

2017Q1中国共享充电宝 市场研究报告

2017Q1 China Sharing Mobile Power Bank
Market Research Report

(内部精简版)



研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与共享充电宝用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截至2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。

目录

1 / 2017Q1中国共享充电宝市场概况

2 / 2017Q1中国共享充电宝用户使用行为调查

3 / 中国共享充电宝市场发展趋势预测



PART ONE

2017Q1中国共享 充电宝市场概况

中国共享充电宝市场动态

概念定义

共享充电宝是指企业在定点投放充电宝租赁设备，用户支付一定金额即可快速借到一台充电宝，使用完毕后定点归还。

共享充电宝市场1个月内共10笔融资

3月31日至4月28日，共享充电宝市场共有10笔融资，数十家机构入局，其中不乏IDG、红点中国、元璟资本等知名投资企业和王刚等知名投资人。艾媒咨询分析师认为，在资本寒冬时期，共享充电宝市场被引到移动互联网新风口，资本追捧意味着烧钱补贴大战即将来临。

腾讯、阿里入局共享充电宝市场

2017年4月，腾讯成为小电科技战略投资方。阿里蚂蚁金服和来电科技合作推出信用免押金服务，与街电科技达成深度战略合作关系。艾媒咨询分析师认为，线上流量获利难度日益加大，共享充电宝作为新兴市场，线下快速盈利、支付场景高频，成为互联网巨头争夺关注点。互联网巨头入局，将使共享充电宝市场竞争更加激烈。

来电科技状告街电科技专利侵权

3月30日，深圳来电科技有限公司（简称来电科技）状告深圳街电科技有限公司（简称街电科技）6项专利侵权，其中包括“移动电源的租借系统、方法及租借终端”和“吸纳式充电”两项核心专利，街电科技否认侵权行为，并回应硬件软件皆为自主研发。艾媒咨询分析师认为，共享充电宝市场火热，各厂商不仅在资本层面较量，专利权也成为竞争点，未来市场竞争范围将进一步扩大。

中国共享充电宝市场发展背景

智能手机发展

随着智能手机发展，用户规模扩大，用户对移动设备充电需求加大，对手机耗电快或长时间户外工作的用户而言，充电宝成为必不可少的需求。

流量战场从线上到线下

在BAT的把控下，线上流量获取难度日益加大、回本周期慢，线下流量具有快速变现盈利、受用户关注的特性，流量战场逐渐由线上转向线下。

共享单车市场推动

共享充电宝盈利模式与共享单车类似，且损耗率与硬件成本更低，更适宜共享。在共享单车市场兴起与推动下，共享单车市场受到关注，并迅速发展。

成本门槛低

相对于单车，共享充电宝投入、运营、维修成本低，投资者资本回收速度快。在利好诱惑下，资本方纷纷进行投资，整个市场产生蝴蝶效应。

中国共享充电宝服务场景

移动模式下的移动共享

模式

用户和充电宝均可以移动，装载设备体积大，一台设备可放几十个充电宝，主要分布于机场、火车站、景点等人流量大的地方。

特点

- ✓ 归还方便
- ✓ 使用自由
- × 需支付押金

厂商

来电科技



魔宝电源



固定场景下的移动共享

模式

用户在固定充电设备附近活动，一台设备可放约十个充电宝，主要分布于餐厅、酒吧等小场景。

特点

- ✓ 使用自由
- × 需支付押金
- × 归还不便

厂商

街电科技



固定场景下的固定共享

模式

充电设备固定，线机一体化，不可借走。主要以桌面充电形式分布于小场景。

特点

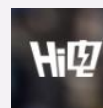
- ✓ 无需押金
- ✓ 成本低
- × 使用场景有限
- × 不适用于人流量大的场景

