

互联网创业型企业如何玩转长租公寓

2017 年 12 月 7 日

克而瑞研究中心

www.cricchina.com/research/

研究员/沈晓玲、徐建楠

在“房子是用来住的、不是用来炒的”市场定位下，政府发布多项利好政策支持住房租赁市场发展，这无疑使长租公寓迎来了久违的春天，魔方、YOU+、新派等互联网创业型企业纷纷涌入这条赛道，相信随着政策的逐步加持，各个长租公寓品牌也将在此赛道上大展拳脚，一决雌雄。

发展现状：魔方公寓、YOU+公寓和新派公寓为主要品牌

从互联网创业型企业长租公寓来看，魔方公寓、YOU+公寓和新派公寓是发展规模较大的典型长租公寓品牌。其中，魔方公寓是中国首家连锁集中式长租公寓运营商，成立于2010年，目前已经覆盖全国15个主要城市，主要通过“聚焦租住本质”的产品及系列增值服务业务，打造以公寓为核心的生活服务平台；YOU+公寓成立于2011年，目前已经发展了20家门店；新派公寓成立于2012年，公司的目标是用创新提出的Lifestyle, Home, Community的理念，在中国核心城市的交通便利地段为白领打造标准化，完善配套，特色管理的整栋社区化公寓。

图表 1 互联网创业型企业长租公寓的规模情况

其他资本	长租公寓品牌	成立时间	目前发展规模情况	未来拓展
互联网创业型	魔方公寓	2010 年	截止 2017 年 10 月底，已布局全国 11 个一线城市及强二线城市，成功开业 118 家门店	加快整合各大城市的物业资源进行公寓化连锁经营，致力于成为中国“新租住时代”的标杆级企业
	YOU+公寓	2011 年	截止 2017 年 10 月底，已经布局全国 8 个主要城市，发展了 20 家门店	预计未来将在南京、大连等地发展长租公寓业务
	新派公寓	2012 年	截止 2017 年 10 月底，已在北京成功开业了 3 家门店	预计未来将在上海、广州、深圳等地发展长租公寓业务

数据来源：CRIC

布局：集中布局一二线，选址配套丰富

互联网创业型企业长租公寓在城市布局上主要集中在全国一线城市及强二线城市，在区位选址上注重

周边配套丰富，能够满足租客衣食住行的生活需求。本文以魔方公寓、YOU+公寓和新派公寓为研究对象。魔方公寓现布局全国11个一线城市及强二线城市，成功开业118家门店；YOU+公寓在城市布局上主要分布在一线城市北京、上海、广州、深圳及强二线城市杭州、福州、成都等地，由于广州是YOU+发源地，环广州三四线城市佛山也有项目落地；新派公寓目前仅在北京成功开业了3家门店，预计未来将在上海、广州、深圳等地发展长租公寓业务。

图表 2 魔方公寓、YOU+公寓、新派公寓城市布局情况

长租公寓品牌	布局城市等级	数量	布局城市
魔方公寓	一线城市	4	广州、深圳、上海、北京
	二线城市	7	厦门、南京、苏州、杭州、武汉、成都、青岛
YOU+公寓	一线城市	4	北京、广州、上海、深圳
	二线城市	3	福州、杭州、成都
	三四线城市	1	佛山
新派公寓	一线城市	1	北京

数据来源：CRIC

从区位选址上看，落地交通便利，周边配套丰富。魔方公寓、YOU+公寓及新派公寓主要还是以集中式的营运模式为主，从公寓门店的区位选址上来分析。目前门店选址一般选择在交通便利，周边配套有大型商场、科技园、医院、高校、旅游景点等区位。步行10分钟内可至地铁站或公交车站，出门就有吃喝玩乐的去处，企业在选址上做到从衣食住行生活方面，满足租客需求。

