

■ O2O困局·数据

曾经挺红火，如今成云烟

巨头挡道资金不足，仅餐饮O2O去年就倒了27个

进入2017年，关于O2O的消息不少。从济南多家餐饮品牌撤离美团，到美团员工与饿了么员工街头互殴，都反映出至少其竞争的惨烈。去年年末，一张互联网公司“死亡名单”开始传播，其中不少都是几年前还看似前途无量的O2O公司。曾经被称为将改变人们生活的O2O，到底咋了？

本报记者 任磊磊 张玉岩

要么烧钱 要么离开

所谓O2O，就是“Online to Offline”(从线上到线下)的缩写。指的是用户在互联网上获取信息、下达订单、缴纳费用，再到线下享受服务的商业模式。人们熟悉的滴滴打车、团购外卖、在线订票等，都属于O2O的范畴。

几年前，O2O曾被认为是电商之后互联网又一杰作。那时的互联网创业者，开口闭口必提O2O，关于某一O2O公司获得多少亿融资的新闻，也经常传出。可就是几年时间，人们发现曾经红极一时的O2O公司，好像不那么火了。

去年，一份互联网调查的“死亡报告”共梳理了当年在零售、餐饮、旅游、汽车、教育、金融、医疗、房产、社区、美业、婚庆等12个领域的名单，共有166家互联网公司倒闭。

被业界认为是一块不会被互联网兴衰所影响的餐饮业，虽然有非常高频的需求，而且已经生长出了像美团、大众点评、饿了么这样的行业独角兽。但在2016年的“死亡名单”上，互联网+餐饮行业里，有27家知名的互联网公司倒闭。

这些“互联网+餐饮”O2O项目离场的直接原因，无非就是资金链断裂。长期以来，烧钱吸引用户已经成了它们的基本游戏规则。那些有钱的土豪公司大量烧钱获取用户，其他创业公司要么有足够资金加入混战，要么卷铺盖离开。

多个洗车O2O均已倒闭

去年旅游行业也不好过，有23家行业知名平台倒闭。旅游必须由参与者身体力行，这也决定了绝大部分“互联网+旅游”项目一定要采取O2O模式。这些旅游O2O项目失败的原因，无非还是不敌巨头们的夹击。目前，去哪儿、携程等几家巨头已经占据了多数份额，留给小企业的空间已经非常少。

当然，要论倒闭潮哪个行业来得猛，上门洗车自然是名列前茅。几年前，多家上门洗车项目纷纷登陆济南，“0元洗车”频频出现。那时候，经常能看到洗车员骑着三轮车，游走于各个小区之间。一段时间里，不少传统洗车店甚至担心自己的生意会被抢。

但没过多久，就传出了几家洗车项目破产的消息，其对于洗车的优惠力度也大不如前，洗一次车的价格甚至超过了传统洗车店。而随着上门洗车项目的不断退出，剩下的几家企业也纷纷开始转型。

对于山东本地的O2O项目来说，情况更是艰难。由于互联网打破一切地域、行政区划壁垒的功能，所谓“高筑墙广积粮”的深耕本土策略，很难敌得过资本大鳄的金元攻势。更何况，山东的互联网企业发展程度有限。

根据IT桔子数据显示，在2016年新成立的互联网公司中，山东的份额仅为1%，还不如陕西的2%。去年，山东自助加网络技术有限公司创立的社区自助洗车机项目已倒闭，此前，济南一款寻找公

共停车位的APP最近也已经停止运行。

撑死胖的饿死瘦的 O2O多行业一超逞强

对于O2O巨头来说，一旦用户群稳定，他们就会急着开始收割用户，试图结束烧钱迎来盈利。与此同时，用户和平台合作者开始意识到自己已被平台所“绑架”，从而新一轮的博弈就展开。前段时间济南多家餐饮品牌退出美团，就是这一事件的典型反映。

以滴滴为例，自滴滴与优步合并，称霸网约车市场后，其投诉就居高不下。接单时间长，接客时间长，加价离谱等问题格外突出。人们已经习惯的补贴，更是难见踪影。对此，用户和司机都出现了流失，这在一定程度上影响了其领先地位。此时，这种趋势一旦出现，其他网约车平台就会趁势杀人，使得整个网约车市场处于一种动态平衡中。

除了网约车市场，外卖、旅游、分类信息等领域，也都出现了一超多强的情况。根据主流APP商城豌豆荚上的数据，在旅游O2O市场上，去哪儿网以3.3亿的下载量遥遥领先，其后，途牛、携程等APP的下载量，也超过了4000万。绝大多数旅游O2OAPP的下载量，都在1万左右。

在分类信息领域，58同城APP的下载量已经超过3000万，赶集网的下载量超过1400万。除此之外，其他较有竞争力的分类信息APP下载量很难超过400万，更多的分类信息APP的下载量在1万上下。

