

## 付费自习室暑假爆满,热门店铺需提前一周预定——

# 花钱买氛围,这个生意能火多久?

### 旺季时,座位需提前预约

扫码、打开小程序、在预约界面签到、点击“开门”按钮……8月15日上午9点半,按照南京壹心空间沉浸自习室公众号上的流程,无需任何交流,记者自助解锁进门,映入眼帘的是明亮的独立隔间,书桌、台灯、插座等均为标配。自习室里,10多位顾客已开始学习,不少人的座位上还贴着当天的学习安排表。

茶水间里,各式花茶、咖啡、方糖等免费提供,一面墙上贴满了五颜六色的心愿贴。“拆下肋骨,燃烧理想主义!”“教师资格证,拿下!”“早日成为优秀的心理咨询师!”“南大文学院冲鸭!”……笔触或稚嫩或遒劲,承载的都是满满的希望。

在这里,考证考研的自习者占多数。王思仪准备再次考研,她家距离自习室不过数百米,但她感觉在自习室的学习效率比在家高出不少。“有时拿起手机,看到左右两边的同学都在认真学习,我就会赶紧放下手机。”坐在自习室的“景观区”,王思仪面对落地大窗,俯瞰城市景色,每天傍晚回家时,她都不忘拍下窗外风景,“累了就抬头看看远方,落日和晚霞见证了我的努力。”

夜幕降临后,自习室里多了不少上班族。晚上8点,在大行宫的三条锦鲤自习室内,25岁的银行职员杨帆正在备考金融英语。几个月来,杨帆每天下班吃完晚饭就来到自习室,学到凌晨1点多再回住处睡觉,第二天早晨8点准时起床上班。杨帆的毅力,让自习室的经营者罗先生分外感慨,这家店四成顾客是上班族,“他们的时间是很宝贵的,免费的图书馆开放时间相对短,不像在自习室能学到深夜。我们这边还会免费提供一些学习资料和网课视频。”在这里,杨帆认识了两个志同道合的考友,做题时会一起讨论,“并肩战斗的感觉挺好,有重回校园的感觉。”

这样的自习室大多位于人流量较大地区的写字楼里,内部分为很多区域,有可使用电脑的“键盘区”、低分贝或者0分贝的“静音区”、带大窗户的“景观座”、带帘子的“小黑屋”等,普遍提供储物柜、茶饮和打印服务,日均费用在20元至30元之间,较高档的自习室有“充眼”休息舱、夏日淋浴间等。

从7月份开始,付费自习室消费进入旺季。在美团等平台搜索“自习室”,不少都需要提前预约。记者电话预约于雨花台区的两家自习室,店家告知周末都已经满员。美团数据显示,今年7月以来,江苏省用户在美团上搜索“自习室”服务的次数同比增长141%。我省自习室的线上订单量增速排名全国第一,同比增幅达108.2%,其中南京市在订单量最多的城市中位列第六,订单前五的城市分别是北京、上海、深圳、广州和成都。江苏自习室线上消费用户中,25岁以下年轻人占比最高,达40.4%。

### 扩大受众,打造新生活方式

业内将2019年称为付费自习室“元年”,悄然出现的城市自习室,在疫情后更出现井喷趋势。

“考公”“考研”“考编”热潮给付费自习室送上第一把薪火。南书房自习室的经营者唐塘,于2019年和朋友在南京市江宁区开了首家自习室。团队成员王亮在接妻子下课时,发现有很多人留在考研培训班的教室里继续看书复习。“能不能给这些人一个学习的空间?”王亮把自己的想法告诉唐塘后,两人查阅数据发现,每年考研、考公的人数都在上升,“司法、教师资格、注册会计师等考试的人数也在增加,越来越多的人希望提升自我。”

在调研了上海等地共享自习室的经营状况和运营模式后,唐塘团队投资8万元的自习室,在开业大半年后就成功实现盈利。“我们租下地铁站附近写字楼的办公室,将240平方米的空间改为复式,一层作为公共就餐区和休息讨论区。面积较大、隔音良好的二层分为4个独立房间,每个房间安排大约10个座位。”唐塘告诉记者,3年过去,南书房自习室开到了第4家。在“微利”的自习室行业,唐塘团队的一家店能在旺季的单月里盈利数万元。

南京财经大学经济学院副教授陈杰分析,付费自习室的兴起受到社会真实需求的推动。“就业竞争加剧,用人单位的要求‘水涨船高’,大家面临自我提高的压力,学历、证书等成为职场竞争的砝码。”陈杰说,这种需求也与新生代自身特点有关,他们对学习空间的质量要求较高,愿意花钱购买安静的空间和氛围。

