

中国联合办公行业研究报告

2017年



联合办公空间提供办公解决方案，在满足办公空间需求的基础上搭建体系化办公服务，从而形成联合办公的独特生态。联合办公的收入来源主要是基于空间出租产生的租金及增值服务收入，这与孵化器的盈利模式存在根本性差异。除了节约办公成本外，品牌附加值亦是联合办公的魅力所在。



市场环境

- ◆ 截止2016年我国联合办公行业市场规模在42.9亿左右，潜在市场规模庞大，嗜需有效供给。
- ◆ 从2015年起联合办公行业融资事件增加，投资热度上升。投资多以天使轮和A轮为主，少数企业发展到B轮融资和新三板挂盘阶段。



行业竞争

- ◆ 目前联合办公的收入结构中，租金收入占比在80%左右，增值业务收入和政府补贴各占10%左右。联合办公空间依靠提供低成本的办公环境吸引用户，后续增值服务的提供是其高估值贡献所在。
- ◆ 行业内存在并购趋势，目前市场上存在一批依靠政策补贴得以留存的从业企业，在后期政策断奶后，未建立合理经营模式的从业企业将大批退出市场或面临并购整合。



发展趋势

- ◆ 联合办公行业目前处于积累用户阶段，以优惠的价格和灵活、舒适的办公环境吸引用户入驻。租金并不能为联合办公从业企业带来大规模的盈利，在用户规模与品牌价值的基础之上建构的增值服务才是联合办公行业后续盈利的关键点所在。随着行业的整合，从业企业的业务模式逐渐完善，在用户规模积累至一定程度后可以针对用户开展不同的增值服务。

中国联合办公市场概览	1
中国联合办公主流商业模式	2
WeWork与中国模式的差异	3
中国联合办公行业案例	4
中国联合办公未来发展趋势	5

什么是联合办公

联合办公是搭载综合服务的办公解决方案

剖析本质，联合办公运营方提供的服务是办公解决方案。这种解决方案的核心是在满足办公的空间需求的基础上搭载各类服务，从而形成联合办公的独特生态。根据搭载服务类型、空间持有模式及空间运营方经营重心的不同，联合办公可分为孵化式联合办公、物业式联合办公、产业式联合办公、流量式联合办公及综合式联合办公。

2017年中国联合办公搭载服务体系



联合办公≠孵化器

联合办公与孵化器的盈利模式存在根本性差异

联合办公模式因WeWork而名声大噪，在进入中国时又恰逢“双创”大潮最火热的时候，加之目前市场上许多孵化器宣布转型联合办公，因此目前市场普遍存在将联合办公等同于孵化器的认识误区。然而从实际业务上看，联合办公的收入来源主要是基于空间出租产生的租金及增值服务收入，而孵化器的收入来源则是孵化企业升值产生的投资回报。从本质上看，对于联合办公而言，首先需满足的是入驻企业的办公需求，孵化只是其扩展盈利模式的可选项之一；而对于孵化器而言，其目的在于孵化，办公空间的提供是其可选服务之一，甚至存在不具备办公空间的孵化器。

2017年中国联合办公与孵化器模式对比



联合办公



孵化器

主要利润来源	房租及增值服务收入	孵化企业投资收入
入驻企业类型	根据空间形态不同可容纳不同类型企业	初创企业及具有孵化价值的中小型企业
实体物理空间	必须具备不同规模的实体空间	可具备实体空间，但非经营必须
企业孵化服务	可搭载孵化服务，但非经营必须	通常具有较强的企业孵化能力
企业投融资服务	可搭载投融资服务，但非经营必须	通常具有较强的资本运作能力
企业增值办公服务	服务体系完善，可接入大量外部服务商	可满足基本办公需求

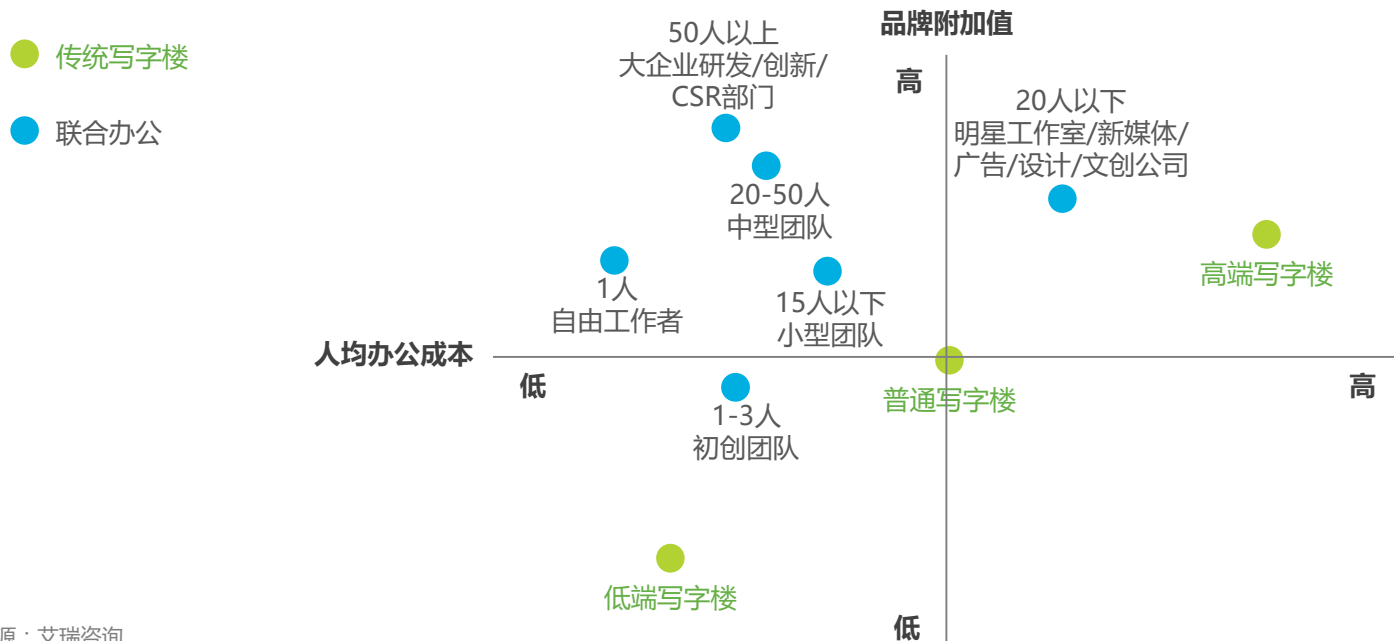
联合办公客群≠创业人群

除了节约办公成本外，品牌附加值亦是联合办公的魅力所在

联合办公最常见的收费模式是以工位形式按周期收费，对15人以下小团队而言，办公成本相比于传统办公租赁会更加低廉。因为联合办公与传统办公租赁方式相比，具有起步投入成本低（无需投入装修及硬件采购费用）、租赁周期灵活（日付、周付、月付）、沉淀资金少（押金少、付费周期短）等优势。

然而，若大型团队入驻联合办公空间，可以获得低于中小型团队的优惠价格，仍然可以获得一定的办公成本节约。同时联合办公运营方与大型团队可以形成双赢的品牌联合价值，增加联合办公对大型团队的吸引力。因此，ofo（入驻优客工场）、PING++（入驻纳什空间）、钉钉（入驻Workingdom）、中粮（入驻梦想加）等大型企业也纷纷开始拥抱联合办公这种新型办公方式。