厂商

小电科技



Hi电

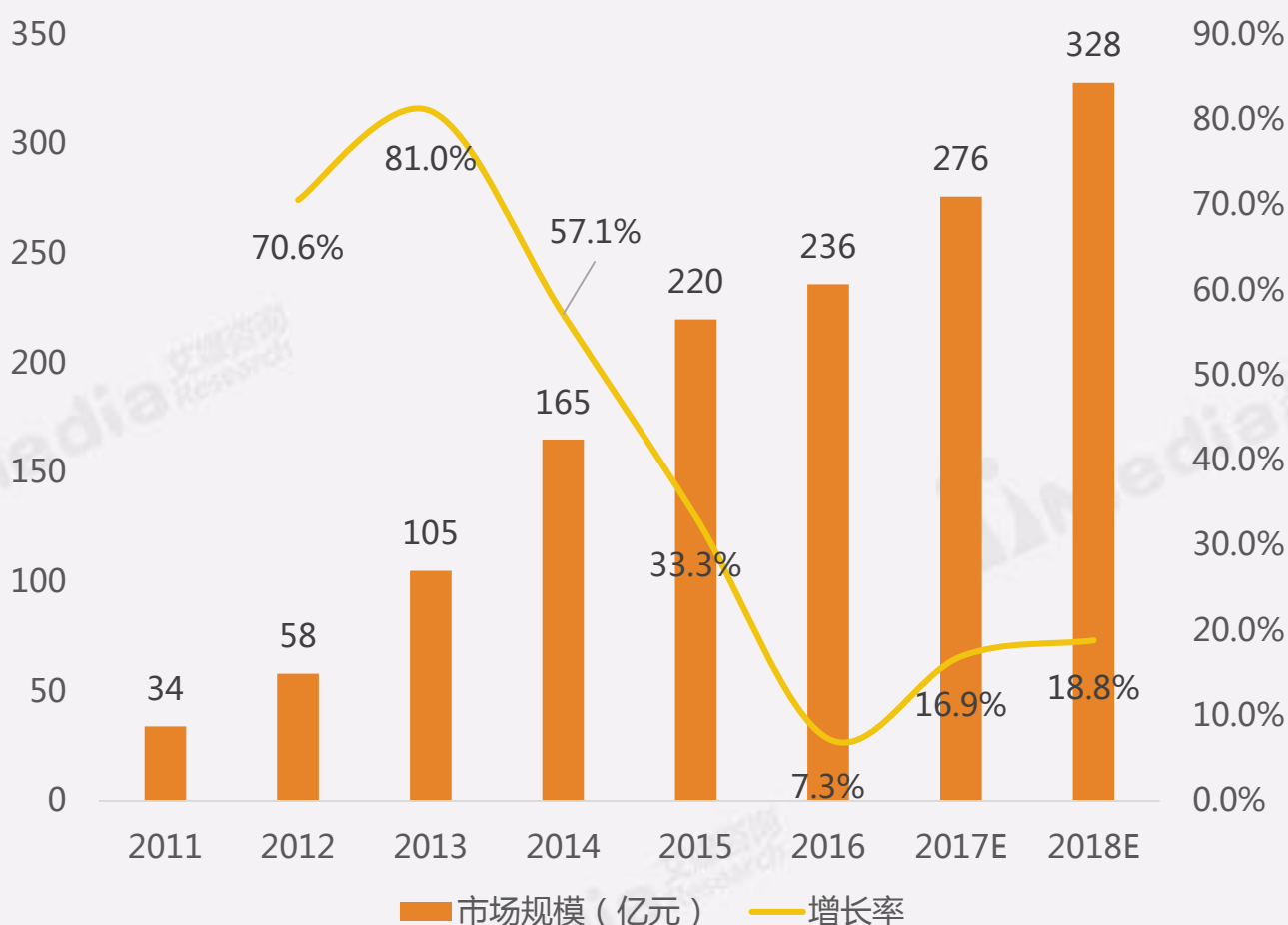


2017年中国移动电源市场规模将达267亿元

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2016年中国移动电源市场达236亿元, 较2015年增长7.3%, 预计2017年将达276亿元。

艾媒咨询分析师认为, 受智能手机终端等移动设备销量增长放缓, 作为终端配件之一的移动电源同样面临增长乏力的困境。2017年, 中国共享经济的风口瞬间转移到共享充电宝上, 多家企业的争先布局, 移动电源产值增长或再次提速。但当前市场针对共享充电宝业务盈利模式仍抱有保留态度, 行业可持续发展能力仍有待市场校验。

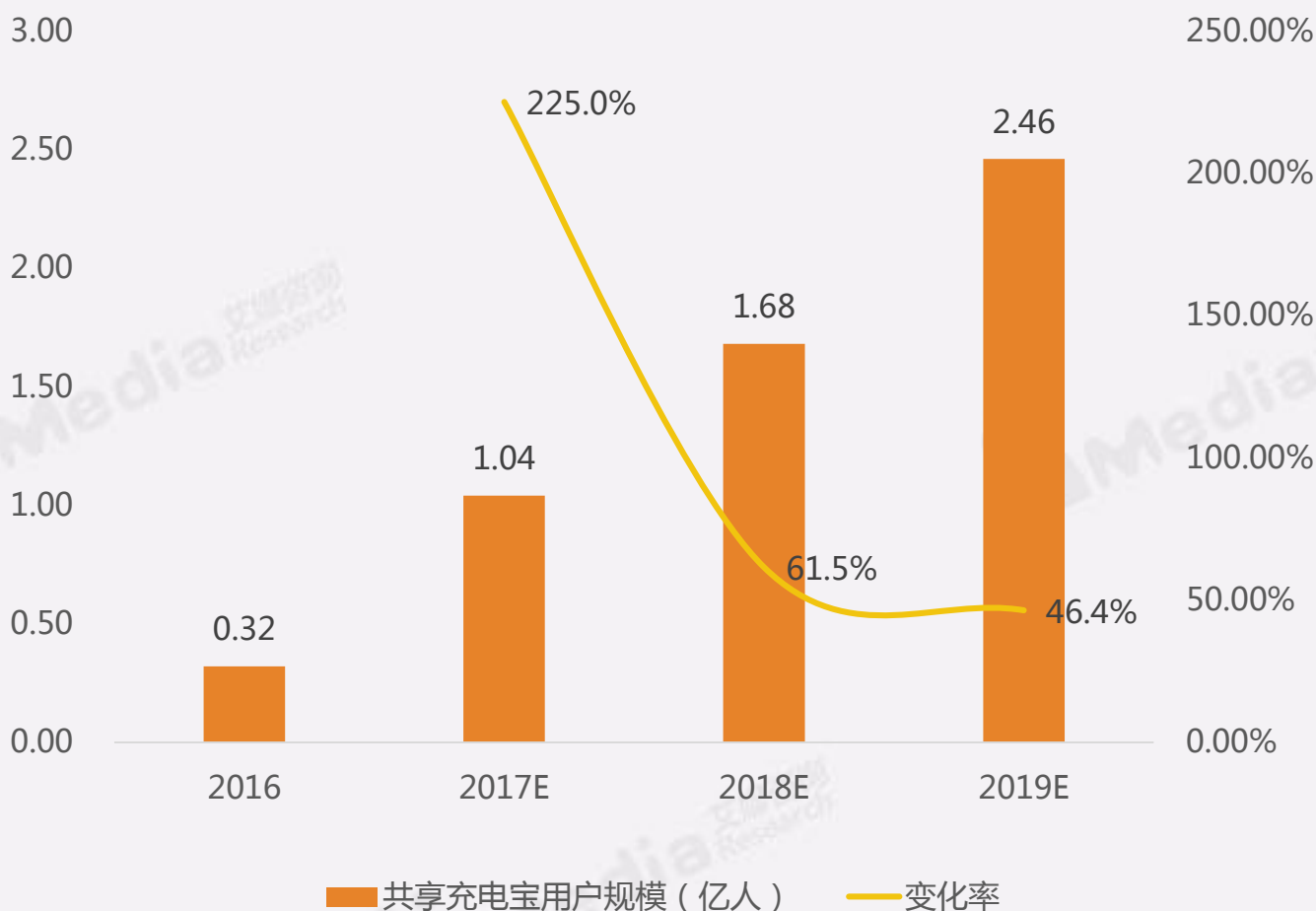
2011-2018年中国移动电源市场规模及预测



2017年中国共享充电宝用户规模 预计将超1亿人

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2016年中国共享充电宝用户规模为0.32亿人。随着资本强势入局, 2017年中国共享充电宝用户规模将呈现爆炸式增长, 预计市场用户规模将达1.04亿人, 增长率为225.0%。2017年, 中国共享经济风口转移到共享充电宝上, 多家企业争先布局, 共享充电宝产品快速渗透。在用户快速增长的同时, 共享充电宝行业的可持续发展能力将进一步核验。

