

房屋运营服务撬动在线短租市场强力启动

中国在线短租C2C市场专题分析2016

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



研究对象和数据来源

研究对象及数据来源

- 研究对象：2016年中国在线短租C2C市场，即2016年通过网络平台预订以个人房源为主的共享住宿产品的交易市场。
- 数据来源：
 - 易观千帆：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2016年第3季度易观千帆基于对12亿累计装机覆盖、2.78亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。
 - 市场宏观数据：易观通过企业访谈、数据建模、参考公开信息等多种方式对市场宏观数据做出判断；同时，对政府公布的部分市场运行数据进行直接引用，并注明了数据来源。
 - 企业运营数据：易观通过企业访谈、数据征询等方式获取部分企业运营数据和用户相关数据进行案例分析，并注明了数据来源。

目录

CONTENTS

01  中国在线短租市场发展历程

02  中国在线短租市场行业格局分析

03  中国在线短租市场用户研究

04  中国在线短租市场趋势研究

PART 1



中国在线短租市场发展历程

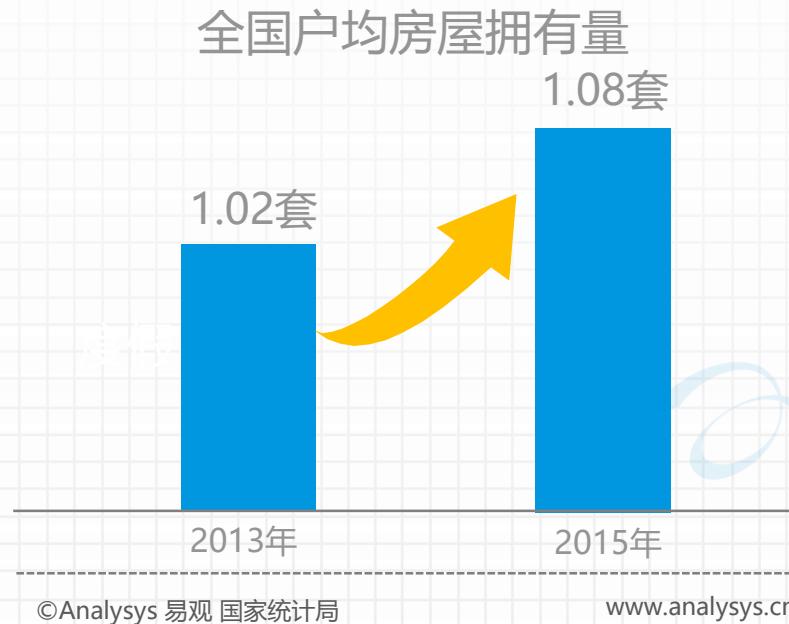
© Analysis 易观

www.analysys.cn

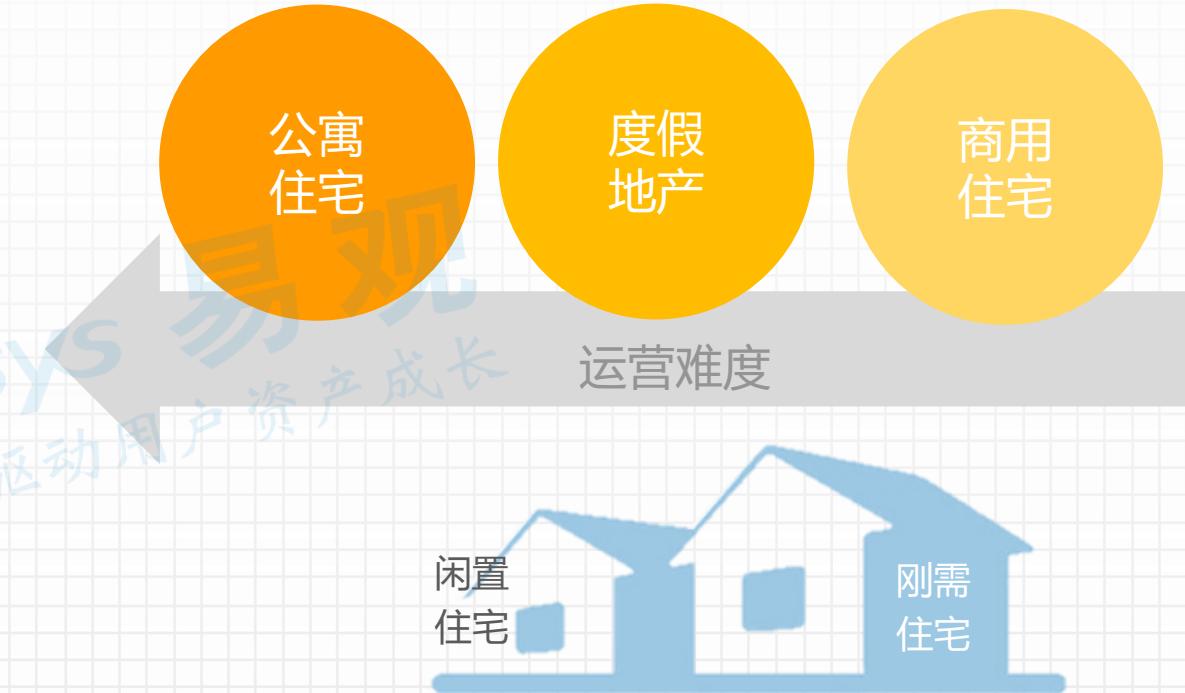
引言：在线短租市场迎来多项重大利好政策



全国户均房屋超过1套，存量房为短租市场夯实供应基础

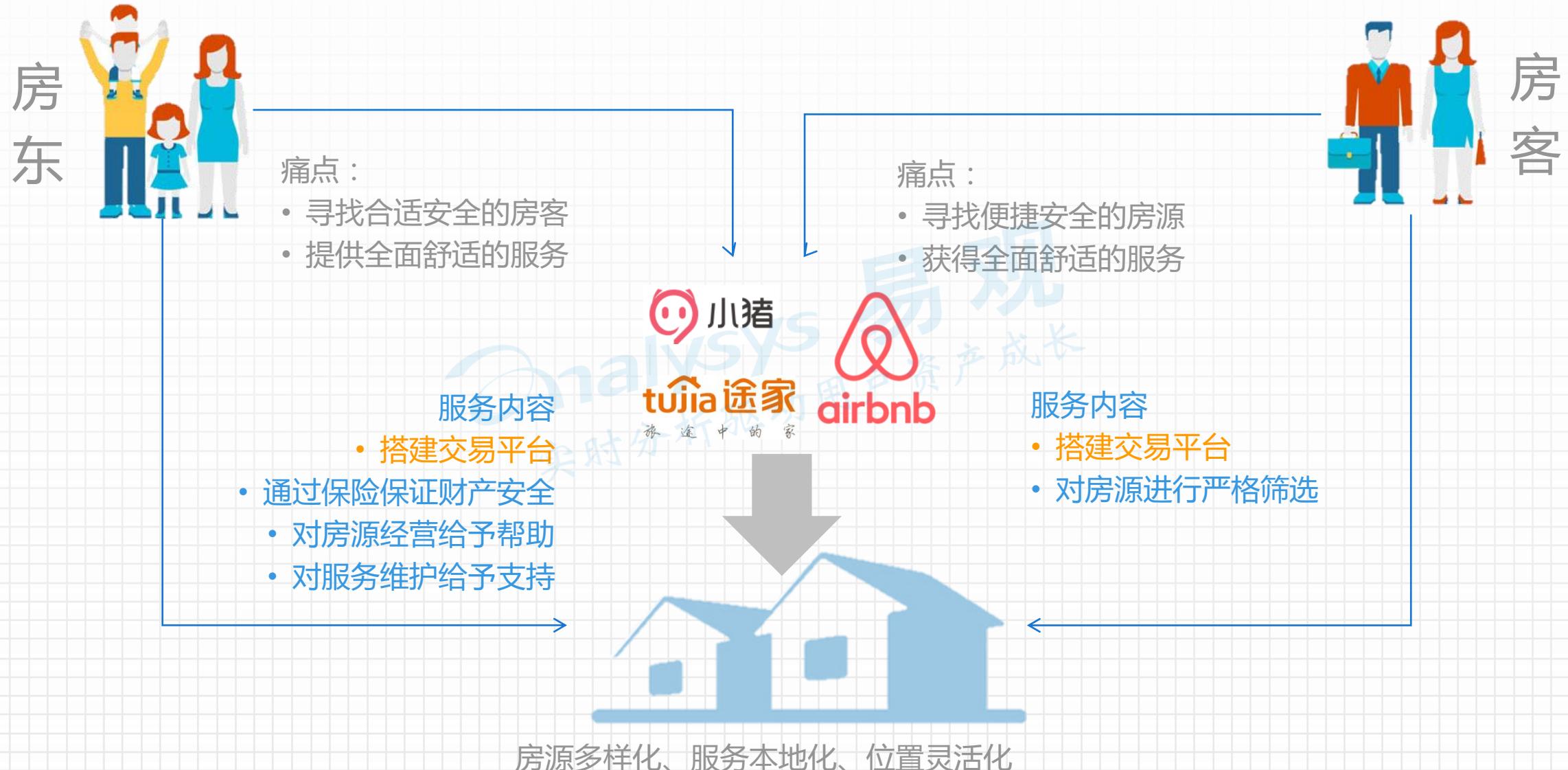


