

共享雨伞亮相桂林街头

半小时 5 毛钱, 你会用吗?

随着共享理念逐渐融入市民生活, 桂林共享产品开始百花齐放。16 日晚上, 桂林中山路、滨江路上悄悄出现了一种新鲜事物——共享雨伞。共享雨伞跟共享单车一样, 也属于“共享经济”, 只需要扫扫码, 即可使用。

自从小黄车、摩拜单车进驻桂林后, 满足了市民和游客短途出行的需要。刚刚进驻的共享雨伞, 是否可以实现市民雨天外出“不带伞”的便捷梦呢?



↑ 放置在阳桥头的共享雨伞。
记者刘舒慧 摄



← 市民在查看路边的共享雨伞。记者李凯 摄

3 欢迎市民带回家“共享”

对于共享雨伞进入桂林, 桂林市民又有什么看法呢?

记者走访了多地放有共享雨伞的位置, 发现不少路人都是比较感兴趣, 有的还和身边同行的人在讨论着。17 日下午, 恰逢阴天, 温度稍高, 记者观察到, 许多共享雨伞还未被使用, 整齐地挂在栏杆上。许多市民从共享雨伞放置点走过, 都持观望态度, 虽然看到了, 但因为没说明, 一般人不敢拿, 几个路人经过看看就走了。

市民秦女士告诉记者, 看到共享雨伞这一新鲜事物后, 她尝试进行了注册, “感觉有点不方便, 不能一扫码就进行使用, 还需要用流量下载 APP, 这点有些不方便。”

在阳桥头观察共享雨伞的市民唐先生表示, “对于老人家来说, 不会使用手机进行扫码下载, 无法使用共享雨伞, 享受不到这样的便利。”

市民高先生则表示不看好共享雨伞。“平时花个十多块钱就可以买到雨伞了, 谁会花一元钱用共享雨伞呢? 长期使用成本还是太高了。”

共享单车投放市场后, 有的人记住密码, 将共享单车带回家中“私

享”、“专车专用”。这一弊端, 也可能出现在共享雨伞上。针对市民用户记住密码这一问题, 赵书平表示一点不担忧。

“共享事物投放到市场上, 实际上就意味着市民可以专享。”赵书平坦然道, 我们希望使用者将雨伞带回家, 由于伞本身的特性, 市民带回家更利于雨伞的保养。此外, 他表示, 知道密码的话, 家人之间可以共享。“雨伞不带回家使用, 反而损失会更大, 我们是主张大家带回去共享, 虽然在一定局面上造成了私享, 但考虑到雨伞的易丢失或不易携带, 最终雨伞还是处于共享局面的。”

而在维护上, 赵书平表示, 市民使用过程中发现伞破坏, 可以在 APP 上提交伞破损的原因, 将伞合上即可还伞。我们的工作人员会去现场将伞收回进行维修。此外, 公司还组建了一支 2 人的天使送伞团队, 负责雨伞的投放以及回收。如遇大雨, 碰上不会使用的小学生和老人, 会启动免费开锁功能, 给人们免费使用。

4 未来市场仍有待观察

随着共享单车在全国风靡, 进入 2017 年, 国内的共享经济市场迎来爆发期。

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》数据显示, 2016 年中国共享经济市场规模达 39450 亿元, 增长率为 76.4%, 巨大的市场潜力吸引诸多创业者、资本抢占和布局, 共享汽车、雨伞、充电宝、车位、篮球等层出不穷。

共享雨伞进驻桂林, 前景如何?

