



更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

长租公寓行业调查报告



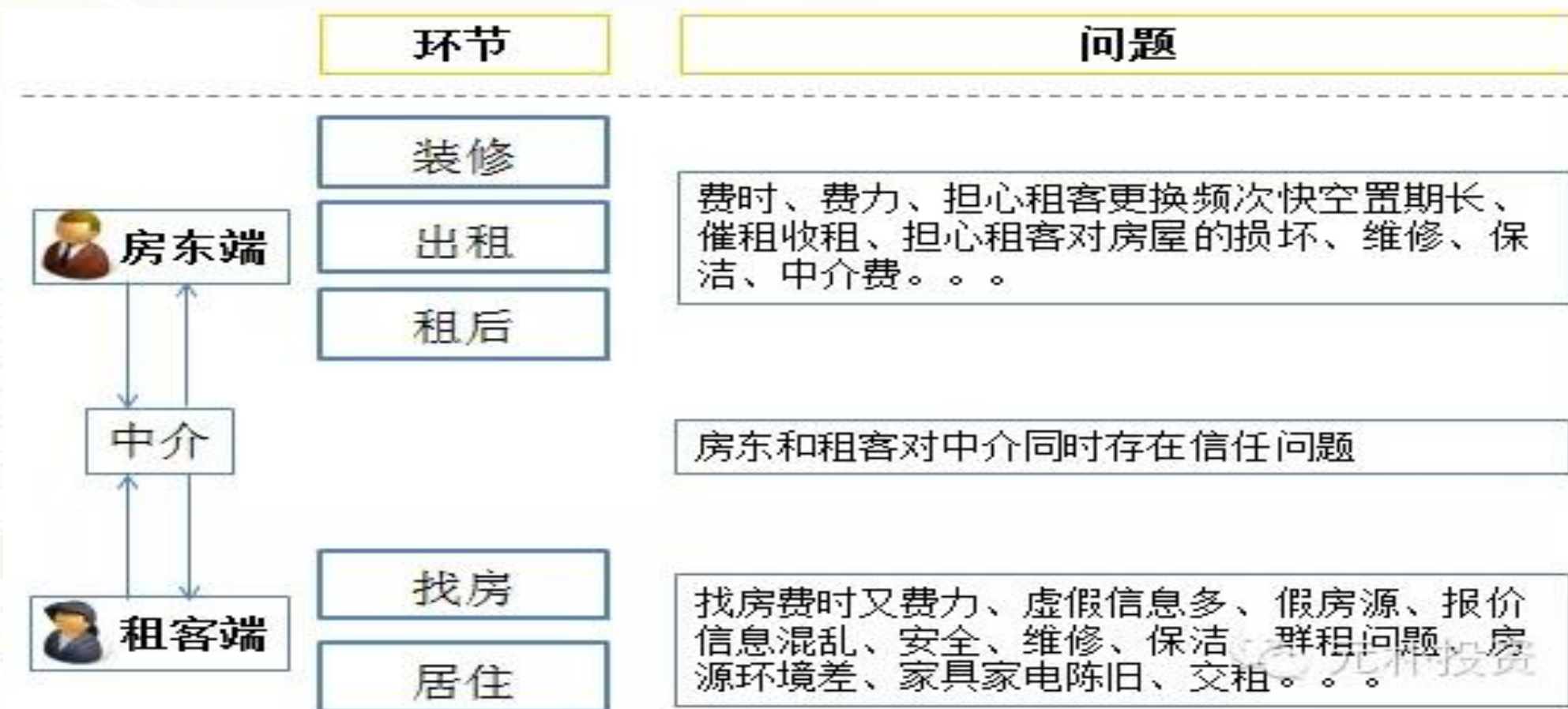
一、发展概述

- ✧ 长租公寓行业在国内经历了十年的发展。
- ✧ 13-14年获得风险投资的长租公寓企业已超过10家。
- ✧ 2014年，雷军斥资1亿元入主YOU+国际青年公寓。
- ✧ 据估计目前国内房屋租赁的交易额大致在8000亿左右，闲置房屋超7300万套，测算国内青年租房的市场规模已达到**近8000亿元**，每年新增的应届生租房规模达**600亿元**。
- ✧ 长租公寓领军企业已经与各类本地服务商建立了联系，**供应链体系**正在成熟，互联网改善了公寓企业拿房和出房的效率，流程系统化已成常态。
 - ✧ 集中式公寓走向**精品化开发**，个别集中式单体收益可达30%。
 - ✧ 分布式公寓正进行**规模化扩张**，呈现跨区域发展。
- ✧ **风险提示**：1、二房东和经济型酒店竞争 2、行业成熟度低 3、人才流失

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

二、 行业环境：时代背景推动产业变革与发展

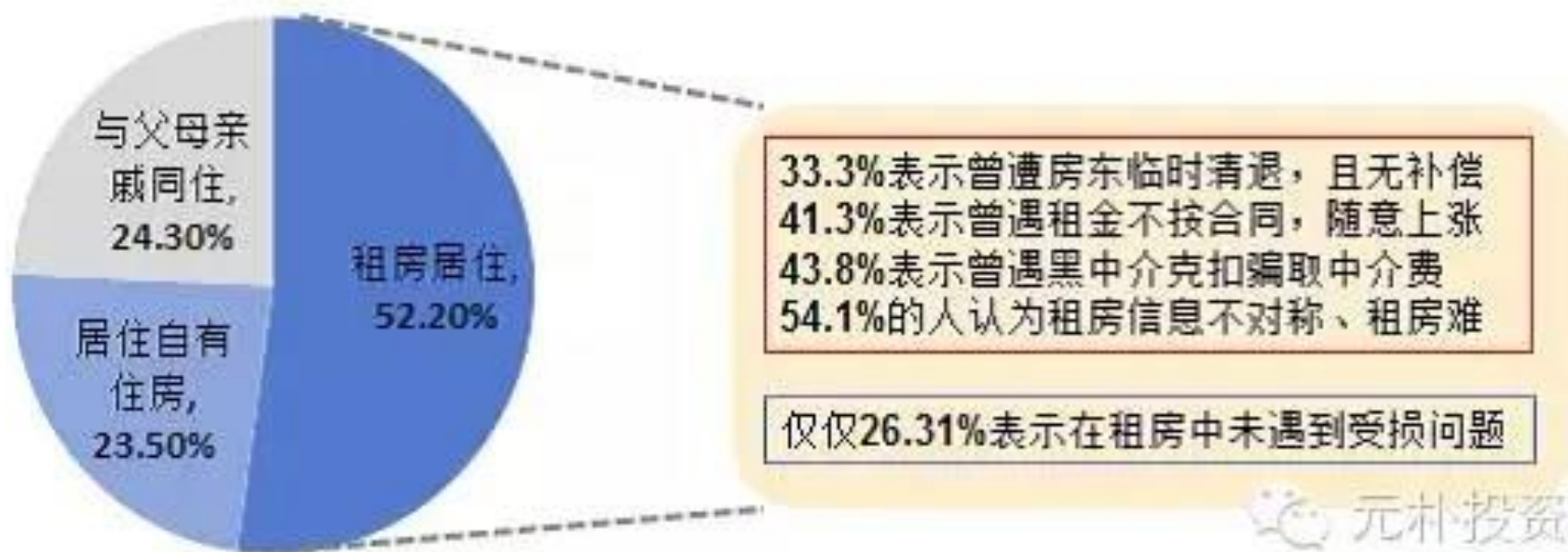
(一) 租房市场现状



更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

二、 行业环境：时代背景推动产业变革与发展

- 根据《北京青年人才住房状况调研报告》显示，租房居住比例达**52.20%**，而在调研中仅有**26.31%**表示在租房过程中未遇到权益受损问题，因此改善非自有住房群体住房环境的公寓企业存在巨大的市场机会
- 品牌化的公寓公司能有效消除现今租房面临的各类痛点。



