评定成绩

任课老师

**社会实践手册**

**实践主题 经济建设专题调研**

**专业、班 计算机科学与技术**

**学 号 U201614767**

**姓 名 王 通**

**联系电话 15827366823**

**华中科技大学马克思主义学院**

**注意事项**

1、根据中宣部、教育部规定，我校将《社会实践》课作为大学生思想政治理论课**必修课**中的一门独立课程，记**1.5学分**。未取得该学分不能毕业。

2、参考后面所附《社会实践调查选题》，利用暑假自由选择社会实践时间、地点和实践内容。

3、社会实践完成后，单独实践学生撰写正文不少于3000字的社会实践报告，组队实践的同学撰写正文不少于5000字的社会实践报告，并附每人不少于1000字的经历感想。

4、**第三学期开学上课后的第二周，以自然班为单位将社会实践报告上交《社会实践》课任课教师；第六周学生可上网查分，没有成绩的同学请于第六、七周向马克思主义学院社会实践课负责人（东七楼214办公室）提出查询申请。第七周后不再受理；第七周后仍确定为缺交作业的同学该门课程重修，不再补交作业。**

5、马克思主义学院将组织教师对所有社会实践报告进行评阅，按百分制评分并登载成绩。

6、马克思主义学院将对优秀社会实践报告结集公开出版。

7、**社会实践报告未达到要求者需要重新调查和撰写报告，如有抄袭，成绩为零，并报教务处和学工部通报批评。**

华中科技大学

大学生社会实践（调查）报告原创性声明

本人郑重声明：所呈交的社会实践报告是本人及小组成员进行独立社会调研研究所取得的研究成果。除了文中特别加以标注引用的内容外，本论文不包含任何其他个人或集体已经发表或撰写的成果作品。**本人完全意识到本声明的法律后果由本人承担。**

作者签名：

20 年 月 日

社会实践基本情况记载

调查时间： 2017年8月 调查地点、单位： 武汉街头、网络

调查对象： 共享单车用户 联系电话： 15827366823

|  |
| --- |
| **社会实践日志** |
| 任务名称 任务时间  查阅相关文献初步归纳 7月8日-7月10日  制定调查问卷 7月13日-7月16日  在现实社会与网络上发起调查 7月18日-7月25日  归纳整理数据并进行分析 7月26日-7月28日  根据以上数据总结结论，完成论文 8月11日-8月20日 |

**共享单车行业形势分析**

王通 江易星 王亚喆

一、调查的意义

从2014年开始，共享单车逐渐进入了大众的视野，截止至2017年，共享单车行业已经有几十家企业正在运营。共享单车的兴起完美地解决了人们通勤途中的“最后一公里”，但是目前来看，这个行业还有许多问题与弊端。本次调查的目的在于反映共享单车行业里面亟待改正的问题以及用户的要求等。调查结果也能够很好的为将来的企业提供数据与信息，让未来的共享单车企业逐渐走向规范化、科学化。

二、调查的内容与方法

（一）调查内容

1.文献查询当前共享单车行业的特点与形势；

2.问卷调查用户对共享单车的态度；

3.实地调查共享单车运营及技术。

（二）调查方法

文献调查法、实地调查法、问卷调查法

三、调查的结果与分析

（一）共享单车行业当前的形势

当前共享单车的主要特征有两点，其一是多而杂，其二是资源相对集中，其三是租金与成本难以相抵。从去年（2016年）开始，共享单车进驻各大城市，如今有25家以上共享单车公司，除OFO和摩拜单车以外，其余均于2016年出现。从共享单车行业发展时间现上看，这个行业正在如火如荼地发展着，未来可能会继续增加。但是，截止2017年8月，已经有三家共享单车倒闭，这表明共享单车行业正在激烈地竞争。但是这些单车行业虽然很多，但是并没有形成集群效应，它们互相影响，以至于弱者被淘汰出局。

