

# 共享个篮球，都能获千万融资

## 目前至少有15种共享产品在跑马圈地，烧钱大战过后谁是最最后的赢家

□半岛全媒体记者 马正拓

共享汽车、共享篮球、共享雨伞、共享充电宝、共享衣橱、共享KTV……继共享单车火了之后，诸多共享产品纷纷面世，令人眼花缭乱。据不完全统计，目前至少有15种共享产品在跑马圈地。尽管质疑声不断，但其中仍有不少项目获得了资本的青睐，例如共享篮球平台“猪了个球”，宣布完成千万级融资，共享充电宝行业40天内吸引了12亿元的投资。业内人士分析，目前众多共享产品普遍还没有找到很好的盈利模式，火热投资的背后风险也在积累。下一个出现的共享项目会是什么？究竟谁会是共享经济最后的赢家？记者日前对此进行了调查。

### ■现象 篮球雨伞衣服都可共享

近期，在浙江嘉兴市一些高校的篮球场边，出现了一些橙红色的篮球柜，里面放着共享篮球。柜子平时锁着，用微信扫码就能取球，押金29元，玩半小时1.5元。运营方“猪了个球”负责人张龙龙表示，今后还会开发“共享足球”、“共享乒乓球拍”、“共享羽毛球拍”等项目。

共享篮球一出现，就遭到不少人的质疑，认为许多篮球爱好者都有自己的球，况且市面上普通的篮球最低只需几十元钱，没有必要花钱去租赁篮球。但是运营方宣布，目前该项目已获得千万级Pre-A融资，投资方为马笛儿投资，融资将主要用于加快球场铺设，升级优化后端管理系统及新一代产品的开发。融资后，运营方想把项目部署在全国80%以上的室外运动场馆，未来计划在华北、华东和华南三个地区的23个城市大量铺设设备。

事实上，自从网约车的出现将共享经济的概念引入国内以后，这两年就不断有新的共享产品出现。“自从共享出行的生活方式出现以后，外出确实方便多了。”青岛市民小李说，这两年即使自己没有车，打开租车软件，几分钟内就有车接你上路。想骑行，“扫一扫”就能骑走单车，几公里内的路程不必再跑得气喘吁吁。而在广州、上海、深圳等一线城市，共享雨伞、共享书吧、共享充电宝、共享KTV、共享停车位、共享衣橱等共享产品都已经出现。

据不完全统计，目前在国内面世的共享产品，已经多达15种。共享产品由前两年单一的出行领域，逐步向衣食住行等方面延伸。这些共享产品一出现就风头十足，迅速在国内大中城市攻城略地，相信其中不少很快就会在岛城落地开花，市民就能体验这种新的共享产品。

### ■特点 虽遭质疑但资本很青睐

与共享单车一样，这些新的共享产品出现后，或多或少都遭到了业界的质疑声。

以一款在广州投放较多的“魔力伞”为例，用户用手机扫一扫解锁完成租伞，用完了搜下附近的伞点还伞。这种借伞的收费模式是，雨伞可以免费借给你15天，超过期限后每24小时收2元。对于青岛市民来说，“共享雨伞”并不新鲜，目前青岛地铁、交运集团青岛长途汽车站、交运温馨巴士等机构，包括部分大型商场等，都已经为市民提供雨伞租借服务，有的还是免费试用，只要确认雨伞完好

### 那些“奇葩”的共享产品

- 共享雨伞**  
在广州、上海等一线城市出现，每把雨伞需要20元押金，可以免费借用15天，超期后每24小时收2元。
- 共享篮球**  
在浙江嘉兴市发起，每个篮球收费为2元/小时，押金费用为29元。
- 共享汽车**  
用户需上传驾驶证等信息注册，然后缴纳押金，环球车享是1000元、TOGO是1500元。计费上，按时或按里程算。例如，TOGO投入的smart，15元起步，3公里20元。
- 共享充电宝**  
代表是来电、魔宝、街电、小电。以来电为例，租借1小时免费，1小时之后，每小时收费1元，一天的收费上限为10元，押金100元。
- 共享衣橱**  
代表多啦衣梦，拥有50多万件服装，用户只需缴纳不到300元/月的会员费，即可享受无限穿衣、五星洗护、往返包邮。
- 共享会客厅**  
北京订制了上百个便捷、精致、智能化的专业会客厅，用户只要借助客户端，就可以一键找到共享空间。在价格方面，按照位置和时间段，每小时定价为60-200元。
- 共享KTV**  
目前有咪哒、友唱等共享KTV。咪哒单首歌10元，15分钟30元，30分钟50元，60分钟80元。

制图/张怀博

无损后，就全额退还押金。因此，“共享雨伞”在业内受到不少质疑声：不下雨时空置着没人借，下雨时数量又不够；损坏率和不还率高，没有啥盈利，提供方也不会购置很多；出门得拿回来还，挺麻烦……诸如此类。

