

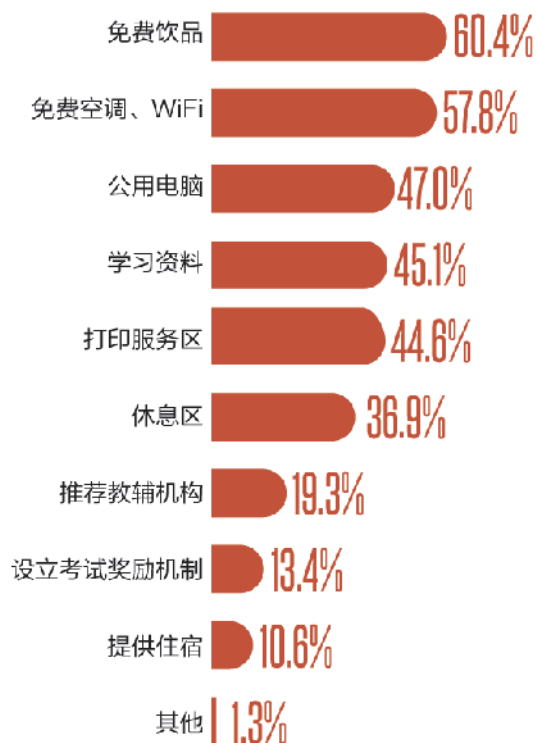
有人为求职做准备,有人为日常学习或工作……

自习室正在白领圈流行



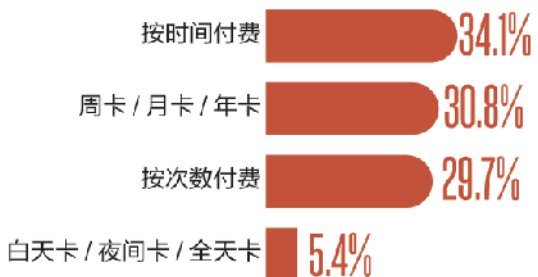
免费饮品、空调、WiFi 是刚需服务

2021 上半年中国国民对付费自习室服务的偏好



按时间付费, 散客较多

2021 年上半年中国国民对付费自习室的付费模式偏好

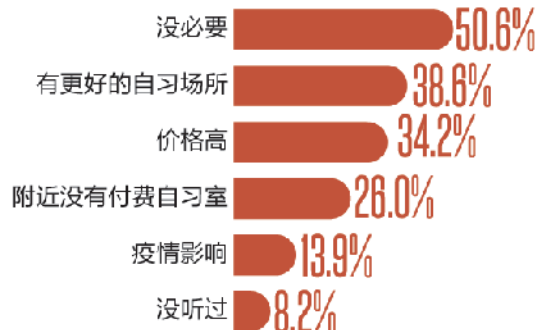


2020-2021 上半年中国付费自习室消费情况

	2020 上半年	2021 上半年
100 元及以下	41.3%	28.57%
101-500 元	32.9%	49.23%
501-1000 元	21.3%	19.34%
1000 元以上	4.5%	2.86%

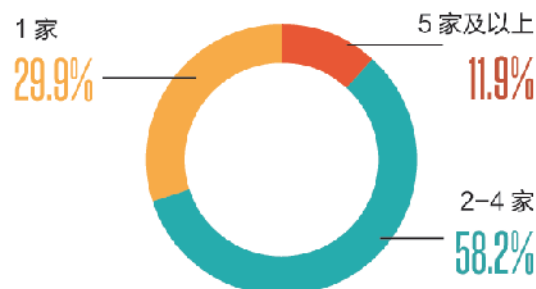
用钱买沉浸式的学习环境? 超过一半未体验用户认为没必要

2021 上半年中国国民未体验付费自习室原因



用户“忠诚度”不高 未来消费意愿不强

2021 上半年中国消费者的付费自习室体验数量



2021 上半年中国消费者的付费自习室体验数量分布

	5 家及以上	2-4 家	1 家
基本每天都去	11.9%	58.2%	29.9%
每周 2-5 次	10.6%	78.2%	11.2%
每月 1-4 次	5.1%	55.5%	39.4%
偶尔一次	1.2%	30.0%	68.8%