根据比达网《2017年第1季度中国共享单车市场研究报告》①：

“共享单车已覆盖全国半数以上的省份，用户主要集中在一、二线城市。共享单车在中国发展迅猛，目前已经覆盖中国东部、中部和西部人口密集省份的省会城市和相关的二、三线城市。在共享单车市场用户地域分布中，一线城市占比55.1%；二线城市占比26.8%；三线城市占比12.3%。中国共享单车用户主要集中在一、二线城市。”

这表明共享单车主要集中在一、二线城市。一、二线城市人口多，骑行量大，潜在的用户数量也很多，从商业的角度来看是首选。但是在三线城市还是有许多市场等待开拓，三线城市的单车投放量可以根据人口的数量适当调整。从已经倒闭的3VBike和悟空单车的情况来看，共享单车的市场又不能只拘泥于小城市，小城市资本少，人少，只拘泥于小城市迟早都会被进入小城市的大型共享山车企业吞并。

根据《共享单车能骑多远？——基于五城十校的研究报告》②的研究结果：

大学生中对各类[[1]](#footnote-1)违规行为的道德评判，始终存在不同声音，比如对于“私藏单车、私加车锁”问题，25% 的学生认为原因是“单车数量太少”，担心自己一时无法找到可以共享的单车；50% 的学生认为原因是“方便自己使用”，担心临停后单车被骑走耽误了后续的紧急行程。这些担心被问卷中另两个问题的结果证明：“哪些问题影响您使用共享单车？”有 70.9% 的学生选择了“找车时间长”；“如果面对一位共享单车公司的老总，你最想提出什么建议”，有 58.2% 的学生选择“增加投放数量，随处都能找到。”均高居各自选项的第一位。问题是如果不加节制地任由各家品牌增加投放数量，势必造成车辆堆积、无序停放，解决某个问题的手段变成了新问题的原因。

单车的投放数量既不能太多，也不能太少。太多会导致车堆满大街无人骑、影响交通，太少又会让人们担心骑共享单车不稳定，影响后续的形成，降低共享单车服务的依赖程度。

如今，经过层层淘汰，共享单车市场已经逐渐趋于稳定，以两极分化，各个小型单车企业紧随其后为特点，如何能够确定单车投放量的多少是政府和单车企业需要共同思考的问题。

单车的另一特点是成本和收益不成正比。据资料介绍，摩拜单车的经典车型每辆高达 3000 元，简版车型也在 1000 元左右，两种车的平均价格为 2000 元。假设一辆车的报废时间是三年，其中包括了维修费用等，然而一辆车的租车费用仅1元/时，有的还是0.5元/时，平时还有周末免费期、月卡等活动，这样盈利成本更少，同时，现在单车行业也没有进行广告招租等盈利端倪，那么其利润就更少之又少。其融资6亿的规模和资本与其盈利额不太相匹配。再有，共享单车企业多，互相竞争无非是提供更好的优惠条件和舒适的自行车骑行，但是这两种竞争无疑都会增加单车成本，其盈利结果更少之又少。那么，在不改变传统盈利方式的情况下，及时引进新的盈利模式要解决这种投资与盈利不相匹配的问题。

（二）用户对共享单车行业的态度

经过前面的文献调查，我们已经对共享单车行业的大致情况有所了解。专家学者们对这个行业以及共享经济的讨论如火朝天，观点也不尽相同。但是从使用者角度来说，他们的添堵又是怎样的呢？在本环节针对所发现的问题我们制定了相应的调查问卷，从使用者的角度观察一下共享单车行业的发展情况。

此次调查共发出问卷 200份, 回收 200 份 ,回收率达 100%，可以利用的问卷为200份。下面以表格的形式简要分析接受调查者的基本情况：

1.调查人员：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 年龄 | 12岁以下 | 12—18岁 | 19—25岁 | 26岁及以上 |
| 人员 | 3 | 49 | 147 | 1 |
| 比例 | 1.5% | 24.4% | 73.6% | 0.5% |

从调查者的年龄分布来看，以年轻人居多，其中绝大部分是学生和工作白领，这也正符合使用共享单车人以学生和工作者为主要群体的特征。我们要调查的对象是共享单车的使用者，所以从该群体中取样合情合理。