2017年中国传统写字楼与联合办公用户权衡矩阵示意图

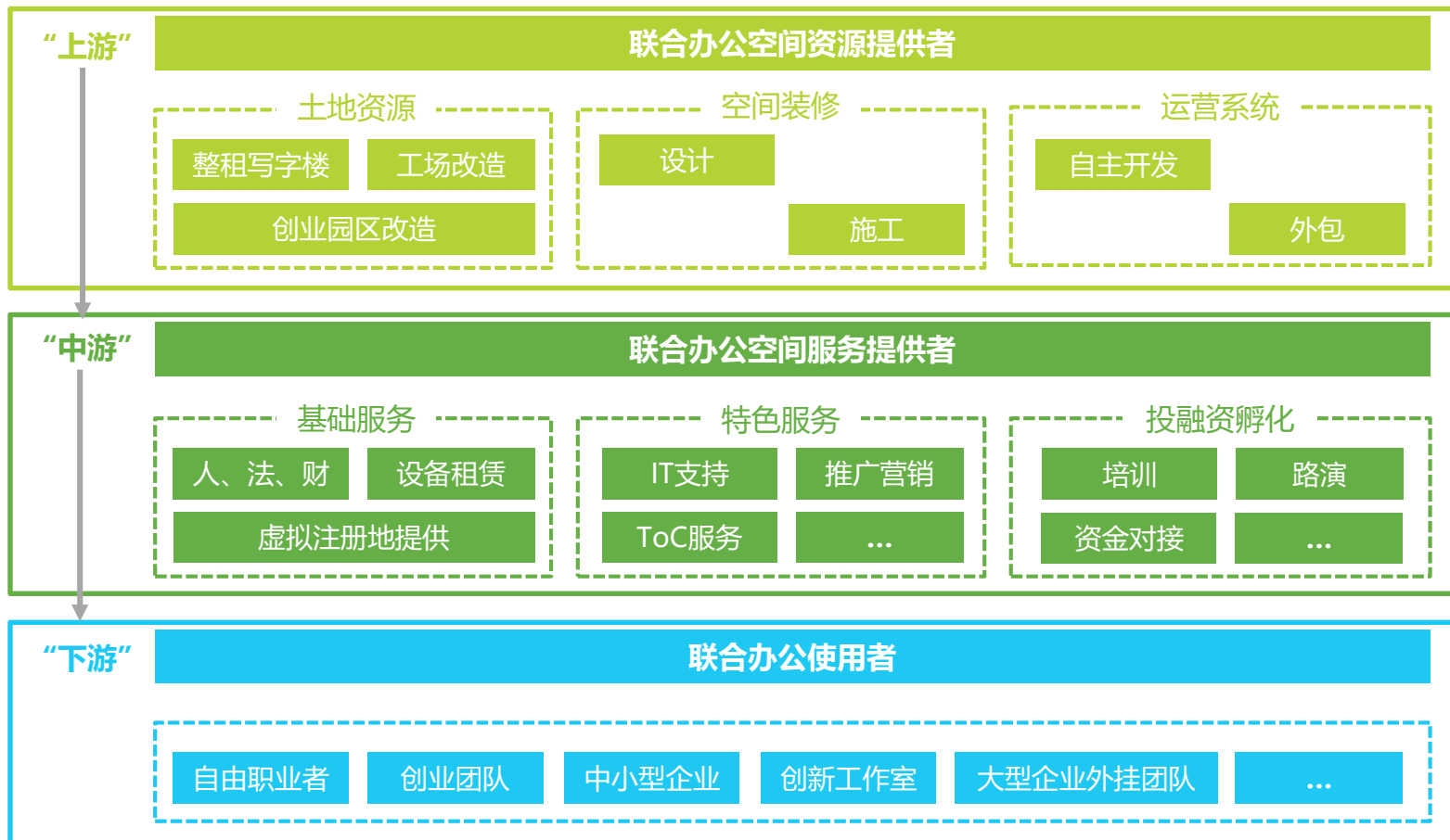


来源：艾瑞咨询

联合办公产业链

在高效运行的办公空间上搭建体系化办公服务

2017年中国联合办公产业链



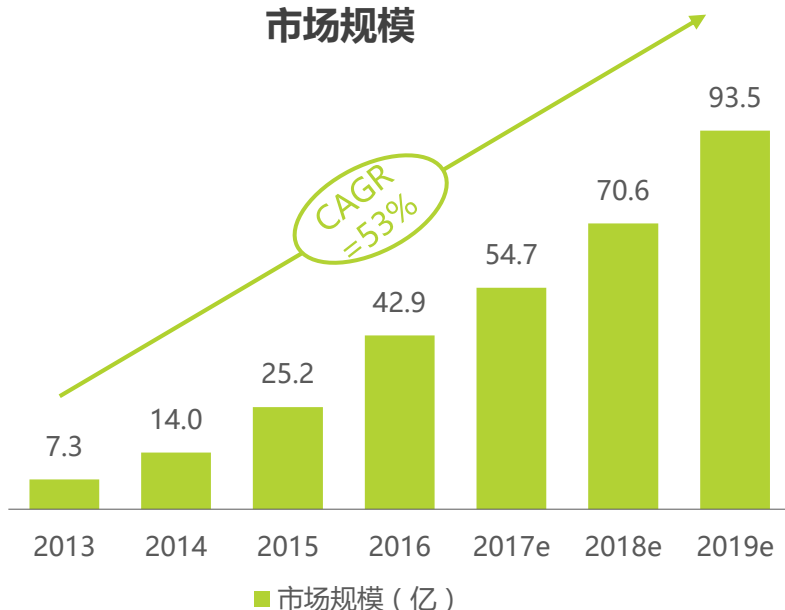
中国联合办公市场规模

万亿级潜在市场等待有效供给

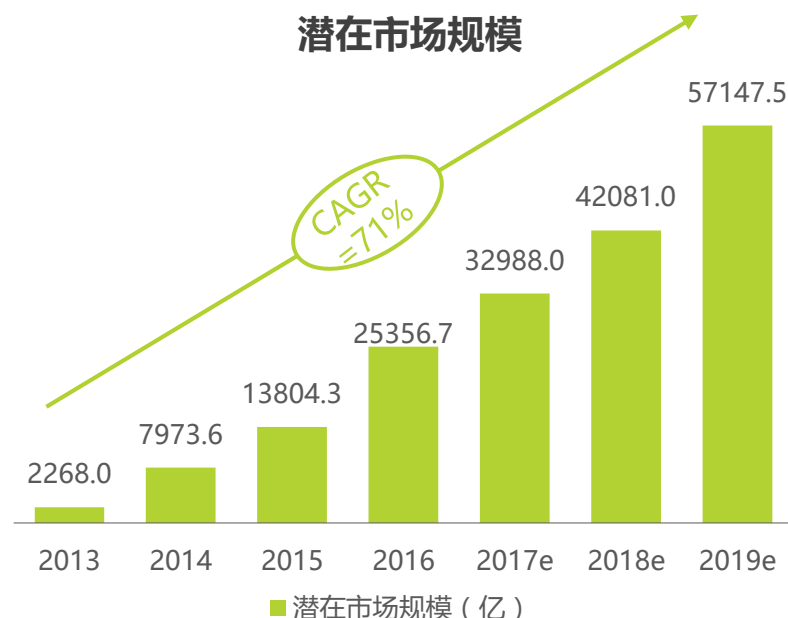
截止2016年我国联合办公行业在一线城市已有280余家联合办公品牌、超过600个网点、十万张工位，但这与其潜在市场规模相比具有巨大的差距。从需求方角度入手，根据我国新登记企业数量以及联合办公行业的用户分布及收入构成的相关数据，艾瑞分析认为，2017年中国联合办公的潜在市场规模在3万亿以上，但这一潜在规模能在多大程度上达成，取决于联合办公从业者提供的有效供给。

潜在市场规模=[（创业公司数量*开业率*户均从业人数*有办公需求比例/创业人群占比）*年平均租金]/租金收入占比

2013-2019年中国联合办公
市场规模



2013-2019年中国联合办公
潜在市场规模



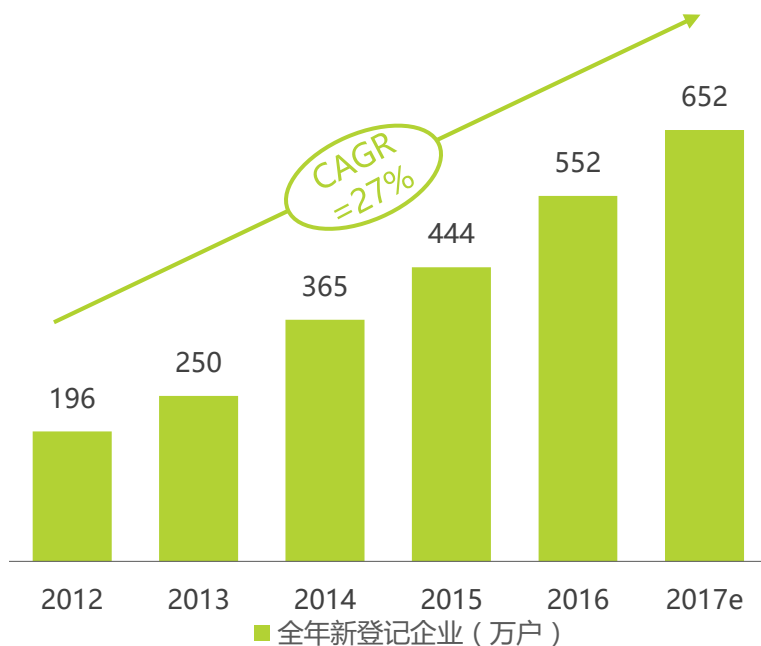
来源：艾瑞咨询综合公开信息及企业访谈资料核算。

中国联合办公市场规模

角色多元化转型，增加有效供给，提升潜在用户转化率

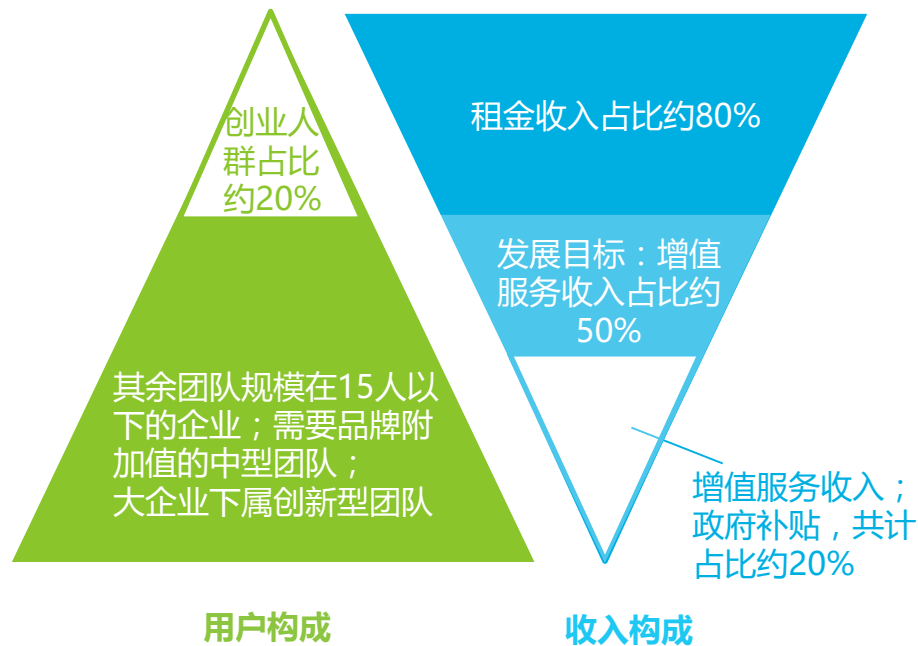
目前，联合办公的主要收入来源于租金，对于增值服务的扩展还处于探索阶段。而“办公场所提供者”这一角色替代性较强，潜在用户转化为实际用户的比率非常低，这造成了实际市场规模与潜在市场规模的巨大差距。若想撬动广阔的潜在市场，仍需探索出可以为用户带来独特效用的模式，丰富自身角色降低可替代性，从而使更多潜在用户转化为实际用户。

2012-2017年中国新登记企业数量



来源：国家工商总局

2017年中国联合办公用户构成及收入构成示意图



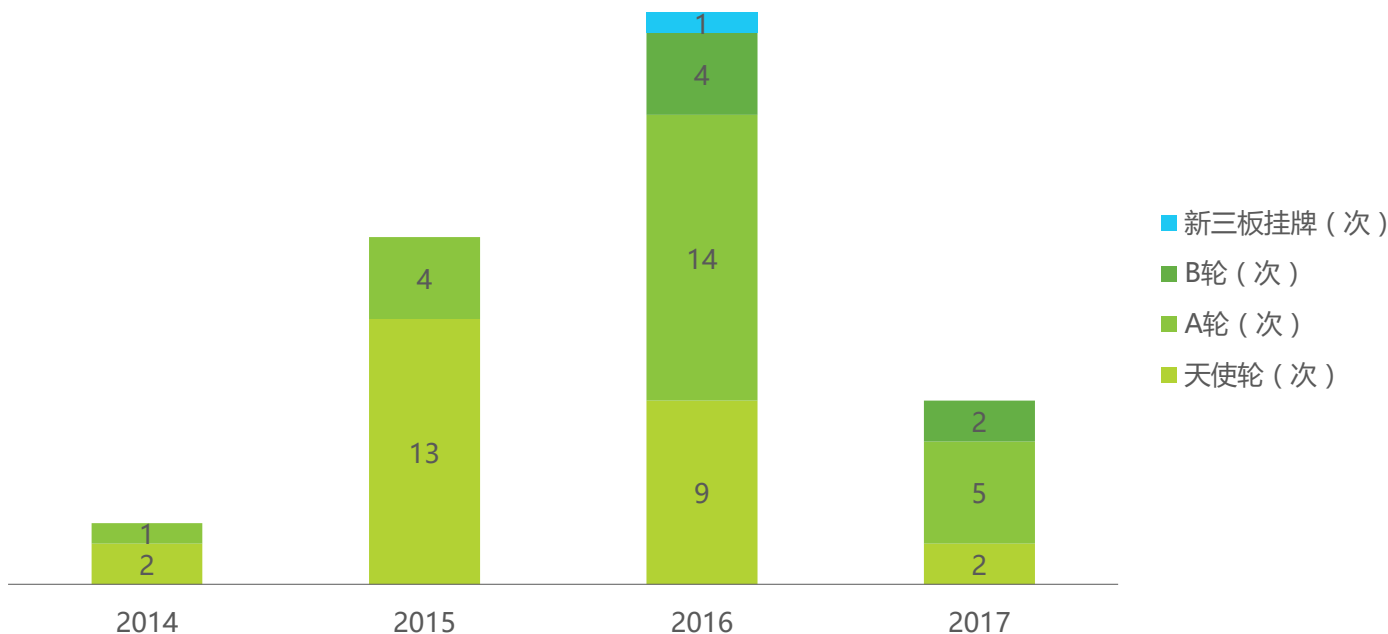
来源：艾瑞结合企业访谈资料绘制

联合办公行业投融资进程

投资热度增加，以天使轮、A轮为主

从2015年起联合办公行业融资事件增加，投资热度上升。投资多以天使轮和A轮为主，少数企业发展到B轮融资和新三板挂牌阶段。同时，联合办公行业内的战略合作明显增加，业内出现了整合趋势。艾瑞分析认为，目前联合办公行业中已出现了一部分领跑者，行业领跑者的业务布局和客群规模都已形成一定优势。但由于潜在市场规模庞大，各个参与者都有较大生长空间。

