



共享电动车运维专员

城市的幕后英雄

记者 严瑾



上午9时，宁波地铁2号线轻纺城站门口。来来往往的人群中，不时有人骑着黄色的小遛共享电动车赶来。他们把车停在泊车点，尔后行色匆匆地奔向地铁……

几分钟后，骑着电动车的黄梦浩立刻赶到现场，身后载满数十件电量充足的蓝色电池。三下五除二的功夫，他便轻车熟路地为电量不足的小遛电动车换上电瓶，还拿出喷满酒精消毒的三块抹布，将车辆擦拭得一干二净，再把车身排列整齐，并拍好照片传上系统。

黄梦浩从事的职业，名叫“共享电动车运维专员”。在他们的辛勤劳动下，宁波大街小巷的黄色电动车得以摆得干净整洁，市民也能减少扫码后“电池不足，无法开锁”的尴尬。那么，“换电小哥”的一天是如何度过的？这份新兴职业的背后又有何玄机？

“孵化”网红全流程

人行三个月，小佳差一口气就能达成打造一名百万级主播的目标。“我在公司时挖到一个妆前妆后差异很大的美妆主播，有励志的人设故事，刚开始她只有4万粉丝，现在有67万了。”

怎么挖主播可是个考验情商的技术活。一句话概括就是三步走：平台搜索、话术吸引、包装孵化。

最常见的手段是在抖音、小红书等直播平台上搜索，瞄准目标后，就到了最关键的时刻：搭讪主播。“第一句话，几乎就能定生死。主播每天要回复的人很多，不会都回应，抓住他感兴趣的点很重要。”

事实上，很多经纪人急功近利，夸大自己的资源是常用伎俩，老练的主播对这类话术已经麻木。

小佳更偏向于去了解主播的风格，进行分析，如果你了解他，就能打动他。

“比如我带的这位励志美妆主播，更吸引默默打拼的上班族，相对应的，我会给她对接性价比高的平价品牌。”但也有很多MCN机构规模小，资源少，主播心态浮躁，不敢放弃品牌合作，往往是不合适的鞋穿脚上，“怎么看都别扭。”

需戒掉浮躁和投机心态

如今，我们所看到的很多MCN机构，其实大多数在早期都是由一些头部红人、内容工作室、自媒体广告公司、平台签约达人等内容行业的不同角色演变而来的。

数据显示，近年来我国MCN机构数量增长迅速，2016年尚不足500家，2018年一举突破5000家，到2019年数量达到6500家。

但在发展过程中，整个MCN机构生态圈充满了浮躁和投机，这也是小佳们离开的原因。

小佳说道了三点现状：其一，机构与网红经纪人签约时，往往会许诺一些培训课程和商业资源，但实际上，中小机构并没有这样的实力；其二，中小机构往往没有资金实力去孵化一个素人，而是让经纪人去寻找50万粉丝以上的成熟主播，直接“忽悠”过来带货；其三，中小机构在五险一金和年假等职员福利上很难保障。

不过，小佳依旧看好这个行业，可惜如今“浮躁和投机”的心态扰乱了秩序和诚信。

“这是一个仍在经历大浪淘沙的行业，目前缺乏长期的正向价值导向和可持续发展的模式，不改变的话，会让整个市场的路越走越窄。”

风雨无阻，月入过万

尽管工作名叫“运维专员”，但黄梦浩实际承担的职责远不止电池更换，还要负责车辆的卫生维护、整齐摆放、车况确认。一旦发现刹车故障、龙头损坏等“健康问题”，得在第一时间上报处理。若是遇上城管的挪车要求，他们必须在5分钟内响应、30分钟内完成任务。

压力更大的，是从晚上10点一直持续到早上6点的夜班，“基本一结束就累得倒头就睡”。黄梦浩说，不少人以为宁波晚上的用车量很少，恰恰相反，夜间的夜宵摊附近、饭店商圈门口都有人出行，“如果我们深夜不加班，第二天上班族骑车时就会发现电量不足、无法骑车，体验感就降低了。”

即便是顶着烈日高温，抑或是倾盆大雨，黄梦浩和同事们也始终在路上。他记得今年暑期最炎热的时候，都是吃完中暑药、戴上防晒臂套才出门，任凭汗水湿透衣背，就算路过吹来习习凉风的地铁口也不敢多作停留，因为“生怕冷热温差下容易生病，万一倒下就会连累同事”。而下雨天虽然少有人骑车，但锂电池的自然损耗仍会让换电成为刚需……

兴许是由于这份岗位需要坚韧守纪、吃苦耐劳的性质，小遛共享在BOSS直聘中，把“退役军人优先”、“执行力强、纪律性强”写进了招聘需求。但对于黄梦浩来说，这一看似辛苦而反复的工作仍给了他坚持的理由：

“我们的工资是按照换电的数量按件计酬，最多的时候月收入超过1万元，努力就能得到回报。”黄梦浩告诉记者。

未来“换电小哥”会日益增加吗？

像黄梦浩这样供职于小遛的“换电小哥”，在宁波共有84位，分布在海曙、鄞州、江北等6个站点，平均每个站点配备10-20名。对于公司来说，每投入150辆共享电动车，就要新增一名“换电小哥”，这样才能保证日常的用户体验。

那么，当共享电动车的业态日益普及，未来的“换电小哥”是否会像“外卖小哥”一样普遍，由新兴职业变为更多人习以为常的选择？

在小遛共享海曙区域经理吴聚聪看来，一个区域的运维专员配置，与共享电动车的投入量挂钩。在车辆总数不变的情况下，他们暂时不会考虑在区域内多招人手，因为“蛋糕就这么大，增加人数，意味着每个人的收入减少”，但若是要开辟新区域，自然离不开“招兵买马”。吴聚聪还向记者分析了这两项职业的区别：

“和外卖骑手相比，运维专员的时效性压力没这么大，不需要掐着点配送，只要在规定时间内完成一单即可；但在一些非常时期，外卖骑手并非强制出门接单，但运维专员必须风雨无阻。”

在小遛共享的区域办公室里，贴着一句这样的标语——“做个让别人放心的人”。对于每一座城、每一位居民来说，自然离不开这些在“隐秘的角落”里默默换电、整理、摆放的“幕后英雄”。