2.调查的基本情况：

问卷题目一共有18道，其中第1题是询问被访者的年龄分布；第2题调查共享单车行业整体满意程度；第3、4、5题大致调查用户第共享单车企业数量的认识以及共享单车供求是否平衡进行调查；第6、7、8、9、10题押金和诚信系统方面的问题，调查被访者对诚信制度的态度；第11、12题则调查了被访者选择单车的原因，在市场环境下，顾客对共享单车的态度是用脚选择的，所以消费者态度能够指导该行业的发展方向；第13、 14题调查了被访者对待该行业里面的不文明态度问题；第15、16题调查这些问题出现的原因；第17题则以用户角度来看，政府对待共享单车的态度；第十18题主要调查从被访者角度来看，共享单车行业的盈利方式，从文献调查中得知，目前共享单车行业收入和盈利还不相匹配，那么今后如何盈利则看看消费者对其的态度。

3.调查结果

针对用户的满意程度，有68.6%的人对目前的共享单车行业持满意态度，其中比较满意占57.9%，这说明从共享单车的发展到目前为止，大部分用户持积极态度，但是在行业内部还是有一些问题存在，内部机制还不够完善，不能形成固定的行业模式。只要在行业内部进行一些修正，共享单车还是能够健康成长。

在文献调查中，共享单车企业数量多而杂，各式各样的单车层出不穷，那么大众所熟知的单车企业一共有多少个呢？我们看看被调查者的回答：有21.8%的人知道1-2种共享单车，69.0%的人知道3-5种，7.6%的人知道6-10种，1.5%的人知道10种以上。如此看来，共享单车虽然数量繁多，但是大部分都不被人们熟知，究其原因可能是规模较小，或者是拘泥于小城市，市场范围较小。由于马太效应，占有小市场的单车企业可能市场越来越小，占有大市场的企业会逐渐向小地方扩张。这样一来，像3Vbike、悟空单车等企业就只能被淘汰出局。

对于单车数量是否供求平衡问题，有36.6%的人认为供小于求，总是很难找到；51.3%的人认为供求平衡，需要时总能找到；12.2%的人认为供大于求，单车堆满大街。有一半左右的人认为供求平衡，这说明市场正在趋近于饱和状态，还有一些三线小城市等待拓展，目前的共享单车行业可以考虑联合起来，或者和支付宝、微信等平台结合，更好的开阔自己的市场，同时也能有效降低经营成本。第六题调查用户目前注册了几家共享单车，其中没有注册占20.3%，注册一家占44.7%，注册两家占24.9%，注册三家占8.6%，四家及以上占1.5%，从结果来看，有70%左右的人更倾向于注册1-2家，但是前面的调查发现有近70%的人知道3-5种共享单车，所以这透露出人们对于单车态度是“够用就好”，如何让用户选择自己的品牌，是企业们所面临的一个重要问题。

在问题6、8中，公民注册共享单车的企业里，需要收取押金的占比65%。以及，在居民享受的共享单车服务中，有约69.5%的单车企业建立了诚信系统。另外，由于OFO共享单车很大一部分服务对象是学生，身份认证后无需缴纳押金即可享受价格低廉的租用服务。反映了大多数共享单车企业均建立了诚信系统。租金是共享单车企业的运营主要经济来源，同时，减少单车人为破坏量，能有效降低运营成本，最大限度的实现盈利。从问题9、10来看，超过85%的人认同诚信系统的建立能够起到良好的监督惩戒作用，更有约95%的公民赞成共享单车企业建立合理的诚信制度。因为，建立完善的诚信系统，是共享单车企业能够实现可持续发展的重要保障；同时，如何建立有效的诚信系统、平衡好企业以及公民之间的利益矛盾点、谋求企业健康长远的发展是每个共享单车企业面临的主要难题。

有效建立诚信系统的必不可少的举措即实行押金制度。而押金的额度设置由单车生产成本、当地居民收入水平和使用情况等多方因素决定。又关乎诚信系统建设的合理性、居民接受的程度、企业利润及长久发展。故而押金额度的设置也是企业面临的一大难题。问卷中问题7显示，公民对于押金额度可接受的范围大多集中在0-100元，少数也赞成100-200元。企业根据收益和成本，适当地降低押金可以吸引更多的顾客。

