

# 中国长租服务行业研究报告

2018年





## 行业发展现状

- **现状概述**：中国传统租房行业长期处于市场自发运行的状态，整体缺失标准化的行业规范体系，2015年以来进入加速推进时期，但与发达国家相比，房屋租赁比例、租金回报率以及服务体系的成熟化等多种维度上仍有较大差距。现阶段，在政策鼓励、技术赋能、用户体验等因素的共同驱动下，长租行业进入快速发展期。
- **市场规模**：2018年中国长租行业市场规模预计达**1.57万亿元**水平，同比增长**9.6%**。未来几年将保持持续增长的势头，预计在2020年其市场规模或将达**1.90万亿元**，2025年将达**3.01万亿**。



## 细分领域

- **长租公寓**：2018年预计全国出租房屋整体在**7500万间**规模水平，其中B2C模式**机构房东房屋**持有量总共约在**2500万间**左右水平，头部规模型品牌公寓的占比约**2%**，其余大比例参与者的仍是**长尾的中小机构房东**。随着酒店运营商、地产巨头等参与者入局抢占市场份额，在大而散公寓服务中开始形成相对激烈的竞争。长租公寓的竞争力主要体现在资源规模、品牌打造、系统化管理、资金链顺畅、降低空置率上。
- **长租平台**：长租平台前期发展痛点在于：虚假信息难杜绝、供需匹配差、服务不充分、盈利模式单一。2015年后，长租平台快速发展，逐渐向体系化运营推进。平台的竞争力主要体现在流量规模、品牌口碑、标准化体系与差异化服务上。
- **生态关系**：长租公寓和长租平台是密不可分的合作关系，在供需匹配和行业标准形成上相互补足。



## 发展趋势

- **行业发展**：一线城市是核心地区，政策和经济牵引行业向二三线城市渗透。
- **长租公寓**：多方激烈竞争促使中国长租公寓在未来十年中的快速成熟。预计整体**机构化房源**的份额在未来会快速上升至**70%**以上，**头部长租公寓**成长至**3-5%**。长租公寓未来会是头部品牌+长尾格局，巨鲸和大量鱼群共存。
- **长租平台**：随着用户对租房体验需求的提高，平台商业模式由资源信息导向向用户服务导向快速更替升级，链接上下游打造服务闭环、建立服务标准体系，将是长租平台长远发展的必然趋势，也是各类型平台的竞争热点。

中国长租服务行业概述

1

中国长租服务行业的发展现状分析

2

中国长租服务行业的各细分领域发展分析

3

中国长租服务行业典型企业案例

4

中国长租服务行业发展趋势

5

# 长租行业定义与界定

## 长租行业是房产市场发展长效机制中的重要一环

相比于房产买卖，房产租赁在房地产市场当中是一种更灵活的流通方式，有助于房产资源的高效利用。在本次研究中，研究对象聚焦于可用于居住用房的长期租赁行业以及相关领域（报告中后简称长租行业），是当前中国房产租赁市场中的主体类型，也是关乎国计民生的居民住房问题的重点解决途径之一。在现阶段，贯彻国家“房住不炒”的指导方针，长租行业的规范化发展有助于推动中国房地产开发业转型升级、减缓房产供需矛盾，改善城镇居民的居住状况并且完善中国住房供应体系，多角度保障不同群体的住房需求，促进房产回归其居住属性。长租行业已成为中国房产市场平稳健康发展长效机制中的重要一环。



**中国房产市场平稳健康发展长效机制中的重要一环**

# 中国长租行业发展历程

## 中国长租行业正值快速发展期，与发达国家相比仍有差距

中国的房地产市场一直以来以房产销售作为核心，随着以一二线城市为代表的核心城市从房产增量时代向存量时代倾斜，过去长期以市场自发运作为主的住房租赁领域，展现出巨大的行业调控价值。自2015年以来在“租售并举”与“租售同权”的探索与推进下，中国长租行业进入了在政策带动下的加速推进时期，但与美国等城市化充足的发达国家相比，在房产交易中的租房规模占比、房屋租赁比例、租金回报率以及长租服务体系的成熟化等多种维度上，中国的长租行业仍有较大差距。以现有行业发展现状为基础，预计在2025年之后，中国长租行业有望进入初步成熟期。

### 中国长租行业的发展历程



### 中国长租行业与美国对比

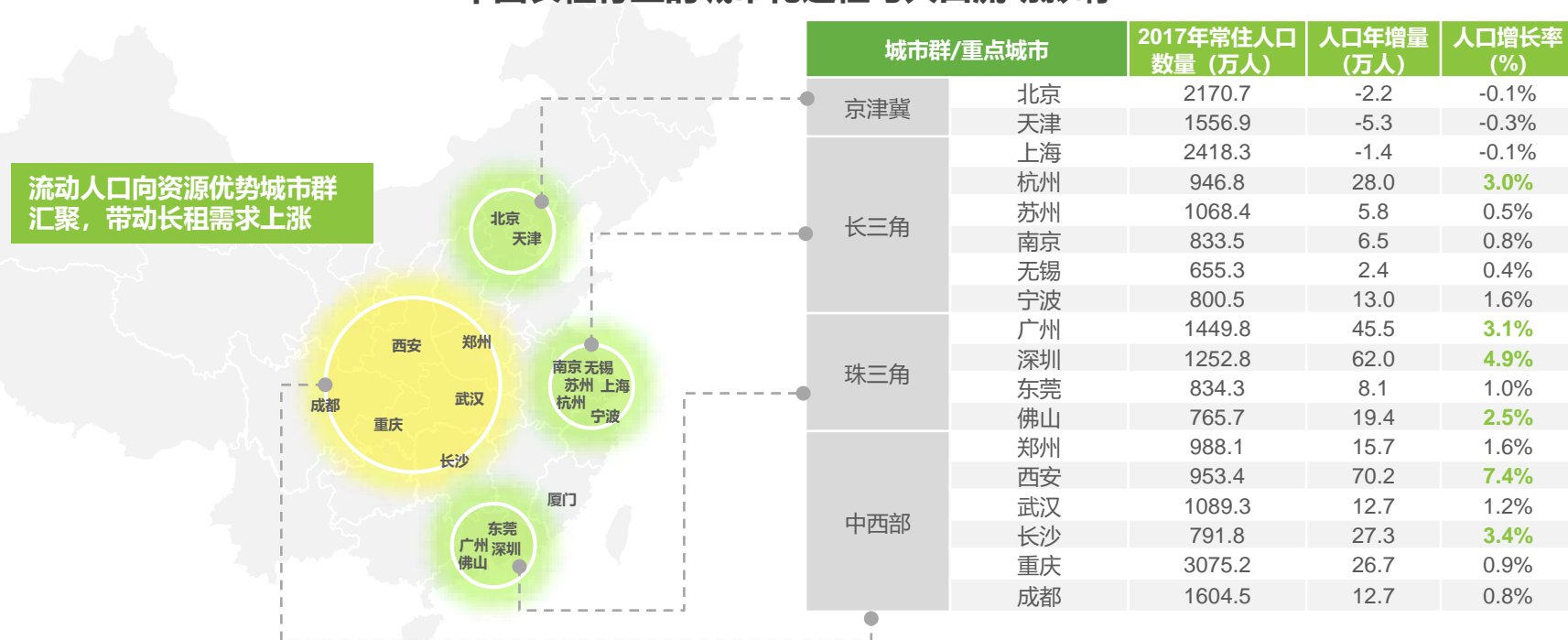
	中国	美国
租赁房屋占全部房屋比例 (%)	18%	37%
核心城市租金回报率 (%)	1.5%	5%+
服务体系成熟度	★	★★★★★

# 宏观环境背景-城市化进程和人口流入

## 流动人口向资源优势城市群汇聚，长租行业被迅速激活

从宏观层面来看，中国租房市场与城市化进程和人口流动两大因素高度相关。发改委数据显示，中国的城市化率在2017年底提升到了58.5%，城市人口已超过8亿，预计2030年城镇化率将会达到70%，在未来的十余年仍将是中国的城镇化步伐加大的时期。城市化的加速往往伴随着劳动力资源的重新配置，截至2017年底，全国流动人口规模约2.44亿人，逐渐向沿江、沿海、沿交通节点等地区聚集，特别是三大都市群和中西部省会城市，开始凭借其就业机会、教育和医疗等优质资源，吸附住越来越多的劳动人口流入。而在大量的住宿需求的带动下，人口流入型城市的长租行业迅速被激活，快速发展起来。

中国长租行业的城市化进程与人口流动影响



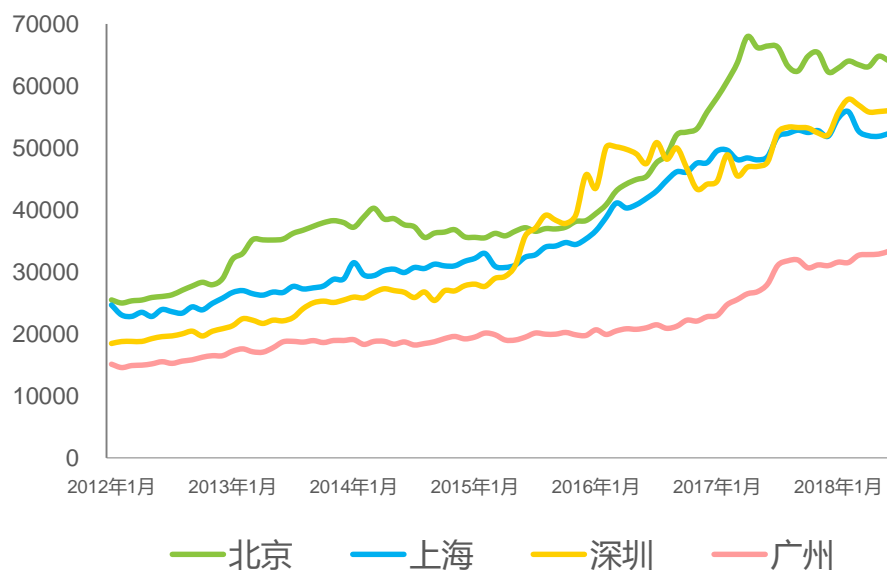
来源：根据国家统计局数据、各城市统计局公报数据与公开资料，艾瑞研究院自主整理绘制。

# 宏观环境背景-高房价和限购限贷政策

## 核心城市的高房价与限购限贷使租房成为新市民的初始优选

以北上广深为代表的资源优势城市繁荣发展的同时也伴随着房价的飞涨，为了抑制房价的不理性膨胀，敦促房地产市场回归理性，自2016年四季度开始，全国累计73个城市进行了房产调控，出台了135条限购政策，176条限贷政策，调控力度极大。然而从城市流动人口、尤其是年轻人群角度来看，资源优势城市的房价仍然不低，且又有不同规则的限购政策；在购房资金和城市资历的双重门槛下，租房成为新晋市民的初始优选，且租房周期有延长趋势。

### 2012-2018年北上广深存量住宅出售月均价



### 2018年中国一线城市限购限贷政策

城市	限购		限贷	
	当地户籍	非当地户籍	首套房	二套房
北京	单身1套; 家庭2套	连续5年社保或 个税, 限购1套	无贷普宅首付 35%, 非普宅 40%; 有贷普宅首付 60%, 非普宅 80%	普宅首付60%; 非普宅80%
上海	单身1套; 家庭2套	连续5年社保或 个税, 限购1套	首付35%	普宅首付50%; 非普宅70%
广州	限购两套	五年内连续36 个月社保或个 税, 限购1套	无贷首付30% 有贷普宅首付 40% 有贷非普宅首付 70%	房贷还清者普 宅50%; 未还 清者普宅70%; 非普宅70%
深圳	单身1套; 家庭2套	连续5年社保或 个税, 限购1套。	无房无贷首付 30%; 在本市无 房但有房贷记录 首付50%	首付70%

来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

中国长租行业概述

1

中国长租服务行业的发展现状分析

2

中国长租服务行业的各细分领域发展分析

3

中国长租服务行业典型企业案例

4

中国长租服务行业发展趋势

5



# 中国传统租房行业的发展困境

## 长期市场自发运转，管理、服务与信用体系整体缺失

中国传统租房行业长期处于市场自发运行的状态，行业整体缺失标准化的行业规范体系，中间主要的发展困境表现为：1) 住房空置率偏高，房源多而分散，在房源端缺乏有指导标准的管理体系和标准化的房屋规格，房源与日渐多样化的租房人群之间长期处于匹配度不高的状态；2) 租房行业以中介服务为核心主体，缺失配套的租房服务体系，同时由于规范性不足，导致信息不对称、租住的撮合效率低，且有哄抬房租、强迫交易等“黑中介”问题屡屡发生；3) 用户体验长期没有得到足够重视，遭遇“黑中介”往往缺乏反馈通道，维权效果差，租房过程缺失有效的信用评价体系；4) 本质上为信息资源出售的传统中介收费模式在互联网信息时代已日渐陈旧，需要向服务型收费模式创新转变。