2016-2019年中国共享充电宝用户规模及预测



数据来源: 艾媒北极星 (截至2016年12月底, 北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测)

中国共享充电宝资本市场急剧升温

2017年中国共享充电宝市场获得多方资本投资，在短短一个月内，共有10次融资事件，融资轮次以天使轮和A轮为主。艾媒咨询分析师认为，共享充电宝市场投入成本低，回本速度快，受到投资方青睐。但目前市场尚未成熟，盈利模式仍不明确，大量资本投入将可能引发厂商之间烧钱大战。

中国共享充电宝市场典型融资事件盘点

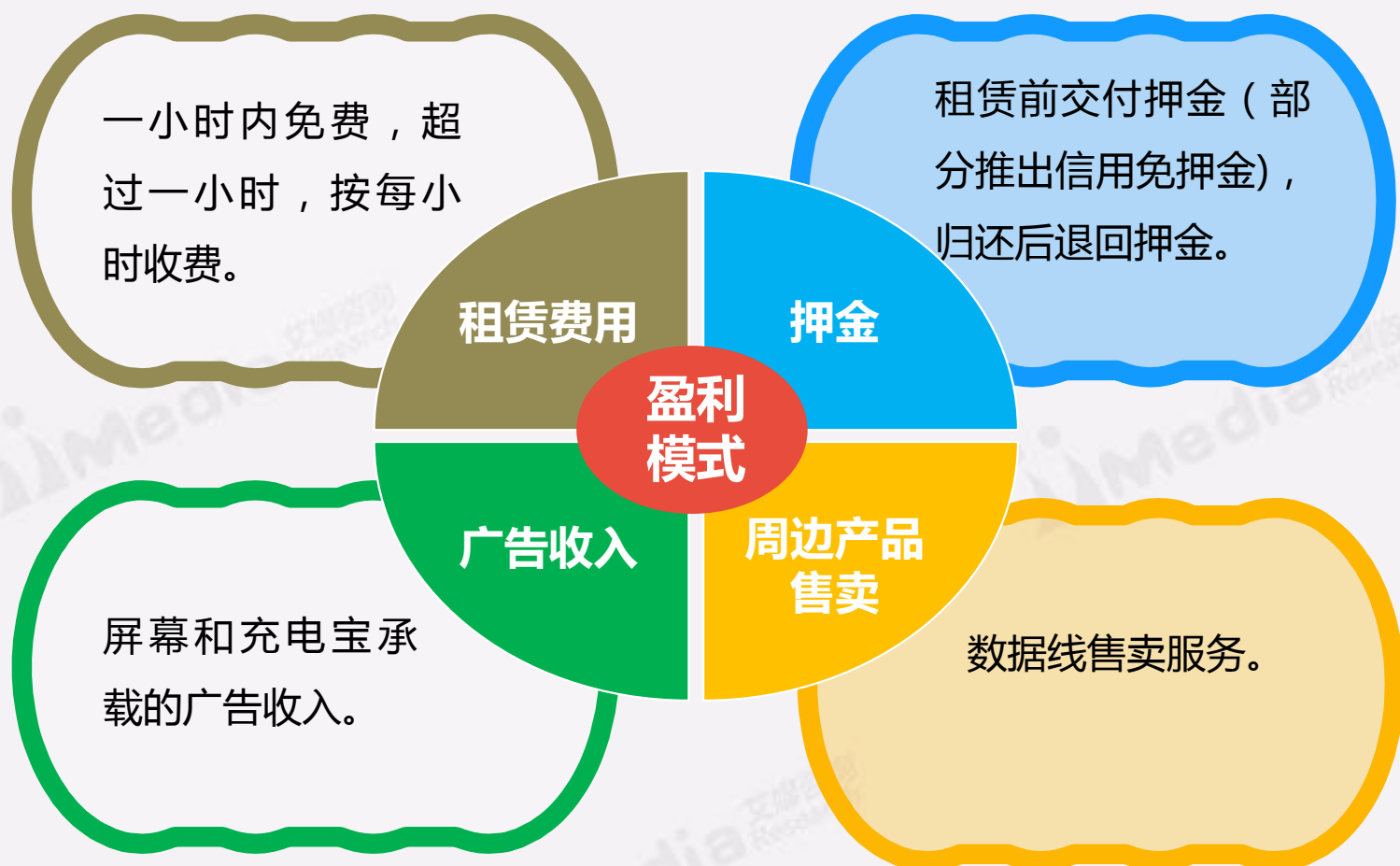
时间	厂商	成立时间	融资轮次	主要投资方	融资金额
1.14	小斑充电	2017.01	天使轮	领汇投资	1500万人民币
3.31	小电科技	2016.12	天使轮	盈动资本、金沙江创投、王刚	数千万人民币
4.01	街电科技	2015.11	A轮	IDG资本、欣旺达	数千万人民币
4.05	来电科技	2014.08	A轮	SIG、红点中国	2000万美元
4.05	魔宝电源	2017.01	天使轮	未透露	数百万人民币
4.10	Hi电	2016.12	天使轮	志拙资本	数千万人民币
4.10	小电科技	2016.12	A轮	腾讯、元璟资本	1亿人民币
4.17	充充	2015.09	天使轮	高飞创投、连一资本、天杰实业	数百万人民币
4.18	河马充电	2016.12	天使轮	梅花天使、祥峰投资、高维资本	数千万人民币
4.18	小宝充电	2017.01	天使轮	险峰长青	数百万人民币
4.21	怪兽充电	2017.03	天使轮	顺为资本、小米科技、紫米科技	数千万人民币

