

租房

消费

2018

2018年轻人租房 大数据报告

CBNDATA
第一财经商业数据中心

× 巴乐兔
baletu.com

© 2018 CBNDATA. All rights reserved.



TABLE OF CONTENTS 目录

■ Part1: 新租房行业发展概况	3
■ Part2: 新租房时代的人群画像	8
■ Part3: 年轻人租房生活洞察	24
■ Part4: 租房行业趋势展望	43

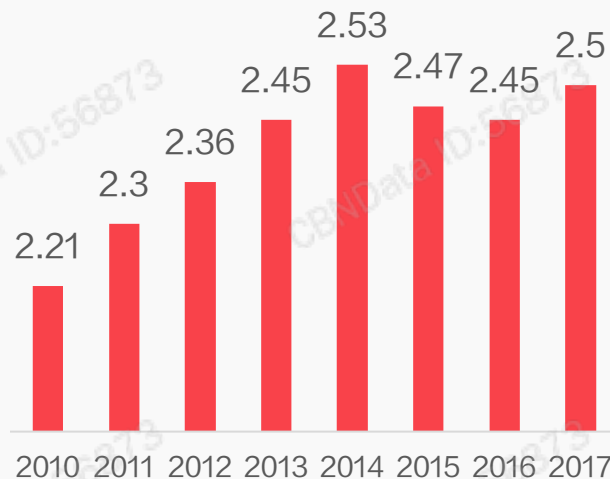
01

新租房行业发展概况

人口流动、居住观念和政策因素推动了租房行业的发展

- 流动人口在2015-2016年期间短暂下降后开始进一步回升，2017年中国流动人口达到2.5亿。
- 人们对租房的接受程度进一步提升，43%的都市白领表示可以接受一辈子租房。
- 政策利好进一步促进了住房租赁市场的发展。

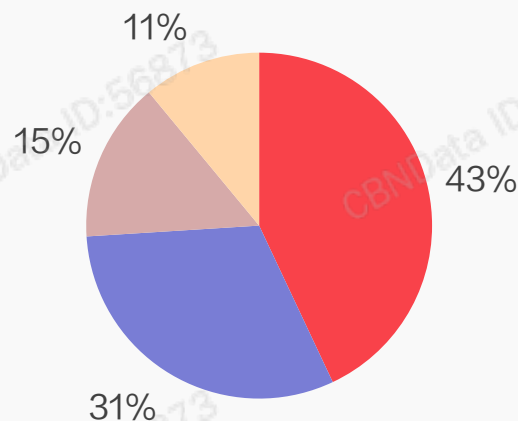
2010-2017中国流动人口规模
(单位: 亿人)



资料来源:《调控下半场 租赁新时代——2017-2018中国住房租赁蓝皮书》

白领能否接受一辈子租房?

■ 能接受 ■ 不能接受 ■ 看经济条件 ■ 看政策走向



资料来源:《城市青年“租时代”居住生活报告》

政策利好促进了住房租赁市场发展

广州“租购同权”: 通过降低租赁及购房所享受的权益差距,鼓励部分购房需求向租房需求转移。

12城住房租赁试点: 住建部联合发改委、公安部等合计九部委,选取了12个城市作为住房租赁试点。

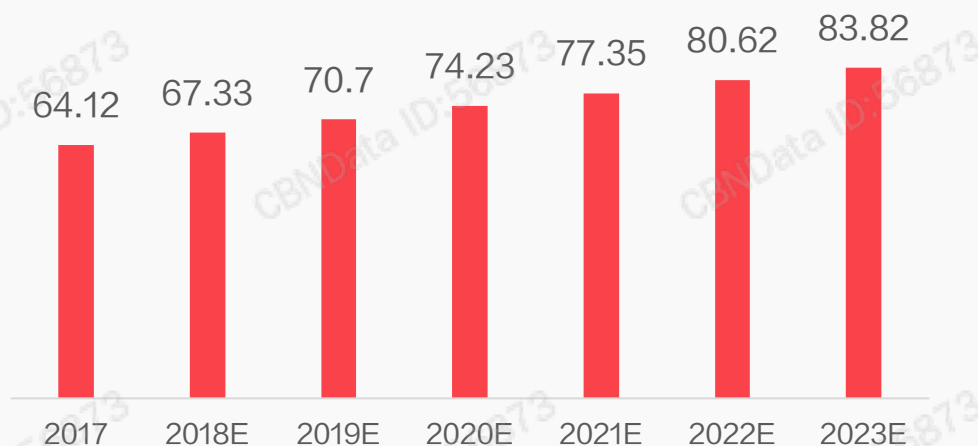
13城集体用地租赁试点: 国土资源部确定在北京、上海等13个城市开展利用集体建设用地建设租赁住房试点。

资料来源:《调控下半场 租赁新时代——2017-2018中国住房租赁蓝皮书》

预计住房租赁市场规模未来将持续增长

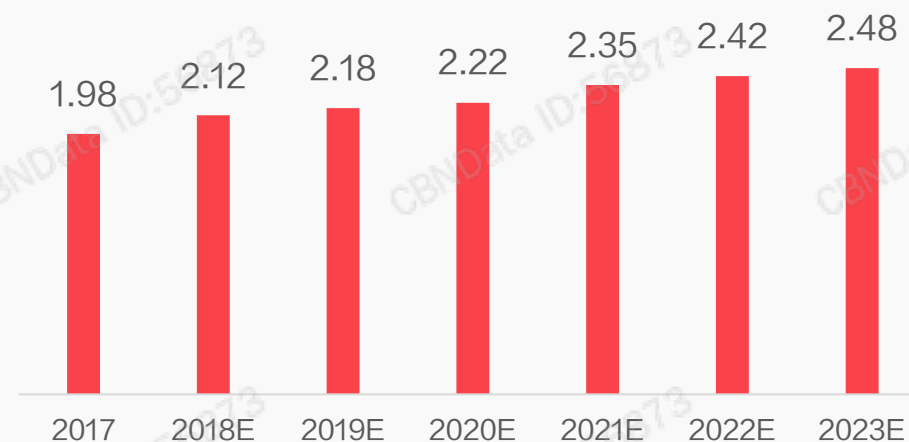
- 在多重因素的共同促进下，预计住房租赁市场未来将持续增长。至2023年，预计房屋租赁总面积将达到83.82亿平方米，而租赁人口将达到2.48亿人。

2017-2023中国房屋租赁市场租赁面积
(单位: 亿平方米)



资料来源: 智研咨询

2017-2023中国房屋租赁市场租赁人口
(单位: 亿人)



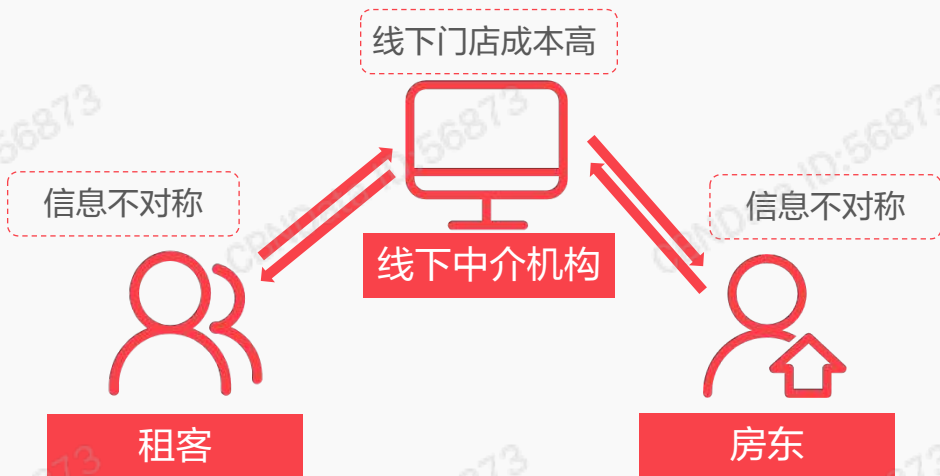
资料来源: 智研咨询



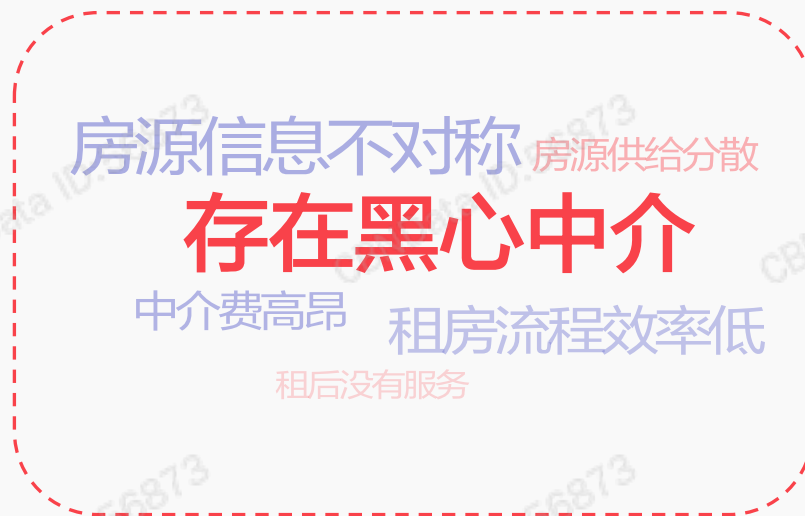
传统租房模式存在大量痛点

- 传统租房模式下，线下的中介机构成为连结租客与房东的桥梁。由于信息不对称和线下门店成本高等因素，传统租房模式下存在大量痛点需要进一步解决。

传统租房市场下的主流模式



传统租房模式下存在大量痛点



资料来源：根据公开资料整理

针对传统租房市场的痛点，推出了一系列新的租房模式

- 以巴乐兔为例，综合采用零中介模式和直租模式，再辅以智能硬件和大数据的帮助，解决传统租房模式的痛点。

智能硬件采集数据

解决房源可能存在真实性问题的痛点

- 对于每一套要出租的房源，都安排专人上门审查，用智能硬件配合其开发的APP软件进行房源数据的采集。

大数据匹配房源和房客

解决难以找到合适房源，租房流程效率低的痛点

- 对每一套出租的房源进行精确的数据采集，通过大数据精确匹配房源和租客需求，超过80%以上的租客仅带看一次就成交了。

零中介费模式

解决中介费高昂的痛点

- 通过互联网房屋租赁平台，让租客与房东直接沟通，跳开中介环节，租客无需缴纳任何中介费。

直租模式

解决租客的权益无法得到保障的痛点

- 通过直租模式有效保证租客的体验，提供良好服务，租后全程保障，协助处理纠纷，建立评分系统，帮助打造标准化服务体系。

资料来源：根据公开资料整理

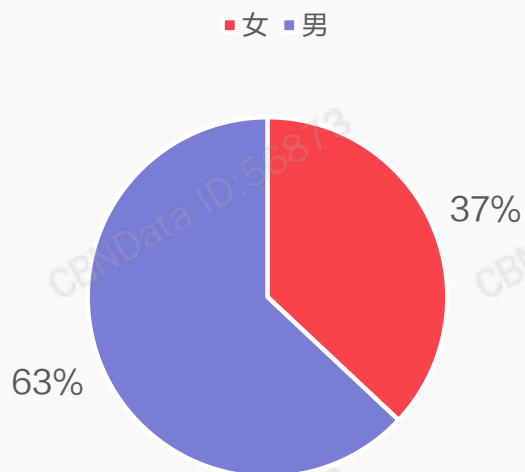
02

新租房时代的人群画像

租房用户画像：年轻人为租房人群主力军

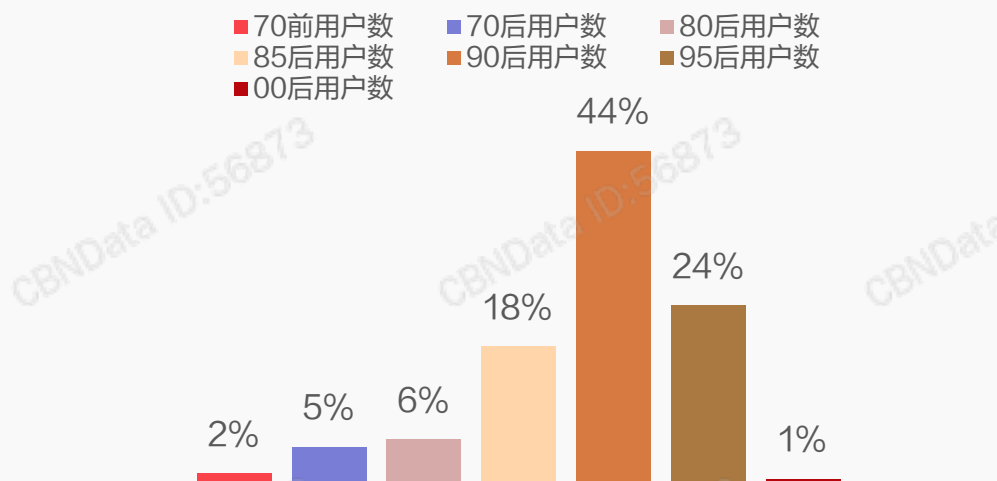
- 租房人群中，超过60%的租客为男性租客。
- 90后大多初入职场，为租房人群的主力军，近70%的租客为90后和95后租客。

