

共享充电宝进入调整期：4.5个月难回本 遭资本冷遇

11月3日，美团点评通过内部公开信通知，将结束餐饮平台“松鼠便利店”和“共享充电宝”两个项目的试点运营。

这个消息一下子挑动了行业敏感的神经。因为，就在几天前，乐电宣布停止运营共享充电宝业务，并收回所有充电桩设备，在乐电之前，已经有河马充电、小宝充电等企业出局。一时间，洗牌、调整、出局的气氛弥漫着整个共享充电宝行业。

事实上，共享充电宝这个行业从一出生就备受质疑。2017年的春天，风起之时，共享充电宝一夜之间布满街头。不过与这种势头同样火热的是它引发的争论：一方认为共享充电宝顺应了共享经济的大潮，解决了用户的痛点；另一方则认为共享充电宝是“伪需求”、假共享，根本不可能成功。

如今潮水开始退去，行业曾经的狂热正被涤荡殆尽，共享充电宝生意圈里的各方开始理性地看待这个事物。记者近日调查发现，对于共享充电宝，运营企业和一些投资者还保留着期待，而用户和上游的生产企业似乎热情不高。

3家出局，多家将清算 共享充电宝寒冬来临

业内人士称，今年二三季度共享充电宝厂商跑马圈地，现在行业进入调整期，小玩家陆续出局，各企业逐渐拉开差距。

今年3月以来，共享充电宝悄然进入人们的视野。

“短时间内，我家周边的商场、餐馆、咖啡厅等场所突然冒出来很多共享充电宝，外出手机没电了，我也会使用。”赵女士向记者介绍。对于各式各样的共享充电宝，她也从陌生逐渐熟悉。

乘着共享经济的风口，一大批共享充电宝运营企业集中成立，一时间资本也大批入局。在春夏之交的40天时间里，共享充电宝行业拿到11笔融资，近35家机构入局，融资总额约12亿元，这个融资数额是2015年共享单车刚出现时获得融资额的近5倍。今年上半年行业最鼎盛的时候，市场上至少有20家企业在运营共享充电宝。

然而，这个快速成长的新事物很快迎来了拐点。近期的一系列事件仿佛让人们听到了共享充电宝行业传出的洗牌声音。先是9月底Hi电传出涉嫌变相裁员的消息，紧接着，10月11日，乐电直接宣布停止运营，在此之前，已经有河马充电、小宝充电等企业出局。另外，还有包括泡泡充电、创电、放电科技、PP充电等多家企业走到项目清算阶段。

“这轮洗牌的速度和规模比我们判断的更快、更大，这意味着共享充电宝的规模效应非常重要。友商出局的消息对我们来说是一个信号，让我们继续巩固已有领先优势，跑得再快一点”。近日，街电CEO原源向记者表示。

乐电科技CMO任仟认为，“2013年底至2016年10月是共享充电宝的萌芽和培育期；2016年11月至2017

年5月是行业爆发期，各路玩家入局、融资；2017年二三季度是风口期，共享充电宝在大家质疑中快速发展跑马圈地；目前正处于第四阶段，是行业调整期，小玩家陆续出局，各企业逐渐拉开差距。”

总之，行业进入洗牌期，已经是业内人士的共识。

成本70元 代工厂接单意愿不强

代工共享充电宝，需要制作新模具，开模费用需7万—8万元，一个10000毫安容量的共享充电宝造价一般在70元左右，利润也不大。

共享充电宝行业调整，很多人开始担心上游企业代工厂的经营会不会被波及。这种担心不是没有道理的，之前，自行车制造商就被绑在了共享单车的轮子上，当共享单车行业洗牌来临时，很多自行车制造企业被拖欠货款、缺少新的订单折磨。

与经历了共享单车热潮的自行车生产企业类似，在共享充电宝的热潮中，充电宝厂商们一度被认为获得了新的机遇和订单。一家为松鼠电车和魔柜等共享充电企业提供代加工的厂商告诉记者，“共享充电宝这块目前（市场反应）还好，有多种盈利方式”。该厂家还向记者透露，入局共享充电宝关键看盈利方式是哪种。