2014-2017年中国联合办公行业融资轮次



注释：①种子轮计入天使轮；Pre-A轮、A+轮计入A轮；Pre-B轮、B+轮计入B轮。

②2017年数据截止至2017年6月21日。

③统计口径按此报告对联合办公的定义，剔除不能同时提供办公场地与办公服务的从业企业。

来源：艾瑞咨询根据IT桔子公开信息整理绘制

中国联合办公市场概览

1

中国联合办公主流商业模式

2

WeWork与中国模式的差异

3

中国联合办公行业案例

4

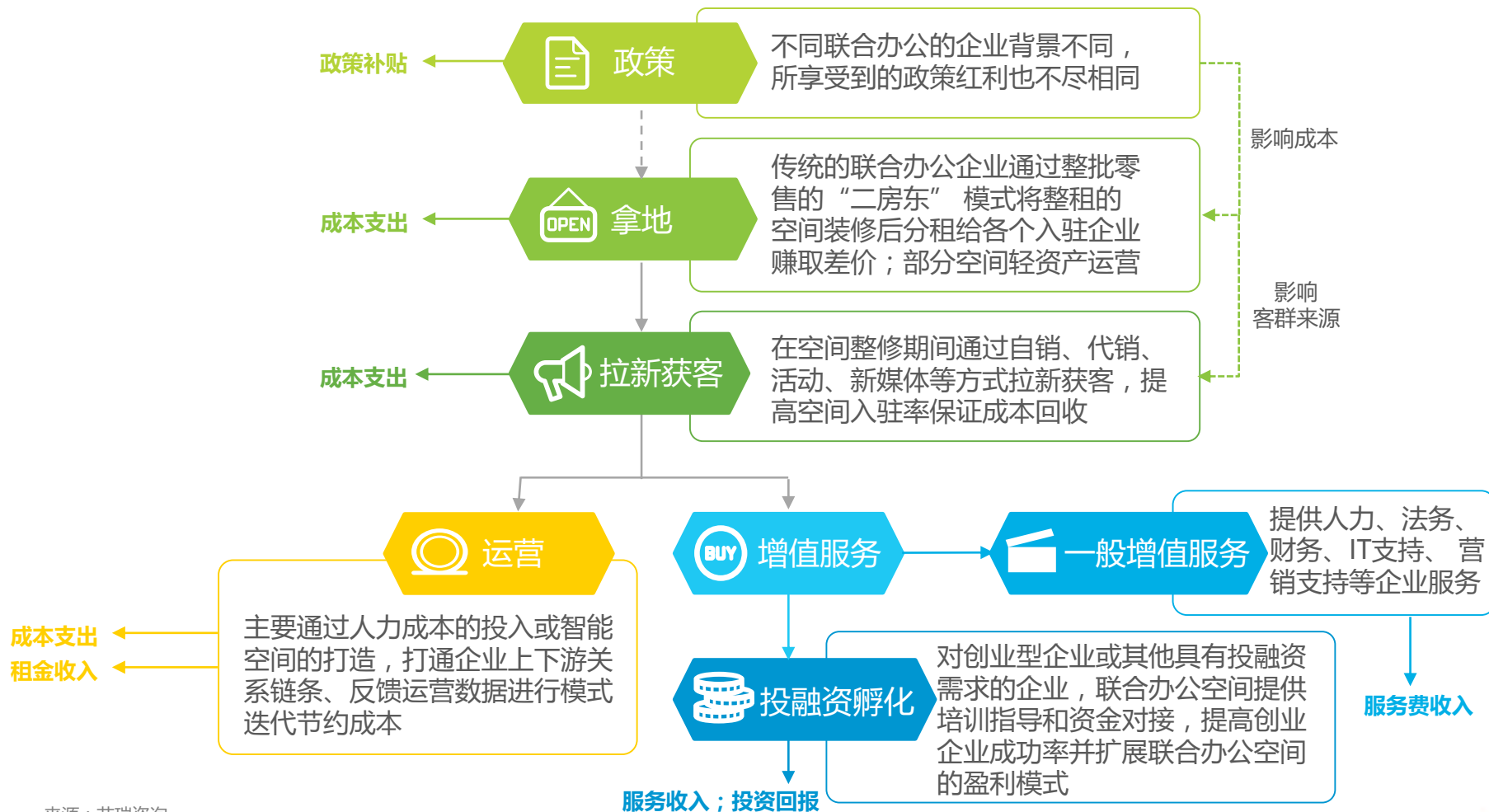
中国联合办公未来发展趋势

5

联合办公业务流程

不同优势环节分化出不同商业模式

2017年中国联合办公业务流程示意图



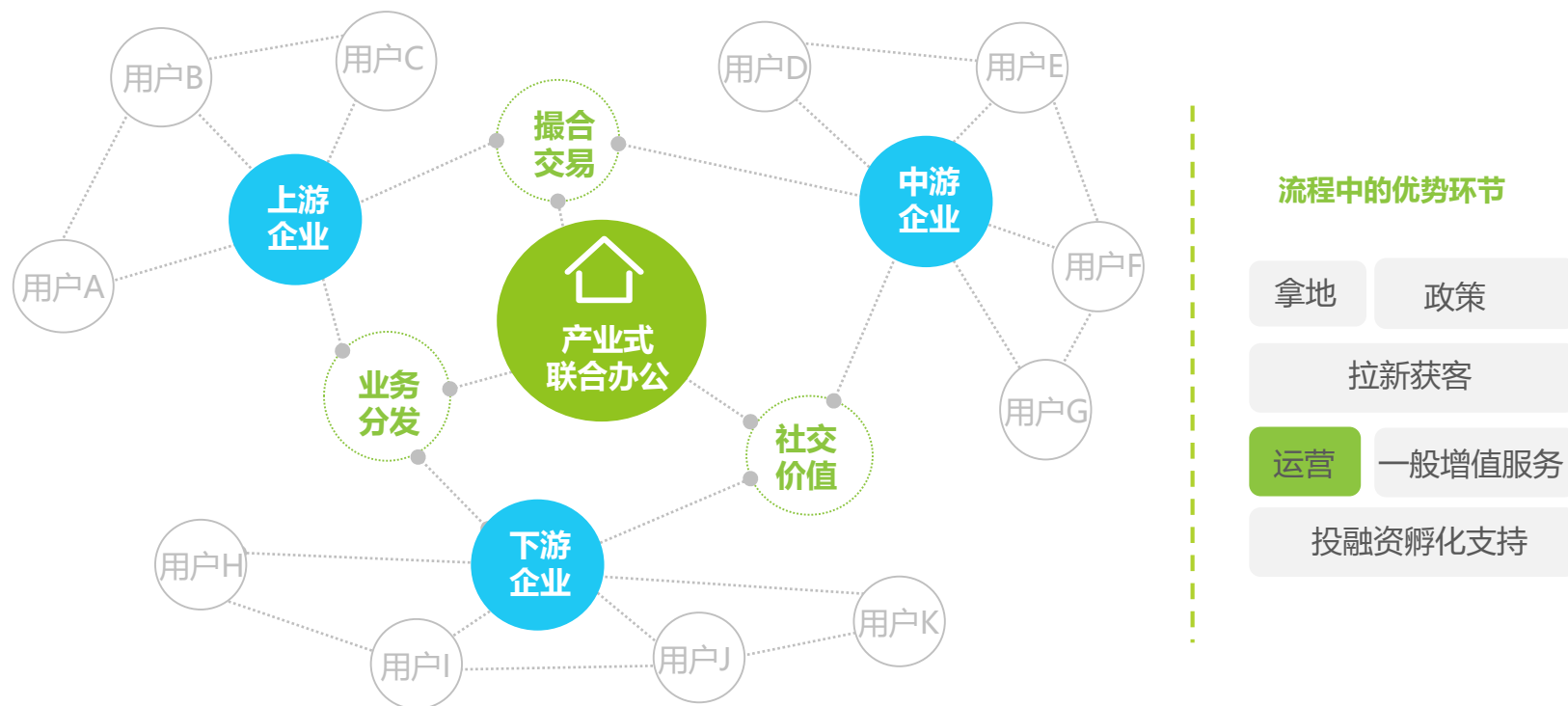
来源：艾瑞咨询

模式一：产业式联合办公

打造入驻企业间产业生态

产业式联合办公模式下的联合办公空间强调构建入驻企业间的上下游产业链，入驻企业进入联合办公空间后可以与自己的上下游企业快速对接，为业务发展提供一定便利。这种模式需要空间的入驻企业形成一定规模才能具备较为显著的优势，同时需要联合办公空间付出较高的运营成本来维系上下游企业间的有效社交。

2017年中国联合办公商业模式示意图-产业式联合办公

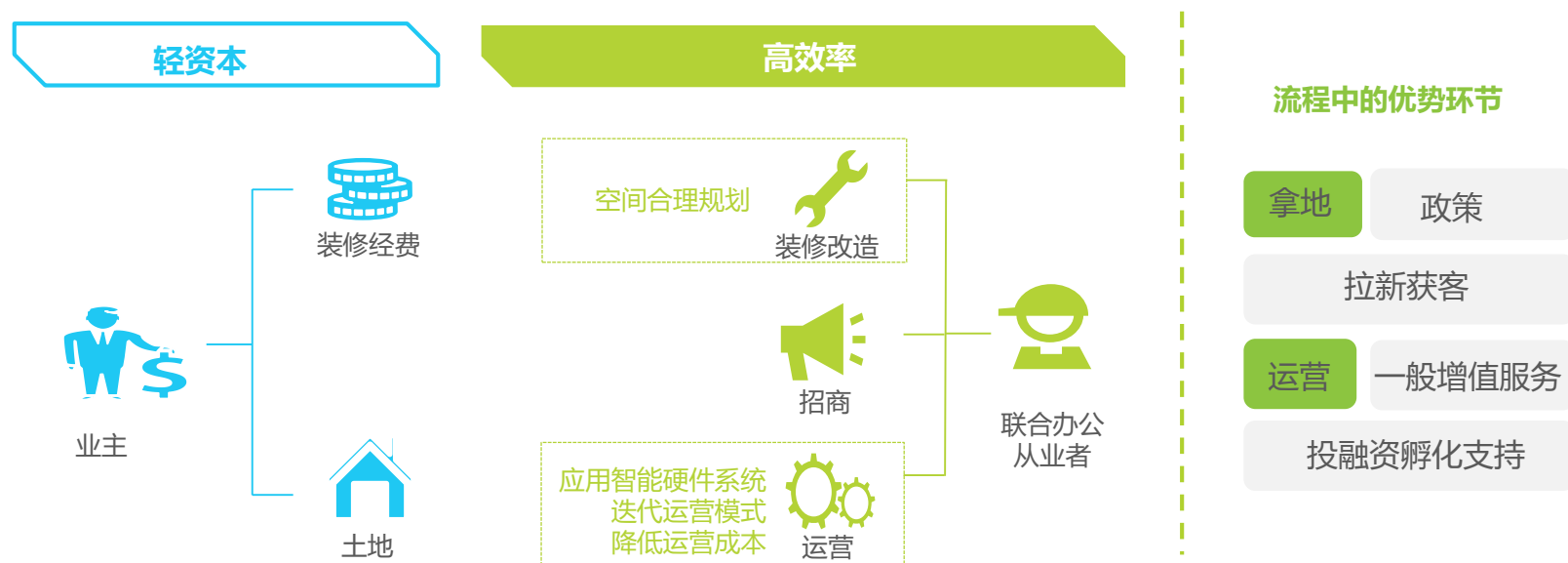


模式二：物业式联合办公

轻资本，空间高效率运营

该模式下，由拥有地产的业主提供土地与装修经费，物业式联合办公企业对空间进行装修改造，使之成为运行高效满足需求的联合办公空间。联合办公空间同时负责空间的招商工作，所得租金由联合办公企业与业主分成。这种模式中的联合办公空间，不必承担拿地的成本，不必积压重资产，但需要具备极强的空间管理能力及相关专业经验积累。艾瑞分析认为，由于轻资产运行，这一模式有利于联合办公空间在短期内快速盈利，但需要更多的智能系统研发投入来构建科技壁垒。

2017年中国联合办公商业模式示意图-物业式联合办公



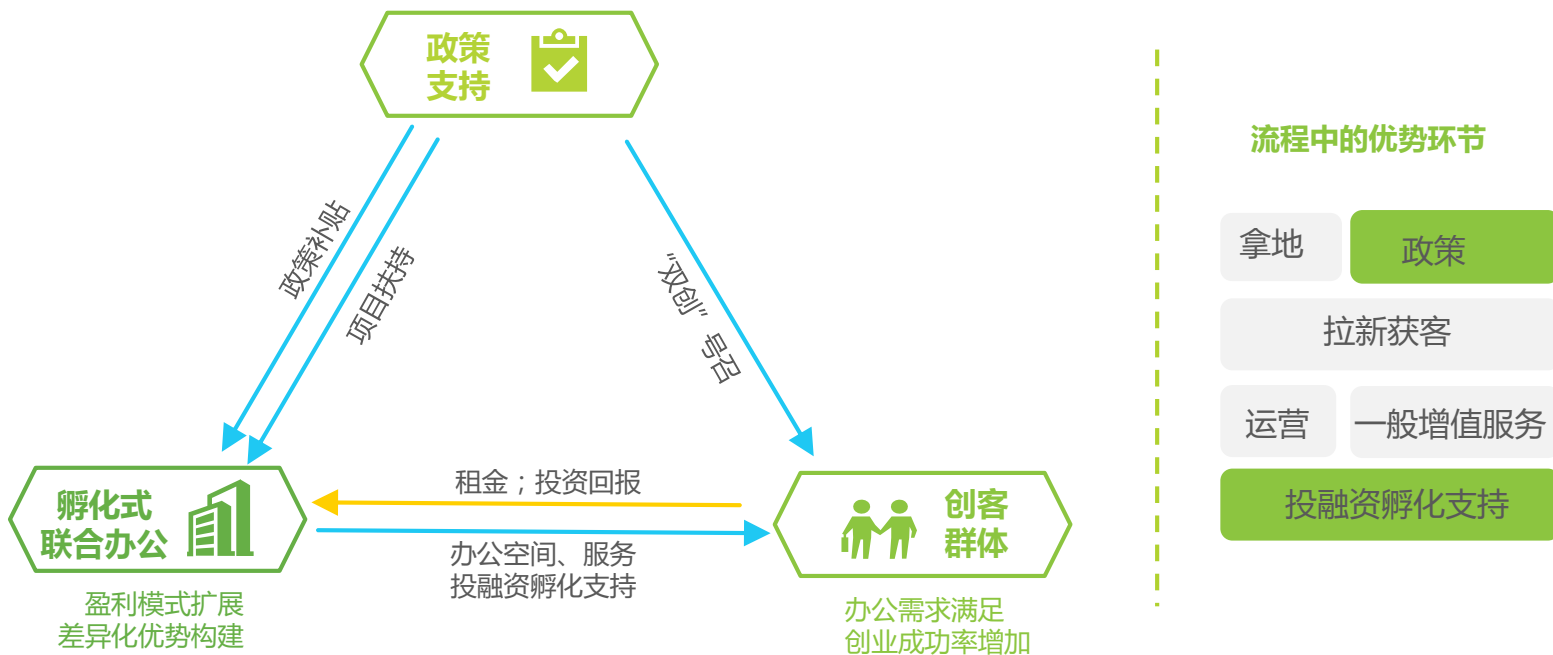
模式三：孵化式联合办公

盈利模式的重要扩展

在双创的背景下，众多孵化器转型联合办公空间，在原有孵化器业务的基础上提供满足办公需求的环境。随着联合办公行业的发展，也不乏有在传统联合办公业务中增加投融资孵化支持功能的空间。