### 中国传统租房行业的发展困境



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

# 长租行业驱动力-政策顶层设计

## 政策层加大指导与监管力度，对长租行业的规范化与服务升级提出更高要求

自2015年开始，有关长租的政策红利不断释放，政策出台文件专门扶持租房租赁产业链的发展，并明确加快机构化、规范化租赁企业的发展。从2015年《住房城乡建设部关于加快培育和发展住房租赁市场的指导意见》，到中国首部专门针对住房租赁和销售的法规《住房租赁和销售管理条例》的推出，政府大力发展与规范租赁市场的态度十分明朗，对长租行业的规范化与服务升级提出更高要求。

### 中国长租行业的政策发展驱动力

时间	部门	政策文件/重要会议	内容说明
2015.12	中央经济工作会议	2015年中央经济工作会议公报	发展住房租赁市场。鼓励自然人和各类机构投资者购买库存商品房，成为租赁市场的房源提供者，鼓励发展以往住房租赁为主营业务的专业化企业。
2016.02	国务院	《关于深入推进新型城镇化建设的若干意见》	完善城镇住房制度。（1）建立购租并举的城镇住房制度（2）完善城镇住房保障体系住房保障采取实物与租赁补贴相结合并逐步转向租赁补贴为主。（3）加快发展专业化住房租赁市场。（4）健全房地产市场调控机制。
2016.03	国务院	《第十三个五年规划纲要》第三十五章	健全住房供应体系。（1）完善购租并举的住房制度。（2）促进房地产市场健康发展（3）提高住房保障。建立租购并举的住房制度，把符合条件的外来人口逐步纳入公租房供应范围。
2016.06	国务院办公厅	《关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》	明确培育和发展住房租赁市场，从顶层设计角度明确指出培育市场供应主体，并将加大政策支持力度。
2016.03	国务院	《2016年政府工作报告》	建立租售并举的住房制度，把符合条件的外来人口逐步纳入公租房供应范围。
2016.12	中央经济工作会议	《2017年中央经济工作会议》	要加快住房租赁市场立法，加快机构化、规模化租赁企业发展。
2017.05	住建部	《住房租赁和销售管理条例(征求意见稿)》	中国首部专门针对住房租赁和销售的法规，重点为如何保障租房人的权益。
2017.07	住建部等九部委	《关于在人口净流入的大中城市加快发展住房租赁市场的通知》	要求大中城市加快发展住房租赁市场，并把深圳、南京等12个城市列为首批试点。
2017.08	国土部与住建部	《利用集体建设用地建设租赁住房试点方案》	根据地方自愿原则确定第一批在北京、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。
2018.04	证监会与住建部	《关于推进住房租赁资产证券化相关工作的通知》	重点支持住房租赁企业发行以及其持有不动产物业作为底层资产的权益类资产证券化产品，推动多类型具有债权性质的资产证券化产品，试点发行房地产投资信托基金（REITS）。
2018.05	住建部	《关于进一步做好房地产市场调控工作有关问题的通知》	力争用3-5年时间，公租房、租赁住房、共有产权住房用地在新增住房用地供应中的比例达到50%以上。非房地产企业依法取得使用权的国有土地可作为租赁住房用地。
2018.06	保监会	《关于保险资金参与长租市场有关事项的通知》	明确了保险吸进参与长租市场的有关要求，明确了保险公司参投长租公寓项目的具体标准。
2018.06	住建部、公安部等七部门	《关于在部分城市先行开展打击侵害群众利益违法违规行为 治理房地产市场乱象行动的通知》	2018年7月初至12月底，在北上广深等30个城市先行开展治理房地产市场乱象专项行动，包括投机炒房、房地产“黑中介”、违法违规房地产开发企业和虚假房地产广告等四个方面。

# 长租行业驱动力-互联网赋能

## 互联网赋能传统长租行业，提高租住信息供需匹配、提升房源管理水平、创新用户服务方式

利好政策频发带动长租行业进入了快速发展时期，而互联网思维则开始颠覆原有租赁方式。从技术的层面促进长租领域新型商业模式的诞生与升级，长租品牌公寓的兴起、长租交易平台的产生与服务闭环创新，均是互联网赋能传统长租行业的入口，吸引互联网基因企业进军传统长租行业。在互联网+的背景下，信息精准匹配、构建交易信用、用户画像、服务痛点挖掘、房源标准化管理、支付金融、智能家居服务等各个层级前沿技术的应用，在降低运营成本的基础上，提升服务效率，创新服务模式，使链接长租上下游形成一条龙式服务闭环成为可能；在提高房源和用户的匹配效率的同时，更精确的满足用户的个性化需求。

### 中国长租行业的互联网技术驱动力



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

# 长租行业驱动力-用户体验

## 用户端租房体验的优化在长租企业提升竞争力中的权重上升，成为锻造口碑、沉淀服务价值的关键

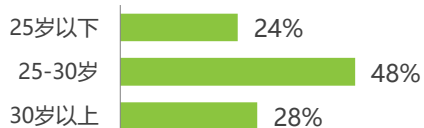
传统租房行业最大的痛点之一就是租房服务长期缺失，用户处于被动地位，租房体验处于水平以下；而在市场自发运作的时期，资源导向的特点使房源信息的垄断把持即能带来利润，多数长租市场参与者缺乏沉淀租房服务价值的动力。但随着政策和社会环境的利好激发了行业的市场竞争局面，资源导向向用户体验导向偏移，用户端租房体验的优化在长租企业提升竞争力中的权重上升，成为打造长租口碑、提升服务价值的关键因素；同时长租用户的多样化以及消费升级趋势导致租房需求的分化与升级，也为新时期长租企业的服务创新提供更多切入点。

### 中国长租行业的用户需求驱动力

#### 用户多样化

租房人群年龄分布范围扩大，80、90后是主力军，更多30岁以上的用户接受以租代买的生活方式，用户群体呈现多样化

中国城市租房人群年龄结构

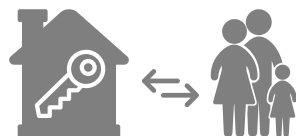


#### 需求分层

用户对长租的需求更加丰富和细化

**蓝领人群、白领人群、金领人群、家庭租房、养老人群**等不同群体的长租需求分层开始愈加鲜明

来源：艾瑞研究院自主研究绘制。



优化用户租房体验是  
锻造长租口碑，沉淀  
服务价值的关键

#### 消费升级

居民收入的增长影响用户的消费理念升级，消费支出逐年上升，消费者对品质和服务要求更高

2017年省市居民人均可支配收入TOP 6



#### 需求量升级

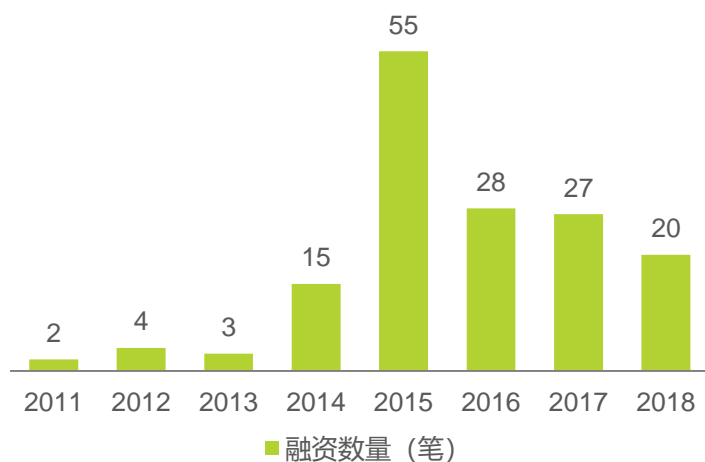
在消费升级时期，消费者随着城市化进程而带来的房屋需求量也不断升级。

# 长租行业驱动力-资本关注

## 资本市场保持热度同时向商业模式更加清晰的成熟企业倾斜

自2015年开始，资本的热情关注也是推动长租服务行业在近3年里快速崛起的推动力之一，许多长租公寓、互联网长租平台以及其他业态陆续出现，长租商业模式进入了创新升级阶段；但在这一时期，长租作为偏重资产并高度依赖于资金与地产资源的行业，资本的大量涌入在助推长租成为风口的同时，在对物业资源、人才资源的抢夺过程中也引发了局部过热的现象；再加上初期长租领域的盈利模式仍不甚清晰，2017年以来已出现多家长租公寓因为资金链断裂而宣布倒闭的情况。进入2018年，如何建立完善稳定的商业模式在部分优势企业当中已开始逐渐清晰，而资本市场保持热度同时，目光也向产品趋于成熟、更有盈利可能的企业倾斜。

### 2011-2018年中国长租行业融资数量



来源：IT桔子，艾瑞研究院自主研究绘制。

### 中国长租行业的获投典型企业

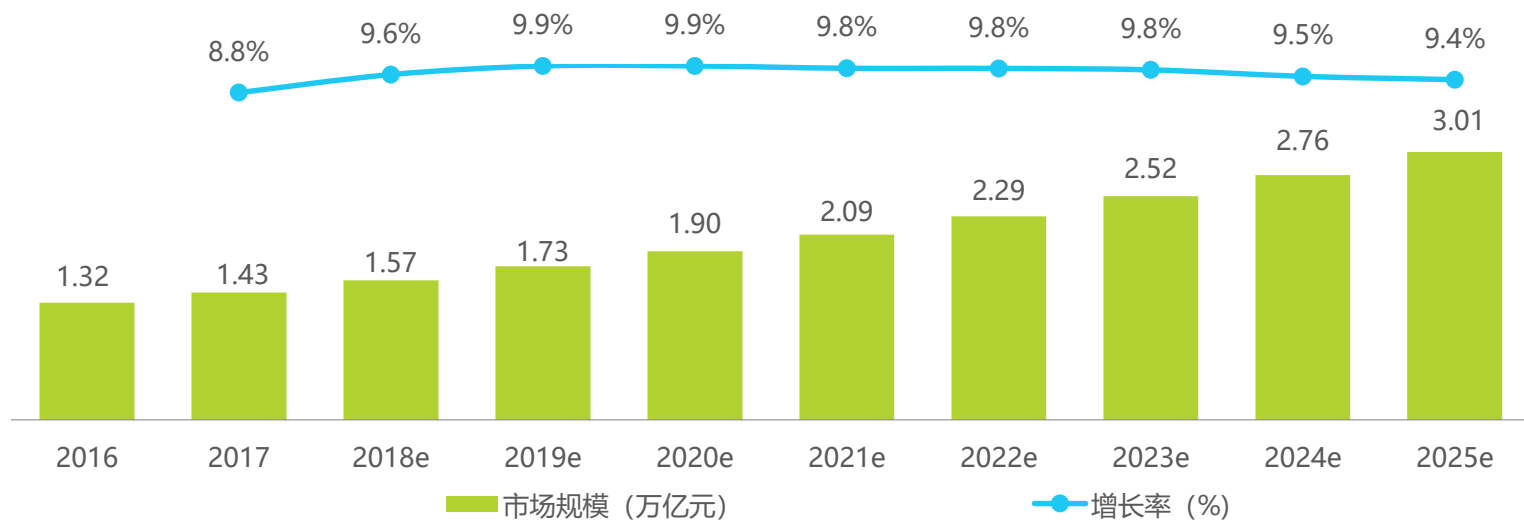
公司名称	最近融资时间	轮次	主要资方	融资总额
自如	2018/1/16	A轮	华平投资, 腾讯, 红杉资本中国	40亿人民币
蛋壳公寓	2018/6/6	B+轮	老虎国外, 华人文化, 高榕资本.....	14.38亿人民币
巴乐兔	2018/5/10	B+轮	DCM中国, 天图投资, 众为资本	6亿人民币
优客逸家	2018/5/10	C轮	经纬中国, 君联资本.....	14.72亿人民币
青客公寓	2018/4/17	C轮	凯欣亚洲投资, 摩根士丹利	5.7亿人民币
乐乎	2018/6/4	B轮	顺为资本, 翰同资本, 鸥翎投资	3.5亿人民币
蘑菇租房	2017/12/30	C+轮	巨人网络, 云锋基金, 蚂蚁金服	7.78亿人民币

