

城市共享单车发展的问题与对策研究

——以合肥市为例¹

赵国龙¹，袁 泉²，唐志强³

(1. 安徽财经大学 经济学院，安徽 蚌埠 233030；2. 安徽财经大学 统计与应用数学学院，安徽 蚌埠 233030；3. 安徽财经大学 管理科学与工程学院，安徽 蚌埠 233030)

【摘要】：共享单车作为一种新型环保的共享经济，因自身极强的便捷性和当今互联网技术成熟的发展前提下，迅速在全国各地风靡，在满足人们“最后一公里”的需求、缓解了城市交通压力的同时，也响应了绿色低碳理念，为城市环境保护做出贡献。不过，虽然带来了极大的便捷，但共享单车在发展过程中也产生许多问题，因此将以合肥市为例，研究共享单车发展过程中出现的问题，分析并提出对策，旨在促进共享单车发展。

【关键词】：共享单车；发展现状；对策研究

【中图分类号】：F27 **【文献标识码】**：A **【doi】**：10.19311/j.cnki.1672-3198.2018.22.031

随着社会经济水平的提高，人们的需求日益增长，城市发展加快的同时机动车越来越多，但同时也带来了逐渐增长的交通压力，人们的出行结构发生很大改变。面对快速的社会节奏，如何解决从家到地铁、公交站，从公交站到公司这样的短途行程也成为了一个问题，而共享单车的出现，很好的解决了这个问题，填补了市场的空白，并且正在快速发展着。

回顾过去不难发现，共享单车并不是凭空出现，2007 年-2010 年，国内开始引进国外公共单车模式，由政府主导分城市管理，多为有桩单车，这是中国共享单车发展的第一阶段。2010 年-2014 年为第二阶段，以永安行为代表的经营单车市场的企业出现，但公共单车仍然以有桩为主。2014 年，四位北大青年共同创立 ofo，致力于解决大学校园的出行问题，随后 ofo 也从校园走向社会，更加便捷的无桩单车开始取代有桩单车，共享单车开始了它的第三阶段。另一方面，在互联网技术快速发展的前提下，自 2006 年出现首家专业租车网站以来，人们的在线出行服务行业迅速发展，由线上租车到拼车代驾，再到网约快车出租车，共享出行的方式成为其中的主流服务，但是网约车的出现依然无法很好解决“最后一公里”的问题，比起费用高的网约车，共享单车更受到青睐，可以说市场催生了共享单车行业。既然共享单车对人们的出行造成了这么大的影响，我们更应该注意到其发展过程中所出现的问题，只有不断完善，才能够更好的发挥共享单车的作用，造福于人。本文就将研究合肥市共享单车的发展现状和问题，提出建议，促进合肥市共享单车市场更好更快发展。

1、合肥市共享单车发展现状

¹**【基金项目】**：2017 年大学生创新创业国家级创新训练项目《城市共享单车发展的问题与对策研究——以合肥市为例》（编号 201710378195）研究成果。

【指导老师】：黄敦平。

1.1 发展规模

自 2017 年 1 月 4 日 ofo 正式入驻以来，摩拜、酷奇等品牌的共享单车相继入驻合肥，但是由于市场以及资金实力悬殊，目前合肥市场主要是 ofo、摩拜以及拥

有阿里支持的哈罗单车“三足鼎立”的局面，三家企业必将进行长期的竞争。据统计，目前合肥市的共享单车总量已近达到了 70 万辆，虽然数量上满足了人们的出行需要，但是共享单车过度投放而造成的泛滥情况不容忽视。

1.2 政府政策

2017 年 1 月，合肥市交通运输局发出《关于合肥市公共自行车建设实施方案征询意见的公示》，全市计划用三年时间，基本实现合肥市城区公共自行车全覆盖，其中 2017 年建设服务网点 600 个、投放公共自行车 2 万辆。同年 10 月 18 日，合肥市政府第 100 次常务会议审议通过了《鼓励和规范互联网租赁自行车发展的实施意见》，在为共享单车营造良好发展环境的同时，合肥市从“押金”、“停放”、“人身安全”等方面，对共享单车企业提出要求。但是并未颁布详尽的共享单车管理办法，在对合肥市共享单车市场进行调控的同时，管理办法的正式发布还有一段路要走。

1.3 用户情况

据统计，共享单车用户中男性居多，占 65.7%，女性占 34.3%，用户集中在 26-35 岁之间，占 65.0%，36-45 岁及 25 岁以下用户各占 21.0%，用户整体学历偏高，本科学历占 71.7%。根据 2018 年 4 月 3 日摩拜单车发布的《摩拜合肥一周年骑行报告》，合肥共享单车用户平均骑行距离为 1.58 公里，单次骑行的平均速度为每小时 9.43 公里，这也许佐证了合肥用户偏爱闲适生活的态度，根据报告显示，蜀山区居民最爱骑车出行，骑行占比达到 34%，包河区和瑶海区分列二、三，骑行占比分别为 21%和 17%。通过合肥地区骑行热力图我们可以得知，地铁一、二号沿线、万象城、国购广场、财富广场等区域长期为合肥市民骑行集中点，共享单车能够满足市民“最后一公里”的需求。

2、合肥市共享单车发展过程中出现的问题

2.1 用户的素养有待提高

共享单车正因为其无桩式设计所带来的便捷性而快速发展起来，但是也正因如此，部分用户无视道德规范，将随意停放的良好初衷演变成了乱停乱放，占用了很多的公共空间，甚至恶意毁坏，私自涂装拆锁将共享单车占为己有，更有甚者偷盗共享单车进行贩卖，这些问题的存在直接反映的是公民素养问题，素养的提高需要行为准则的规范以及我们一代一代的不断努力。