对于共享单车的租车费用这一方面，绝大多数人都认为价格是影响他们使用共享单车的原因之一。甚至有21.3%的人认为，价格和优惠活动是他们使用共享单车的决定性因素。只有少数14.2%的人完全不在乎共享单车的价格。从这些数据中可以看出，大多数被调查人员是比较在意共享单车的价格及其优惠活动的。由此反映出，大多数被调查人员觉得共享单车的价格稍稍偏高。只有少数人觉得单车的价格都是可以接受的，并不怎么在乎价格和优惠活动。从文献调查可知，押金的多少还与其盈利有关系，那么权衡这一点是非常重要的。另外还要防止不正当的竞争，行业中要制定一些规则，使共享单车行业更加健康发展。

骑行舒适度对用户使用情况的影响可以说是非常大的。92.9%被调查人员认为舒适度会影响自己对单车的使用，其中认为舒适度是决定性因素的人占了33.5%。只有极少的7.1%对舒适度不在乎，这些数据反映出人们很在意单车的舒适度问题。这说明使用者对共享单车的细节问题比较在意。第一代摩拜刚出来时，许多人认为太笨重，不易骑行，相反OFO非常舒适，立刻得到了大众的喜爱，随后摩拜推出第二代，提升骑行舒适度。共享单车企业不仅仅要注意经营，还要注意自己的产品的各个细节问题。

人们对于共享单车智能锁的应用是否减少了单车的丢失了解情况不太多。只有50.3%的人认为智能锁的应用减少了单车的丢失，而41.1%的人不太确定是否减少了单车的丢失，剩下8.6%的人认为并没有减少单车的丢失。反映出被调查人员对于单车的丢失情况不太了解，41.1%的人不能确定单车丢失的情况。智能锁在一定程度上减少了单车的丢失以及撬锁等问题，而非智能锁则非常容易撬开。从3Vbike和悟空单车等倒闭的单车公司上来看，加智能锁是非常有必要的，3Vbike创始人巫盛华表示，“投放市场后仅找回几十辆，部分地区车辆丢失率达到100%，实在撑不下去了。”百度百科《3VBike》词条③中，对智能锁与丢车原因的分析如下：

但由于启动资金少，仓促上马，并没有为单车配备智能锁，导致后期单车丢失率大大增加。单车的定位依赖于微信定位，定位精准度有限。投出去的1000多辆车中，只找回了几十辆。多数都被盗走，或者被用户骑到诸如桥洞、小区内等偏僻角落。

3Vbike甚至连APP都没有推出，仅仅只是做了一个微信公众平台，用户通过微信公众平台进行注册、缴费等行为，单车的定位也依赖于微信定位，定位精准度有限。

从上面的观点来看，恰恰反映了智能锁的必要性，智能锁能够精确定位单车位置，能够有效减少丢车数量，大大降低运维成本，但是因其制造成本使很多小型共享单车公司不能承担，这样反而导致更高的丢车率。

从第14-16题了解到，78.7%的人认为共享单车存在的主要问题是破坏严重，时常出现坏车，66.5%的人认为乱停乱放，违规使用现象严重，61.4%的人认为监督力度不足，存在失窃现象，52.3的人认为坏车不能及时维修。而造成共享单车破坏严重，乱停乱放的现象归根结底是共鸣的素质低下，在问卷统计中，64.0%人认为公民素质完全影响共享单车丢车原因。并且有86.3%的人认为公民素质低是共享单车行业丢车的主要原因。在实际生活中，公民抓住了共享单车系统的漏洞，开好锁后就停止用车，有的公民使用完单车后不愿意花一分钟的时间去锁车，使共享单车不能及时准确的定位，造成丢车现象。更有甚者，将共享单车上了私锁占为己有，在座板上放尖锐物品破坏严重等。共享单车的服务对象是公民，破坏该行业的也是公民。当然，监管力度不足也是造成该现象的原因之一。坏车不能及时的维修，使市场