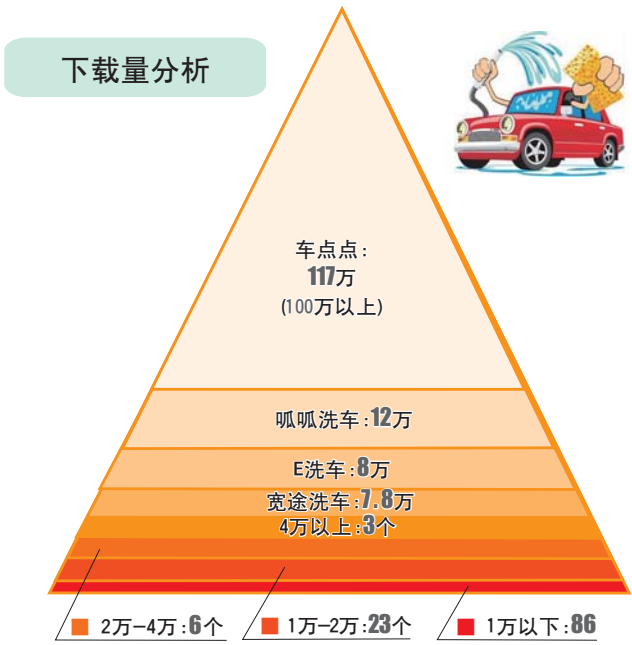
到了320万。

从最近更新时间上，更能看出来外卖行业的日子还算不错。198个APP中，有59个在2016年10月后依然更新过，只有99个在2016年前就停止了更新。如果把近3个月更新作为是否依然存活的标志，外卖类APP近3成的存活率虽然不高，但比起存活率不到15%的洗车类APP，已经是高出不少。

分析其原因，还是因为上门洗车和外卖两种模式，与O2O或者“互联网+”有着不同的缘分。同样是上门服务，首先饮食对于人们的重要性，远远过大过洗车。这不仅决定了外卖的受众人群更广，也使得即使价格提高，用户对于外卖价格的忍受度更强。



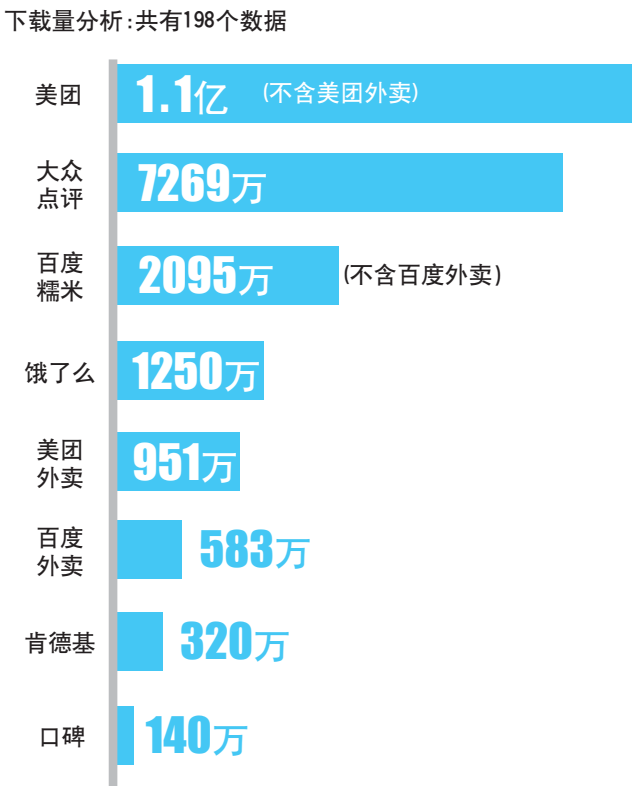
洗车行业O2O现状(共119个APP)



最后更新时间



外卖O2O现状(共198个APP)



最后更新时间



数据来源：豌豆荚

□ 个案点击

百个洗车APP 仅一个下载量过百万

本报记者 高寒

为了衡量两种类型O2O的生存状况，记者特意从主流APP商城豌豆荚，抓取了两种O2OAPP的数据。输入“洗车”后，商城显示了119个APP，而输入“外卖”，商城则显示了198个数据。

从APP的下载量，可以看出某类型APP的热度，而从最近更新时间，则可以看出某类型APP的存活程度。在右图中可以看出，洗车类APP的下载量普遍有限。在豌豆荚商城平台上，下载最多的洗车软件是车点点，其下载量达到117万，对其他洗车软件构成绝对优势。除了车点点外，其他洗车软件则是略显疲软，排名第二的呱呱洗车下载量也只有12万。

更能说明洗车O2O行业不景气的，则是各种APP最后的更新时间。从数据上看，119个APP中，有72个在2016年后就再未更新。2016年10月后更新的，更是只有18个。包括行业老三E洗车，更是在2015年8月就停止更新，随后宣布倒闭。从该数据可以看出，洗车行业APP存活率其实非常低。

在外卖行业中，同样出现了一枝独秀的情况。美团凭借其上亿的下载量遥遥领先，和美团同属一家的大众点评则以超过7000万的下载量排在第二。合并后的“新美大”优势可见一斑。“新美大”最大的对手百度糯米和饿了么与前两名有极大的差距。值得一提的是，专送自家食品的“肯德基”其下载量也达