落实到生产制造环节，这名厂家表示，买方只需提供自己的后台程序，不需要其他技术，下单后25天可出货。“这款（共享充电宝）还要匹配、调试，需要的时间挺长的，其实做货几天就做完了。”

新京报记者随后联系了几家充电宝的代工厂，这些厂商大多数位于深圳。不少代工厂对加工共享充电宝并不是很感兴趣。联系的几家代工厂中，只有两家愿意提供共享充电宝代加工，另外几家则直接拒绝；不接共享充电宝的代加工订单，只接普通充电宝的订单。

厂家不接共享充电宝订单的原因几乎是相同的。这些厂家表示，他们手里已经有不少普通充电宝代加工的订单，每月的业务量已经差不多饱和了。而共享充电宝一般都是小规模订单，生产量很少，还需要重新调整生产设备，制作模具，不划算，所以就不接共享充电宝的订单了。

一家可代工的厂商进一步透露，代工新设计的共享充电宝，首先需要制作新模具才能进行生产，模具开模费用需7万—8万元，一个10000毫安容量的共享充电宝造价一般在70元左右，利润也不大；柜机式充电宝的机柜也需要另外单独定制。代加工是靠量盈利的，共享充电宝的订单一般量不大。记者随后联系的一家代工厂给出的开模费用在4万—5万元。

另一家代工厂也向记者表示，代工共享充电宝需要买方提供核心技术以及具体的产品方案，例如共享充电宝具

备的功能、外观、产品容量以及如何实现弹出收入功能等，“充电宝要根据你们的柜子以及需要实现哪些功能来设计”。

今年3月起，来电和街电打起“专利战”，这场让人们开始关注共享充电宝的专利壁垒。对此，一家愿意提供代加工服务的厂商表示，厂家可以提供技术，不需要担心侵权，“我们这块的专利都有十几种，不会侵权的，我们授权就行了”。

用户认为可有可无 产品“很鸡肋”

偶尔使用过共享充电宝的用户认为产品“很鸡肋”；即使是经常使用的用户，对共享充电宝的依赖也并不高。

此番停运的乐电科技，其布局范围限于杭州市。今年4月，乐电创始人在接受媒体采访时表示，乐电已在杭州布局了超过300个点，包括商场、酒店、KTV还有公交车站。

生活在杭州西湖区的宁小姐告诉记者，自己没有在杭城看到过乐电、街电和来电的机柜比较多，“上个月去云栖大会会场，看到的全是来电和街电的设备”。

因为工作需要频繁接收回复信息，宁小姐每天至少要给手机充一次电。如果自己带充电宝还需要回家蓄电，而共享充电宝随借随还能快速充满，她觉得使用共享充电宝给手机充电还是挺方便的。

在运营中，得到资本加持之后，共享充电宝尝试凭借越来越密的布点改变人们的充电习惯，以增加用户使用的黏性。但记者对用户采访后发现，这还只是企业的一厢情愿。

邹先生是偶然在杭州一家餐厅看到了摆放在餐桌上的桌面式充电宝，“觉得很新奇，就试用了一下，也没记住是哪家运营企业的”。

“很鸡肋”是邹先生对共享充电宝的评价。他告诉记者，虽然经常在网吧和咖啡馆看到共享充电宝，但这些场所一般座位附近都有插座口，手机没电可以去前台借数据线直接使用插座充电。

即使经常使用的宁小姐，对共享充电宝的依赖也并不高：“我之前已经买过充电宝，没有（共享充电宝）了也不会特别不方便。”

艾媒咨询发布的《2017Q1中国共享充电宝市场研究报告》显示：对于共享充电宝，有53.3%的用户表示有使用意愿，另有21.9%的用户表示视情况而定，不到四分之一的用户明确表示不会使用共享充电宝。该报告预计，2017年中国共享充电宝用户规模将超1亿人。

记者采访中发现，价格仍然是用户选择共享充电宝时的敏感因素。用户宁小姐比较街电和来电时特别关注到街电的新注册用户可以免费充电一定时间，“比较划算”。艾媒咨询的报告显示，超过半数用户接受每小时租赁费用在1元以内。