二、 行业环境：时代背景推动产业变革与发展

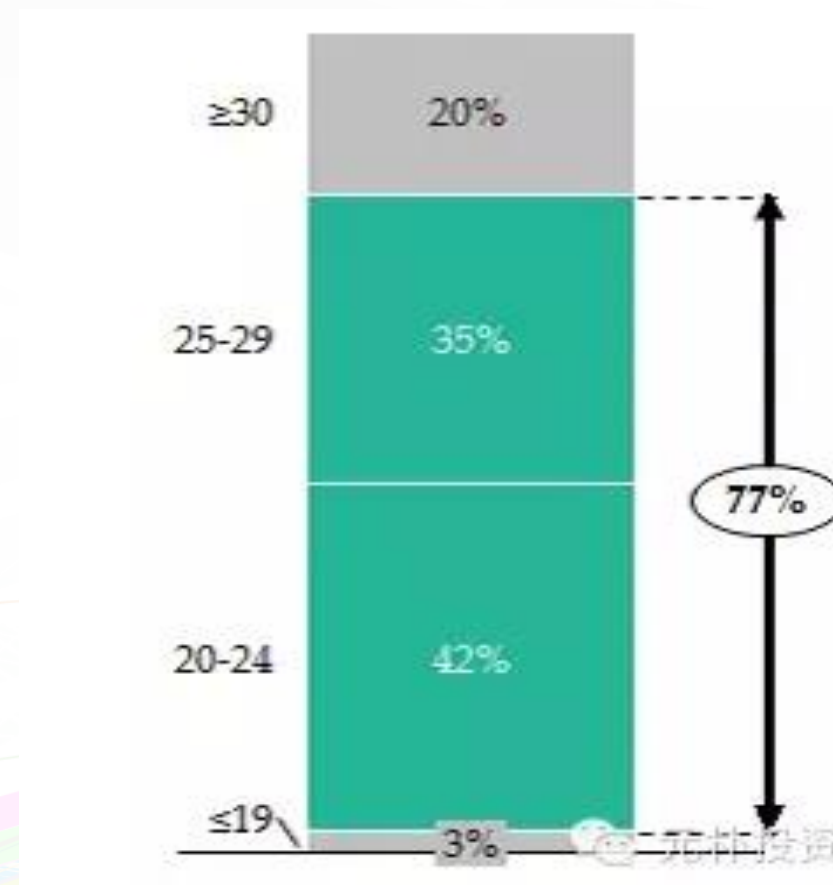
（二）白领时代的到来与90后的个性需求

- ✦ 中国社科院14年发布的《社会蓝皮书》指出，2015年我国**将进入非农从业人员中白领总量超过蓝领的“白领时代”**，对车、房、服务等的需求将不断提升。
- ✦ 《赶集网租房报告》显示目前租房市场租房者近七成是85后，**近半为90后**。同时90后真正进入工作岗位，一方面他们希望提高生活质量但不愿意做房奴。未来看中个人价值的90后，**部分有可能成为不买房一代**。
- ✦ 以上发展趋势下，长租公寓行业必定会受益。

二、 行业环境：时代背景推动产业变革与发展



图表3.90后特征与租房态度



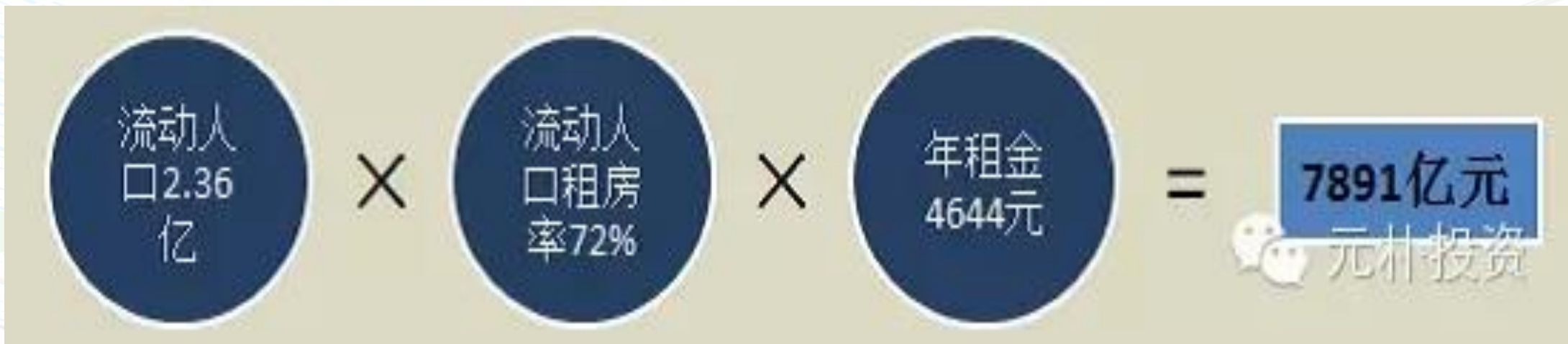
图表4.2013年租房者年龄分布

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

二、 行业环境：时代背景推动产业变革与发展

（三）近万亿级的市场容量

- 中国目前房屋租赁的交易额大致在8000亿左右，闲置房屋超7300万套。
- 中国流动人口规模2013年已达2.36亿，72%的流动人口通过租房居住，即1.76亿租房流动人口，过半为80后，即近8800万租房青年，2010年承受的房租月均387元，年均4644元。北上广等6省市的流动人口占全国流动人口的85.9%，特大城市人口聚集态势加强。



二、 行业环境：时代背景推动产业变革与发展

- ✧ 社科院《社会蓝皮书》指出，2015年我国高校毕业生总数将继续增加，达到**740万**。
- ✧ 应届毕业生的增长为大城市提供了强大的租房需求，且毕业后到自有住房的过渡期一般在**3-5年**，未来应届生租赁市场需求巨大。



图表6.应届生租房市场年度规模测算

目前规模化的长租公寓企业仍处于成长期，未来仍有**巨大的成长空间**，截至14年，全国最大的公寓企业—链家旗下的自如，服务过的用户刚过20万，仅占北京800万租客的**2.5%**。

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

二、 行业环境：时代背景推动产业变革与发展

（四）房地产租赁市场环境

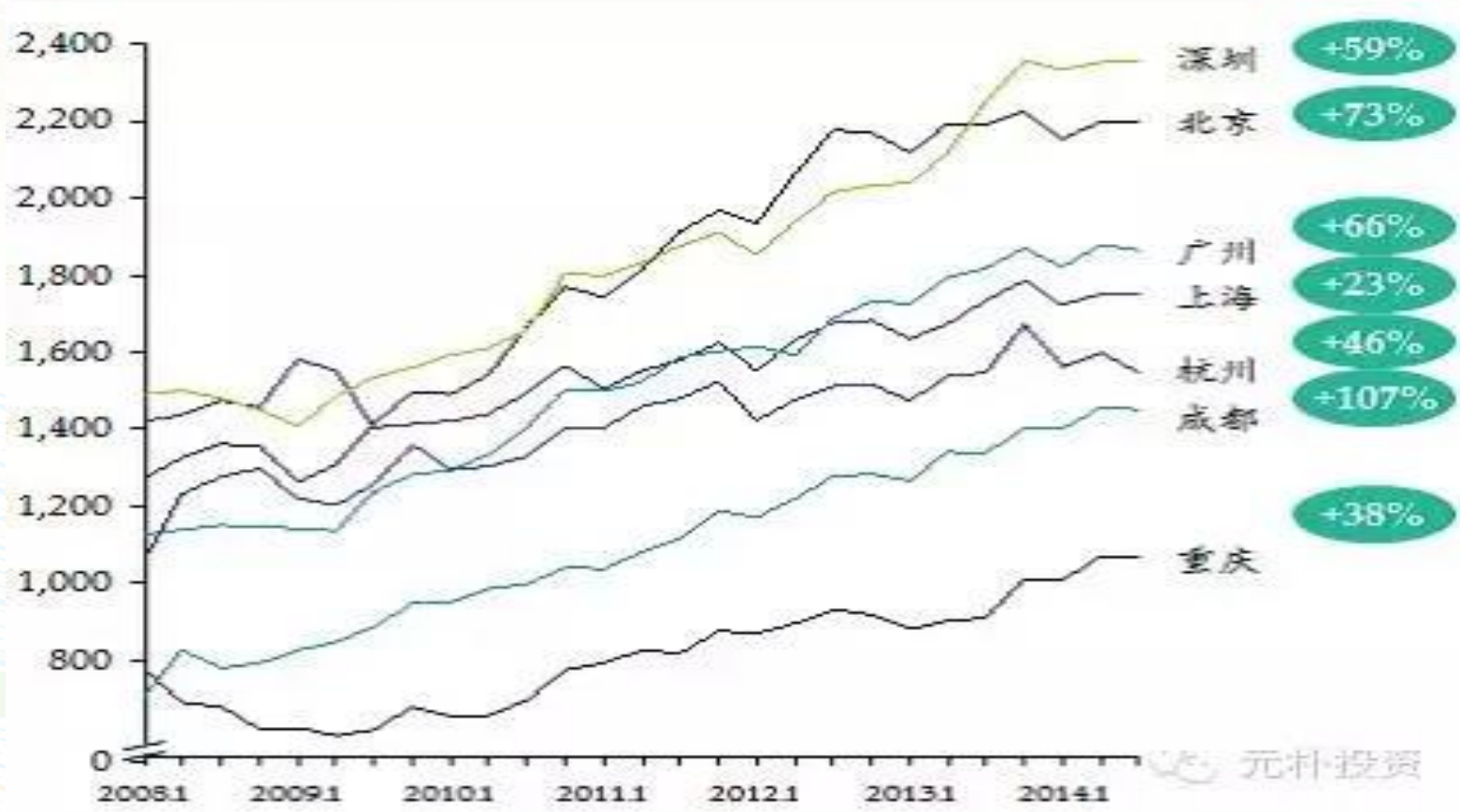
公寓公司能提供标准化产品来调和供求两端

- ✦ 1、 **供给层面**。中国存量房近亿套，**近25%的空置率**。未来物业房地产开发进入细分时代（公寓运营，服务式办公等领域），大规模的存量房亟待盘活，一线城市仍然有相当多的闲置房源未流入租赁领域。
- ✦ 2、 **需求层面**。**中低端房源供不应求**，租赁市场需求强劲。超过七成的需求都是**85-90后**人群，他们在初入社会时真正需求是合租，收入水平也暂不支撑整租，且90后要求居住品质的升级。