# 长租行业市场规模测算

## 中国长租市场规模持续增长，预计在2025年将达3万亿

艾瑞推算认为，2018年中国长租行业市场规模预计达1.57万亿元水平，同比增长9.6%。未来几年中国长租行业的市场规模将保持持续增长的势头，预计在2020年其市场规模或将达1.90万亿元，2025年将达3.01万亿。中国长租行业增长主要原因如下：1、全国流动人口的规模在2017年约2.44亿人，随着城市化进程的继续以及重点城市人才吸引政策红利的激励，在未来几年人口流动性将大概率被激活，呈现上升趋势；2、2013年《中国流动人口发展报告》显示流动人口家庭中租住私房的比例平均为67.3%，在长租政策利好的带动下，这一比例将持续扩大；3、随着可支配收入的提升，城市人口对居住体验和租房服务提出更高的要求，长租行业参与者也将拓展更加多样化、高质量的长租产品，平均租金收入也将随之持续上升。

2016-2025年中国长租市场规模预估



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。



# 长租行业主要细分领域

## 长租公寓、长租平台以及其他相关支持服务为主要细分领域

长租行业进入快速发展期后，细分领域也逐渐涌现诸多创新商业模式。除了传统房产中介领域之外，目前长租行业主要包括三个方面的细分领域，分别是机构化房源供应服务的长租公寓、互联网长租信息网站或服务平台以及与长租行业相关的支持类服务：1) 长租公寓是房源的机构化供应、管理和运营服务，从运营模式来看分为集中式公寓和分散式公寓；2) 互联网长租信息网站或服务平台则承载着信息交互、供需撮合、创新服务模式等职能，是链接房源端与用户端的重要载体，在长租行业中正在发挥越来越重要的作用，从属性来看可分为综合分类信息网站租房版块、房产中介网站租房版块、综合房产信息网站租房版块以及个人和机构房东直租平台四类；辅助服务主要体现在支付服务、租赁金融服务、智能硬件供应支持等多个方面。

### 中国长租行业主要细分领域



# 中国长租房源结构

## 品牌公寓占比仍少，机构类市场主体发展空间巨大

从中国长租房源性质结构的角度来看，房屋租赁市场房源供给呈现大而散的格局，一般业主出租的C2C模式居多，机构房东的B2C模式快速增长。2018年预计全国出租房屋整体在7500万间规模水平，其中B2C模式机构房东房屋持有量总共约在2500万间左右水平，占比约在1/3，其中头部规模型品牌公寓的占比约2%，其余为长尾分布的中小型机构房东。相比发达国家成熟租住市场中机构房源占比约70%以上的量级，我国机构房东租赁市场有待继续开发。

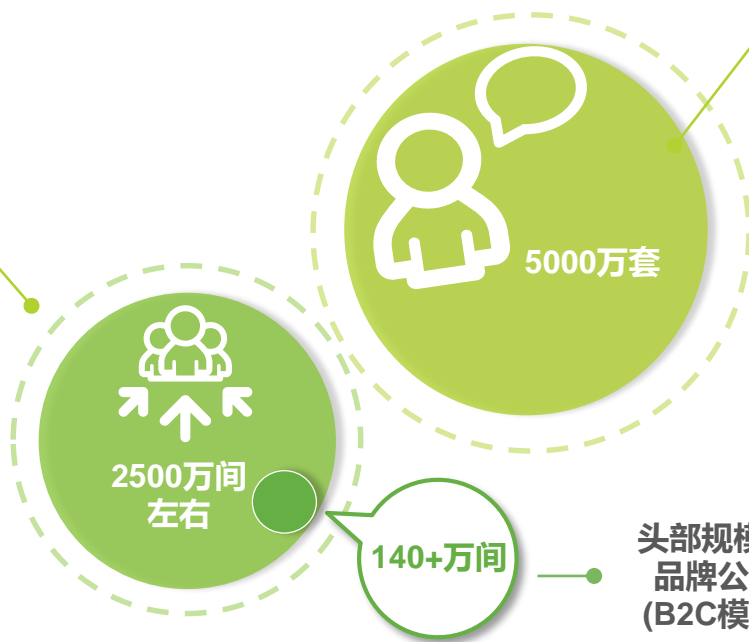
### 中国长租房源结构

#### 机构房东 (B2C模式)

具有合法包租权的经营性房东（个人或公司），与租客签署合同。头部规模型长租公寓可视为机构房东中的品牌主体。

#### 一般业主出租 (C2C模式)

通过中介、长租网站、传统渠道发布信息，由业主与租客进行合同签署。另外，由于业主房源整租为主，与日益增长的年轻人合租需求错配，业主将房源转给机构房东经营的趋势加速



#### 头部规模型 品牌公寓 (B2C模式)

集中式公寓主要由开发商和机构房东提供房源，以商业用地、工业用地为主

分散式公寓主要由机构房东和一般业主提供房源，以住宅用地为主



# 产业链与企业图谱

## 房源端巨头与鱼群共存，服务类企业各显其能激烈竞争

### 2018年中国长租服务行业产业链&典型企业图谱



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

中国长租行业概述

1

中国长租服务行业的发展现状分析

2

中国长租服务行业的各细分领域发展分析

3

长租公寓

3.1

长租平台服务

3.2

其他长租服务

3.3

中国长租服务行业典型企业案例

4

中国长租服务行业发展趋势

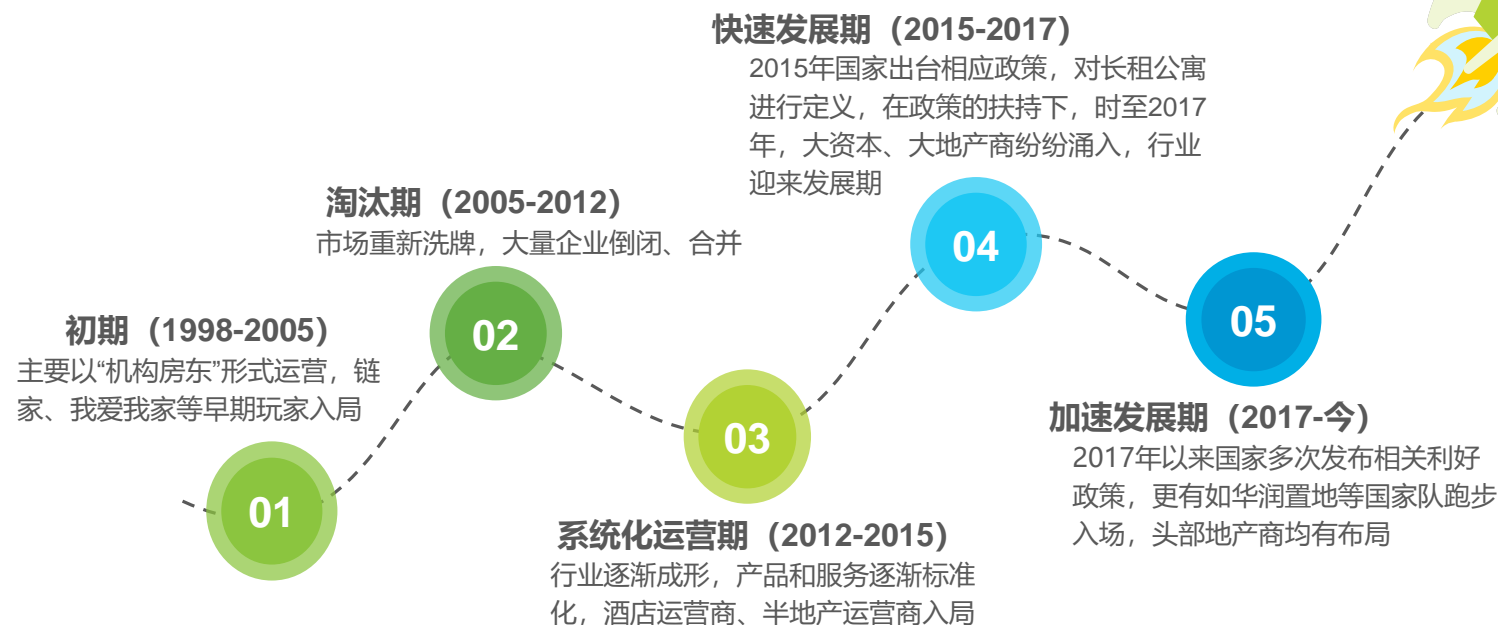
5

# 长租公寓发展历程与行业变化特征

## 巨头入局+政策导向长期推动长租公寓发展

中国长租公寓行业发展经历了4个阶段，1998-2005年为初期，从业者主要为行使“机构房东”业务；2005-2012年行业迎来了淘汰期，大量企业倒闭、合并，市场重新洗牌；2012-2015年为系统化运营期，机构房东租金水平、服务水平逐渐上升，部分现阶段的规模型公寓品牌开始形成；2015年国务院出台《关于加快发展生活性服务性行业，促进消费集中升级的指导意见》，将长租公寓定性为生活性服务行业，按照生活性服务行业给予政策支持，长租公寓进入发展期，酒店运营商、地产巨头纷纷入场，国家队也开始布局，在大而散公寓服务中开始形成品牌化的格局。

### 长租公寓发展历程



# 头部规模型品牌公寓运营模式与特点

## 中国长租公寓主要分为集中型和分散型两种运营模式

中国长租公寓主要分为集中型和分散型两种运营模式，其中集中式公寓因为装修设计前卫、社区化服务丰富和适当的管理半径，吸引年轻群体居住，但由于房源获取难的问题，往往位于偏远位置，房屋空置率较大，运营商的风险较高，因为前期投入大，目前多适用于一线城市；分散式公寓空间自由度大，但由于房源分散、户型不一，管理半径大，为了保证足够的用户体验，需要投入较大管理成本，但在充分的服务水平基础上，其灵活性使市场拓展效率更加快速便捷。

### 集中式和分散式长租公寓模式对比

对比维度	集中式长租公寓	分散式长租公寓
房源获取	通过收购、包租、与开发商合作、独立开发等多种方式获取整栋物业	房源主要来自分散个人业主，通过签订长期包租合同（3-5年）包租运营
运营特点	重资产&轻资产	轻资产为主
物业性质	商业、工业、集体土地性质	住宅为主
房源位置	房源获取难度较高，一般位于相对偏远的位置	房源相对分散，产品层次相对丰富
现金流	前期资金投入较大	前期资金投入较小，且可通过控制租金支付频率来实现滚雪球式包租
管理成本	容易产生规模效应，后期的管理成本较低	规模较大时需要强大的管理系统支持，人力成本较高
业态特点	标准化程度较高，公共空间较多	房源区位和形态差别较大，公寓标准化程度较低，一般没有公共空间
服务	社区化服务，在公共区域配置娱乐休闲设施，便于组织面对面的线下活动	区域分散，提供给租客的公共服务相对较少
出租方式	整体出租，不同户型容纳人数不等	分间散租和整租结合
盈利关键点	回收周期和成本控制	服务力量、房间分布、翻新、空置期间的成本

典型企业示例



魔方公寓  
MoFang Apartment



泊寓  
PORT APARTMENT  
城市青年家

冠寓  
我家我自在



世联红璞  
HOMEPLUS  
Youtha 有巢



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

# 长租公寓主要参与者与行业格局

## 玩家丰富，各有优势，市场处于抢占份额扩大规模的阶段

长租公寓商主要由大量中小型机构房东、大型开发商、中介服务类、酒店类、创业类企业为主。其中，中小型机构房东是指，具有合法包租权的经营性房东（个人或公司），其在长租公寓领域体量最大，但却呈现长尾且分散的格局分布，他们虽然不像品牌公寓提供标准化服务，但仍然能满足广泛用户租房的一定需求；开发商类服务商掌握大量资源和资金，拥有硬性先发优势；中介类、酒店类、创业类服务商则在获客渠道、经营管理、商业模式上有着各自的优势。另外国家大力推广长租市场，从政策层到土地出让环节，国企介入的大趋势也已十分明朗。目前行业还未出现龙头企业，所有市场参与者都在扩大管理规模抢占市场份额的阶段。国内B2C模式机构房东房屋持有量总共约在2500万间左右水平，其中头部规模型品牌公寓大约仅在140+万间左右，未来在整体租赁房源供应量中占最大比例的仍是长尾的中小机构房东。