数据来源：根据行业公开信息整理所得，时间截止至4月28日

共享充电宝市场盈利模式有待多元化

目前共享充电宝市场盈利模式主要包括：租赁费用、押金、广告收入、周边产品售卖。艾媒咨询分析师认为，目前行业对共享充电宝行业盈利模式的可持续性大多仍持保留意见。当下共享充电宝厂商致力于扩大市场规模，运营成本居高不下，要实现盈利，市场仍需探寻多元化盈利模式。

分时租赁



中国共享充电宝市场竞争激烈

2017年，中国共享充电宝厂商涌现，市场竞争激烈。其中街电科技、来电科技、小电科技先后完成A轮融资，在行业中占据头部优势，其他共享充电宝厂商纷纷完成天使轮融资，企图扩大市场，占据市场地位。

艾媒咨询分析师认为，共享充电宝市场获得资本投资后急剧升温，市场竞争格局仍不稳定。从短期来看，选择合适的用户与市场范围进行投放，实行优惠政策，有助于厂商市场推广。从长期来看，在产品、品牌、用户使用友好度等方面形成竞争优势，将成为厂商获得市场份额的关键。



注：未穷尽所有共享充电宝厂商。

中国共享充电宝品牌影响力排行

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在2017Q1中国共享充电宝品牌影响力排行中, 来电科技、小电科技、街电科技分列前三位, 影响力指数分别为7.8、7.2、6.8。艾媒咨询分析师认为, 来电科技、小电科技在行业前期受到资本的较大关注, 同时凭借其在市场前期有效的运营推广, 在行业已获取较高关注度。当前市场仍处于起步阶段, 随着各家企业在运营以及产品研发方面多方发力, 后起步的企业仍将有较大机会实现弯道超车。

2017Q1中国共享充电宝品牌影响力排行





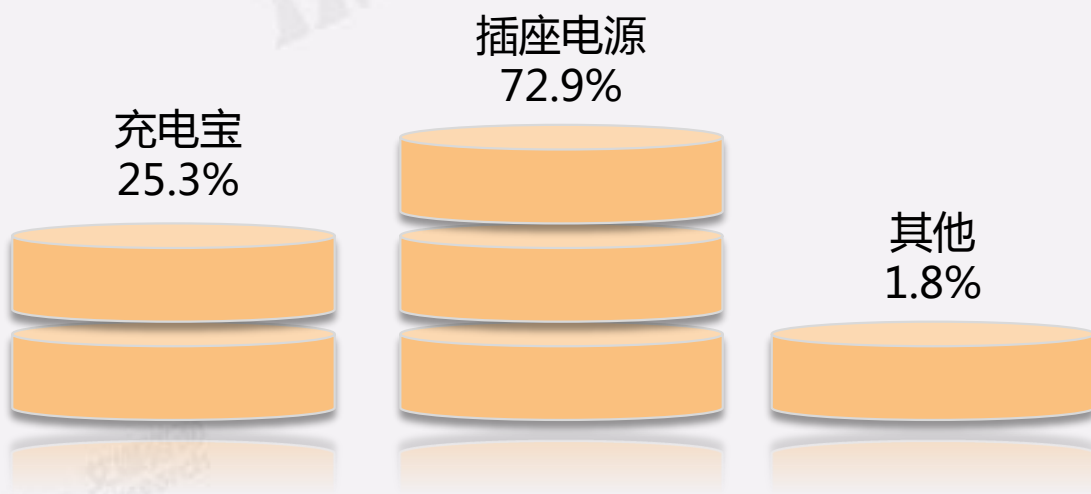
PART TWO

2017Q1中国共享充电宝 用户使用行为调查

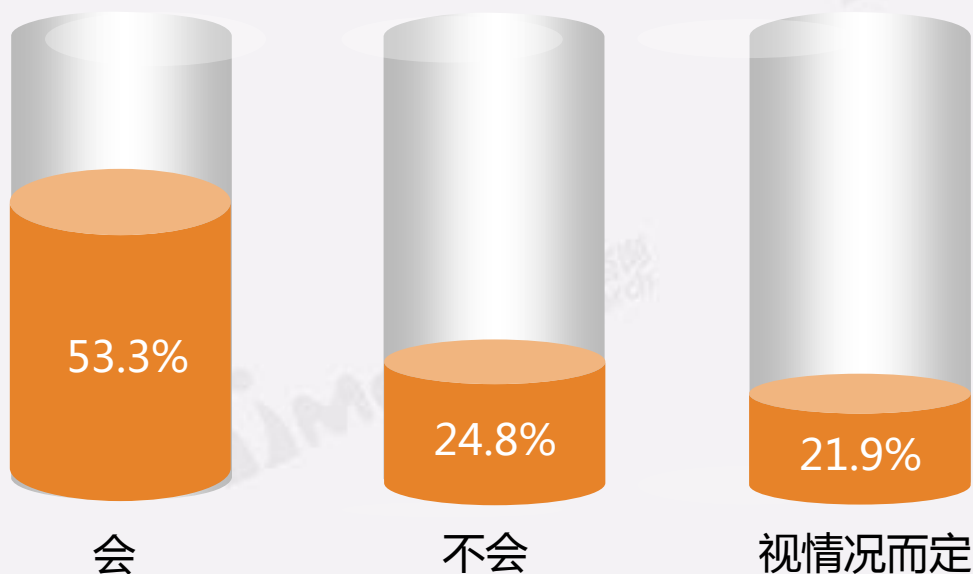
中国共享充电宝市场有待开发

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 目前手机用户主要充电方式为插座电源, 占比为72.9%, 主要使用充电宝充电的用户占比为25.3%。对于共享充电宝这一新兴市场, 53.3%用户表示有使用意愿。艾媒咨询分析师认为, 目前插座电源充电仍为主要充电方式, 但调查结果显示用户使用共享充电宝意愿普遍较高, 整个共享充电宝市场有待开发, 吸引新用户将有助于厂商扩大市场。