艾瑞分析认为，如果政策热度的下降，这种模式将面临自身的挑战与机遇：挑战在于政策补贴的减少和潜在入驻企业数量的下降；机遇在于市场筛选机制加强使成功率更高的创业企业才能留存下来，降低空间投融资筛选成本。

2017年中国联合办公商业模式示意图-孵化式联合办公

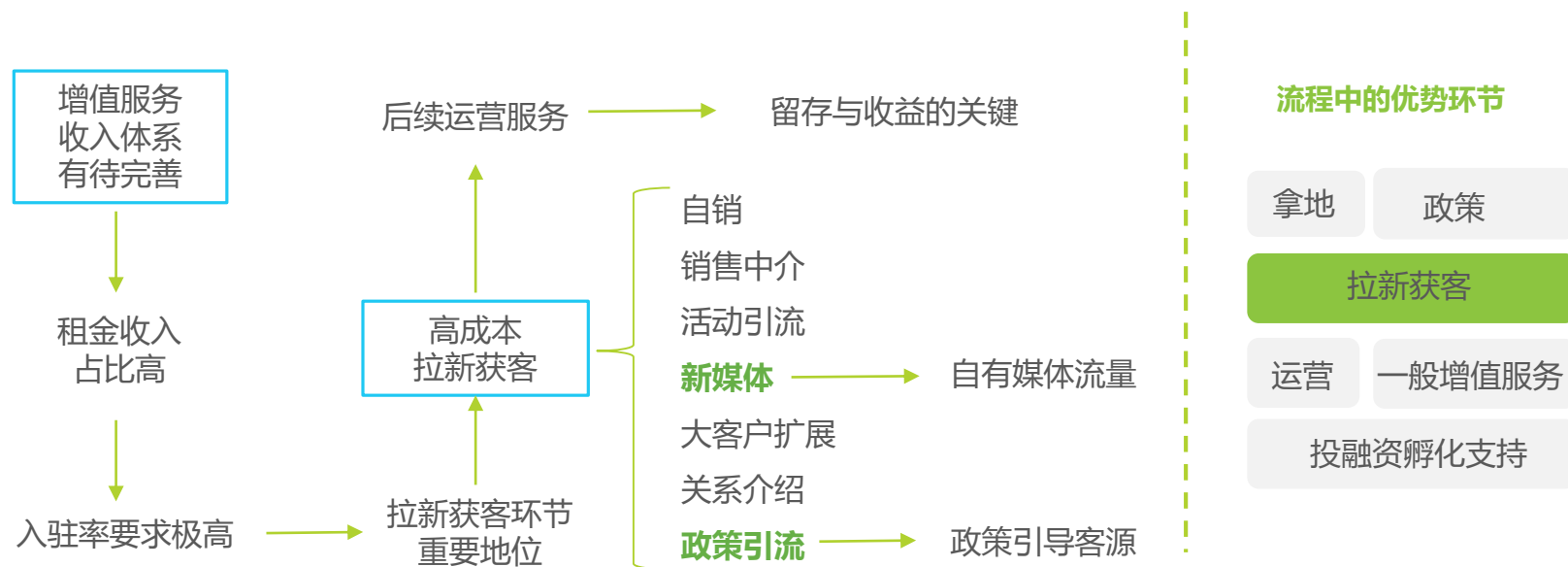


模式四：流量式联合办公

重要成本节约

在拉新获客环节具备自有客群流量优势的空间将大大降低成本，在其他条件相同的情况下更容易实现盈利，保证空间运营的健康度。艾瑞分析认为，尽管从单一层面来看具备流量优势的联合办公空间可以降低拉新获客的成本，但空间获客后能否保证留存、产生收益还是更多取决于其他模块的运营方式与把控能力。同时，伴随着联合办公行业增值服务收入体系的完善，对入住率的要求会相对降低，该优势也会随之减少。所以，该模式的联合办公需结合其他模式综合发展，才能保证后期的竞争力。

2017年中国联合办公商业模式示意图-客群流量式联合办公

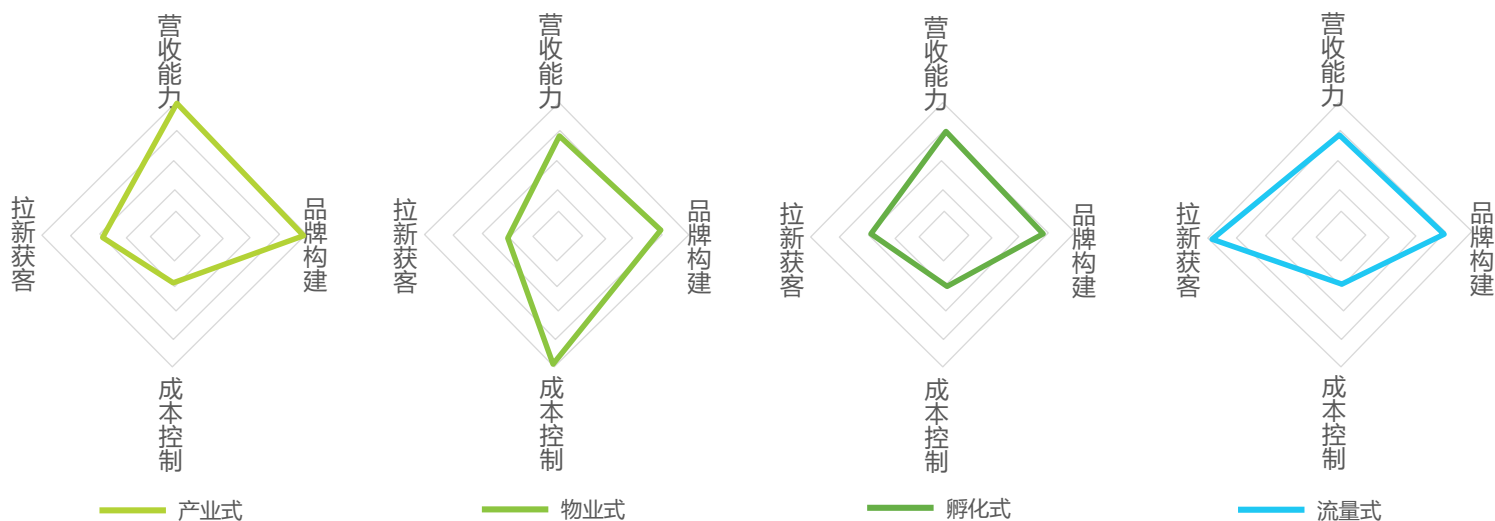


商业模式对比

前期构筑亮点，后期整合资源

联合办公从业者的背景不同，入手的前期发力点不同，参与者确定各自不同的相对优势。通过优势积累客群和品牌效应后，市场参与者会整合各方资源，使自身均衡发展，逐步走向综合式联合办公。

2017年中国联合办公商业模式对比综合维度图

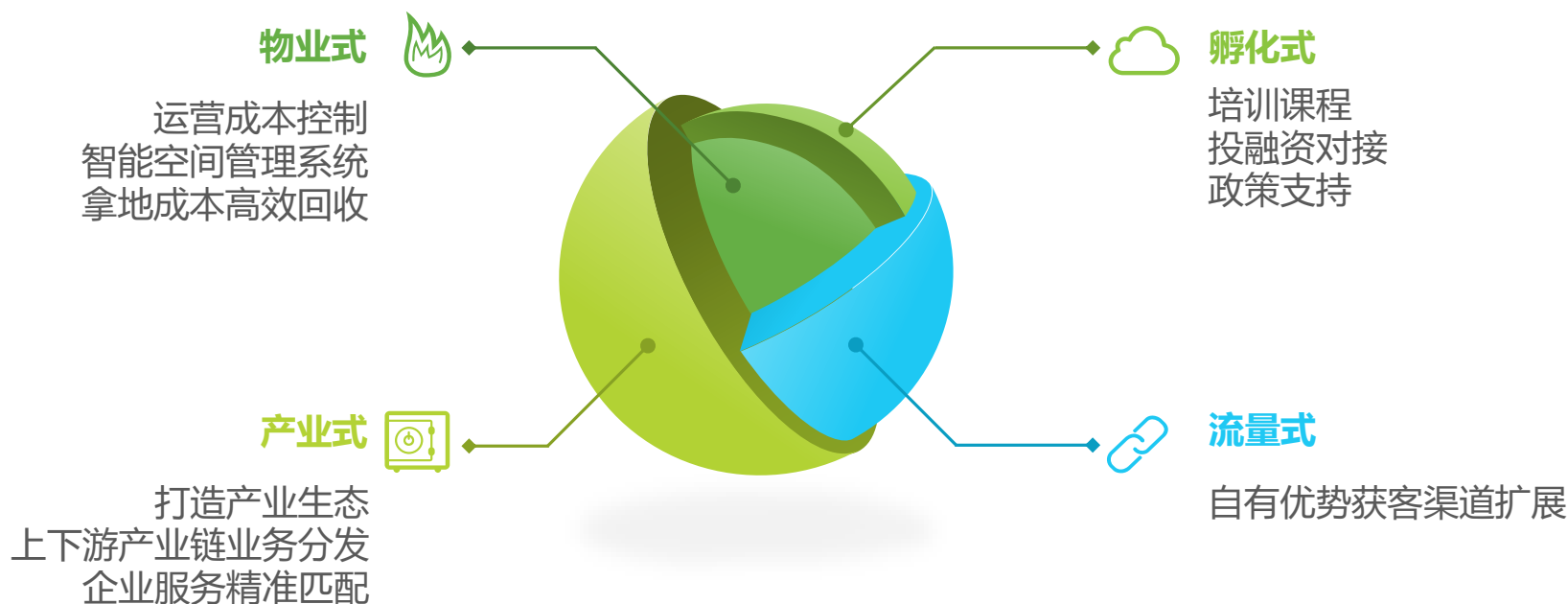


模式五：综合式联合办公

多重商业模式内核

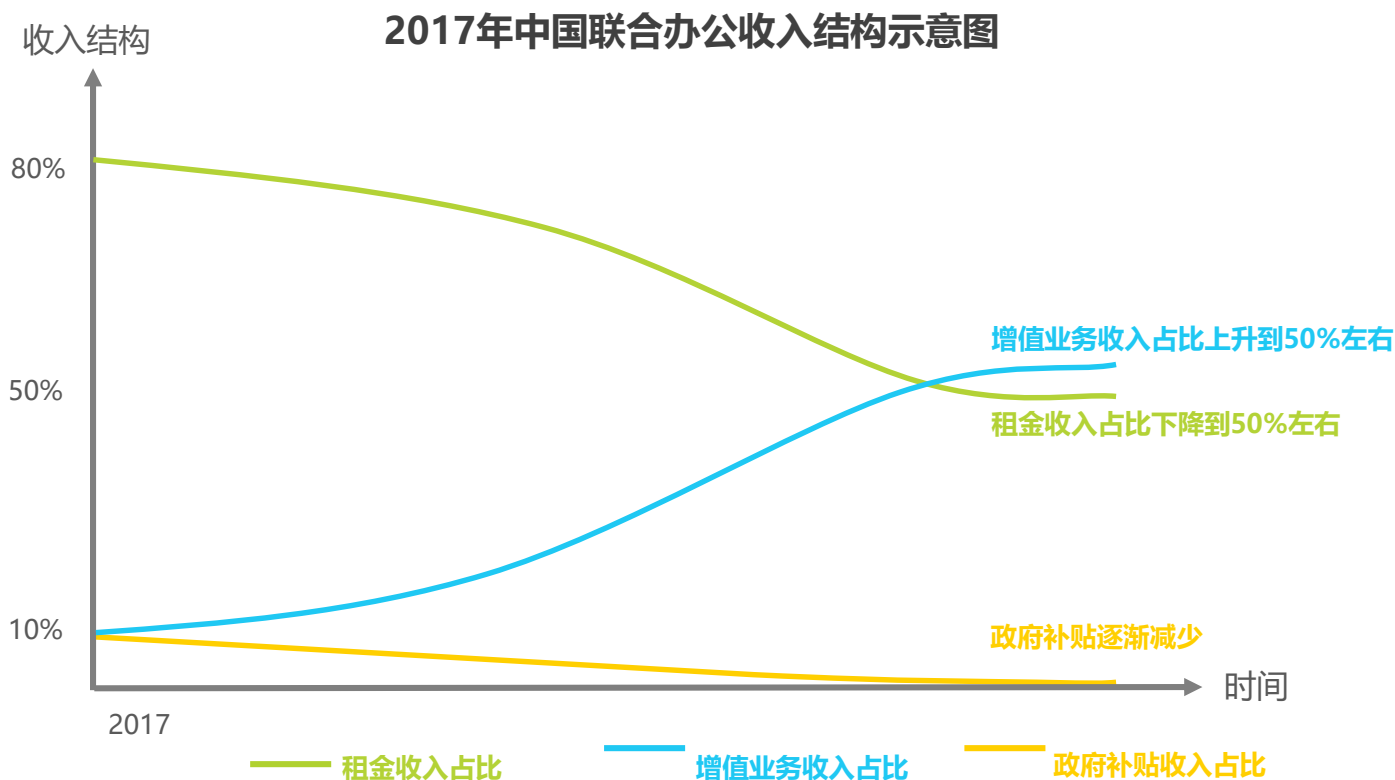
随着行业的发展，从业者都在使自身的商业模式逐渐向综合式发展。然而由于各种模式的突出优势不同，向综合模式发展的阻力也会不同。在可控成本下满足用户的基本办公需求是联合办公从业者的基本功，所以物业式和产业式的联合办公扩展增值服务增添投融资孵化比较容易；而由孵化式向其他方向发展则需要付出更多。这也是市场中存在大批依靠政策补贴度日的孵化式联合办公的原因之一。一旦政策断奶，这些转型吃力的联合办公参与者将被淘汰或并购。