### 中国长租公寓主要市场参与者

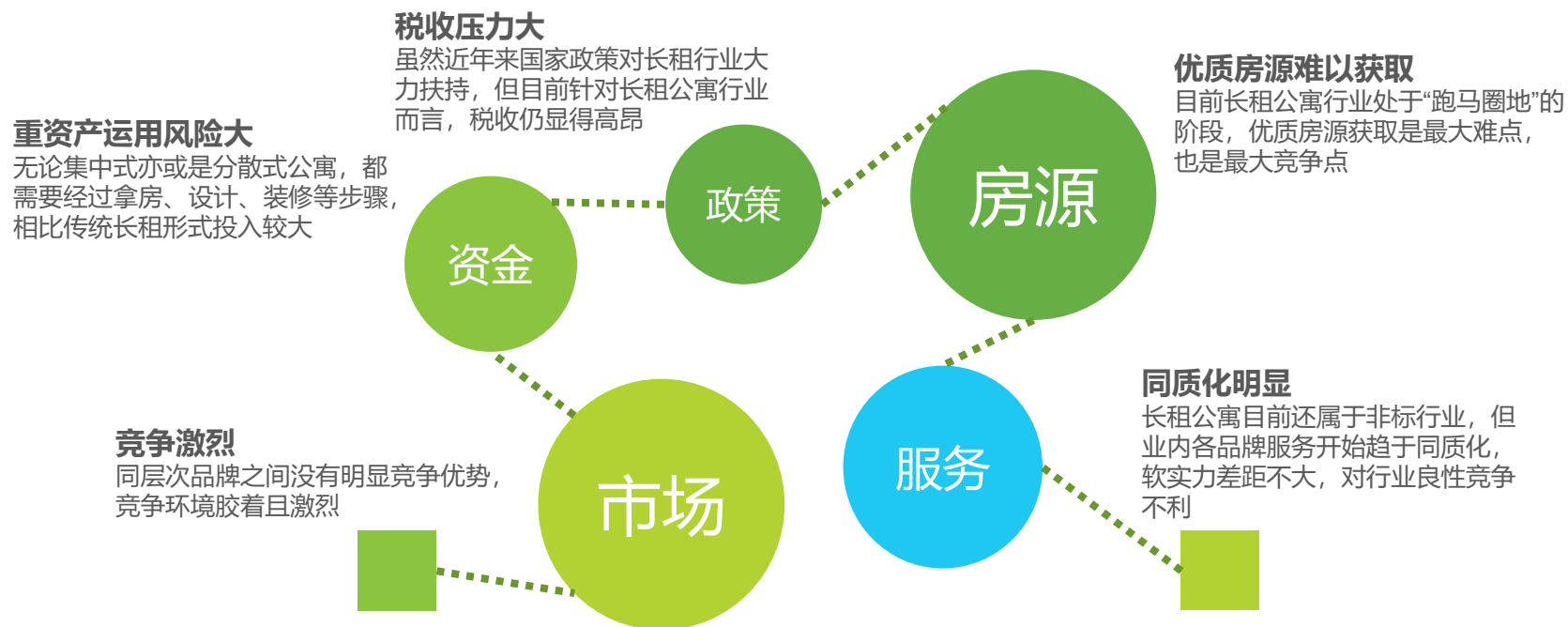


# 长租公寓行业发展痛点

## 道阻且长，机遇与挑战共存

目前长租公寓主要面临5大制约因素，市场方面，行业参与者众多，但市场占有率都不高，处于抢占市场份额阶段，并且各有优势，同阶层企业间拉不开差距，竞争激烈；资产方面，资源与价格之间的矛盾难以协调，房源获取是行业最大难题，核心一二线城市优质地段拿房成本高，偏远位置房屋空置又无法避免；资金方面，国内长租公寓主要以重资产运营方式为主，缺乏退出机制，融资渠道稀少，目前国内头部长租品牌公寓基本处于“烧钱”阶段，租金回报率较低；同质化服务导致品牌竞争力减小，对差异化和精细化的需求，也是行业的发展痛点；政策方面，虽然2015年以来政策倾向明显，但行业税收优惠力度较小，相比新加坡、香港地区、台湾地区免征税政策，中国大陆仍有待发展。

### 中国长租公寓行业痛点分析



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

# 长租公寓核心竞争力分析

## 资源规模、品牌打造、系统化管理、资金链顺畅、降低空置率

长租公寓核心竞争力主要为5个要素：规模是目前行业的主要竞争力，更是品牌公寓的核心竞争力，拥有更多的房源渠道，更优的资产配置将使企业占有更大优势；系统化，是企业竞争的软实力体现，租房流程线上化和运营流程管理标准化，是实现系统化运营的有效方式；品牌，是企业竞争拉开差距的关键，中低端公寓溢价能力低，在竞争中处于劣势；加强企业资金链的管理，保持顺畅，防止断裂，是维持企业稳定发展的保障性因素；空置率是影响企业生死的关键，在房源选取和应季营销方面应谨慎，对于集中式长租公寓尤为关键。长租公寓企业在制定战略时应有阶段性倾向，随着企业成长，关注倾向应呈现“规模→资金链→空置率→系统化→品牌→规模→……”式循环向上的结构，每一环中品牌树立都是阶段性目标，比对自身成长阶段选择正确的关注倾向，将使企业发展得更健康良性。

### 中国长租公寓核心竞争力及阶段性关注倾向分析



随着企业成长，关注重点应向品牌化倾斜（倾斜不等于只专注一项），整体呈循环上升趋势

中国长租行业概述

1

中国长租服务行业的发展现状分析

2

中国长租服务行业的各细分领域发展分析

3

长租公寓

3.1

**长租平台服务**

**3.2**

其他长租服务

3.3

中国长租服务行业典型企业案例

4

中国长租服务行业发展趋势

5

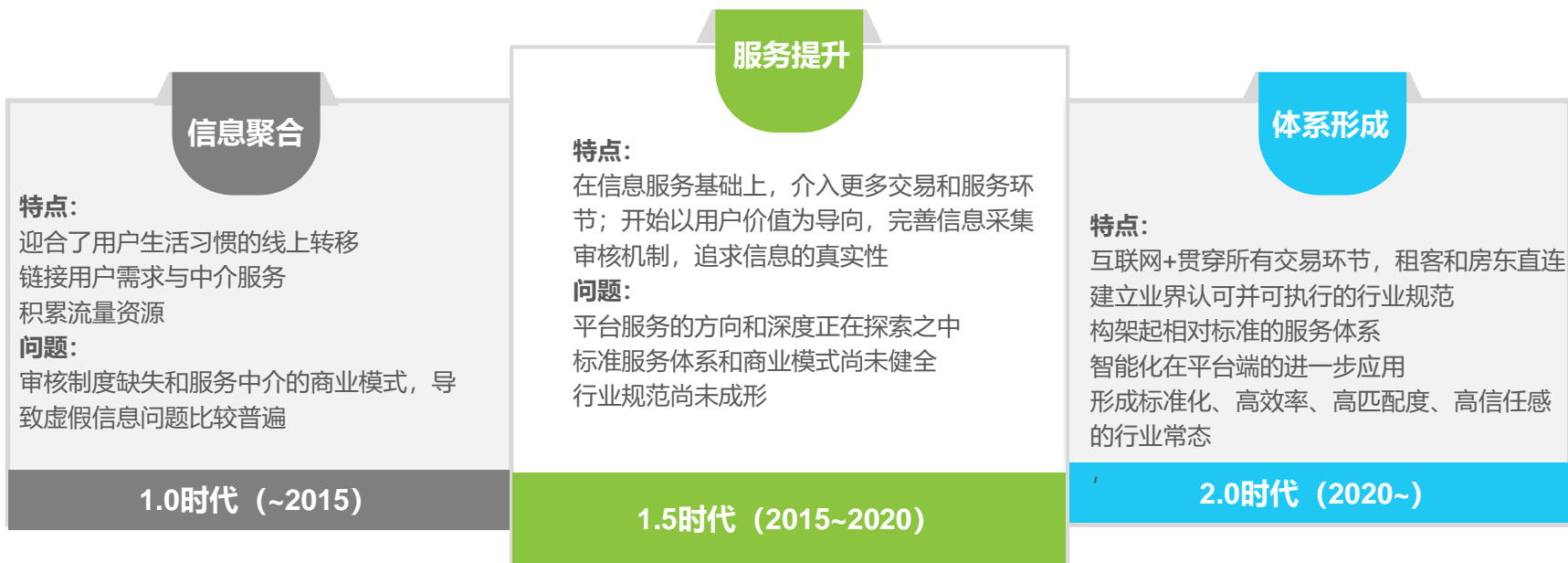


# 互联网长租平台服务发展历程

## 从1.0时代向2.0时代过渡的服务提升期，体系化是大方向

互联网长租平台的发展历程也是“互联网+”对长租行业提升赋能并深度融合的历程。2015年以前，长租平台长期处于信息聚合的1.0时代，互联网迎合了用户生活习惯的线上转移，长租平台一方面为用户方提供了房源信息，另一方面也通过中介服务给房源端带来了流量，但由于信息审核制度的缺失，虚假信息问题难以从根本上杜绝。2015年以后，政策利好，行业快速升级，长租平台不再满足于信息聚合的作用，进一步延伸运营链条，填补租房前中后各个阶段的服务空白，提高租房体验；在1.5时代的发展基础上，未来长租平台终将进入相对成熟的体系化运营阶段，更好的服务于房源与用户两端，重构租房产业链，形成标准化、高效率、高匹配度、高信任值的租房服务体系，促进市场认可的行业规范形成。

### 中国互联网长租平台服务发展历程



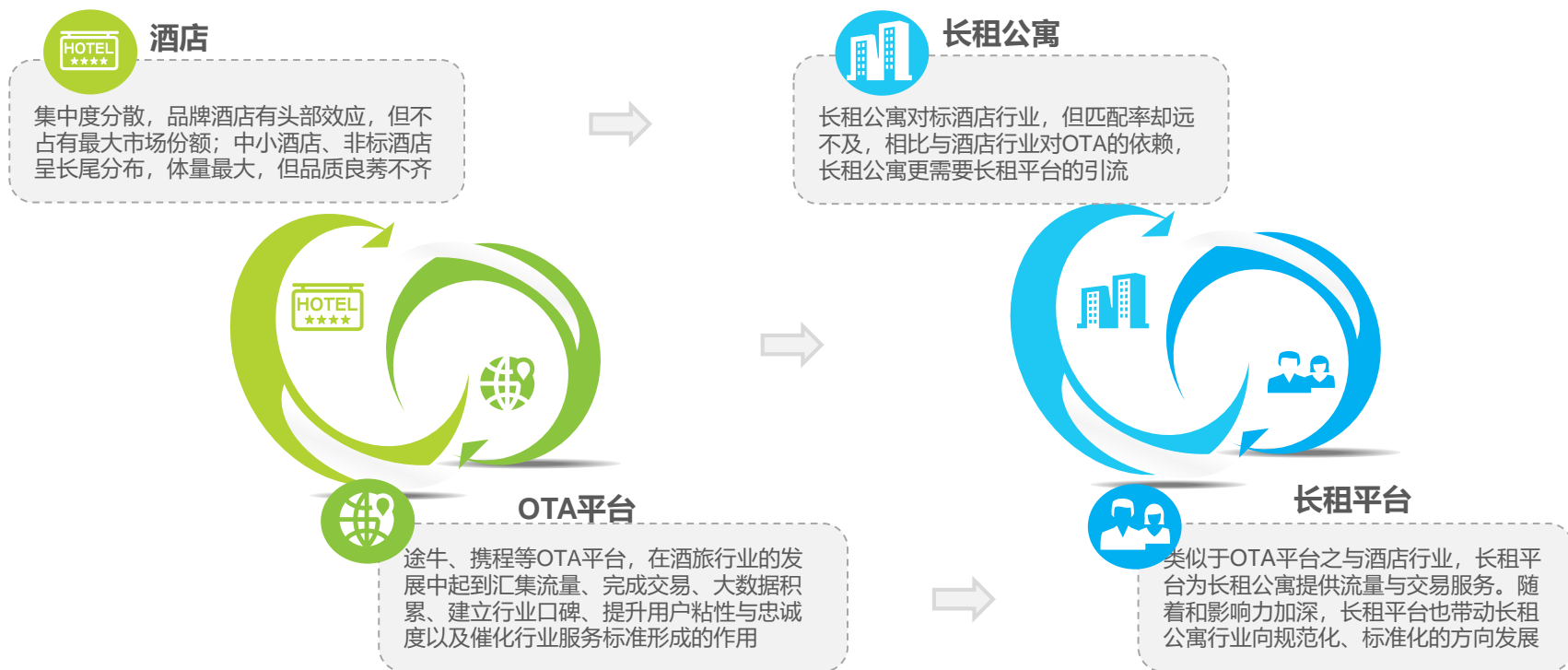
来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