目前，**全国各主要城市租赁价格稳中有升，有利于公寓企业的产品设计和收益**（即大部分签约5年，前三年租金锁定的方案）。



二、行业环境：时代背景推动产业变革与发展



更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

图表7.国内主要城市租赁价格指数对比（2008.1-2014.5）

二、 行业环境：时代背景推动产业变革与发展

（五）资本市场的助推

- ✦ 中国的风险投资行业从**投资金额、机构数量、活跃程度**都达到了历史高点，能为公寓行业初创企业提供了早期的资金供给。
- ✦ 在雷军斥资1亿元入主YOU+国际青年公寓之前，2013年很多的公寓企业已经拿到A轮融资，而顺为资本布局了**爱屋吉屋（房屋中介），YOU+公寓（集中式），上海寓见（分布式）**三种不同业态的房产类公司。
- ✦ 在资本的助推下，各家公寓企业突破了地域限制，**15年**已有部分企业开始了跨城市的全面布局。

金融衍生品对公寓企业的支持作用：

- 1、运用类REITs产品，银行并购杠杆去撬动核心地块物业。
- 2、运用银行、P2P等保理业务可以更好的提前收回应收款。
- 3、运用长租公寓预收款特性，未来可与银行开发固定收益类产品。

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

二、 行业环境：时代背景推动产业变革与发展

企业	创立时间	融资时间	融资情况
新派公寓	2012	2013	赛富不动产1.6亿元
优客逸家	2012	2013.9 2014.9	君联资本A轮400万美元，经纬中国、海纳亚洲基金、君联资本、华兴资本多方投资 优客逸家B轮融资2200万美元
链家自如	2011	/	链家数的亿人民币
优帕克	2002	/	融资4000万
广州YOU+	2010	2014	顺为资本雷军1亿元
青年汇	2012	2014	某知名在线旅游上市公司2500万元投资
上海青客	2012	2013	达晨投了数千万元
晟曜行	2005	/	银行贷款500万人民币
上海寓见	2014	2014	险峰华兴、联创策源数百万美元投资，顺为资本A轮1000万美元
南京未来城	2010	2014	中君泰投了数千万元
魔方公寓	2010	2013	华平资本3000万美元
蘑菇公寓	2014	2014.2 2014.12	平安创投、IDG数千万人民币A轮融资,由海通开元基金领投，IDG资本及平安创投跟投的B轮2500万美元融资

图表8 部分长租公寓（租客竞争对手）企业融资情况

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

二、 行业环境：时代背景推动产业变革与发展

（六）互联网对公寓企业的改造

- ✦ 长租公寓，尤其是青年公寓，手握两端市场，一端是户主，另一端是租客。
- ✦ 长时间的业余活动，若能提供良好的环境，使得公寓与租客产生更多交互，同时对无数小业主进行资产管理，由社交活动衍生的市场空间巨大。
- ✦ 当领军企业的房源量达到**20万套**，线下用户达到百万级时，长租公寓行业将开始真正启程。

互联网对公寓企业的改造表现：

- 1、解决租客与房东之间的信息不对称，大大提高销售效率
- 2、强大的互联网管理体系，能提高公寓管理效率。
- 3、互联网思维：用流量导入现金流，未来切入社区经济。

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

二、 行业环境：时代背景推动产业变革与发展

(七) 政策层面

- ✦ 2015年1月14日，住房城乡建设部发布了《**关于加快培育和发展住房租赁市场的指导意见**》，提出了要**大力发展住房租赁经营机构**、支持房地产开发企业将其持有的房源向社会出租、积极推进房地产投资信托基金(REITs)试点、从租赁市场筹集公共租赁房源等重大措施。
- ✦ 同时上海市房管局等七部门联合发布《**关于鼓励社会各类机构代理经租社会闲置存量住房试行意见的通知**》，规定从15年3月1日开始，上海市民无论是出租还是租住房屋，**都可以委托专业的代理经租机构**，代理经租住房可以根据市场需求，在进行装修改造后向社会出租，并配置必要的家具和家电。单套住房内使用面积12平方米以上的客厅(起居室)，可以作为一间房间单独出租使用。这一举措有利于存量房的盘活，为市场提高供给。
- ✦ 而公寓行业争议较大群租，政府未来会继续整治群租，提倡更多的白领公寓。深圳、广州、成都等地房管局也密切关注北京、上海群租房政策的执行情况，着手制定相应的政策。**“群租房”的“N+1模式”**的共识成立。

二、行业环境：时代背景推动产业变革与发展

地区	文件	相关内容
上海	《关于加强本市住宅小区出租房屋综合管理的实施意见》	进一步严格“群租”认定标准，标准规定，任一出租房间居住人数超过2人将被认定为群租。而对于群租的出租人和转租人，惩罚幅度也提高到“1万元以上10万元以下”
上海（浦东新区）	《住宅小区出租房屋综合管理实施方案》	涉及5种情形的住宅小区出租房将被纳入综合管理的范围：1、将单位集体宿舍设在住宅小区内； 1、将一间原始设计为居住空间的房间分割、搭建后出租，或按床位出租； 2、将原始设计为厨房、卫生间、阳台和地下储藏室等非居住空间，出租供人员居住； 3、出租房间的人均居住面积低于5平方米； 4、每个出租房间居住超过2人(有近亲亲属关系的除外)
北京	《关于公布北京市出租房屋人均居住面积标准等有关问题的通知》	1、出租房人均居住面积不得低于5平方米，单个房间不得超2人，不得分割出租，不得按床位出租，厨房、卫生间、阳台和地下储藏室不能出租。 2、违规业主可由业委会责成终止租赁行为，违规中介将依法查处并记入信用档案。
北京	首都综治委—群租房治理工作会议	如果房主配合整改，将可以允许“N+1”模式的隔断存在，即将面积较大客厅或饭厅隔出一个房间用于出租。

图表10.2013-2014京沪群租政策比较

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

三、长租公寓行业产业链与运营体系

长租公寓行业其自身属性（B2C）与传统二房东（C2C）有明显的差别。

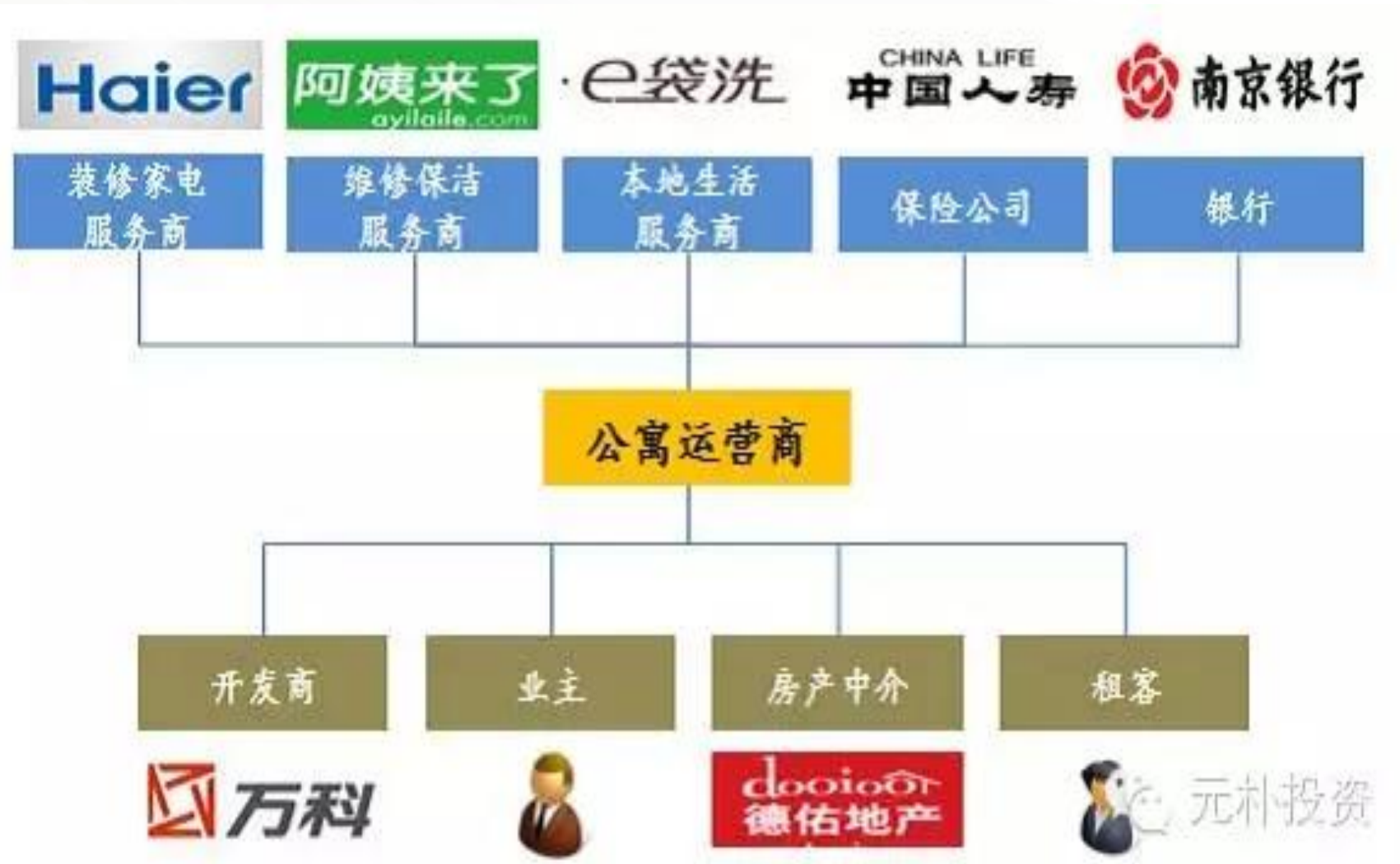
- ✦ 1）公寓企业有较强的品牌力量，有较高的溢价能力，较好的降低房东和租客的违约率。
- ✦ 2）公寓企业在人才培养、再加工能力、房源维护、供应链管理、系统管理上有较深入的理解和管控。
- ✦ 3）优质的公寓企业能有效周转现金流，并在拿房上更为强烈，而传统二房东为考虑项目收益，难以突破区域包租的方式，拿房上多考虑高额价差。
- ✦ 4）公寓企业未来能在租客社交，金融合作，本地服务商合作上有较大机会，在产业链和供应链体系上更加深入。

