青年报 2016年1月15日 星期五
责任编辑 吴炜 美术编辑 陆轶

共享空间让SOHO族联合办公

节省办公成本、多样配套服务是联合办公模式最大亮点

作为一桩改写传统写字楼游戏规则的新生意，共享办公空间在2015年的房地产市场赚足了眼球。

数据显示，目前全国共享办公空间已超过1700家。潘石屹的SOHO 3Q加速扩张、WE+联合办公在金钟广场揭幕、LINKPLACE创造者入驻中信广场，起源于美国的“联合办公”模式已悄然渗透进申城。

青年报 沈旖旎

移动办公或成新潮流

北京望京SOHO和上海SOHO复兴广场的两家SOHO 3Q去年正式开门迎客，“潘石屹出租办公桌服务”一度在业内引发热议，创业者可以短租一星期、只租一张办公桌或一间办公室。据了解，北京、上海两地的SOHO 3Q工位已突破1万个，预计到2016年将达到4万个，之后两年这一数字将达到10万。

真正让联合办公空间火起来的典型代表，是美国的WeWork模式。一个创业的小老板只需缴纳600美元左右，就可以在WeWork租下一间办公室，它不仅提供媲美谷歌的工作环境，还可以让你享用一切工作需要的东西。不仅如此，更为人们创造出各种各样的“偶遇”机会，当你去冰箱里拿食物或是在咖啡吧休息的时候，都有可能会遇到项目投资人或合伙人。

走进上海“LINKPLACE”的办公空间，暖色调的灯光、具创意感的家居、一排排书和工艺品……角落里随处可见多功能的电源插座，三五个年轻人正各自盯着笔记本电脑敲敲打打，神情严肃。进门的公共区域层高达到192米，空间感觉非常开阔。公共区域设计有一个环形动线，围绕这个环形有很多的办公桌，在任何一个办公桌办公都不会觉得是在一个死角。

“LINKPLACE”负责人介绍，虽然这样的设计会很浪费面积，但是里面的每一个办公者都不觉得自己被冷落，周围也有充分的人交流。这样的设计在国外很流行，但是目前很多联合办公基于空间的考虑还是会更加密集地安排座位。

WE+联合办公CEO刘彦燊也曾表示：“办公室的设计不应该是孤立的、政治的，而应该是能量最大化、促进交流的。共享办公空间跟传统办公最大的不同，是传统办公以物理空间为中心，而联合办公是以人为中心，加上外部资源作为催化剂，促进内部更加好的互动、协作。”

对于刚刚起步的小微型企业而言，“联合办公”的“好处”是显而易见的——节省办公成本。

Roy CHEN是“LINKPLACE”的租客之一，也是某新兴市场营销策划公司的创始人，他上个月把团队从徐家汇的独立办公室搬进了“LINKPLACE”，他表示这让公司运营成本节省了不少。“本来月租要1万多，加上买办公耗材、宽带费、水电煤等等开销非常庞大。现在租三四张桌子，一年不过三到四万元。”

“LINKPLACE”创始人王锴透露：“我们发现办公趋势已开始改变，目前全球有31亿的办公人群，移动办公人群有13亿。目前发达国家的年度人群办公位成本是1.9万美元，而66%的企业计划通过更灵活的办公来削减成本，目前全球平均工作位工作日空闲率在55%左右。正是由于这个现状，我们觉得中国也将开始慢慢进入联合办公的时代。”

增值服务将是生存根本

5年前，人们很少能听到有关“联合办公”的讨论，而现在，联合办公在一线城市中已成为“新常态”。共享办公在中国出现并获得市场关注，的确与中国的创业潮有关。在“互联网 ”时代，办公空间和办公模式正处于巨大的变革中，人们对传统写字楼的需求也在发生变化。

然而，回看2015年共享办公“遍地开花”的同时，也有人对“花期”抱有审慎的态度。市场有观点称，在这个相对小众的市场，如此一拥而上的供应，将使联合办公产品在2015年面临供应过剩。行业人士表示，2016年到2017年生存下来的企业将会很少，只有真正有创新服务能力的企业才能生存。

对于业内这些担忧的声音，王锴认为，未来的办公室除了产品的硬件，应该尽可能提供多样化的配套服务。用户从早上来到办公空间，一直到下班离开空间，在这期间所发生的所有的事情都应该是设计这个产品时所考虑的范畴。

比如“LINKPLACE创造者”的空间里还设置有很多特殊的区域：在“秘密电话亭”里面打电话是可以隔音的；在“O2O服务区”可以让美甲进行上门服务；“午休区”提供了空间进行安静的休息；“游戏室”则配置了娱乐设备给大家放松；“儿童活动区”让家长可以带宝宝来上班。

