

付费自习室运营中现存的问题及对策

晏子曦 邵鸿杰

(湖北师范大学经济管理与法学院, 湖北 黄石 435002)

摘要:近年,各地付费自习室发展迅猛,却存在客户群体难拓展和盈利空间有限等问题。适时转变商业模式,发掘潜在客户,拓展宣传与营销渠道,优化管理模式,提升服务品质将成为自习室经营者们有效的对策。

关键词:共享经济;付费自习;现状;困境;应对策略

DOI: 10.12373/xdhjy.2022.05.4859

在学习型社会中,以互联网为依托的在线教育带动了民众自主学习浪潮。优质的学习空间备受广大学习群体的青睐。近年,以良好学习氛围为核心卖点的付费自习室产业在各地兴起。

一、付费自习室市场火爆的成因

2019年是中国付费自习室的元年。当年,北京和上海两地新开业的付费自习室总数超过80家,新一线城市的新增付费自习室也均超过60家。近两年,各地付费自习室蓬勃发展,市场火爆,其成因主要有三个方面。

第一,迎合自主学习者的心理需求,即竞争焦虑和私密性。2019年付费自习室的消费群体主要为青壮年人群,20-25岁群体占45%,26-30岁群体占26%。2021年付费自习室消费群体基本为在职人员和学生,占比分别为35.2%和30.5%。根据分类,求职准备占48.6%,学习工作占45.1%,上网课写论文占42.2%。2022年考研人数457万,相较2021年增长了80万,增幅21.2%,为共享自习室的蓬勃发展开拓了市场。激烈的竞争压力让许多上班族业余充电学习。随着隐私观念的提升,人们希望在具有私密性的个人空间里自习。付费自习室提供的“共有空间”模式很好地满足了用户“静而不孤”的需求。

第二,消费者越来越愿意为优质服务付费。付费自习室的兴起,反映了付费学习空间服务已逐渐成为趋势。许多自主学习者不满足于在家里或在校学习,希望有更好的学习空间和氛围,且愿意为享受更好的服务而花钱。

第三,当代年轻人压力大,付费自习室成为其纾解压力的方式之一。符号和图像使人类经验来源超越现实载体本身日渐“拟像化”。选择学习空间,是通过符号、氛围对个体生活建构拟像,从而建构自我最佳学习目标导引。相比生活或公共空间而言,自习室的环境支持更具吸引力。换言之,学习空间里可以更好量化自我以对抗社会竞争压力。另外,学习空间成为青年在都市生活境遇下自我压力纾解的一种空间建构。学习空间因多元化、习惯性互动和参与,塑造着青年的个体成长轨迹,刻画了青年外部空间压力抗争实践,并在类型化学习实践的行动表达中具象化为都市青年之社会空间观。在空间互动上,付费自习室提供的空间可看作自主学习者思维的延伸与优化。

二、付费自习室市场现存的问题

在2019年笔者投资开设了一家付费自习室,注册资本十三万元。经过两年的市场沉淀,深入分析自身经营状况,考察行业动态,加强与同行间交流,我们发现付费自习室面临着一些亟待解决的问题。

第一,客户群体难拓展。付费自习室缺少稳定顾客,收入周期性波动大。笔者所开的付费自习室的收入主要集中在上半年。不少学习者为了筹备下半年的各种考试等提前购买长期套餐服务,收入不错;而下半年主要是备考期末考试的散客,利润较低。在调查中,我们发现有一少数顾客仅是出于好奇来体验一次付费自习室的服务,他们对付费自习室没有刚需,仅是“体验”式探店。付费自习室用户在需求上都不属于平稳长久的刚性需求,黏度小、次数低、熟客少,难以完成客户存留。因此,客源的“单一性”和“流动性”使付费自习室收入呈现以淡旺季的差异性。此外,“付费自习”观念有待发展,潜在客户待发掘。在许多人眼中,教室、图书馆、奶茶店和咖啡厅都可以免费学习。再者,同质化竞争导致客户流失。目前,大多数付费自习室都采用传统的隔间模式,空间布局、硬件设施、管理模式等方面同质化严重,缺乏独特性。为吸引客源,同行竞争最终沦为价格战。压缩利润,降低服务品质,将使经营状况陷入恶性循环。

第二,盈利空间有限。付费自习室成本高,回本周期长。在成本统计上,我们前期投入为130,064元,每月维持运营的投入为5,586元,其中房租水电占主要部分。结合当下较低的收费,对比高昂的租赁成本和硬件成本,在当前行业竞争下,经营者若仅仅当“二房东”,显然不是长远之计。付费自习室的收入上限可以估算为:收入上限=每天的单价×运营天数×座位数量。该公式是假设自习室满上座率且一个人使用一个位置全天的理想状态,根据笔者自营自习室的座位数量。本自习室的每月收入上限约为8,000元,毛利率约为30%,回本周期约为4.5年。受实际运营状态和淡旺季的影响,实际上每月的收入仅6,200元,毛利率11%,回本周期将长达15年。

