

2018年中国企业热点舆情事件监测分析报告之 自如甲醛房事件



艾媒咨询
iiMedia Research



艾媒舆情
iiMedia Public Opinion Consultation



目录

- 1 2018年自如甲醛房事件背景分析
- 2 2018年自如甲醛房事件舆情监测
- 3 2018年长租公寓其它问题盘点
- 4 总结



2018年自如甲醛房事件背景分析

2018自如甲醛房舆情事件

2018年8月31日，一篇来源微信公众号的《阿里P7员工得白血病身故，生前租了自如甲醛房》的文章刷屏。文章称，阿里员工王某今年1月租住自如的房间，仅仅半年后患急性髓系白血病身故。王某去世后，其妻对王某所活动的工作及生活场所进行了检测，在其租住的自如房间中发现甲醛严重超标。

8月31日 ● 一篇来源微信公众号的《阿里P7员工得白血病身故，生前租了自如甲醛房》的文章刷屏。

9月1日 ● 自如对此发声明称，公司十分重视并立即安排与王先生家属联系，跟进相关事宜。自如官方微博发布公告称，从9月1日起下架全国九城全部首次出租房源，待CMA（中国计量认证）认证机构检验合格后再行上架。

9月3日 ● 一条有关“自如甲醛房”退租后加价再出租的消息被疯转。

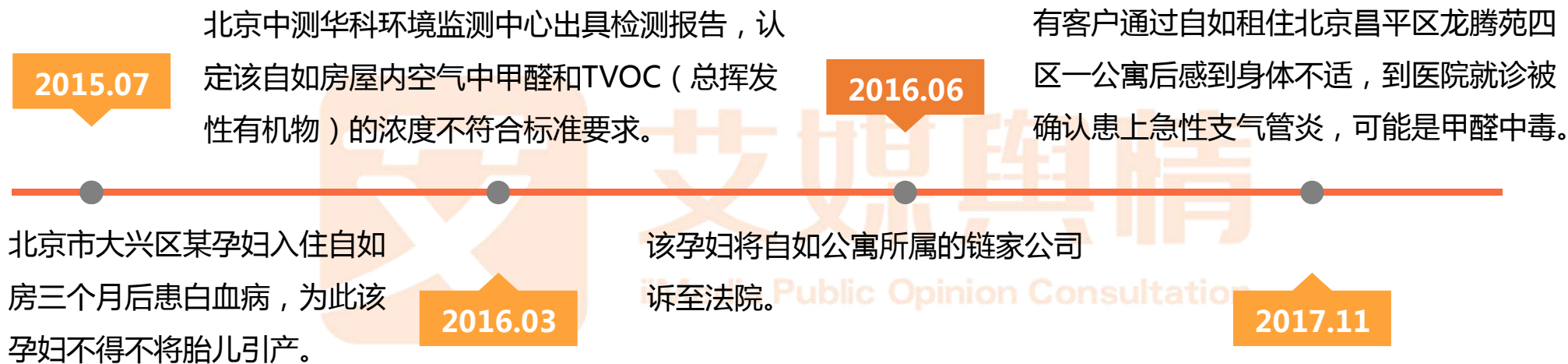
9月6日 ● 自如CEO熊林接受第一财经《中国经营者》专访，就“甲醛房”问题诚挚道歉，并承诺以后自如出租房要把检测报告放在网上。

自如甲醛房的解决方案遭消费者吐槽

自如承诺的解决方案	消费者的吐槽点
无条件退租、换租	租户需要结清已经发生的房租和服务费用
提供免费的空气质量治理，经检验合格后再入住	可能需要花费1至3个月的时间，这段时间租户需要自己解决住宿问题
90天品牌空气净化器无偿使用	空气净化器所产生的电费需要由租客自行承担

资本逐利令甲醛超标成为自如的长期顽疾

自如甲醛超标问题由来已久



自如甲醛超标——为省成本，装修好放两三天就租，房租涨两成

2017年12月13日，新华社调查报道《谁来为房客的健康呼吸“买单”？——自如出租房“甲醛超标”风波追踪》，曝光链家旗下自如租房平台在收房后快速装修出租，部分租客入住后疑因甲醛超标致身体不适的情况。根据新华社记者对自如在北京多套出租房屋的实地调查，某“自如管家”承认，“为了控制成本，装修好的房屋一般最多放置三天，然后就挂牌出租了。”自如的房屋租赁价格较同等普通租房，高20%左右。