2017年中国联合办公商业模式示意图-综合式联合办公



在租金收入基础上构建体系化盈利模式

目前联合办公行业的主要支出在于拿地成本和人员支出，主要收入在于租金，增值服务与政府补贴占收入比例较小。能否建立体系化盈利模式，是行业内企业留存发展的关键所在。目前联合办公的收入结构中，租金收入占比在80%左右，增值业务收入和政府补贴各占10%左右。联合办公空间依靠提供低成本的办公环境吸引用户，后续增值服务的提供是其高估值贡献所在。所以，在租金收入占比过大的情况下，只有少数企业能够做到盈利。未来的探索中，需要不断发展具备差异优势的增值业务，使增值业务收入占比上升至50%左右，形成体系化的盈利模式。



中国联合办公市场概览

1

中国联合办公主流商业模式

2

WeWork与中国模式的差异

3

中国联合办公行业案例

4

中国联合办公未来发展趋势

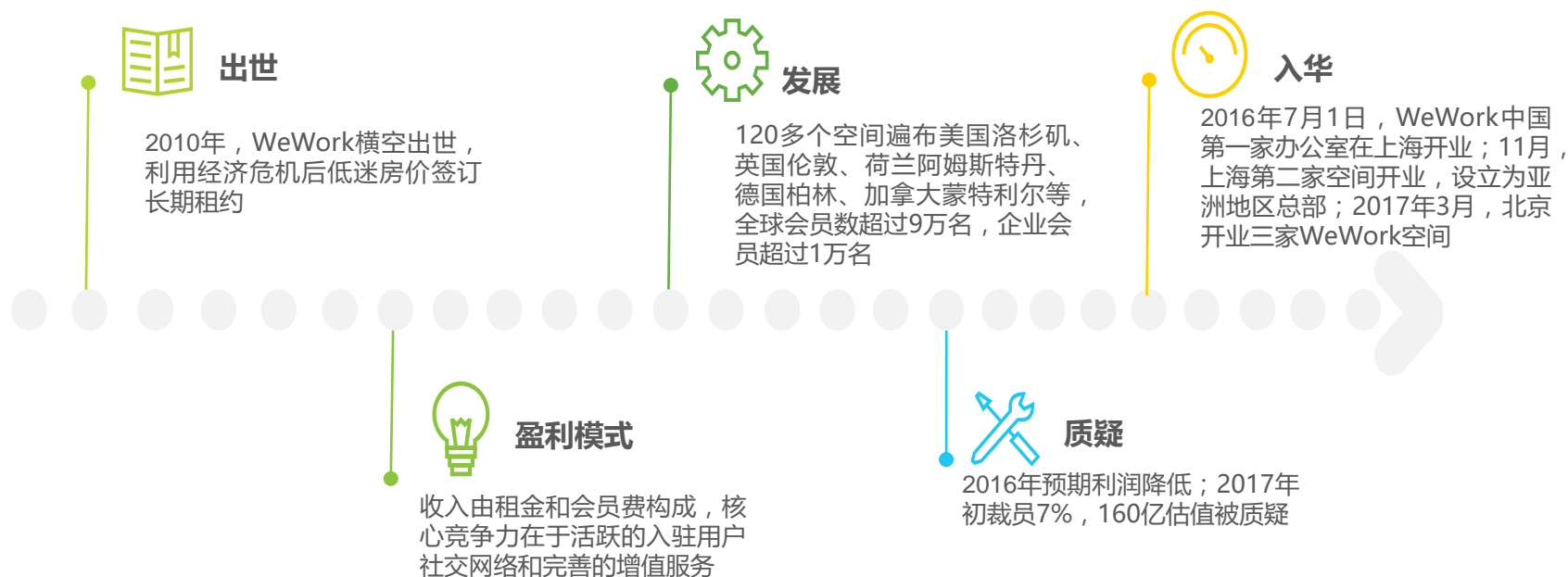
5

WeWork的历史沿革

行业鼻祖成长记

WeWork顺应共享经济的大潮在经济危机后出世，在美国房地产市场低迷的情势下以低廉租金签订长期租约后进行装修设计，分租给有需求的自由工作者或企业。同时，WeWork为会员提供完善的增值服务并构建了活跃的用户网络，会员可以在线上平台交流分享，获取不可替代的思想价值与业务联系。目前该公司的120多个空间遍布美国洛杉矶、英国伦敦、荷兰阿姆斯特丹、德国柏林、加拿大蒙特利尔等，全球会员数超过9万。2016年，WeWork在中国的办公室开业，开启了与国内联合办公从业者竞争的局面。

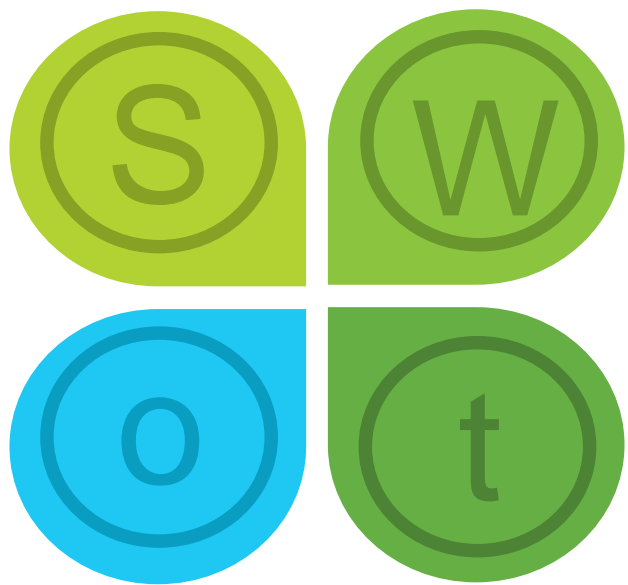
2010-2017年WeWork发展历程示意图



WeWork发展分析

时机造就的独角兽

2010-2017年WeWork发展SWOT分析



Strengths

- + 构建了活跃线上社交网络，成为WeWork会员意味着可以与九万名用户进行交流，思维灵感碰撞与业务交流使WeWork会员忠诚度增加，形成后起竞争者难以突破的竞争壁垒。

Weakness

- + 和其他共享经济企业类似，WeWork以租赁而非购买形式获取地产，这使得它没有任何实体价值可以保留，当经济整体形势出现下滑，不仅会出现收入减少，还需要履行租约，对经济周期正敏感度过高。

Opportunity

- + ①成立时美国房价低迷，为后期快速盈利建立了成本优势；
②诞生地美国具备规模庞大的自由职业者可以转化为联合办公用户；
③发展阶段处于经济复苏时期，办公需求日益增加市场规模扩大。

Threats

- + 同业竞争激增，原有竞争壁垒线上平台的用户活跃度受到了质疑，如果社交网络为会员带来的价值下降，WeWork的估值将发生巨变。

WeWork与中国模式的差异

WeWork入华面临优势壁垒的转变

WeWork的入华为国内本土企业带来竞争趋紧的信号，然而海外WeWork的蓬勃发展受益于经济危机时期低廉地价和活跃的社交群体，在中国本土环境下这两项壁垒优势发挥作用的空间有限。但WeWork在国际的广泛布局无疑会吸引有“走出去”需要的企业入驻，在空间运营和资产管理方面的积淀也将为其在华发展助力，未来发展前景还取决于各方的博弈。

WeWork入华发展环境差异



来源：艾瑞咨询

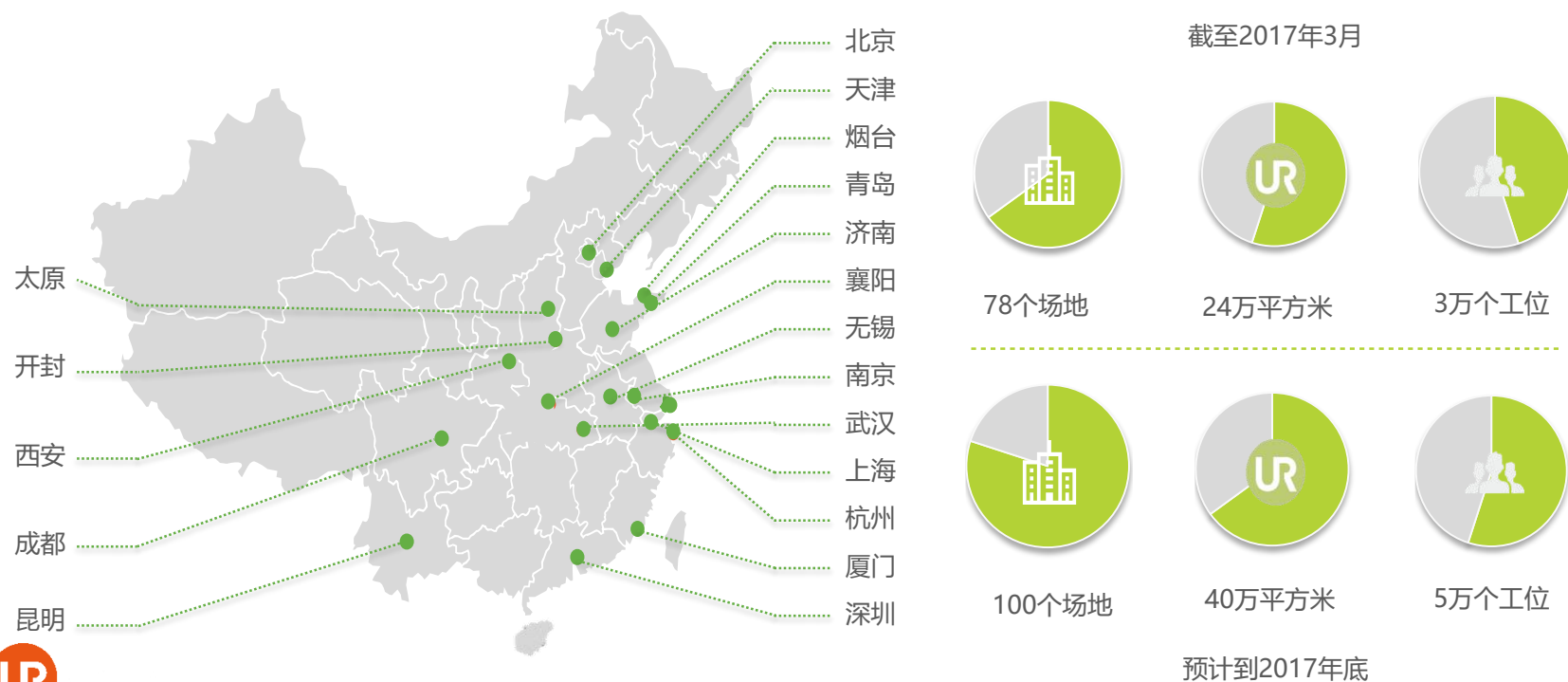
中国联合办公市场概览	1
中国联合办公主流商业模式	2
WeWork与中国模式的差异	3
中国联合办公行业案例	4
中国联合办公未来发展趋势	5