# 长租平台与长租公寓服务的生态关系

## 两个赛道在供需匹配和行业标准形成上相互补足，合作紧密

长租平台和长租公寓是密不可分的合作关系。目前行业上游房源供给呈现大而散的格局，但现阶段的长租供需匹配效率远不及对标的酒旅行业，因此，长租公寓与长租平台的合作就显得尤为重要。长租平台与长租公寓的关系和OTA与酒店行业的关系极其相似，长租平台可以为公寓解决客源问题，协调公寓与租客间的供需关系，在提高交易效率的同时，降低交易成本，在带有交易性质的平台上还能直接完成交易，快速匹配成交。此外长租平台通过对房源的整合提供标准化、规则化的服务，这也催化长租公寓行业向规范化发展；而优质的公寓房源为平台带来满意的用户体验。

### 长租平台与长租公寓的生态关系



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

# 长租平台服务发展前期痛点

## 虚假信息难杜绝、供需匹配差、服务不充分、盈利模式单一

互联网长租平台主要链接房源端与用户端，提供真实的房源信息以及租房前中后期服务，但在发展过程中虚假房源信息一直难以杜绝，租客对平台信息多持警惕目光，市场信心不足；长租住宅房源具有非标性特点，当前平台服务集中在租前阶段，租中及租后期的服务尚不完善，平台运营链仍然有丰富的延伸空间；行业特性影响互联网长租平台前期过于依赖信息与流量进行盈利，盈利模式单一，从长久看来与行业的快速发展并不匹配，平台需要进行商业模式及服务创新，挖掘新的赢利点。

### 中国互联网长租平台服务行业发展痛点



#### 虚假信息影响市场信心

真实房源问题，一直没有得到更好的解决，市场信心不足，租客对平台的投诉屡见不鲜。

#### 房源与租客匹配是难题

与酒店住宿不同，大多数长租住宅房源多属于非标产品，户型、面积、年限、设施、装修等不尽相同  
需求与供应之间的匹配问题主要体现在多样化用户需求与多样化房源的匹配问题，尤其是日益增长的单间、合租需求无法被满足的现状

#### 租客服务的不充分 租后服务仍缺失

平台服务多局限在租赁前期，在租中后期，多缺少平台的作用。

#### 盈利点少，盈利模式单一

平台长期以流量引入为主要盈利点，盈利模式单一，从长久来看与行业的快速发展并不匹配，平台需要创造更多的盈利点。

# 互联网长租平台类型与行业参与者

## 不同基因的参与方推出各类平台产品，平台赛道潜力巨大

行业的热潮吸引了产业链上下游不同行业基因的众多参与方，出现了功能和风格各异的平台产品：以58同城-租房版块为代表的分类信息网站，是最早的互联网长租平台形式之一，在长期的信息服务中建立起稳定且庞大流量群体，支付宝、咸鱼等应用也从支付和流量方面切入长租市场；租房行业原住民之一的传统房地产中介企业在自有拓展的业主房源信息基础上，扩展租房网站业务；由房产机构或中介企业发展而来的房产网站，推出包括租房在内的综合房产信息服务；近几年蓬勃发展的互联网长租创业企业，以服务、技术和创新商业模式为核心逐渐形成平台领域的一方新势力。

### 中国互联网长租平台主要行业参与者与平台类型

#### 大型互联网企业

大型互联网企业将长租作为网络信息服务的一个重要部分

##### 分类信息网站-租房版块

58是出现最早期的互联网长租信息网站之一，主要为租客和中介服务，在长期的信息服务中，建立起稳定的庞大流量群体；支付宝和咸鱼在最近两年利用支付和流量上优势也切入长租行业



#### 传统地产中介运营企业

长租行业领域的原住民之一，最早进行长租行业信息互联网化的企业类型，在自有房源信息基础上，继续扩大信息化、标准化程度、延伸线上服务

##### 房产中介网站-租房版块

房产中介企业自行建立的租房网站，其形式与综合房产信息网站类似，但房源多为自主拓展的业主房源或自主品牌公寓



#### 综合房产服务企业

由房产机构或中介企业孵化，或自行发展而来的房产网站，多以房地产基因来融入互联网技术为全房产交易类型服务。而租房服务亦是业务之一

##### 综合房产信息网站-租房版块

多包括新房、二手房、租房、资讯工具等多种房产信息服务在内的网站，租房多是其中次于新房、二手房交易的第三版块



#### 互联网创业企业

互联网+租房 的创业公司纷纷从不同服务角度切入，以服务和技术的核心，形成与传统长租网站的差异化竞争

##### 个人和机构房东直租平台

以长租服务为核心的平台，多种服务切入角度以及多种商业模式，多以服务、技术和创新商业模式为核心，是互联网长租平台的新业态

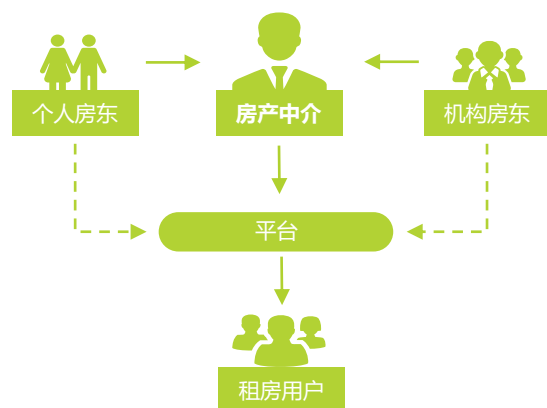


# 分类信息网站-租房服务

## 以信息聚合为主要功能，拓展更广泛的功能

以58同城为典型代表的综合分类信息网站，是长租行业最早的线上信息服务形式之一。租房业务是其众多生活信息服务的重要版块之一，最早以租房信息聚合发布为主要功能，积累了稳定而庞大流量群体；长期以来多以房产中介企业为主要服务对象，在用户和房产中介之间建立起信息链接同时实现引流。互联网巨头阿里巴巴则在支付宝和闲鱼APP上线租房版块，各自以支付和C2C来切入长租领域。一方面，服务对象向个人房东、机构房东、品牌公寓、转租扩张；另一方面，服务功能上更加精细化、丰富化，重视用户体验与反馈，在房东资质等方面有了审核机制。

### 中国分类信息网站-租房服务基础运营模式和特征



	分类信息网站-租房服务
业务功能	以信息聚合为主要功能
服务对象	以房产中介为主，现阶段亦开始有服务于个人房东、机构房东的平台
平台特点	流量大、有用户规模基础
基础商业模式	端口费
典型企业代表	58同城 赶集网 支付宝 闲鱼

#### 优势

长租行业最早的服务形式  
积累了大量房产中介客户  
积累了庞大流量

#### 劣势

虚假信息难以完全杜绝  
租住流程中的场景把控和服务缺失  
租住两端中间环节多

#### 趋势

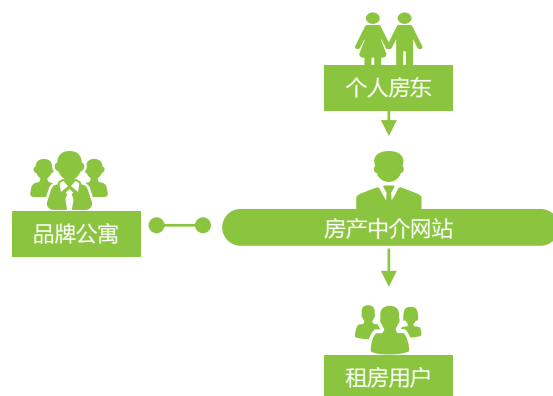
扩张服务对象  
优化和丰富商业模式  
加强平台服务环节



# 房产中介网站-租房板块

## 房产中介自主搭建的长租平台

作为房产行业中的原住民之一，房产中介类企业在其长期行业积累的基础上，自行搭建的房地产信息平台，平台多包括新房、二手房、租房、资讯工具等多种房产信息服务在内，在住房买卖长期处于优势交易的时期，租房板块多是房产中介服务中次于新房、二手房交易的第三板块，其房源多来自于中介自主拓展汇聚的房源，或者中介自主品牌的长租公寓，但规模受限于中介企业的自身规模。典型代表包括链家、我爱我家等中介企业的官方网站。

### 中国房产中介网站-租房板块基础运营模式和特征



	房产中介网站-租房板块
业务功能	信息聚合与呈现
服务对象	服务于自主业务
平台特点	依托房产中介机构自主开发个人业主房源与品牌公寓 业主房源相对真实，但缺少房态维护
基础商业模式	租房服务费用
典型企业代表	 

#### 优势

大型中介有品牌背书，拥有品牌效应

#### 劣势

规模受限于中介企业的自身规模  
租后服务相对缺失  
中小型中介缺少对租住流程中的场景把控  
中介费用较高

#### 趋势

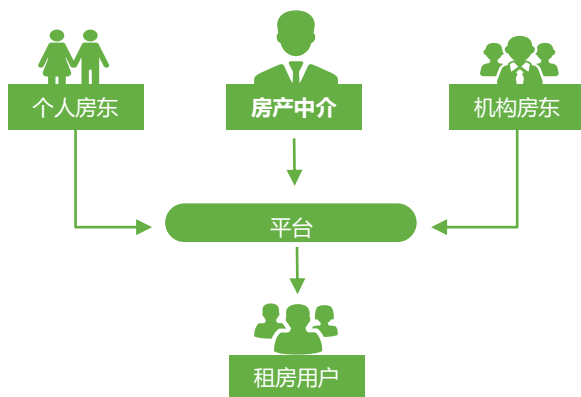
提升机构实力，扩大规模和品牌影响力  
切入房源管理，在品牌公寓方面布局

# 综合房产信息网站-租房板块

## 房地产基因融合互联网技术

综合房产信息网站也是相对早期出现的线上服务形式之一。综合房产信息网站包括了分类信息网站和房产中介网站的特点，在定位上，综合房产信息网站与分类信息网站类似，属于第三方平台信息服务，服务对象主要包括房产中介、机构房东、少量个人房东等；与房产中介网站类似，平台聚焦于房地产类信息，业务领域多包括新房、二手房、租房、资讯工具等多种房产信息服务。一般来说，这类平台多由房产中介企业孵化，或自行发展而来的独立互联网+房产企业，以房产基因融合互联网技术商业模式在咨询、研究、数据等方面进行深度拓展。

### 中国综合房产信息网站-租房版块基础运营模式和特征



	中国房产信息平台-租房版块
业务功能	信息聚合，撮合服务
服务对象	房产中介，机构房东（品牌公寓）
平台特点	互联网或地产中介背景 多渠道房源的第三方平台
基础商业模式	端口费，如咨询、研究其他B端服务
典型企业代表	

#### 优势

服务商大多实力雄厚  
在行业咨询、研究等方面深度拓展

#### 劣势

虚假信息难以完全杜绝  
面向租客的服务仍在建立当中  
中介费用较高

#### 趋势

加强平台的服务环节  
与优质房源加强合作  
中介费较高  
提升租户体验

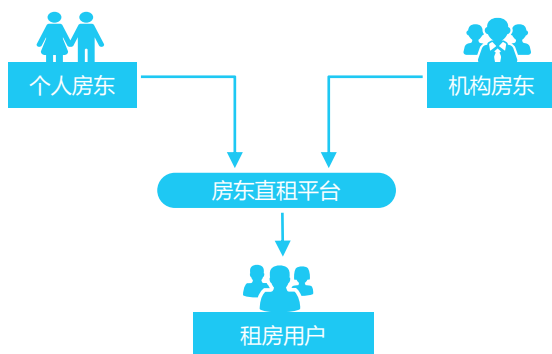


# 个人和机构房东直租平台

## 从不同长租需求点切入，服务模式多样，差异化竞争

个人和机构房东直租平台多伴随着2010年之后Web 3.0时代而出现，强调去中介、服务定制化、互动性和深入场景的应用服务，站在用户角度，重视用户间应用体验的分享。在互联网+思维的进阶中，互联网房东直租平台也诞生了新兴服务业态。个人和机构房东直租平台以长租服务为核心，重视用户体验，从不同用户需求点切入，以解决行业痛点为目标，创新发展多种商业模式，在强调撮合服务的同时，也强调服务定制化+标准化的长租服务，形成与传统长租平台的差异化竞争。在信息基本服务的基础，个人和机构房东直租平台亦发展出具有交易属性的平台，拥有电子合同签约、交租付费、交易双方互评、基于交易的全程服务保障和信用体系等功能。