租房人群性别分布



数据来源：巴乐兔大数据

租房人群年龄分布

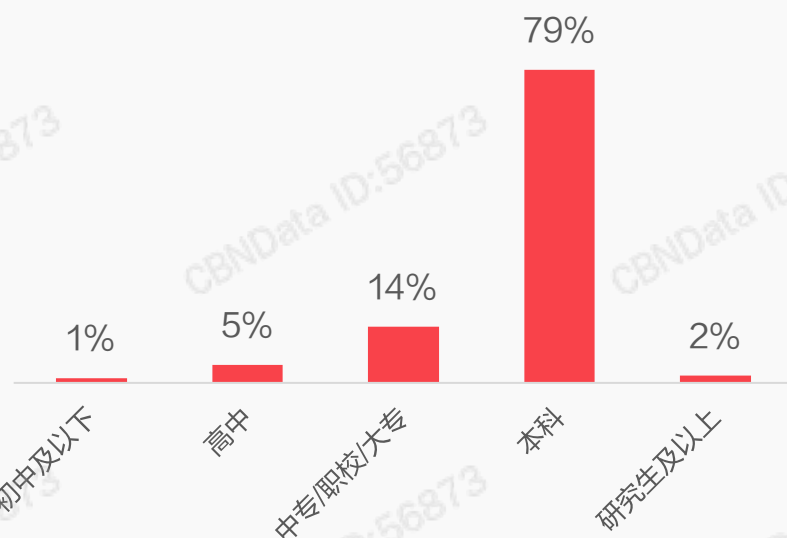


数据来源：巴乐兔大数据

租房用户画像：八成用户学历在本科以上，绝大多数用户仍处于未婚状态

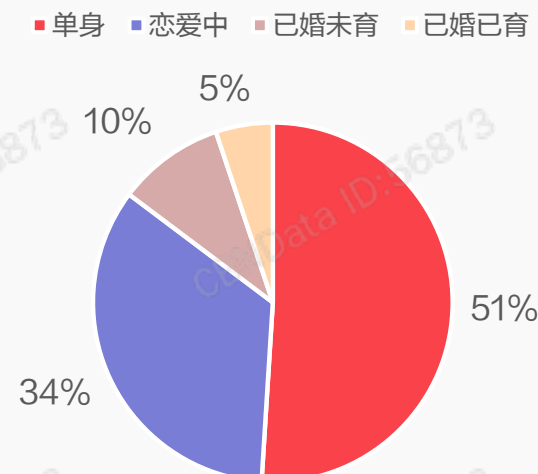
- 租房用户整体学历较高，其中八成以上用户的学历在本科及以上。
- 绝大多数租房用户尚未步入婚姻状态，其中一半以上用户仍为单身状态。

租房人群学历分布



数据来源：巴乐兔大数据

租房人群婚姻状况

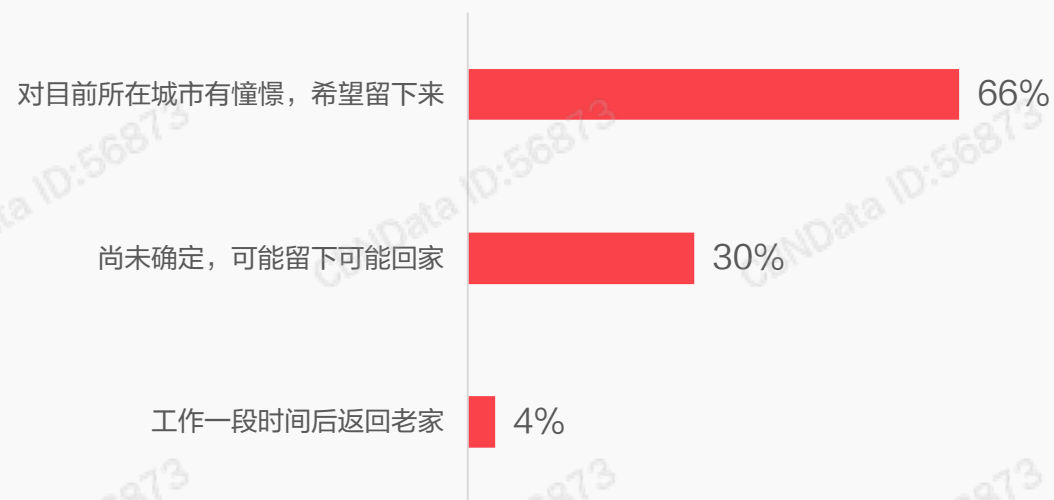


数据来源：巴乐兔大数据

大多数租客希望能留在目前所在城市，且近期无买房计划

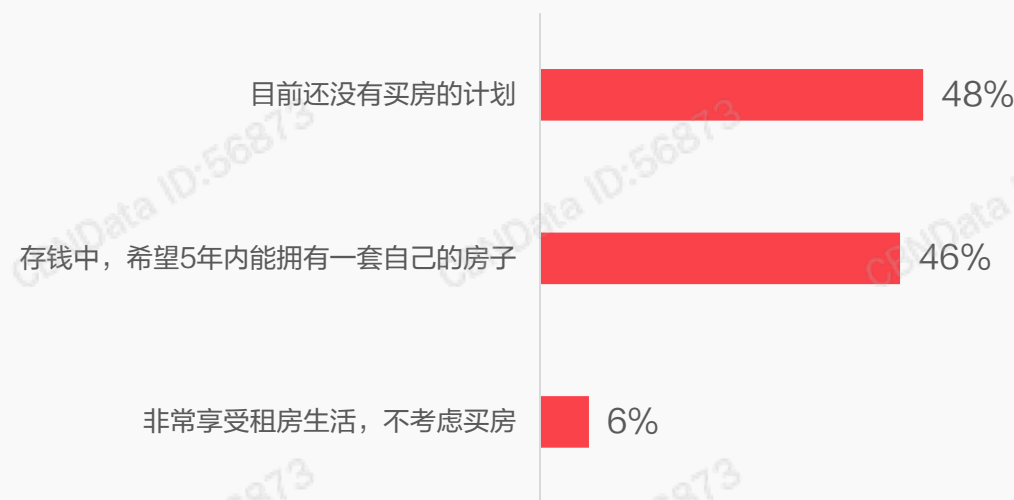
- 大多数租客对目前所在城市有所憧憬，三分之二的租客希望未来能够留下长住。
- 近半数的租客目前并没有买房的计划，少数用户非常享受租房生活，未来并不考虑买房。

将来是否留在所在城市



数据来源：巴乐兔调研数据

将来是否有买房打算

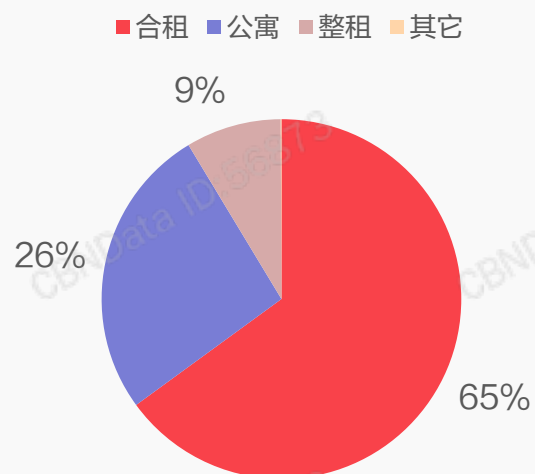


数据来源：巴乐兔调研数据

合租是年轻人租房的常态

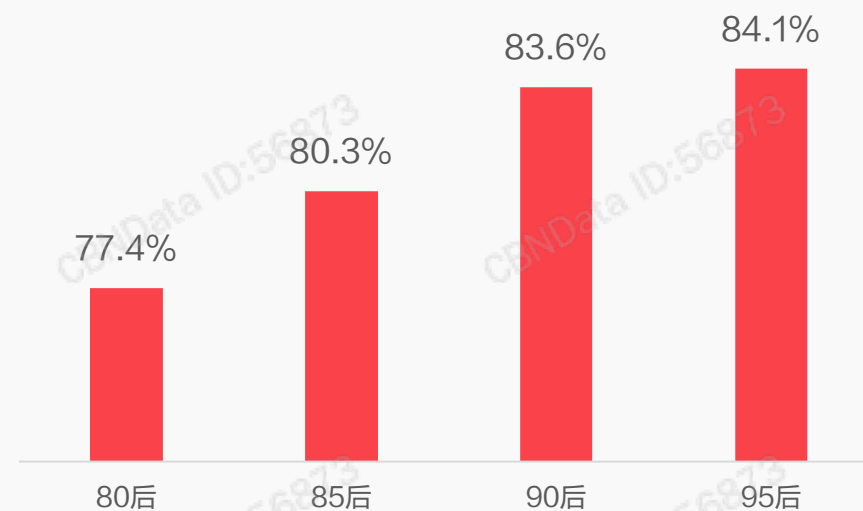
- 最近一年租房订单中有65%的订单是合租订单。
- 合租已经成为年轻人租房的一种趋势，90后和95后租客中超过80%选择合租。

最近一年不同类型租房订单占比



数据来源：巴乐兔大数据

在该年龄段租房人群中合租用户的比例



数据来源：巴乐兔大数据

选择合租的主要原因在于分担房租

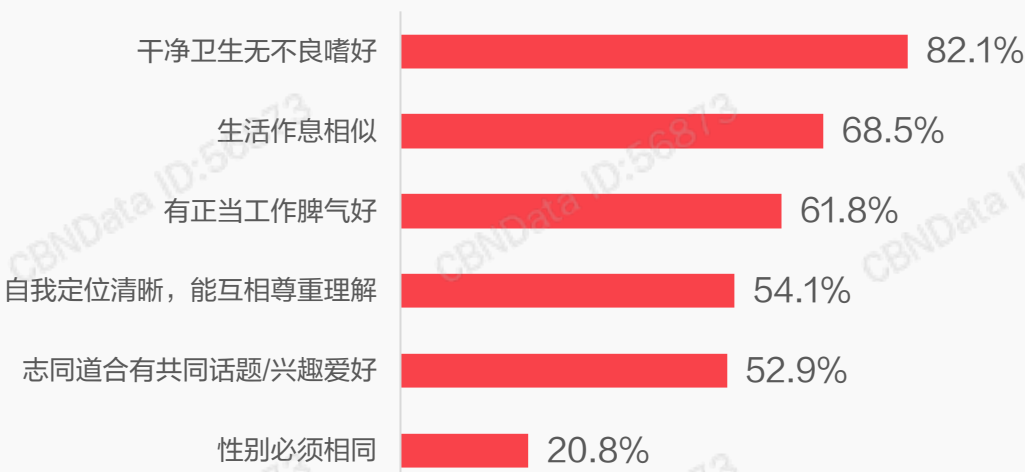
- 超过80%的租客出于经济考虑才选择合租，分担水电物业杂费和房租是选择合租的初衷。
- 租客对室友的选择有一定要求，干净卫生与生活作息是最重要的因素。