媒体和网民情绪偏负面，自如面临信任危机

艾媒大数据舆情监控系统数据显示，自如言值指数为23.6，网民情绪偏向负面。多家媒体批评自如，自如面临市场、媒体和消费者的信任危机。

2018年8-9月自如言值指数



言值为媒体评价和网友评论的综合指数，以50为基准，分数高于50则正面舆论较多，分数低于50则负面舆论较多

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统 (yq.iiimedia.cn)

监测时间截至2018年9月21日12:00

艾媒报告商城用户176****1700专享 尊重版权，严禁篡改、转售等侵权行为



财经 > 产经 > 公司新闻 > 正文
Finance.china.com.cn

自如“甲醛门”背后众生相：恐慌与逃离 信任崩塌

2018年09月17日08:30 中国经济网

新闻爆料:finance@china.org.cn 电话:(010)86111111

凤凰网财经 > 财经滚动新闻 > 正文

媒体评自如房甲醛超标：链家的工匠精神哪去了？

新浪科技 > 自如再陷甲醛超标风波专题 > 正文

新闻 > 刘编东室报

专家谈自如甲醛超标：影响市场信任 给运营商敲警钟

事件引发全社会对逾2亿租房人士的安全担忧

随着房价上涨和首次置业门槛的提高，越来越多年轻人主动或被动选择租房，流动人口和毕业大学生是住房租赁市场的主力军。自如甲醛房事件引发社会各界对房屋安全质量问题的担忧。

2017年中国流动人口中需要租房的人数

1.7亿+



2018年中国应届高校毕业生人数

820万+



数据来源：艾媒咨询，国家人口计生委，教育部



2018年自如甲醛房事件舆情监测

自如甲醛房事件引爆社会舆论热度

2018年8月17日，长租公寓运营商自如被炮轰哄抬房租抢占房源，自如成为舆论热点，接着，9月1日，一篇《阿里P7员工得白血病身故，生前租了自如甲醛房》文章刷屏引爆关于自如的社会舆论热度。



数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iimedia.cn），监测时间截至2018年9月21日12:00

甲醛超标问题成为舆情热点

2018年8-9月，长租公寓行业部分企业相继爆发哄抬房租、租房贷和甲醛超标问题，其中，媒体报道甲醛超标问题较多，甲醛超标问题成为舆情热点。

2018年8-9月同类舆情事件中媒体报道数量占比

约77.7%

报道甲醛超标问题



约12.9%

报道租房贷问题



约9.4%

报道房租上涨问题

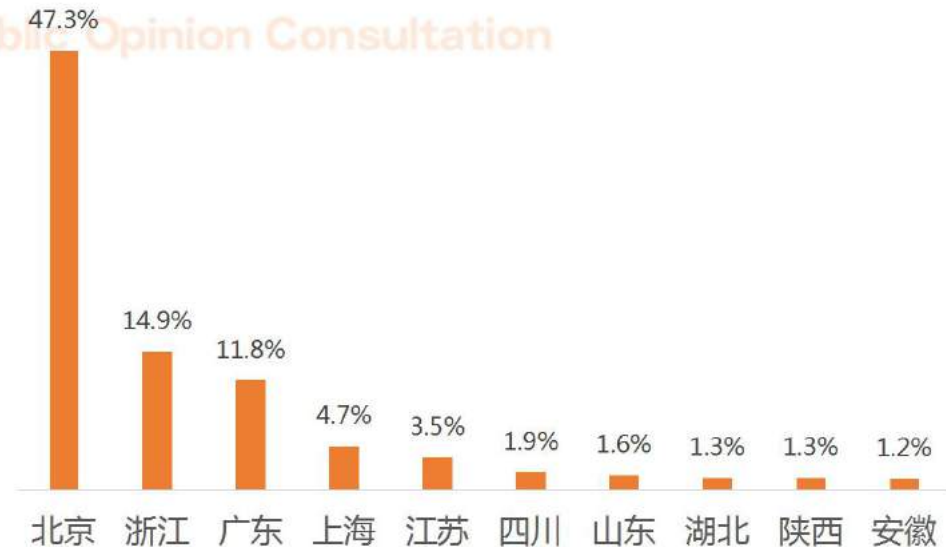
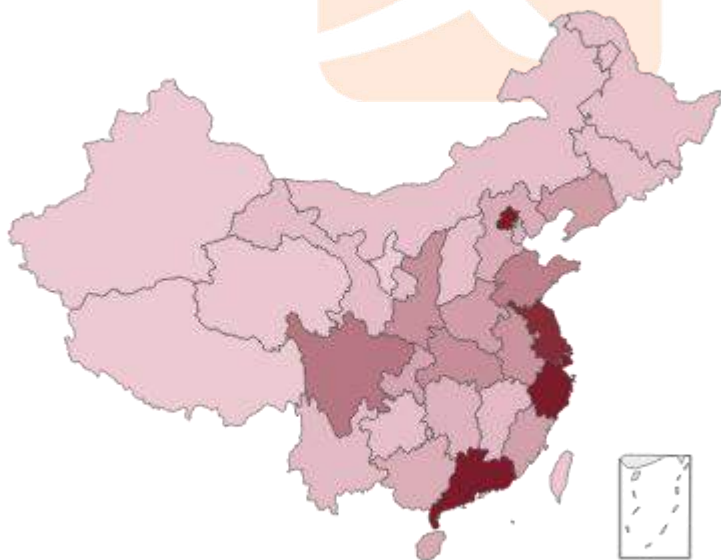