### 个人和机构房东直租平台基础运营模式和特征



	个人和机构房东直租平台
业务功能	撮合服务，标准化交易流程，规范租住服务
服务对象	以服务房东，尤其是机构房东为主
平台特点	重服务路线，从不同长租需求切入 服务理念和模式不尽相同， <b>可为分信息平台和交易平台</b>
基础商业模式	流量、管理、撮合、装修家居、金融、SaaS服务等
典型企业代表	交易属性平台：  巴乐兔 baletu.com  蘑菇租房 信息属性平台：  嗨住 hizzhu.com  ZUBER  海链

#### 优势

免中介费，降低用户选房成本，提升效率  
专注于租房领域，创新商业模式  
房东直供下房源真实性高  
标准化交易流程，建立租房信用体系

#### 劣势

多为互联网创业起家，正在成长  
各家服务内容不同，发展不均衡

#### 趋势

租客逐渐向去中介化的服务平台迁移  
租售分离，租房平台专业化是趋势



# 互联网长租平台服务行业竞争力

## 流量规模、品牌口碑、标准化体系、差异化服务

长租平台服务的核心竞争力主要为4个要素：流量规模仍是长租平台的主要竞争力，租户流量可以为资源精准匹配、用户需求画像、服务挖掘、营销推广等方面提供足量数据，是平台端的基础优势；品牌口碑是在竞争中脱颖而出的利剑，行业尚未成熟的情况下，品牌口碑将很大程度影响消费者决策；标准化体系是服务效率和技术融合的侧面表现，标准化是行业发展过程中的竞争着力点；差异化服务是在同质化相对明显的市场竞争中占据有利优势的必要因素，商业模式和服务的创新升级是吸引新客户维护老客户的良好途径。此外，未来机构房东供给侧将会发展快速，对于长租平台来说是一个有利的促进因素，将会成为整条赛道的一个竞争优势。

### 互联网长租平台服务行业竞争力体现

#### 租房用户端大流量

**流量规模**仍是目前长租平台的主要竞争力，积累更多的租户流量，在资源精准匹配、用户需求画像、服务挖掘、营销推广等方面使企业占有更强的数据基础

#### 标准化体系

**标准化体系**覆盖租房服务环节中各个场景，包括房源管理的标准化、租房流程的标准化以及用户服务的标准化等多个方面的建设，建立贯穿租前、租中、租后的高效平台服务体系

#### 品牌口碑

**品牌口碑**是长租平台保持长久生命力的信任保障。口碑打造和稳定是企业竞争能拉开差距的关键因素，提供真实房源有助于品牌口碑的树立

#### 差异化服务

**差异化服务**长租平台在全链条控场景的基础上，进行商业模式的创新，是在同质化相对明显的市场竞争中占据有利优势的必要因素，在金融、家居、家政、生活社群服务等租房中后期寻找差异化服务切入点，创新商业模式



中国长租行业概述

1

中国长租服务行业的发展现状分析

2

中国长租服务行业的各细分领域发展分析

3

长租公寓

3.1

长租平台服务

3.2

**其他长租服务**

**3.3**

中国长租服务行业典型企业案例

4

中国长租服务行业发展趋势

5

## 长租行业进入金融深化期，多方介入开展不同类型金融服务

在国家政策的支持下，我国长租市场正迎来金融深化的变革。面对消费者租金压力大、机构房东拿房时的资金需求，以及重资产运营者的现金流紧张等问题，长租市场需要引入更多的金融思维、金融潜力以及资源整合的能力，租赁金融是未来的发展核心之一。面对上述问题，目前银行、互联网机构、房东直租平台给出了相应金融手段以满足需求。银行面向开发商提供了REITs、CMBS以及租赁住房开发贷款等服务，面向消费者也提供了个人租赁住房贷款；互联网机构以支付宝芝麻信用为代表的产品，已在尝试为消费者提供免租房押金等服务；房东直租平台以巴乐兔、房司令等平台为消费者提供房租分期付款等租赁金融服务，其中以巴乐兔为代表的平台还面向优质机构房东提供资产增持及发展资金扶持。

### 中国长租行业租赁金融相关服务

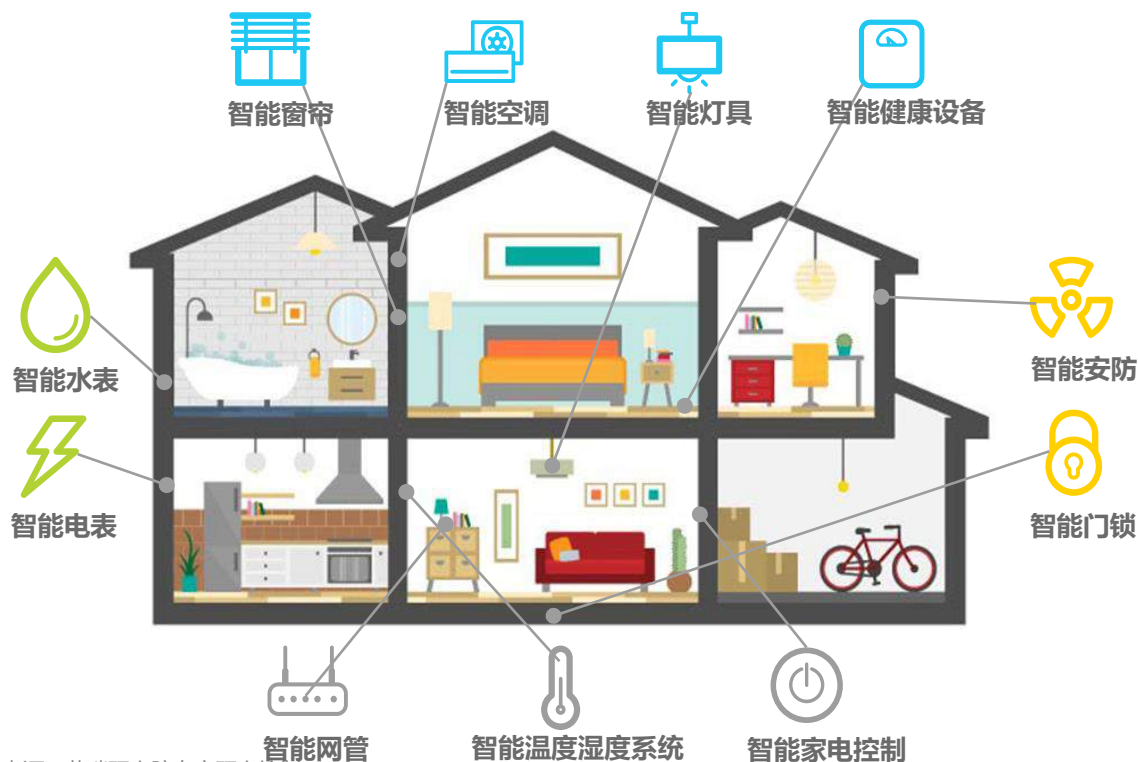


来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

## 长租公寓是智能硬件类产品的重要商业场景

精细化服务是长租公寓的核心竞争力之一，而目前市场中各品牌服务同质化显现明显，行业需要有切实的突破点。智能家居和长租公寓有着天然的匹配性，近年来，智能家居行业发展迅猛，产品出货量高速增长，品类也是不断丰富，在应用性和时尚性方面博得了大量年轻人的喜爱。在此背景下，长租公寓或许是商用领域中最适合智能家居产品的应用场景。智能家居能够提高租房用户的消费体验、优化长租公寓的运营管理，并有助于逐渐建立长租一体化服务体系。

### 中国长租行业智能家居的应用



#### 提高租房用户体验

长租公寓中智能家居的应用可以使租客的居住体验得到大幅提升。方便，安全，科技，时尚，对年轻的租客更有吸引力。

#### 优化长租公寓的运营管理

长租公寓可以将智能家居的应用系统镶嵌进公寓的运营体系当中，进行安全监测、提升运营效率、降低维护成本。

#### 一体化服务体系的建立

智能家居、长租公寓以及互联网平台应用，渗透进租房过程的方方面面，扩大服务范围，逐渐建立起一套一条龙的租房服务体系。

来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

中国长租行业概述

1

中国长租服务行业的发展现状分析

2

中国长租服务行业的各细分领域发展分析

3

中国长租服务行业典型企业案例

4

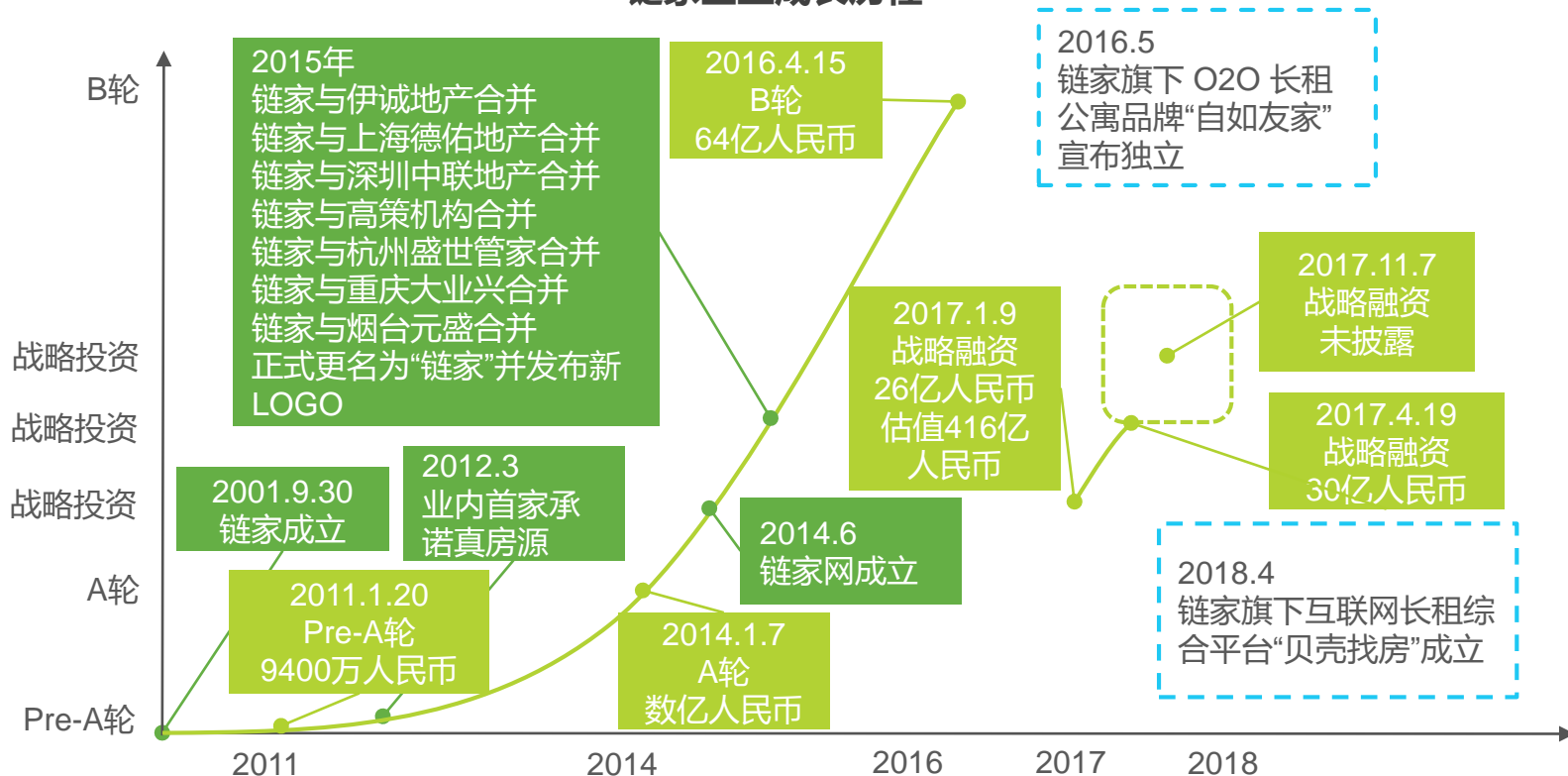
中国长租服务行业发展趋势

5

## 从房产中介出发，成为头部互联网综合房产服务商

链家自2001年成立至今，已经成为涵盖28个地区，全国门店数量约8000家的头部互联网综合房产服务商。面对未来的发展，链家正处于一个剥离子事业群的状态，长租版块内容全部剥离到自如品牌范畴；网络服务方面则成立贝壳找房，意图打造面向全行业的服务平台。将集团化服务拆分是为了把各细分赛道做细，用合理的资源配置达到最优效果。