这些年,唐塘遇到的大多数人为学习氛围而来,“确实有人想逃避一些压力,好些顾客不希望父母频繁询问学业,渴望隐私和自由。我们今年新推出的隐私帘装置,特别受欢迎。”

在自习室的许多会员中,让罗先生印象最深的是那些考试“上岸”后依然留下的顾客。罗先生说,今年上半年,一位顾客考上研究生后又办了张年卡,“她说几天不来看书,就好像缺了什么,相比在外闲逛,来这里觉得很安心很舒服。”

南京航空航天大学经济与管理学院副院长邓磊教授认为,付费自习室属于新业态,但并不属于新需求,这和过去学校图书馆排长队一样,是社会学习需求的外溢,“当学校、图书馆等公共场所因疫情等原因不能满足社会需求时,市场很快弥补了这种需要。”

随着学习型城市的建设,各地推出了形式多样的城市书房,很多自习室的创业者表示,免费的图书馆和付费的自习室可以互相结合或补充,以满足不同用户的需求。“我发现城市书房的环境和设施普遍都做得很好,但有些书房没有人气,资源被浪费了。能不能在书房开辟一块空间,让共享自习室入驻,闲置的座位,满足各类群体的需要呢?”南书房自习室的创业者王亮表示,“我们也希望赋予共享自习室更多文化特质,将其打造成一种现代人的生活互动空间。”

### 盈利艰难,“自习+”模式难寻

虽处旺季,一些创业者认为付费自习室早已不是创业“蓝海”。一边是竞争对手不断“退场”,一边是网红新店不断涌入,南京读角曾自习室运营负责人林易鸣感受到竞争的残酷,“最多时,这栋楼里有4家自习室,现在只剩我们1家了。”

租一间房,布置一些桌椅,低门槛的开店要求让许多创业者涌入。网店评论里,消费者也分享体验,提出要求——“场地太小”“桌上有头发丝”“卫生间冲水声此起彼伏”“插座有电铃声”“闻到邻座的螺蛳粉味”“哪怕享受的是1元体验价,消费者对此也并不买单。”

“自习室行业已经开始优胜劣汰。”林易鸣说,自习室不是暴利行业,配合用户需求经营服务是很耗精力的事情。记者了解到,不少共享自习室正朝多功能方向进行转型,将咖啡馆、文创、娱乐等元素融入其中,探寻“自习室+”模式。林易鸣认为,这种改变在短期内会吸引用户尝鲜,但难以沉淀稳定的用户,如果没有客流,反而会增加附加投资。

他所运营的自习室主打两种套餐:月卡459元,半年卡1899元。“考虑到顾客的消费承受能力,我们3月才调整了一次价格。”林易鸣说,淡季时,自习室空座率极高,每月会亏掉上万至上万元,难以维持收支平衡。“他曾尝试运营社群增加用户黏性,但不少顾客在考试结束后离开,稳定的老客仍是少数。”

和林易鸣一样,南京壹心空间沉浸自习室负责人崔铭铭有同样的忧虑。“6月之前,店里最多也只有三五个人来自习,亏损只能靠旺季弥补。”崔铭铭坦言,自习室行业盈利模式单一,行业平均两年回本,成本控制好且运营好的,一年也可以回本,但如果资源利用不够,很容易微利或者亏损,“自习室盈利的密码是让座位高效流动起来,未来我们将增设私密包间,满足顾客会议、交流、面试、网课等多种需求。”

生意做出规模后,唐塘也面临着各种各样的诱惑,“有些培训机构或者企业,想租我们的包间和会议室用于培训或者开会,我们担心影响自习室的环境,都忍痛拒绝了。”为了持续发展,团队正努力探索和拓展其他的盈利模式。“我们发现备考群体希望能得到一些培训和点拨,但大部分培训机构为了多赚钱,卖的都是体量大的培训班课程,我们希望成为为沟通培训机构和考生的桥梁,让两者匹配各自需求,实现双赢。”此外,针对自习室里的一些待业群体,唐塘团队也想为其提供就业咨询和指导,帮助他们寻找兼职机会。

唐塘认为,对接社群、将精力放在个性化服务或许是未来的竞争力所在。“在硬件过关的基础上,付费自习室必须针对不同消费群体的需求,提供更加特色化、差异化的多元服务,考虑与不同类型的社会机构合作,营造学习氛围,保证稳定流量。”陈杰说,作为新兴业态,付费自习室也有其自身发展规律,相关部门需要合理引导、适度监管,让行业更加规范化发展,营造健康有序的市场环境,维护好消费者的合法权益。