数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iimedia.cn），监测时间截至2018年9月21日12:00

事件引起全国普遍关注，北京和浙江舆情热度最高

艾媒大数据舆情监控系统数据显示，房租上涨幅度最大的北京地区和疑因生前租了自如甲醛房得白血病身故的浙江阿里员工，这两地舆情热度最高。

2018年8-9月自如话题热度的地域分布情况

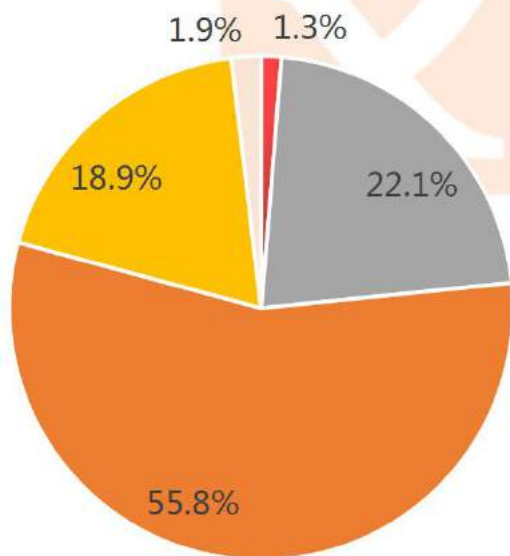


数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iimedia.cn），监测时间截至2018年9月21日12:00

关注自如长租公寓的网民画像

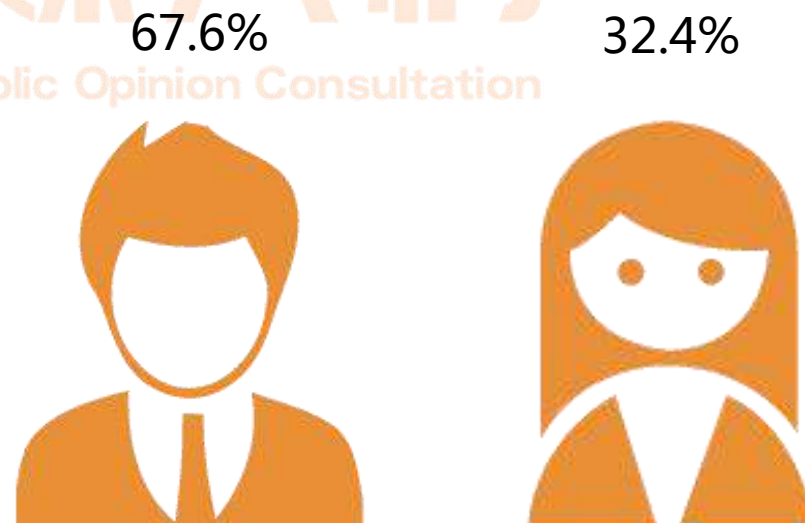
艾媒大数据舆情监控系统数据显示，关注自如长租公寓的网民年龄以30~39岁为主，其次是20~29岁，相比女性，男性更热衷于长租公寓。