- 国家统计局数据显示，2015年全国户均房屋拥有量达到1.08套。易观分析认为，目前在存量房资源上，存在刚需外的大量闲置住房资源。



- 在闲置住宅属性上，房屋形式主要表现为公寓住宅、度假住宅和商用住宅（客栈民宿）。易观分析认为，公寓住宅和度假住宅的商业化程度低，同时运营难度也更高。

强化交易撮合以及房屋服务，短租厂商搭建资产活化平台



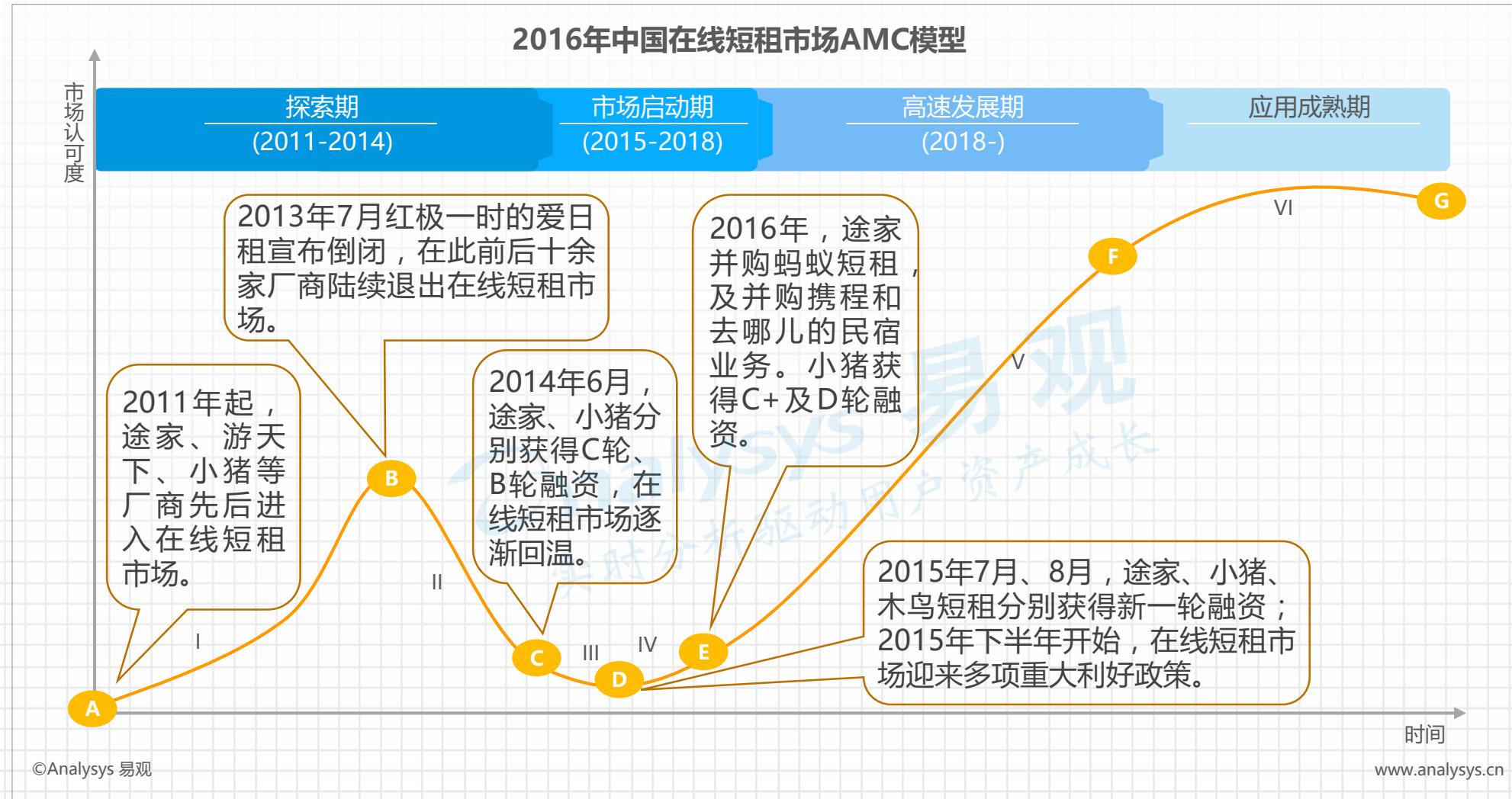
| 资本持续投入，在线短租行业气候渐成

2012年起，资本持续投资在线短租行业，除部分平台孵化企业外，主要企业均持续获得融资。其中途家和小猪获得投资轮数最多，均已进入D轮；住百家在2016年初进入新三板，并于下半年完成定增。另外，2016年途家全额收购蚂蚁短租，并接收去哪儿、携程民宿房源。

易观分析认为经过近5年的发展，在线短租行业各厂商在资本的帮助下，构筑各自资源、渠道和运营的围墙，用户习惯进一步深化，行业气候渐成。

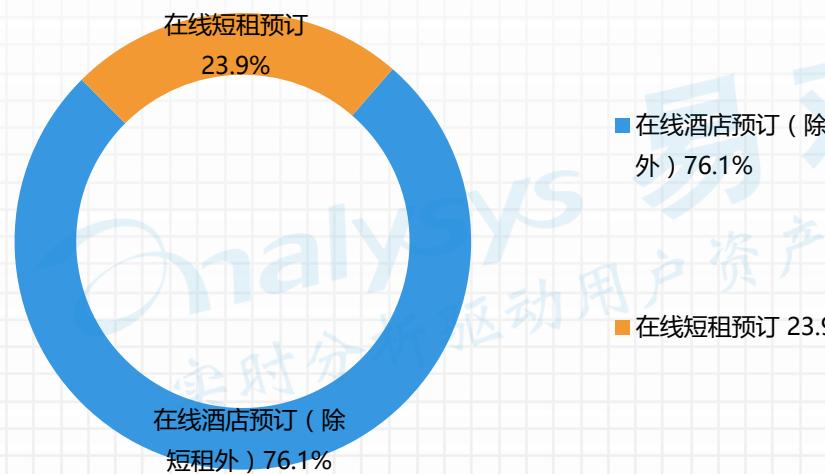


中国在线短租市场进入市场启动期

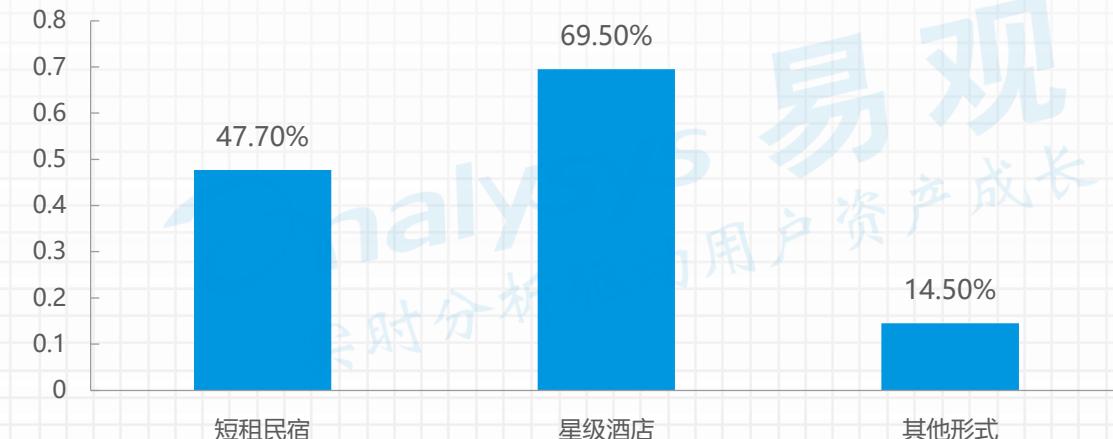


用户使用习惯日渐形成，在线短租成为旅游住宿的主要形式

2016年10月中国在线短租月活用户占比



2015年自由行用户出行住宿选择



数据说明：2015年11月易观智库发起《2015中国在线自由行用户市场调研》项目，共搜集自由行用户样本1800份。

在线短租正在被市场更大程度得认可

- 在线短租行业通过不断培养和教育用户，目前在线短租得市场认知度和使用率大幅升高，近半数自由行用户选择短租民宿作为住宿形式。
- 根据易观千帆和易观发起得数据调查显示，2016年10月在线短租活跃用户占在线酒店预订活跃用户超过1/5；已经成为旅游住宿得主要形式之一。