## 让文明新风吹到群众心坎上

▶上接1版“后浪潮音”传播党的创新理论,武进开展“8090青年说”,首批培育20名富有朝气活力的“百姓名嘴”。他们走进美丽乡村夜市长廊举办青春分享会,在草地音乐趴、青年茶话会中分享对阅读、经典的感悟;变晒谷场为宣讲阵地,用“理论+直播+文艺”的形式,将创新理论融入生活场景,在网红打卡点设置“习语金句”,让党的理论之光走进百姓心田。

### 汇聚民间力量,30万志愿服务者同心筑梦

特色志愿服务队800多支,在线注册志愿者数超30万人,志愿服务组织2370多个……武进已形成志愿服务“总队、支队和队”三级体系,其中民间志愿者成为中坚力量。他们一出出新戏、一支支舞蹈、一个个小品,演百姓故事,唱文明新风,在潜移默化中提升百姓的精神风貌。

“耳顺之年”的孙英,带领武进赛桥艺术团活跃在乡村舞台,以身边事为创作灵感,用“草根”语言编就三句半、小品等节目,一年演出200余场。在村民眼里能干的孙英有号召力、没私心。在她的感召下,村民将丽芳加入艺术团,知青马建玉参加演出后就把手艺传给了,“我们演的节目《十九大精神放光芒》,连我上幼儿园大班的孙女都会了。”

武进将每年的3月5日、5月20日、9月20日、12月5日设为全区新时代文明实践集中行动日,今年先后

开展“文明实践,温暖阳湖”“阳湖学习达人挑战赛”等系列集中行动近2000场次,参与群众近60万人次。

从线下到线上,手指点一点,志愿服务更精准。依托覆盖14万户用户的智慧社区平台,群众根据平台“菜单”在线“点单”,志愿者看到需求后可报名接受“派单”,提供文化艺术、医疗健身、助学支教等志愿服务,完成后进行评单,实现志愿服务“五单闭环”。

### 文明乡风浸润人心,老书场议出新气象

上午10点,一阵清脆的朗读声从石榴树下传来,“石榴树下小课堂”开课了!雪堰镇城西回民村村民围坐在石榴树下,倾听理论宣讲,开展乡村议事,现场围绕基础设施建设、人居环境整治、乡村振兴等内容,各抒己见,干部们当场答复。在一次议事中,乡村面貌越来越新。

前黄镇杨桥村不定期召集村民小组长、老党员、专职调解员、驻村律师、“法律明白人”等一同到书场议事,老书场议出新气象。如今,修缮一新的驳岸、辅道,错落有致的景观亭,让村容增色不少。

“民生茶室”“书场议事”“睦邻亭”……武进区委宣传部常务副部长戚清萍表示,群众到哪里,文明实践就延伸到哪里。一次次理论宣讲,一项项暖心服务,一桩桩惠民实事,武进以实实在在的成效增强群众获得感、幸福感、安全感。

## “智造名城”澎湃红色动能

▶上接1版 公司与多家链上企业实现了资源联享、发展联促,加快了新产品的研发进度。今年上半年,企业的销售额同比增长18.5%。

“建一个组织,带一个集群,兴一个产业,为丹阳高质量发展注入‘红色动力’。”丹阳市委副书记、代市长宋玉雄介绍,按照“地域相邻、业态相近”原则,该市创新构建一个重点企业党组织书记牵头、N个同链中小企业党组织书记为小组成员的“1+N”模式,组建产业链党小组,促进龙头企业与配套企业、大企业与小企业结对,推动上下游企业联动。

丹阳积极协调21家驻丹银行和66个产业链民营企业党组织,打造46个产业链党建“红色联盟”,目前已开展16场镇区“政银企”对接会,共达成合作910项,授信金额386.1亿元,为中小微企业实际放款金额达235.52亿元。

“党建链”串起“产业链”,打造产业发展共同体。该市结合光学、五金工具及金属加工等7大产业链分别建立联合党委,由市级链长任党委书记,牵头部门、镇(区、街道)、行业协会相关人员及链上重点企业党组织负责人作为成员,协调化解产业链上下游矛盾困难,保障生产要素在产业链上优化配置。

### “红色代办”在一线,服务送到心坎上

“感谢你们的靠前服务,我们才能比原定时间提前近3个月办好施工许可证,大大加快了建设进度,节省了成本。”7月24日,在丹阳开发区科创园恒光电项目办公室,项目前期建设负责人聂君对上门服务丹阳市住建局“红色代办员”杨焕表达了谢意。总投资约70亿元的恒光电项目,满产后年产值约6000万平方米,提供1000多个就业岗位。