2018年8-9月关注自如长租公寓的网民年龄分布情况



■ 19岁及以下 ■ 20~29岁 ■ 30~39岁 ■ 40~49岁 ■ 50岁及以上

2018年8-9月关注自如长租公寓的网民性别分布情况

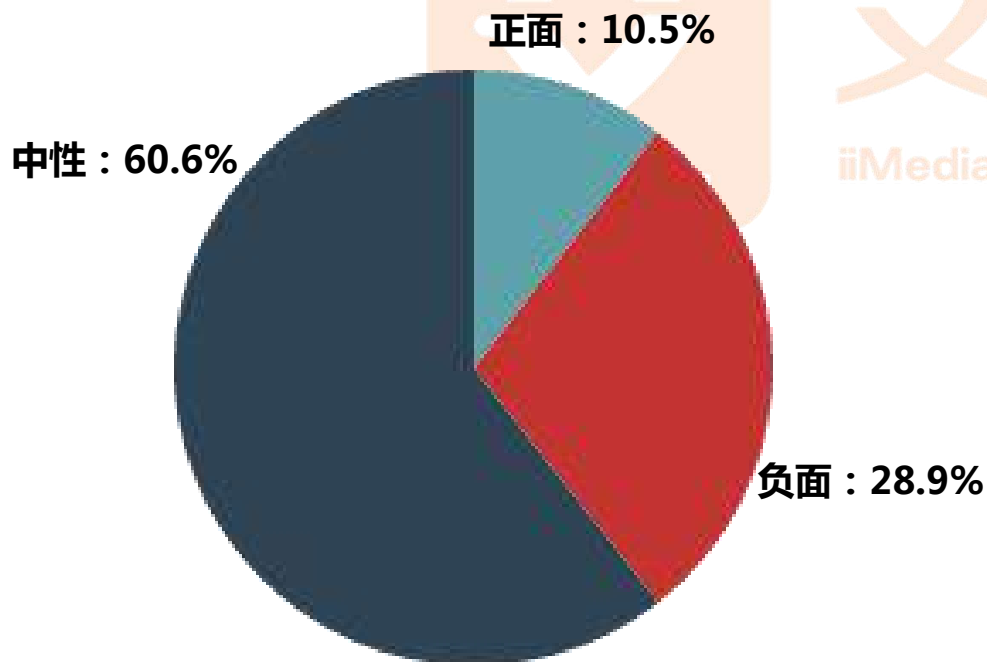


数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iimedia.cn），监测时间截至2018年9月21日12:00

自如能否解决甲醛超标问题成为媒体舆论的焦点

艾媒大数据舆情监控系统数据显示，关于自如的媒体报道，负面舆情比例超过正面舆情；甲醛房事件刷屏后，自如能否解决甲醛超标问题成为媒体舆论的焦点。

2018年8-9月关于自如的媒体情感评价



人民网 >> 财经

甲醛超标 自如承诺解决方案难落实



自如租房再现甲醛爆表房：装修周期30天，放三天就租

2017-12-14 10:30:34 来源：新华社



凤凰网资讯 > 社会 > 正文

朋友圈

自如甲醛超标多位租客生病 “管家”边催退租边带新客



评论 > 自如出租房甲醛超标致病 > 正文

行情 简码代码册

人民网评自如等中介出租甲醛房：法治管理不能缺位

数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iimedia.cn），监测时间截至2018年9月21日12:00

央媒发声关注自如甲醛房等问题

压实互联网平台责任，保障用户的知情权、监督权，畅通维权救济渠道

人民日报

- “甲醛房”批量出现、危害至深，根源于一些平台企业为谋求利润而使用劣质材料、压缩装修工期，忽视室内空气监测和治理。因此，确保房源空气清洁、最大限度保护消费者健康，关键是要压实互联网平台责任，切实保障用户的知情权、监督权，畅通维权救济渠道，使相关企业对用户不能欺、不敢欺。

——人民日报《“甲醛房”频现 平台岂能置若罔闻？》

多方切实负责

光明日报

- 室内甲醛超标，与我们的生命健康究竟是一种什么样的关系？二者的关联性是否足以致命？换言之，在建材家具普遍使用甲醛的背景下，我们究竟该如何自处？一方面，将所有拟出租的房屋纳入管理。另一方面，也要延伸管理链条，溯及建设、家装上游产业，有关各方都要切实负起责任来。此外，还需进一步完善法律法规，规范装修材料，加强室内污染物监测。

——光明日报《尽快消除甲醛超标监管盲区》

提高标准，加强监管

澎湃

- 国家强制标准是建筑、装修验收标准，对建筑商、装修商具有强制性，该标准规定，建筑工程、装修工程必须环保验收达标才能交工，严禁不达标房屋交付使用。然而现实情况是，很少装修工程履行环保验收程序，国家强制性标准未被有效执行，标准几乎成了一纸空文。除标准执行难外，标准的差别也比较大。此外，“谁来证明企业达到这个标准”也是问题所在。相关标准的滞后以及标准监管力度不足，是造成目前装修市场环保材料鱼目混珠的主要原因。提高相关标准门槛的紧迫性已不言而喻，应加速提高我国室内空气质量污染强制性标准，对于已形成的污染，加大后期室内环境治理的推广。