在线短租C2C模式正在向品质服务进阶发展

平台对接供需，提供基于互联网的房源信息和在线预订服务：

- 房源信息
- 在线预订

基础功能

代表企业如：



品质服务

代表企业如：



随着用户旅游消费日渐升级，大型短租平台凭借专业运营经验和技术优势，提供品牌服务：

- 品牌口碑和影响力
- 大平台的技术优势

经营过程中各种潜在风险因素促使平台为房东、房客端提供：

- 交易担保
- 财产、人身安全担保

平台担保

代表企业如：



服务把控

代表企业如：



PART 2



中国在线短租市场行业格局分析

© Analysis 易观

www.analysys.cn

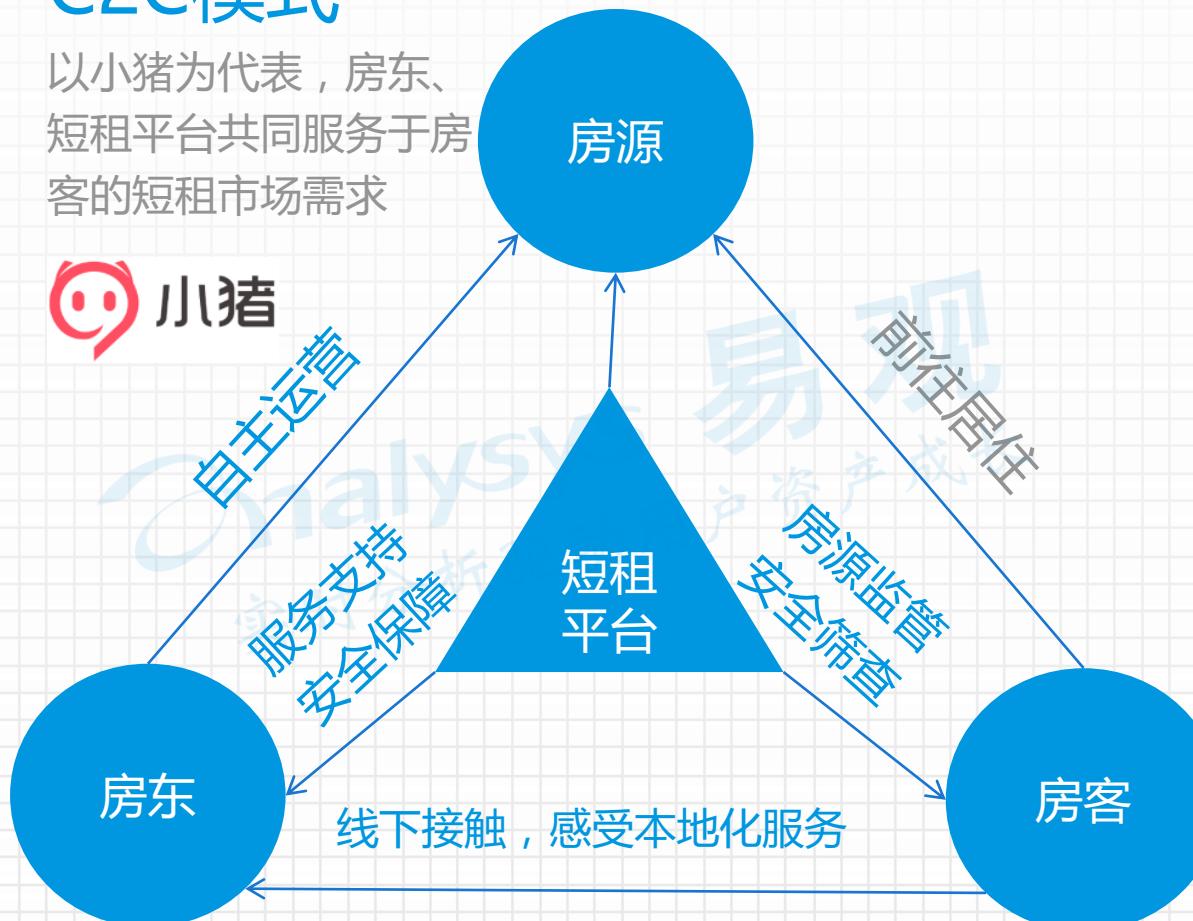
境内外短租平台共同发展，在线短租参与者日渐丰富



国内市场基于房屋运营服务方不同，形成在线短租两大模式

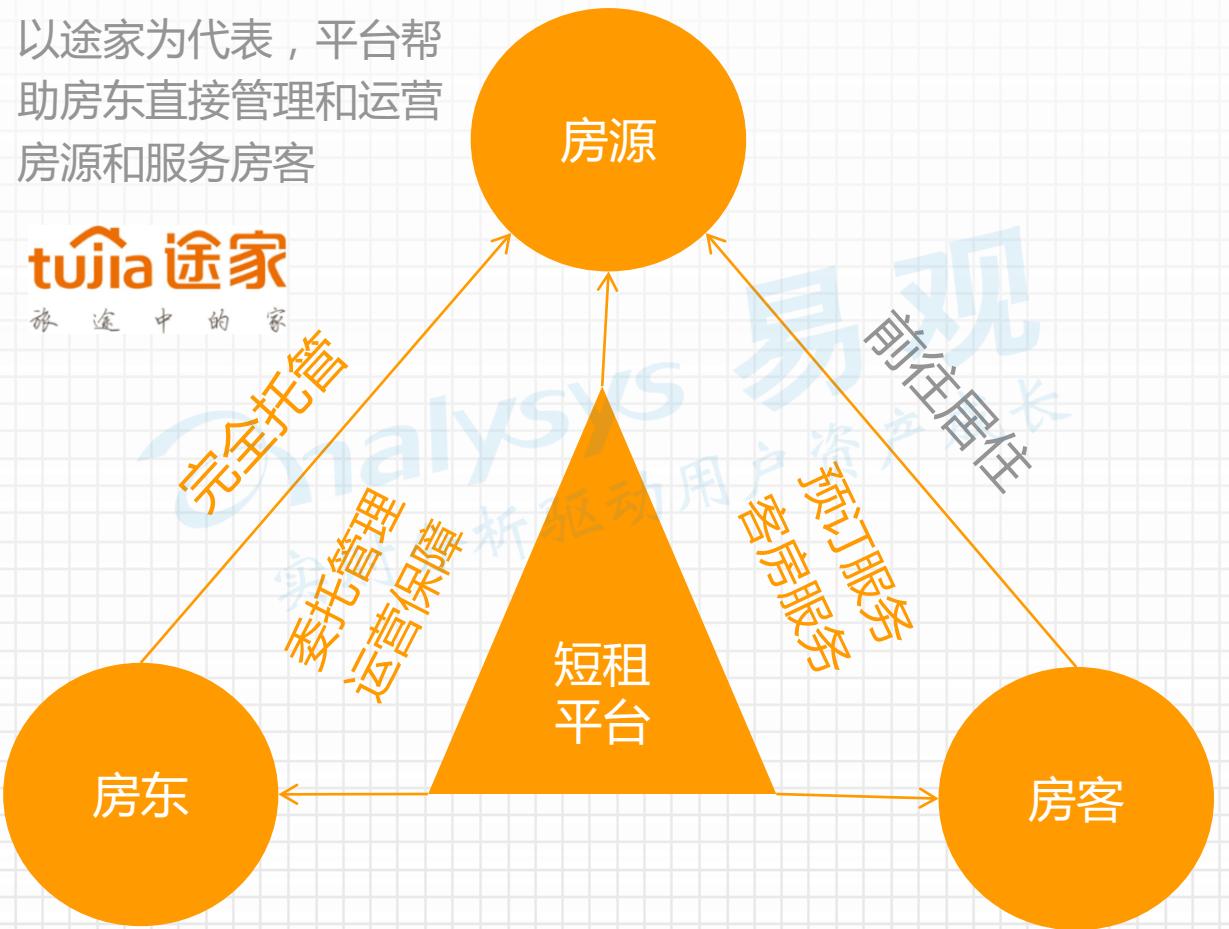
C2C模式

以小猪为代表，房东、短租平台共同服务于房客的短租市场需求



B2C模式

以途家为代表，平台帮助房东直接管理和运营房源和服务房客



第一梯队



小猪、途家和Airbnb等目前从市场品牌、业务服务、融资规模、用户反馈等方面在市场处于领先地位。

第二梯队



木鸟短租、游天下等作为短租行业的重要组成部分，在房源规模、业务服务等都具有相对优势。

第三梯队



在短租行业快速发展的背景下，创业公司大量进入，各自依托个人房源、服务和地产资源成为行业的新进入者，这些厂商与行业领先者一同推动市场认知，扩大行业市场规模。

Airbnb中国：主要为中国出境游客提供海外短租预订



Airbnb是世界知名的房屋分享预订平台，它将有空房出租的房东和需要住宿的外地游客连接起来，每笔订单向房东收取3%的服务费，向房客收取6%-12%的服务费。2015年8月，Airbnb宣布正式进入中国市场。

但截至目前为止，Airbnb主要是为中国出境游客提供境外目的地的房屋预订服务；同时，也为外国游客来华入境旅游提供房屋预订服务，中国游客在本土市场使用较少。

小猪潜心打磨产品，践行居住自由主义

小猪成立于2012年，于2012年8月正式上线，目前已于2016年11月完成C+D轮融资，是在线短租C2C代表企业。

房源个性化保障

优质房源指南：指导房东挑选硬件优秀房源和打造优秀软件条件；
小猪房源储备优质房源率高达64.77%；
2015年以来分别推出“名人房东”计划和“城市之光”书店住宿项目等个性化优质房源推荐活动，推动平台个性化房源加速发展。



