配置层面的决定性作用,让市场来检验共享单车行业的发展,使其在优胜劣汰中逐渐形成与发展新经济模式下的共享单车企业;其次,应当保证行业的有序竞争以及稳定发展,一方面是倡导行业自律,采取约谈的方式帮助其稳定发展,同时建立完善的市场准入机制;另一方面,则是完善政策体系,目前多数城市如深圳、上海等地正在讨论制定行业的管理规范及标准,出台规制措施以有效管理共享单车企业运营。

(三)完善监管制度,推进信息反馈和信任机制建设

政府应考虑到共享单车运营模式的新特点,鼓励其充分发挥创新优势,也应当充分掌握共享单车企业盈利模式的具体特征,采取必要的措施规制企业行为,不能因为共享单车打着创新的帽子就对其放松监管。在制定

相关政策规制措施时应保证共享单车企业的参与,维护其合法权益的同时也引导企业承担相应的社会责任。这需要管理部门大力推行信用体系建设,对于有恶意损坏、藏锁私用等不良行为的用户,应当依法进行处罚,并将其违规信息记入个人的信用记录。对于饱受争议的押金问题,政府应及时与公众沟通并制定相关规制措施,比如鼓励企业采用免押金的方式提供服务,并对收取押金的企业加强监管,例如深圳市要求收取押金的企业,必须建立押金专用账户并接受政府监管,保证押金使用的透明化,避免出现资金风险。■

参考文献:

[1] 郑志来.共享经济的成因、内涵与商业模式研究[J].现代经济探讨,2016,(3).

[2] 比达网.2016中国共享单车市场研究报告[EB/OL].<http://www.bigdata-research.cn/content/201702/383.html>,2017-02-08/2017-05-18.

[3] 马亮.公共服务创新的扩散:中国城市公共自行车计划的实证分析[J].公共行政评论,2015,(3).

[4] 王亚丽.供给侧改革视角下的共享经济[J].改革与战略,2016,(7).

[5] 唐清利.“专车”类共享经济的规制路径[J].中国法学,2015,(4).

(作者单位:广东海洋大学)

责任编辑:代建明