

# 哈啰出行IPO,或将扯下共享单车的最后一块遮羞布



哈啰出行即将IPO的消息,再度引发了人们对于共享单车这个行业的关注,甚至还有人说,共享单车已经成为一个人们生活当中不可或缺的部分。在以摩拜、ofo为代表的共享单车玩家们出局的大背景下,笔者同样曾经有过同样的观点,并且认为经历了那一轮洗牌之后,共享单车的发展将会进入到良性轨道。然而,当我们看到以美团单车、滴滴单车和哈啰出行为代表的共享单车新玩家们依然没有找到任何有新意的玩法,并且依然在用疯狂投放来试图增加用户使用机会,然后再对用户进行疯狂收割的时候,我开始感觉到,或许共享单车存在的意义只存在于资本市场,除此之外,再也没有其他任何新的意义了。

回顾共享单车的发展,我们可以非常直观地看到它与资本有着千丝万缕的联系。资本兴,则共享单车兴;资本衰,则共享单车衰。虽然摩拜单车通过卖身美团的方式得以顺利上岸(或许他们以为是这样的),但是,美团在接手摩拜单车后很显然并没有什么新鲜的玩法,曾经风靡一时的摩拜单车也开始销声匿迹,取而代之的是美团单车的“那一片黄”。反观另外一家共享单车品牌ofo的日子更是难过,除了创始人被限高之外,用户们的押金退还周期更是被不断拉长。

尽管依然还不断有玩家投身到共享单车的领域里,滴滴、美团、哈罗等共享单车的新势力开始崛起,但是,如果分析这些新玩家的玩法,不难发现,他们除了收割用户和流量以及用新的概念在资本市场上讲述新故事之外,再也没有其他新的玩法了。因此,当有关哈啰出行即将IPO的消息开始出现,甚至开始有人说哈啰出行找到了一条共享单车的正确发展道路的时候,我依然对这一观点持谨慎态度。

摩拜、ofo之后,共享单车并未真正上岸经历了千车大战的野蛮生长阶段之后,我们看到的是一场以共享单车的集体溃败为代表的大洗牌。不断有共享单车品牌传出跑路倒闭的消息,悟空单车、小鸣单车等诸多单车平台开始将共享单车的光环一点点褪去,最后蔓延到了头部的摩拜、ofo,共享单车从被冠以“新四大发明”的神奇光环,开始跌落凡尘,成为一堆堆废铁。经历了这样一轮洗牌之后,那些存活下来的共享单车平台开始庆幸自己已经上岸,甚至还有人开始继续玩起了收割流量的旧有套路,但是,如果共享单车仅仅只是停留在这样一个层面上,那么,所谓的成功上岸或许仅仅只是一个美好的想象而已,所谓的躲过一劫,或许是自以为。

资本输血依然是共享单车的生命线。正如上文所讲,资本和共享单车之间存在着相当密切的关系,可以说,如果没有资本的力量,共享单车很难会成为移动互联网时代的创业浪潮当中的一极。虽然在资本退潮的当下,资本的因素在共享单车的发展过程当中已经不再那么重要,但是,如果无法摆

脱对资本的依赖,仅仅只是一味地靠资本输血,所谓的共享单车,或许依然无法称之为是一种合理正确的商业模式。

透过现存的共享单车品牌,我们可以看出这样一种发展脉络。无论是美团单车,还是青桔单车,其实,它们扮演的角色就是充实和完善美团和滴滴的生态体系的角色。换句话说,美团单车、青桔单车并未真正实现盈利,而仅仅只是美团、滴滴提升自身订单量的一个工具而已。而哈啰出行也不例外。它仅仅只是阿里生态体系下的一个增加订单量的工具而已。