易居中国执行总裁丁祖昱近期著文表示，未来能够脱颖而出的“中国版WeWork”企业并不会太多。丁祖昱预测：“由于市场并不是很大，蜂拥而上做这块，必然产生巨大的竞争。今天有资源、有专业、有能力可以做的，其实并没有太多。”因此他不赞成跑马圈地的做法，“对于今天的先行者来讲，不用着急，也不要贪多求全，做一个成功一个才是正道”。

在中国市场还在琢磨共享办公的前路时，WeWork的创新已经从办公延伸到了居住领域。近期有传言称，为初创提供联合办公空间的WeWork在估值达到100亿美元之后，开始尝试向初创公司推出结合办公空间和生活住宿的打包式合租服务WeLive，其目的是希望给在WeWork办公的人们，提供生活空间，让办公、生活的区域有所重合，都放进一栋楼里。

[延伸阅读]

共享办公模式衍生专业设计团队

互联网时代下的创业潮，推动了共享办公空间的快速发展。近日，一场题为“设计引爆场景革命”的论坛在沪举行，主办方“设计很忙”专注于共享空间设计特定领域，通过流程改造、效率提升，以及优质资源的整合，让用户更加便捷的享受优质设计服务。

“设计很忙”创始人Tony介绍，在设计领域，中间环节至少占整个设计成本的60%，又往往因为信息的不对称，用户很难找到满意的设计师。“设计很忙”希望在共享空间这一特定需求的应用领域，形成粘性足、价值溢出明显的模式，而不是“只能看，不能用”。同时在行业内做出了“所见即所得”的质量承诺，让图纸100%还原成真实。

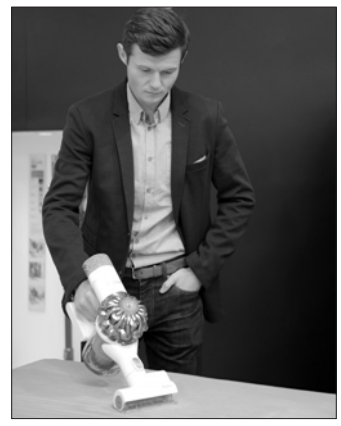
据了解，目前“设计很忙”在国内已经为数十家共享空间提供了设计服务，包括参与了SOHO 3Q等知名项目的设计服务。在未来，他们还将推出个性化定制方案+标准化套餐服务，让更多用户能够享受好而不贵的设计服务。

另外，“设计很忙”在上海建立了“设计服务生态圈”为主题的共享空间，以此形成线上快速匹配，线下快速反应的高效设计模式。同时基于通过共享空间的运营，更加深刻地理解共享空间的功能需求及设计需求。

■资讯

戴森V6 Mattress床垫清洁专家发布

本报讯 姜卓 近日，戴森全新发布V6 Mattress手持式吸尘器，可以高效捕捉并去除床垫上的尘垢及过敏原；可以用它来清洁毛毯、沙发和汽车座椅。这款吸尘器配备特制迷你电动毛刷，必要时可进一步深入清洁表面，让顽固尘垢与过敏原无所遁形。机器后置的HEPA过滤系统则能把这些过敏原牢牢地锁在吸尘器内——它能高效捕捉直径小至PM0.3的过敏原，机器排出的空气比吸入的空气更清洁。



乐视全球品牌升级新LOGO

本报讯 王霞 近日，乐视生态及其7大子生态的全新LOGO正式发布。新品牌中，“TV”已彻底从乐视标识中褪去，取而代之的是以LE组成的“LE”字样，“这意味着乐视已经从2004年的视频网站，彻底成长为集平台、内容、终端和应用为一体的完整的‘生态世界’。”乐视控股战略副总裁阿不力克木·阿不力米提表示。

据了解，在乐视的全球生态布局中，将战略首选美国、印度等有巨大创新潜力或极高速增长的国家和地区，同时推进东南亚包等更多市场的拓展。其超级电视新品X65也同步亮相，与此同时，乐视网正式更名为乐视视频，启用国际顶级域名le.com。最新艾瑞数据显示，乐视网人均一周有效浏览时间排在首位。

洲际集团构建5000家俱乐部

本报讯 王娟 1月12日，洲际酒店集团宣布，纽约东城英迪格酒店成为其全球第5000家开业酒店。据了解，纽约东城英迪格酒店位于曼哈顿最繁华、最富有魅力的地区之一，是洲际酒店集团在纽约的第三家英迪格酒店。目前，大中华区市场已成为洲际酒店集团仅次于美国的全球第二大市场。预计到2025年，中国将会凭借庞大的客房规模超越美国，一举成为洲际酒店集团全球最大的市场。