租房人群选择合租的原因



数据来源：巴乐兔调研数据

租房人群对合租室友的要求

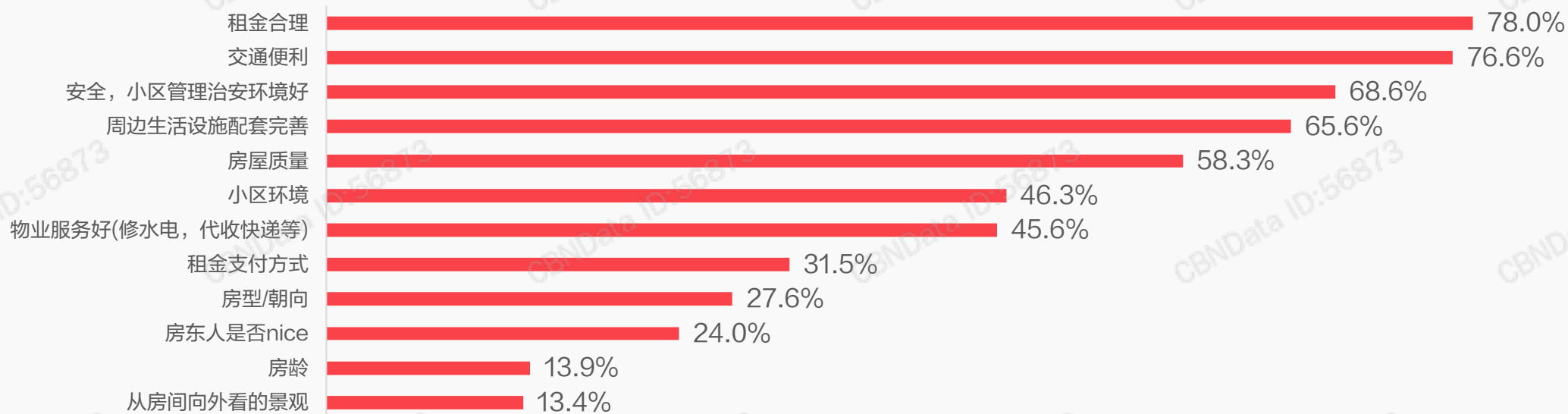


数据来源：巴乐兔调研数据

租金为租房最重要的考虑因素，其次为交通、治安、周边配套和房屋质量等

- 近8成的租客将“租金合理”作为租房时的主要考虑因素，其次才是交通、治安、周边配套设施、房屋质量和小区环境等。

租房人群的租房考虑因素

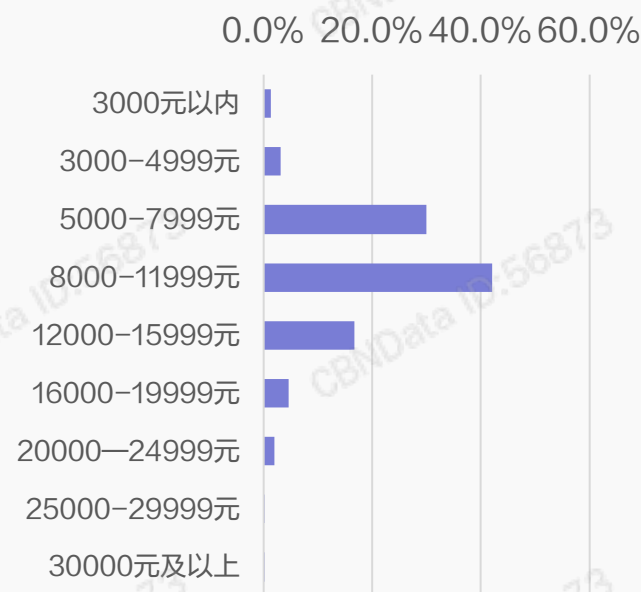


数据来源：巴乐兔调研数据

租金因素：大部分租客房屋租金占收入30%以下，且希望进一步降低房租支出

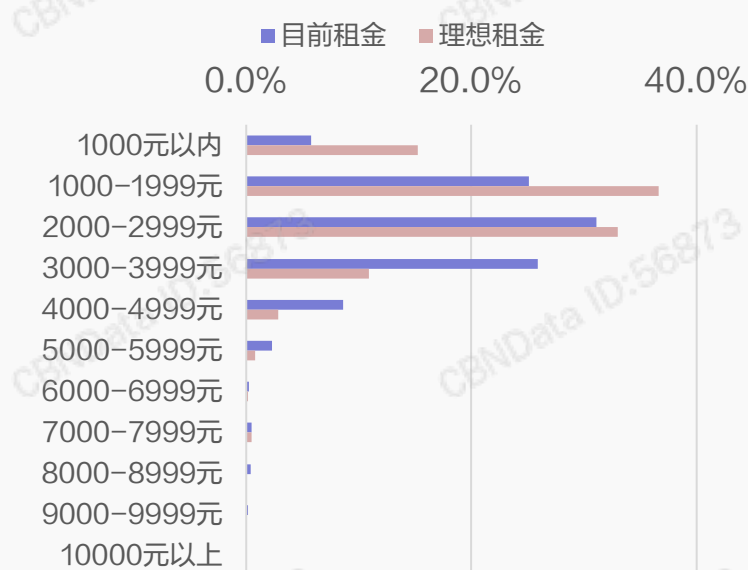
- 超过三分之二租客的房屋租金占收入的30%以下。而且许多用户仍然希望进一步降低房租支出，超过八成用户的理想房租支出在3000元以下。

租房人群的税前月收入



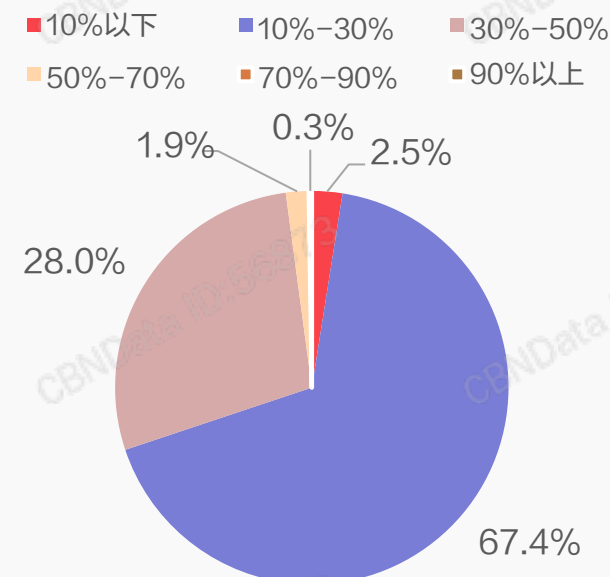
数据来源：巴乐兔调研数据

不同房租支出人群分布



数据来源：巴乐兔调研数据

住房人群的房租占收入比重

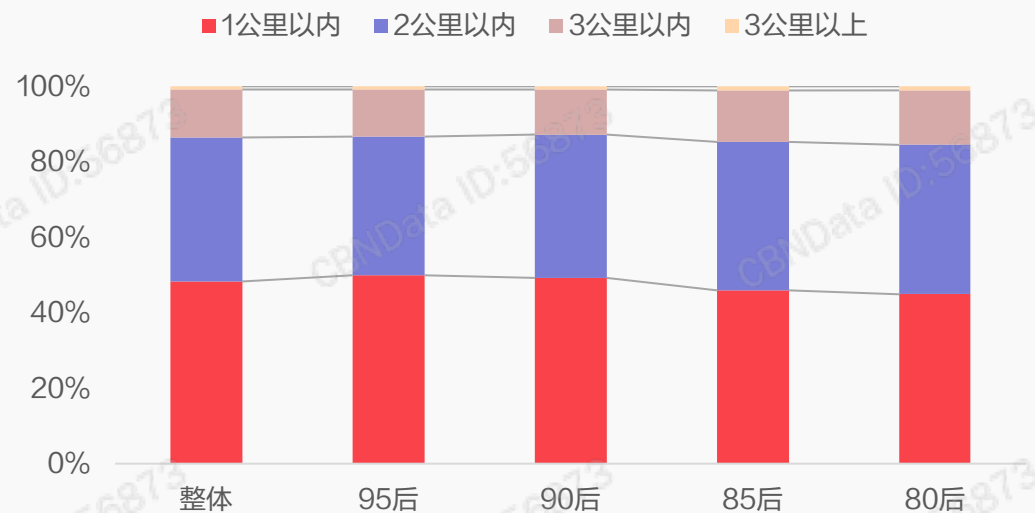


数据来源：巴乐兔调研数据

地段与交通因素：年轻人看重租房的交通便利性，倾向于住在地铁站附近

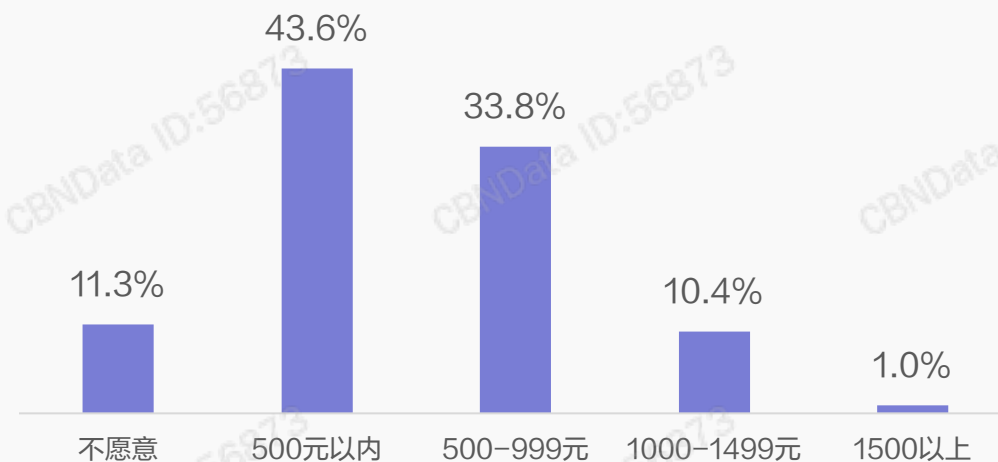
- 近一半租客所租住的房屋距离地铁1公里以内，90后和95后用户相对于其他年龄段用户更加倾向于住在离地铁站更近的位置。
- 近九成的租客愿意为缩短通勤时间支付额外的租金，其中超过40%的租客愿意为缩短半小时通勤时间每月额外支付超过500元的租金。

不同代际租客的房屋与地铁站的距离分布



数据来源：巴乐兔大数据

如果租住的房源距离工作点的通勤时间缩短半小时，愿意为此每月多支付的租金数额

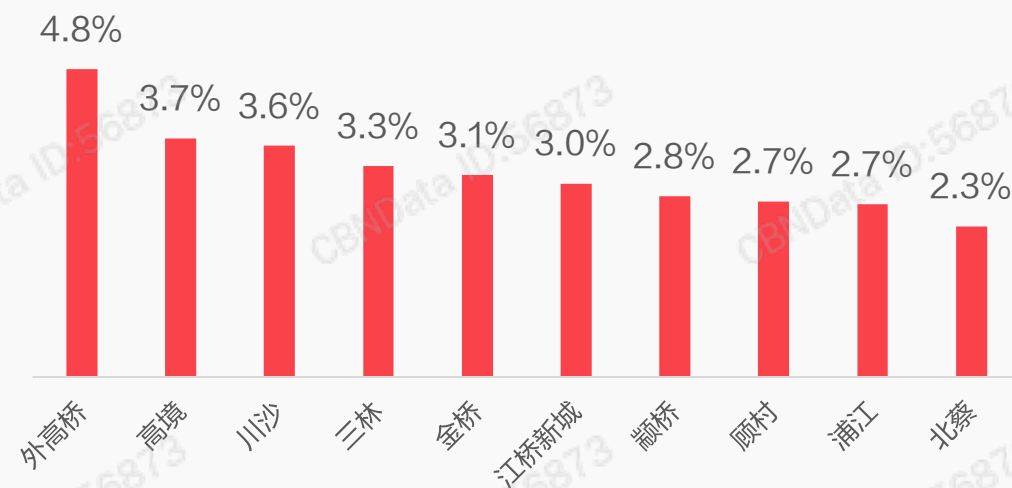


数据来源：巴乐兔调研数据

以上海为例，整体租客最热衷的商圈房源分布较为分散，年轻人更偏爱张江、世纪公园与和平公园附近的商圈房源

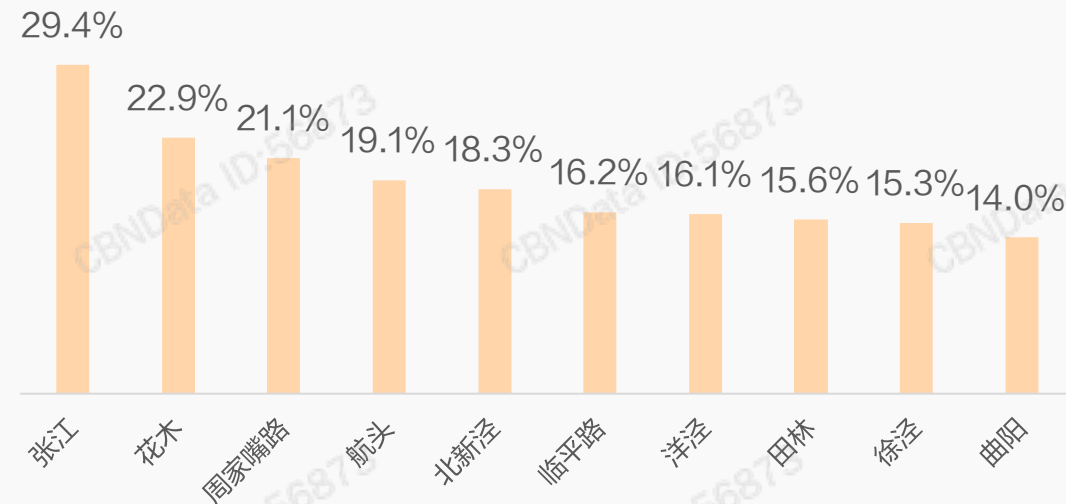
- 租客最热衷的商圈房源分布在浦东新区、宝山区、闵行区和嘉定区等郊区地区。其中外高桥商圈附近房源是最热门的商圈房源。
- 90后租客最偏爱张江商圈附近的房源、处于世纪公园附近的花木商圈附近的房源、和平公园附近的周家嘴路商圈和临平路商圈附近的房源以及虹桥机场附近的北新泾商圈和徐泾商圈附近的房源。

主要热门上海商圈附近租房人数占比前十



数据来源：巴乐兔大数据

90后租客偏好上海商圈排名前十



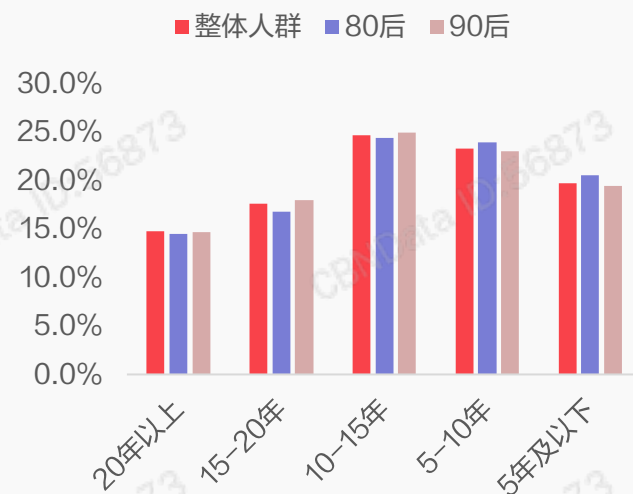
数据来源：巴乐兔大数据

偏好度 = (某商圈附近90后租房人数占90后商圈附近整体租房人数比重 / 该商圈附近租房人数占商圈附近整体租房人数比重) * 100% - 1

房屋状况因素：年轻人租房较不关注房龄和朝向等因素

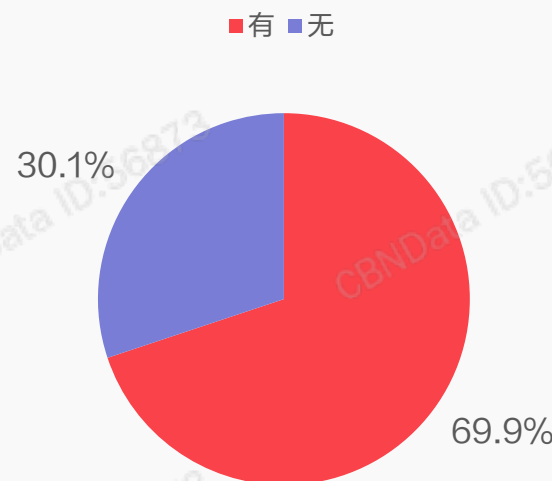
- 房屋状况并非年轻人选择住房的关键因素。和整体人群相比，90后租客更容易接受10年以上房龄的房子。房屋朝向也并不是关键因素。相对而言，年轻人更看重房屋的便利性，有电梯的房子是大部分90后租客的选择。