说到底,资本输血,依然是延续共享单车发展的生命线,而共享单车所扮演的角色,依然是连接流量的一种手段而已。值得注意的是,同资本丰沛的时候,用户依然可以通过薅羊毛的方式来获得共享单车的红利不同,现在的用户更像是一个被收割的对象。很显然,如果共享单车的发展仅仅只是依靠资本输血来运行,无法找到收割流量之外的全新的发展模式,所谓的共享单车成功上岸或许只是玩家们的一厢情愿而已。

以此次哈啰出行即将IPO的消息为例,虽然可以看成是哈啰出行开始走向更大市场的重要表现,但是,我们同样要看到的是此次IPO同样不代表哈啰出行真正安全了。此前,以瑞幸咖啡为代表的科技公司之所以会被做空,就是因为做空机构看到了这些科技背后的商业模式漏洞。对于哈啰出行来讲,如果无法摆脱以资本输血为主导的发展模式,很难说,会成功上岸。

收割流量依然是共享单车的老套路。随着移动互联网行业的发展进入到全新的发展阶段,我们看到的是整个市场格局的基本确定。电商如此,共享单车同样是如此。最近一段时间,以阿里、美团为代表的头部互联网企业接连遭遇反垄断调查就是这一现象的直接体现。由此,我们可以看出,以收割流量为主导的发展模式并不能够长久,只有给互联网物种找到收割流量之外的新盈利模式,才能让它们的发展更加健全和长远。

当共享单车市场的格局基本确定,我们听到的越来越多的声音是用户对于价格的抱怨。这在另外一个方面其实就在告诉我们,共享单车平台,正在用他们在共享单车市场上的优势地位进行收割流量的操作。可以预见的是,随着反垄断的逐渐深入,这种收割流量的发展模式将会面临越来越多的挑战。

从这个角度来看,虽然现在共享单车市场当中的竞争可能没有千车大战时期那样惨烈了,但是,如果共享单车平台依然无法找到新的商业模式,而仅仅只是延续互联网式的收割流量的老套路,所谓的成功上岸依然是一个伪命题。只有彻底跳出收割流量的固定思维,只有真正摆脱对流量的依赖,共享单车的发展才能真正进入到全新的发展阶段。

展阶段。

管理难题依然是共享单车的心头病。在共享单车的浪潮开始退潮之后,我们经常可以看到共享单车堆积如山的画面,甚至还出现了共享单车坟场的词汇。现在,虽然共享单车的乱停乱放的现象已经没有了以往那么严重了,但是,笔者在日常观察当中,依然会看到许多共享单车堵路,乱停乱放的情况。这说明,管理难题依然是困扰共享单车真正走向规范的难题。

笔者认为,管理难题与共享单车依靠流量的商业模式是相悖的。共享单车若想要实现依靠流量来盈利的目的,就必然需要不断增加投放,但是,增加投放之后,面临的一个主要问题就是管理难题。这个矛盾和困境已经在共享单车野蛮生长时期表现得淋漓尽致,纵然是共享单车的下半场,这个问题依然没有得到根本性解决。

破解共享单车的管理难题,其实就是要不断拓展和改善共享单车的功能和作用,让共享单车的功能和作用不仅仅只是停留在骑行上,而且还要拓展到骑行之外的更多的层面上。之前,笔者曾经提出过这样一个观点,共享单车应当充当获取数据的角色,不断发挥在数字经济时代的重要作用。从当下共享单车的发展情况来看,很显然,它还没有找到骑行之外的更多的功能和定位。

尽管共享单车的发展已经不及早期那样野蛮,但是,严重依赖资本流量的现实告诉我们,现在说共享单车已经成功上岸,显然是有些为时过早了。所以,当哈啰出行即将IPO的消息甚嚣尘上的时候,我们需要看到的是共享单车市场依然存在的诸多问题,不能一味地自嗨,而忽略了共享单车市场的现实。