三、长租公寓行业产业链与运营体系



更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

三、长租公寓行业产业链与运营体系



图表12 长租公寓企业产业链体系
更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：长租公寓邦

四、长租公寓市场发展

公寓行业目前大多为“房屋托管+标准化装修+租后服务”的重模式，需要较高的经济成本、时间成本、运营成本，回收周期较长，但房屋租赁的良好现金流、未来的衍生收入和市场空间让公寓行业存在巨大的市场机会，未来中国会出现品牌化的长租公寓企业巨头。

（一）长租公寓企业主战场

- ✦ 公寓行业发展模式呈现出**区域性**强的特点。目前，白领公寓主要集中在一线城市如北京、上海、广州、深圳，以及发达的二线城市如成都、武汉，杭州，这些城市流动人口多，租房需求旺盛，房屋供给充裕，给青年公寓培育了很好的土壤。
- ✦ 未来随着优质公寓企业的崛起，公寓行业会面临整合和洗牌。
- ✦ 比照快捷酒店行业，我们判断，长租公寓行业至少能让前**10**名的企业有市场空间，而且呈现区域特征，个别优质企业会形成跨区域联动。

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展现状



更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

图表13:长租公寓企业主战场分布

四、长租公寓市场发展

(二) 长租公寓企业目标市场情况

不同的公寓企业的目标客群不一样，总体上分为以下三个层级：金领（企业高管、老外），白领（初入职场的毕业生），蓝领。



更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展

1、高端市场（含中高端）

- ✦ 服务对象为企业高管，以及外籍人士，对生活品质要求很高。
- ✦ 新加坡旗下的酒店式公寓“**雅诗阁**”、“**辉盛阁**”占领这一高端公寓市场；而国内领先的公寓企业“**优帕克**”以及以“社区物业资产管理”为导向的“**晟曜行**”发展最为良好。

但目前高端涉外租赁面临以下问题：

- ✦ （1）经历过08年的金融危机后，房地产、金融行业受宏观波动影响高端人群，外企高管撤离中国现象日益严重。
- ✦ （2）涉外市场面临在单笔支出减少，人力成本上升，涉外行业未来较难继续有突破式发展。
- ✦ （3）未来涉外租赁可以延伸到低频高客单价的服务，如游学、交流、中文教学等多业务链服务。

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展

2、中端市场

- ✦ 2011-2013年间出现了许多青年公寓，可提供大面积的公共区域（便利店、阅读室、健身房、休闲吧），及公寓定期组织的线下活动。

3、低端市场

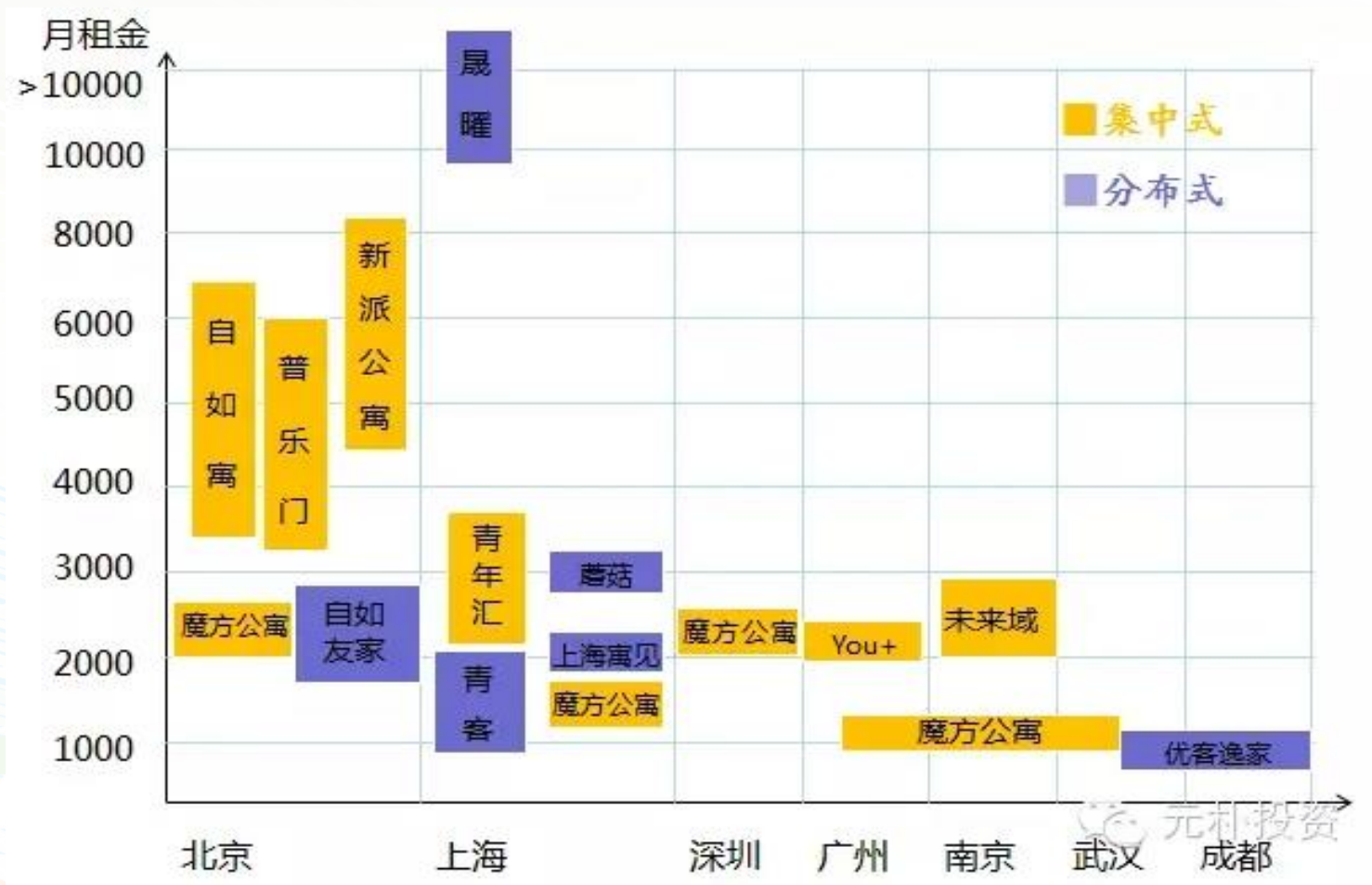
- ✦ 以求职公寓、考研公寓以及职工宿舍为主。
- ✦ 特点是价格低廉，仅提供生活必备用品，多为床位出租，旨在降低单个租房者的成本。

对比这三类市场：

- 目前白领市场空间巨大但竞争最为激烈
- 而中高端的金领和蓝领市场进军的企业不多，但**中高端的金领公寓续租率是非常高，中低端的白领公寓仅有8-9个月的租房周期。**
- 在规模和品牌未形成前，获客的单位成本高，因此**保证一定的续租率是降低渠道成本的关键。**

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展



图表15. 代表性长租公寓企业的价格区间和业态情况

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展

一线城市VS二线城市：

	链家自如	优帕克	广州优+	优客逸家	青客公寓	青年汇	晟曜行
成立时间	2010	2002	2012	2012	2011	2011	2006
公寓性质	分布式和集中式	分布	集中	分布	分布	集中式	分布式整租
管理规模	78000间	1300套	220间	1500间	10000间	2100间	1270套
管理面积	200万平方	20万平方	1万平方	3万平方	20万平方	7万平方	16万平方
月客均价	2000元/间 5000元/间	2万/套	2200元/间	800元/间	1500元/间	3000元/间	11000元/套
空置率	10—12%	16%	2%	6%	8%	2%	3%
线下网点	链家网点	5个	2个	4个	4个	5个	45个
员工数量	10000多万	400名	40多名	200多名	300多名	80多名	150名
服务对象	白领租客	企业高管	白领、驴友	白领	白领	白领	企业中高层 & 业主
房源来源	中介	中介	大业主	中介	中介	大业主	小业主