2017Q1中国手机网民主要充电方式分布



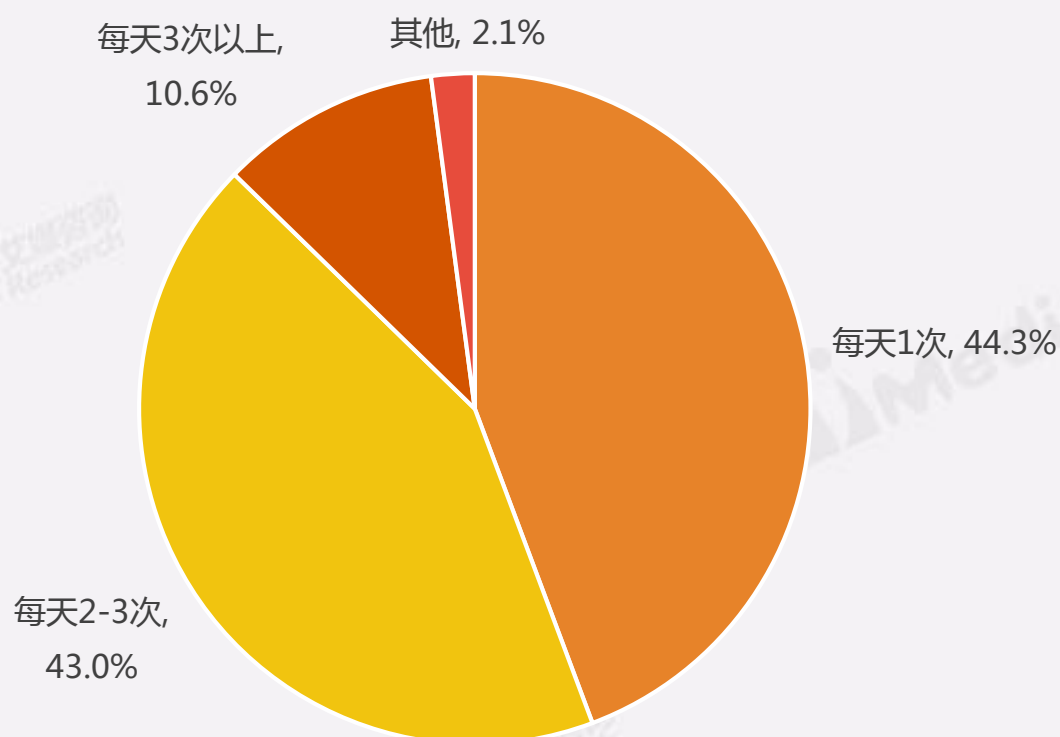
2017Q1中国手机网民使用共享充电宝意愿分布



超五成手机网民每天充电2次及以上

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 每天为移动设备充电1次、2-3次、3次以上的用户占比分别为44.3%、43.0%、10.6%。艾媒咨询分析师认为, 超五成用户每天为移动设备充电不止一次, 用户对充电宝需求较大, 共享充电宝厂商应以这些群体为目标用户, 了解并满足用户需求, 扩大用户规模。

2017Q1中国手机网民为移动设备充电频率分布

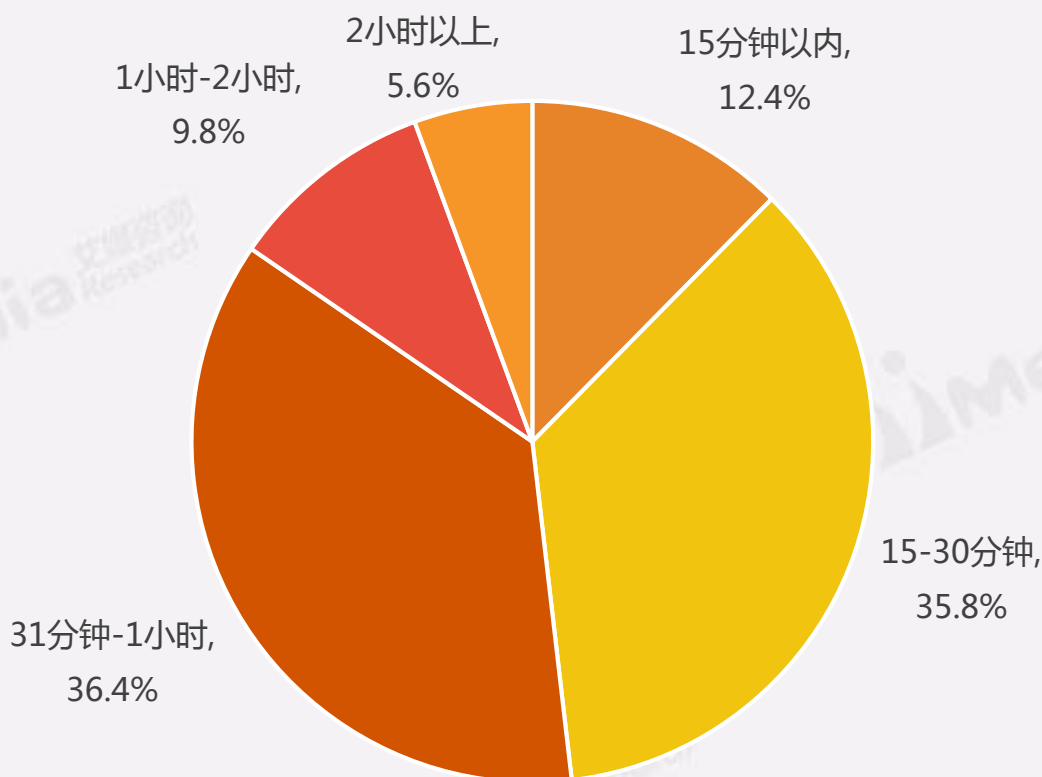


超八成用户每次充电1小时以内

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 中国手机网民单次为移动设备充电时长为31分钟-1小时、15-30分钟的占比较大, 分别为36.4%、35.8%, 单次充电1小时以内的用户占比超八成。

艾媒咨询分析师认为, 大部分手机网民单次为移动设备充电时长较短, 共享充电宝企业实行1小时以内免费充电模式未必能带来租赁费用收入, 未来仍需探寻多元化盈利模式来获取利润收入, 实现长期运营。