像杨焕这样的“红色代办员”,丹阳共有90名,覆盖服务今年丹阳市级以上83个新建重点项目。丹阳市还组建注册立项、规划用地等8支

“战地服务队”,配齐专班力量,形成项目推进的强大合力,推动重大项目审批平均提速30%以上。今年上半年,丹阳市共有61个新建重点产业类项目开工建设,开工率73.5%。

“被列入省重点产业链供应链的第一批‘白名单’后,即便是在疫情防控最紧张的时候,我们的原材料也运得进,产成品也卖得出,今年上半年,集团应税销售收入同比增长了71%。”江苏飞达集团董事长朱国平说。

生产重点防疫医疗物资的鱼跃医疗、生产夏收夏种重要物资的沃得农机、生产居民生活必需物资的同乐面粉……丹阳为50家重点企业防控组“白名单”企业做好煤电气油运及用工、资金等生产要素的保障,跟踪了解888家镇江市级“白名单”企业在生产经营中的具体困难问题,进行重点服务和保障。

### 支部建在车轮上,点燃发展“红色引擎”

“这里环境又好还很方便,现在每次跑完货,我都习惯到这儿休息一下。”在丹阳市道路货运行业党群服务中心内的“货运司机之家”,长途货车司机田书春仅用半小时就完成了罚款缴纳、材料审批和车辆检测的所有流程。

作为全省道路货运领域党建工作的试点地区,丹阳把道路货运行业党建作为市委书记项目,先后成立了市道路货运行业党委,6个货运司机功能党支部和联合工会,在6个片区党支部驻地,3个企业和1个加油站分别设立10个“货运司机之家”,并为全市2000余辆个体营运货车每车赠送价值200元的检测费用补贴券,为200名司机每人赠送了最高7.3万元的互助保障待遇,提升货车司机的归属感和获得感。

目前,丹阳已对全市5458名货车司机建立了管理档案,落实一人一档动态管理。同时建立了货车司机诉求解决、困难帮扶等制度,及时收集货车司机遇到的困难和问题,已解决停车难、子女上学等60余项急难愁盼问题。

# 天泓集团党委:强基固本筑堡垒 奋楫争先开新局

作为中国汽车流通行业百强经销商集团,天泓集团党委始终坚持加强和完善党的全面领导,贯彻落实党中央决策部署和要求,充分发挥党委领导核心和政治核心作用,以实际行动践行国企担当,履行社会责任。在党委的领导下,各基层党组织和广大党员时刻保持“一线”状态,扛起“火线”担当,推进党建工作与生产经营两促进、双提升,以攻坚克难的拼搏精神,坚持高质量发展目标不动摇。

### 悟思想抓调研 凝聚奋进伟力

以党的政治建设为统领。严格落实“第一议题”制度,注重发挥理论学习中心组学习示范带动作用,开展符合公司实际的专题学习研讨,深刻领悟“两个确立”的决定性意义,增强“两个维护”的政治自觉。不断深化党史学习教育,以迎接党的二十大为主题,组织开展“书香党员”、“四个一”党员政治生日等实践活动,党委书记以“牢记入党初心 勇担职责使命”为题讲授专题党课,支部书记带

头讲党课,干部职工谈体会、晒心得。以紧密联系群众为路径。党委班子成员经常性进车间、进展厅,讲形势、明任务、定措施,坚持把顶层设计和问计于民相统一,每年深入基层开展调查研究,围绕探索发展规律、破解发展难题等形成调研成果。深入开展“党建引领促经营 凝心聚力谋发展”大讨论,切实把党建优势转化为创新发展优势、竞争优势、发展优势,在统一思想中凝聚共识、汇聚合力。

### 践初心勇担当 共筑疫情防护网

严格落实疫情防控要求。按照防疫主管部门及上级单位要求部署,优化公司疫情防控小组相关工作和应急预案,明确防控职责,做好防疫物资储备。抓紧到岗人员管理,进出场管控、个人防护及重点环节管理等方面,确保疫情防控万无一失。经营单位重新修订了疫情防控应急预案,开展现场演练,确保在面对疫情时预案能够快速落地见效。积极履行国企社会责任。除

了做好集团本部和各经营单位日常防疫工作外,各支部全力支持属地街道社区,把疫情防控作为践行初心使命的重要实践。在支部党员志愿者的带领和感染下,公司更多青年团员和职工群众纷纷投身防疫志愿服务工作中来,协助属地社区做好小区值守、排查登记、常态化核酸检测服务等工作,用心守好防疫“第一道关”,以实际行动积极履行社会责任,彰显国企担当。

