

我国短租房旅游市场发展初探

薛奕妹

短租房是中外旅游者经常选择的一种住宿方式，特别是在欧美发达国家，市场发展较好并形成了一定规模，中国的短租房市场则刚刚起步，针对不同的消费群体，日趋丰富的短租房也逐渐成为国内旅行者的重要选择。本文首先分析了中外短租房市场发展的特点和不同，详细分析了目前国内在线短租的三种模式，及我国短租房市场发展存在的问题，最后提出了改进意见和措施，为我国短租房市场发展提供了参考意见。

短租房是人们外出旅行除入住酒店外的另一种解决住宿的方式，在国外较为普遍，而在我国则是一个新生事物。短租房“让不动产动起来”的特性，既给房主带来了经济效益，同时又为旅游者节省了旅行开支。2012年，我国在线短租预订平台异常活跃，继“爱日租”（Airizu.com）之后，赶集网旗下的“蚂蚁短租”（Mayi.com）、“小猪短租”（Xiaozhu.com）、“途家网”（Tujia.com）、“住哪网”（Zhuna.com）纷纷抢占短租房信息发布和交易市场。

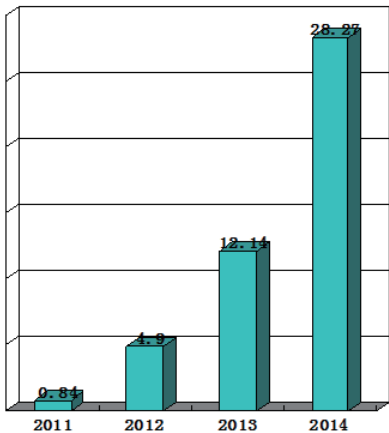


图1 2011-2014中国短租房在线市场预估

资料来源：Enfodesk.com

一、短租市场产生的背景

（一）国外短租房发展背景

在国外旅行的住宿通常有四种类型：①星级酒店，这是常见的住宿方式，按星级分为不同服务档次和价格高低。②青年旅馆，是青年学生和背包族的最佳选择，这种住宿价格较低，设施简单，多人合住，多是两层或是三层的上下铺。③家庭旅馆，租客和房主共住一个屋檐下，房东把空余的房间或者阁楼租给旅客居住。房东有的提供早餐因此也称为“BBS”（Bed and Breakfast）。④短期公寓，是主人家里分出一个独立的套间，有厨房、卫生间、客厅等，价格便宜，比较适合长期居住。在欧美发达国家，人与人之间信任度高，换房旅游和短租房是普遍能够接受的。总部设于美国加州旧金山市的Airbnb，是2009年成立的一家联结旅游者和有空房出租人士的服务型网站，它可以为用户提供各式各样的住宿信息，目前Airbnb房屋租赁公司的业务遍布167个国家，近8000个城市。

（二）国内短租房发展背景

2008年北京奥运期间，北京发展了很多“奥运之家”来安置来自世界各地的游客，普通人的房屋经过修整，达到北京市奥组委在安全、卫生方面统一要求后，可短期租给游客。上海

世博会时，上海市也鼓励这样的做法。这是短租市场价值最集中的体现，而中国大力发展旅游市场及人们对空置房日益灵活的处理也让日常短租市场开始逐步发展。

1、房屋空置率高

在中国，由于房地产的不断升温，日益严重的通货膨胀也让人们想出各种办法对抗人民币贬值，比起把钱存在银行，大多老百姓更愿意把钱投资到不动产上，我国城市居民中有相当一部分拥有不止一套住房。在房地产经济学中，空置（Vacancy）是指建筑物的整体或部分目前并未得到使用，处于等待出租或出售的状态。本文讨论的房屋空置是指销售而未居住的房屋，与开发商盖好而未售出的房屋无关。必须指出，目前通过查电表、水表、计算黑灯率等手段数字化统计房产空置条件的条件还不成熟，国外一般委托第三方调查机构统计房屋空置率，比如随机抽查，工作日、非工作日、不同的月份，早中晚三个时间段去调查，如果五六次住户都不在，就认定空置。据粗略统计，2012年中国的房地产市场有超过6500万套闲置住房，这些都是潜在的短租房资源。