创业者看重流量入口和B端用户

创业者认为共享充电宝是未来线下物联网的节点，企业可以通过共享充电宝获取用户行为数据，并进行有针对性的服务推送。

对于用户来说可有可无的共享充电宝，创业者为什么选择它来作为创业项目呢？

来电科技的创始人兼CEO袁炳松向记者讲述了创业心路历程，“2003年，我就进入电池行业，到了2013年，我隐约意识到充电宝市场的拐点要出现了，很长一段时间非常焦虑。”2013年发生了两件事改变了他的想法，一件事是2013年7月份，应从事连锁餐饮的朋友之邀，尝试把100台充电宝投在他的餐厅里，“因为他天天被用户的充电需求折磨，结果不到半个月，100台充电宝丢了一半。他问我能不能开发一种可以无人值守的提供充电宝的设备。我忽然意识到原来充电不仅是C端用户的需求，很多B端的商家也存在着给顾客提供充电服务的痛点和需求。”

另一件事是2013年小米进入充电宝领域，这也让他有了紧迫感，袁炳松回忆道，“小米通过尾货生意的方式把充电宝的价格直接拉到了成本以下。对于其他的充电宝厂商来说，国内市场的拐点突然出现了。”随后，袁炳松开始召集团队在2013年底探讨充电宝未来的可能性。

共享充电宝的前景，也吸引了曾是阿里高管的街电CEO原源，“未来移动互联网必然将继续扩大份额，智能手机的生活权重很高，移动充电是一个非常理想的入口。我来之前只考虑了2个小时，就放弃了价值千万的阿里股票加盟街电。”

“为什么现在很多人唱衰这个模式呢？主要是些入局者没弄清经营模式、盲目跟风，运营不好了、数据难看了，投资自然不会来。”一位业内人士表示无奈，但他对自家产品的盈利模式信心满满。

此前有业内人士告诉记者，“大家为的是线下流量的入口。共享充电宝将是未来线下物联网的节点，连线智能手机用户、以及服务的端口，算是一种布局。可能也是各大巨头关注的点。”换句说话，企业可以通过共享充电宝产生的数据获取用户行为数据，分析用户的喜好，并进行有针对性的服务推送。

“面对这些数据，我们还没有想过如何使用，但这些数据确实能为后期发展提供助力。”一位共享充电宝的头部玩家来说。

记者了解到，目前企业在产品导流颇有成效，“产品使用频次挺高，我们企业目前实现盈利了，产品立柜也有显示屏，推出定制充电宝机身投放广告，目前广告收入不错。”一位头部企业向记者表示。

一些团队正在加快研发新形态的共享充电宝产品，以期达到和餐馆等合作方的互利双赢。来电科技近日向记者



某品牌共享充电宝

透露，他们预计将在11月推出一款配有屏幕的桌面式共享充电宝，商家可以通过屏幕实现菜品展示、点单等功能。

街电CEO原源认为，目前，行业正在变得理性，很多没想清楚怎么玩的创业者陆续在出局；很多以前认为共享充电宝门槛低的创业者也开始正视这个行业，甚至有人在门外观望一段时间后知难而退。这个行业真正能玩得转的，也就剩下头部的几家企业。

4.5个月回本 投资者对模式有褒有贬

金沙江创投合伙人朱啸虎认为，充电是刚需，未来几年内无法解决这个问题。也有投资者认为市场不大、技术变更风险很高、盈利困难模式单一。

乐电宣布停运后，记者联系了乐电母公司杭州兔兔帮科技有限公司，对方工作人员简单表示“就是调整”，一切“根据公告来”。随后记者尝试联系乐电创始人楼莹莹，但未果。

而在此前，楼莹莹曾向媒体表示，已从共享充电宝行业转战其他领域，对于乐电项目的失败，楼莹莹反思为“目前大家脚步都太快了，很多方面都需要进行良好的调整”。

有业内人士认为，共享充电宝属于重资产行业，资金跟不上必然面临风险，但在初期共享充电宝并未受到资本青睐。松禾资本业务合伙人张海春曾表示，充电宝租赁技术门槛较低、模式容易被复制。这是一门生意，但不容易做大。乐电在投入运营后的七个月内没能拿到投资。