2017Q1中国手机网民单次为移动设备充电时长分布

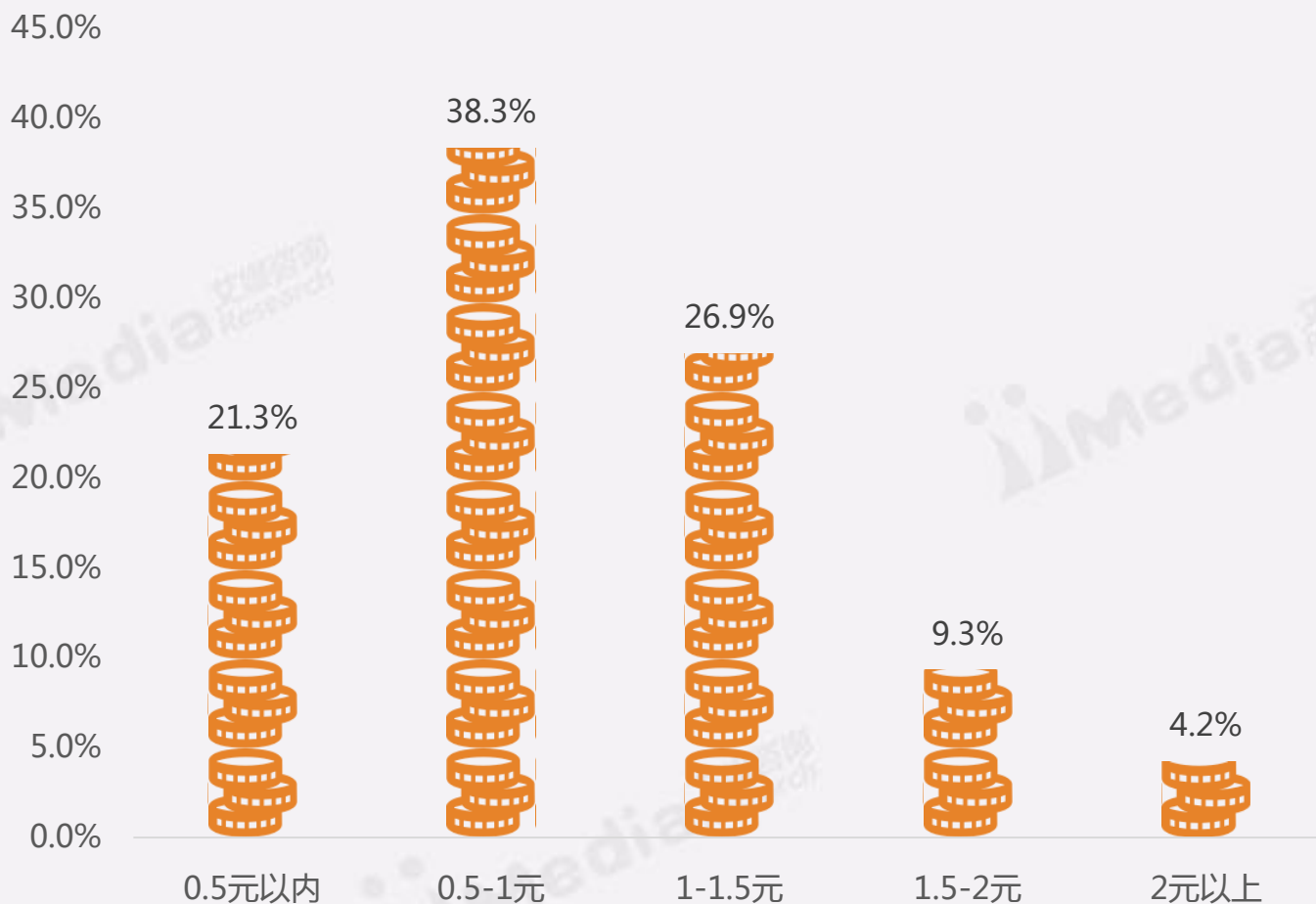


过半用户接受每小时租赁费用1元以内

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 中国手机网民接受每小时0.5-1元的租赁费用占比最大, 为38.3%, 过半用户接受每小时租赁费用在1元以内。

艾媒咨询分析师认为, 低价在一定程度上为共享充电宝厂商带来较多用户来源, 有利于进入市场。但价格战非持久之计, 厂商在满足用户需求的同时, 需实施合理的租赁费用模式, 获取利润。

2017Q1中国手机网民接受共享充电宝租赁费用分布 (按每小时计)

