

携程已实现灵活办公？从硅谷到携程阿里，灵活办公咋成大厂潮流？

最近一段时间，在各大互联网大厂之中，灵活办公似乎成为了一个热门关键词，在硅谷灵活办公几乎成为了一个潮流，谷歌、推特、亚马逊、微软等等巨头似乎都推出了属于自己的灵活办公政策，前不久阿里巴巴也宣传要实行灵活办公，而携程则直接宣布已经实现了灵活办公，很多人都在问从硅谷到携程、阿里，为啥灵活办公一时间成为了大厂的潮流？

一、携程已实现灵活办公？

前不久，携程在澳门召开了携程集团全球合作伙伴峰会，在峰会上携程掌门人梁建章发表了一个讲话引发了整个市场的广泛关注，这就是携程已经率先实现了灵活办公。

在谈及远程视频等技术，梁建章认为，可以替代很多交互性不强的交流，但是无法替代深层次的交流，比如谈心、谈恋爱、合作创造一个复杂的产品等等。“总的来说，出差确实减少，但休闲旅游增加了，休闲旅游包括带有休闲属性合作伙伴团建的需求，因为更多灵活办公让人更好安排家人和周末的时间，也会增加休闲的需求”。

梁建章认为，远程办公有很多好处，首先对房价、对堵车有好处，一周只去三天公司，通勤时间便会减少，可以住在离公司稍微远一点，不用住市中心，也可以住得更宽敞，也有更多时间陪伴人口，有利于人口，会有更多时间陪伴小孩，也有利于休闲旅游。

“现在有些公司已经尝试一年之内不光周三、周五灵活办公，甚至一年可以有一个月可以灵活在家办公，这一个月不同于以往的休假，休假什么都不用管，这一个月可以不进公司，可以在任何地方完成工作，所以也有利于休闲旅游，我觉得这是非常好的变化”，他说。

梁建章还透露，携程率先试点，已经有

两个部门灵活办公了——周三、周五让员工灵活选择办公地点。“希望更多的公司、更多的企业能够跟进，从996到不加班、到更灵活办公，这都是社会的进步，我们可以推动社会的进步，而且这确实有利于旅游业的发展”。

据悉，早在2010年，携程就便实施“在家办公实验”项目，本次“2021混合办公试验”为迭代实验。

就在前不久，阿里巴巴就宣布，阿里巴巴可能全面试行灵活办公的互联网企业。近日，有认证为阿里员工的ID在相关职场社区发言称：员工福利将迎新升级，除响应国家号召推出延长产假及新增育儿假外，阿里还考虑进一步提升办公灵活性，如允许员工可在家或就近办公，但灵活办公天数目前尚未确定。

其实不仅仅是携程和阿里，美国不少硅谷巨头都宣布启动了灵活办公，根据IDC的一份预测，截至2024年，美国将有60%劳动力选择远程办公。而根据Slack举办的Future Forum公布的数据来看，只有12%的脑力工作者希望回到办公室，72%的人则选择希望选择混合远程办公模式。谷歌、推特、亚马逊、脸书、微软都在灵活办公的路上开始不断推广。

二、灵活办公怎么成了大厂潮流？

之前在和一个熟悉携程的朋友聊天的时候，就曾经被告知在携程直接有人选择了在三亚办公，每天面朝大海春暖花开，吹着海风开会羡慕旁人。其实，这就是灵活办公的缩影，我们到底该怎么看灵活办公的盛行呢？为啥互联网大厂都这么青睐灵活办公？这其中的原因到底是什么？

首先，疫情之后给各大互联网企业灵活办公提供了基础。原先，对于各大互联网公司来说，灵活办公往往是日常工作中特殊的一种工作方式，大多数人还是习惯于集中办

公，但是突然爆发的疫情让灵活办公成了一种迫不得已的选择，但是在经历了一段时间的居家办公之后，大家逐渐发现，居家灵活办公其实并没有什么太大的问题，和日常工作的差别并没有想象中那么大。要开会的时候，腾讯会议、Zoom等会议软件可以随时待命，无论是语音开会还是视频会议大家都可以直接选择，交流几乎没有太大的障碍。要协同工作的时候，无论是WPS、腾讯文档、石墨文档等等都已经实现了实时的办公协同，无论是做word、PPT还是excel大家都可以随意进行，还有各式各样的办公工作，互联网所带来的无所不在的服务让灵活办公成了一种可能性，而且各大互联网公司还发现了灵活办公在某些场景里面反而有助于进一步提升效率，这才是互联网大厂推动灵活办公的根源所在。