图2 中国热点城市短租房日均供给情况

资料来源：Enfodesk.com

2、性价比高

随着交通运输的日益便利，人们带薪假期的增加，旅行已经成为我们日常生活中必不可少的一部分。比较如家、携程、7天、艺龙等快捷酒店和旅住信息发布网站2011、2012年总营业收入，几乎都达到了20%的年增长率。

名称	2012年总营业收入（亿元）	同2011年比增长
如家	57.69	51.2%
携程	42	19%
7天	25.57	27.6%
艺龙	7.44	27%

资料来源：网络搜索

然而，快捷酒店已经不能满足旅客的多样性要求，短租房

以其适合携老带幼整家出行、方便和适中的价格等优势成为此类租客的首选。在北京、上海、广州等一线城市，地理位置良好的两室一厅每夜租金均在300—500元间，而且短租房厨房设备完善，租客还可以自己购买食材烹饪菜肴，特别适合休闲式的长期旅游。

二、国内在线短租模式

目前国内在线短租主要有三种模式。

（一）客户到客户（C2C）模式

“C2C”模式即Customer to Customer，是在网络平台上客户和客户之间的直接沟通。租客在线搜索、预订、网上付款、线下入住房。Online to Offline这种线上支付购买线下产品或服务，下线后再去享用，有些类似于“淘宝网”的交易模式。“小猪短租”、“蚂蚁网”是这种模式的代表：通过网站把空置房的照片和信息，如房间面积、装修状况、房内布置呈现给有需求的租客，双方在相互了解后即可完成预定，网站一般收取房主交易价的5%—10%中介费，用于网络维护。

（二）管理公司到客户（B2C）模式

“B2C”模式即Business to Customer，管理公司和网站对客户提供服务，“爱日租”是这种类型的代表。各个管理公司收集房源，在酒店式公寓或是小户型小区集中收集10套左右房源，经过网站派专业人士实地验房，达到管理公司对顶的入驻标准后双方达成合作意向，房间交由管理公司代为经营管理，客房的清洁保养及给付钥匙服务等皆由管理公司负责，而公司网站则把房屋的信息公布于网络平台，并负责网络维护和网站的推广。

（三）、托管公司到客户（N2C）模式

“N2C”模式即Nominee to Customer，托管公司对客户提供服务。以我国海南和山东沿海城市为例，海南三亚、山东青岛、威海、烟台等城市有大量以投资、休闲度假或是退休后作为第一住所的空置房。业主只是每年冬季在此处居住三四个月，或是暑假在山东海滨城市小住几日，其余时间房屋基本闲置，存在着极大的资源浪费。业主把空置房长期托管给托管公司，由托管公司对房屋进行统一维护和经营。如“途家网”，以经营旅游度假房为特色，到三亚、青岛等城市收集房源，从出租、交易、到线下的物业管理均由公司统一安排，走的是高端商务路线。

三、我国短租房市场存在的短板

（一）管理不够规范

虽然管理公司和网络公司已经把旗下房源统一编号，实地多角度拍照上传，同时提供房源区域地图，有的还记录出租频次，细节做的很周到。但相比于酒店业，短租房在卫生、安全等方面还是缺乏统一的执行标准。如短租房一般不提供接待、餐饮、发票，管理公司也缺乏大型洗衣机、烘干机、消毒机等设备，员工在清洗客房床上用品时只有家用洗衣设备，而且晾晒空间受限制。为了节省成本，有的客房布草报废、报损率也低于正常标准，因此常常看到短租客在网站评论上抱怨床单、枕套、被罩较脏较破，评价不高。