小猪在线短租业务发展模式

咨询



整套房子
单个房间

安全保障服务保障

房东服务

- 房东服务培训手册
- 房东端88万/年保险
- 房东端服务支持



- 引入个人征信体制，消除陌生人信用障碍。芝麻分满600分的用户可享受指定房源免押金入住服务。

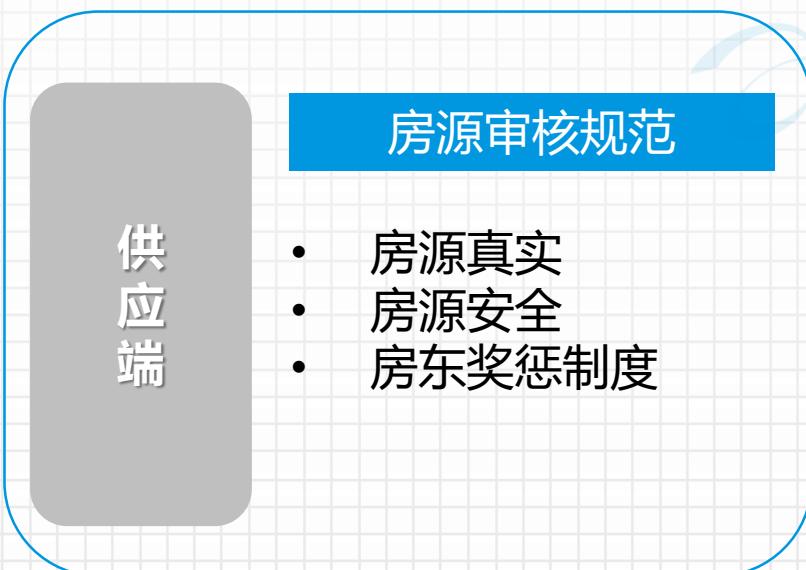
房客服务

- 房客端保证入住
- 房客商务发票保障

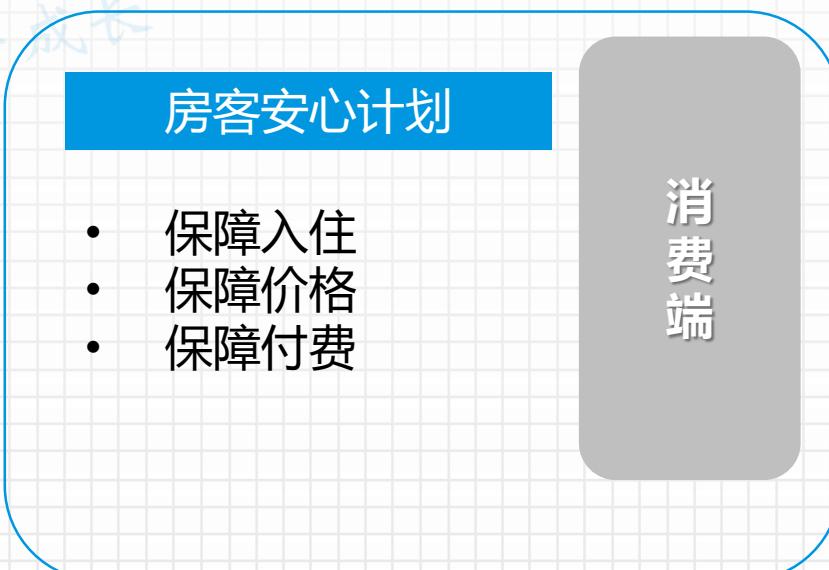
蚂蚁短租：基于本地生活服务信息优势，发展短租业务

蚂蚁短租2011年11月上线，主要在移动端推出针对国内房源的C2C在线短租产品。目前为纯平台模式，无自营业务。蚂蚁短租脱胎于分类信息网站，在打通本地生活服务方面有独特优势。

➤ 房源分布：
300个城市和景区周边区域



➤ 目标市场：
中端家庭用户



自如民宿，线上闲暇联动，巨头分享经济试水

自如民宿于2016年6月正式上线，是依托于自如的互联网分享经济平台。与兄弟产品自如寓、自如驿等不同，自如民宿更多的要体现出个性化、个人化；民宿房屋由房东自主装修，自主经营；

目前，已在全国北上广深等城市拥有超过2000套房源，另外自如旗下长租业务已积累房源数量超过20万间，租客累计数量超过50万人，其中大多数是合租用户。



- 链家强大的地面经纪人团队资源基础；
- 4年来积累的超过20万自如房东规模；

- 链家在主要核心城市丰富的房屋服务合作伙伴；
- 自如寓、自如驿等产品积累的丰富的房屋服务经验

PART 3



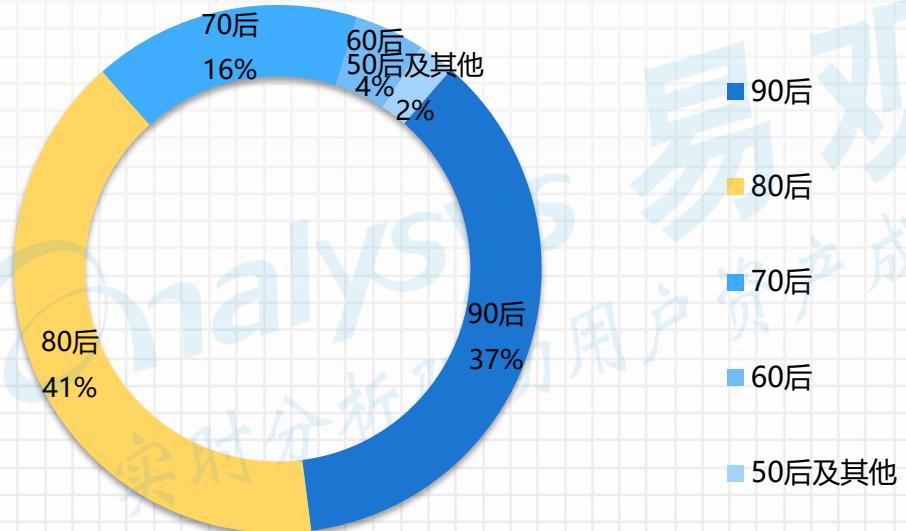
中国在线短租市场用户研究 1-用户画像研究

© Analysis 易观

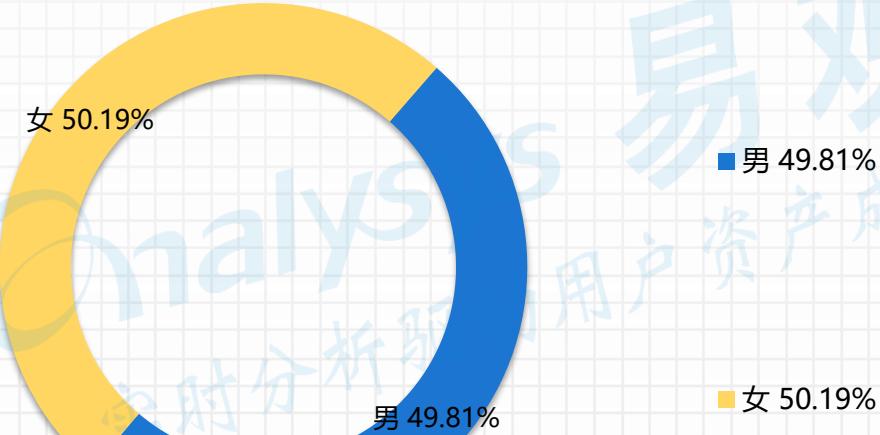
www.analysys.cn

80 / 90后是在线C2C短租市场主力用户，市场占比超过78%

2016年小猪平台房客用户年龄分布



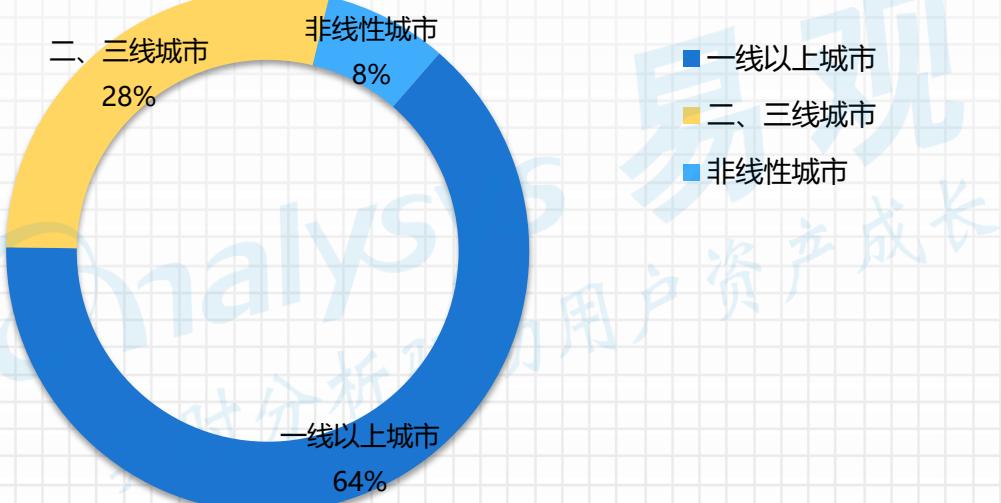
2016年在线短租C2C用户性别分布



在线C2C短租用户大城市占50%+，二三线城市开发潜力大

- 根据易观千帆数据显示，在线短租C2C用户在一线以上城市占比高达64%；
- 在线短租C2C用户城市排名TOP3分别为上海、北京和广州，从单体城市维度，北京上海用户的在线短租C2C接受度最高；
- 易观分析认为基于分享经济的理念在大型城市的广泛认可，一线和超一线城市目前是在线短租C2C用户的主要来源；但随着在线短租市场快速发展和网约车等业务逐渐被政府肯定和鼓励，未来二三线城市发展潜力最大。

