

两会关注

共享办公3.0去哪

从简单租赁空间到提供各类企业服务,从单纯做“空间”的生意,转变为做“人”的生意,作为共享经济下一种全新的办公形式,共享办公的含义正在不断被改写。这个过程伴随着各路资本对联合办公领域的扎堆涌入,以及理性抑或是无奈的退出。有人用共享办公1.0、2.0以及3.0时代这样的概念串联共享办公近几年来的发展历程,而站在2.0迈向3.0的路上,共享办公未来的走向又将如何?正在召开的北京市政协十三届二次会议上,北京市政协港澳台侨工作顾问、优客工场创始人毛大庆给出了自己的答案。



北京市政协港澳台侨工作顾问、优客工场创始人毛大庆在两会现场

组织化与平台化的未来

在毛大庆看来,共享经济本质上是基于移动互联网、智能化等条件的逐渐成熟,从而实现更加高效的资源分配,同时提升需求者的体验。而共享办公空间的出发点,不仅是将空间从资源转化为服务,同时也能够通过智能、数据管理等手段双向提升运营者、使用者的效率。

“原来大家做共享办公,只是把低效资产进行改造和设计,把它变成一个分租的模式再租出去,这是最早的共享空间,也就是共享办公的1.0时代;到了共享办公的2.0时代呢,其实就开始在里面产生社群,产生企业间的联络,产生会员权益的进一步变现,以及通过客户、用户画像大量的数据沉淀,去帮助入驻企业乃至合作方进行企业策划和产品策划。所以这件事就从以空间为入口聚集企业,慢慢变成了一个企业数据沉淀、数据流量变现以及数据做出来的企业画像,进行更多的业务变现,比如说广告业务、服务推送、策划服务等。”之于共享办公,毛大庆向北京商报记者抛出了他对共享办公发展阶段的两种概念定位。

此外,毛大庆强调,共享办公到了2.0时代便不再单纯是空间内容,也远远不止是一个租赁内容,而是演变成了数据变现、客户画像变现这样一个内容。共享办公3.0将是一个信息交互、还可以为社会提供更广阔服务的商业平台。而现在,国内共享办公正处于2.0到3.0的过渡阶段,组织化以及平台化是可以预见的未来。

毛大庆对于共享办公3.0时代有着清晰的表述,在他眼中,共享办公的3.0时代形式,其实是未来办公文化的变革,其最大特征是打破工业时代效率至上的理念,开始重新重视人的价值和链接的必要性,这相当于现代经济领域

的又一次文艺复兴:1.0的办公室和办公文化对于人而言是冰冷的,要进行管理思想的变革;2.0时代在办公领域的体现是社群的建立和办公本身边界的模糊化,工作是人们生活的一部分,我们开始了工作方式的变革。而在3.0时代,很多人不是为老板工作,而是为自我价值的实现而工作,激发每个人的创造创新力,人与人之间价值互换、信息互换、文化交流,聚集和链接思想,形成社会链上的一个超级节点,这是我理解中的3.0共享办公。”

共享办公版本的更迭,伴随着多种要素的升级。毛大庆表示,这种升级不仅仅是供给侧的,需求侧的变化同样逼迫这种升级和迭代的到来。最初,联合办公的核心要义在于租金支付能力优势,即让创业者能够以较低、能承受的租金支持,享受到更良好的办公环境。这是1.0时代的需求侧情况。后来,一些创业者被淘汰,一些创业者变成了创业团队、直至创业的规模企业,他们对于发展的需求,已经超脱出了最初联合办公的租金支出优势,而是不同业态、形态业务的企业能够交叉衔接,带来商业机会。这就是2.0时代的需求侧:“所以,你看到了,办公的形态变了。照此发展,有相当一部分企业就不再仅仅满足于商业机会的对接了,而是要通过这些不同的企业,相互交织,孕育出新的商业业务、形态和物种。这自然又是一次办公模式的变革。这就是3.0时代的需求侧。优客工场当今主要的精力就放在3.0时代上。由此,毛大庆还畅想了共享办公的4.0版本,他认为那时很可能会变成一种新的、全体验式的商业综合体。