租房人群选择的房龄占比



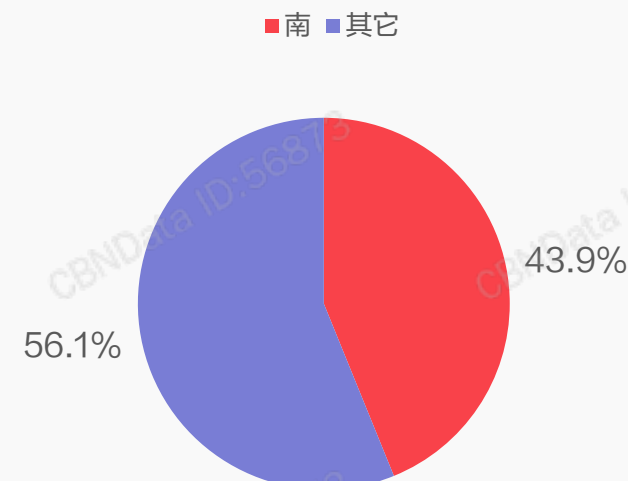
数据来源：巴乐兔大数据

90后租客选择的房源是否有电梯



数据来源：巴乐兔大数据

90后租客选择的房源朝向分布

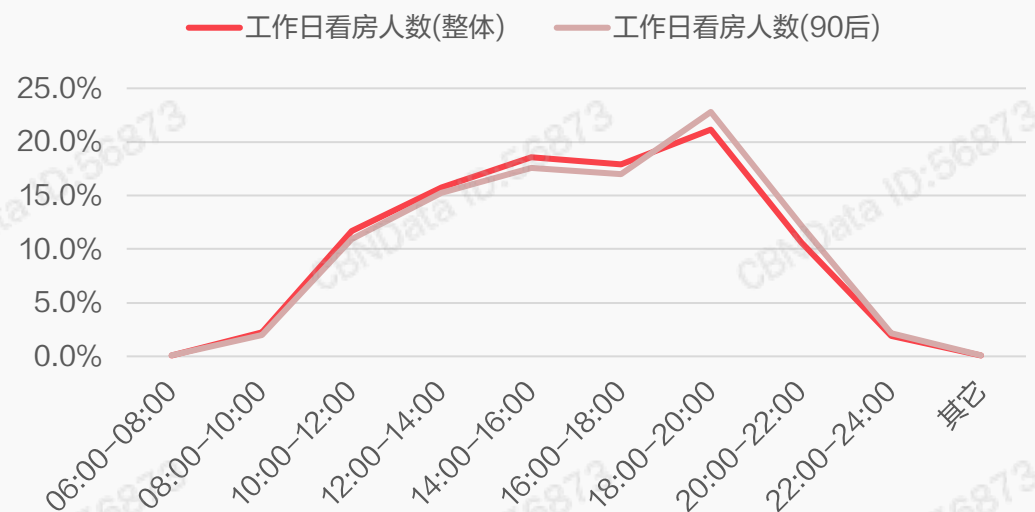


数据来源：巴乐兔大数据

看房时间：年轻人的看房高峰时段集中在工作日下班后和周末下午

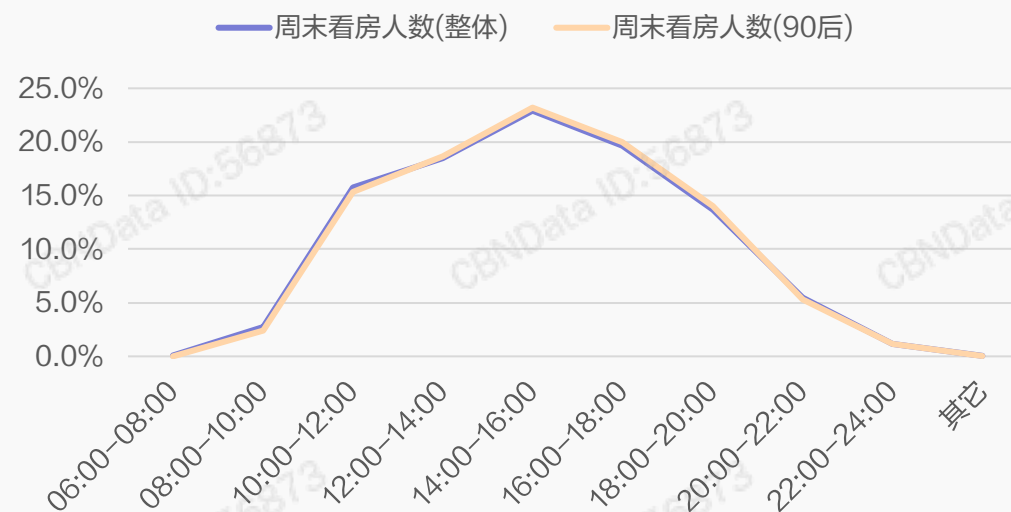
- 90后和整体人群看房时间基本一致，主要集中在工作日下班以后和周末下午。和整体人群相比，90后在工作日的看房时间更晚，选择18：00-22：00去看房的人数占比更高。

工作日看房时间分布 90后对比整体



数据来源：巴乐兔大数据

周末看房时间分布 90后对比整体

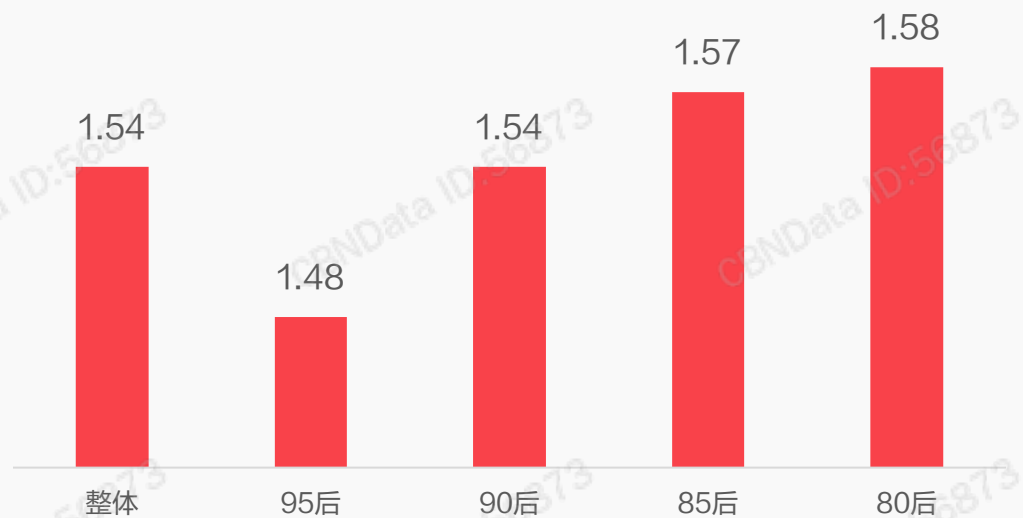


数据来源：巴乐兔大数据

租房决策：年轻人租房决策更加果断

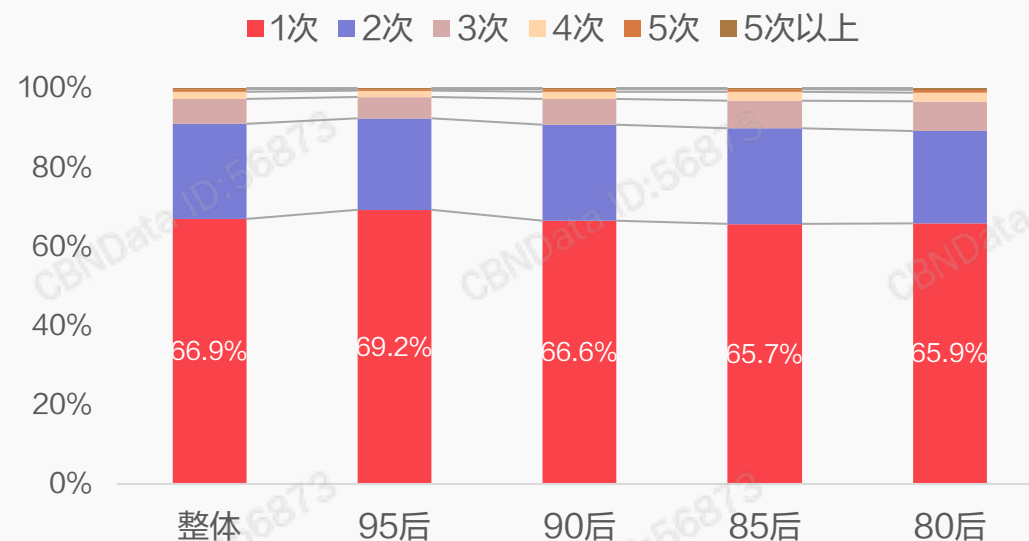
- 和整体租客人群相比，90后和95后平均看房次数更少，租房决策更果断。近七成的95后只看一次房就会决定是否租房。

不同年龄段租客平均看房次数



数据来源：巴乐兔大数据

不同年龄段租客看房次数占比

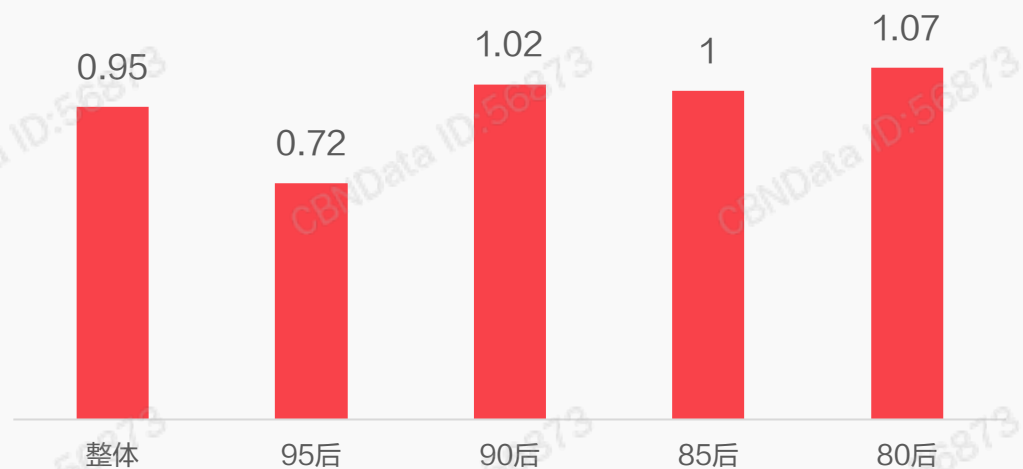


数据来源：巴乐兔大数据

租房决策：年轻人签约更果断

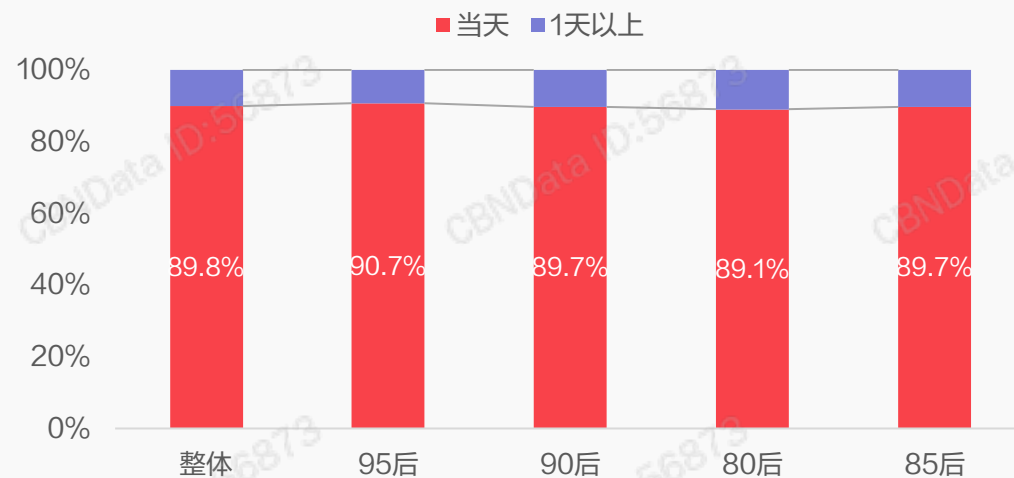
- 和整体租客人群相比，90后和95后的签约更加果断，九成的90后和95后会选择在看房后一天以内签约。95后平均只需要0.72天就会建立租约，而整体租客人群则平均需要0.95天。

