

付费自律

年轻人消费的新场景

近年来,付费自习室作为一种学习场所,从2019年开始逐渐成为年轻人追求效率与专注的学习场地资源,这股风潮让付费自习室疯狂生长到近7万家的数量。一开始很多人都以为只是一个小众的学习潮流,没想到它居然席卷了大江南北。

因此,“自律经济”应运而生,成为帮助人们提高自我管理能力的“热门生意”。作为一种新型经济业态,“付费自律”背后反映出年轻人怎样的消费趋势?



自习者在上海一家付费自习室“小黑屋”内学习。



付费自习室

付费自习室下沉到县域

艾媒咨询发布的《2023—2024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》显示,2022年付费自习室用户规模达755万人,预计2025年有望突破千万人。同时,付费自习室正开始从一、二线城市下沉,在市县城市增长趋势明显,用户大部分都是备考的青年人。

一般而言,付费自习室大部分由居民楼的住房改造而成,每个用户有一个占地不足一平方米的书桌隔间,配备台灯、插座、储物柜等设备,划分静音区与朗读区,以向用户“出租座位”的模式运营,一般有单人座位、双人座位和联排座位3种,可以按小时、天数、包月或包年为座位付费。很多自习室的空余位置都不多,地理位置与学习条件较好的一些自习室甚至“一座难求”。

山西省太原市“拾光自习室”工作人员表示:“我们一共100多个座位,目前办理长期座位的用户就有几十名,现在每天到店人次已经远超座位数,有时候1个座位1天能换3个人。”“我们自习室暑假刚开业,县城里很多刚毕业或毕业一两年还没工作的年轻人,在这里备考。”吕梁市方山县某付费自习室的工作人员说。

付费自习室的价格,对于没有经济来源的青年而言并不便宜。例如,在太原市的6家自习室中,一个座位包月的价格均在500元左右,是不少待业青年每月一半的生活费。

“在家学不进去,在图书馆不能出声背书,每天占座也很不方便,找个离家近的自习室最有利于学习。”2022年毕业,正备战考公的小曹说,“家里不缺我这两年上班赚钱,很鼓励我在自习室全脱产备考。”

2023年大专毕业的小赵先去北京当了一年羽毛球教练,今年7月辞职回家考公。“我是山西人,还是想留在老家发展。自习室的费用是我工作攒下的钱付的,在这里能静下心来,花点钱能倒逼我学习。”小赵说。

追求“人在书桌”仪式感?

虽然付费自习室为备考青年提供了良好的学习环境,也有不少人在自习室认真学习并成功“上岸”,但对一些人而言,他们把这里当作逃避家人管控的“网吧”,更多是在“表演式学习”。

有一些备考青年追求一种“人在书桌”的仪式感。“我的实际有效学习时间很少。早上八点半来到自习室,先给水杯灌点水,把电脑、平板和手机用支架支起来,把喜欢的人偶摆在书桌上,坐下来玩一会儿,才开始学习;学个二十分钟,十点多了,打开手机挑选中午要吃的外卖,半个小时过去了,再学二十分钟,吃饭、休息,下午又这样循环往复。”小曹说。

山西省大同市的小达于2022年本科毕业,一直在付费自习室备考考公。“已经考了3次,每天两点一线,跟社会开始脱节,有时候怀疑自己是不是生活在一个真实

世界。”小达说,他与父母的沟通交流也仅限于学习与找工作,自习室给他提供了一个逃避现实的环境。“这儿很多跟我一样的人,我看他们在玩,自己也安心玩了。”

值得注意的是,这些全职考试青年中不乏一些名牌大学生,因几次考试受挫而有了“能混几年是几年”的心态。某双一流大学毕业生小李考研失败后在自习室全职备考,但学习效果并不理想。“我觉得我的人生好像从来没有轻松过,这段空窗期可能是难得的轻松时光。”小李坦言,他已经进入了欺骗家长、欺骗自己的状态,“他们可能觉得我每天在自习室学习很辛苦,但我基本没怎么学习。”

旨在缓解内在的焦虑感?