链家企业成长历程



贝壳找房继承和升级了链家网在大数据方面的优势与能力，通过链家ACN网络解决房地产中介行业“无房无客”的痛点。ACN经纪人合作网络主要包括三部分，即以房源流通联卖为核心的“房”的合作网络、以跨店成交比管理为核心的“客”的合作网络和以信用分管理为核心的“人”的合作网络，通过资源共享的方式形成良性生态。贝壳找房通过研发和应用VR看房等创新技术手段，为消费者提供更好的服务体验，还搭建了服务者的信用评价体系，为消费者甄选优质服务商，通过营销、经营、供应链、技术、数据、金融、交易等各角度的赋能，让优质服务者和品牌在平台生态中得以更好的发展。

## 39



## 线下门店作为坚实入口，网站、呼叫中心多渠道服务体系

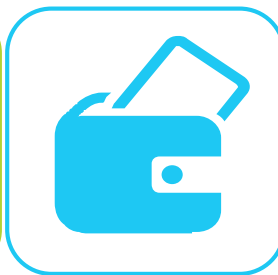
我爱我家依托扎实的线下业务基础，建立“网站、门店、呼叫中心三网合一式的企业发展模式”，推出集WAP手机版网站、APP、微信公众服务平台等多渠道的移动房产综合服务平台体系。我爱我家集团在全国的17个大中型城市，拥有深入社区的连锁门店3500余家，专业的房产置业顾问服务团队5.5万余人，面向广大个人消费者提供包括新房交易、二手房经纪、房屋租赁、房屋资产管理和海外房产交易等房地产全产业链的综合性一站式服务。依托房屋资产管理服务推出相寓产品，相寓是我我爱我家集团旗下从事房屋资产管理业务的专业业务品牌，在产品端相寓推出了针对中高收入白领群体的相寓PARK、针对家庭整租客户的相寓HOME、针对年轻合租客群的相寓ROOM和针对商旅短租客户的相寓INN等多种产品。推出“信用租房，房租分期”服务，提供信用租房服务，减轻租客押金压力。

### 我爱我家租房产品结构

**海量信息对接海量需求-**  
租房、二手房、新房、海外房产  
海量房源；租户、买家、业主服  
务对接



我爱我家



**相寓PARK-**  
针对中高收入白领群体

**选房卡-**  
多组找房需求统一管理，无需多  
次登录重复输入选房条件，有符  
合条件房源上线提醒，不会错过



**相寓HOME-**  
针对家庭整租客户

**地图找房-**  
附近房源一目了然，地铁找房、  
画圈找房、通勤找房，使用便捷



**相寓ROOM-**  
针对年轻合租客群

**内容频道-**  
房产知识、锦囊妙计、小区测评、  
有好房，更多内容满足客户需求



**相寓INN-**  
针对商旅短租客户



# 58同城租房

## 标准化服务，经纪人评价跨平台显示

58租房是58同城旗下分业务，背靠信息海量的58同城标准化服务平台，在此基础上，58同城推出品牌公寓安居客，包括在长租房源展示方式、租客选房模式、价格体系分级、长租品牌管理系统开发服务等方向不断优化升级；持续推进和国内优质开发商、公寓运营机构开展各类深度合作，搭建长租公寓发展生态，进而为用户提供更标准化、多层次、服务有保障的长租市场服务。未来58同城、安居客将继续推进租房产品改版，进一步提升服务品质，其重点方向包括：租金的金融服务、担保支付服务、个人房东服务等；以及配置更多技术开发、平台建设资源，提供更加完善、精细化的服务。此外，58集团加大全行业协作力度，围绕租赁市场持续开展平台建设、数据支持、信息化服务等各种形式的合作。

### 58同城租房产品结构



覆盖上，包含640城、55万楼盘小区、2.5亿户室的房源基础信息，进而为房源信息的验真提供有力支持；  
品类上，“房源全息字典2.0”将从住宅扩展到商业地产；  
内容上，“房源全息字典2.0”对每套房源的信息承载量升级

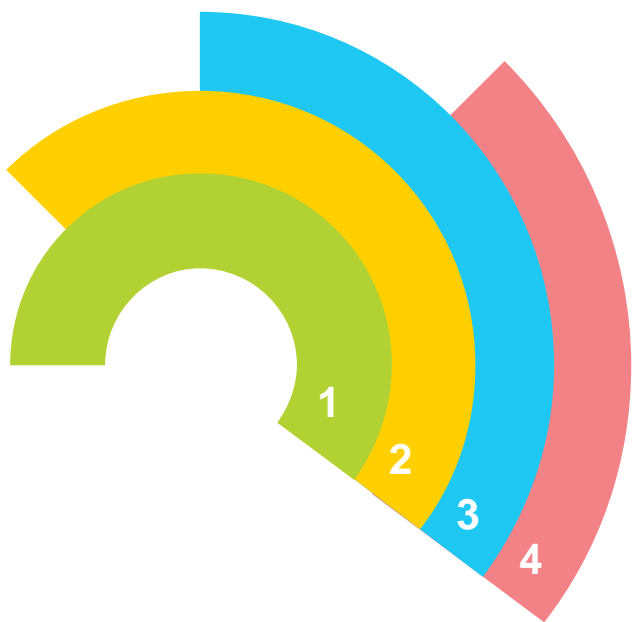
借助微聊、安全通话等连接工具，为交易多方在保障隐私的前提下提供高效率、多节点的实时沟通服务，同时通过独创的“临感”全景看房技术向找房用户提供“如临其境、感同身受”的看房体验，显著提升看房和交易效率

向找房用户提供针对经纪人、房地产企业、品牌公寓的全方位服务质量评价，安选十大服务保障”为买房用户提供风险保障服务，覆盖选房、看房、签约、交易、过户等买房全流程

## 大数据定位精准租客，月付、金融产品减轻租房客负担

房天下租房集团在全国27城市为近千万客户提供专业的租房服务，实现了在移动端预约看房、合同签署、房租支付等功能，节省租赁双方的交易成本。2017年在房源信息的真实度和租客业主的双向服务上，进行了技术创新和升级。通过大数据手段为业主推荐更精准的租客，同时为租客提供最新的月付产品。房天下租房集团致力于对业主和租客的双向服务，正在逐步打造成专业、权威、技术领先的全新租房平台。

### 房天下租房产品结构



#### 二手房媒体集团

二手房媒体集团以搜房帮、无线搜房帮、租房帮、网店经纪行业房源挂牌服务模式，为房地产经纪人提供网络营销推广服务。随着大数据和AI人工智能技术的发展与应用，搜房帮推出房源顾问、周边顾问。



#### 二手房加盟平台

依托房天下大平台，为加盟商提供网站平台、交易系统、金融权证和培训服务、推广、交易系统房源共享在内的9大支持，并在加盟商人员招聘、日常管理、作业流程以及金融产品、市场分析等方面提供后期支持和业务拓展支持，为加盟商实现无忧经营服务。



#### 平台集团

以开放内容和购房者大数据与用户画像为切入点，推出内容开放聚合平台“房产圈”、房源智能鉴别体系“优选房源”、内容分发“千人千面”等技术和产品，依托算法革命和技术进步，建立完善全国楼盘房源数据库。



#### 金融集团

房天下金融先后获得小额贷款、融资性担保、商业保理等金融牌照。为客户提供一站式精准综合金融服务，解决平台用户的资金需求。

# 巴乐兔-高擎租客体验，运营好房东

## 机构房东和房源规模领先的租房平台，验证商业闭环；去中介的一站式服务；建立行业标准，提高交易效率

巴乐兔围绕租房全链条展开全流程服务，包括将复杂房源参数化，100%实景拍摄和采集，为租客和房东提供供需精准匹配、落地带看撮合成交、电子租约保障、两端场景金融。巴乐兔将长租交易中的场景服务标准化，如建立交易双方的互评机制、信用体系、在线申诉沟通机制，作为居间方通过电子租约为交易双方提供租后全程履约保障。同时，巴乐兔帮助房东优化租前、租中、租后的运营流程，提升其经营效益，降低经营成本，如催租服务、客服服务、基于淡旺季的智能房源定价等。此外也提供免费SaaS工具帮助进行日常经营管理。目前平台已经为几万个B端机构房东提供导流和带看服务，将流量倾斜给优质服务和及时响应租客需求的房东，运营出依托平台的优质房东，建立行业标准；通过完整细致的运营，保障租客体验，同时提升房东效益，实现平台的综合竞争力提升。

### 巴乐兔产品结构

#### 机构和个人房东直连租客，提供服务

去中介模式，房源包括机构房东，品牌公寓，个人业主，囊括北京、上海、深圳等城市的个人房源。

#### 房源产品电商化，多元参数精准描述

专业验房团队100%实景拍摄和采集；房源参数多样细致，提升在线选房效率；维护房态保持准确。

#### 好评房东机制

租客评价房源和房东服务，累积房东信誉，影响房东房源排序和资源分配。将租客价值与房东效益绑定；选房阶段，选房同时可按评价选房东。



#### 建立行业标准

建立阳光收费、租满退押、租期内保障等行业标准，升级租客体验和行业形象。

#### 一APP在手，解决所有租住需求

在线付租，租约、账单、生活缴费、智能设备、在线投诉、转租再租等均可在APP上完成。

#### 房租可月付

告别“押一付三”租金一月一付，减轻租房压力；同时提升房东出租转化率。

#### 租后履约保障

以平台电子租约作为履约依据，平台监管交易双方，保障履约效果。

## 从技术服务切入助力房东端的信息、管理与营销

蘑菇租房以技术角度切入，其工具类产品“蘑菇伙伴”为房东提供SaaS管理系统，房东将房屋和已有租赁信息录入系统后，系统将会提供智能化管理，租赁到期、应付房租都会及时提醒，房东每一天的经营情况都会清晰有序。此外，空置房屋系统将自动捕捉，在蘑菇租房平台上进行展示。承租便下架，空置便展示，过程中不用人工操作，因此也保障了房源的真实性。蘑菇租房还为租客提供了金融服务、在线找房、预订、签约、支付、售后服务、衍生配套资源等租房服务。2018年7月中旬，蘑菇租房还将推出房东营销工具——租光光，房东可以通过租光光打造专属店铺，甚至发布租房优惠券，体验电商式租房。

### 蘑菇租房产品结构

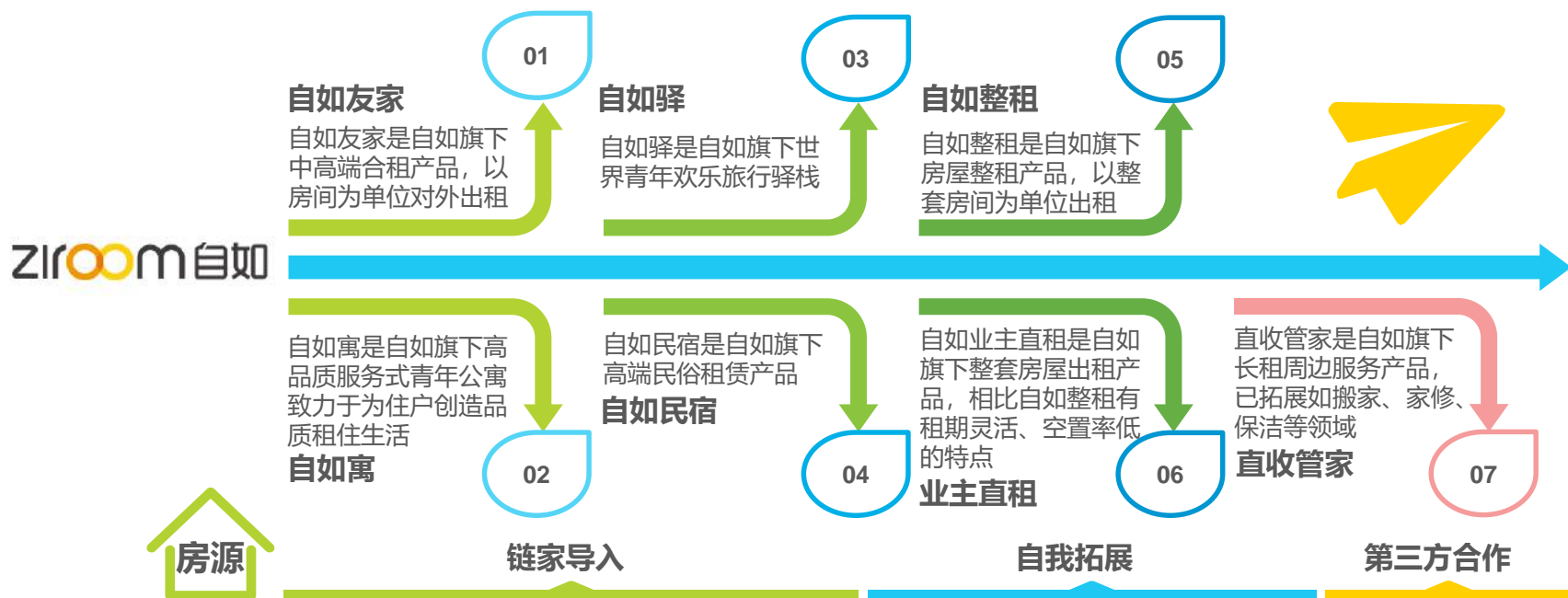


来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

## 六大产品线，优质房源+周边服务打造头部长租公寓品牌

2016年5月自如由链家分拆独立成立北京自如生活资产管理有限公司。目前，公司旗下拥有自如友家、自如整租、自如寓、自如驿、自如民宿及业主直租六大产品线。其中，自如友家为其长租公寓主打品牌。2016年，公司年租金达90亿元，在公寓行业内具备较强实力。自如将自身托管的业主房屋进行出租，是一种不持有物业的轻资产运营模式。从房屋来源看，自如的包租房源主要分三个部分：链家导入、自我拓展及与第三方合作。其大多数房源依赖链家经纪人挖掘与推荐，2017年自如成立直收部门开始注重直收。在该模式下，自如积极延展周边服务与产品如搬家、家修、保洁、租房分期等服务。