不同年龄段租客最后一次看房到建立租约
平均间隔天数



数据来源：巴乐兔大数据

不同年龄段租客最后一次看房到建立租约
间隔天数占比



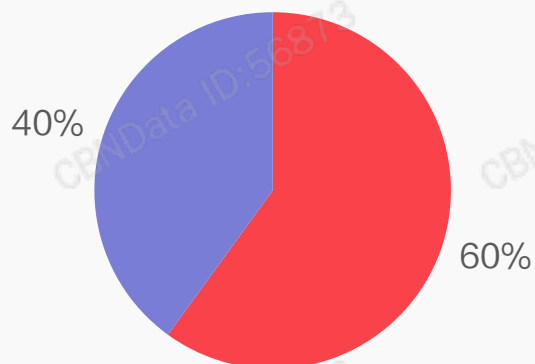
数据来源：巴乐兔大数据

房子是租来的，但生活不是

- 在一项针对年轻白领租客的调研中，60%的白领认为租房并不会影响他们的生活品质，房子虽然是租来的，但生活不是。此外，64%的年轻租客甚至愿意在租来的房子里结婚，年轻人并不会因为租房就轻易放弃生活品质。

租房是否会影响生活品质？

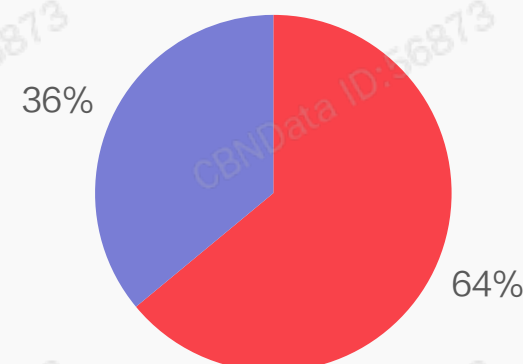
■ 不会，房子是租来的，但生活不是 ■ 会，租来的房子没有归属感



资料来源：《城市青年“租时代”居住生活报告》

是否愿意在租来的房子里结婚

■ 是 ■ 否

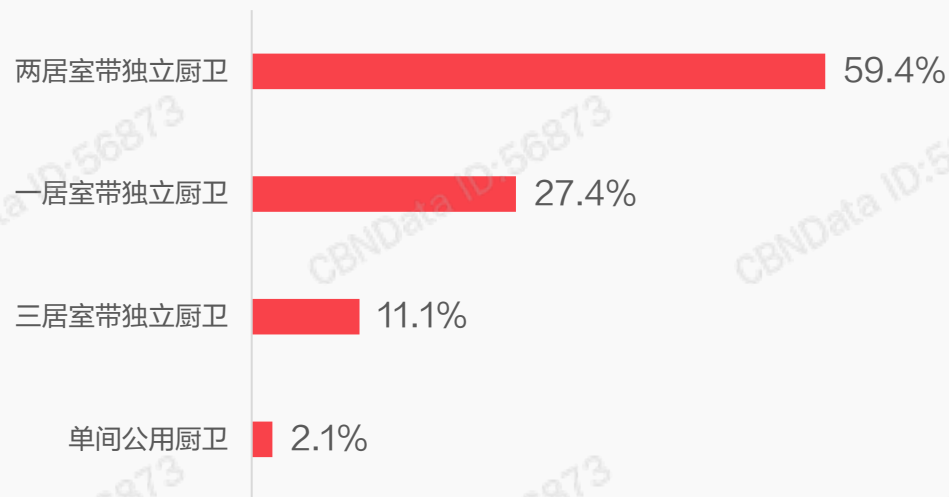


资料来源：《城市青年“租时代”居住生活报告》

即使是租来的房子，也需要足够宽敞、足够舒适

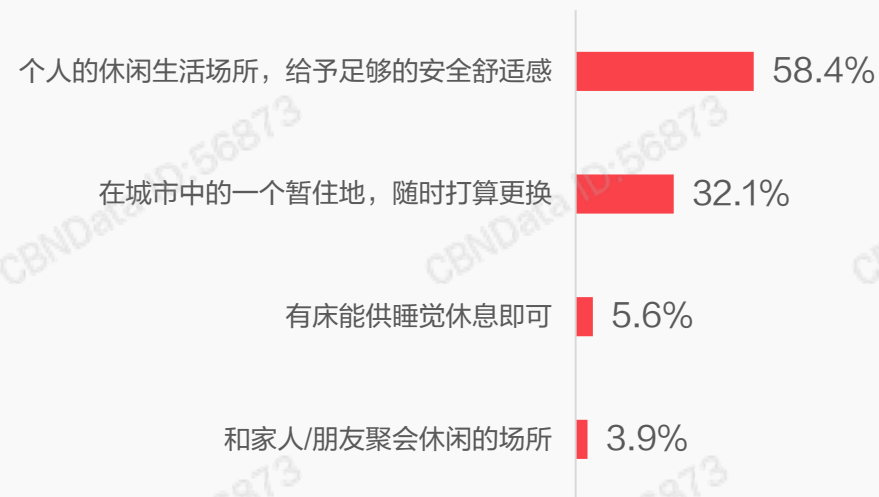
- 租客偏爱宽敞的房型，近六成的租客认为两居室带独立厨卫是理想的房型。
- 大多数年轻人认为租房是其个人的生活休闲场所，希望能给自己带来足够的安全舒适感。

租客理想的租房房型



数据来源：巴乐兔大数据

租客对租房的态度



数据来源：巴乐兔大数据

03

年轻人租房生活洞察

- ◆ 租房生活品质升级
- ◆ 精致生活，好好吃饭不将就
- ◆ 从“租房”到“租生活”

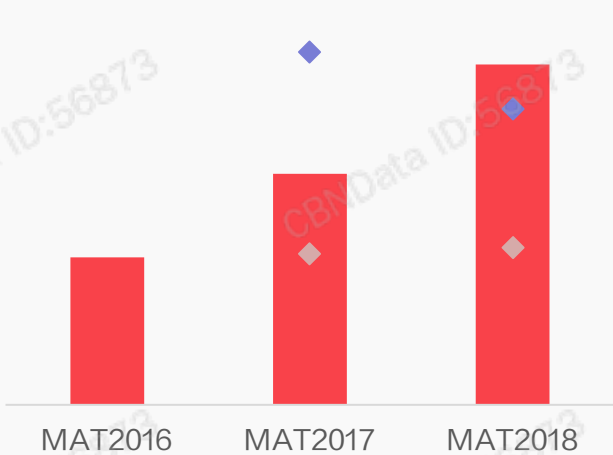


购置生活小家电提升生活便利度

- 吸尘器，扫地机器人，蒸汽拖把，擦窗机器人等清洁工具帮助年轻人解放双手，受到热捧。
- 进口高端吸尘器更受年轻人欢迎。

90后生活小家电消费及增速

■ 90后消费 ◆ 90后消费增速 ◆ 整体消费增速



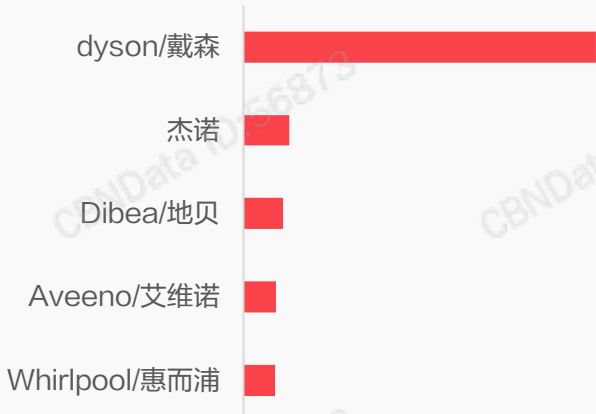
数据来源：CBNData消费大数据
消费增速=当前滚动年消费金额/上一滚动年消费金额

MAT2018 90后购买生活小家电热度提升前十



数据来源：CBNData消费大数据
热度提升：今年消费金额占比-去年消费金额占比

MAT2018 90后购买吸尘器品牌热度提升前五



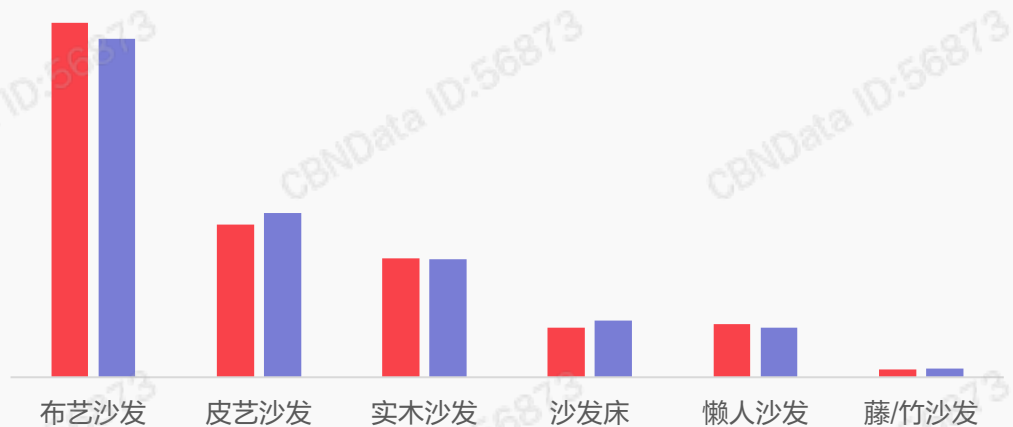
数据来源：CBNData消费大数据
热度提升：今年消费金额占比-去年消费金额占比

年轻人偏好简洁而不失品质的家具类产品

- 以沙发为例，和整体人群相比，简洁易清洁的布艺沙发更受90后欢迎。
- 90后同时也追求个性化，创意沙发以及懒人沙发畅销。

MAT2018 不同类型沙发消费占比

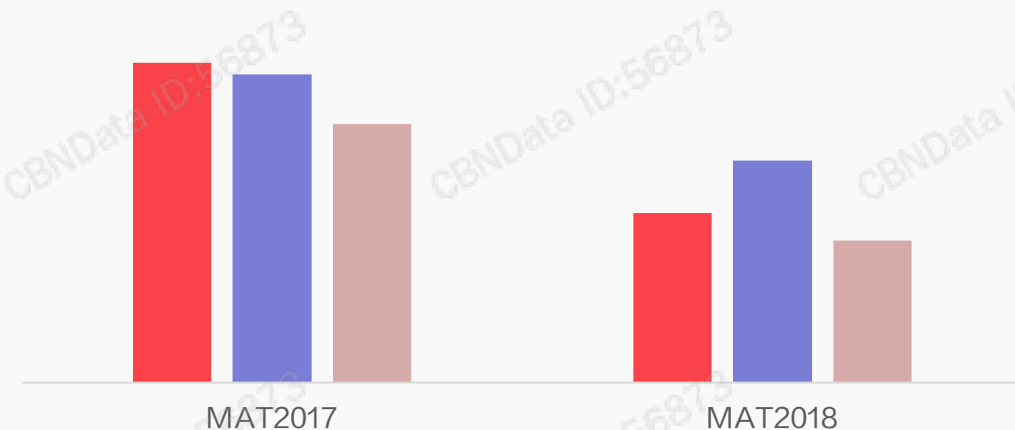
■ 90后 ■ 总计



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018 90后购买沙发消费同比增速

■ 创意沙发 ■ 懒人沙发 ■ 整体沙发

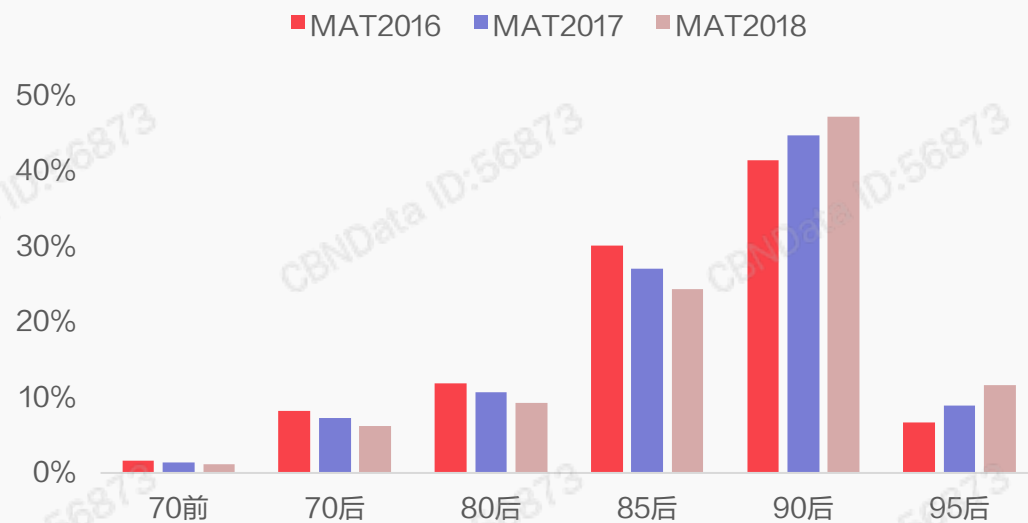


数据来源：CBNData消费大数据

年轻人偏好购买软装类饰品装点生活空间

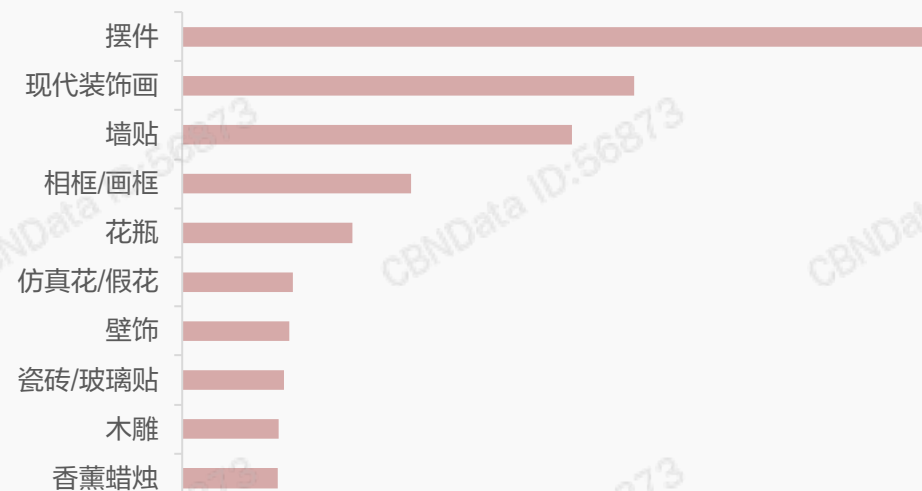
- 90后和95后等年轻人在家居饰品消费中的比重逐年上升。
- 各类家居饰品中，90后购买最多的是摆件，其次是各类装饰画和墙纸等。