（二）人际信任度不高

Airbnb之所以能在海外迅速发展，主要是海外用户很早就有家庭式旅馆，养成了换房出游的习惯。而在国内，这样的条件并不完全具备，据“游天下”对国内短租市场的一项调研显示，有64%的房东是近一年内才开始从事短租行业的，从业1到3年的只占21%，5年以上的房东更只有15%。在欧美市场，大部分业主会出租自己正在居住的房屋，而一些中国的业主通常

不习惯与他人合住，只是更多地把闲置的房屋出租。

（三）网络推广、维护费用高

为了扩大宣传，让消费者能够了解并且接受短租房，一些经营短租房的公司做了大量的推广宣传。以“爱日租”为例，为了在中国在线短租领域快速抢占市场份额，采取了重金投入的投资策略，2011年年中上线时，“爱日租”当年的百度推广费用便达到500万，2012年更是高达1000万。如此高的推广费和人力成本几乎使“爱日租”资金链断裂，运营难以继续。短租平台在线下也有不小的运营成本，如为了保障房源的真实性，需要再去房东发布的房源实地拍照验证，甚至还需要为一些房东提供培训、装修等服务。

四、我国短租房发展亟需完善的问题

（一）丰富特色房源

目前，我国三亚、厦门等热门旅游城市的短租房市场相对稳定，而其它非旅游城市的短租房市场还有很大的发展空间。别墅、海景房、主题房、豪华套房、LOFT、公寓、青年旅馆，不同的房源有不同的消费群体，只有不断丰富特色房源、拓宽市场，才能吸引更多的消费群体。据“爱日租”调查显示，他们的租客年龄大多在20—30岁之间，两三人结伴出行，青年公寓和旅馆是学生一族的首选。新婚青年则是海景房、主题房的主要消费群体。除此之外，高级别墅、豪华套房、四合院可以作为公司集体出行的选择，如公司派对周末包场等，装修奢华的独栋别墅可以在文艺活动、高级商务活动、影视剧拍摄组中做推广。

（二）畅通联系渠道

租客在线与房东的沟通效果在一定程度上影响着房屋的出租率。“C2C”模式短租平台需要房东长期守候在电脑前或手机保持通畅，如果房东不在线或联系不上，交易将难以进行。此时可以选择开放400电话转接服务，只需收取主叫方市话费用，租客和房东之间就可直接交流，同时也避免私人电话受到骚扰。此外，“途家网”开发的租客与房东的免费语音工具也值得推行，租客可以在线直接与房东进行语音对话，了解房屋的详细情况，而对于房东，面对预订但没有及时付款的租客，或者暂时不能提供租客预订的房间，也可以通过接听电话直接联系租客催其付款或协商更换其他房间。

（三）提升管理质量

由于短租房租金低，因而服务也有限。在正规酒店，客人入住后如有问题需要帮助或者投诉可以及时联系总机、前台、房务中心，而短租房基本属于自助式，提供的服务相对简单。网络平台也可以采取措施鼓励客人在入住后的一到两天后反馈入住体验，对发表评价的租客在结账时候返现。网络平台、管理公司或是房东可以及时从评论中找到问题症结所在，及时解决。此外，为达到品牌效应，网络平台应尽量为所有的房东设立一定的标准，这样租客在不同的地方都可以获得尽量相同的体验。如家、锦江之星这类快捷连锁酒店的管理和服务模式是短租网络平台可以借鉴的，顾客无论到哪里，享受的服务是一样的。

网络预订短租房在我国是一个新兴产业，正在被游客、商务人士逐渐了解并慢慢接受，从入住酒店或者入住短租房，出行者有了更为丰富多样的选择。而且随着人力等成本的不断上升，相对于传统工业化的酒店产业，短租优势逐步突显。相信在不远的将来短租行业会出现爆发性增长。

（作者单位：河南牧业经济学院）