哈啰出行IPO,或成一把双刃剑

同外界将哈啰出行IPO看成是共享单车的新开始不同,我更加愿意把哈啰出行IPO看成是一把双刃剑,甚至有可能会扯掉共享单车的最后一块遮羞布。如果无法解决上文提到的共享单车的困境和难题,所谓的哈啰出行的上市,终将成为共享单车彻底跌落神坛的分水岭。

具体来看,破解共享单车严重依赖资本和流量的困局,应当从如下几个方面着手。

挖掘共享单车的新功能和新作用。仅仅只是将共享单车的功能和作用局限在骑行上,但又无法有源源不断的流量作为支撑,共享单车的这种发展模式是无法持续的。对于共享单车来讲,只有不断拓展和延伸共享单车的功能和作用,特别是要将共享单车的功能和作用拓展到骑行之外的更多领域里,才能打破共享单车严重以来流量的发展困境,进入到一个全新的发展阶段。

在我看来,共享单车,作为与用户直接沟通和链接的桥梁,它在即将到来的数字经济时代,应当更多地扮演是数据获取和数据挖掘的工作,再辅之以物联网的技术,实现人与物、物与物之间的联通。如果共享单车仅仅只是依靠概念和营销,而没有挖掘新的

功能和作用,它的发展始终都还停留在互联网时代的层面上,无法真正发生根本性的改变,更无法真正进入到数字经济时代和物联网时代。

因此,未来,共享单车所扮演的一个重要的角色和作用就是数据的获取工具和手段,开启物联网时代的新入口。只有真正把共享单车的功能,从传统的骑行转移到现代的数据收集和获取上,才能真正把共享单车的发展带入到一个全新的发展阶段。

找到共享单车的公共属性与商业属性之间的平衡点。共享单车的概念是在传统意义上的公共自行车的概念上延伸而来的,只不过共享单车用互联网的方式解决了公共自行车道痛点和难题而已。当共享单车在解决公共自行车道痛点和难题过程当中遭遇瓶颈的时候,我们需要的是,如何通过将共享单车与公共自行车相结合的方式,来找到破解这一困境和难题的方式和方法。

从管理上,我们需要找到共享单车的公共属性与商业属性的结合点,让共享单车可以用互联网的方式,来解决公共自行车的痛点和难题。当共享单车不再是“拦路虎”,不再是“路障”的时候,它的发展才算是真正进入到了良性发展的轨道里。

对于美团单车、青桔单车,甚至是哈啰出行都是如此。当共享单车真正找到了公共属性与商业属性的平衡点,不再是一个以流量和资本为生命线的存在的时候,共享单车的发展才算是进入了全新的发展阶段。

增加共享单车的新元素和新内涵。虽然现在的共享单车平台已经不再是野蛮生长时期的平台,但是,对于共享单车本身的新元素和新内涵的增加依然无法满足它的发展,我们还要加入更多的新元素和新内涵,才能让共享单车的发展更加良性和健康。这一点,共享单车可以从当下正在如火如荼地发展的造车上获得一些灵感。

通过将造车的思维应用到共享单车身上,不断用新的元素和概念来充实和完善共享单车,才能让共享单车摆脱仅仅只是局限在外表和概念上的改变,真正让共享单车的发展带入到一个全新的发展阶段。可以预见的是,未来的共享单车只有发生根本性的改变,它的发展才能跳出传统的发展脉络,真正进入到一个全新的时代。

在这个方面,共享单车要与更多的新技术结合,不应该仅仅只是停留在外观上的改变,只有真正用新技术充实共享单车,用新技术改造共享单车,共享单车的发展,才能告别传统的发展瓶颈,真正成为数字经济时代的新元素,成为联通人与数字时代的桥梁和纽带。

哈啰出行即将IPO,非但无法表明它已经成功上岸,甚至还将会扯掉共享单车的最后一块遮羞布。正确地看待哈啰出行上市这件事,并且真正找到共享单车更多的发展新路子,才能让共享单车的发展带入到全新的发展阶段,而不再是一个严重依赖资本和流量的俗套的存在。