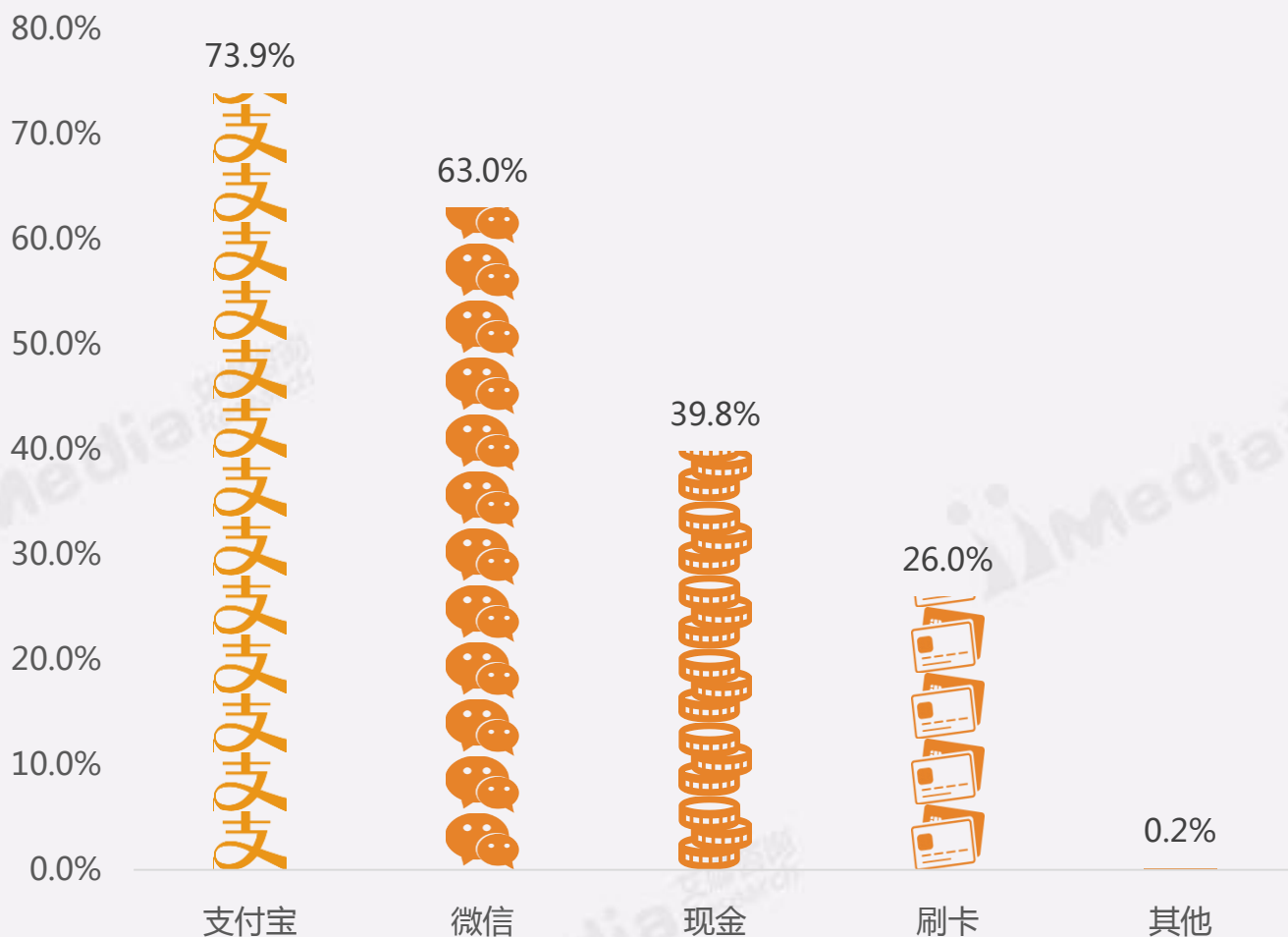


线上支付方式更受用户欢迎

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2017Q1中国手机网民期望在共享充电宝支付方式中, 可以选择支付宝、微信支付, 其占比分别为73.9%、63.0%。

艾媒咨询分析师认为, 支付宝、微信等移动支付为用户提供便利, 但提供现金、刷卡等多样化的支付方式, 能解决用户在手机没电的情况下无法付费租赁的问题, 提升用户体验。

2017Q1中国手机网民期望共享充电宝支付方式分布

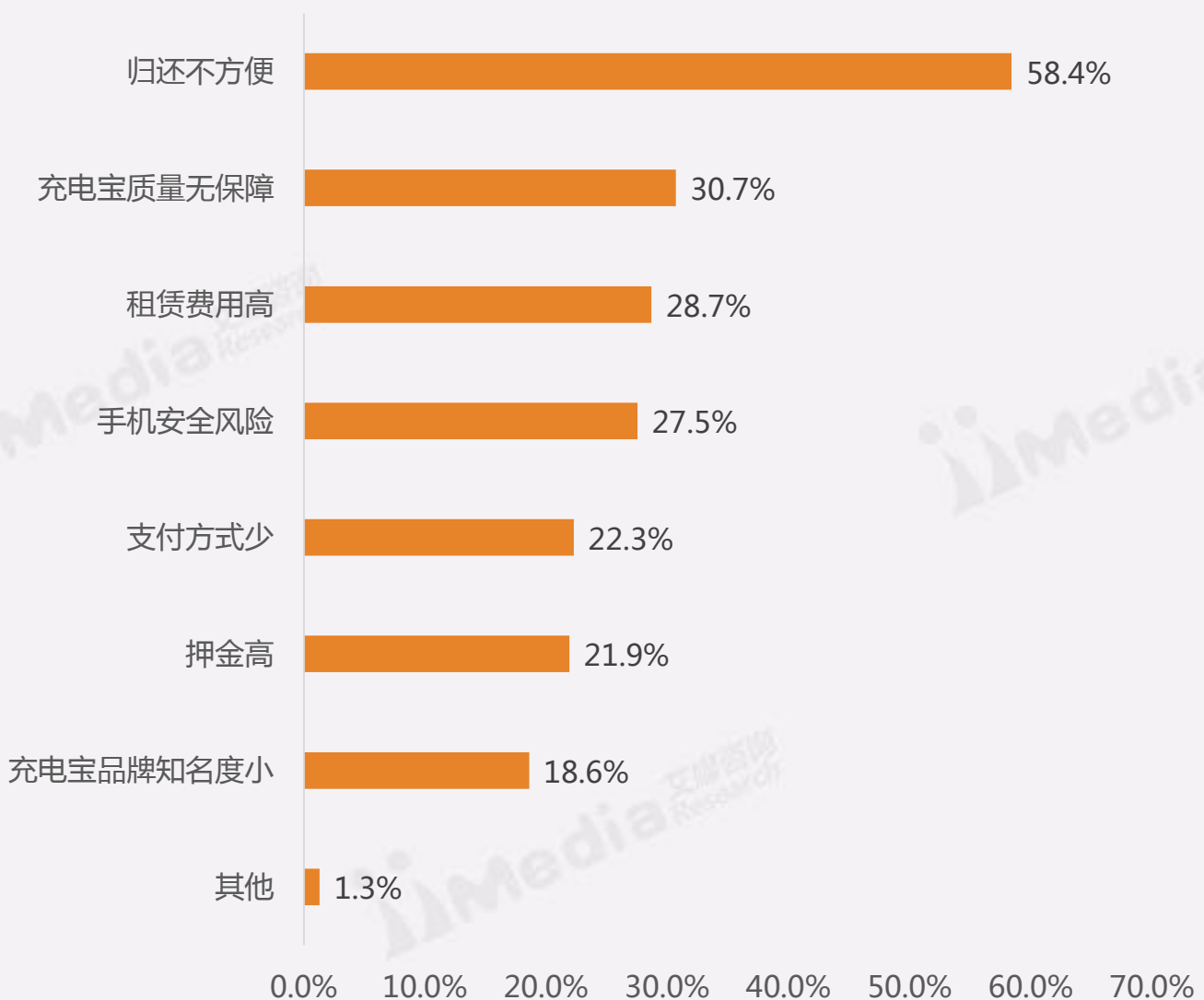


归还不方便成共享充电宝主要问题

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 58.4%网民认为共享充电宝归还不方便, 此外充电宝质量无保障、租赁费用高、手机安全风险等问题也显得尤为突出。

