

共享自习室行业现状、问题及对策研究 ——以成都市为例

李鑫汝,王 蔚

(成都师范学院经济与管理学院,四川 成都 611130)

摘要:近年来,我国共享经济发展迅速,是当今社会发展的一大重要经济模式。共享自习室作为一个新兴行业,投资门槛低、可复制性强,吸引了大量年轻投资者。但是由于该行业在我国发展时间较短,从业者普遍处于探索阶段,尚未形成成熟的行业体系,因此目前国内对这种业态所涉及的政治、经济、社会、科技及其行业环境的详细分析很少,而这些信息对行业的发展来说至关重要。

关键词:共享经济;自习室;沉浸式;空间服务

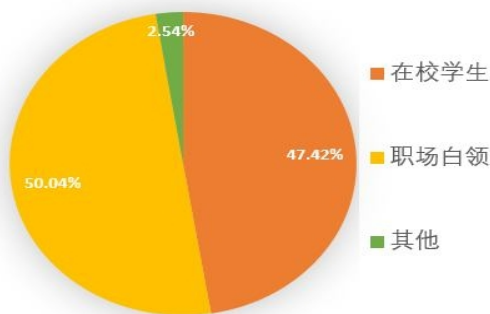
【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2022.31.112

1 引言

中国是一个考试大国,有着世界上最多的考试人群。据教育部数据显示,2020年研究生考试报名人数达341万人,较上年增长17.59%^①。疫情期间,包括教师资格证、英语四六级考试在内的各种国家级考试推迟,疫情过后,备考大军相比以往更加壮大。而近年召开的国务院常务会议决定扩大研究生招生和专升本规模,更会引起一波考研热潮^②。对于大学生来说,就业竞争加剧,应聘门槛越来越高,而考研、考公以及累积各类证件成为竞争的重要砝码。然而学校图书馆一座难求,在一些大学校园里还会见到各种因“占座”出现的“奇葩”事,还存在财产安全问题。

对于城市白领来说,在知识不断地更新、生活压力越来越大的情况下,劳动力供求总量矛盾突出,生存焦虑带来知识焦虑,职场竞争大,要想不被取代他们必须提升自己的硬实力。在他们身边,公共图书馆的资源、服务辐射范围有限,会花费更多的在途时间,而且图书馆的收录太过宽泛,专业性书籍相对较少,寻找资料会消耗更多的精力。

2019年付费自习室消费群体调查



数据来源:艾媒网

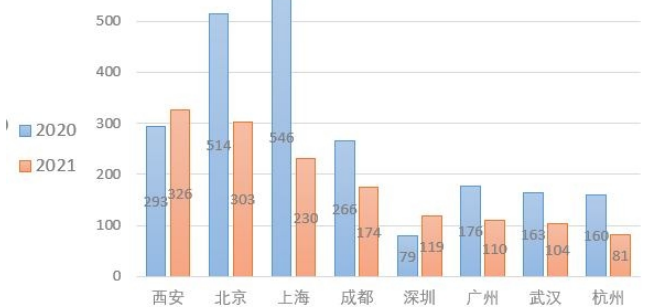
图1 2019年共享自习室消费群体调查

与此同时,随着信息技术在服务业领域的创新应用催生了大量的共享经济新业态新模式,如知识付费经济。共享模式和对学习空间的需求相契合使得共享自习室应运而生。

2 我国共享自习室的发展现状

据艾媒咨询数据系统显示,我国共享自习室的网络关注度主要集中在广东、北京和上海等发达城市,因为这里的人们消费能力更强、生活压力大,所以这里的共享自习室基本呈现“预约满座”的现象。由此可知,共享自习室与当地人口数量、经济水平、公共资源发展情况有一定的关联。

2020-2021年共享自习室数量



数据来源:艾媒网

图2 2019年共享自习室消费群体调查

截至2021年全国大中城市共享自习室有3000多家,目前共享自习室的市场在一线城市基本上成为红海,而在2020年仅上海、北京就有546与516家共享自习室^③。由图2统计的城市自习室数量来看,大部分城市从2020年到2021年共享自习室数量整体呈下降的趋势。其中原因除了受到疫情影响,共享自习室作为新兴商业模式,存在许多弊端:行业门槛低、同质化、高租金、可替代资源

多、高度依赖新流量、宣传费用高等等。随着市场经济逐步稳定、相关监管不断完善以及行业的不断发展,这些自习室则被迫关停。

目前在成都市的共享自习室,大多位于写字楼或大学城周围,消费形式分为小时卡、次卡、月卡、年卡等。基本上用户的日消费金额不超 20 元。成都共享自习室的构成,大概分为两类:一类为读书室,另一类是考试院,且以前者居多,它们在近两年快速兴起,大多有以下特色:(1)大多选址都在 10 楼以上,远离噪音;(2)居家设备齐全,文印用品、生活用品样样都有,饮品供应不断,考试月历每日更新,个别还会提供公共区域;(3)支持熬夜学习,每逢大考不少店家还会通宵开放;(4)价格便宜,从以小时计费到各种包月、包季、包年套餐,不少还推出了晚自习、周末打卡等灵活促销方式,平均算下来最便宜的一天只要几块钱^③。