2.2 小规模企业涌入市场

2016 年底以来，国内共享单车火爆起来，一时间几十种品牌的共享单车涌入市场，但是到目前为止，真正能够存活下来的企业屈指可数。许多不具备强大实力的小规模企业，趁着创业浪潮涌入共享单车市场，但是由于缺乏经验技术以及资金链断裂等等原因，最终无奈倒闭收场，但是倒闭的直接受害者就是用户，以至于出现许多单车押金无法退还，用户对共享单车失去信心这样的恶性影响。

2.3 管理混乱

企业对单车的保养检查和维护修理不够到位，对损坏的单车没有一条及时合理的维修和再投入的产业线，以至于许多损坏

的单车被丢弃，同时乱停放车辆的行为也给城管的工作带来很大压力，另外，相互竞争的企业为了抢占市场份额，不计后果的大量投放，也使得单车管理问题更加严峻。作为政府机关，城市基础设施建设不够完善，城市规划不够合理，缺少自行车的停放点，导致城市大量公共空间被占用。缺少对共享单车及时有效的控制，也一定程度上加剧了共享单车管理问题。

3、对策研究与建议

3.1 正式出台管理办法

政府应该尽快收集整理共享单车市场的数据，同时广泛征集市民意见，综合政府、企业和用户的角度，正式出台共享单车管理办法，完善相关的法律法规，对企业的单车投放时间、范围、数量、用户的使用行为等制定标准，以达到市场调控的目的，防止单车泛滥情况的发生。无规矩不成方圆，在约束政府企业用户的条件下，同时需要形成相互监督的政策体系，在有限的范围内实现共享单车的最大作用。

3.2 完善城市规划

既然共享单车已占用了许多城市空间，政府更应该及时做好城市规划，需要进行和完善城市慢行系统建设，对具备条件的现状道路，划设非机动车道、设置隔离设施，为市民安全、便利骑行创造良好条件，在城市建设中要为自行车停放区预留空间。虽然无桩式设计是共享单车的一大特点，但是一味的随意停放适得其反，结合城市具体区域规划，政府在交通枢纽、公交场站、轨道交通站、大型商业区、办公区、医院、旅游景区、企事业单位等公共场所规划停放点位，非公共区域可根据实际，制定本物业范围内的自行车停放点，利用这些停放点，共享单车企业可设置电子围栏，加大定点设置，进一步约束自行车停放行为。另一方面，政府可以借鉴其他地区的先进经验，开拓共享单车停放新模式，例如研发立体自行车车库。据了解，北京已研发三款单车立体车库，分别是树状、云街形状和圆塔形的自行车库，计划明年率先在地铁口、大型超市、小区做试点，合肥市可以在此吸取经验，通过技术创新弥补自行车停车难的不足。

3.3 建立健全用户监管体制

共享单车企业应对用户个人信息进行严格审查，配合政府建立信用积分系统，将用户行为与个人信用挂钩，设置用户反馈系统。如果用户按照规定使用单车，且能够举报违规行为，做好车辆维护等“附加任务”时，增加信用分数获得奖励以激励用户正面行为，同时积极正确地通过技术手段，利用 GPS 定位判断用户视为违规停放车辆，并对违规行为用户扣除信用分数，作出适当处罚，例如减少优惠和短时间暂停使用单车等，当信用分数降到一定数值将永久禁止使用单车，并列入黑名单，造成严重后果的交由公安机关处理，通过严格的监管体制规范用户行为。

3.4 积极探索可持续盈利方式

共享单车的巨大资金投入引起了资本陷阱的担忧，投资者应该提高风险意识，警惕资本泡沫，这也要求企业需要积极探索出一条稳定可持续的盈利模式，在此过程中，政府应该积极支持企业发展，企业也需要积极配合政府，结合企业自身优势与情况，进行 APP 的深度开发，做好直接收取单车费用的重要一环，同时利用费用减免、打折等方式实现与用户的实时互动，还要注意 APP 的宣传作用，通过 APP 广告投放、押金金融、硬件销售等方式，不断探索，形成多方面的稳定盈利模式。

4、结 语

作为共享经济的代表，共享单车正处在快速发展阶段，但是我们也能够发现，共享单车发展过程中会出现许多问题，当然这是一个必然过程，事物发展到成熟的阶段需要经过一系列的成长。本文在共享单车迅猛发展的当下，重点研究合肥市共享单

车发展问题，结合合肥市地方特征，提出了相应的对策与建议，希望能够为合肥市共享单车的长远发展出一份力。想要实现环保效益、经济效益、交通效益、用户效益等多方共赢，真正的可持续发展，共享单车还有很长的路要走。

[参考文献]:

[1]马广奇, 魏梦珂.互联网+”时代下我国共享单车市场的实践困境与应对策略[J]. 企业经济, 2017, 36 (12): 124-128.

[2]张子轩, 吴蔚. 共享单车的现状、问题以及其发展对策建议[J]. 现代商业, 2017, (15): 162-163.

[3]李林峰. 以摩拜单车为例试分析共享单车如何获得可持续盈利[J]. 现代商业, 2016, (35): 110-111.

[4]刘 嘉, 陈泓树, 张婷婷, 吴子健, 任 毅. 共享单车使用情况调查及建议对策分析[J/OL]. 现代营销 (下旬刊), 2018, (03): 232-233.

[5]颜冉, 储金龙, 杨新刚. 城市居民使用共享单车意向研究——以合肥为例[J]. 交通信息与安全, 2017, 35 (06): 101-107+114.