其次，灵活办公的好处也非常大。我们可以把灵活办公的好处归纳为几个方面：

一是能够有效地降低房租成本。对于互联网大厂来说，在一个互联网集中区租一栋办公楼可不是一件简单的事情，互联网大厂需要支付高昂的房租，而且往往需要把公司设立在交通都很方便的地方，这又需要进一步提升了房租的开支。而对于员工来说，在公司附近或地铁沿线租房买房也是一个成本非常昂贵的事情，如果可以选择灵活办公的话，互联网大厂不再需要那么昂贵的办公楼，而员工也不需要那么租那么贵的房子，这将有效地降低房地产市场的成本。

二是能够有效地节省通勤的费用。对于大多数的互联网企业其实通勤都会是一个高昂的成本，每天晚上十一二点在杭州西溪，或者上海张江高科，亦或北京西二旗，都会是车水马龙、人声鼎沸，根据《通勤监测报告》指出，2020年全国主要城市总体单程平均通勤时耗36分钟，与2019年持平。北京

仍是单程通勤时耗最长的城市，达到47分钟，同比没有增加，紧随其后的时耗最长的城市分别是重庆40分钟、大连38分钟、西宁35分钟。每天大家都需要在上下班路上耗费一两个小时甚至更长的时间，而灵活办公则可以有效地降低通勤成本。

三是能够有效地降低运营成本。除了房租、通勤这些刚性成本之外，其实集中办公还有一个很大的成本支出叫做运营成本，对于互联网大厂来说，每天上班的水、电、网费包括日常消耗的物资都是一个大数据，一旦可以采用灵活办公方式，这些成本都可以有效节省下来。

所以，不少互联网大厂宁愿自己贴钱给员工买电脑、笔记本和办公设备都希望员工在家居家办公就是这个原因。

第三，灵活办公有没有不利的地方呢？说完了灵活办公的各种好处，其实灵活办公不利的地方也不可忽视，我们可以总结一下几个方面：

一是居家的生活成本快速上升，我们之前疫情居家那些时间，家里的生活成本出现了显著的上升，这是因为你大多数时候都在家里蹲，消耗的都是家里的资源，自然会大幅度增加家中的日常成本，这一点是非常明确的。

二是财务、人力管理的压力显著上升，对于灵活办公来说，虽然灵活度提升了，但是对于企业的内控来说无疑是巨大的挑战，由于员工分散在各地，无论要进行财务管理还是人力管理都面临巨大的困难，这对于任何一个公司来说都是必须要面对的难题。

三是社交难题可能才是最关键的，其实当前最大的难题应该是社交难题，毕竟互联网交流不能替代面对面交流，很多时候一个眼神和动作能传递的信息是互联网无法替代的，特别在中国更是如此，社交难题可能是灵活办公最大的问题。

短剧付费成潮流？快手、抖音密集布局，你会为短剧付费买单吗？

这些年，伴随着短视频平台的快速崛起，快手、抖音都日益在我们的生活中扮演着日益重要的作用，很多人开始在短视频平台上消磨时间，而与短视频相一致的短剧也开始走红，然而就在最近短剧也要开始付费了，不少短视频平台开始大规模布局付费短剧，我们到底该怎么看这个趋势？你会为短剧付费买单吗？

一、短剧付费成潮流？

日前，一分钟一集的短剧也要开始收费的消息是刷遍全网，从官媒到朋友圈，讨论到底该不该为短剧付费买单的话题开始成为当红炸子鸡。

近一年，短剧这种带有PUGC(专业生产内容)成分的新模式，给短视频平台开辟了继直播之后的又一大流量入口。多数短剧在网文IP的基础上改编，将带有“爽文”内容的情节拆分成短剧，通过分集的可持续性，吸引用户不断解锁新的剧集，增强用户黏性。

据ZAKER的体验，与付费网络小说规则类似，抖音上线付费短剧功能测试，可以10抖币(安卓账户1元、iOS账户约1.4元)解锁单集，也可批量解锁全集，解锁后无时间限制。

而说起短剧，快手无疑是其中的先行者，据快手的财报显示，今年三季度，快手短剧日活已达2.3亿，观看量超过1亿的系列短剧超过850部；快手泛知识IP新知播，第

一季撬动上万名知识主播参与，覆盖财经、科普、法律等多个领域；体育内容方面，超过40个内容品类提供了多样化的消费场景，用户在体育内容上花费的总时长相比去年同期增长超150%。

快手凭借短剧一度讲出了新故事，在网友心中有了土味之外的记忆点，吸引到一批年轻女性用户。抖音热剧《恶女的告白》主演姜十七本身就是平台达人，通过参与短剧实现了个人IP粉丝再增长200多万。