——澎湃《自如事件掀曝家装乱象：调查显示近六成家庭存在甲醛超标情况》



2018年长租公寓其它问题盘点

长租公寓其它问题盘点

哄抬房租

- 8月1日，水木社区一位房东发帖爆料，自如、蛋壳两家长租公寓，恶性竞争，哄抬房租，抢占房源。
- 8月17日，我爱我家前副总裁胡景晖炮轰自如、蛋壳等长租公寓一味满足资本市场的胃口，推涨房价。

滥用租房贷

- 8月20日，杭州长租公寓鼎家宣布破产，波及平台上4000余房东、租客，以及6家网贷平台。
- 8月23日，北京市住建委相关负责人重申，已会同相关部门调查“租房贷”，严查中介机构的资金来源和流向。

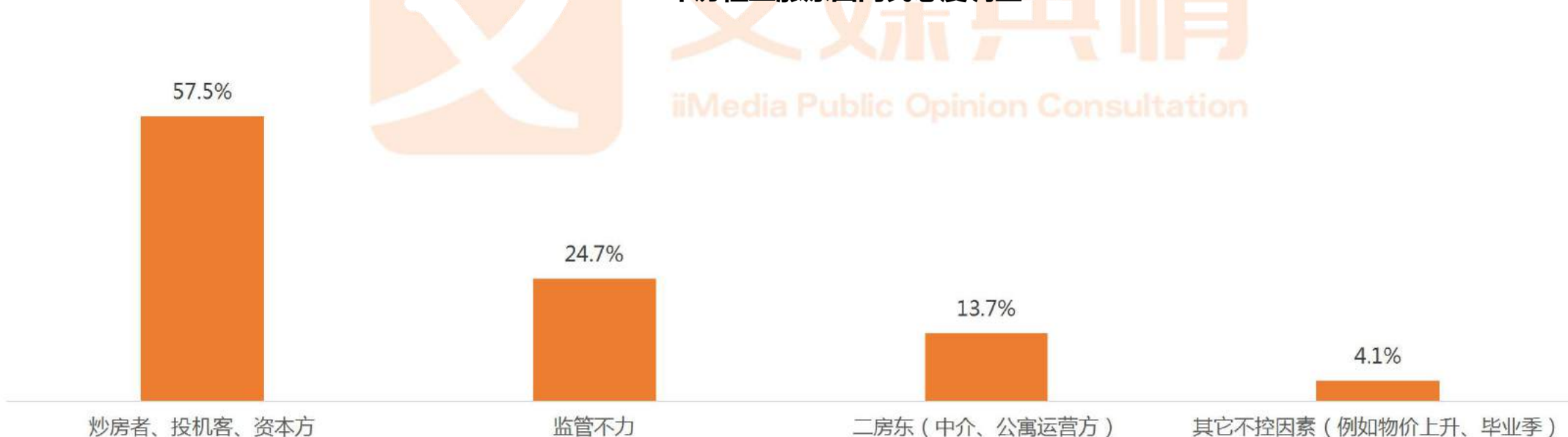
隐形收费

- 9月10日，上海市消保委披露，接到隐形收费相关的投诉730余件，占上海地区长租公寓投诉总量的52.1%。
- 9月21日，新华每日电讯调查并发文称，发现部分长租公寓企业巧立名目，“薅羊毛”，各种隐形收费层出不穷。

胡景晖炮轰自如和蛋壳哄抬房租

2018年8月17日，我爱我家前副总裁胡景晖炮轰自如、蛋壳等长租公寓一味满足资本市场的胃口，推涨房价，并强调“长租公寓爆仓，一定比P2P爆雷更厉害。”8月17日，北京市住建委联合北京市银监局、金融局、税务局等部门集中约谈了自如、相寓、蛋壳公寓等主要住房租赁企业负责人。