第三,宣传推广的渠道单一。当下绝大多数付费自习室都在“美团”和“大众点评”上注册商家,借助该平台进行营销,对

电商平台依赖程度大。对地理区位不好的自习室，若缺少电商平台的支持，则难以获得顾客。大多数经营者缺少有效的宣传方式。有经营者尝试通过百度贴吧进行宣传，但浏览量远不如大众点评等平台。

第四，自习室经营中存在消防、安全和顾客纠纷等方面的风险。付费自习室以小隔间区分座位，空间不大，且每个座位会安装插座和台灯，其电线排布、桌椅摆放必须符合消防规范。然而，一些经营者为追求效益最大化，私自对自习室进行扩建改造、私拉电线、盲目增加电气设备，存在严重的安全隐患。一些自习室为无人值守模式，店面管理相对比较松懈，为盗窃者带来可乘之机。有时，自习室会出现一些偶发性的矛盾纠纷。

三、付费自习室经营者未来的应对之策

面对付费自习室市场存在的种种问题，经营者们不得考虑未来的应对之策。

第一，转变商业模式，发掘潜在客户。例如，开发餐饮、打印、二手书籍售卖等衍生服务。考证考研考公等人群是付费自习室的主要客户群体。经营者若能提供相关考试二手书籍的供给，相关经验的传授，将能契合这个群体的需求。此外，经营者还可以探索“自习室+”模式，与其他行业进行合作。例如，尝试“自习室+教育”，与考研考公法考等教育机构开展合作，推出专属优惠等活动。平时由自习室负责为培训机构进行宣传，后者定期指派老师做辅导讲座或答疑，实现共赢。

第二，丰富宣传渠道，创新营销手段。经营者得摆脱对点评网络平台的依赖，自主地通过短视频、网络直播等方式宣传，“因时”制定营销策略。在淡季和上座率低时段加强“体验式”营销，推出低价“一小时体验卡”；或邀请年轻人免费体验“自习室一小时”，拍照发朋友圈后奖励小礼物；也可以通过一定的奖励来营销，如介绍亲朋好友来体验即可获得优惠券等。旺季时开拓“深夜自习室”，24小时不空座。

第三，优化管理模式与服务品质。自习室要坚持以客户体验为导向，合理布局与规划，预留拓展服务得空间。采取简约温馨的装修风格，如摆放盆栽等绿植、原木色桌椅和墙纸、铺设静音地毯等，营造舒适简洁的氛围。值得重视的是，自习室经营者还可以尝试构建有趣得学习社群。齐美尔认为，人际互动除一般意义外，也充盈空间意义。重识社会关系在空间中的延展有助于去拉近用户和自习室间的心理距离，从而实现客户存留。经营者可以在墙上设置留言板，也可以组建自习室的交流群，还可以公众号推送“周四下午茶”“悦读会”等活动，赋予自习室情感价值。

第四，合理规划选址，防范风险发生。自习室选址需要考虑三个因素，一是地理位置，交通是否便利，覆盖范围内的用户群体类型；二是环境质量，静谧的环境是学习的必要条件，要选择足够安静的环境和合适楼高，三是综合考虑租金合适的地区。自

习室经营者必须设立门禁制度、提供储物柜等方式，让顾客能将贵重物品寄存，保持空间相对宽松。合理规划电线排布，定期检查消防设施，并在醒目位置张贴逃生示意图，从而消除消防安全隐患。另外，自习室管理规范的设立与执行也是减少纠纷必不可少的措施。

参考文献：

[1] 一条. 2019，中国付费自习室的元年 [EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1653813902433434247&wfr=spider&for=pc>, 2019-12-24.

[2] 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 [EB/OL]. <https://www.iimedia.cn/c400/78430.html>, 2021-07-10.

[3] 陆扬. 日常生活审美化批判 [M]. 上海：复旦大学出版社，2012：5-9.

[4] 艾媒网. 一座难求！付费自习室悄然走红，盈利模式仍有待挖掘 [EB/OL]. <https://www.iimedia.cn/c460/66685.html>, 2020-1-12.

[5] 齐美尔. 社会学—关于社会化形式的研究 [M]. 林荣远译. 北京：华夏出版社，2002：461.

[6] 苏晓赞. Y公司付费自习室营销策略研究 [D]. 西安：西北大学出版社，2021：18.

[7] 姜忠奇. 付费自习室兴起，你愿意花钱上自习吗 [N]. 科学之友，2020-4-5（1）

[8] 吴海萌. 共享经济下共享自习室安全分析与治理对策研究 [J]. 中国储运，2021（12）：124.

* 基金项目：2021年湖北省大学生创新创业训练计划项目“青跃自习室：网络实时共享学习空间”（项目编号：S202110513074S）；2020年湖北省高等学校省级教学研究项目“基于卓越法律人才培养的学术小课研究”（项目编号：2020613）；湖北师范大学2019年度教学改革重点项目“卓越法律人才培养中学术小课的探索及运用”（项目编号：2019002）。

作者简介：

晏子曦，男，湖北武汉人，2019级法学专业学生，研究方向：大学生创新创业。

邵鸿杰，男，江苏常州人，2020级法学专业学生，研究方向：大学生创新创业。

本文系在湖北师范大学经济管理与法学院王小丹老师指导下完成。