近半数为求职做准备 也有人特意去“治”失眠

根据美团 2020 年发布的《暑期教育行业复苏大数据报告》亦提到,中国的付费自习室超九成消费者是职场白领。截至 2020 年 7 月底,共享自习室飙升为成人培训搜索增长率排名第一,较 2019 年同期流量增长超过 10 倍。在艾媒咨询的报告中,对使用付费自习室用户的社会角色进行了调查,发现同样多为职场人士,学生仅占 30.5%。且女性、95 后用户居多,分别占 51.4%和 37.4%。

报告中还提到,与 2020 年相比,2021 年中国付费自习室用户消费目的更加偏向知识技能提升上,有 48.6%的用户到付费自习室是做求职准备,45.1%是为了日常学习或工作,42.2%为了上网课或写论文。为了寻求属于自己的独立空间以及满足好奇心打卡的也不在少数。甚至,有的人是由于失眠,特意来付费自习室睡觉的——灯光昏暗、四周幽静,确实可以促进睡眠。

除了环境,交通因素也影响着付费自习室的上座率。报告中的调查数据显示,约 37%的用户会选择去开设在学校周边的付费自习室,而商圈和写字楼等人口密集区域内的付费自习室同样受到近四成用户的欢迎。作为该行业最主要的用户群,普通职工和学生的偏好,影响着付费自习室的分布,这就导致了付费自习室的分布区域一般相对集中。

跨品牌合作、24 小时无人自助模式成未来趋势

在可预见的未来,国内付费自习室还会越开越多。报告中,有 47.0%的消费者表示会将付费自习室作为终身学习的场所,但也有 24.6%的消费者明确表示不会,并有 24.8%态度不明确。在没有体验过付费自习室的用户中,超过一半认为付费自习室没有必要。艾媒咨询分析师表示,与国外成熟的付费自习室模式相比,中国的付费自习室市场尚未成熟,缺乏行业标准,同时,用户对付费自习室的消费仍处于市场教育早期阶段,虽然消费者对该模式认可,但是未来去尝试的态度仍十分暧昧。

因此,付费自习室还处于刚起步阶段。综合成本高、盈利模式单一,缺乏核心竞争力、产品同质化严重,地域性强、获新客成本高,周期性明显、客流稳定差,这些都是目前付费自习室行业发展所面临的挑战。大家都在探索自习室的其他可能性。以预收会员费的盈利模式为例,在提供基本的自习服务基础上,一些付费自习室还会探索与餐饮品牌、文创品牌、教育培训等行业的跨界合作,实现盈利模式多样化的同时,也为消费者提供更多的产品服务。

亦有不少人将付费自习室的模式理解为“联合办公”理念的延伸,2019 年,联合办公空间 WeWork 就曾在上海上线了“闪座(WeWork GO)”服务,该服务以分钟为单位收费,面向所有消费者提供 WeWork 社区工位。会员只需通过“闪座”小程序扫码即可租用工位。与联合办公品牌方联营,共享空间,能够降低非备考期付费自习室的空座率。可惜与普通自习室 5-10 元/小时的单价相比,这种一小时收费 15 元起、最贵每小时 45 元的工位,显得有点价高,且因为没有音量限制,而难以创造沉浸式的学习氛围,因而并未成为共享自习室的新出路。

付费自习室另一重要发展趋势,就是 24 小时无人自助化。这对于“人均社恐”的当下,是一个非常有力的卖点,且可以满足夜间消费需求。对于商家来说,24 小时无人自助模式可以实现自助订座、智能门禁、无人线上管理等功能,还可以根据大数据对消费者行为进行分析。不仅节约人力成本,提高了场地资源利用率,还能便于提供更好的个性化服务。但这需要解决如何实现用户行为管理的问题,用户履行“学习公约”的自觉度大大地影响着服务的质量。

■数据来源:艾媒咨询《2021 年中国付费自习室行业发展现状与消费趋势调查分析报告》等。

■你愿意花钱买一份安静吗? ▶▶

