

远程办公火了，以后真不用“上班”了吗？

Original 孟欣 中国新闻周刊 2 days ago

周刊君说★

各类在线办公软件存在的弊端难以快速改善
进而制约用户黏性的提升



疫情影响之下，远程办公短期需求暴发。据百度热度指数，远程办公搜索指数今年2月份同比增长491%，环比1月份增长317%。

面对庞大的市场需求，阿里钉钉、腾讯企业微信、华为云WeLink、字节跳动飞书、金山办公等多家办公软件纷纷做出优化或推出免费服务。与此同时，资本市场也逆势迎来暴发，远程办公概念股二级市场走势强盛，多家云办公企业如苏州科达、齐心集团、会畅通讯、华平股份等远程概念股均出现涨停。

作为“双刃剑”的远程办公，疫情过后能否继续狂奔，在一定程度上取代线下办公？

远程办公按下加速键

在远程办公领域，目前钉钉一家独大，企业微信紧随追赶，飞书仍有较大差距。

极光大数据显示，从1月1日至2月21日，钉钉日活跃用户从2610万升至1.5亿；企业微信从562万升至1374万；飞书从7.95万升至25万；华为在去年底推出的办公应用WeLink从7.65万升至18.3万。在3月2日的苹果App Store中，钉钉位于商务类下载榜第一。

大量用户的涌入导致钉钉、企业微信等被短期巨大流量冲击，出现不同程度的卡顿、拥堵甚至系统瘫痪，厂商随即紧急扩容，需求暴增反向倒逼产品快速升级。

2月3日，钉钉通过阿里云紧急扩容1万台服务器后，4日再度扩容1万台云服务器，以应对群直播和语音视频会议的流量洪峰；从1月29日至2月6日，腾讯日均扩容云主机接近1.5万台，8天总共扩容超过10万台，投入的计算资源超过100万核。

事实上，在流量红利逐渐见顶的互联网下半场，远程办公产品已成为各巨头涉足To B市场的重要武器。

中国银行证券研究院分析师钱劲宇认为，未来企业协同办公云环境竞争日趋激烈，市场规模有望持续增长，企业协作办公有望进入快速发展期。

据咨询机构Frost&Sullivan预测，2022年中国视频会议市场规模达到445.7亿元。艾媒咨询数据显示，2020年新春复工期间，中国有超过1800万家企业采用了线上远程办公模式，共计超过3亿用户使用远程办公应用。

在巨大的需求缺口下，除了承担企业社会责任外，远程办公厂商也迎来了加强新用户培育、快速提高市场占有率的机会。复工后的较长一段时间内，钉钉、腾讯会议、企业微信等在苹果App Store排行榜上居于前列。

天风证券分析师唐海清认为，本次疫情的影响不仅是短期的板块性催化，更是一次非常好的用户习惯培养机遇期，市场应重视此次事件对行业的长期影响。国内的企业SaaS行业一直被市场诟病为付费意愿不足，没有美国成熟的商业环境，整体行业发展相对缓慢。目前各大厂商均在推行免费的体验，SaaS类软件的下载和客户注册量迎来高增，预计后续很多会转化成付费用户，从而加速行业发展。

疫情缓解后或将回落

相比较，美国的远程办公发展非常成熟。例如Wordpress母公司Automattic是一家全员分布式办公企业，即无固定办公室、全员远程办公，甚至连面试新员工都是远程进行的。

据前瞻产业研究院引用数据，2017年，美国超过八成企业引入了远程办公制度，有3000万人在家远程办公，占美国工作人口的16%至19%。至2017年，全世界已有24%的公司，尤其是科技公司采用远程办公方式。到2020年，预计约50%的科技公司将有约29%的员工实现远程办公。

据查尔斯研究，自1980年以来，美国经济就业从制造业岗位和生产岗位，向服务业岗位转变。**在远程办公转变因素中，仅有约2%的增长是由职业转变带来，实际上主要驱动力因素是技术的发展，即企业级技术基础设施。**

微软、IBM、甲骨文、思科、西门子等为企业级技术和服务基础设施打下了坚实基础。近年来，北美的SaaS市场几乎处于井喷的状态，协同办公SaaS公司Slack、视频会议SaaS公司Zoom等纷纷上市，微软Teams等都在蓬勃高速发展。

艾媒咨询创始人兼CEO张毅向中国新闻周刊表示，当前企业面临愈发严峻的竞争环境，人力成本持续走高，企业追求效率提升和成本降低，远程办公在一定程度上能满足企业需求，而**中国远程办公普及率相对较低，企业协作仍为蓝海市场，面临较大发展机会。**

“但此次在家办公为偶发性事件，属于远程办公被动出圈，是广大企业和员工在疫情影响下的无奈之举，并非是市场进化的表现。”张毅表示，虽然对大多数行业可在线上沟通协作，但最终很多合作和交易都要在线下完成，这是远程办公软件无法改变的事实。

艾媒咨询调查数据显示，超六成用户认为远程办公的优势在于工作地点灵活自由，超五成用户认为远程办公节省了通勤时间与花费，超四成用户表示远程办公依赖软件、易受硬件条件影响，近四成用户认为远程办公使沟通协作受到影响。在职场人新春居家办公期间使用的沟通工具中，排在前三位的分别是微信、电话、QQ，占比分别为84.2%、46.3%、35.8%。

“钉钉、飞书等排在其后，用户的习惯尚未养成，**各类在线办公软件存在的弊端难以快速改善，进而制约用户黏性的提升。**”张毅向中国新闻周刊表示，预计疫情防控期后，在线办公软件需求将会大幅回落。不过远程办公企业可借此契机提升产品服务能力，让传统企业组织架构、办公模式进行有效转变。

“由于线上办公存在互动性差和消解社会交往意义等缺点，在可预见的未来，线下办公不会完全被线上所取代。”上海交通大学中国发展研究院执行院长陆铭向中国新闻周刊表示。

陆铭认为，线上办公需将任务交代清楚，业绩以任务完成的数量和质量作为评价标准，而对不容易描述清楚的任务，线上开展则较难。此外，社会交往可增进人与人之间的感情和信任，线下互动给员工随机互动创新的可能性，同时可以有现场的监督，给予员工努力工作的压力。

平安证券分析师闫磊认为，在线办公市场短期火热，但要形成“线上生态”还需时日。随着疫情的缓解，在线办公热情将会明显回落，行业需开始思考用户维护问题，其中数据安全、用户习惯维持等都是重要门槛，如何跨越需要长期验证。

值班编辑：俞杨

推荐阅读



武汉中心医院痛失第三名医生！同事回忆梅仲明患病经历



领导拿补助超抗疫一线医生，院方致歉、官方核查



复不了的工，开不了的业：“每个周一我都准备去上班”

中国新闻周刊[★]



— 周刊君大家族 —



中国新闻周刊

X



有意思报告

X



壹读



哎呀我兔

X



中新汽车

X



中国慈善家杂志



转载或商务合作 回复关键词/转载/合作