

# 联合办公

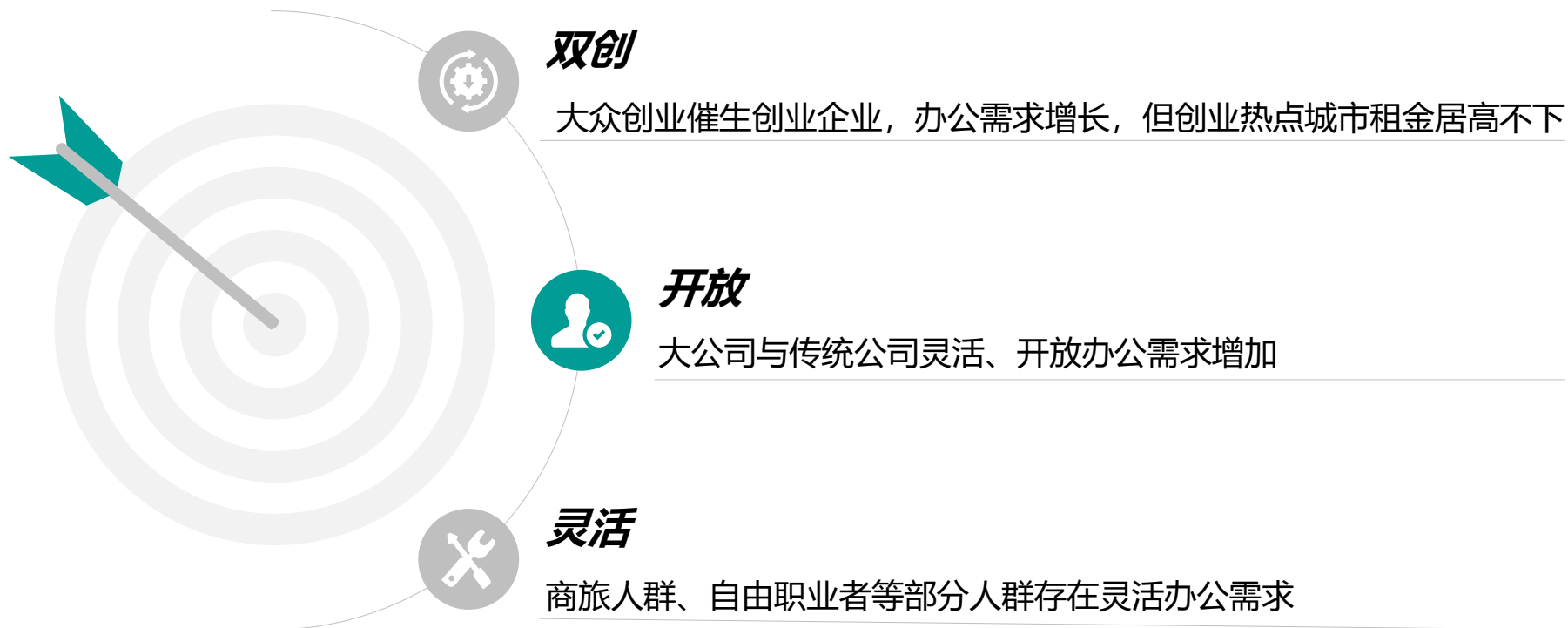
机会行业简报 第4辑



## 行业定义及驱动因素

**联合办公空间** 又叫做短租办公或共享办公，是一种基于共享办公空间的办公模式。在联合办公空间中，服务提供商不仅为用户提供基础办公环境和设施，完整的办公服务解决方案，还提供工商财税法、融资对接等增值服务。

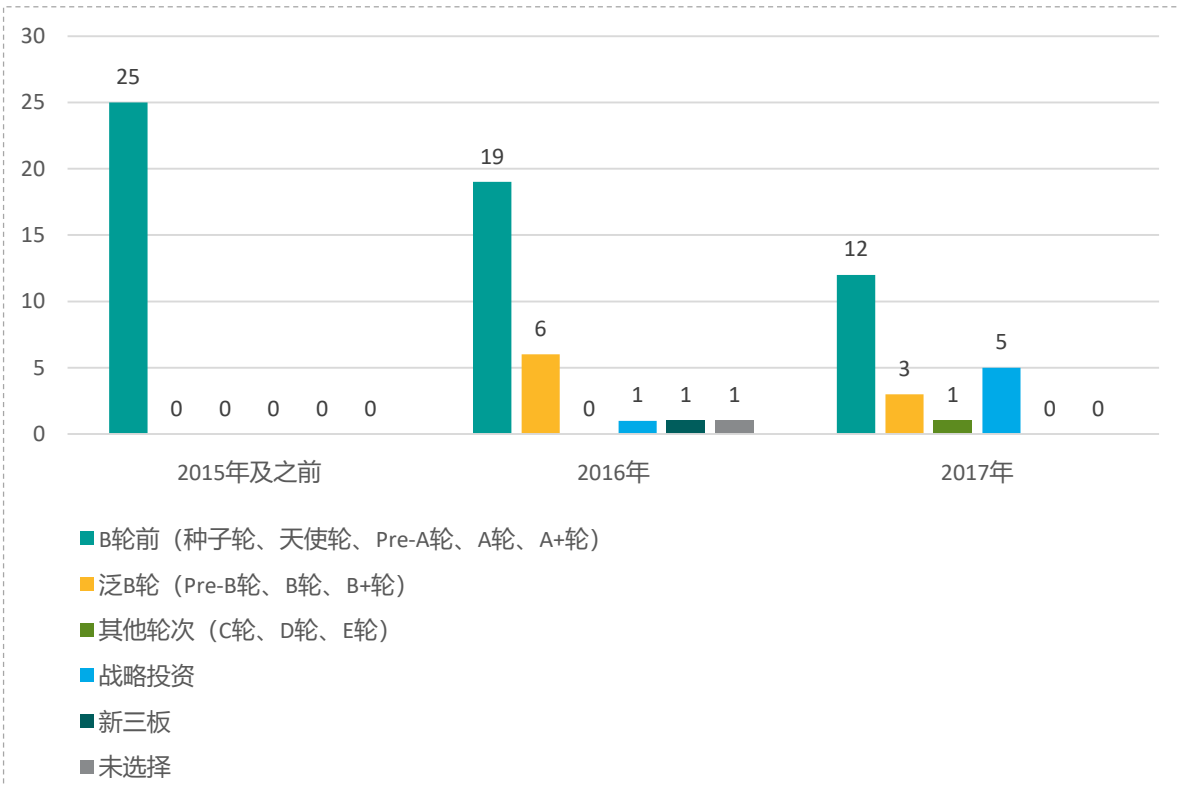
主要驱动力



# 投融资：资本更加关注头部企业，并购步伐加速，进入行业整合期

- 资本更加关注投向B轮及之后轮次的头部企业/成熟企业
- **头部企业上演“赢者通吃”**：以优客工场为代表的头部企业在2017-2018年密集开展行业整合，以收购/战略合作/战略入股的方式，整合其他玩家
- 小型运营商将面临被兼并或淘汰的命运