图表16.长租公寓行业部分公司运营指标

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展

（四）现有长租公寓运营模式分析

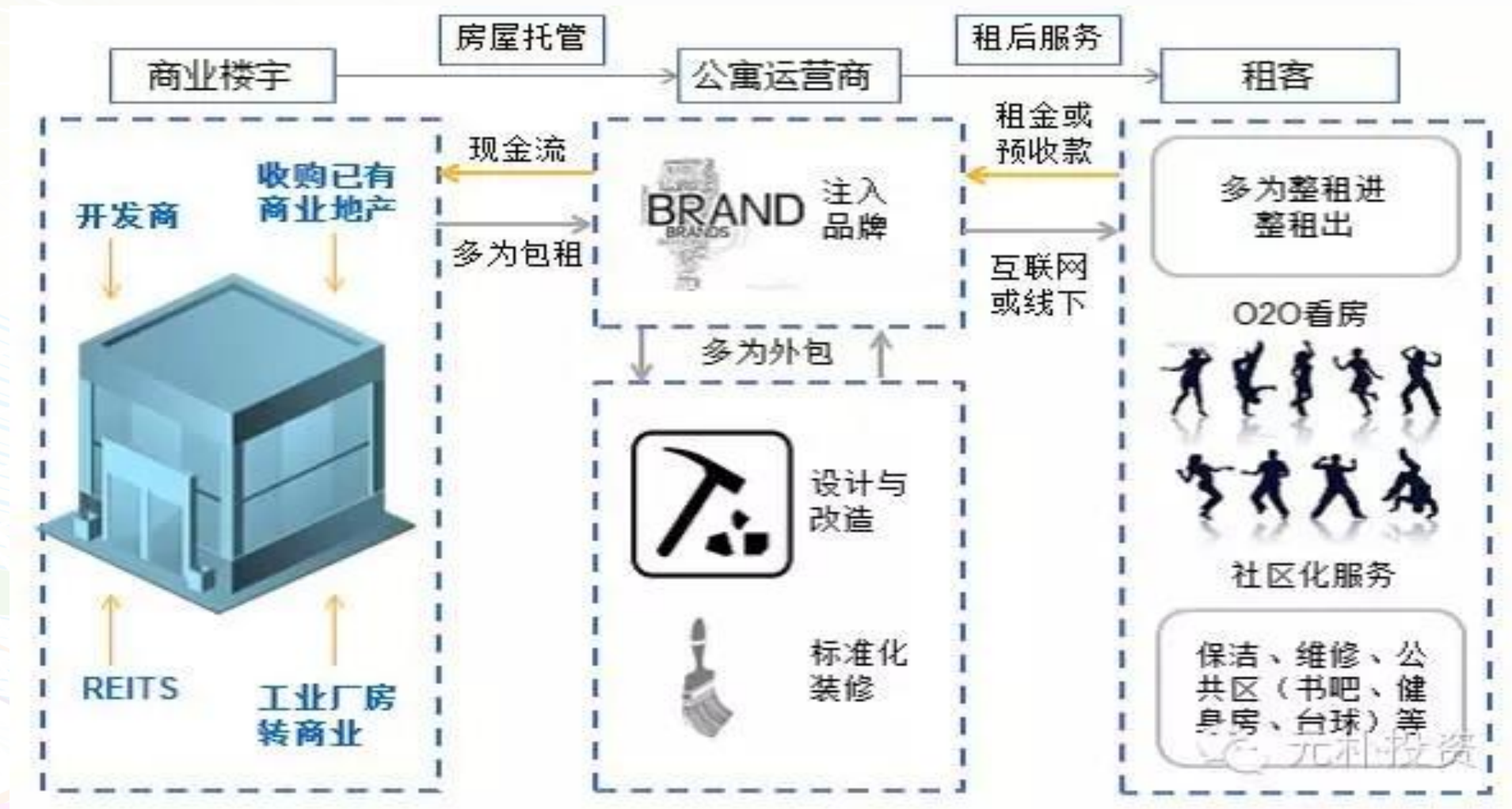
房地产稳定的供求关系为公寓行业的发展提供了很好的土壤，从模式上看分为“**集中式**”与“**分布式**”两种。

1、集中式

- ✦ 集中式运用较为传统的商业地产运作模式，以**独栋商业楼宇**为运作标的，包租后进行改造。
- ✦ 但商业改造由于多为一次性投入，企业会比分布式**较晚进入物业管理及运营**。集中式公寓由于受制于市区黄金地段的高租金以及房源紧俏，多分布在近郊等位置。
- ✦ 集中式公寓的关键是获取低价物业后的**精细化开发**。

四、长租公寓市场发展

图表17.集中式公寓业态



更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**



四、长租公寓市场发展

集中式长租公寓在其业态形式上与酒店式短租公寓和经济型快捷酒店有很多相似之处，如物业获取考虑，装修等方面，但在**服务密度，渠道运用，人力成本**等方面有很大不同。

长租公寓（集中式长租）		短租公寓
形式	三个月以上到几年	几天到一两个月
物业获取	长租公寓较好的物业形态，其需要的面积一般高于快捷酒店，低于一定面积不适合长租型业态发展	
现金流	长租公寓现金流和财务杠杆好，长租公寓有预收款(押金+房租)。	酒店短租是现金收入
适合的物业	5000 平以上，较强的区位接受度	2000-5000 平，区位接受度低
服务密度	长租公寓提供的是较为有限的、低频次的服务。	需要高密度和每天的服务
渠道成本	因为行业特性，长租公寓渠道成本低 基本不需要 OTA 分销（未来竞争激烈后不排除这一需求）	酒店、短租公寓经常需要找分销渠道来解决其销售问题，但分销费用高(分销费率在 15%左右)；
人力成本	一幢集中式长租公寓仅需 3-6 个人来进行日常的服务	一幢酒店式公寓需要的人力可能是集中式长租公寓的 6-8 倍
坪效	坪效较低，但除去分销成本和运营成本，优秀的长租公寓和短租公寓相比，净利润率基本接近	短租、酒店式公寓短期内能产生更大的坪效(每平方米贡献的营收)



四、长租公寓市场发展

目前You+公寓、新派、青年汇、自如寓、魔方等都是集中式公寓。

- ✦ 目前以YOU+为代表的公寓企业，通过出让租金收益权实现**资产证券化**，将房屋租约产生的现金流变成若干个按月付息到期还本的固定收益产品，所募集资金用于后续的项目开发，这是国内公寓企业融资多样化的创新，优质的公寓企业能提供稳定的现金流。
- ✦ YOU+和懒投资的产品融资期限包含2月、6月，年化收益率为7.5%，10.0%。租客们均为收入稳定、信用良好的都市青年，租客信息满足下图的认证。

四、长租公寓市场发展

图表19.YOU+公寓与懒投资合作方案



更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展

企业	特征
	创业者目标群体、物业靠近园区
	扩张方式特别，在已有物业附近，收购新物业，以达到品牌聚集
	跨城市扩张、全国已有30个分部
	两个物业均在北京3环内的核心地段、定位偏于中高端
	依托强大线下资源自建团队、在北京已有六栋自如寓

图表20.部分集中式公寓发展情况

集中式公寓未来的发展方向可能是其**细分市场**带来的机会，如针对于蓝领刚需的新起点公寓，针对女性的蜜柚公寓等等。

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**



四、长租公寓市场发展

图表21.集中式公寓精品化发展

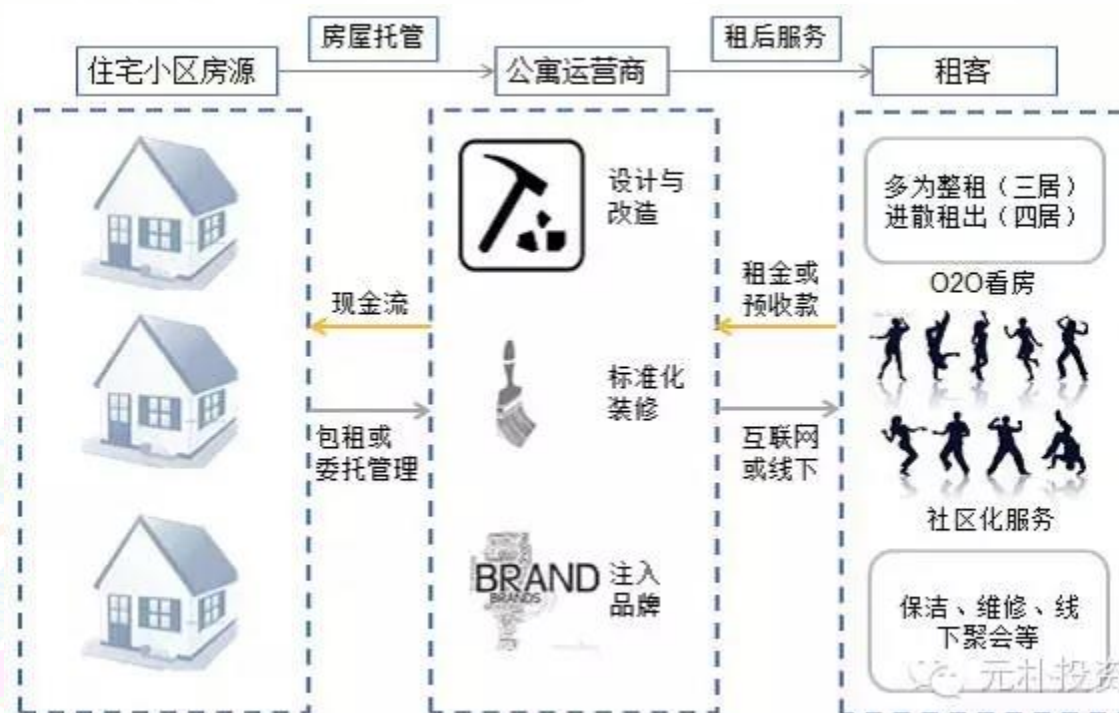
特点	总结
较高价格 优质服务	同一地段同一住房面积，其价格高于分散式公寓，再加上商业的用水用电，无形增加了租客的成本。为了吸引足够的客户，集中式公寓应主打社交和服务。
精品开发 注入理念	集中式公寓其占地面积较大，短期获取市区房源难度大、租金高，无法选择合意的楼宇进行改造。而郊区通常地价便宜，靠近产业园区、或是高新科技园区，适合精品开发，也容易注入公寓企业的理念，公寓理念不同对未来估值影响很大。
强社交属性	相对分布式，低成本的运营管理，较短的租客社交距离以及公寓团队与租客的距离。未来大面积的公共空间的开发将给运营团队更多自由度来构建社交圈。
差异化竞争	集中式公寓未来的差异化竞争，通过对租客进行细分从而筛选出某种人群，使同一细分群体的租客相互影响，更易于形成互动，如创业人群，女性，留学人才，蓝领等。