最近出现的“共享充电宝”，更是引发口水仗。运营方在一些大型商场、餐厅门口摆放一台台租赁机，市民可以租借充电宝。一般为1小时内免费，此后每小时收费1元，每天10元封顶。业内普遍认为，充电宝的价格越来越低，对手机电量需求比较多的市民，基本上都配备了充电宝。因此，当聚美优品宣布以3亿元投资共享充电企业街电，并且未来3个月内，将继续注入几十亿元资金时，王思聪就发微博称：“共享充电宝要是能成我吃翔，立帖为证。”

但最近的事态发展，对不看好共享充电宝行业的王思聪们来说，似乎有些不利：充电宝成了继共享单车后的共享“话题之王”。就在几天内，三家共享充电宝相继宣布获得共计7.5亿元人民币的融资。据公开数据统计，今年3月31日以来，共享充电宝行业在40天时间获得11笔融资，近35家机构入局，融资金额

约为12亿元人民币，是2015年共享单车刚出现时获得融资额的近5倍。

### ■分析 烧钱争夺市场难以为继

“如果说网约车还是使用频率相对较高的出行工具，门槛比较高，那么雨伞、充电宝等都已经属于日常用品。”青岛市委党校管理教研部主任刘文俭认为，不难看出，这些共享产品的门槛越来越低，未来的竞争也会更加激烈。以共享单车为例，由于进入门槛相对较低，赤橙黄绿青蓝紫各色共享单车杀人，市场戏称共享单车目前遇到了最大的难题是颜色不够用。

正因如此，在众多共享产品涌现的同时，同类产品的运营方之间，竞争更加白热化，需要通过更激烈的价格战争夺市场。仿佛重演当年的滴滴、快的和Uber的补贴大战，共享单车2017年开始陷入价格战，目的是将那些资本并不雄厚的公司先挤出北上广。2017年1月，ofo开始推出充值最高返现100%的活动，2月又推出认证用户不限次数免费骑行活动，摩拜当然也不示弱，也先后在

济南、上海推免费骑行活动，“充100得210”的免费充值活动。

“从网约车到共享单车，每一个产品的白热化阶段都离不开补贴烧钱，这似乎也是互联网服务推广过程中迈不过去的坎。”青岛知名投资人王港介绍，但这种方式已经难以为继，实际情况是，免费骑行之后摩拜率先开始收费改为红包激励，随后ofo也开始悄然收费，烧钱的逻辑再度被证明不可持续。而在网约车烧钱大战之后，滴滴作为幸存者在经营中却面对着层出不穷的问题，监管制约、盈利点不清晰等等。

元璟资本合伙人陈洪亮认为，中国移动互联网发展至今，流量红利期已经接近天花板。与此同时，空间巨大线下流量则一直处于相对分散且未被运营的状态，这其中蕴含着很多机会。而目前来说，中国移动支付基础设施基本普及，共享理念也建立了广泛用户基础。但互联网企业习惯于通过补贴获取更多用户，但不烧钱的时候发现用户流失很快，这往往是一种恶性循环，烧钱并没有改变用户的行为习惯。

### ■声音 芝麻信用才是背后赢家？

毫无疑问，目前“共享经济”的热潮在国内已经愈演愈烈。根据中国电子商务研究中心发布的《2016年度中国“共享经济”发展报告》显示，2016年中国“共享经济”市场规模达39450亿元，增长率为76.4%。国家信息中心分享经济研究中心也预测，未来几年，共享经济将保持年均40%左右的速度增长，到2020年交易规模将占GDP比重的10%以上。

在中国电子商务研究中心主任曹磊看来，共享产品火热投资的背后风险也在积聚，尤其是业内普遍还没有找到很好的盈利模式。在同类产品的激烈搏杀的红海中，企业很难在短时间内实现盈利。若不能在大数据的依托下实现庞大的用户群，以及其他延伸服务来获取利润，无论是何种共享产品，最终都将难以持续发展。

与此同时，也有观察认为，在越来越多的这些共享经济新名词之下，都能看到“芝麻信用”的身影。例如，共享单车中目前ofo、永安行、小蓝单车、优拜单车等已接入，芝麻信用在650或700以上用户即可免押金；共享住房：小猪、蚂蚁、木鸟短租和途家等早已推出了类似模式，芝麻信用分达到600以上即可免押金；共享充电宝：凭借芝麻信用600分以上就可以免押金；共享租衣：共享服装品牌多啦衣梦近日宣布，芝麻信用分700以上可免除300元押金，每月花299元就可以无限次租换衣服，每次最多3件……

根据支付宝官方信息，芝麻信用评分主要根据用户的身份特征、信用历史、履约能力、人脉关系与行为偏好5大方面。芝麻信用发布的《全国城市信用免押服务报告》显示，全国381个城市已开启信用免押服务，近2000万人享受过免押服务，合计免除押金超过150亿元。

也就是说，如果市民想免押金使用共享项目，就要努力提高芝麻信用的分数，意味着就要多在阿里系电商平台天猫、淘宝、聚划算等购物消费；多使用支付宝信用卡还款功能，并及时还款；多用支付宝转账等。不过，有人评价说，“仅靠阿里系闭环生态链形成的芝麻信用，是否真能科学评估一个人完整的信用状况，还是要打个问号。”