

1小时起步4元

电用完只充了30%

共享充电宝成新刺客？

去年夏天，“雪糕刺客”被大众热议，很少有人注意到，今年夏天，被不少人在手机没电时视为“救命稻草”的共享充电宝正变成新的“价格刺客”。

智能手机普及的当下，共享充电宝为了顺应消费者随时充电的需求应运而生。但随着共享充电宝市场的发展，收费过高、计费乱象不断、押金无故扣除无法退还等问题频频发生。

记者观察到，在黑猫投诉平台上，针对共享充电宝的投诉记录已超过11.7万条。

共享充电宝涨价了

这两天，杭州市民高女士意外发现自己上个月在市区租借的一台共享充电宝，充1小时30多分钟竟然收取了8元，而在4月份连续两次使用怪兽充电品牌的共享充电宝，两次扣费合计更是高达50多元。更让她百思不得其解的是，自己明明没有租借很久，为何费用如此之高，通过对比历年价格，她发现，共享充电宝涨价了，而且涨得飞快。

据悉，共享充电宝的收费方式是最初几个先行者制定的，当时1小时收费仅0.5元，消费者也未提出异议，后来者就延续了“行业惯例”。

记者了解到，目前主流充电宝每小时租借费用基本都要4元起步，部分品牌设置半小时充电起步，每24小时封顶价格从20元到50元不等。

不少充电宝品牌需要支付99元押金。按照上述基础租借费计算，近年来，共享充电宝每小时的基础租借费用已经翻了8倍。

据报道，近期，还有消费者以测试为目的扫了几个城市的20台共享充电宝。在20台机器中，有18台以1小时为计费单位；另外2台以半小时为计费单位。除了部分标明“可宽限3分钟至6分钟”的机器，消费者哪怕只用了1分钟，也要按照1小时或者半小时收费。

“共享”的本意是尽可能提升物品使用率，以达到便利、省钱、环保的目的。例如，共享单车普遍以15分钟为一个计费单位。不过，按照共享充电宝的收费方式，消费者有时虽然只需要15分钟或者半小时的充电量，但想着已经付了1小时的钱，往往就不着急归还了。如此收费，无助于提高利用率，有违“共享”的初衷。

成本转嫁惹的祸？

据杭州市消保委一项调查显示，84.7%受访者觉得近几年充电宝的计费价格上涨厉害，56.0%受访者表示遇到过在不同场景收费标准不一样的问题。26.7%的受访者表示共享充电宝存在未明示或未经同意，过度收集并传输个人信息的问题。

充电宝的“性价比”问题一直备受争议，市民周女士就对共享充电宝“一言难尽”的充电速度表示不满。

“这些共享充电宝跟自己买的不太一样，总是感觉充电速度很慢，充了半天只充进去一点点，不还吧等于用户花的钱越来越多，还了吧感觉自己根本没充多少。”

市民杨女士也认为，自己用完了充电宝的全部电量，结果手机只充进去了30%的电量，如果开着视频、地图导航之类的大应用，充的速度可能还赶不上掉电的速度。

“有一次我在餐厅租借了一台充电宝，结果饭都吃完了才充进去了不到10%，才出餐厅门，连出租车都没打上电就掉完了，等于白扔了一笔钱。”

有业内人士指出，“用电焦虑”带来了广阔的移动用电需求市场，但事实上这门生意门槛并不高。这也使得越来越多的国内玩家入局共享充电宝赛道，我国共享充电行业越来越饱和。

国内充电宝门店投放早就见顶，多家品牌争夺一家线下客户根本不新鲜，随之而来的是利润挤压。为了生存，品牌商只能将这部分成本转嫁给消费者，这也是近年来共享充电宝屡屡涨价的原因。

行业发展向好 规模超百亿

从共享充电宝应用场景看，餐厅、服务区、商场、酒店等都是消费者经常使用共享充电宝的地点。

艾瑞咨询研报显示，在场景维度，餐饮场景下消费者对于共享充电宝的使用率超五成，其次是室内娱乐场所和商超，且三大主要场景下的借取便利均有较好保障。在决策因素方面，充电效率及归还便利为消费者首要考量。

移动互联网生态的迅速发展和手机耗电快等因素促进共享充电宝行业的快速扩张。在短期内，线下场景依然有待恢复，但从长期来看，一方面，餐饮、旅游等行业将会迎来新一轮的景气回升，从而为行业发展提供充足动力；另一方面，行业准则和相关政策也在不断完善的过程中，这也会更好地帮助行业向规范化、可持续化发展的路径迈进。

艾瑞咨询研报显示，2022年全年数据表现趋于保守，共享充电宝行业规模为100亿元。到2023年，随着居民生产、生活等经济活动的稳步恢复，行业景气回温，行业容量有望增至近170亿元，并于2028年超过700亿元规模。

随着行业迈入精细化发展阶段，品牌商也会从多维度进行产品和服务的升级迭代，力求在满足用户消费诉求的同时，持续优化自身的运营模式。其中，主要方向涵盖了机柜、充电宝的硬件升级，售后体系的细化完善，从上游原材料到下游商户管理等全路径的降本增效，多元化业务的开发，线上线下全渠道拓展及社会价值创造等。

综合中国证券报、
每日经济新闻、
钱江晚报