各年联合办公融资轮次分布

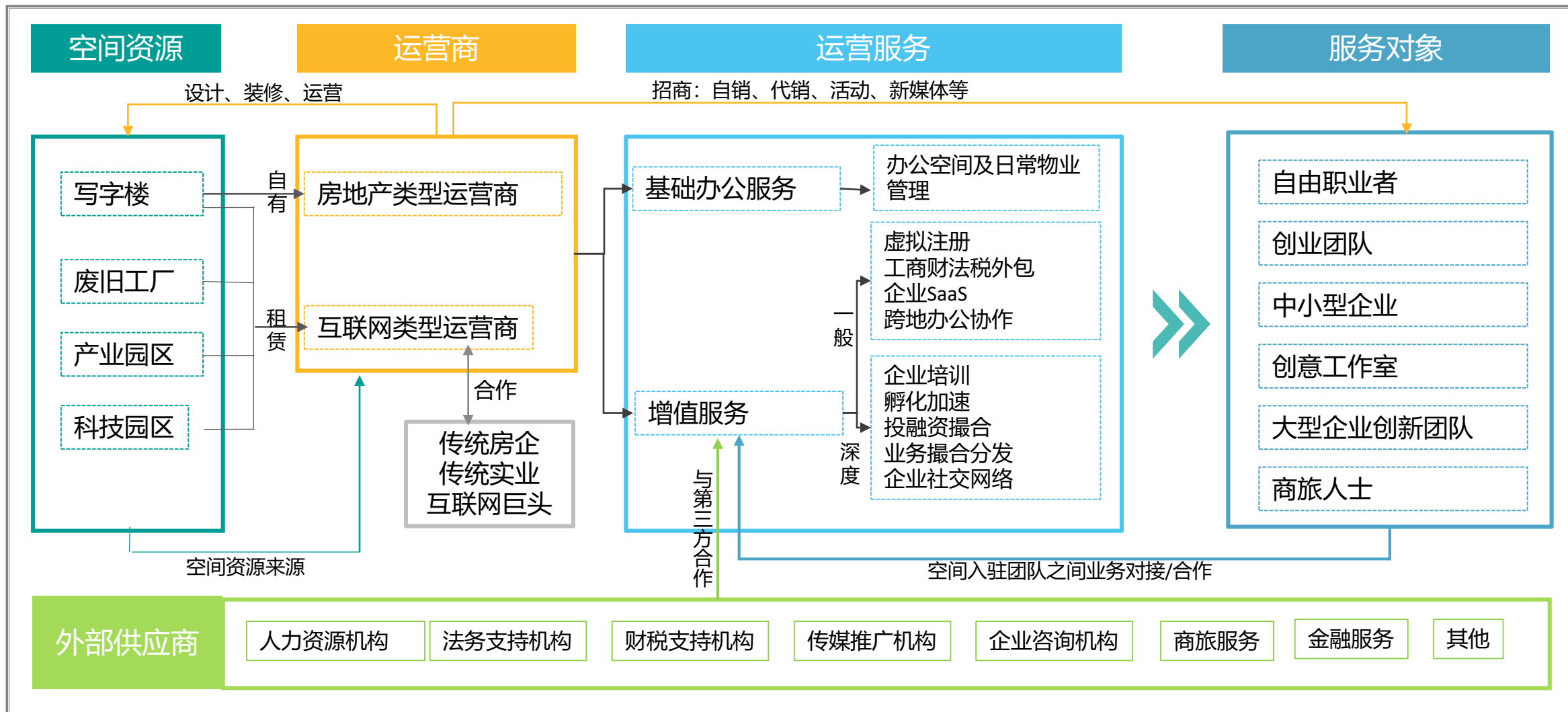


联合办公行业收并购及战略合作情况

整合方式	参与方	时间	内容
收/并购	优客工场->方糖小镇	2018.10.17	优客工场并购方糖小镇
	优客工场->Workingdom	2018.5.2	优客工场宣布与Workingdom进行合并
	WeWork->裸心社	2018.4.12	Wework中国以25亿元人民币全资并购裸心社
	优客工场->Wedo联合创业社	2018.3.26	优客工场收购wedo联合创业社
	优客工场->无界空间	2018.3.9	优客工场宣布与无界空间合并
	裸心社->Gravity	2018.1.31	裸心社收购澳大利亚办公空间品牌Gravity70%的股份
	优客工场->洪泰创新空间	2018.1.3	优客工场全资并购洪泰创新空间
	裸心社->JustCo	2017.7	裸心社宣布与 JustCo 合并
	WE+酷窝	2017.3	WE + 与酷窝COWORK宣布合并
	无界空间->富空间	2017.2	无界空间全资收购Fourwork(富空间)
战略合作	Distrii办伴&J HUB空间	2018.5.15	DISTRII办伴与J HUB空间达成品牌加盟合作
战略入股	氮空间->纳什空间	2016.3	氮空间正式宣布战略入股纳什空间
	腾讯众创空间->梦想加	2017.2	梦想加获腾讯众创空间战略入股