广西师范大学经济学博士贤成毅分析, 共享经济应该是未来发展的趋势, 共享指的是社会资源的最大化利用, 像单车或者雨伞这种平时不经常用, 市民使用共享资源后, 有利于节约整体社会资源, 对消费者和企业都是有利的。

“但共享经济也面临管理和道德风险两大问题。共享雨伞属于易耗品, 对于公共用品, 一些市民不

爱护, 很容易造成雨伞的损坏或者丢失。如何降低损耗率和丢失率, 这考验着公司管理力度和市民素质问题。而如果这两个问题能够做好, 再加上南方雨季时间较长, 共享雨伞在桂林还是很有市场的。”

赵书平认为, 共享雨伞的市场前景是值得期待的。在前期投入的深圳、广州、珠海、福州等地, 现在已经实现了初步的盈利。此外, 他还透露, 共享雨伞不单单是靠押金、租金来盈利, 还可以靠伞来进行广告投放, “比如伞的内衬、喜袋、伞背、伞带、伞柄等, 都可以按照不同价格来盈利。”

据悉, 未来共享 e 伞“二代”还会加入 GPS 定位和收音机功能。一位业内人士表示, 由于用户对于雨伞是低频非刚需, 所以要达到用户出门不带伞的局面, 还需要一定时间来培养用户的使用习惯, 市场回报周期会比较长, 未来市场如何还有待观察。
记者刘舒慧

1 首批投放 2 万把雨伞

17 日, 在文明路与中山路交接的红绿灯一侧, 几名路人正在研究挂在马路护栏上的 10 多把雨伞。这些雨伞跟彩虹颜色类似, 伞柄上嵌入了智能密码锁, 伞面和伞柄上都有二维码。

记者扫描了二维码并下载了 APP 进行体验。在用手机注册并完成实名认证后, 缴纳了 19 元押金, 充值 9 元后获得了该雨伞的使用权, 租金半小时 0.5 元。和使用共享单车一样, 输入了其中一把伞的编号后, 在雨伞上输入 APP 给出的四位数密码, 按下自动开伞按钮, 伞就会打开。从扫码注册到完成借伞, 整个过程只需要几分钟。使用完毕后, 收伞即可算还上。

随着共享单车进驻桂林, 许多市民对于“共享”二字有了初步的体验与感受,

2 桂林是广西首个投放城市

近段时间, 桂林阴雨连绵, 恰逢共享雨伞进驻桂林, 于是成为了桂林大街小巷一道靓丽的“风景”。

据悉, 桂林是广西首个投入共享雨伞的城市, 赵书平表示, 桂林每年的降雨天数在 120~130 天左右, 雨季时间较长, 有市场需求, “桂林市区人口密集, 且每年到桂林的游客比较多, 对于雨伞的需求比较大。”赵书平介绍, 公司共享雨伞不单单是要布局整个中国, 也是要推向全世界的, 这一市场需求与桂林国际化的城市特点也相符合。

赵书平认为, 桂林本地市民素质高, 民风淳朴, 接受新事物程度高, 在二三线城市中非常具有代表性。同时公司在布局

全国范围内瞄准“共享经济”商机的企业越来越多, 共享雨伞不外乎是“共享经济”的又一体现。

据了解, 此次进驻桂林的共享雨伞又叫做“e 伞”, 其运营人员于 16 日晚上将 2 万把共享雨伞投放在了桂林街头, 主要位置是桂林北站沿线贯穿中山北路、中山中路、中山南路, 以及文明路、两江四湖景区、滨江路、各公交站台等。

随后, 记者联系上了共享 e 伞创始人赵书平。他告诉记者, 按照投放比例是常住人口的 10:1 左右, 首批投放 2 万把试运营, 运行良好的话未来还将再投放 2 万把。据共享 e 伞数据统计, 首日注册人数超 3000, 首日使用率为 15%。

深圳、广州、珠海等地后, 也希望趁着现在梅雨时节, 尽快将整个中国市场占领, 投放桂林也符合公司整体布局计划。

“我们在投放桂林时, 也做了一些市场调查。”赵书平解释, 一些本地桂林“90 后”或者“00 后”学生表示, 平时出来玩都懒得带伞, 而一些“85 后”则表示, 平时带包出来, 带的东西已经够多了, 如果再加一把伞就不堪重负了, 而且伞还特别容易丢, 如果街道上出现共享雨伞随拿随放, 将为出行带来很大的方便。

“未来我们将覆盖桂林十二县区, 还会结合桂林旅游城市的特点, 进行数据分析和投放区域的调配, 更大程度满足桂林市民和游客的需求。”赵书平介绍道。