联合办公行业案例

产业生态构建者——优客工场

优客工场自2015年成立以来发展迅速，目前已有78个网点，入驻千余家企业，拥有工位数约三万个，其创始人毛大庆博士具有地产行业的业务背景，主张“让平行世界的人相遇”。目前，优客工场已完成B轮融资，估值近70亿元人民币，成为中国联合办公领域的首家独角兽企业。2017年3月，优客工场与阿里巴巴达成战略合作，优客将助力创新型企业链接阿里生态资源，赋能与加速创新企业的健康成长。

2017年优客工场国内网点布局示意图



来源：艾瑞咨询根据企业公开信息整理绘制。

联合办公行业案例

产业生态构建者——优客工场

优客工场注重打造入驻企业间的生态布局，使入驻企业的形成产业间协同效应，进行伙伴式创新。入驻优客工场的用户不仅包括优质创业者，还有处于高增长行业的中小企业、全国布局企业、新三板挂牌企业和500强分支机构等高价值会员企业。入驻会员企业的规模在不断扩大、涵盖的行业范围也日趋多样化，且受到了资本市场的青睐。

2017年优客工场服务体系示意图



联合办公行业案例

企业全生命周期服务提供者——纳什空间

纳什空间成立于2013年，旨在打造以“指尖上的办公室，身边的企业顾问，云端的办公服务”为核心的办公生态。纳什空间除了提供联合办公空间外，也提供独立办公空间，满足企业成长不同阶段的不同需求，可以满足从1人到300人以上企业的办公空间需求，所以无论是创业者、自由职业者、中小型企业还是大企业的外挂团队都可找到所需。在空间更独立的基础上，保留增值服务的共享属性。通过联动的共享机制能有效降低企业办公和运营成本，区域服务中心与纳什空间APP的联动，为所有入驻企业提供从线上到线下的创业辅导、工商注册、财务法务等优质服务；彩纷呈的空间社群活动和优质分享，为企业开拓人脉和商脉。纳什空间期望提升更多人的办公效率与舒适感，改变传统的办公方式，让企业更高效、让事业更美好。

2017年纳什空间产品体系架构示意图

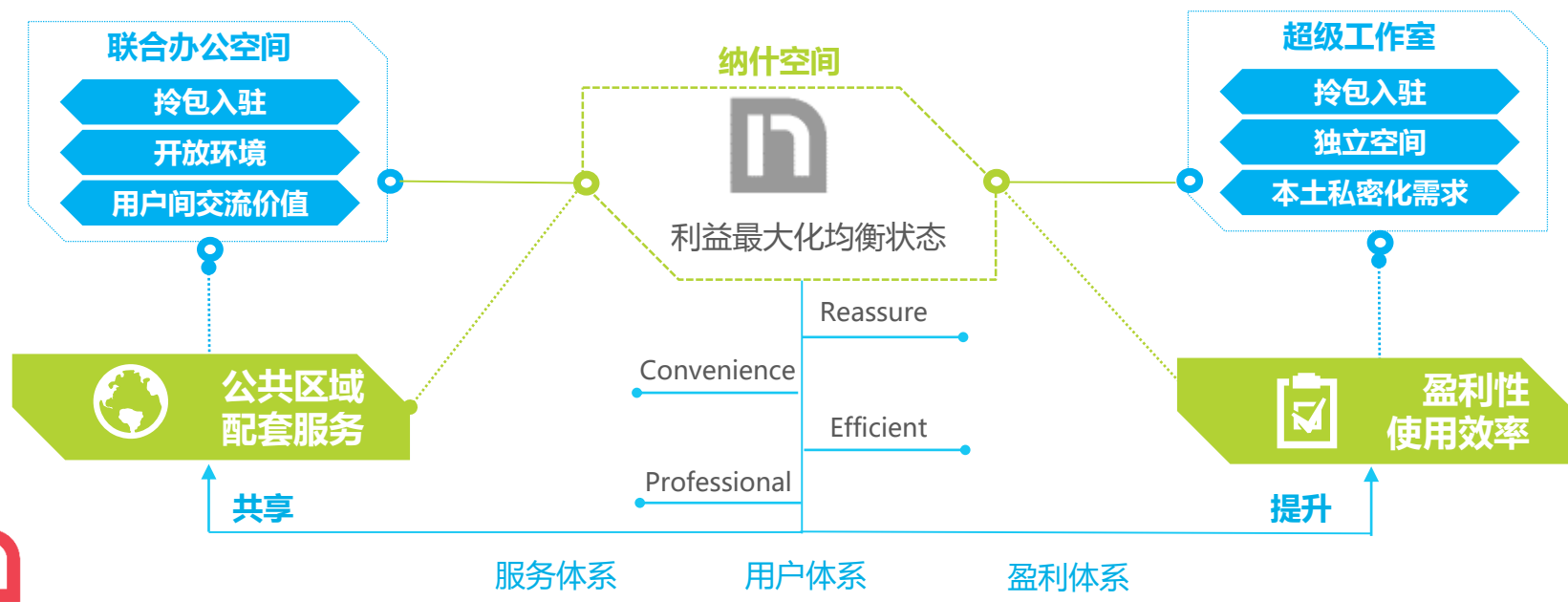


联合办公行业案例

小企业的超级工作室——纳什空间

在联合办公空间的基础上，纳什空间考虑本土用户需求与盈利性，逐步打造与联合办公相配套的超级工作室，并将未来三年业务布局的核心定位于超级工作室。超级工作室的选址位于大型商圈，为办公服务需求者提供拎包入住的独立小空间。超级工作室的周围预计会配套布局联合办公空间，入驻超级工作室的用户可以使用联合办公空间的公共区域，联合办公用户的租金会相应下降。联合办公空间与超级工作室相辅相成，在达到资源的高效利用的同时细化了泛联合办公行业的业态。

2017年纳什空间业态联动体系示意图



联合办公行业案例

降低企业入驻成本形成市场竞争力——Workingdom

Workingdom 是一个致力于重塑中国新生代工作方式的创新型品牌，崇尚打破工作与生活的边界，构建全新的办公场景服务生态。旨在为中国新生代用户提供一套全面的工作方式解决方案，助力中国企业自主创新事业蓬勃发展。自2016年2月成立以来，依托于房地产和金融领域雄厚的背景资源，Workingdom的业务实现了呈几何倍数的快速增长，服务体系整合超过100家服务商，服务企业300余家，注册会员人数超过10000人。Workingdom的线下终端在完成全国布点的同时主力布局北上广，深耕上海区域。短短一年时间，Workingdom已拥有20余个空间项目，其中10余个空间已处于成熟运营阶段，体量超过50000方，仅上海一处，就已成功覆盖陆家嘴、人民广场、淮海路、南京西路、徐家汇等核心CBD商圈。

2017年Workingdom产品体系架构示意图

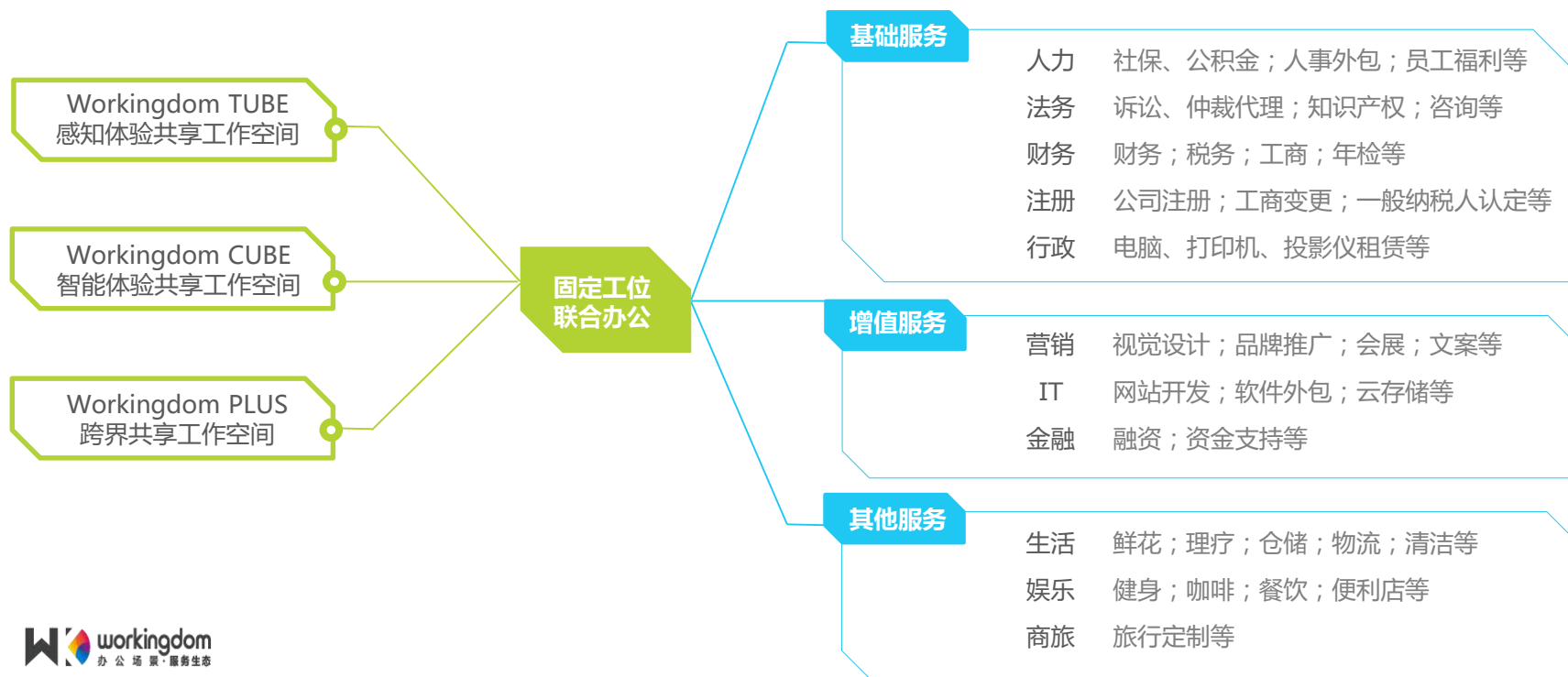
	终端	平台	内容	资源
办公	联合办公 移动办公 虚拟办公	企业SaaS服务平台 大数据平台	企业成长学院 企业成长传媒 企业成长基金	渠道联盟 人脉社交圈 上下游
居住	长租公寓	社交平台 大数据平台	智能设备孵化 版权业务	生活服务
消费	生态社区	电商平台 大数据平台	品牌孵化 产品孵化 匠人孵化 版权业务	消费服务

联合办公行业案例

降低企业入驻成本形成市场竞争力——Workingdom

2017年4月初，Workingdom宣布与P2（联合创业办公社）达成战略合作，计划在3年内国内布局落地100家实体空间，共同落实空间服务的提升，建立行业标准，从社区到体量全面占据中国联合办公行业的领导地位。4月20日Workingdom完成了由永柏资本（PGA）领投的数千万轮融资。4月27日，Workingdom与旭辉·领寓国际宣布达成战略合作，双方将联手打造集共享办公、生活居住、创意社群于一体的生态社区，真正实现Home To Office零距离，以满足新生代用户居办一体化需求。

2017年Workingdom终端产品示意图



联合办公行业案例

科技办公体验提供者——梦想加

作为一家专注于科技办公体验的联合办公空间品牌，梦想加整合智能空间管理、空间设计以及社区运营服务三大产品，构成“OaaS”（Office as a Service，办公即服务）产品体系并向外输出，将办公室从单一性质的物理空间升级成为复合性质的服务，为用户提供一体化的优质服务产品。目前，梦想加在北京雍和宫、中关村、望京、常营、国贸等北京核心商业区，运营16个共享办公空间，入驻包括中粮、学而思、VIPKID、LeanCloud、tower.im等近300个团队。2015年获A轮500万美金融资，2017年获腾讯众创空间战略入股，2017年4月底完成B轮2000万美元融资，由愉悦资本领投，闪银和险峰长青跟投。