受访专家普遍认为,“表演式学习”现象反映了当前一些待业青年存在的焦虑与迷茫,他们试图通过营造一种“我正在努力”的表象来减少对未来的不确定性的恐惧。

山西大学马克思主义哲学研究所副教授丁剑表示,“表演式学习”是典型的心理防御机制的表现,它反映了待业青年内心的焦虑与负罪感。“这些年轻人并非真正投入学习,而是试图通过维持某种外在的仪式感或形象来缓解内在的焦虑感。”

专家认为,尽管这种“表演式学习”在短期内可以为年轻人提供暂时的心理安慰,但长此以往会对他们的心理健康、社会适应能力和职业发展产生负面影响。对此,丁剑等专家给出以下建议。

首先应进行时间管理,提高学习效率。青年人可以通过每日反思和记录学习进度的方式,真实了解自己的学习效果,避免在无效的“表演式学习”中浪费时间。

保持适度社交和增强情感支持是对抗孤独、焦虑的良方。自习室虽然是备考的好环境,但长期处于孤立状态会加剧心理问题。青年们应积极寻求与家人、朋友以及专业心理咨询师的交流,通过情感支持缓解备考压力,同时保持适度的社交,避免脱离现实。

另外,青年们应设立可行的、阶段性的目标,而非给自己施加过高的压力,可沉下心来思考,根据自身实际情况确定未来发展方向,并付诸行动。山西白求恩医院精神卫生科副主任医师任燕提出,无论在哪里学习,这些年轻人都应规律作息、保持运动、学习情绪和压力管理。

纵深

“自律经济”的痛点咋“医”

从线下付费自习室到远程监督,再到网络课程引流,“自律”不再是一个简单的形容词,而是充满潜力的商机。

说到我国国内付费自习室,对比国外的付费自习室来说,市场尚未成熟,新兴属性明显。近5年,付费自习室相关企业复合增长率达到73%,84.2%的相关企业属于个体工商户,普遍经营规模并不大并且几乎都存在“痛点”。

刚开始,付费自习室兴起时,门店数量少,基本都是供不应求,即使月卡费用几千都有人争相购买,新模式吸引了不少尝鲜者。但好景不长,很多人体验过一两次后,就因为缺少持续动力而不再光顾,导致上座率成了大问题。如果没有属于自己门店的特色和留住顾客的手段,即使环境幽雅、设施齐全,也会出现门可罗雀的问题。

放眼望去,市面上的付费自习室大多千篇一律,从装修风格到服务内容都大同小异。这种高度的同质化,让消费者在选择时缺乏差异化感受,难以形成品牌忠诚度。有些商家甚至还省去自习室系统的费用,不用系统,导致优势缺少,再加上被之前一个容易割韭菜的去K书跑路欺骗,大家还是安分做自己的独立品牌会好一点,思考如何在同质化竞争中脱颖而出才是亟待解决的问题。

别看自习室表面光鲜,其实背后的经营成本并不低,如场地租赁、设备采购、日常维护等,每一项都是不小的开销。再加上盈利模式单一,又比较依赖会员费,因此自习室使用自习室系统来节省人力成本和日常水电开支是必需的,要学会在控制成本的同时,提升盈利能力,提高经营效率,成为自习室经营者必须面对的难题。

苏州大学传媒学院马中红教授建议,应增加公共图书馆和社区阅览室的开放时间和座位数量,强化管理、减少干扰、保证安全。同时,应鼓励企业或社会组织设立自习室,政府可以给予补贴或优惠政策。此外,还应提高公众对自习资源的认知和使用意识。

针对付费自习室走红这一现象,我们应该更加注重公共学习空间的建设。创建良好公共学习空间,促进自主学习。同时,满足个性化、多样化学习需求,推动全民学习。这场“付费与免费的争议”让我们看到了整个社会对于学习的渴望。在倡导全民学习、建设学习型社会的当下,我们有理由相信,不断创新和完善公共学习空间,将成为推动学习型社会建设的重要力量。

在浙江大学管理学院市场营销学系特聘教授孙怡夏看来,“自律经济”的兴起,归根到底是这样的市场需求。在“内卷”的大环境下,年轻人给了“付费自律”新的机遇。但是目前的“自律经济”经营方式单一,如需持久的发展之道还需要继续探寻。对此孙怡夏给出了一些建议。提升产品的品牌性和打造产品差异化路线对发展自律经济而言是营销新思路。

“自律经济”的商家也应将线上和线下打通。线上方面,需要经营自己的私域流量,通过会员制等方式增强用户体验,从而提高用户黏性。线下方面,要有社区经济思维。例如付费自习室含有社区性质,周边客户是自习室的主要目标群体,因此提供个性化的服务和社区氛围才能够让客户更高频、更有黏性。作为场景服务新业态,“自律”经济反映年轻人对更加灵活、高效、个性化的服务需求不断增长的趋势。

在打造品牌效应方面,一些“出圈”的自律APP、付费自习室品牌等已经开始向下游业态延伸,以APP吉祥物形象等作为创意来源,衍生出一系列灵动可爱的文创周边,如文具、水杯、帆布包、钥匙扣等。有些付费自习室还推出在自习室办时长卡可以获得积分,然后通过积分兑换周边的举措,进一步扩大品牌效应。

本报综合中国妇女报、光明日报、中国商报、中青报