不同年龄段消费者家居饰品消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018 90后购买家居饰品消费占比TOP10



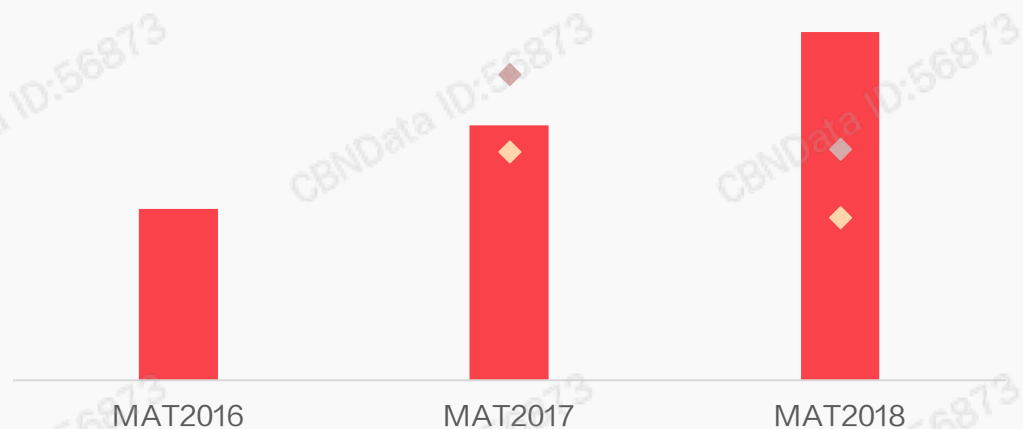
数据来源：CBNData消费大数据

年轻人对家纺类产品的消费展现升级趋势

- 90后对家纺类产品的消费不断增长，消费增速快于家纺类产品整体消费增速。
- 年轻人更关注床上用品的舒适度，亚麻和真丝等材质的床上用品消费金额增速要高于整体增速。

90后床上用品消费及增速

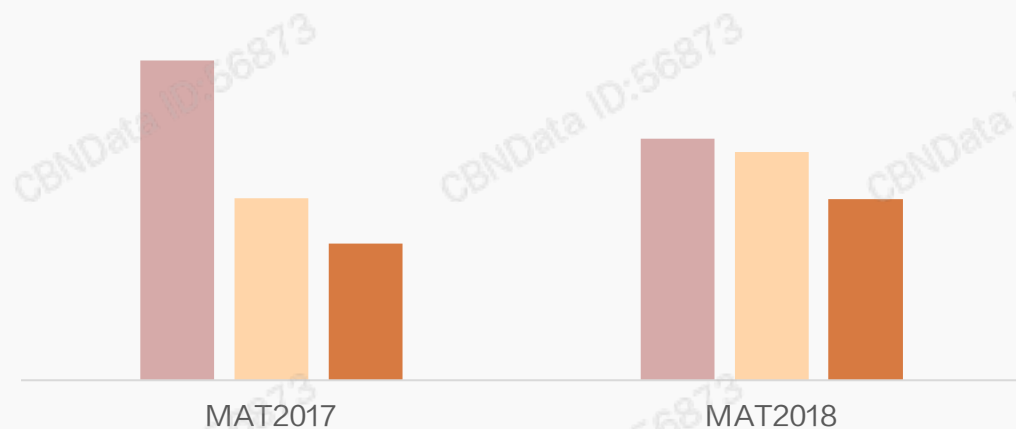
■ 90后消费 ◆ 90后消费增速 ◇ 整体消费金额增速



数据来源：CBNData消费大数据

90后购买不同材质床品消费同比增速

■ 亚麻 ■ 真丝 ■ 整体



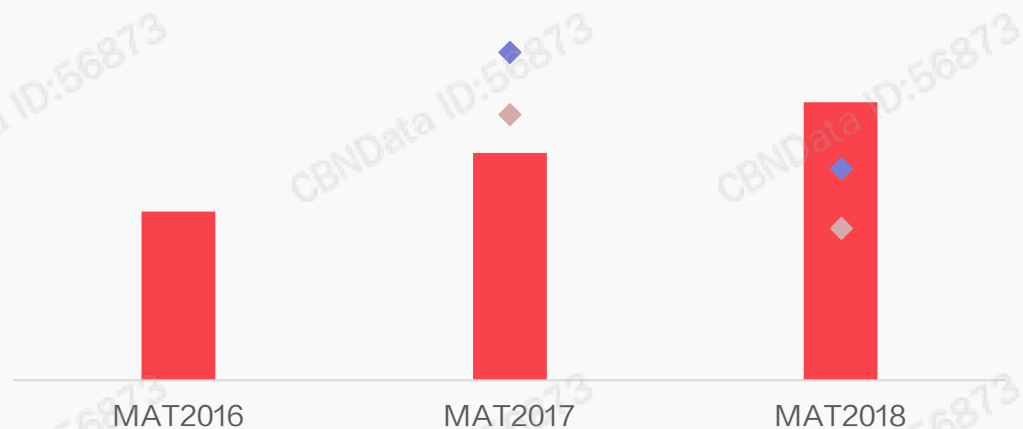
数据来源：CBNData消费大数据

为家增加生机，鲜花绿植受到年轻人欢迎

- 90后购买越来越多的鲜花绿植类产品，增速超过鲜花绿植产品整体消费增速。
- 相比绿植类，90后更偏好花类，其中鲜花以及永生花尤其受到90后的欢迎。

90后购买鲜花绿植类消费及增速

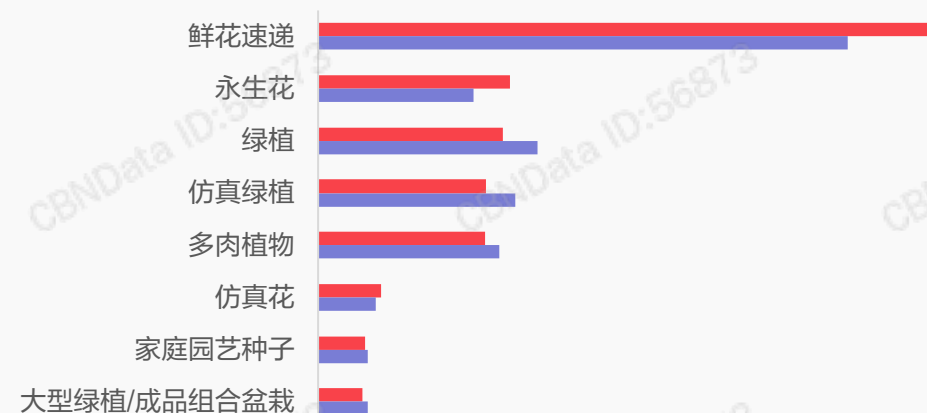
■ 90后消费 ◆ 90后消费增速 ◆ 整体消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018 90后消费占比对比整体

■ 90后 ■ 总计



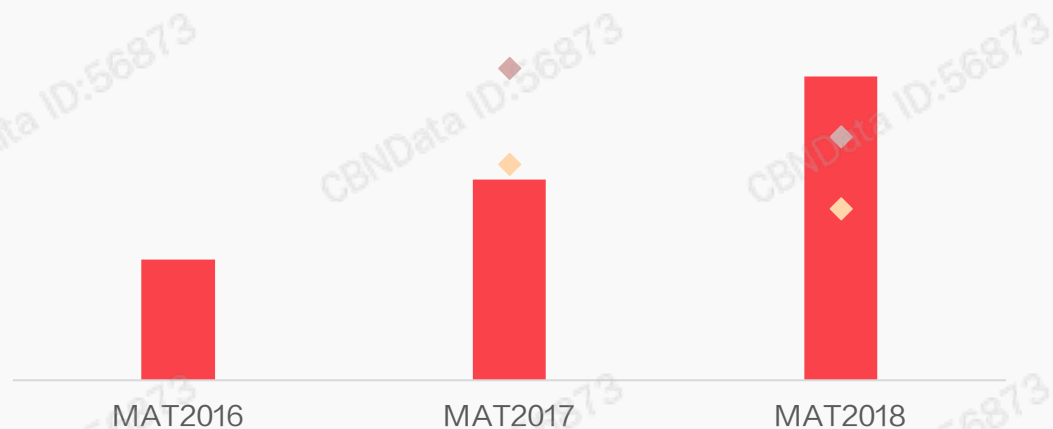
数据来源：CBNData消费大数据

年轻人喜欢吸猫遛狗及各种宠物，提升租房生活的陪伴感

- 90后对宠物食品/用品类产品的消费不断增长，消费增速快于家纺类产品整体消费增速。
- 相比80后，90后中更多的女性愿意为宠物消费。

90后购买宠物食品/用品消费及增速

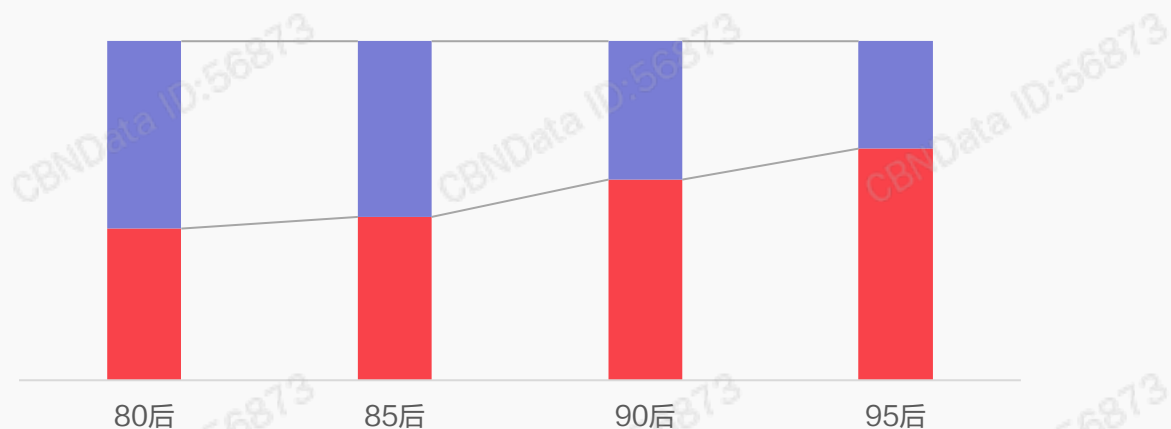
■ 90后消费 ■ 90后消费增速 ◆ 整体消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018 不同性别在宠物上消费占比