2016年10月在线短租C2C用户地域分布

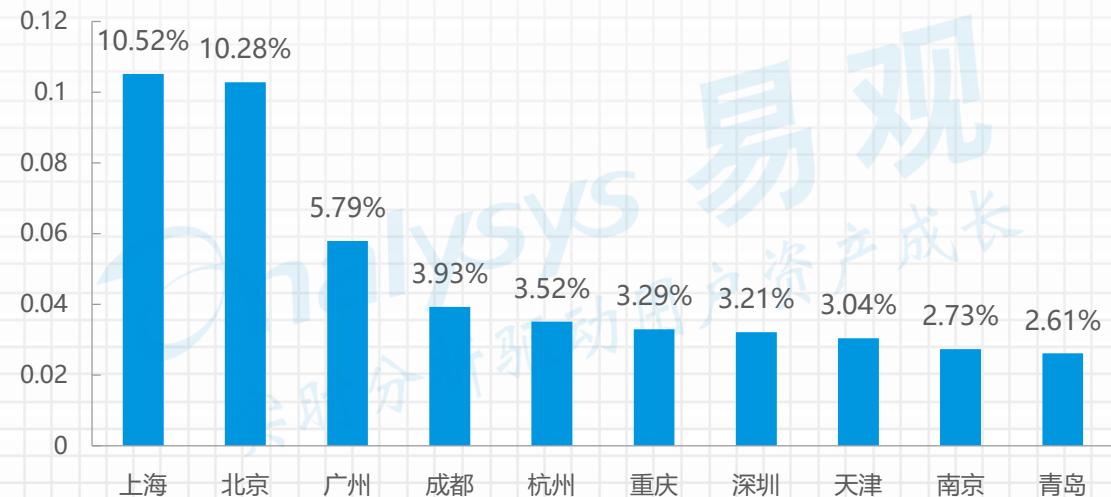


© Analysys 易观 · 千帆

www.analysys.cn

2017/1/11

2016年10月在线短租C2C用户TOP10城市



© Analysys 易观 · 千帆

www.analysys.cn

实时分析驱动用户资产成长

22

PART 3



中国在线短租市场用户研究 2-使用习惯研究

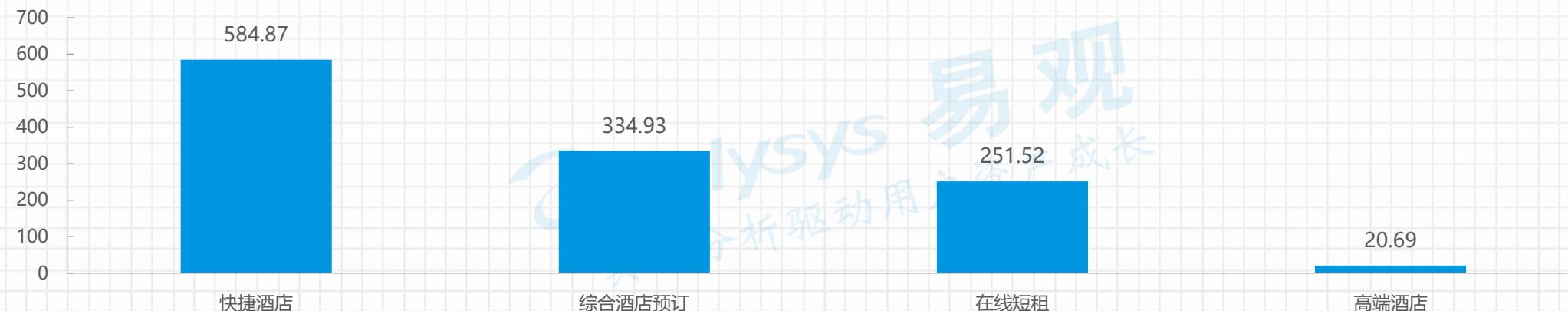
© Analysis 易观

www.analysys.cn

| 在线短租C2C月活规模占住宿领域1/5

- 通过近5年得市场培育，在线短租正成为住宿领域重要得组成部分，2016年10月活跃用户占住宿领域超过1/5，达到快捷酒店月活得一半，市场认可度进一步扩大。
- 住宿预订市场用户需求伴随在线旅游的全面升级不断变化，用户在高性价比的情况下更加追求房源和居住体验方面的个性化。
- 在线短租在个性化体验和价格层面能够更好地服务用户需求，用户市场规模正在不断提升。

2016年10月在线酒店预订领域主要细分活跃用户规模



在线短租用户粘性高，人均数据接近和超越在线住宿数据

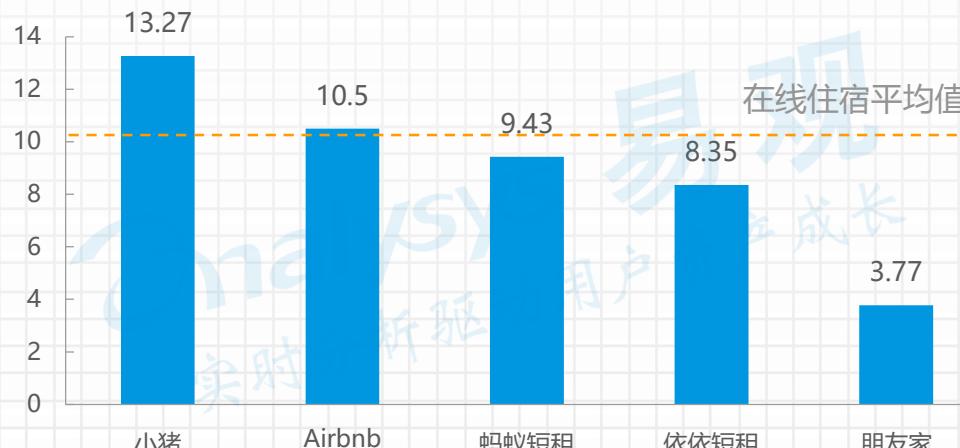
2016年10月在线住宿APP人均启动次数

8.55次

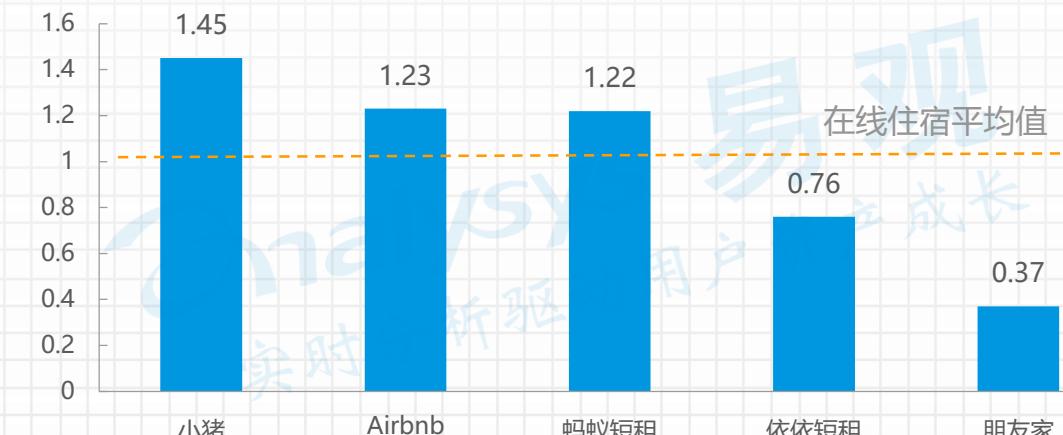
2016年10月在线住宿APP人均使用时长

1.07小时

2016年10月在线短租APP人均启动次数



2016年10月在线短租APP人均使用时长 (小时)



PART 3



中国在线短租市场用户研究 3-房源产品研究

© Analysis 易观

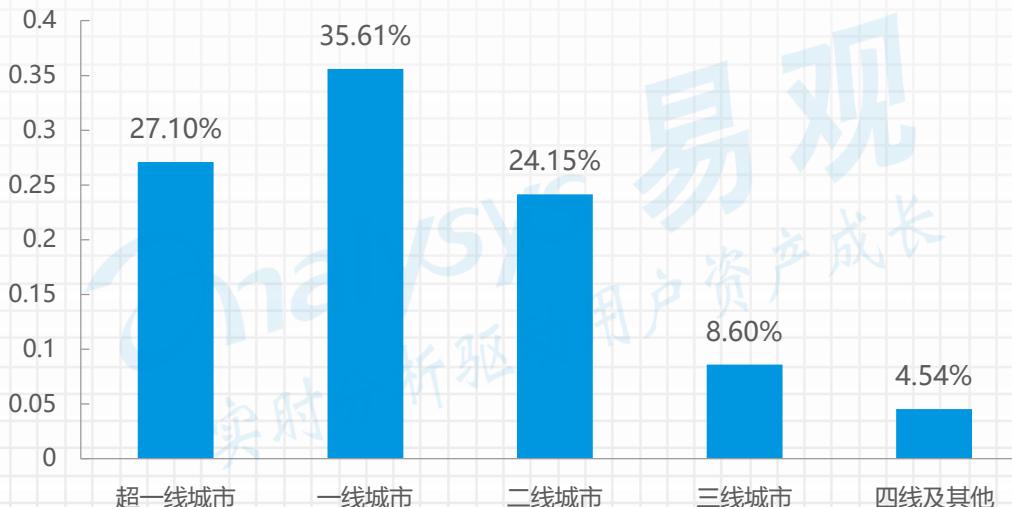
www.analysys.cn

在线短租C2C房源多分布一线城市，80后房东占比接近50%

Analysys 易观
实时分析驱动用户资产成长

- 根据小猪平台房东用户情况数据，在线短租C2C在二线以上城市分布超过86%，三四线城市房源分布较少，未来发展空间可期。
- 房东构成80后最多，高达46%，70后 / 90后达到36%；在线短租C2C房东年龄较低，社交属性、分享意愿强，为在线短租C2C市场个性化房源和服务奠定了坚实的基础。