3 共享经济理论

3.1 共享经济的内涵

1978 年,美国的 Joyi.L.Stefan 教授和 Maisonkasi. Feiersen 教授共同提出了共享经济的概念,即“共享经济是一方借助某渠道,将闲置的物品拿给他方使用,从而获取利益的模式”。如今共享经济的内涵包含的更宽泛,而且也省略了中间渠道,商家可以直接向消费者提供服务或者商品^④。在我国,共享经济是指“通过互联网等网络技术,商品或服务的使用权被商家分享,本质是通过整合资源,满足人们多样化需求的经济活动的总和”,形成了具有中国特色的共享经济市场。

3.2 共享经济的特征

共享经济作为一种新的商业模式,与传统经济模式相比,有三个特点:首先在技术上,共享经济必须借助 APP 等网络平台;其次在权属上,供给者与需求者之间的所有权与使用权是相对分离的,这一点是共享经济和传统电商经济等其他数字经济模式的明显不同之处;最后在供需方面,共享经济商业模式对于供给侧与需求侧之间的匹配度和对接密度有很高的要求。因此,实行共享经济商业模式的平台得益于高效的供需匹配,使其在市场中具有很大的优势^⑤。

3.3 共享经济的驱动因素

第一,经济发展。无论在哪个地区,经济发展和市场繁荣都是促进经济体迅猛进步的第一推动力。互联网的进步推动了经济发展方式的创新,也转变了人民的消费方式。在移动互联技术的飞速发展下,又有传统电商的发展作为基础,使得经济体滋长出多样化的交易方式,极大地推动了共享经济模式的发展。

第二,社会文化。人们的生活离不开社会文化的发展,正是企业不断生产出各类产品与服务,才能满足人们日益增长的多样化需求。当今社会中,共享经济模式快速发展,人们欣然且自愿加入共享经济的交易中,因为人们可

以只需通过少量的资金,便能够换得实质需要较高的代价或者原价才能享受的服务或者商品。

第三,技术创新。共享经济要想走得更稳、行得更远,离不开技术创新来作为支撑。通过技术创新来提高产品和服务的运营管理与智能水平等方面,从而降低企业的运营成本、提高产品和服务的竞争力。只有通过不断保持创新的能力,企业才能立于不败之地,共享经济才能更好造福社会和消费者。

第四,环境保护。环保一直是一个永恒且热门的话题,与之相关的还有节约、再生产、生态平衡等词语,而共享经济的核心刚好与之契合。例如网约车行业能够节约人们购买和使用私家车的费用,还能缓解城市交通拥挤的问题,同时减少有毒气体的排放^⑥。

4 共享自习室行业存在的问题——以成都市为例

成都市的共享自习室主要分布在大学城、办公楼中,主要面向学生或考研、考公务员等在职人员,经营存在一定的周期性差异,形成淡旺季,由于近年考研、考公、考证人数激增,成都市的共享自习室数量有明显增加。总体来看,共享自习室的发展规模不断扩大,可见自习室行业竞争日渐激烈。经调查,成都市共享自习室行业存在的问题主要有以下三点:

4.1 盈利模式较为单一

目前成都市的自习室行业市场集中度较低,大部分自习室采取消费者办卡充值或办理会员为主要营利模式,而过分依赖会员制办卡模式则无法形成核心竞争力,若长期单一发展,有可能步入传统健身房办卡模式的后尘。故而单一化的营利模式使得营利空间较为有限,只能从客户手中赚钱,同时还会失去部分想暂时体验的用户,从而流失一些由体验转为长期的用户。

4.2 准入门槛较低,尚未出台监管措施

目前从成都市来看,自习室开办门槛低,可复制性强、没有明显壁垒,非商业中心的店铺房屋的租金费用较低,投入十几万元基本上 3~4 个月就可以开一间自习室。另外,由于这个行业作为一个新兴行业,成都市的相关部门并未引起重视,所以暂未出台相关的监管措施,导致一些不法分子利用噱头非法集资、预先办卡后跑路,导致消费者受到较大的损失。

4.3 顾客受众面较小,难以发展新顾客

自习室行业面向的是有自我提升需求的白领和日渐增加的考研、考公人群,但是成都市核心商圈和高校有限,考试周期也相对固定,部分咖啡店、奶茶店、快餐店等也会吸引自习室的潜在顾客,因此受众范围有限,客源争夺竞争激烈,营业淡旺季明显,容易形成恶性竞争。除此之外,客源的流动性也大,不容易培养客户忠诚度,导致客源稳定性差,需要持续想方设法发展新的客户。

