

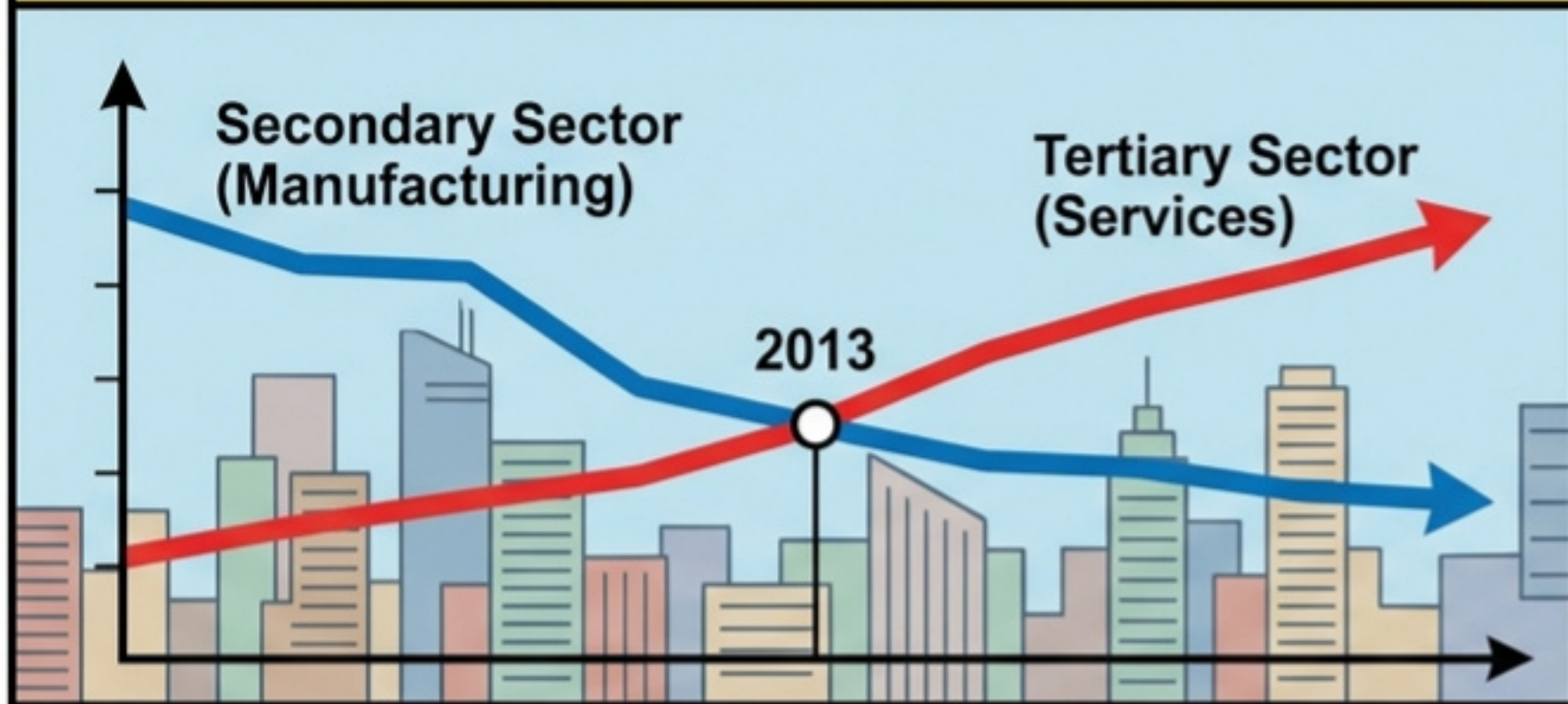
020与共享经济：魔幻撒钱年代

中国互联网故事 | 基于《半拿铁》No.218 真实记录



仅采纳历史真实人名、
数据与引语。无虚构成分。

2014年，O2O元年。线上流量红利见顶，服务业首次成为中国经济最大板块，智能手机全面普及。



为什么资本如此疯狂？因为在理想的纸面模型里，这台印钞机转得太快了。

单车成本：200-300元

每天被骑：8-10次

每次收费：几毛至1元

= 几个月回本，剩下全是纯利润！

“这是我投过的项目里，
账算得最快的一个。”

摩拜 Mobike



成本 3000元
轴传动（无链条）
实心胎（永不爆胎）
全铝车身（防锈）
智能锁 + 发电轮毂
重达 25公斤。

技术与产品驱动。

ofo 小黄车



成本 200-300元
机械密码锁（极易被破解）
普通充气轮胎（易损耗）
校园共享起家。

速度与规模驱动。

2017年，共享单车进入双寡头大战，演变为巨头的代理人战争与资本狂欢。

“那种不能双向通信的锁不算智能锁，那是哑巴终端...不堪一击。”

免费骑：补贴大战，
完全免费。

红包车：神来之笔的调度设计：
骑角落里的‘僵尸车’不仅免费，
还倒贴发现金。

疯狂数据：
ofo日订单狂飙至
3200万单。

万物皆可共享？当“共享”成为融资密码，荒诞的衍生品层出不穷。



唯一验证盈利

共享充电宝：王思聪打赌吃翔的项目，却因真正的低携带率与高频刚需活了下来。



监管叫停

共享睡眠舱：无需身份件，沦为法外之地与消防隐患。



共享e伞：投三万把，半月全全没。创始人苦笑：初衷就是藏伞于民。

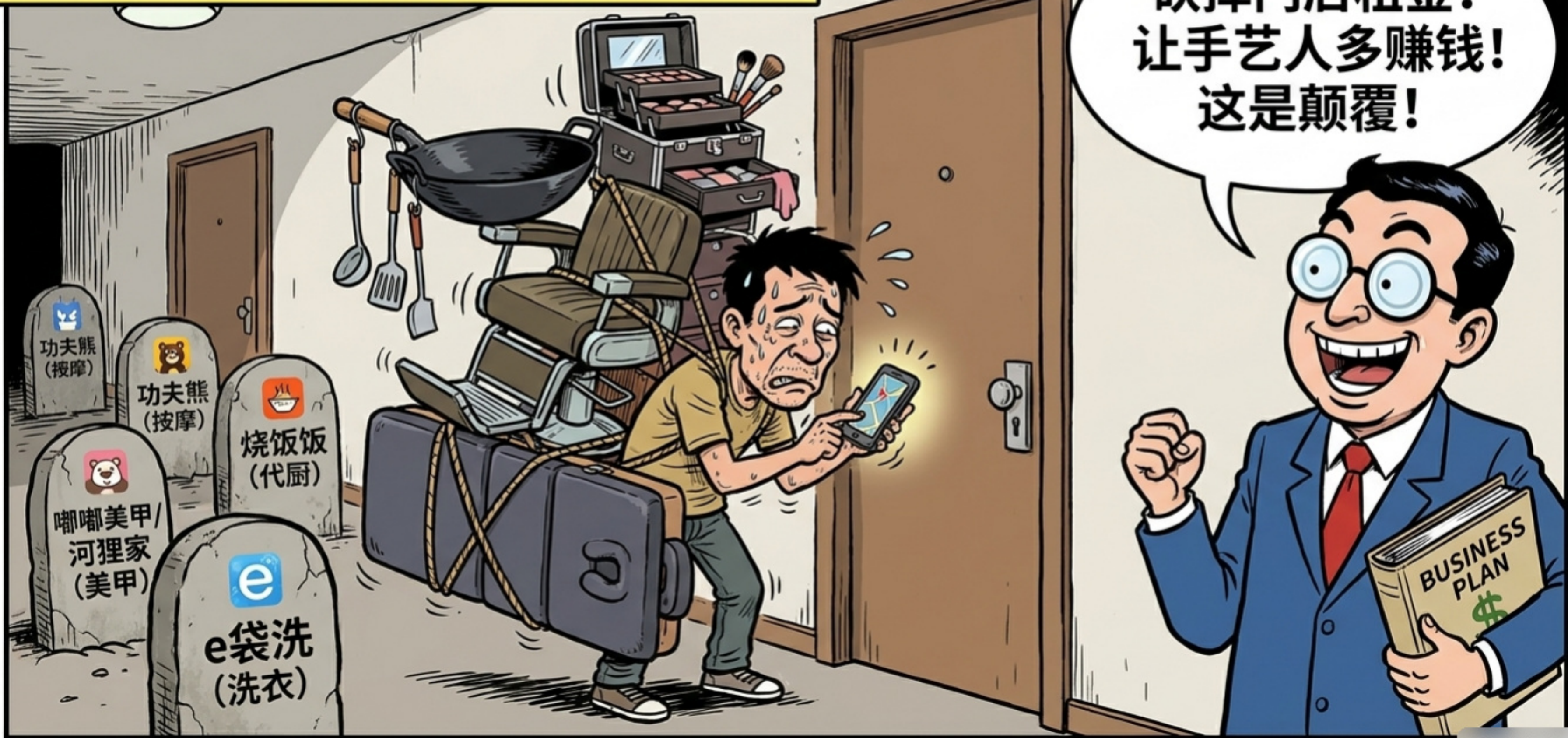
藏伞于民



共享健身舱：夏天变烤箱，高昂的空调电费拖垮成本模型。

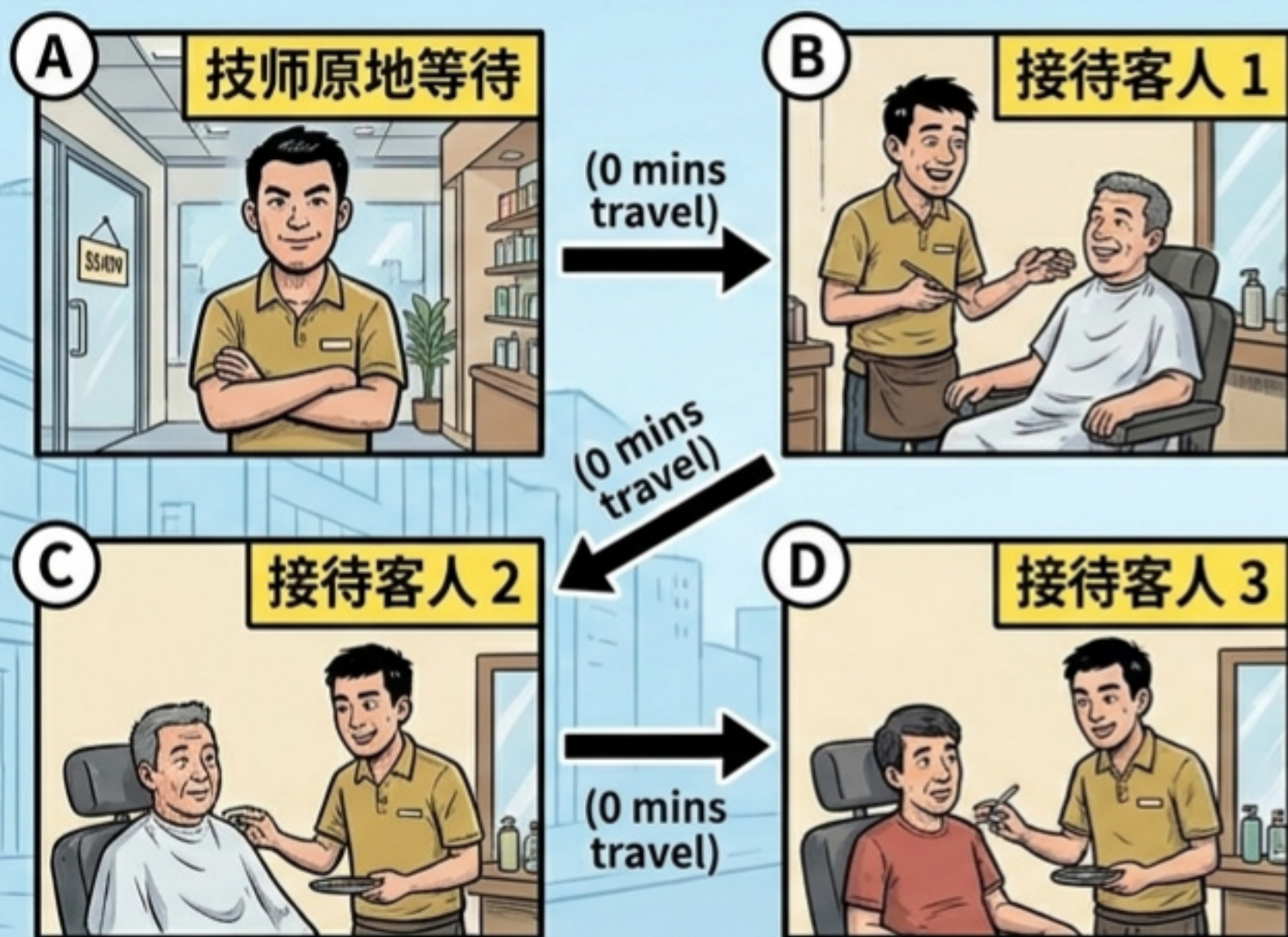
体验极差

O2O的另一大狂热阵地：“上门服务”。
试图砍掉门店租金，解放天下手艺人。



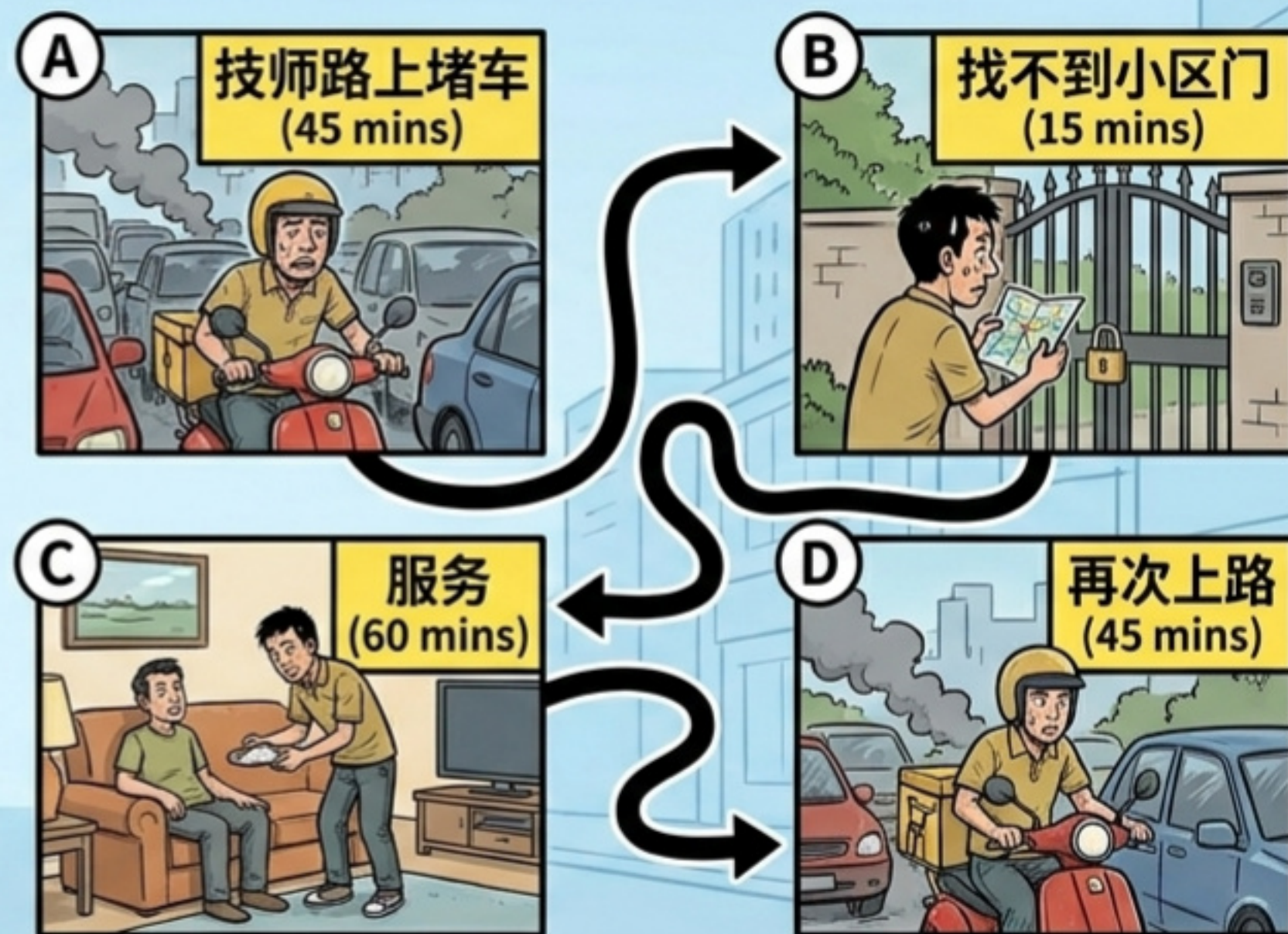
商业逻辑的死穴：O2O忽略了服务业的物理极限。

线下门店



高密度，零交通时间。一天可接8-10单。

上门O2O



效率极低，成本极高。一天只能做3单。
交通时间极大拉低了翻台率。

打车和外卖能成，是因为它们本身就是标准化的“从A到B”的即时位移需求。而上门服务是非标的

2015年，补贴大战达到魔幻巅峰。望京SOHO楼下成了大中华区O2O集散中心。



终局之变：资本面前，创始人的抉择决定了生死。



“ofo的溃败在于一个 veto right（一票否决权）。”



2018年4月，美团27亿美元全资收购摩拜，接盘超10亿美元债务。
（美团财报显示，收购后26天内，摩拜净亏损4.07亿元）。

战争遗迹：无处安置的单车坟场与破碎的产业链。

天津王庆坨镇：
曾经的“自行车第一镇”，被大量烂尾订单与坏账拖垮。

悟空单车：
寻回率仅10%，
90%的车不翼而飞。

小鸣单车：
第一个进入破产清算，每辆车
法拍回收价仅为12元。

凛冬将至：2016年，全面迎来O2O死亡潮。

短短时间内，1,390家创业公司宣布关闭。

980个昔日意气风发的创始人，重新挂出了求职简历。



靠补贴烧出来的伪平台，一旦停止撒钱，需求瞬间归零。



公司死绝了！因为大部分上门服务根本无法标准化，非即时、低频的需求完全缺乏平台的撮合价值！



需求一直存在！保洁、修空调依然有人用。错的不是O2O，而是那套“半年融三轮、一年扩二十城”的疯狂资本模型！

终极结论：商业世界从不奖励宏大的概念，只奖励真实的供需逻辑。

2021年，美甲师小鹿不再依赖O2O平台。她在小红书发笔记，微信接单收款。没有了平台的两头抽成和庞大的办公室开销，她真正实现了手艺人的解放。



当年写在PPT里的O2O是伪需求，但移动支付与社交媒体的普及，最终以一种最朴素的方式，实现了O2O最初的愿景。