### 挑重担啃硬骨 跑出红色“加速度”

结合经营实际探索业务新模式。今年以来,受疫情及芯片短缺等诸多不利因素影响,国内汽车行业遭受巨大挑战。面对这场大考,天泓集团党委始终坚持将党的领导贯穿于公司经营各方面,带领全体职工迎难而上、勇挑重担。党员充分发挥示范引领作用,为公司动态调整营销策略出谋划策。针对疫情期间人员流动减少、客户无法进店进场等困境,各经营单位结合自身实

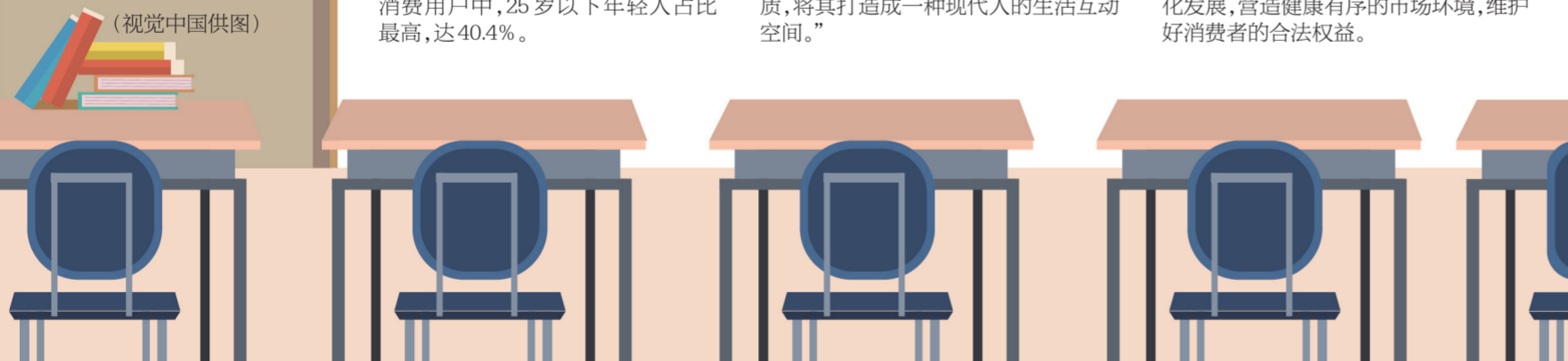
际和品牌特色,探索并开展线上线下一体化市场营销,拓展大客户业务,做好保客营销,推出上门试驾、无接触取送车及贷款保险线上办理等服务,争取市场主动权。开展特色活动擦亮天泓品牌。通过短视频推广、电台广播等线上线下相结合方式,促进销售业务增长。持续推出“欢度劳动节”“超甜520”及“粽情凯迪”等一系列营销活动。积极开展异业联盟,与影楼合作为抖音粉丝提供公益婚车,与幼儿教培中心开展亲子绘画及车间开放日等活动,与当地高校洽谈开展抖音短视频大赛等。通过渠道资源的有效整合,提高了市场知名度,促进了客流量及成交量的双提升。

### 亮身份当先锋 跑服务客户“加速度”

迎战暴雨的“逆行者”。6月23日深夜至6月24日凌晨,一场暴雨大风“突袭”南京,部分地区短时强降雨甚至达到100毫米每小时,造成南京城区多处出现内涝,许多小区车辆被淹。天泓集团

所属康泓党支部在党员同志的带领下,从晚上10点奋战到第二天早晨7点,在暴雨中救援客户车辆;天泓紫金联合党委党员,推出上门试驾、无接触取送车及贷款保险线上办理等服务,争取市场主动权。开展特色活动擦亮天泓品牌。通过短视频推广、电台广播等线上线下相结合方式,促进销售业务增长。持续推出“欢度劳动节”“超甜520”及“粽情凯迪”等一系列营销活动。积极开展异业联盟,与影楼合作为抖音粉丝提供公益婚车,与幼儿教培中心开展亲子绘画及车间开放日等活动,与当地高校洽谈开展抖音短视频大赛等。通过渠道资源的有效整合,提高了市场知名度,促进了客流量及成交量的双提升。

要求传达下去,审核统计员工二码及身体健康排查情况,跟踪员工核酸检测情况,购买发放防疫物资……日复一日,在数十张防疫表格、1000多名员工中来回摸排,不厌其烦地回复各单位各部门网格员的问题,守住了抗疫的基层防线。天泓集团党委充分发挥党建引领推动作用,以国企担当将党建工作转化为公司发展“硬保障”。潮头登高再击浆,无边胜景在前头。天泓集团党委将迈着铿锵的步伐,凝心聚力、砥砺前行,奋力谱写高质量发展新篇章。



(视觉中国供图)