二、你会为短剧付费买单吗？

说实在的，看到当前各大短视频平台的短剧付费成为一种趋势，我们最大的感觉还是这是大势所趋，不过是否会为短剧付费买单呢？

首先，短剧已经成为了当前短视频平台发展的一种必然潮流。据《2021中国网络视听发展研究报告》，截至2020年12月，我国网络视听用户规模达9.44亿，其中短视频用户达8.73亿，接近90%，成为互联网的底层应用。在这样的情况下，各大短视频平台已经有了不输于长视频平台和其他各类平台的基础，而且短视频平台也逐步跨越了之前的成长阶段开始向着成熟阶段挺进，在这样的大背景之下，对于各大短视频平台来说，创造盈利模式就成为了征服资本市场的关键，短剧作为一种具有较强剧情性的产品，无疑比一般的短视频更容易吸引用户为其买单，所以各大

平台开始为短剧付费曝露就成了一种大势所趋，特别是最近几年，短视频的盈利模式不断创新，付费分账、平台采买，以及剧情广告植入、主创电商带货等，但是这些都是用流量来带生意，吸引别人来付费的方式。但正如我们不喜欢电视剧里插广告一样，短视频里插广告大家也都很反感，那么在这样的趋势中，短剧付费其实是势不可挡的。

其次，短剧付费的优势也十分显著。短剧付费这个模式如果能够跑通的话，其实优势也是非常显著的，主要优势在几个方面：

一是短视频的成本分摊模式有可能出现了。对于很多人来说，就是个几十秒或者几分钟的短视频，这种东西有个手机就能拍，但是实际上，无论是最简单的短视频还是有剧情冲突的短剧，每个其实拍起来都不容易，从脚本到拍摄再到后期制作，都是需要成本支出的，要么用平台补贴来平衡，要么有广告主来买单，要么就需要付费来支撑了，短剧付费无疑是一种可取的成本分摊模式。

二是真正推动有品质的短剧出现。短剧的核心最初还是吸引流量，但是问题是如果短剧没有足够收益的话，一定会是低水平的重复和粗制滥造，想要提升品质盈利或者是有收益才是关键，如果短剧开始付费的话，将有可能真正推动短剧拍摄品质的提升，这是短剧付费的关键。

三是短剧的发展连续性有可能进一步提升。短剧目前基本上遵循的原则还是简短精悍，但是这样的短剧让人最大的感觉还是不过瘾，故事太精简就失去了太多的细节和信心，在这一方面如果短剧可以付费的话，短剧的连续性将有可能提升，到时候真正有大价值的短剧作品才有可能出现。

第三，短剧付费真的能让消费者买单吗？对于消费者来说，大家看到短剧付费第一感觉就是就是个三五分钟的短剧凭啥让我给钱，但是我们看到的是进入短剧频道最大的感觉就是类型非常多，价格其实都是up主们自己定的，贵的便宜的都有，其实不少的购买量还是不低的，一部剧几万购买并不罕见。那么，短剧的买单其实逻辑很简单，这就是消费者用脚投票，因为短剧不是官方自己定价的，而是由创作者定价，消费者认同装作者愿意付款才是最关键的事情，所以这就成了一个标准的经济学逻辑了，供给与需求匹配，当前消费者购买的是创作者创作的内容，如果嫌贵可以不买，买则是认同了创作者的价格，所以在这样的情况下，短剧付费也就有了其逻辑，不是强迫而是大家用脚投票的，这种价格形成机制并不会有问题。所以，不愿意买单仅仅证明你不是这个创作者的用户，真正的用户会愿意付费，这就是核心逻辑。

因此，短剧付费是趋势，更是一种激励，愿不愿意买单，大家自己选就好了！

美林贷款

Marion Mortgage LLC

诚实 敬业
经验 丰富
客户 至上

NMLS#176854

Tel: 703-830-6680(O) 703-830-6681(O) Fax: 703-830-6682

地址: 14637 Lee Highway, #103 Centreville, VA 20121

http://www.marionmortgage.com

5-106

www.nmlsconsumeraccess.org

 Yue(Jill)Zhou NMLS#281400 Sr.Loan Officer 571-432-5811(C) jzhou@marionmortgage.com	 Jia Yu NMLS # 2017104 loan officer 571-207-5811(C) jia@marionmortgage.com	 Mark Shankle NMLS #1047216 loan officer 703-424-0750 (C)	 Triet Le NMLS #2094471 loan officer 571-249-3321(C)	 Ha Chu Processor 540-208-8006(C)	 黄捷 博士 NMLS#177851 President Jayie (Jenni) Rowe 571-934-8000(C) jrowe@marionmortgage.com
---	---	---	--	--	--

Hard Money Loans, Fix Up, Condo Investment, Business to Business Only
民宅(包括FHA贷款)、商业、土地及建筑贷款