



# 9.9元租工位,创新亮点不只是低价

李一能



新民眼

花一杯咖啡的钱租一天工位,已经成为上海创业办公的新选择。近期,静安区一商务楼推出联合办公空间,以9.9元一天的活动价吸引关注。除了低价之外,其中体现的破局思维,有不少经验做法值得借鉴。

9.9元租一天工位是怎么来的?这一办公空间原本也是传统的年租模式。负责人灵机一动,把最小租赁单位从楼层拆分为工位,把计价单位从年变更为小时。一天99元依然没租出去,于是又打了一折,活动价9.9元,日常价降到50元左右,一下子生意火爆,名气打响了,闲置的空间盘活了,陷入困境

的写字楼也实现了“逆袭”。

被吸引而来的租客都是哪些人?大部分是曾经在家办公的自由职业者。很多人都以为SOHO一族很舒服,殊不知在家上班其实是天下最难上的班,要靠极强的自律性来保证工作效率。于是租个工位干活不仅能提高效率,也拓宽了人际圈层,为业务带来更多的可能性。此外,一些短租客户也发展成为长租客,灵活的租赁规则使得小微企业的安全感与便利度大为提升,创业中最让他们头疼的场地成本得到了有效控制,实现了房客与房东的双赢。

在许多业内人士看来,9.9元的低价只是吸引客户关注的一种方式,真正令人耳目一新的,是根据市场需求的实际情况,进行了一次精准的“业务革命”。这一转型的

本质是对时间与空间的双重拆分,相比之前的“共享办公”,低价时租模式更轻便、更灵活,符合当下众多创业者、自由职业者需要轻装上阵、大胆试错的需求,使他们能够用一杯咖啡的价格换取专业办公场景。这种“空间零售化”的创新,精准击中了小微企业的生存痛点,也是传统写字楼为适应当下环境自我进化的一种探索。

值得注意的是,将时间、空间拆分销售,对办公场所的运营者而言,并不意味着可以省心省力赚钱,相反提出了更高要求。如静安这家办公空间的负责人,从原来相对清闲的房东,变成了大管家:团购平台如何运营,工位、会议室如何腾挪,甚至包括告知客户Wi-Fi密码,只要是创业者提出的需求,尽量要设法满足,从出租空间到

共创价值。

从这一角度去思考,可以想象的空间就会变得更大。初创企业为控制成本,人员自然是压缩到极限,但不代表就没有职能部门的实际需求。如果办公空间除了实现时间与空间的灵活租赁之外,还能提供共享行政、财务、法务、人力资源等配套服务,既能够帮助创业者用最低的成本和风险度过初创期,也能让自身的空间运营产品更具竞争力。

上海有不少传统写字楼面临转型需求,老旧业态“腾笼换鸟”迫在眉睫。只有紧盯市场需求,以创造性的破局思维为指引,根据实际情况及时调整方向,找到最适合自身情况的业务模式,才有可能实现价值重塑,在挑战中谋求机遇,创作出更多令人眼前一亮的“逆生长”案例。

## 2025秋冬上海时装周启幕

# 潮聚上海诠释时尚 非洲品牌集体首秀

从昨天开始,全城“时尚地标”再次迎来“潮人”聚集。作为首发上海春季系列活动的重头戏,2025秋冬上海时装周昨晚在新天地秀场启幕。太平湖畔,非遗技艺碰撞前沿科技,EP雅莹带来的本季时装周开幕大秀,深度诠释上海的城市文脉与江南的文化底蕴。

秀场之外,全球时尚产业的深度合作正在发生。上海时装周持续打造“亚洲最大订货季”,一批海外高端品牌集体亮相2025秋冬MODE上海服装服饰展。在长宁区虹桥联合大厦,200多个品牌和企业带来最新一季的设计作品,其中海外品牌占比达到57%,涵盖欧美、日韩等30多个国家和地区。

### 非洲设计来沪 打开中国市场

值得一提的是,22个非洲高端品牌首次集体亮相MODE展,以手工编织、天然染色及环保工艺为亮点,希望借助上海时装周的平台,推动非洲品牌进入中国市场,促进中非时尚产业的合作与商业拓展。

米色的对襟汉服外,披着一件宽袍大袖的印花外衣,上面的手绘图案是南非当地部落的生活场景;另一件服装的下摆上则钉着两枚造型简洁的盘扣。在南非时装品牌Molebatsi的展位,中非文化的融合与碰撞出现在其作品中。

“这是我们专为中国市场设计的作品,希望以跨越文化的独特设计,体现不同民族的审美观念。”来自南非的设计师Jessica Jane和其丈夫Wandile Molebatsi是第二次来到中国,2023年他们在湖南长沙参加了第三届中非经贸博览会,此次来到上海时装周,计划待足10天,更深入地了解中国市场和消费者。