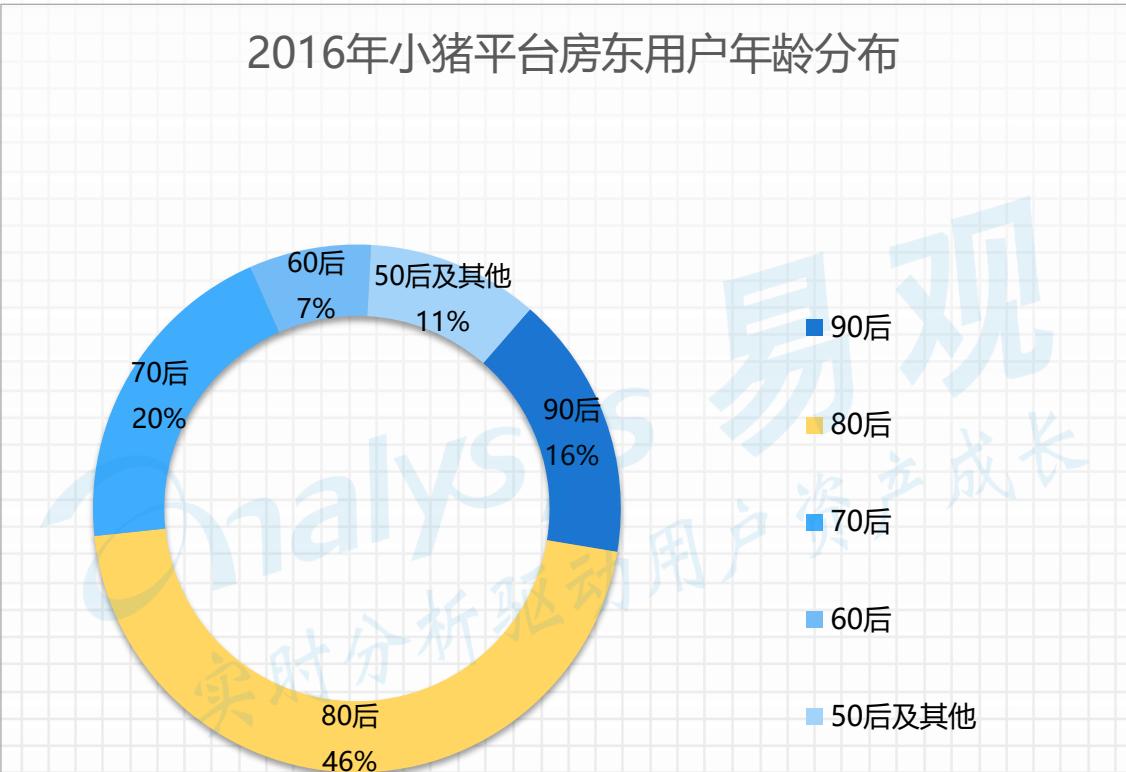
2016年小猪在线短租房源地域分布



© Analysys 易观 · 小猪

www.analysys.cn

2016年小猪平台房东用户年龄分布

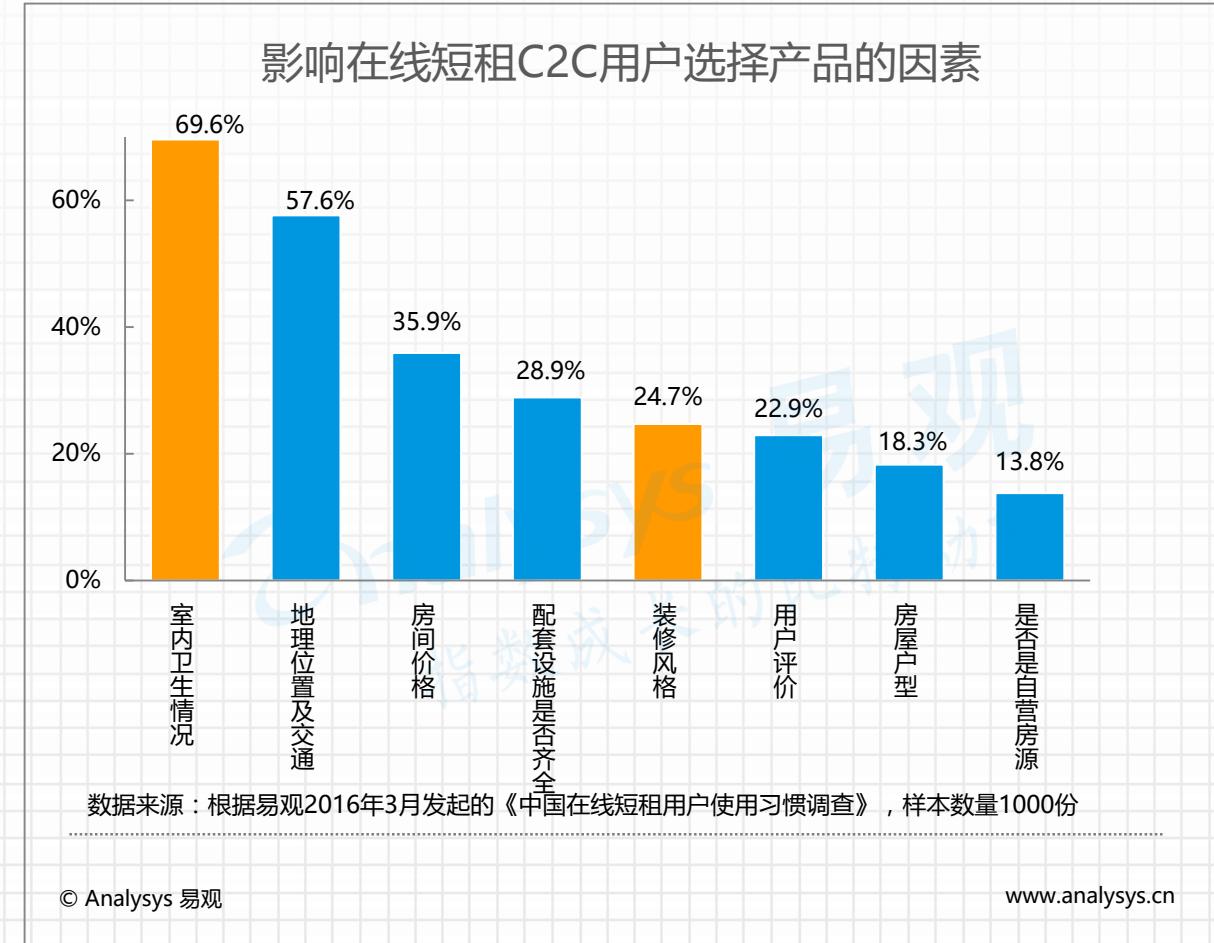


© Analysys 易观 · 小猪

www.analysys.cn

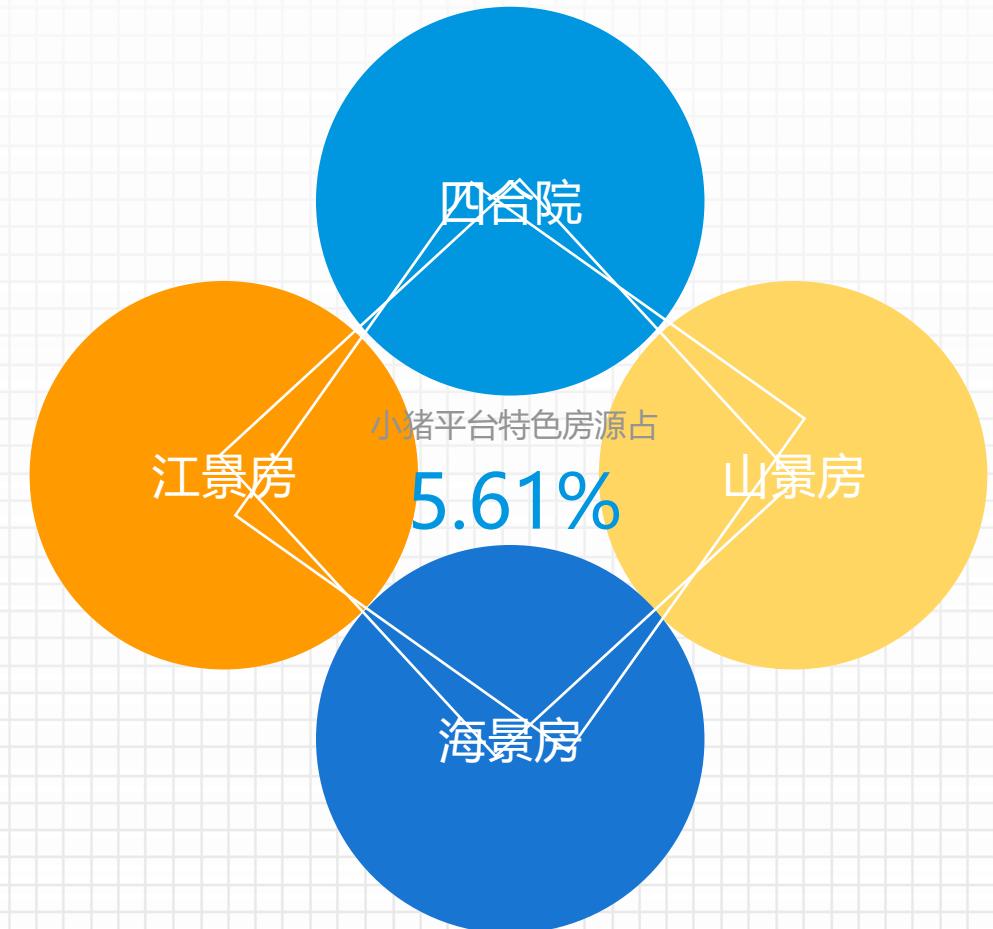
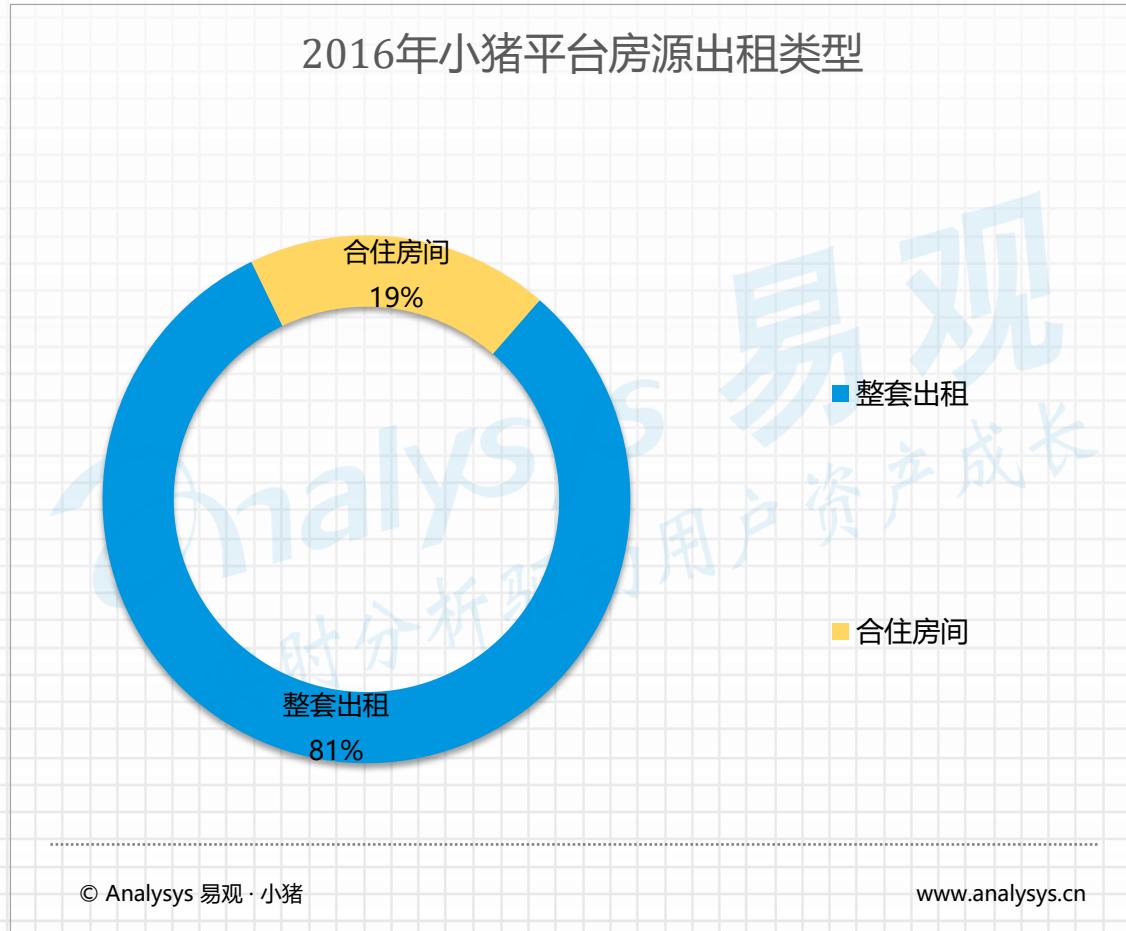