5 共享自习室行业发展的改进策略——以成都市为例

5.1 完善共享自习室基础设施服务,加强资源整合

众多消费者选择在自习室付费学习,都希望可以物尽其用,能有一个舒适的学习环境,可以尽快进入“沉浸式”学习,提高学习效率。因此自习室所配备的插座、无线网络、灯光等基础设施在学习期间必须时刻保持正常工作。与此同时,提供个性化服务可以提高用户体验度,如提供打印机、自助茶水间、生活用品等。在此基础上如果加强与文创、教育培训等行业的合作,通过资源整合的方式来实现盈利模式的多样化、为消费者提供更多的配套服务,比如读书分享、知识讲座等小范围的知识性聚会等,不仅可以吸引潜在消费者,还可以增加用户黏性。

5.2 完善相关的法律法规,明确监管责任

在共享自习室行业尚不成熟的今天,亟须成都市有关部门出台相关法律法规,建立健全的安全监管的法律制度体系,规范公共自习室的安全管理制度。在相关法律法规的制定过程中,可以参考其他共享经济行业管理的相关规定,并结合共享自习室自身的特点,对自习室进行资质审查、常规检查、建立考核机制,为消费者提供意见反馈和投诉的平台,维护消费者的合法权益,提高负责人的责任意识,促进共享自习室行业的健康稳定发展。

5.3 加大广告宣传力度,吸引更多用户进行体验

在自习室运营初期可以采用稳健型的经营策略,将侧重点转向保持资金链的稳定以及提高自习室知名度和口碑的打造上,在自身特色的基础上打造出具有独特性的文化氛围以及独特风格化的服务项目,加大在地铁、学校等公共空间以及微信公众号、小红书等社交媒介平台的广告投入量,增加公众对共享自习室的认知,同时可以在寒暑假等特定时间实行会员享优惠等宣传促销活动来吸引消费者。

6 结论与展望

6.1 结论

踏入共享自习室的自习者多为忧患意识强、竞争压力大的学生和上班族,他们自觉进行自我提升、自我奋斗、自我约束,通过为自习买单这种消费行为表达生活态度、建构社交关系等等。由于新冠肺炎疫情的发生,导致了大学生的就业价值观倾向于稳定优先,越来越多的大学生选择向体制靠拢,于是在这种背景下出现了“备考热”等现象。在这种背景下,无论是线上云交流自习平台还是线下的共享自习室都会逐步发展为成熟行业,为成都市学习型社会的建设之路添砖加瓦。

6.2 共享自习室行业未来发展的展望

第一,无人化。作为一种提供场景和学习空间的业态,所需要的管理投入相对较少并且标准化较高,有利于实行24小时无人化,通过信息技术实现标准化的管理,提供自助的服务可以减少人工成本的投入。节约人工成本之后可以用更具吸引力的基础服务价格吸引客流,一定程度上保证现金流的稳定。

第二,场景化。依据不同的功能分区进行区别性的场

景化打造,比如在沉浸学习区更注重个人空间的私密度并保持安静的环境,提供功能性较强的服务;在朗读区则向社交场景的方向延展,适当引入白噪音;而休息区则是完全的闲适环境,向一种家庭客厅的方向进行尝试,并列文创产品。例如、香薰、文具等使其更具生活化的特色,使得整体的环境氛围和其他场景具有差异性,尽量贴近像图书馆一样的安静氛围,又减少一些社恐群体的压力。

第三,商业模式多样化。共享自习室所针对的用户群体主要是在职白领和在校学生,消费群体偏年轻化,而且学生群体尚未实现经济独立,对价格相对更加敏感,所以除了按时间收费之外还会有新的商业模式引入的趋势。面对年轻化的消费群体,共享自习室可以趋向于“免费+收费”模式,如通过向新人赠送定量的免费时长来吸引流量,以流量为基础和广告商合作,或者通过学习时长的累积量分阶段免费赠送奖品,抑或是划分区域提供免费基础服务,其他区域为会员制模式。以“免费+收费”为突破点等引入成为新的营收点,吸引顾客,增加客源流量。

注释

- ①中国教育统计网
- ②共青团中央微信公众号
- ③成都微信公众号

参考文献

- [1]庞秋艳,阚玺.共享自习室发展现状研究[N].山西科技报,2022-04-18(B06).
- [2]史际春.《经济法》(第三版),中国人民大学出版社2014年版。
- [3]张红彬.共享经济的网络效应、生产要素配置及治理研究[D].北京交通大学,2021.DOI:10.26944/d.cnki.gbfju.2021.000106.
- [4]朱熠晟.共享经济商业模式研究[D].南京林业大学,2020.DOI:10.27242/d.cnki.gnjlu.2020.000106.

作者简介:李鑫汝(2000-),女,四川泸州人,本科在读,研究方向:共享经济;王蔚(1980-),女,四川成都人,硕士,副教授,研究方向:分享经济。