规模与运营的选择题

规模与运营是共享办公发展的两大支撑点,但由于行业位次决定话语权,加之资源、资本多向寡头企业倾斜,基于自身规模化生长的诉求,扩张也便

成了绝大多数联合办公运营商发展的首选。

以优客工场为例,这家成立于2015年的共享办公企业,只用了三年时间便实现了从无到优的发展,并在2018年末交上了一份耀眼的成绩单:44个城市、211个社区、73万平方米的签约总面积以及1.5亿美元的年签约额。而不论什么时候点进优客工场的官方网站,都能在其首页中看到明晃晃的四大指标:开业城市、桌子、入驻工友以及服务商。其中,桌子与入驻工友旁的数字无时无刻不在刷新。

规模对于联合办公有多重要?SOHO 3Q董事长潘石屹也曾多次公开强调:“规模不能低,低了就永远不能赚来钱”。于是,在潘石屹出售SOHO项目的同时,也不忘开启“买买买”模式,在全国大举收购项目,为SOHO 3Q寻找新空间,且要求空间规模不得低于4000平方米。

据了解,当前共享办公领域的扩张有两大路径,一是并购,通过并购市场份额去优化其资产配置,优客工场就是其中较富代表性的一例;二为自营,通过重资本的自营模式实现对共享办公的支撑,频频拿地的氪空间目前便采取这种加速布局策略。

在业内人士看来,规模化对运营效率的提升毋庸置疑,不过在此背景下,并购和整合将持续大量出现。

数据显示,2018年内,国内联合办公品牌减少40家,竞争力相对较差的企业逐渐消失或被并购,运营时间均未超过两年。好租相关研究数据显示,全国共享办公品牌撤点原因包括“被收购”、“不做”以及“改为传统出租”三种,其中改为传统出租的比例超过八成,被收购者大概占到了15%。

优客工场2018年就展开了6次收购动作。有行业人士更是直言,未来规模化和体系化优势将成为行业龙头的竞

争壁垒,可以预测未来一两年,资源整合仍是联合办公行业的趋势。

“任何一个高速增长的行业在发展一定阶段出现行业整合都不意外,联合办公在国内是一个新兴产业,发展到一定阶段有行业玩家退出也是正常的现象。不管是商业模式遇到瓶颈,还是没有做到充分的差异化经营,任何一次的整合和联合,包括优客工场的几次,我相信核心其实都一定是出于对用户需求的考虑:让用户在更大的网格范围内便利移动,充分释放联合办公灵活的行业特性。”毛大庆如是说道。

闭环的需求

在优客工场朋友圈日渐扩大的同时,其对于产业链的闭环打造也在加速。

就如何将空间生意做成闭环的问题,毛大庆表示,优客工场三年多的创业过程,也是中国共享办公以及国内“大众创业,万众创新”理念快速发展的三年。自从优客工场2015年成立以来,迄今平台已汇聚15000家企业,其中超过100亿元估值的有23家,高新技术企业107家,解决就业人数近150万人,全国总纳税额超过200亿元,党组织数达372个,充分体现了共享经济在办公行业强大的生命力和成长力,以及联合办公业态在“大众创业,万众创新”大潮中的重要服务平台价值。

通过完善的网格化空间汇聚更多企业,从空间服务逐渐延伸到企业服务,积累更多的数据和用户画像,通过智慧化的办公体系对空间内企业进行更精准的势能传播,围绕工作的人群,从B端的企业服务,到C端的会员服务,以桌子为入口,更多地利用线下场景及线上智慧服务形成完整“线下体验式+线上社交”的商业逻辑,从而达到一个完整的生态闭环。

在今年两会上,毛大庆建议,应该加强对空间运营商融资端的支持力度,提到破解联合办公企业因缺乏重资产作为抵押物,无法获得银行低成本贷款,毛大庆建言,利用大数据建设信用评价体系的核心是信用信息的充分披露与共享,建立良科、公平和权威的信用评价体系就要使信息得到充分公开。毛大庆认为,在“互联网+”环境中,有必要建立一个以政府机构主导,各行业协会和企业共同参与建设的企业信用大数据平台,利用大数据技术为社会提供企业信用数据收集、分析、评价,这样既能够有效解决目前企业信用评价庞大数据库单靠各级政府部门,或者行业、企业自身所无法解决全部数据征集和融合的困境,同时也能够解决对企业信用评价体系要求独立性、科学性、权威性、审慎性和透明度的不足。

“另外,创新行业会有很多新模式无法用传统方式方法评估衡量,我认为在这个创新变革的时代,政府相关部门和银行也应该用更包容的态度看待新行业,和行业一起探讨更适合创新领域发展的新评估模式。”

(下转B3版)