优质房源需软硬件兼具，短租房源硬件条件受用户关注度高

- Analysys 易观分析认为，优质房源需要兼具硬件和软件要素；
- 其中房屋卫生情况成为用户最重要得产品选择因素，统计占比69.6%；
- 硬件方面地理位置、社区配套、房屋户型是用户关注TOP3要素；软件方面室内卫生、装修风格是用户最关心的要素。



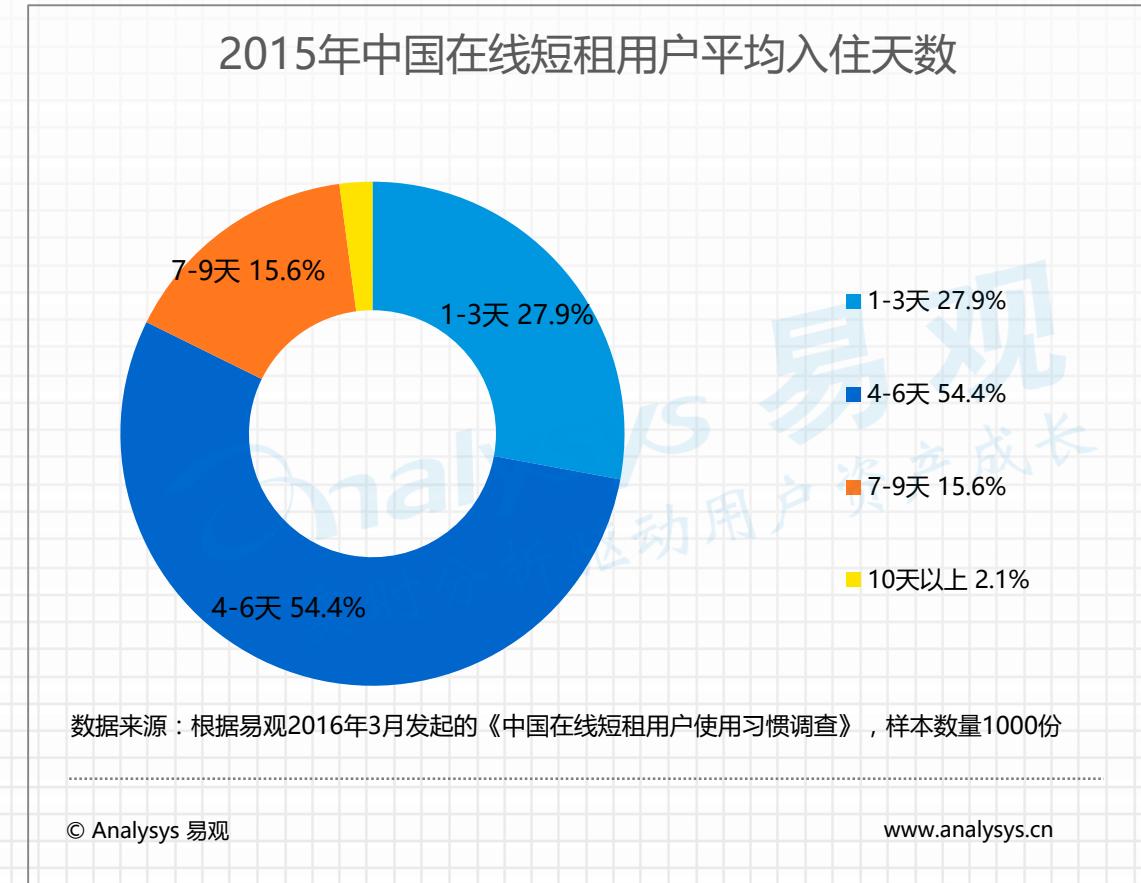
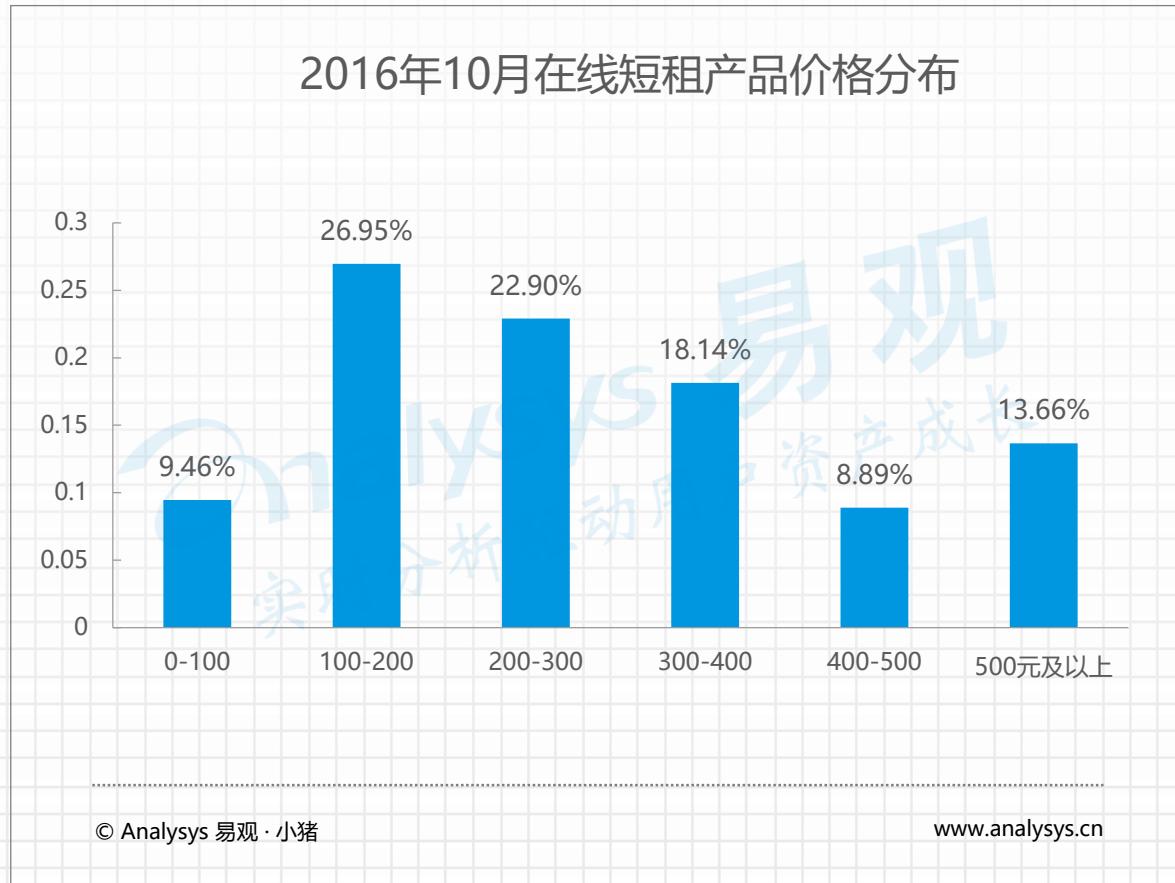
整套出租是主流房源类型，特色房源平台占比高