2017年梦想加产品体系架构示意图



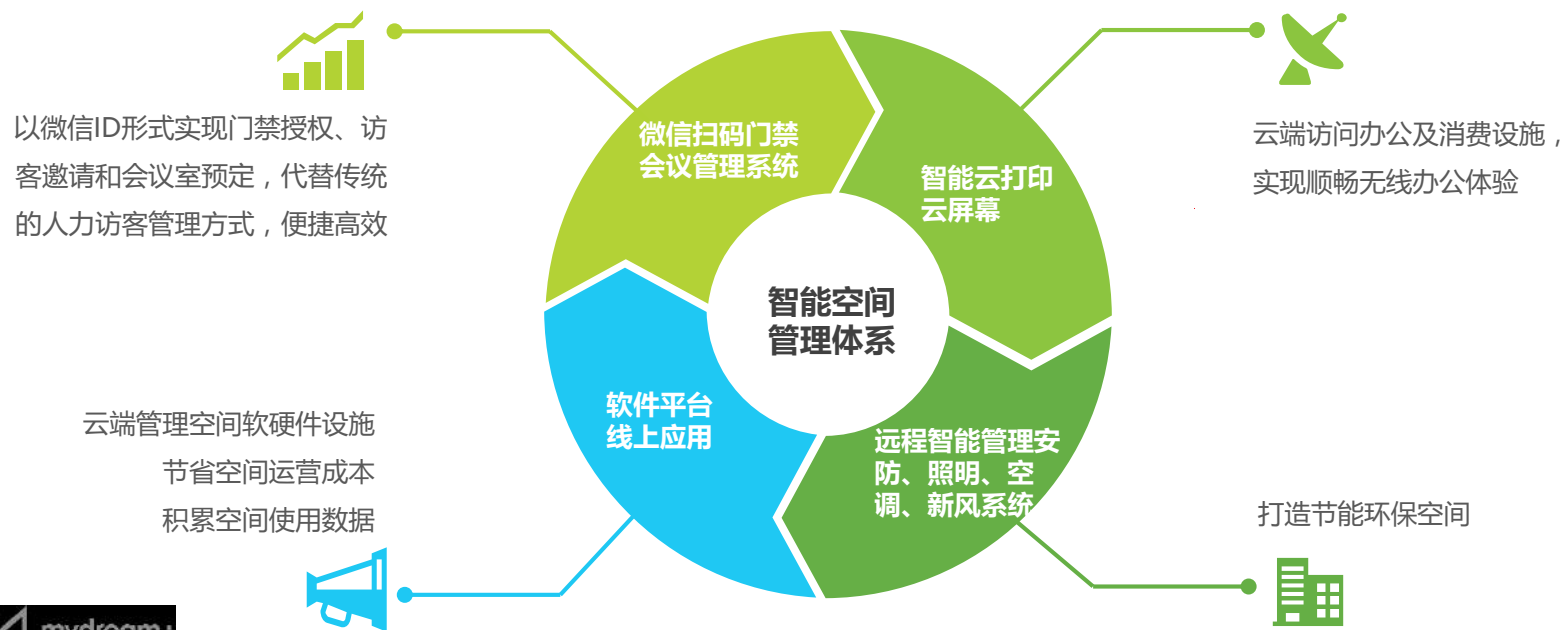
来源：艾瑞咨询根据企业公开信息整理绘制。

联合办公行业案例

科技办公体验提供者——梦想加

梦想加创始团队有技术团队的基因，自创立之初就坚持走技术路线，独立开发智能管理体系。梦想加通过科技智能完成空间与人的连接，实现更丰富办公资源的调动和自动分配。在科技的助力下，人们能整合并共享包括办公空间在内的更多资源，以满足日益增长和多变的办公需求。

2017年梦想加智能空间管理体系示意图



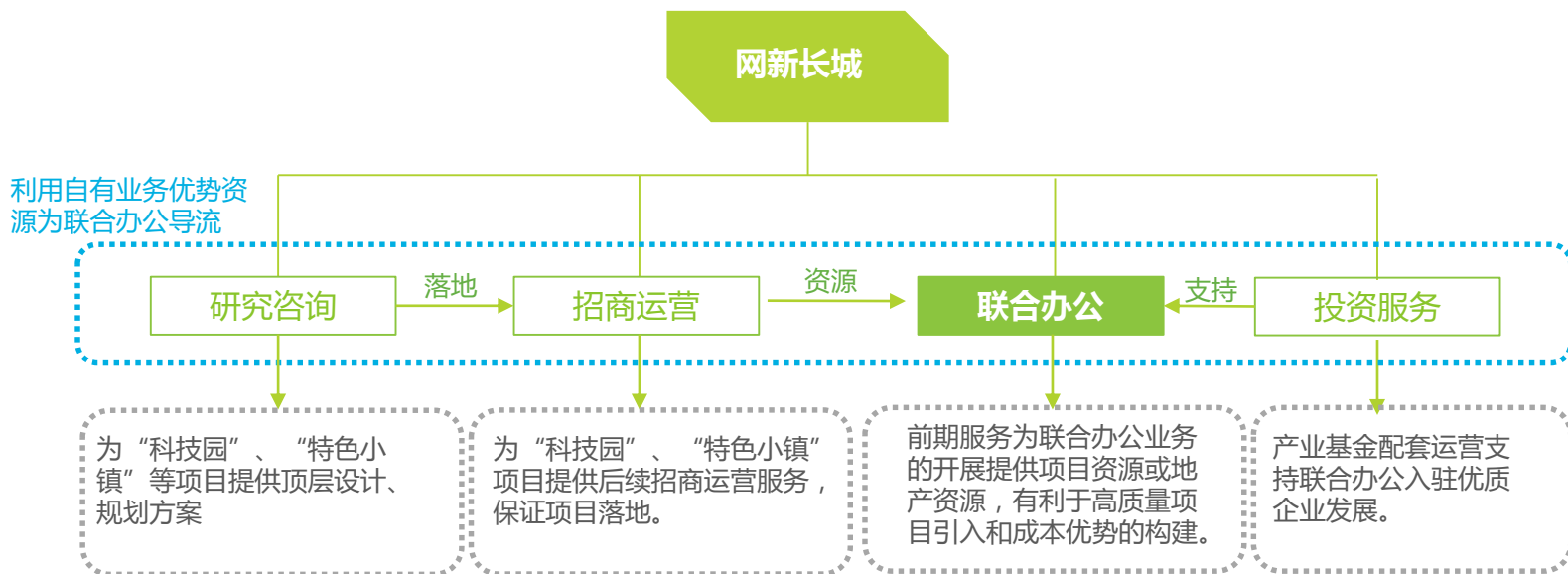
来源：艾瑞咨询根据企业公开信息整理绘制。

联合办公行业案例

全产业链优势资源引流——网新长城

网新长城是浙大网新集团旗下战略性的核心业务机构，借助浙江大学的产学研合作背景以及浙大网新集团行业资源，以长三角区域为基地，辐射全国，构建了包括研究咨询、招商运营、联合办公和投资服务的全产业链体系。该企业的优势业务是政策引导的“科技园”和“特色小镇”项目规划运营，在此基础上，网新长城将联合办公空间嵌入政府主导的特色产业园构建，利用自有优势资源为联合办公导流。

2017年网新长城业务架构示意图

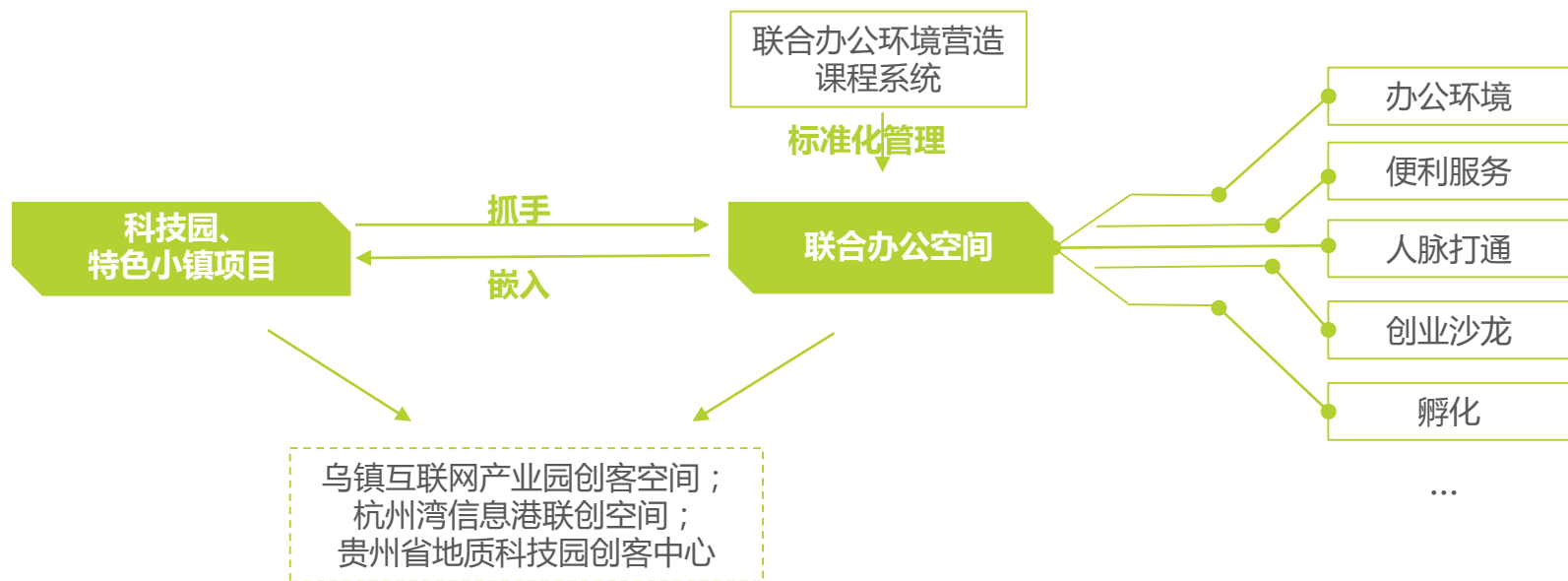


联合办公行业案例

政企合作背景下深耕创业人群——网新长城

网新长城的优势业务是“政府主导，企业专业化运营”模式下科技园区与特色小镇的规划运营，在鼓励“双创”的政策方向下，企业接触到的多为创业人群，针对创业人群的创业联合办公空间应运而生。政府项目的资源优势和人群细分使网新长城在开展联合办公业务时能够构建自身的独特优势，引入标准化培训流程使地缘性较强的政府项目得以高效运行。

2017年网新长城业务联合办公运营模式示意图

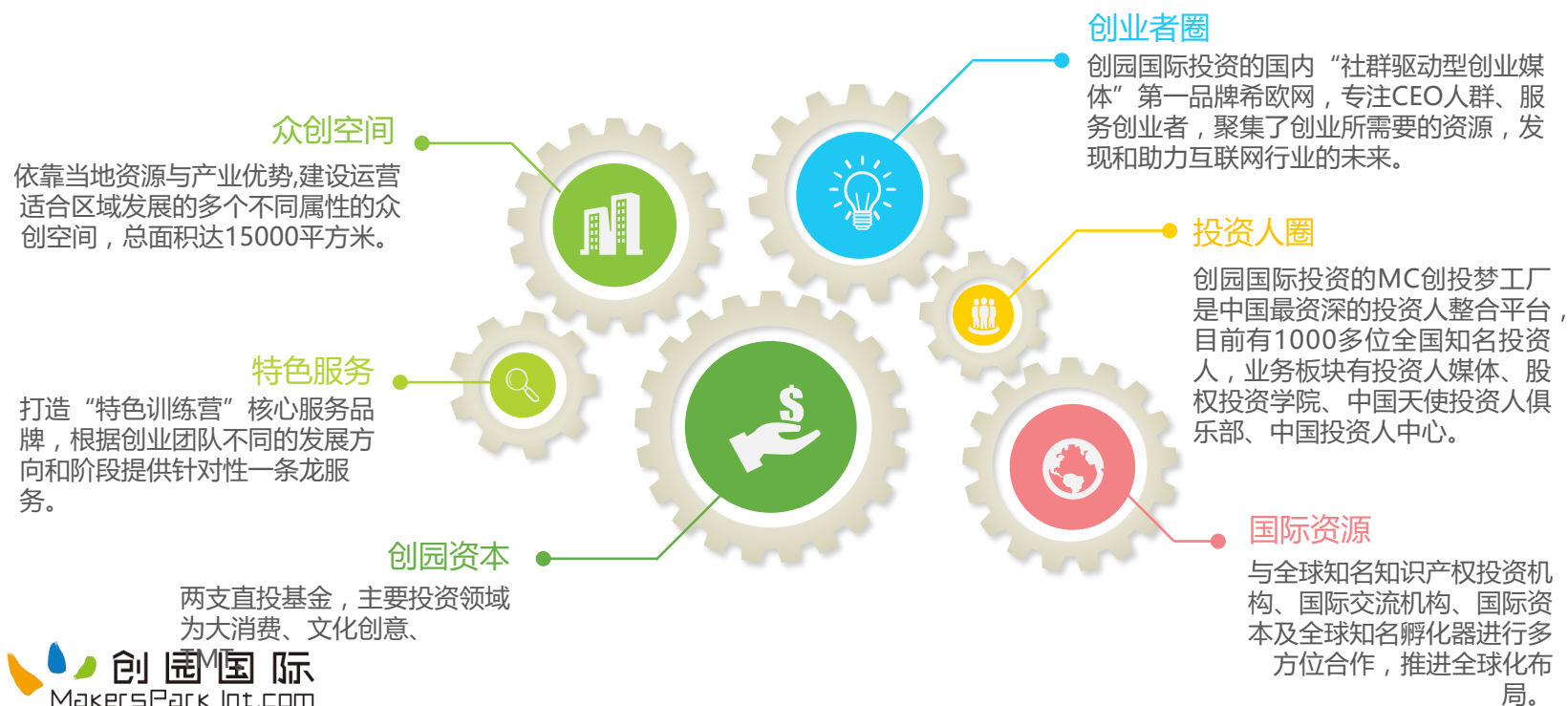


联合办公行业案例

六位一体全息生态——创园国际

创园国际隶属于嘉润集团，是一家具有多属性创新载体及全要素协同的运营平台。基于“大众创业，万众创新”的时代脉搏，经历十余年的累积沉淀，创园国际建立了空间运营管理及投资金融服务的核心业务，形成了独特的具有“国际资源、投资人圈、创业者圈、众创空间、特色服务、创园资本”的六位一体，全息生态的商业模式。