在他们的隔壁,科特迪瓦阿比让籍设计师Aristide Loua正拿着一件西装,向中国买手介绍他的设计灵感。“这一季的设计叫作‘仲夏之梦’。”他说,科特迪瓦有着绵长的海岸线,这件西装的面料中夹着银丝,仿佛阳光照射下的沙滩反射出的光泽,黄铜制作的纽扣就像岸边捡到的贝壳。

尽管是第一次来到中国,但由于上海时装周的前期宣传,Aristide Loua设计的时装已经引起了关注。“我收到了一封邮件,是一份合作邀约。两位中国明星想在电影节上穿着我的设计,前不久我已经寄去了样衣。”他告诉记者,希望能在MODE展上接触更多中国买手,根据他们的反馈来制定下一步进入中国市场的计划。

“此次参展上海时装周MODE展的22个非洲品牌中,绝大多数是首次来到中国,希望



■ 昨晚,EP雅莹担纲2025秋冬上海时装周开幕大秀,以“雅”为题,创新构建雅境、雅乐、雅行三大叙事维度 本报记者 陈梦泽 摄

这是他们进入中国市场的开端。”非洲展区负责人Hannah Wanjie Ryder表示,MODE展不仅是展示非洲设计实力的重要舞台,更是与中国时尚产业建立联系、拓展商业合作的绝佳机会,“我和一些品牌谈过,他们想要在中国开实体店或注册商标,我们也会和中国电商平台合作,做一些品牌发布”。

### 中国设计“破圈” 吸引全球买手

中国设计师品牌也在MODE展上“破圈”,展现传统、先锋与科技的碰撞。刚刚20岁的储家玉还在马兰戈尼上海时装设计学院念书,是班级中首个参加上海时装周的年轻设计师,其创立的品牌THAT'S CHU,擅长以无界限设计语言吸引年轻群体。“这一季的设计大部分

是大廓形,穿上很有气场。通过不同面料的拼接,则能展现很多有创意的玩法,比方说粉色夹克下搭配同色网纱裙”。

法国巴黎春天男装部资深买手Raphael Deray今天刚下飞机就直奔MODE展。“2023年3月,是我第一次来到上海时装周,当时见到了许多令我印象深刻的中国本土设计师品牌,希望这次也能买到更多中国设计,把它们带回法国。”他表示,一进入MODE展,就看到了很多来自德国、法国、英国、美国等国家的顶尖买手,而他也提前做好功课,今后几天将密集看秀,深入了解自己感兴趣的设计师品牌。

全球设计师品牌汇集,全球买手汇聚,供需之间往来的加速和升级,也进一步印证上海正在成为时尚界的风向标。

本报记者 张钰芸 通讯员 闫锦

本报讯(记者 金志刚)今天9时23分,“乐游长三角”银发旅游列车C3003次搭载近百名上海银发游客,从铁路上海南站出发,沿沪苏湖高铁一路疾驰驶向江苏溧阳,开启三天两晚的天目湖康养之旅。自此,“乐游长三角”银发旅游列车开行目的地扩容至长三角第30座城市。

三天两晚的行程中,银发游客将在溧阳邂逅一场春日浪漫,前往天目湖山水园、十思园赏春光、看樱花,在涵田半山温泉泡温泉,解锁天目湖鱼头汤、乌米饭包油条、扎肝、春笋等溧阳限定美食……“在城市里待久了,就想去看看乡野风光。我们这次搭载的银发旅游列车是到溧阳天目湖赴一场康养之旅,呼吸新鲜空气,泡泡温泉,看看樱花,喝喝鱼头汤,想想就很闲适、舒心!”今年63岁的林先生对这趟旅程充满期待。

3月22日,第十六届江苏省乡村旅游节在溧阳拉开帷幕。本届旅游节围绕春季踏青、银发旅游、户外运动等季节性乡村出游需求,推出“赏花踏青”“康养露营”“亲子研学”“特色体育”四类258项特色活动。“这趟‘乐游长三角’银发旅游列车开行至溧阳,是本届旅游节的一大亮点,为我们天目湖旅游度假区在长三角都市圈打响银发康养品牌,对促进乡村旅居消费、满足广大银发游客深度游追求起到了桥梁纽带作用。”天目湖旅游度假区管理办公室党组书记周文光表示。

近年来,“乐游长三角”银发旅游列车受到热捧。中国铁路上海局集团有限公司下属中铁文旅传媒集团公司依托“乐游长三角”旅游列车联盟平台,先后组织开行以丽水、台州、镇江、淮安、黄山、池州等30座城市为旅游目的地的“乐游长三角”银发旅游列车,助推目的地城市旅游产业链供应链提档升级。今年以来,已开行13趟“乐游长三角”银发旅游列车,“诗路杭绍台”“一路繁花去湖州”等银发旅游产品广受好评,银发族坐着高铁畅游长三角已成新时尚。

# 坐着高铁去春游 银发一族乐悠悠