# 产业链：办公空间搭载体系化企业服务

- **联合办公企业从资源角度来看，主要分为房地产类型运营商与互联网类型运营商。** 房地产类主要是传统房企转型布局，如SOHO中国转型推出SOHO 3Q。互联网类主要优势在于空间运营，并通过与传统房企、实业公司、BAT等合作，获取地产和产业资源，如优客工场、氪空间、梦想加。
- **联合办公空间不仅提供办公空间，也为企业提供增值服务。** 增值服务或由合作的外部第三方企业提供，或由相关领域的入驻企业提供。



# 运营模式：立足起步资源，开拓特色化发展路径



## 发展趋势

### 综合式发展

从业者的背景不同，入手的前期发力点不同。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。

### 泛联合办公

衍生出独立办公间+开放办公相结合的模式，提供更加私密的办公环境；合作长租公寓、商超服务，构建“办公+居住+生活+娱乐”相结合的综合服务。

### 垂直化发展

针对细分行业领域，联合办公空间与大企业合作开展主题性质的联合办公空间。（如纳什空间Space-中粮生态谷）。

### 加盟促扩张

目前联合办公空间运营多是直营，未来可能在重点区域以直营模式保证服务质量，在新进入或需要快速扩张的市场中适度采用合作加盟的运营方式。

# 盈利模式：在租金收入基础上探索多元盈利点

工位租金是联合办公企业盈利的主要来源，增值服务收入能力目前仍比较低



# >>> 头部企业列表

企业名称	网点数	主要分布城市	运营面积（m²）	工位数	入驻率	平均租金（元/m²/月）
优客工场	120	北京、上海、广州、深圳、香港	355000	42000	85%	500-5000
氪空间	31	北京、天津、上海、广州、杭州、苏州、南京、武汉、成都	230000	35000	95%	1200-4600
SOHO3Q	20	北京、上海、深圳、杭州、南京	150000	26000	75%	1200-5700
无界空间	24	北京、天津	100000	10000	85%	1850-3200
Distrii办伴	30	北京、上海、杭州	120000	20000	85%	1000-4000
酷窝COWORK	23	北京、上海、广州、深圳、杭州、苏州、大连、青岛、宁波、成都、西安、乌鲁木齐	150000	25000	85%	700-2800

# 行业网络广告投放情况-艾瑞

- 检索的43家本地与头部联合办公企业中，**7家**（16.3%）在艾瑞Adtracker系统中近一年有消费记录。预估总投放费用4022.41万元。
- **国外品牌投放力度大：**艾瑞数据显示，投放力度最大的是WeWork China，为1819.65万；其次为雷格斯，为1439.63万，两家都是国外联合办公企业品牌，注重在进入国内市场时的广告推广。
- **广告投放主要是头部品牌在发力：**WeWork China、雷格斯、氪空间3家总投放金额为3922.37万，占比高达97.51%。

公司名称	工商名称	所在地	投放天次	投放费用（万）
WeWork China	洋槐商务信息咨询（上海）有限公司	上海	3000	1819.65
雷格斯	雷格斯商务咨询(北京)有限公司	北京	6130	1439.63
氪空间	氪空间（北京）信息技术有限公司	北京	2582	663.09
方糖小镇	上海方糖创业服务有限公司	上海	225	64.02
纳什空间	纳什空间创业科技（北京）有限公司	北京	110	20.73
办伴科技	上海办伴科技发展有限公司	上海	52	12.57
酷窝COWORK	广州酷窝科技有限公司	广州	4	2.72



# THANKS

---

北京运营行业营销组