2017年创园国际业务架构示意图



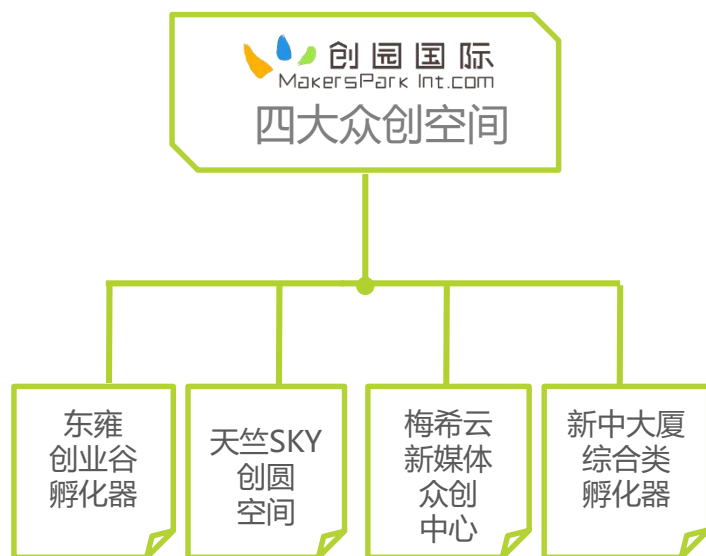
来源：艾瑞咨询根据企业公开信息整理绘制。

联合办公行业案例

协同与整合的创新体系——创园国际

创园国际依靠当地资源与产业优势，建设并运营了适合区域发展的四个不同属性的众创空间，总面积达15000平方米，总共工位数超过500个，入驻率达80%。创园国际资本是以国际、创新、协同为核心的创新型资本，具有“国内与国际、企业与资本、企业与产业、企业与创新、企业与行业”五个协同与整合的创新型体系。

2017年创园国际众创空间示意图



2017年创园国际直投基金示意图



中国联合办公市场概览	1
中国联合办公主流商业模式	2
WeWork与中国模式的差异	3
中国联合办公行业案例	4
中国联合办公未来发展趋势	5

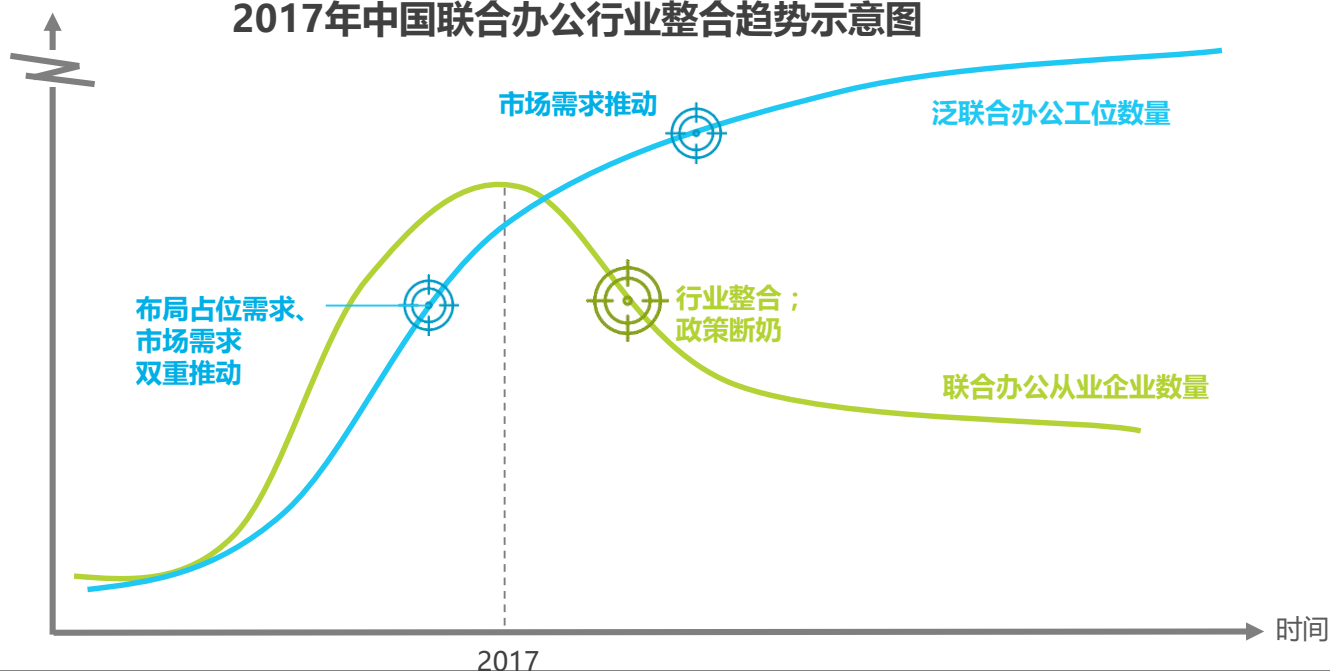
行业整合

市场集中度上升

在经历过双创的热潮过后，联合办公行业内从业企业数量大幅上升。但在国内市场日趋激烈、国外竞争者进入国内市场的情势下，行业内需进行一轮大规模的整合，不同企业寻找与自身模式相互补的企业进行并购或战略合作，将优势资源整合，从而形成全流程的差异化优势。同时，目前市场上存在一批依靠政策补贴得以留存的从业企业，在后期政策断奶后，单纯依靠政策而未建立合理经营模式的从业企业将大批退出市场。

在联合办公行业发展的过程中，衍生出了基于传统联合办公模式的更广泛业态，包括提供更加私密的办公环境、商住一体等形式，在此将它们归为泛联合办公。随着行业的发展，泛联合办公的工位数经历了快速的增长，这一方面是由于一线城市刚性联合办公需求；另一方面是由于业内企业占位布局谋求行业地位的推动。而伴随着行业内企业的整合，占位需求的推动力下降，工位规模的扩大会更多基于对需求的分析，所以增速会在一定程度放缓。

2017年中国联合办公行业整合趋势示意图



商业模式整合

上层盈利模式丰富度提升

联合办公行业目前处于积累用户阶段，以优惠的价格和灵活、舒适的办公环境吸引用户入驻。租金并不能为联合办公从业企业带来大规模的盈利，在用户规模与品牌价值的基础之上建构的增值服务才是联合办公行业后续盈利的关键点所在。随着行业的整合，从业企业的业务模式逐渐完善，在用户规模积累至一定程度后可以针对用户开展不同的增值服务。

2017年中国联合办公行业增值业务示意图



联合办公与传统地产

流量与资源的重复利用

对于传统的办公地产而言，联合办公是替代竞争关系，但对于其他功能的传统地产，联合办公可以与之进行功能的互补。目前市场已有实践的一种模式是联合办公与购物中心的结合，在购物中心为联合办公空间提供较为低廉的租金价格基础上，将联合办公空间扩展需求与购物中心降低空置率的需求对接。基于此，联合办公可以通过购物中心对接消费领域的产业链，为自身体系内相关企业开拓项目资源；购物中心不仅可以提升业态的丰富度，也可以通过投资联合办公入驻企业获取收益。在这一实践的基础上，与联合办公客群重合的传统地产存量都可以成为联合办公吸收重复流量的入口。

2017年中国联合办公与传统地产结合示意图

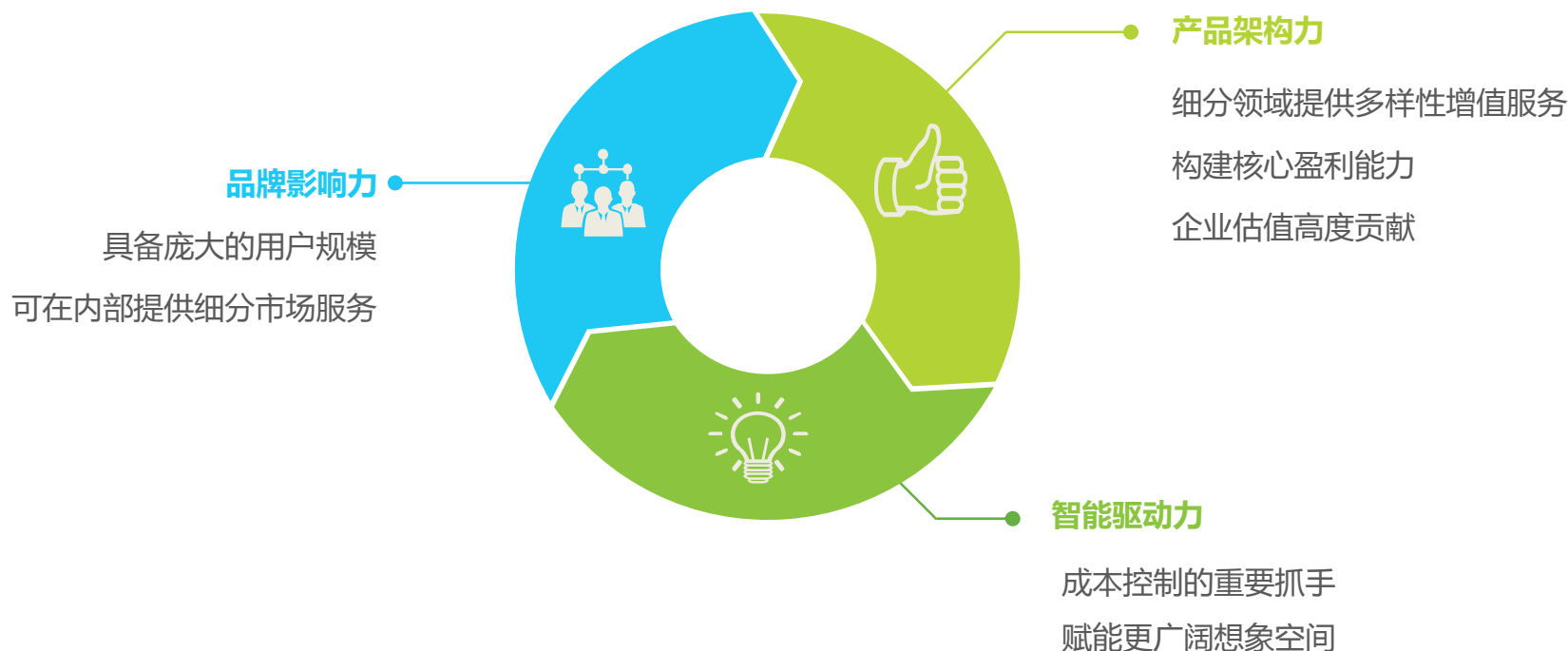
	联合办公	购物中心 ➡	客群重合的传统存量地产
需求	空间扩展需求	降低物业空置率	降低物业空置率 ...
效用	对接消费领域产业链	提升业态丰富度 项目投资	双方产业链资源互通 流量重复利用
条件	①地产供应过剩，传统地产处于劣势，租金降低 ②客群的重合		

未来超级独角兽一窥

品牌影响力；产品架构力；智能驱动力

具备品牌影响力、形成了庞大用户规模的联合办公空间，才可以在客群内部提供细分市场的增值服务，从而使收入结构更多地向服务收入倾斜，提高企业估值。通过智能设备的运用，可以减少人力资本投入，控制运营成本，提高空间运行效率，在合理成本下保证联合办公空间基础功能的高效实现，为上层服务体系架构提供有力支撑。三者紧密相连，相辅相成。

中国联合办公未来超级独角兽架构示意图



公司介绍/法律声明



公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询