随着行业不断发展，共享充电宝盈利模式开始显现。据艾瑞咨询之前的数据显示，来电科技、小电科技、怪兽充电宝的成本100—150元，每个充电宝一天平均租借频次为一次，单次收入为1元左右，单个充电宝回本周期平均4.5个月。按此计算，再加上流量变现的收入，头部几家企业正处在回本盈利期。

这个时候，投资者也开始涌入。在众多投资者中，聚美优品创始人陈欧大概是最高调的一位，也正是他和王思聪的赌约为共享充电宝带来了空前的关注度和话题度。陈欧在宣布投资街电时

曾有言“我相信共享充电宝的商业模式足够让它在半年的时间远远超过任何垂直电商”，甚至期待街电在未来的发展会超过由自己创立的聚美。

其他投资者们对共享充电宝的关注多数集中在共享充电宝本身解决用户充电痛点的合理性，以及其在具体使用场景中带来的附加价值上。

金沙江创投合伙人朱啸虎曾表示自己与小电创始人唐永波只聊了半小时就定下了投资，面谈前的小插曲起了更大的作用——朱啸虎的手机因为王者荣耀没电了，用唐永波带来的小电样机充上了电。“所以充电是刚需，未来几年内无法解决这个问题”，朱啸虎表示。

投资了来电的SIG，其合伙人张琳娜则看中了共享充电宝作为线下流量入口的可能性，“基于LBS的线下场景导流、信用消费、广告都是可以承载的业态”。

如今共享充电宝经历行业调整，资本开始重新审视这个“风口”。“一开始资本方对于共享充电宝的期待过高，甚至将其上升至共享单车级别来对待，但经过几个月的发展并未达到各方的预期，短期内难以回本盈利。”一位投资人向新京报记者表示，大家蜂拥而入这个行业，破坏了盈利的模型。“之前商家是求着企业入驻，但入驻玩家太多，如今需要不菲的入场费，盈利周期拉长，这就需要靠企业不断融资维持运营。”该创投人士进一步说明，共享充电宝的生命周期较短，如果短时间内不能收回成本实现盈利，共享充电宝就没有太大意义。

上述投资人的说法得到了企业的印证。一位共享充电宝企业负责人向记者表示，一些小企业破坏了市场秩序，以前商家得自己购买设备，现在设备进到某些商家却要交入场费，这是一个不健康的现状。

“资本市场对这个赛道已经没有热情了。市场不大、毛利率低、技术变更风险很高、盈利困难模式单一等问题我们很清楚，资本已经不青睐这个市场。”一位知名投资机构的投资人表示。

据新华网

炒家囤蒜巨亏：谁动了我的“蒜”盘

千多元。

刘先生就是这波打错“蒜盘”的囤蒜商之一。今年，他在5.4元/公斤附近收的大蒜，加上入库成本等各项费用，每斤囤蒜的成本在三块多，而他刚刚出手清仓的蒜价还不到4元/公斤。也就是说，每公斤要亏掉两块多，“统共下来亏了16万多，但幸亏都出手了，再往后还不知道会跌成什么样子。”他说。要知道，在2012年的“蒜你惨”中，蒜价一度跌到了每公斤2元以下。

据业内人士介绍，像刘先生这样的交易模式，在当地被称作“炒蒜”。在2010和2016年，蒜价涨到每公斤8元多的时候，还有人大量囤蒜。“炒蒜商”之间还会相互倒手，当这批蒜走到消费者手中时候，已经加过了好几轮价。像这样发“大蒜财”的人每年都有一波。

卓创资讯农产品分析师崔晓娜表示，“炒蒜人”一般是长期钻营在大蒜经销链条上的“业内人”，他们从供应链角度看到商机，通过囤货、鼓动农民惜售等方式人为抬高蒜价，然后伺机抛售，牟取利润。这其中不乏资金抱团的现象。

蒜价周期是决定“炒蒜商”战绩的重要指标，在2009—2010年的“蒜你狠”周期中，大蒜价格一度疯涨超过100倍，甚至超过肉和鸡蛋价格；在2016年最近一轮的“蒜你狠”中，大蒜全年批发均价为每公斤11元，同比上涨88%，比2010年历史高位涨22.9%。