的供应不能满足需求。除去这些人为因素，共享单车本身也存在问题。有的单车没有上智能锁，有的单车开锁太麻烦等，不能很好的满足群众的需求，使使用对象达到舒适感。所以，共享单车的服务对象是公民，应该考虑将共享单车本身打造得更加方便舒适满足普遍要求，同时，公民也应该加强自身素质得提升，爱护共享单车，诚信的使用共享单车。

调查问卷第17题的结果显示，绝大多数人认为，政府有必要支持共享单车行业入驻其所在的城市并对其进行管理。自共享单车发行以来，就收到大多数的欢迎，许多人都享受到了共享单车的便捷，所以由政府将共享单车引进自己所在的城市是大多数人的愿望。但是，随着共享单车的普及，其所带来的弊病也越来越明显。例如，在一些大城市的人行道上堆满了共享单车，阻挡行人的道路，造成交通的不便；在马路上，人们骑着共享单车乱闯红绿灯，造成交通隐患；在共享单车上，小广告随处可见，难以清理，影响市容等。这些问题，如今都已经成为城市的隐疾。所以，绝大多数人认为，政府的确有必要及时处理这方面的问题，及时采取措施，使共享单车能更好地发展下去。

共享单车的收入来源，也是人们比较关心的一个问题。通过18题的结果，我们可以看到，67%的人认为共享单车的收入来源是用押金投资，但这在法律层面上有问题，46.2%的人认为是广告租赁，44.2%的人认为是租车的使用费，剩余的人，则觉得是别的方面。共享单车行业运营这么多年以来，有些共享单车公司没有设立押金，以租赁使用费为收入来源；同时，有一些大型的共享单车企业，则收获了大量的金融投资；有的共享单车，则以广告作为收入来源。但无论是以何种方式来盈利，只有将自己的公司经营的更好，才能发展得更好。

（三）共享单车技术与与运维

于2017年8月20日，社会调查小组来到武汉的街头观察共享单车行业的运行情况，以及各个共享单车的特色，其中我们得到了如下信息：

1.绝大部分单车已经安装智能锁。

我们观察了3种比较常见的共享单车，分别是OFO、摩拜、HelloBike,这三种单车里摩拜和HelloBike所有车均配备能够跟踪定位的智能锁，OFO有90%智能锁，10%机械锁。这和之前调查的结果相吻合，共享单车防丢的措施之一就是使用智能锁定位。

2.运维需要额外出人力

共享单车的日常运维方面需要额外出人力，比如小黄车OFO每天都有工作人员在街头回收小黄车，然后集中起来投放在某些人流多的地方。相比较而言，摩拜选择公众运维，摩拜的日常维护人员少于OFO，但是他们建立起举报机制，一旦发现有违停人员，用户可以选择举报，系统会扣除违停人员的信誉度。从问卷调查的结果看，很有必要建立起诚信机制，这一点摩拜运用的很好。

3.共享单车街头有待改正

部分停放共享单车街头堆满了单车，致使交通阻碍，行人道上变得有些拥挤。解决这一问题最好的方法是寻找出单车的调度问题，可以利用大数据等信息预测出街头上单车的最适合度，合理投放共享单车。

四、结论和建议

通过这次调查实践，我们得到了许多结论。我们建议打算新加入的共享单车行业慎重考虑一下，亲自调查一下市场是否饱和，是否能够通过自己的实力在庞大的市场上脱颖而出。对于已入局的单车行业，应该寻找到自己的一条可靠盈利模式，提升企业文化，紧扣细节，让用户爱上自己的品牌。建立一定的诚信系统，使用户们互相监督，这样不仅提高大家的素质，还能有效降低运维成本。同时，单车行业不能进行恶性竞争，这样会损害行业规则，不利于健康发展。共享单车行业也要积极与政府联系，一起为城市现代化作贡献。

**参考文献**

①□比达网．《2017年第1季度中国共享单车市场研究报告》．<http://www.bigdata-research.cn/content/201705/455.html，2017-05-16>