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展

2、分布式

- 分布式长租模式起步较晚。
- 模式相对而言比较单一：从分布的房东手里取得房屋，通过房屋包租运营，标准化的服务与改造，提供整体的资产管理解决方案。



更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展

- 在产品方面，链家自如经过三年的探索和发展，如今已发展成熟。公司拥有多条产品线，装修风格多样；可以进行“在线预订”，自如客网络交租；建立了积分系统，客户可以用积分换取优惠；线下活动经验丰富，规模达百人以上。

- 图表23.某分布式公寓产品设计





四、长租公寓市场发展

- ✦ 再以**蘑菇公寓**和**优客逸家**为例，在规模上暂时落后于链家自如，但却发展迅速，这得益于两家企业创始人多年旅游地产的创业经验，优客逸家选择二线城市作为目标市场，竞争相对较小，近期宣布进军北京，开始挑战高客单价市场。而蘑菇公寓从2014年开始，1年间，从0发展为5000间房源，且均处于“地铁”沿线，深受白领一族欢迎。还为租户提供了100M的光纤网络，满足租客商务办公娱乐需求。
- ✦ 到2016年，分布式公寓企业一定会有规模上的梯队分布，大公寓企业做城市布局，并购中小公寓商，而部分中小公寓公司做小而美，把产品、管控、成本做的很好时，也会活的很好，大公寓企业的问题是要把握住扩张的节奏。

四、长租公寓市场发展

图表24.分布式公寓规模化扩张

特点	总结
扩张性	相对于集中式，其包含的部门更为多样，有庞大的运营系统，合理速度扩张后可以帮助分布式公寓产生规模效应。
多房源选择性	分布式公寓的房源旨在提供便捷交通，维修及时，线上完成选房选址，高性价比产品，这要求公寓整合足够多的房源，来形成品牌，并且有合适的房间供选择。
装修团队外延	领军公寓企业可通过装修团队，承接装修任务，一方面保证订单数量，另一方面可为未来托管业务作准备。
抢夺资金和人才	目前公寓是个重资产行业，特别是分布式，在收购房源以及运营管理都需要大量资金和人力，团队能力强，市场开拓早、服务体验好的公司将会抢占市场，实现赢者通吃，但一定要结合自身的发展特点注意上面的拿房问题。

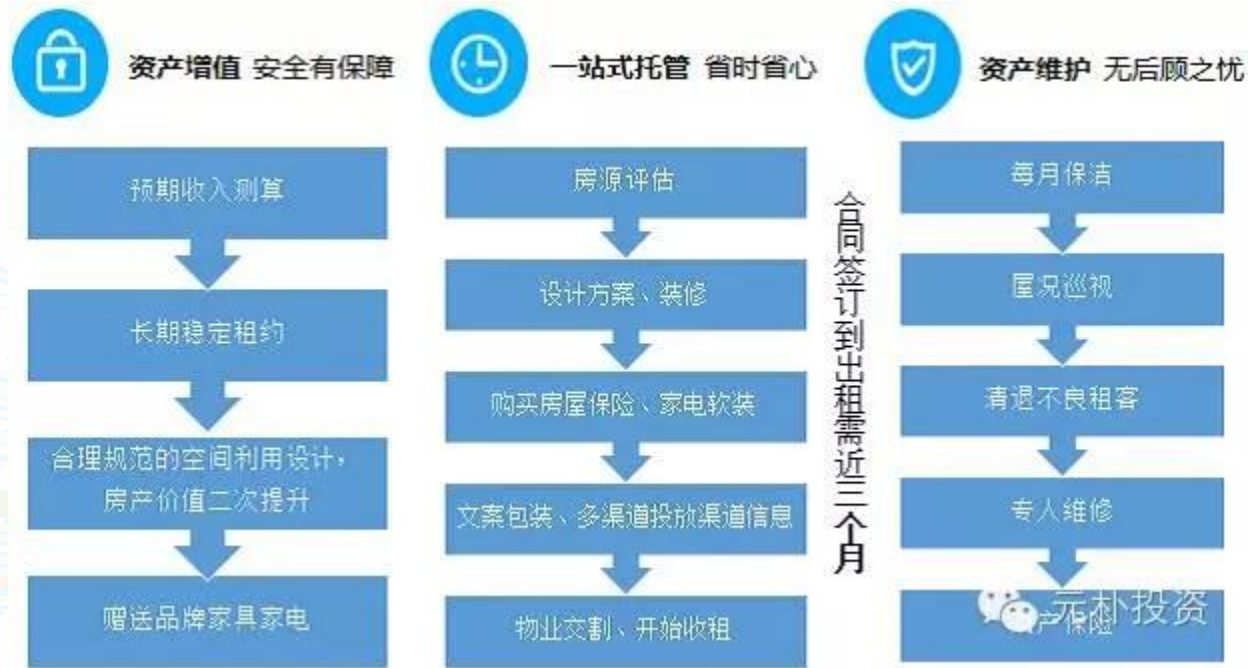
更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**



四、长租公寓市场发展

(1) 房东端：资产管理合作方案

- 在传统模式下，公寓运营公司会付给房东一笔稳定的租金收益。分布式公寓主要是为分散的房东提供了“租赁整体解决方案”，房东既是供给方，也是需求方。提供更多资产管理合作方案，是风险投资方愿意看到的进步。



图表25.房东与公寓企业托管模式

在这一点上，我们已经能看到自如、青客这些企业的显著进步，市场化的流程操作，从收房到出房已经能达到简装房8天完成，毛坯房在22天左右。

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：长租公寓邦

四、长租公寓市场发展

(2) 客户端：租金、服务费、增值服务、社交流量转化

- ✦ 房东签下 3到 5年的托管合约后，公寓运营方将会对托管的房屋进行一定的标准化装修（如宜家家具、品牌家电进入、色彩搭配），再从空间和时间上进行拆分并出租给用户。在这个过程中，公寓企业能获得从批发至零售过程中产生的价差和房屋再装修创造出的租房溢价。目前分布式投资回报期为3年左右，而领军公寓企业仍为布局规模而未考虑收益，拿房速度间接催高了拿房成本。

✦ 图表26.客户端盈利方式

现金流	内容	相关成本
整租与分割价差	从房东处整租下来房间，并将房屋客厅分割出租（N+1），租金合计超过原付出成本的部分。	装修、家电配置、拿房成本、渠道成本
服务费	每间房屋提供一月 2 次的保洁、随时的报修处理，高速的网速，收取 10-15%的服务费。	Wifi 网费、保洁维护等人工成本
增值服务	为有特殊需求的用户提供增值服务或金融消费，如烤箱、外卖、干洗、麻将等增值服务	视具体情况
流量转化现金流	公寓运行良好，有稳定的客流，可植入广告、便利店合作、团购金融产品等。	视具体情况

四、长租公寓市场发展

- 公寓企业除了传统的租金差和服务费的盈利方式外，在金融产品运用上也在不断尝试，如和银行的消费贷（如南京银行，北京银行）合作，已经常态化，公寓企业与银行合作，银行将两年房租支付给公寓企业，租客可以每月刷银行信用卡支付租金。这样方式可以让公寓企业锁定未来现金流用于现有发展，又让租客免除付三押一老模式。



图表27.盈利方式—以陆家嘴某小区为例

目前，对于分布式公寓，装修配置和线上线下的联动都处于探索阶段，尤其是服务是否能让用户认为“值得”。公寓服务将会伴随租客长期存在，随着时间的推移和资本的充裕，未来会有新的服务上线，真正让“服务费”物有所值。同时与企业端合作也是规模化的分布式公寓企业未来的亮点，如与院线的合作，团购模式，干洗，生鲜配送，各类银行金融服务，智能家电的切入，这都是人流转现金流的方式。可以说，分布式长租公寓行业未来是在量的基础上做产业链的延伸。

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展

(3) 与家电企业的合作

✦ 目前海尔U-home牵手蘑菇公寓，将智能家居“入住”蘑菇公寓，开启公寓与智能家居的结合。



图表28.海尔智能家居与蘑菇公寓合作方案

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展

- 金融端，海尔目前已经与各大优质公寓商接洽，提供“家电的金融租赁”，根据公寓企业所需的家电量，设计租赁解决方案。同时根据家电企业的需要，可选择性配置智能家电。

- ✧ 图表29.海尔智能家居与蘑菇公寓金融租赁方案（以300万购货量为例）

方式	租期	保证金
月付（20%保证金）	3年	9.2万/月
	5年	5.9万/月
季付（10%保证金）	3年	27.9万/月
	5年	17.9万/月

- ✧ 长租公寓与智能家居、物联网的结合将会是未来长租公寓的发展方向，大量的租客数据在公寓平台进行沉淀，同时包含安保，智能门锁应用，精细化能耗计量等等。这些数据也就成为公寓企业的宝贵资源。