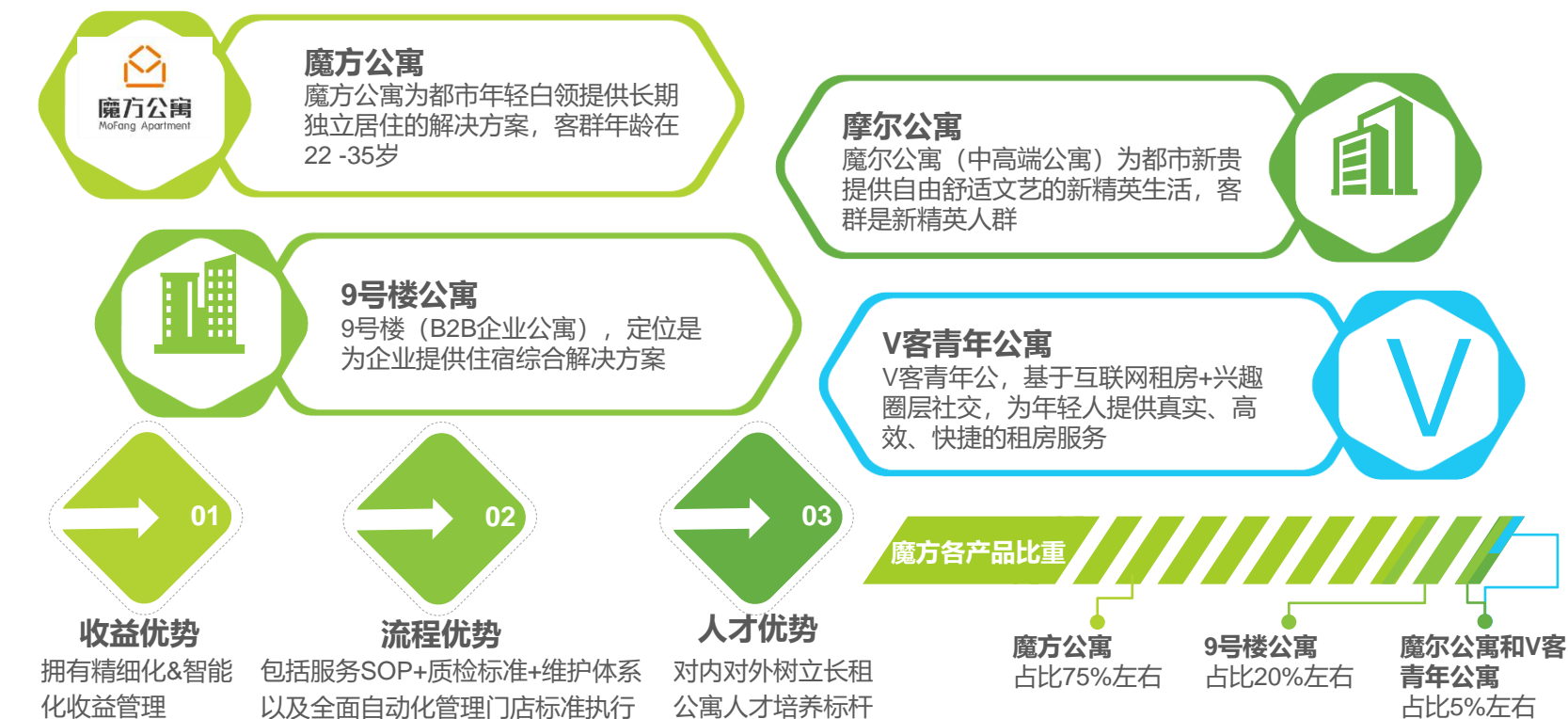
### 自如产品结构



## 规模相对领先的集中式连锁长租公寓运营商

魔方公寓是中国长租市场中规模相对领先的“连锁长租公寓”运营商。当前拥有近300家门店，房间数量约4.7万间，分布在北京、上海、广州、深圳、南京、武汉、苏州、杭州、成都、郑州、青岛、镇江、厦门、西安、无锡等20座城市，2018年预计增加房源5至8万套。目前，魔方旗下已经形成了魔方公寓、魔尔公寓、9号楼公寓、V客青年公寓等系列公司子品牌，切入租赁领域的各个细分市场，为城市白领、精英、企业员工等各类人群提供多种租住解决方案。

### 魔方公寓产品结构



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

## “1+9”特色业务围绕公寓组建社区化立体服务

有巢为华润置地旗下致力于解决城市租住需求，提高租住品质，创新租住体验的长租公寓业务。是响应国家大力发展住房租赁市场，践行央企社会责任，实现“住有所居”的具体实践。有巢依托华润集团多元化业务优势，推出“1+9”特色业务，围绕公寓组建社区化立体服务。根据租户客群特点，调研需求，有巢还推出Y.O.特色服务，使租客间产生良性互动。此外，有巢充分利用互联网和人工智能，从硬件、软件和生态多维度打造3i智慧社区。通过华润置地在住宅开发及商业运营领域多年的深厚积淀，有巢在多类型存量资产改造和租赁用地开发方面具有先天优势和成功经验，目前已进行全国范围23城，4万间的战略布局，面向北上广深为代表的一二线城市开展业务。

有巢公寓产品结构



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。



中国长租行业概述

1

中国长租服务行业的发展现状分析

2

中国长租服务行业的各细分领域发展分析

3

中国长租服务行业典型企业案例

4

中国长租服务行业发展趋势

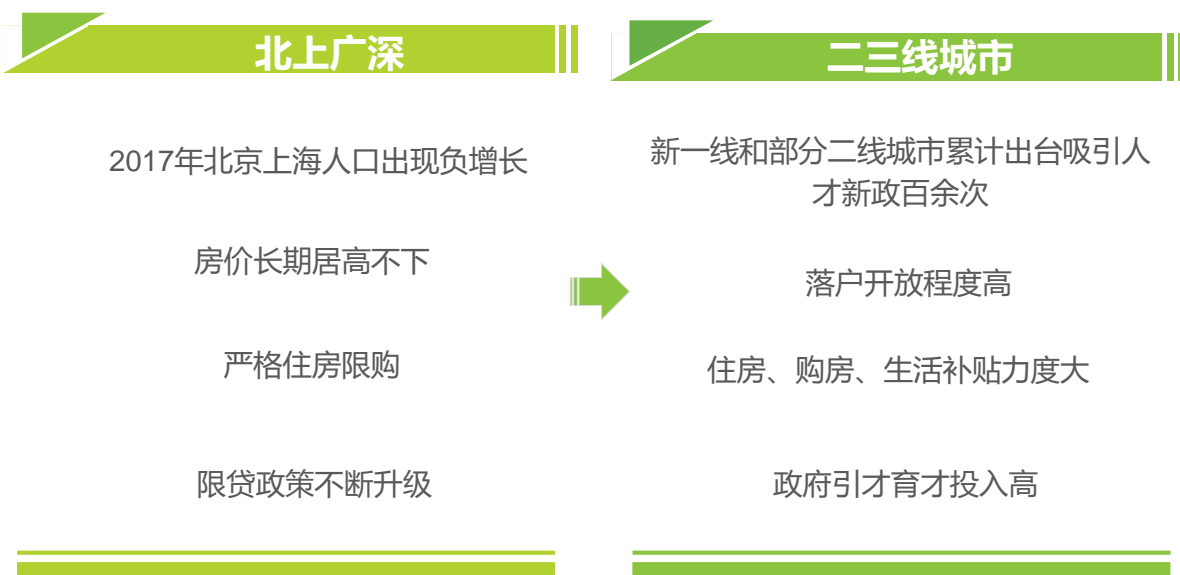
5

# 用户流动-向二三线人才流入城市渗透

## 一线城市是核心地区，政策和经济牵引行业向二三线城市渗透

北上广深超大型一线城市在未来较长的一段时间内仍然是长租行业的最主要战场，但一线城市市场的高房价和大城市病存在一定的人口挤出效应；同时在人才引入政策和经济快速发展的牵引下，部分二三线城市和呈现出明显的人口流入动态，如杭州、长沙、重庆、西安、武汉等城市都为人才流入提供了大量便利，同时地方长租政策不断出台并落实，市场信心增长，充分利好长租行业发展向非一线城市的渗透与扩张，未来逐渐增多的资源优势型二三线城市及其辐射地区将是长租行业的重点覆盖方向。

### 中国长租人口流动趋势



**杭州：**《关于印发杭州市加快培育和发展住房租赁市场试点工作方案的通知》2017.08

**长沙：**《长沙人才新政22条》2017.08

**重庆：**《关于印发重庆市引进海内外英才“鸿雁计划”实施办法的通知》2017.04

**西安：**《西安市人才安居办法》2017.12

**武汉：**《关于加强大学毕业生安居保障的实施意见(试行)》2017.10

# 长租公寓-伴随激烈竞争的规模扩张

## 多方激烈竞争促使中国长租行业在未来十年中的快速成熟

长租公寓是长租服务行业的核心关键领域，目前行业处于各家品牌跑马圈地阶段，还未出现龙头企业，但随着市场不断打开，优质房源和精细化服务会成为竞争壁垒，目前，分散式公寓因轻资产运营和房源灵活性强等优势，成为行业突破口；但各家房地产巨头在集中式公寓方面均有长远布局，未来随着公寓社区化不断完善，城市交通延展式发展，集中式公寓也将拥有巨大市场空间。从整体来看，长租公寓的长尾形态明显，中小型机构公寓多而分散，拥有较强生存优势，在未来将继续整合零散的个人业主房源，预计整体机构化房源的份额在未来会快速上升至70%以上，其中头部长租公寓成长至3-5%的占比。对标酒店行业，长租公寓领域未来会是头部品牌+长尾格局，巨鲸和大量鱼群共存。

### 长租公寓未来趋势

行业快速发展



需求市场庞大



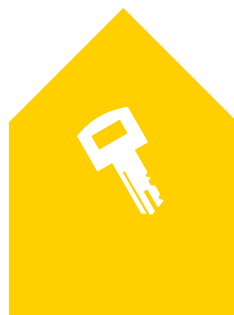
行业竞争激烈



巨头入场



长尾机构长期存在



多方激烈竞争促使中国长租行业在未来十年中的快速成熟

# 长租平台-长租服务体系的搭建

## 服务闭环的打造体现平台竞争力，商业模式快速更替升级

互联网+赋予长租平台在服务黏合方面的天然优势，快速寻找服务空白并迅速建立起体系，形成一整套在租房服务方面的规则。作为服务商，对于房东用户，在引流的同时，提升产品、技术、咨询、营销等多方面服务；服务长租下游租房用户，以用户体验为出发点，提供带看、信息、租赁金融等多方面服务；在服务上达到真正意义上的供需深度匹配。服务和运营能力是未来长租平台的核心竞争力，随着用户对租房体验需求的提高，平台商业模式由资源信息导向向用户服务导向快速更替升级，链接上下游打造服务闭环、建立一整套服务标准体系，将是未来长租平台长远发展的必然趋势，也是各类型平台的竞争热点。

### 中国互联网长租平台服务闭环



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

# 关于艾瑞



在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码  
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

# 法律声明

## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

# 为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询