2018年房租上涨原因网民态度调查



样本来源：艾媒草莓派数据调查与计算系统

样本量：N=2021；调研时间：2018年8月

数据来源：艾媒咨询

滥用租房贷的杭州鼎家爆雷

2018年8月20日，杭州长租公寓鼎家宣布破产，波及平台上4000余房东、租客，以及6家网贷平台。租户顾先生投诉称，当初租房鼎家曾许诺租客用押一付一的方式缴纳房租，实际上是让租户在不知情的情况下使用了网络贷款。租客通过银行卡绑定一个名为51返呗（现更名为“爱上街”）的APP一次性把租金付给了鼎家，再每月返还给贷款APP相应的金额。鼎家破产后租客不仅拿不到先行支付的押金，还要每月按时还款，而房东也因未收到租金而准备收房。

2018年8-9月关于鼎家话题的热度图



鼎家词云分析



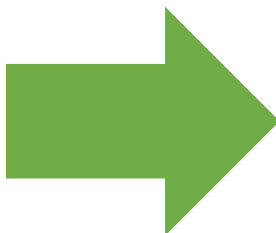
数据来源：艾媒大数据舆情监控系统（yq.iiimedia.cn），监测时间截至2018年9月21日12:00

各种隐形收费层出不穷

2018年9月21日，新华每日电讯调查发现，部分长租公寓企业巧立名目“薅羊毛”，各种隐形收费层出不穷。例如，广州一位租客在退租时发现自己缴纳的3000多元押金，被公寓方以“房屋设备使用费”的名义扣费1000元。

2018年上海地区长租公寓各种隐形收费投诉量

730+件



- ◆ 二手租房公司按照比例收取的服务费
- ◆ 租房平台额外规定的高于市场价格的水电费
- ◆ 额外规定的公摊费用
- ◆ 家具维修费
- ◆ 房屋设备使用费
- ◆ 楼道灯费

数据来源：艾媒咨询，上海市消保委



总结

自如甲醛房事件舆情诊断和舆情总结

舆情诊断

- 甲醛房事件刷屏后，自如危机不断，消费者投诉，媒体批评，公众愤怒，事件引发社会各界对逾2亿租房人士的安全担忧。
- 进一步调查后发现，资本逐利令甲醛超标成为自如的长期顽疾。
- 面临消费者、媒体和公众信任危机的自如其能否顺利解决甲醛问题成为舆论的焦点。

舆情总结

- 新的商业模式出现时，各路资本蜂拥投入某一行业令竞争过于激烈。为追逐利益最大化，资本方往往漠视消费者的健康甚至生命，导致企业的负面问题频发。然而，部分企业存在侥幸心理，在不断触犯消费者红线的同时并不妥善处理问题，甚至任由舆情爆发。一旦负面舆情被引爆，失去公众信任的企业挽救自身的形象和品牌声誉往往需要付出沉重的代价。

长租公寓行业舆情观点总结

加强行业规范和监管才能防范自如甲醛房问题

- 对于长租公寓这个新兴发展的行业，在监管体系还不是完善的情况下，部分自如的经营者怀有侥幸心理，在房间装修完后不久便铤而走险对外出租，最终成为引爆自如甲醛房问题的导火索。
- 防范自如甲醛房问题的再次发生，迫切需要国家加快完善租赁行业的立法，明确租赁行业的准入条件、退出机制和惩罚措施，明确监管主体。就空气质量问题，出租房应该采用怎样的环保标准、应该使用怎样的装修和家具、装修后应该空置多久才能出租等都亟待明确和规范。



长租公寓行业需要回归消费者初心

- 迎合政策和市场需求的长租公寓，在资本追捧下高速发展，成为新的风口，但近期众多问题的集中暴露警示着这个行业部分企业的发展模式需要及时纠偏，并自我检讨，怎么回归为消费者创造新型美好居住环境这个初心。
- 长租公寓行业应该尽快建立住房租赁信息服务平台，为消费者提供真实透明的租房信息，并推动制度建设，加强行业引导，切实把消费者的权益放在第一位，保障消费者的知情权，监督权，畅通维权救济渠道。

POIIMedia(艾媒舆情)
大数据舆情监控系统
(yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

DatallMedia(艾媒北极星)
移动应用运营监测
(bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

SurveyiiMedia(草莓派)
用户感知与体验监测
(survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

SoicaliiMedia
微信微博媒体监测
(SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

RankingiiMedia(艾媒金榜)
权威消费品牌评价监测
(ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

ADiimedia
移动广告效果监测
(www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。

—— 艾媒咨询大数据监测体系 ——

法律声明

权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，为学术研究作品，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容用以学术研究，但是必须标注出处。

免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由艾媒大数据监测系统、行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询计算模型估算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。



全球舆情咨询行业领导品牌