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展

(4) 分布式的成本分析

- 想进入这个行业，有几十套房子做二房东容易，不需要太多资金和专业技能，但再向上扩张到百套以上就会遇到很大挑战。
- 中国目前有大约至接近50万的二房东，北京部分二房东手里持有千套甚至近万的房源，二房东的生意比以前难做了。
- 公寓行业在**没有达到一定规模是不会出现边际成本递减的**。主要体现在销售成本、运营成本、装修改造成本的上涨，而这个临界规模没有定论。

成本	分析
销售成本端	考虑房源的空置率，最早期只有几十套房子的时候，销售成本可能就是几十元，但是当有一千套到几千套的时候，每套房子出租的成本可能会上升 250 元。目前租金收益仍是公寓企业的主要收入，而在扩张时期的空置成本必须是公寓企业考虑的。
运营成本端	随着房源的扩张，人力必须跟上，而运营层级如果没有设计扁平化，层级的过度区分和房源管理区域的扩张都会加大运营成本。
装修成本端	随着房屋规模的扩张，在与家具家电商的订货量上有谈价的空间，这是规模优势的效应，但现在不少公寓企业存在装修超配问题，1800-2500 这个客单价区间对应 700-1000 元/平的装修成本，只有深入了解消费者的需求才能适度的减少装修的超配。
房屋管理成本	较为优质的管理成本为 100 元/套/月。

图表30.长租公寓行业成本分析

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展

- 目前优质的长租公寓企业空置率指标都很好，未来需要掌控续租率及转带客率，这是渠道成本下降的关键。

房源获取	企业	特征
分布式		
线下收房		从中介或线上渠道得到房源信息，与房东谈。再签订合同。有些公司如链家本来就属于中介，会有资源优势。
集中式		
整栋收购		将原有物业整栋整租数十年的经营权，再出租。
工业用地		将原有工业用地进行改造，成为商业用地，补交土地出让金
REITs		成立不动产投资基金→收购/建造楼宇→整体设计改造→公寓出租。能快速、稳定的筹集收购楼宇所需的融资，尤其市中心核心地段。
开发商		与开发商合作，从建设开发就参与其中，开发后，开发商不销售，而长租给运营商（此种开发商承受风险大）

更多公寓行业案例与数据，请关注微信公众号：元朴投资

四、长租公寓市场发展

(5) 集中式VS分布式

- 在公寓企业实际的运作中，这两种业态呈现出截然不同的运作模式。
- 房源获取方面，集中式企业的获取途径**更为多样化**，目前也在尝试和开发商进行合作探索。



改造前一森德大厦



改造后一新派白领公寓CBD旗舰店

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展

从模式上看未来的合作可能有以下模式：

- ✧ 1、**开发商带租约售楼**，个人业主持有，公寓公司做品牌输出，做运营。
- ✧ 2、**开发商直接授权运营公司运营**。
- ✧ 3、**类REITS模式**，由基金出资，公寓公司做运营，租金收益分成。

2013年，新派公寓的创始人王戈宏与赛富不动产基金用“基金做收购，品牌做管理”的模式，一期基金以2.2万/m²的低价在北京CBD整栋买下森德大厦，次年改造为新派公寓CBD店；新派公寓管理团队则负责对公寓进行统一品牌包装、管理运营，同时每年向赛富不动产的LP（有限合伙人）支付不低于3.5%的租金回报；四年之后，一期基金到期，LP的股权将会被散售或者整售。赛富不动产为此做出一份股权回购协议。据王戈宏估算，一期基金的平均年化回报率将超过10%，有望达到13%。新派公寓是国内首家类REITs模式探索的青年长租公寓，将其打造为金融产品，在国内没有REITS的条件下，实现了轻资产运营和资产的长期稳定收益。

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

四、长租公寓市场发展现状

公寓业态	集中式公寓	分布式公寓
形式	包租整栋房产，统一装修，配备统一服务，租金水平和物业成本，位置，装修档次等有关	不同小区内分散的获取个人房东的房源，对房间进行装修和配备后，以公寓品牌对外出租
产品开发要求	类似于小开发商，要求对楼宇有充分的理解，开发的难度极高	开发要求相对低些，但同样对产品也有着极致的要求，
出租方式	一般多为整租整出	多为合租产品。未来也有整租产品。
房源	拿合适的房源困难，又面临经济型酒店的竞争，拿到低价物业是核心中的核心。	拿单个房源较简单，一般与房东签3-5年的托管合同，但形成规模，需要一个漫长的过程，
现金流	前期的投入较大	月付租金方式能让分布式企业保持良好的现金流产生滚雪球效应。
标准化	更易标准化形成品牌，集中式管理也易形成强社交感。	对管理体系要求高，且房源形态不一，不易标准化
管理体系	集中式管理易形成管理效率，后期的管理成本低，尤其表现在人力成本相比于分布式较低。	涉及中介公司、装修公司、物业管理公司和IT公司，需要强ERP系统来保证其高效整合。
业态现状	一线城市的租金水平可以支撑集中式长租公寓业态	二线城市的物业成本高、租金水平低，可能毛利低，可能更适合分布式公寓
资本介入	以财务投资基金为主	一种是美元基金为主的长周期高风险偏好基金，一种是战略资本介入，提前做战略布局
国内外企业对比	国外的雅诗阁和辉盛阁。国内的公寓公司多为分布式业态。	
典型企业	You+、青年汇、自如寓、魔方等	蘑菇公寓、青客等

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**



五、长租公寓行业的风险

问题	总结
房源问题	1、集中式业态，处于较大的拿房困境。多数集中式由于地点不便捷，短期无法享受足够溢价 2、分布式业态，一线城市市区少有毛坯房供给，且房东自装房可能不适和公寓企业对房源的标准化改造。。 3、与二房东竞争问题严重，二房东受到品牌公寓商和新进入者的拿房压力，这三者的力量会在短时间共同推高拿房成本。
规模化问题	重资产运营模式导致毛利率低，快速扩张难，规模化的投资效益目前较难产生。
行业成熟度 问题	1、低端市场部分租房者仍对价格较敏感2、现阶段的业主仍关心单月收入，而可能没有考虑整体的潜在收益。
利润下行问题	1、租房红利的消失，在2008年和2013年租进来房子质量、租金等方面可能都不同。 2、人工成本上升过快，变相的削减了公司的毛利。 3、营销成本过高，很多公司资金大量投放到如百度关键词类的广告中。 4、早期公寓行业一部分利润实际上来源于信息不对称、但现在互联网使得信息透明化导致利润空间被压缩。
分销渠道	未来随着竞争的激烈，长租公寓平台的出现，中小型公寓企业仍然要寻找合适的分销渠道
竞争者	如家、快捷等经济型酒店会进入长租行业，进行巨大冲击。
人才问题	1、未来行业需要大量酒店管理、物业管理、物业资产管理的复合型人才，而人才专业性的构建需要时间。 2、目前行业从业者文化素质偏低，缺少信息化管理。 3、目前几家大公寓公司人才月平均流失率为15%，相对中介行业来说低一些，但人员流失仍是最大的问题。
回收周期	公寓行业目前多属于重资产运营，公寓的投资回报周期约为3年
政府管理 问题	多无统一的标准
风投退出与 估值问题	1、前期投资成本较多，收益都不确定。 2、资本市场在可能考虑项目成长性时不清晰，公司的估值就会很低，行业存在较多不确定性问题，且企业规模较小，还没有经历大市场的考验。

更多公寓行业热烈讨论，请关注微信公号：长租公寓邦

五、长租公寓行业的风险

- ✦ 2013—2014年，长租公寓企业发展迅速，市场热度高，房源集中度分散，具有明显的区域效应，再加上各家以高成本去拼房源获取，长租行业在15年仍**难出现全国品牌化的巨头公司**。
- ✦ 目前在北京，已经有**1000家左右的公寓公司**，在如此分散化的情形下，将会有长租公寓企业平台出现，来帮助长租公寓企业进行分销和公寓企业的ERP系统管理。目前已经看到了如窝牛租房，九猪（楼底网）等平台类企业。

但长租公寓平台类公司也面临挑战：

- ✦ 1、长租公寓平台交易频次低，流量变现能力弱，平台后续提供的服务与公寓公司产生冲突时如何解决。
- ✦ 2、各公寓公司能提供给平台的房源数量相对有限，且为存量房。如果再考虑到分散在全国，单一城市的中小公寓商提供的房源量更为有限，平台类公司的收费模式是不是可行。



长租公寓的发展出路：智慧公寓管理

- 智慧公寓即长租公寓与智能家居、IT系统和物联网的结合可能是一个长期的发展方向。在这个方向上，以下的解决方案可能是需要的：
- 第一，要及时的做到房屋房态的监控。**未来能否通过一个手机或一个终端，能够及时了解房屋的状态。现在很多人做公寓，甚至都不知道这些房子到底租了没有，这很荒唐。
- 第二，安全监控。**因为有群租、合租，所以安全监控非常重要。
- 第三，智能门禁和门锁。**很多人是在Wi-Fi状态下做门锁，但是Wi-Fi在很多年之后是要被淘汰的，这也是一个问题。而且Wi-Fi也是有距离的，我个人不觉得这是未来的方向。
- 第四，房屋定位服务和入住体验服务。**
- 第五，自助看房服务。**
- 第六，隔间式精细化能耗计量。**