- 根据小猪平台数据显示，整套出租房源占平台8成以上，合住房间社交属性虽强，但仍然不是中国在线短租C2C的核心房源
- 江景房、四合院、山景房、海景房等特色房源是平台最受欢迎种类



在线短租产品主要服务中长线中端用户市场需求

- 根据小猪平台产品价格统计，2016年10月在线短租C2C产品价格集中在100-400元间，占比67.99%，价格与市场中端客户需求匹配度高；
- 根据易观市场调查显示在线短租C2C用户超过54%入住时间在4-6天之间；住宿时间与商旅用户和中长线客户需求匹配度高；



PART 4



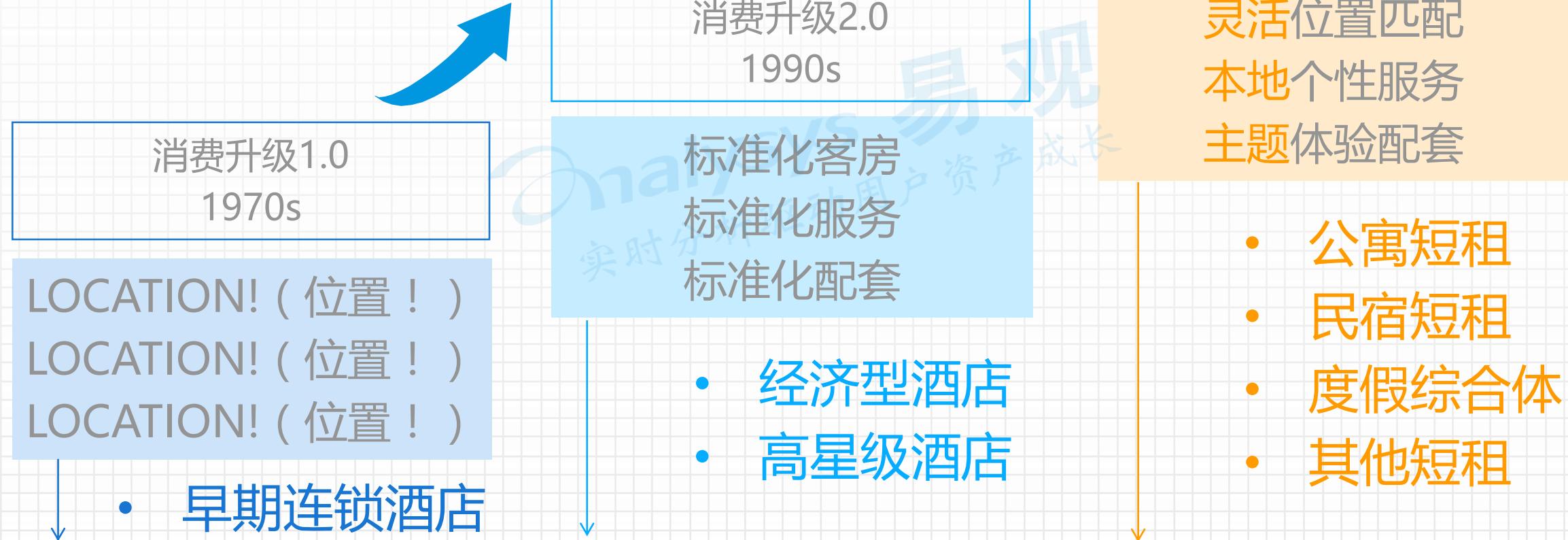
中国在线短租市场趋势研究

© Analysis 易观

www.analysys.cn

| 消费升级重构住宿产品价值体系，从统一标准到个性化标准

Analysys易观分析认为在新一轮消费升级推动下，对住宿产品价值评价体系重新构建。在标准化服务的基础上，市场对住宿产品综合性价比以及产品个性化程度需求逐渐深化，公寓、民宿和其他短租以及度假综合体成为住宿市场新产品代表。



| 平台服务能力将成为短租市场发展的核心杠杆

平台服
务能力

短租市
场规模

• 房源安全把控能力

通过房源挑选规则制定控制房源风险，通过保险等方式保障房东和访客双方安全。

• 房东服务指导能力

通过房东指南、线下沙龙等方式为房东提供房屋服务能力培训和指导，确保房屋的服务基础。

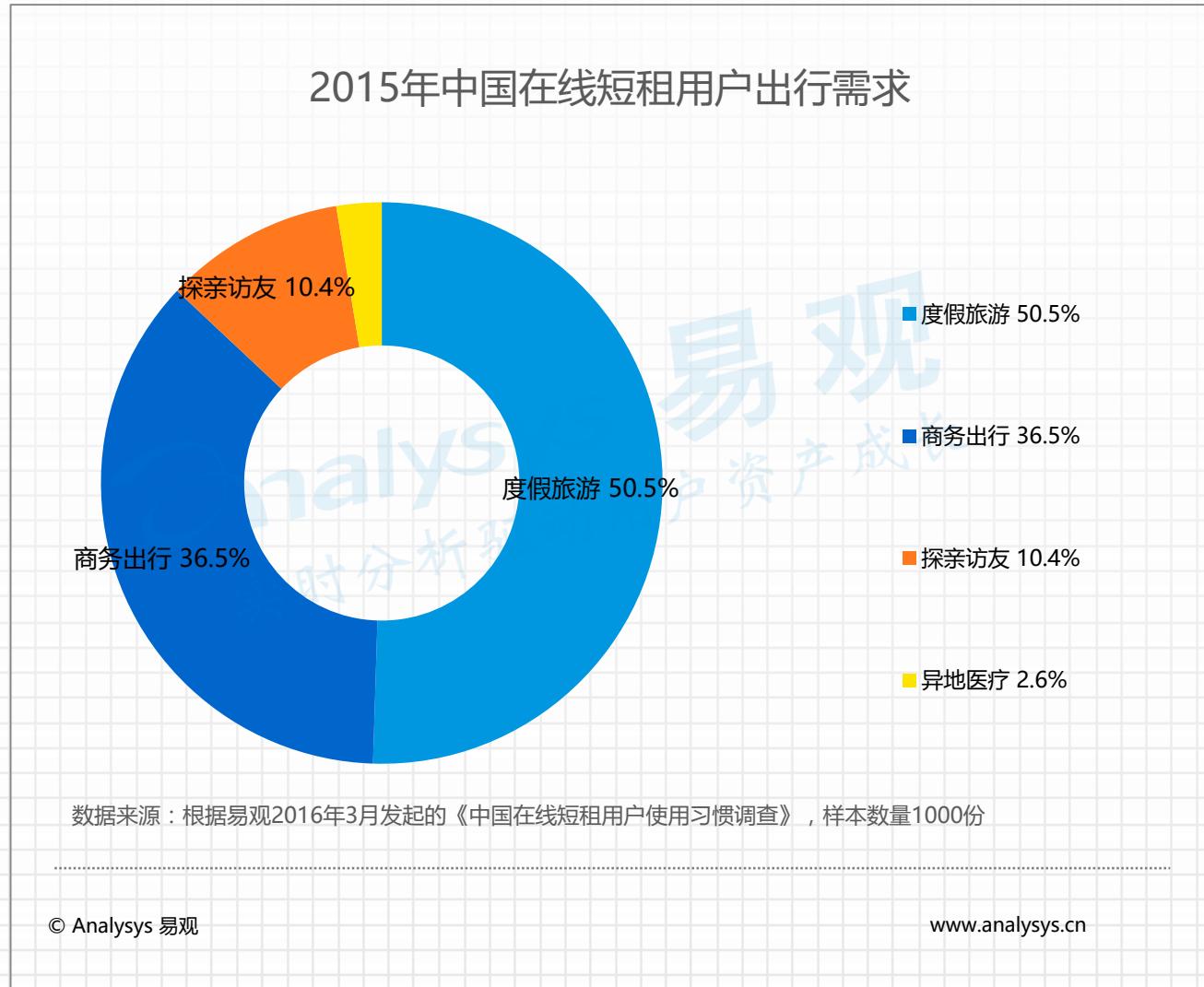
• 房源产品运营能力

通过推广房屋端智能服务（智能门锁等）以及第三方房屋服务等，提高房源产品运营能力。

• 产品售后保障能力

合理规避C2C产品二次确认导致无房、消费发票等问题，更大程度服务市场。

商旅将成为在线短租市场效率最高的市场增量



- 商旅需求痛点与在线短租优势匹配

商旅出行时间长
需要多维度生活配套

生活配套齐全

商旅业务属性多
需求居住地点多样化

位置选择丰富

商旅业务属性多
需求居住地点多样化

位置选择丰富

- 商旅需求痛点与在线短租不匹配

商旅用户报销凭证
需求便捷商旅手续

手续仍待完善

实时分析驱动用户资产成长

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅

