共享單車，真是一面無良資本的照妖鏡 | 土逗挖掘機

2017-03-25 林深 Catherine

不要再用國民素質論懟壞車偷車的人了，真有問題的是那些制造混亂、浪費資源、剝削勞工的共享單車資本。這一波共享單車不是人民的福利共享，而商家的利益瓜分。共享單車的未來，還要從所有權出發，一起探索真正的“共享經濟”。

作者 | 林深 Catherine

美編 | 黃山

您騎共享單車時遇到過沒座兒的嗎？您推共享單車時碰上過沒氣兒的嗎？您找共享單車時瞧見過被私家鎖拷上的嗎？

下到北京馬路邊兒老大爺，上至文化名流馬未都，都不禁罵上一句“真他\*的，沒素質！”

近日，一則視頻在微博上流傳。視頻中，一名年輕人因私自將小黃車上鎖而遭到警察呵斥，而一名北京大爺也參與其中，斥責年輕人“不幹人事兒”：這麽好的車，為了國家，我們就應該譴責你！

著名文物收藏家馬未都老師最近也在博客表示：“一輛隨處可騎的單車，方便價廉，不用擔心丟失損毀，你的責任僅是用完放好，其它責任由資本家負責，多好的事情啊，怎麽就不能在朗朗乾坤之下健康成長呢！”

摩拜單車CEO胡瑋煒稱，共享單車是一場考量社會文明道德的社會實驗。毀車亂象之後，媒體紛紛稱共享單車為國民素質的照妖鏡。

共享單車到底得罪了誰？

誰在拆卸共享單車的座兒

媒體連連曝出各大城市共享單車頻頻遭遇的花式“虐待”。

有斬首、破肚、卸腿、捆綁的：

有把共享單車綁架，然後棄之荒野的：

或是在城區內不遵照共享單車app說明亂停亂放的：

在深圳、成都、北京、天津等城市，有人幹脆將共享單車扔進了河裏：

在媒體的呈現中，糟糕的國民素質讓共享單車這項“公共資源”受盡了委屈：“在這個滿城盡是共享單車的季節，沒素質的樣子好醜!”

但有人表示，是《共享單車,真是一面很好的國民照妖鏡》等熱文將國民素質推上了風口浪尖。《新華每日電訊》調查發現，各個城市的受訪者中，很少有人親眼見過媒體上報道的奇葩虐車。摩拜單車上海總經理姚呈武稱，“有可能是個別自媒體為追求‘10萬+’的閱讀數據，把全國極端情況集中列在一起，甚至誇張處理了。”

但這並不能否定單車破壞與偷盜私有確實存在的情況。那麽到底是誰在破壞共享單車呢？

根據摩拜單車和ofo的調查，除了個別“好奇人士”拆車，對共享單車進行大規模破壞的群體主要是黑車、黑摩司機，這些在過去負責“最後一公裏”服務的載客司機被摩拜單車搶了生意，因而采取集中破壞的方式“打擊”他們的競爭對手。

另外，路邊小攤販也是集中破壞共享單車的“兇手”：

2月17日,在濟南市濟濼路濼口服裝市場附近一公交站牌旁邊,十余輛摩拜單車被胡亂堆疊在一起。警方通過現場監控錄像及走訪周邊市民,發現是在附近賣報的李某幹的。因為共享單車的集中擺放,影響了自己擺攤,李某把這些單車堆疊在一邊泄憤。

——《新華每日電訊》

另外，一些寫字樓或者產業園區的物業也曾因隨意停放的共享單車破壞了其區域的停放管理而將之集中扣留、堆積共享單車。

沒有固定停車樁的共享單車比起有樁單車更加“方便”，但它的無限制停放也決定了它可能無限制地侵入城市空間，並瓦解過去的載客模式。因此，共享單車亂停亂放本身就是個偽命題，而破壞、扣留共享單車，與其說是國民素質的鍋，還不如說是共享單車的出現，逼得一些人不得不“使壞”。

那麽是誰讓共享單車瘋狂生長並且造成強大的“破壞性”的？

資本洶湧，共享單車難共享

如視頻中代表國家譴責“單車殺手”的北京大爺一樣將當下各色的共享單車視為公共福利的人不在少數，但事實恰恰相反——如今共享單車的泛濫來自於各家私人資本之間的瘋狂競爭。

縱觀全球，共享單車的運營經歷了從公到私的革變。

1965年，荷蘭阿姆斯特丹的反主流文化運動團體Provo向市議會提出“白色自行車計劃”，要求市政府每年為市民免費提供2萬輛公共自行車，迫使政府解決城市擁堵與交通汙染問題。該項提案被否，於是Provo組織自行將50輛自行車噴刷成白色，放置在阿姆斯特丹城市中心供人免費騎乘。共享單車概念從此而來。

My White Bicycle

Tomorrow - Fab Gear - Classic Flower Power Pop From The Summer Of Love

英國迷幻樂隊為百色自行車計劃出了一首“My White Bicycle”，歌頌該計劃蘊含無政府主義精神。

1995年，哥本哈根在第一次推出的公共自行車系統，開啟了政府和私人公司合作運營的模式：自行車站點和車樁歸哥本哈根政府所有，而針對每日修理破損、監管站點、找回丟車等問題，則雇用私人公司處理。

2007年，國內也開始引入公私合營的有樁公共自行車系統，投放規模有限，共享單車未見泛濫。

2014年，國內的小黃車作為創業項目，最初以app為平台在校園中整合學生手中的自行車資源，並以分成租金為盈利模式。此時的模式尚帶有共享的意味，但已經與公益性無關。

隨後，大量資本的介入讓“共享單車”徹底脫離“共享”的本質，成為私人企業用於盈利的私有租賃物。隨著多輪融資，小黃車實現自主生產，移動互聯網信息技術更新使之突破了固定位置停放的限制，最終走向城市空間。

從此，共享單車不再屬於民間自發團體，也不屬於國家，而是企業的私人財產。

徹底私有化的共享單車帶來了一場瘋狂的市場爭奪戰。據統計，國內現已有摩拜、OFO、Bluegogo、騎唄、Hellobike、永安行等25家公司進軍共享單車領域。摩拜與ofo作為目前共享單車兩大巨頭，在融資輪上血腥廝殺。

在宣傳促銷上也毫不手軟。鋪天蓋地的共享單車廣告通過地鐵、視頻狂轟亂炸：

各家共享單車燒錢補貼：

迅速擴張的共享單車用戶也證實了這項生意的有利可圖。目前國內最大的共享單車企業ofo和摩拜單車的月活躍用戶在2016年最後4個月就增加了逾900萬：

圖片來源：FT中文網

用戶需求量大，投產更加瘋狂。1月23日，摩拜單車宣布與“全球第一大科技制造服務企業”富士康達成行業獨家戰略合作，新增五百余萬產能，摩拜總產能超千萬。

擁有成熟自行車產線的傳統自行車制造廠也開始為共享單車公司的訂單加馬生產。從去年12月到今年3月，天津飛鴿為ofo完成的訂單量高達80萬，月產量已經從10萬台急劇增加到40萬台。富士達工廠則在2017年收獲了ofo在天津產地的最大訂單——1000萬輛，為了滿足這些訂單的生產任務，他們將出口自行車產線調撥，為共享單車生產。

這些自行車源源不斷地進入城市空間。2017年，中國各大城市已增添了200萬輛新自行車。在上海，共享單車已達45萬輛，位居全球首位。

然而，急於爭搶市場的共享單車商家們正在制造一場產能過剩的危機。投入的生產的單車量可能已經超過了實際的需求：

根據中國自行車協會官網的數據，2016年以來全國30多個城市已投放超過200萬輛共享單車，2017年預計投放總量將可能接近2000萬輛，共享單車的產能也可能達到3000萬輛。相比之下，過往中國每年生產8000萬輛單車，其中只有2500萬輛為內需。

——端傳媒《2017年內地新增3000萬共享單車，是創業藍海還是資本泡沫？》

中國各大城市空間短短時間內就被各色共享單車侵占。圖片來源：騰訊網

共享單車品牌混戰，上億資金說燒就燒，目前“賤租買客”、花式競爭的共享單車的結果，可不僅僅是共享單車擁擠，還有大量的資源浪費。同時被大多數人忽略的，是為共享單車資本的狂歡輸盡血汗的底層勞動者。

私有的單車，脆弱的勞工

在激烈的競爭階段，共享單車的野蠻生長帶來了一系列的勞工問題。

首先，共享單車搶了一些人的飯碗，原來依托短途出行、自行車零售維修糊口的從業者一夜之間生計吃緊。一位摩的師傅向鈦媒體表示，從前的極限是一天接18單，自從共享單車推廣以來，日接單已下滑到區區6單，收入銳減三分之二。而自行車行修車、賣車的小店主更是苦不堪言，曾經一天賣出去4-5輛單車，如今一輛也很難賣出去。

同時，共享單車的大量投入又催生了“共享單車運維人”這種全新的職業，然而，這類雇傭關系靈活而脆弱，勞動者的權益難以保障。

公司管理者通過軟件派單的方式管理這些不斷移動的新型運維人員：

除巡邏過程中發現故障車外，公司還給他們發放了裝有運維軟件的手機。這個軟件很像“滴滴打車”，一旦用戶反映故障車輛的所在位置，軟件就給最近的工人“派單”。“接單”後他們會按電子導航趕到現場。所以手機玩得不“溜”的修車大爺們，想跟上節奏就有點難了。

——北京晚報

該職業吸收的多為過去的修車大爺、快遞員和送餐員們，但他們承受著極強的工作壓力：

白班工人早九點上班，晚五點下班，其中有一個半小時的午休時間。夜班工人下午上班，晚十點下班，平均每人每天工作八小時左右，但一旦進入車輛破損高峰期，工作時長可能要接近12個小時。

事實上，工人們雖然每天九點上班，但工作從前一天晚上就已經開始。每天晚高峰過後，運維工人要根據後台大數據，對車輛位置進行合理調配。對於次日出現的單車受損情況，工人們要在下班後取走一些車輛部件，方便第二天直奔修理現場。

——北京晚報

而且，這份活兒卻讓維運工人“吃力不討好”。微信公號“愚公天下”發現，某共享單車公司給維運工人承諾的工資為“2500的基本工資＋500塊錢全勤獎＋2000塊績效技能獎”，然而這不過是公司畫的一張空餅：如果是請假一天，500元全勤獎就一分不會發給你，而2000元的績效技能獎，只是封頂的獎勵，並不是硬性工資。為了保住臨時工作不被解雇，維修工人每天都會“自願”加班2-3小時，而且沒有加班費。此外，這些工人不享受五險一金。

獲得大量生產訂單的自行車制造廠工人則進入了一輪新的剝削。據騰訊財經報道，天津富士達的一條ofo生產線在10分鐘內下線了16輛自行車，每天有超過5000輛ofo下線，共享單車產線上的工人必須兩班倒（每天工作11-12個小時），才能應付大量的訂單。而且，“組裝車間噪音巨大，但大多數工人們並未佩戴耳塞以保護聽力。部分工廠庫房味道刺鼻，亦未見現場工作人員采取防護措施。”

如今，天津、珠三角等地的自行車制造商正拼盡全力招兵買馬以滿足共享單車巨大的生產需求。但一旦用戶需求拉不上去，產能過剩危機一來，工廠減產，這些一時間招之而來的工人該如何處置？

共享單車的未來：共享所有權

圍繞破壞共享單車的不文明行為，共享單車企業一方面為他們的產品增強防毀防盜科技，另一方面發起了單車“獵人”遊戲，讓一些市民義務為公司尋找被隱匿的單車，當場舉報違停行為，並將單車騎回非違停區域。相關部門也參與其中，對“不文明”行為加強管理規範。《新華每日電訊》稱，“根據在北上廣深推廣的經驗，隨著用戶數量的增長和單車投放力度的加大，破壞現象會逐步減少。”但進一步市場化真的能解決共享單車市場化帶來的問題嗎？

當今以私有化、市場化運營為主的共享單車從一開始就充滿了錢味，共享單車就像是披著羊皮的狼，花哨的廣告卻正在掩藏企業盈利本質導致的產能過剩、資源浪費以及勞動剝削。

“為市民解決出行難題、為城市突破環保困境”的口號淪為共享單車資本擴張市場版圖的廣告；目前的低價，也並非公共福利的考量，而是資本價格戰的籌碼。

這場瘋狂的競爭誰是最後的贏家尚不可知，但對於商家來說，只要消費者養成共享單車騎行的習慣，就可能是他們提價收割之時。而這場資本高潮過後，被摔沙灘上的，可能是那些為共享單車企業保駕護航，卻血汗無歸的底層勞動者。

對於共享單車所有權與運營權的重新定義才能讓共享單車回到它的“共享”本質。

漢密爾頓的社會單車（Social Bicycle in Hamilton）項目正在踐行一種多元主體參與的單車共享模式。該項目運營費用由會員費和社會讚助支持，目前最大的讚助者有地方政府、市政交通部門以及當地大學，而讚助權向市民、非盈利組織、學術機構以及大小商家開放，讚助者可以在社區內享受停車費減免、購物打折等回饋。而該項目中資金之外的維運服務則由社區合作夥伴提供。

這類探索的目的不在於杜絕破壞、偷竊等問題，而在於通過所有權、運營權的民主探索，來處理私有化、商業化下的共享單車帶來的混亂、浪費與剝削，最終到達屬於所有人的共享正義。