本期望像去年一样再捞一笔的囤蒜商今年彻底“失蒜”了。据山东一位大蒜经纪人张先生介绍，今年全国大蒜价格普遍下跌，当地冷库蒜卖之后，价格起伏不定，最低跌到了3.80元/公斤，这让很多囤蒜的人吃了大亏，一些资金实力雄厚的还能“咬牙”撑一撑，对一些小户甚至借钱囤蒜的人来说，真是有苦说不出。



大蒜的周期

有专家指出，大蒜价格暴涨暴跌的“蒜周期”已成为农产品价格波动的一个样本。农产品的价格周期，主要是由于农产品供求易陷入一个被称为“发散型蛛网”的循环：一旦某种农产品价格上涨，往往会吸引大批农户跟风种植，随后因供大于求而价格暴跌，导致农户纷纷放弃种植，然后又因产量大幅减少而价格暴涨。

此外，据业内人士介绍，气候因素及地方扶持也是促成供求失衡和蒜价波动的重要原因。据了解，在大蒜大涨期间，一些大蒜产区的地方政府见有利可图，盲目引导农民种植大蒜，甚至以发放补贴的形式鼓励农民种植大蒜。

“截至10月24日，金乡县大蒜种植面积为62万亩，现在大蒜种植还没有完全结束，2016年金乡县种植大蒜61.60万亩，同比上涨0.65%，大蒜种植面积与去年基本持平，由于今年大蒜种植期雨水多，个别乡镇淤地种植还没有

结束，预计今年大蒜完全种植结束后，全县大蒜种植面积将小幅上涨。”山东金乡县市场寻广岭调研表示，预计全国大蒜种植面积与去年持平或者略降。

中国农科院在今年1月的一份报告中提到，去年10月大蒜播种面积保守预计约增长10%。库存方面，寻广岭表示，今年大蒜库存量大，全国大蒜库存量在320万吨，比2016年大蒜库存量增加了105万吨。金乡及周边大约有冷库3700个库洞左右，能储存大蒜的库洞大约在2650个，按每个库洞800吨计算，金乡及周边大约储存大蒜大约212万吨，金乡县大蒜库存量达到了155万吨左右，比2016年大蒜库存量122万吨增加了33万吨，大蒜库存量同比上涨27.05%，大蒜库存量大幅上涨，创大蒜库存的历史新高。

崔晓娜认为，供给量增加是今年大蒜价格下降的主要原因。她表示，去年的大蒜价格偏高令蒜农增加了收益，去年秋天主产区的农户都增加了大蒜种植。一位金乡蒜农介绍说，自己在早些

时候将手中的大蒜以4.60元/公斤的价格进行出售，除去化肥等各种成本，每亩地大概能挣1000多元。

其实，今年初夏指出的蒜薹泛滥已经为下半年“蒜你惨”的到来发出预警。

今年5月初，蒜薹价格暴跌，蒜农们纷纷抽蒜薹，直接将大量蒜薹免费送人或者扔掉的消息弥漫了网络。山东部分大蒜产区的蒜薹收购价低至每公斤二三毛钱。一则河南大蒜种植户用电机动车将大量新鲜蒜薹抛入河中的新闻及图片令人唏嘘。

本轮蒜价剧烈波动背后，所谓的炒蒜商这类投机者也被认为是推手之一。据魏先生分析，投机资金的涌入让大蒜的涨价出现“虚火”，大蒜需求并没有明显增长。大蒜加工出口今年也增长有限。相关数据显示，今年前1—9月，全国大蒜累计出口量为126.58万吨，相比2016年同期的116.82万吨仅增加了8%。

“去年大蒜收购价格太高，对大蒜出口造成了不利影响；此外，印尼贸易部2012年第60号部长条例实施后，印尼政府对大蒜进口施行配额管理。印尼是中国大蒜最大的传统出口市场，中国对印尼大蒜出口受到较大影响。此外，全球经济低迷等因素也对大蒜出口造成不利影响。”业内人士对中国证券报记者介绍说。

农户缘何仍扩种