■ 女性 ■ 男性

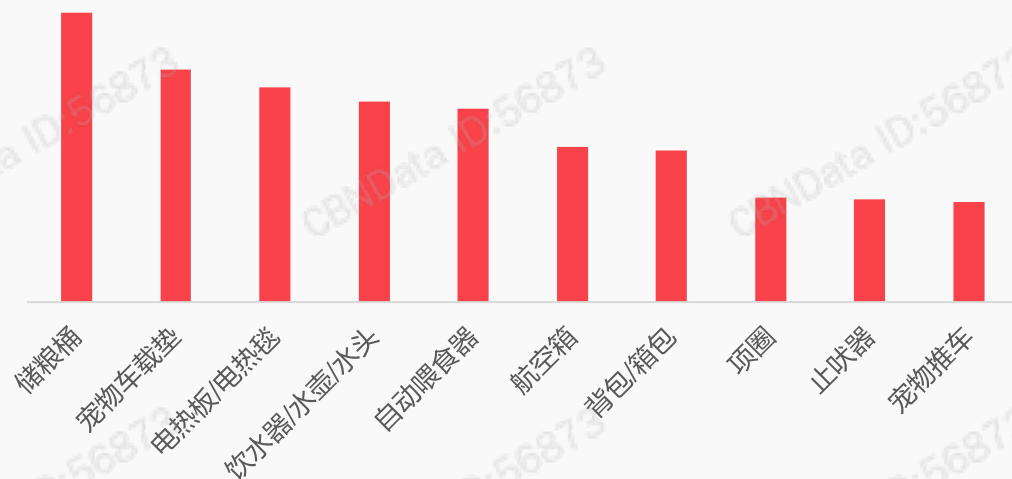


数据来源：CBNData消费大数据

年轻人照顾宠物更细致，品类购买更丰富

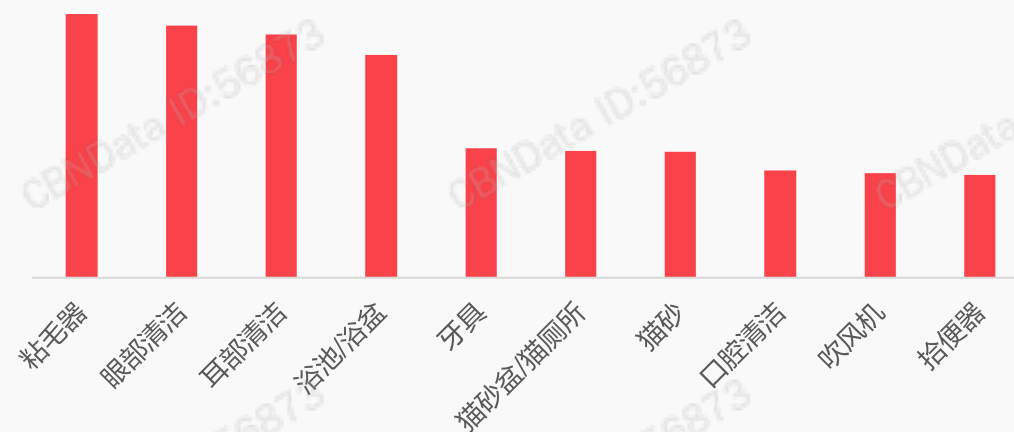
- 90后的宠物被更好的照料，宠物车载垫、宠物电热毯、宠物饮水器和自动喂食器等消费增长迅速。
- 除常规清洁用品外，年轻人更多地为宠物购买局部清洁产品例如眼部清洁和耳部清洁等。

90后购买宠物日用品消费增速前十



数据来源：CBNData消费大数据

90后购买宠物清洁用品消费增速前十



数据来源：CBNData消费大数据

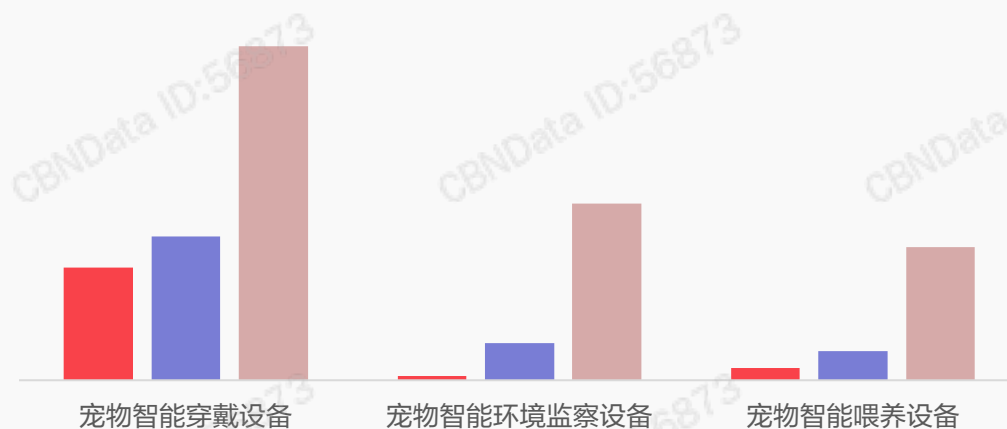
年轻人采用更智能的方式照顾宠物

- 90后购买越来越多的宠物智能穿戴设备、宠物智能环境监察设备和宠物智能喂养设备，采用更为智能的方式照顾宠物。



90后购买宠物智能设备消费变化

MAT2016 MAT2017 MAT2018



数据来源：CBNData消费大数据

03

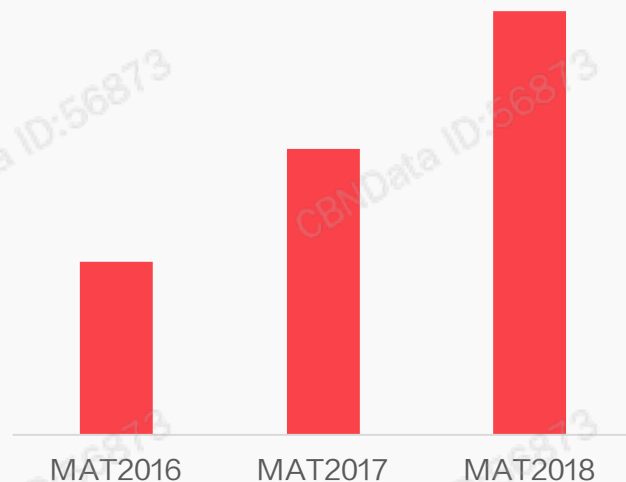
年轻人租房生活洞察

- ◆ 租房生活品质升级
- ◆ 精致生活，好好吃饭不将就
- ◆ 从“租房”到“租生活”

烹饪是一种生活乐趣，年轻人购买更多厨房小家电

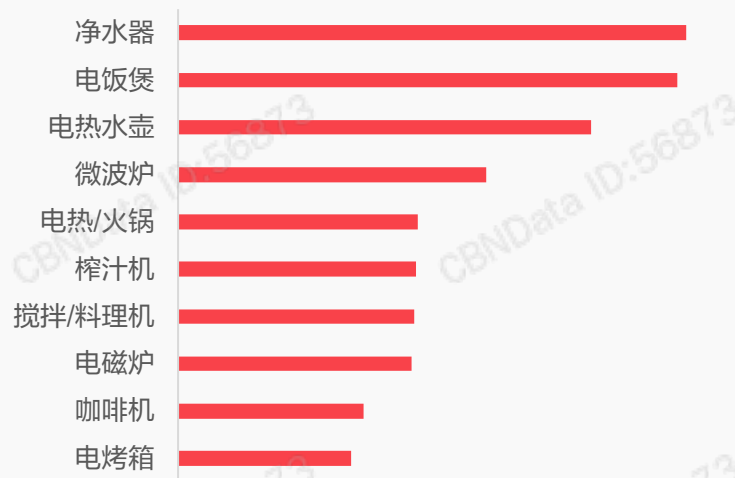
- 90后对厨房电器产品的人群消费不断上升，净水器和电饭煲是90后买的最多的厨房家电。
- 和面机和煮蛋器厨房小家电等使下厨更便捷，受到年轻人欢迎，消费增速较快。

90后购买厨房电器人均消费



数据来源：CBNData消费大数据

MAT 2018 90后厨房电器消费前十



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018 90后厨房电器消费增速前十

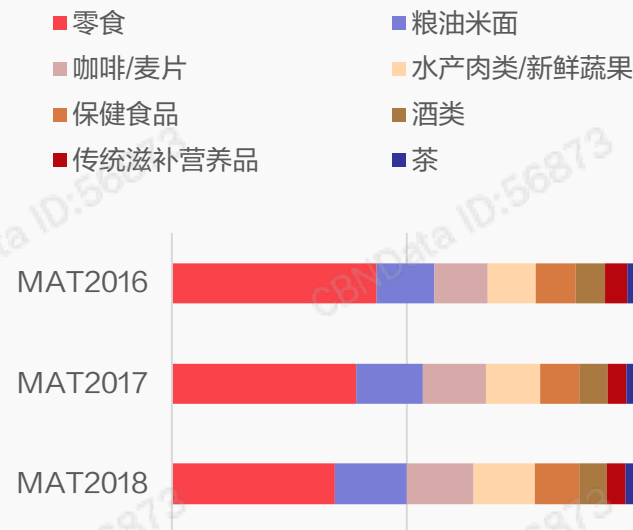


数据来源：CBNData消费大数据

越来越多的年轻人开始关注养生话题，吃的食材更健康

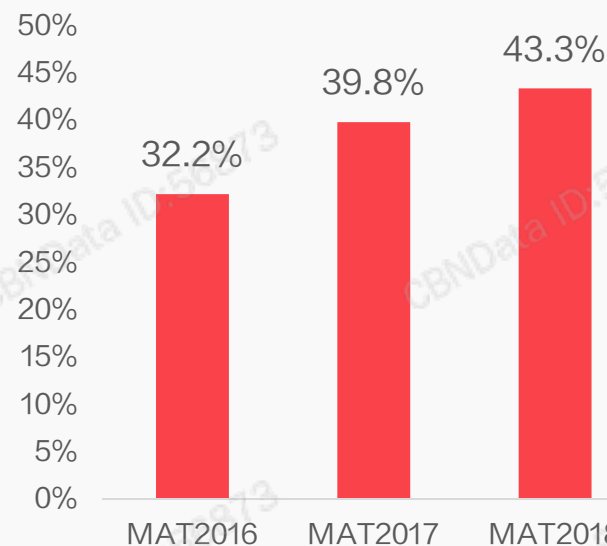
- 90后购买零食占比逐年减少，同时粮油米面、咖啡/麦片以及生鲜类消费占比不断提升。
- 杂粮在90后米面消费中的占比逐年提升。90后还越来越倾向于购买健康概念的食用油。

90后食品/保健类消费占比



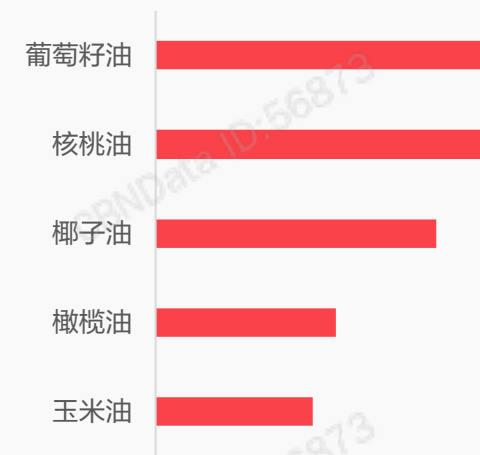
数据来源：CBNData消费大数据

90后杂粮消费在米面中的占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018 90后购买不同种类食用油消费同比增速

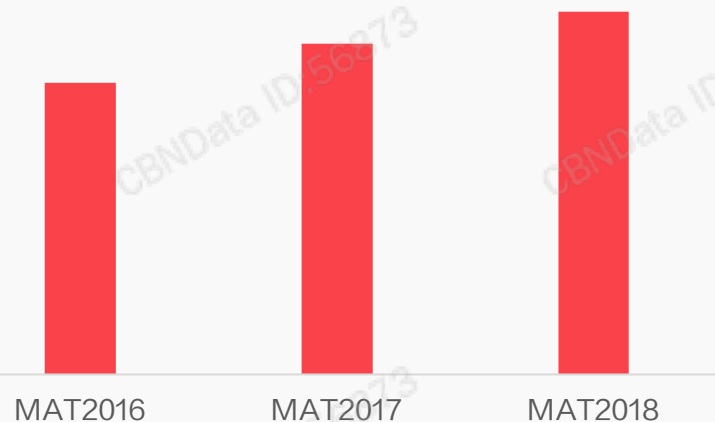


数据来源：CBNData消费大数据

除购买健康食材之外，年轻人购买更多保健品补充营养摄入

- 90后购买越来越多的保健品，其中各种维生素以及膳食纤维最受年轻人欢迎，同时主打美容养颜抗老化功能的胶原蛋白、蔓越莓、葡萄籽和月见草油等也在年轻人中更畅销。

90后购买保健品人均消费



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018 90后购买保健品类型偏好度前十



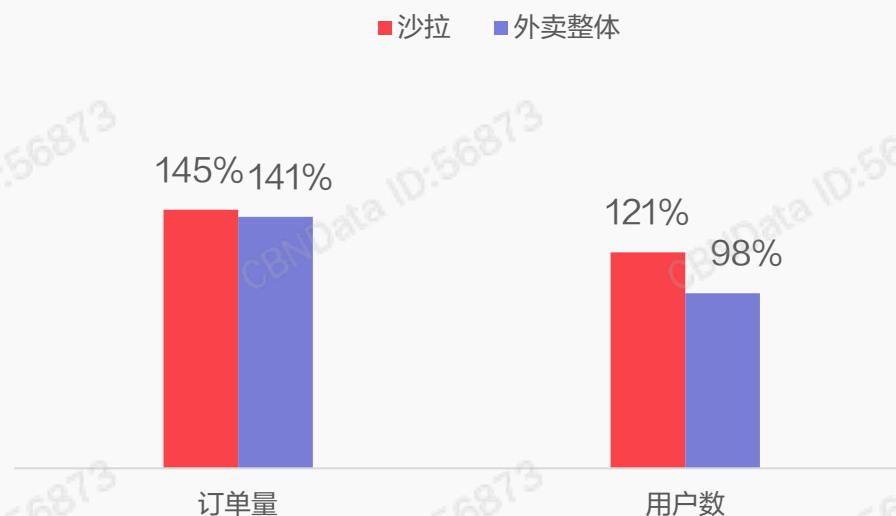
数据来源：CBNData消费大数据

偏好度 = (某地铁站附近90后租房人数占90后地铁站附近整体租房人数比重 / 该地铁站附近租房人数占地铁站附近整体租房人数比重) * 100% - 1

即使是外卖也要吃的更健康，沙拉越来越受欢迎

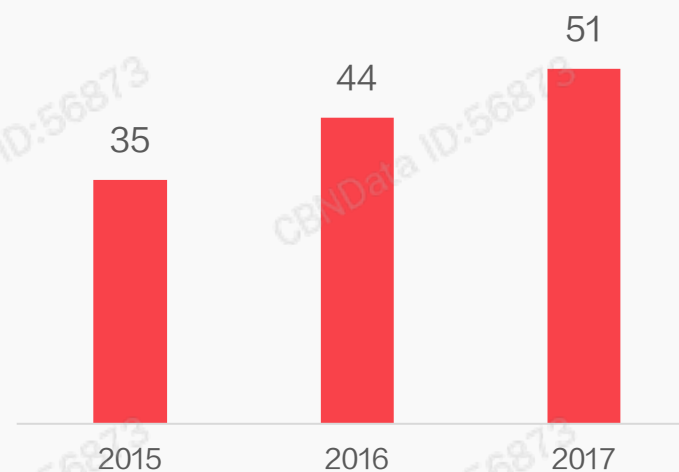
- 从沙拉的外卖订单量占比来看，逐年稳步提升，2017年的订单量及用户数增速都高于外卖整体增速。消费者对于沙拉的需求越来越高，沙拉笔单价也进一步提升。