艾媒咨询分析师认为, 中国共享充电宝市场仍处于推广阶段, 在网点覆盖上不完善, 导致用户归还不方便。随着共享充电宝厂商进行进一步市场推广, 归还问题将逐渐得以改善, 充电宝质量、租赁费用、手机安全等问题将是厂商提升用户体验的关键。

2017Q1中国网民认为共享充电宝市场主要存在问题分布



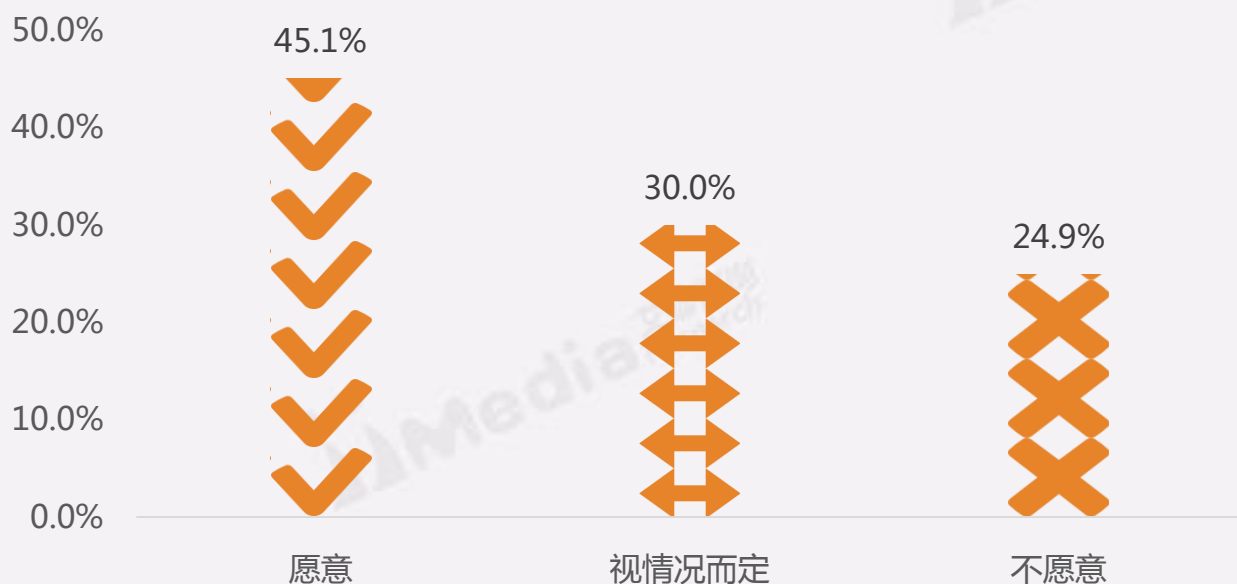
未来中国共享充电宝市场较为乐观

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 近五成共享充电宝用户对市场持乐观态度, 其占比为49.5%; 45.1%用户表示愿意共享私人充电宝。艾媒咨询分析师认为, 中国共享充电宝市场前景受用户看好, 在前期厂商提供充电宝的带动下, 实现用户之间共享充电宝, 有望推动市场向真正的“共享经济”发展。

2017Q1中国手机网民针对共享充电宝 未来市场观点分布



2017Q1中国手机网民共享私人充电宝意愿分布





PART THREE

中国共享充电宝 市场发展趋势预测

中国共享充电宝市场发展趋势预测

共享充电宝或存信息安全问题

此前市面部分共享充电设备被曝出盗取终端信息事件，信息安全问题或将成为共享充电宝未来重要隐患。共享充电宝在多次流转使用过程中，与多台移动设备进行连接，而当前移动终端作为承载个人重要信息的载体，如何保证终端信息安全同样将成为用户在体验方面的重要考量因素。

网点密集化促进使用率

当前共享充电宝市场最大问题是网点少，用户归还不方便。艾媒咨询分析师认为，网点密集化为用户归还提供便利，提升用户体验，促进用户使用率，有助于共享充电宝厂商进一步推广市场范围。

盈利模式有待市场校验

目前共享充电宝市场盈利模式不足以支撑高额运营成本。目前主要盈利方式为押金、租赁收入及广告收入，这三种方式在共享充电宝市场均存在不少弊端。艾媒咨询分析师认为，找到多元化盈利方式，是共享充电宝市场进一步发展的前提。深耕用户需求，根据用户需求扩展细分市场与变现渠道，将有助于厂商从更多元化的盈利模式中获取更多利润。

技术进步或成共享充电宝市场最大风险

随着电池容量扩增，快速充电、无线充电模式的兴起，共享充电宝市场面临着电池技术与充电设施技术进步的双重风险。艾媒咨询分析师认为，共享充电宝厂商需拓展服务链，实现使用场景多元化、盈利模式多元化，提升用户体验的同时，实现差异化竞争。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，
透视用户活跃留存流失，
提升推广效率降低成本。

微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，
评估公众号的传播实力，
识别受众兴趣与偏向。

舆情预警分析引擎

通过先进的文本分析挖掘
技术，全面满足客户各类
需求，危机预警追踪。



用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，
了解用户主观消费意愿，
获取用户客观服务评价。

移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全
流程用户行为跟踪，投放
策略建议与优化。

法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归属于艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。

报告编号：170508



因为专注， 所以专业！

Since 2010, we focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网
大数据挖掘与分析机构