②□马昕钰．《共享单车能骑多远?——基于五城十校的研究报告》[J]．财经界，2017年，06期：117-118页

③□李敏莲．《共享单车市场调研与分析》[J]．财经界，2017年，05期：121-123页

④□李琨浩．《基于共享经济视角下城市共享单车发展对策研究》[J]．城市，2017年，03期：66-69页

**附录一**

**关于共享单车形势的调查问卷**

1、您的年龄在以下（ ）范围：

A、12岁以下 B、12—18岁 C、19岁—25岁 D、26岁—31岁 E、32-36岁F、37岁以上

2、您对目前共享单车服务满意吗？

A、非常满意 B、比较满意 C、一般 D、不太满意 E、非常不满意

3、您知道多少种共享单车种类？

A.1~2种 B.3~5种 C.6~10种 D.11种以上

4、您觉得目前您所在的城市共享单车供需是否平衡？

A供小于求，总是很难找到

B供求相当，想用时基本能找到

C供大于求，堆满大街

5、到目前为止，您注册使用了几家共享单车？

A、没有 B、1家 C、2家 D、3家 E、4家及以上

6、在您注册的共享单车企业里，需要收取押金的有多少家？

A、没有 B、1家 C、2家 D、3家 E、4家及以上

7、您觉得可接受范围内的押金是多少？

A、0~100 B、100~200 C、200~300 D、300以上

8、在您最频繁使用的共享单车服务里（如摩拜或OFO），是否建立了诚信系统？

A、是 B、否

9、从企业的长久发展来看，您觉得有必要在共享单车行业中建立诚信制度吗？

A、非常有必要 B、有必要 C、不太有必要 D、完全没必要

10、您觉得共享单车诚信系统是否一定程度上能够规范人们的用车行为？

A.完全符合 B.比较符合 C.不太符合 D完全不符合

11、在您最频繁使用的共享单车服务里（如摩拜或OFO），价格或优惠活动是吸引您使用的原因之一吗？

A、决定性因素 B.有影响，可以忍受 C、完全不在乎

12、在您最频繁使用的共享单车服务里(如摩拜或OFO ),骑行舒适度是吸引您使用的原因之一吗？

A.决定性因素 B.有影响，但可以忍受 C.完全不在乎

13、您觉得单车使用智能锁是否有效降低了单车丢失率？

A是 B不太确定 C否

14、您觉得共享单车出现的主要问题是什么？

A、乱停乱放，违规使用现象严重 B、破坏严重，时常出现坏车

C、监管力度不足，存在失窃现象 D、坏车不能及时维修

15、您觉得公民素质是否是影响共享单车丢车率的原因？

A.完全符合 B.不太确定 C.不符合

16、你觉得共享单车行业丢车的主要原因是：

A．公民素质低 B.没有使用智能锁跟踪定位 C.企业管理不当 D其他

17、您认为政府是否有必要支持并管理共享单车行业入驻您所在城市？

A、非常有必要 B有必要 C不太有必要 D完全没必要

18、您认为共享单车行业收入的主要来源是：

A.投资 B.广告招租 C.租车使用费 D。其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**附录二**

**成员信息表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 学校 | 专业 | 学号 | 姓名 | 电话 |
| 华中科技大学 | 计算机科学与技术 | U201614767 | 王通 | 15827366823 |
| 华中科技大学 | 计算机科学与技术 | U201614756 | 江易星 | 13995887596 |
| 华中科技大学 | 计算机科学与技术 | U201614674 | 王亚喆 | 15327452797 |
| 华中科技大学 | 计算机科学与技术 | U201614770 | 邓丽平 | 18109674037 |
| 华中科技大学 | 计算机科学与技术 | U201614714 | 刘海英 | 15827065461 |

****

1. ①□比达网．《2017年第1季度中国共享单车市场研究报告》．<http://www.bigdata-research.cn/content/201705/455.html，2017-05-16>

   ②□马昕钰．《共享单车能骑多远?——基于五城十校的研究报告》[J]．财经界，2017年，06期：117-118页 [↑](#footnote-ref-1)