2017年同比2016年外卖行业订单量和用户数增速



数据来源：CBNData《2018生活消费趋势报告》

2015年-2017年沙拉外卖订单笔单价



数据来源：CBNData《2018生活消费趋势报告》

03

年轻人租房生活洞察

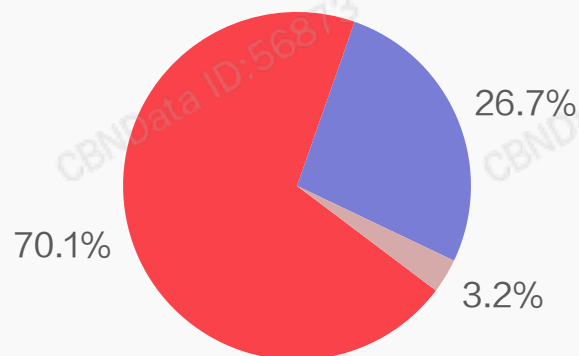
- ◆ 租房生活品质升级
- ◆ 精致生活，好好吃饭不将就
- ◆ 从“租房”到“租生活”

从“租房”到“租生活”：买不起也能享受到同样的产品

- 消费者越来越接受租赁生活，逐渐从“租房”向“租生活”过渡，超过七成的用户可以接受“以租代买”。
- 除了住房外，单车、汽车、手机、充电宝和衣服等等生活相关用品都可以租赁。

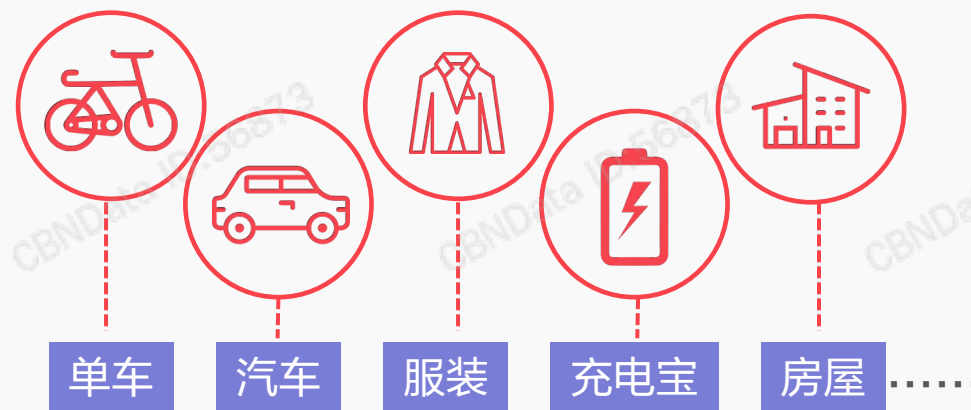
消费者对“以租代买”的态度

■ 租或买都能接受，具体看情况而定 ■ 只有买才能让我感觉踏实
■ 更倾向于租，能租为什么要买



数据来源：CBNData《2018中国信用生活数据洞察》

中国租赁经济主要品类

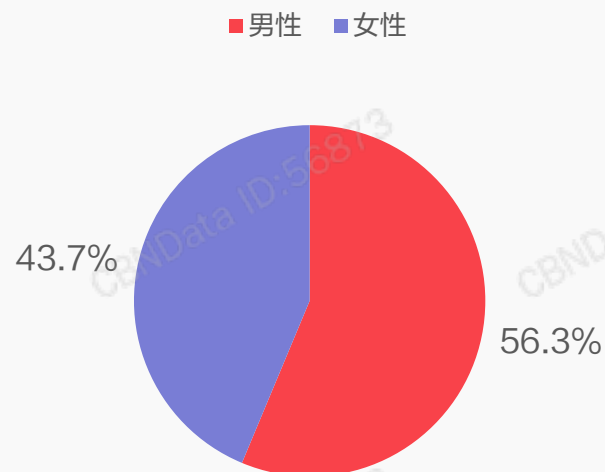


数据来源：CBNData《2018中国信用生活数据洞察》

年轻人是共享单车用户的主力军

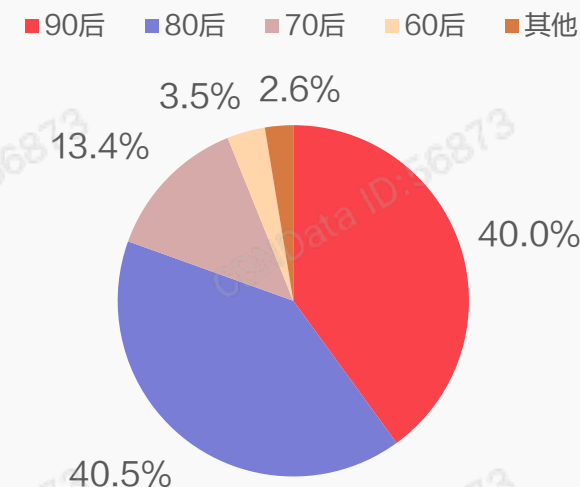
- 作为一种年轻化的出行方式，共享单车的注册用户主要以90后和80后为主，其中90后用户的占比高达40%。从共享单车用户性别分布来看，男性和女性用户较为平均，男性用户稍多。

共享单车用户性别分布



数据来源：CBNData《2017中国共享出行行业大数据观察》

共享单车用户年龄分布

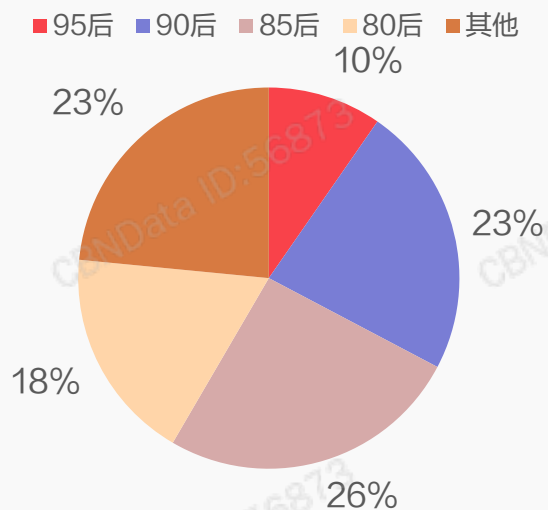


数据来源：CBNData《2017中国共享出行行业大数据观察》

分时租车的出行方式受到年轻人的青睐

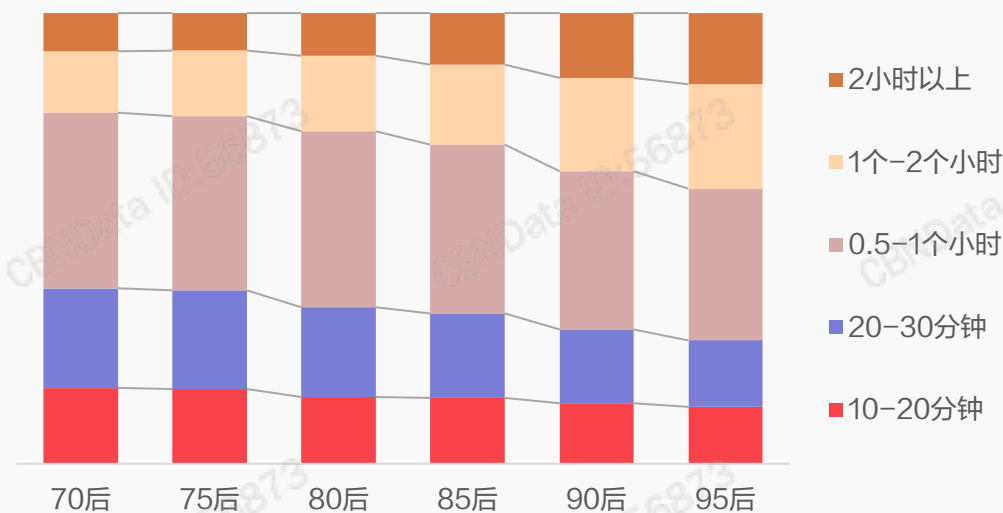
- 分时租车用户主要由年轻人群构成，其中三分之一的用户为90后用户，80后用户占据四成。
- 和年长用户相比，年轻用户使用分时租车时间更长，90后和95后用户的1-2小时以及2小时以上订单占比都高于平均水平。

分时租车用户年龄分布



数据来源：CBNData《2018分时租车人群大数据报告》

分时租车不同年龄段用户使用时长订单分布



数据来源：CBNData《2018分时租车人群大数据报告》

年轻租客总结

“房子是租来的，但生活不是”



租房生活品质升级

购置生活小家电、品质家具和其他各类软装饰品等产品来装点生活空间并提升生活便利度

吸猫遛狗及各种宠物、种植格类鲜花绿植以提升租房生活的陪伴感



好好吃饭不将就

购买各类厨房小家电，自己动手丰衣足食

关注养生，购买各类健康食材和保健品

外卖也要吃得更健康，沙拉也越来越受欢迎



从“租房”到“租生活”

“以租代买”的生活态度越来越被接受，买不起也能享受到同样的产品

共享单车和分时租车的出行方式越来越受到青睐

租房并不会降低年轻人的生活品质

04

租房行业趋势展望

未来的租房行业将进一步去中心化、建立完善的租前和租后服务标准，并通过数据手段提升整体服务效率



租前标准

建立便捷省心的租前服务标准。例如，可以由专人上门勘验房屋，以保证房源的真实性。



房东直营

机构房东兴起，以标准的服务以及注重口碑的理念进入租房市场，持有个人业主的资产来发展行业。



数据驱动

通过数据驱动租房市场。一方面以数据细化房源参数，另一方面通过大数据匹配租客需求。



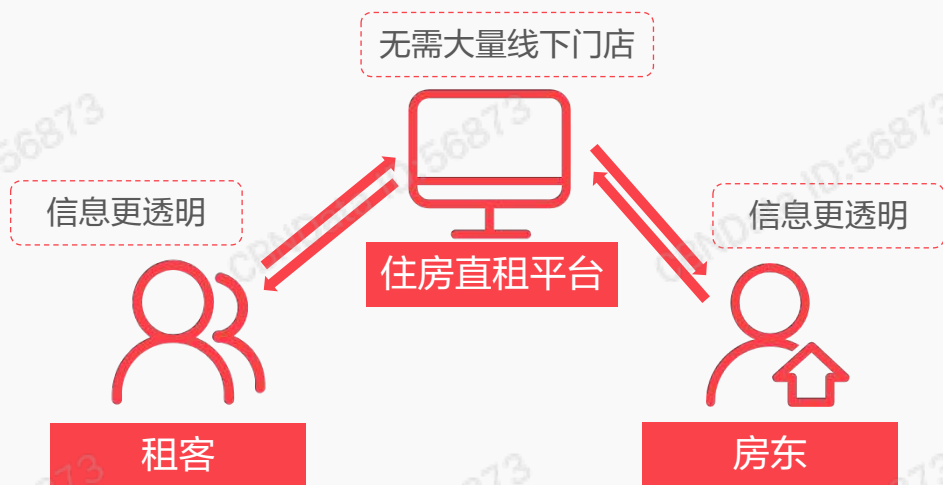
租后服务

租房平台除了作为连接房东和租客的桥梁外，还要在双方出现争议时，保障租客权益。

住房直租平台将逐渐成为主流，为租客带来更良好的体验

- 住房直租平台将取代传统的租房中介成为主流。这种模式下免去了高昂的中介费用、信息更透明、成交周期更短、效率更高、租客体验更好。

未来住房直租平台将成为主流



DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：

1. CBNDData消费大数据：汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策
2. 巴乐兔数据：包括巴乐兔用户数据和调研数据

具体指标说明：

地域范围：如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市；

数据时间段：最近三年（MAT2016：2015年7月-2016年6月，MAT2017：2016年7月-2017年6月，MAT2018：2017年7月-2018年6月）

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

■ 本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

报告作者：张霄 张东杰

视觉设计：邹文佳 韦欣 钱慈艺

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：JOB@dtcj.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）是基于大数据进行智能化商业研究咨询与整合营销传播的战略数据平台，依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大消费者数据库和中国最大的财经全媒体集群。第一财经商业数据中心（CBNData）以商业数据报告/微报告、数据指数、定制化咨询等为核心产品，输出消费行业的全景分析以及面向企业和消费者的深度数据洞察；同时通过数据可视化、原生内容、活动、视频/直播等形式拓展数据研究的业务边界，丰富数据商业化的应用场景，以数据加媒体的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

FOLLOW
US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察