长租公寓的发展趋势

- 关于行业的长期趋势，目前广泛讨论的重点方向包括公寓租赁平台、租赁后服务平台、社区资产管理平台、二房东平台以及公寓社交化等仍然停留在较浅的层面上。至于未来可能的趋势变化，以下几个方向值得深入探讨：
- 第一，由单一的房屋租赁逐渐成为业主房屋资产管理。**业主的房屋资产管理是未来所有公寓公司去努力的方向，未来可能会有很多开发商以及经纪公司一定会切入到物业资产管理。
- 第二，由集中包租逐渐成为房屋托管。**包租从未来看一定是不好的模式，是重资产的模式。为什么要包租？在一个特定区域的楼盘采取了包租以后，就锁定了，当通过包租相对集中之后，可以对这个楼盘有一个定价权，所以采取包租。如果包租到一定阶段以后，当形成品牌效应的时候，一定要托管，不能再包租，集中包租长期来看是错误的行为。
- 第三，由单一区域经营逐渐成为区域经营。**现在有很多公寓管理公司有一个非常难以理解的现象，就是当它在一个地方都没有建立成熟的、可复制样本的情况下，突然会进行跨城市的异地扩张。正常情况下，租赁是一个区域化市场非常强的业务品种，个人理解，正确的做法应该是选择一个主战场，把本地化做透，市占率做到第一，而不是追求不同城市的扩张。
- 第四，由传统租赁收入逐渐成为租赁消费升级和金融产品融合型收入。**
- 第五，分布型和集中式经营方式会融合，逐渐走向以社区为单位分布式集中管理，并渗透到物业行业。**
- 第六，开发商和公寓运营商合作共建创业公寓。**未来公寓包括整租也好、分租也好、分散也好、整栋也好，只是产品的差异，不是业态的差异。未来衡量一个公寓企业的能力的关键指标是两个：第一，管了多少资产，多少间，多少租客，不要讲什么业态；第二，盈利还是不盈利。

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

附录：公寓行业发展简史

- 服务式公寓的雏形是1976 年法国兴起的**时权酒店**（即消费者买断该酒店在每年特定时间里的若干年使用权）。1980年，服务式公寓在纽约发展起来，成为纽约开发商的主打项目。进入90年中后期，上海出现了一批以外企高管在沪长期居住为目标的高级酒店式公寓。
- 1998年，中国房地产市场福利分房时代结束，2002年后房地产市场经历了10余年的高速增长，这期间国内公寓行业最早起源于传统的“二房东”模式，即个人拿到大量房源，将其租售，久之行成品牌，有一定的规模，系统和营运标准后就形成了“公寓企业”。
- 2002年，规模化的公寓业态开始形成，当时优帕克公司瞄准了外企高管人群（因当时的国民收入不高），加上2003年中国加入WTO,大量世界500强企业进驻带来了外企高管的租住需求，那时其竞争对手为海外的高端公寓企业，如新加坡的雅诗阁集团。当时国内的外企人士不愿意去住酒店，而优帕克公寓提供五星级酒店的配套设施，统一班车，工作人员统一制服，比竞争对手的国际公寓低20%-30%的价格，又有社区的氛围，迅速的开创了国内高端公寓市场。直到2005年联想投资（今君联资本）想投资优帕克，但因条件没有谈拢后终止，优帕克一直是国内高端公寓行业的龙头，可近年来发展缓慢，在2011年优帕克仅有1000套房间。
- 2008年，因北京奥运会，分布式酒店公寓开始快速发展，其后的金融危机使商住类房产项目不好运营，转手给公寓企业运营。

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

图表37.公寓行业发展简史

图表 2 长租公寓发展历程



资料来源：华创证券

米客一腰子会

公寓邦

- ✦ 到2010年，因为消费升级大背景和年轻一代（85后）的消费需求，具有更好的居住体验和性价比的连锁品牌长租公寓，一定程度上替代了传统的租房业态，整个行业得到了快速发展。期间晟曜行公司以世博会为契机，以其45个社区服务中心为优势，快速扩张，现今已成为上海中高端市场第一品牌，自身结合了集中式和分布式公寓的特点，开创了国内首家分布集中式管理。2010-2012年，公寓企业的房间规模一般为100-300间。
- ✦ 2011年，公寓这个词被炒热，3月，美国公司HomeAway上市，估值一度达20亿美元，它是一个公寓预订网站，模式迅速被国内公司效仿，如途家，爱日租等，途家后推出了斯维登公寓，是短租公寓行业首次的线上和线下融合，途家有自己经营的公寓，加上快速营销，让大家对公寓行业有了认知。
- ✦ 2012-2013年，因房地产市场进入平缓期，稳定的市场供求关系衍生出了分布式的合租公寓需求，白领长租公寓全面发展，涌现了优客逸家、青客、魔方等一批有潜力公寓企业，但那时知名度还不高，这期间领先的公寓企业运营房间数目可达到1000间以上。直到2014年11月，雷军投资广州YOU+公寓，公寓成为网络热词，资本市场的活跃和移动互联网推动着公寓市场的发展，但目前在中国公寓行业有规模（营业额过亿元）的企业不超过5家，能实现盈利的就更少、公寓行业仍处在利润低、投入大的阶段。

更多公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

世联公寓资管业务介绍

世联资管旗下红璞公寓品牌，形成城市公寓标准化产品体系，为客户提供最优质的服务和品质保障

■ 世联资管公寓运营主体：深圳红璞公寓管理有限公司，公寓品牌下建议根据客户细分，初步两个系列：

公寓命名：home+(home plus)，公寓本身是家的延伸的音译，意为比家更多更好——更好的配套、更好的服务、更舒适的居住，是家的升级。中文可以音译红璞乐仕公寓，简称为“**红璞公寓**”。



最高端的，高管或外企商务人士——**红璞·睿庭**



中高端的国内外派商务人士——**红璞·辉庭**



高层次白领人群——**红璞·悦庭**

公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

世联公寓资管业务介绍

核心服务

■**红璞·返租服务**：与业主签订返租合同并向业主支付保底租金+收益分成，承诺不低于市场水平的租金回报，兑现投资者收益价值，提供真正的无忧资产运营服务

合作方法：开发商楼盘“带租约”式售卖，约定保底租金和收益分成比例，红璞向物业拥有者支付收益

■**红璞·托管服务**：作为产权持有人的代理方，整合外围资源保障客源，办理租约、代收租金、租金兑付及物业管理服务等相关事项，实现投资到收益的落地变现

合作方法：由专业团队为业主打理资产，从租金中直接扣取服务费

■**红璞·酒店式服务**：以多样的配套和增值服务满足客户全方位需求，以高品质服务态度和质量，营造最舒适、最享受的居家体验

合作方法：开发商从红璞采购酒店式服务，作为楼盘产品的增值服务，与不动产捆绑售卖

公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

世联公寓资管业务介绍

返租服务：长期回报、租约灵活、多样业主权益

承诺业主**6-8年**返租回报
保底+收益分成，享受未来经营增值

长期收益回报

1

租约灵活

业主可随时带租约出售
享有所有增值收益

2

多样业主权益

3

享受推介返佣、定制服务、
尊享折扣、免费入住体验等
可置换的多样权益

公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

世联公寓资管业务介绍

托管服务：开放式租约、一站式管理、高性价比

不限制业主居住自由
自住之外多余时间托管

开放式
租约

1

2

一站式
管理

专业团队打理资产，保障资产安全
提供一站式租赁管理服务

高性
价比

3

可做短租，提高收益
直接从租金收入中扣除10%



公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

世联公寓资管业务介绍

酒店式服务：以多样的配套和增值服务满足客户全方位需求，以高品质服务态度和品质，营造最舒适、最享受的居家体验



公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

世联公寓资管业务介绍

为开发商：资产运营服务前置至营销阶段，提升投资者信心及终端客户对居住价值的预期，**促进销售**

■ 运营服务前置，传递资产运营模式，提升投资者收益预期，降低投资抗性，促进销售

	报广推广	现场包装	活动引爆
全程节点参与： ◆推广 ◆现场包装 ◆销售代表培训 ◆营销活动 ◆后续执行指导 服务模式： ◆运营方案制定—报告 ◆现场 ◆活动配合	 	 	 
	报广及现场包装展示营销	销售人员进行无忧商务资产培训	活动营销，进行无忧商务资产服务理念宣讲

■ 公寓酒店化物业服务前置，提升投资者信心及终端客户对居住价值的预期，促进销售



世联雅园营销中心酒店化服务前置展示及体验



公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

为投资者：分散产权物业的统一管理，保证资产价值的兑现

























































































































































































公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**

世联公寓资管业务介绍

服务价值：世联公寓运营服务将开发商、投资者、终端用户串联形成封闭的投资链条，各自获得其利益诉求，实现多方共赢

为开发商：

1. 解决收益实现及管理，形成投资、收益完整链条
2. 消除投资者及租户后顾之忧，为销售溢价增速
3. 提升品牌
4. 投资者重复购买

为投资者：

1. 实现投资到收益的落地变现
2. 高效管理资产（租客、租约管理），实现收益最大化
3. 资产管理确运营效率最大化

世联资管 公寓服务体系

为租户：

1. 提供良好的酒店式服务
2. 提供便利的个性定制服务

公寓行业热门报告，请关注微信公众号：**长租公寓邦**