图表 3 魔方公寓、YOU+公寓、新派公寓区位布局情况

长租公寓品牌	布局城市	门店	2千米内的周边配套	与地铁站或公交车站最短距离
魔方公寓	北京	石榴庄店	王府井、国贸、双井等市区核心商圈、永乐文创苑	156 米
		亮马水晶店	美、日、韩大使馆、燕莎商圈、丽都商圈、新、旧国展中心、首都机场、酒仙桥电子工业园区、望京科技园区、798 艺术区	190 米
	广州	流花湖公园店	金逸影城、富力国际商贸鞋业中心、中国建设银行、中国工商银行、广州军区广州总医院、麦当劳、肯德基等餐饮	87 米
	杭州	江南大道店	阿里巴巴滨江分区及网易网络有限公司，中南购物中心，第六空间大都会等	297 米
YOU+公寓	北京	苏州桥社区	北京理工、中国人民大学、京东商城、大华科技	244 米

			商厦、中国人民大学医院、中国人民大学-文化科技园	
		上地社区	上地雅美科技园、中央财经大学清河校区、华联上地购物中心	437 米
	广州	人民南社区	荔湾广场、大同商业大厦、岭南 V 谷穗东 1936 创意园、广州电影院	70 米
		纸厂社区	海珠区生物科技园、广州工业设计科技园、翠城海悦广场、洋光商贸广场、	30 米
	杭州	梦想小镇社区	互联网小镇、浙能海创园、杭州捷瑞达科技园、杭州师范大学仓前新校区	102 米
		科创社区	杭州师范大学科技园、华正科技园、竞达科技园	92 米
新派公寓	北京	CBD 店	富力城、乐成、国贸等商场、世纪华联、BHG 等大型超市	315 米
		紫禁城店	故宫、前门、北海等旅游景点、王府井商业街、华润玩家、Ole 等大型超市、北京妇产医院、北京市公安医院	81 米
		新国展店	首都机场华谊桥	158 米

数据来源：CRIC

产品定位：根据支付能力，细化三类客群位：根据支付能力，细化三类客群

目前典型互联网创业企业长租公寓根据不同租客的需求，均打造了各自的产品线。如魔方生活服务集团将客户以综合支付能力分为精英人士、白领、企业基层员工三类客群，分别提供安全、便捷、舒适、友好的租住解决方案，并将产品线定位为轻奢型公寓、标准化公寓以及解决企业集体住宿需求公寓的三条产品系。YOU+公寓根据租客对于多功能社交空间需要的不同，打造了两条产品线，主打社交的“YOU+国际青年社区”以及主打创业的“YOU+青年创业社区”；而新派公寓目前公寓才成功开业3家门店，主要发展在中国核心城市的交通便利地段为白领打造标准化，完善配套，特色管理的整栋社区化公寓。

图表 4 魔方公寓、YOU+公寓、新派公寓 产品系

长租公寓品牌	产品系	目标客群
魔方集团	MORE	精英人士
	魔方公寓	白领
	9 号楼	企业基层员工
YOU+公寓	YOU+国际青年社区	注重社交的企业白领、白领等
	YOU+青年创业社区	创业人士
新派公寓	整栋社区化公寓	企业白领、白领等

数据来源：CRIC

户型设计：形式自由，以小取胜

长租公寓一般以散租为主，因此在产品设计上，单个房屋大小一般在10-60平米左右，再通过LOFT设计、复合型的收纳家具、厨房等空间共享来实现完整的居住功能。18-25平米的建筑面积，即可满足居住、独立卫浴、晾晒、收纳等多个居住需求。

通过比较魔方公寓、YOU+公寓及新派公寓产品空间大小，可以看到新派公寓的产品面积偏大，一般在50-60平米左右，魔方公寓则根据城市能级的不同设计的户型大小也有差别；例如上海的单间面积大小一般在20-80平米，杭州的则在20-40平米范围内；而 YOU+公寓面积范围普遍在18-25平米左右。

图表 5 魔方公寓、YOU+公寓、新派公寓户型空间

长租公寓品牌	单间面积范围（平米）	案例
新派公寓	50-60	北京CBD店、北京紫禁城店、北京新国展店
魔方公寓	20-80	上海广灵二路店、杭州幸福南路店
YOU+公寓	18-25	北京苏州桥社区、上海霍山路社区

数据来源：CRIC

标准户型



双人拼住户型



多人拼住户型



来源：CRIC梳理

获取方式：基金收购/租赁、品牌管理

目前互联网创业型长租公寓品牌的获取方式主要是基金收购或者租赁，企业进行品牌管理。

2013年3月，魔方公寓获得德同资本、华平投资6000万美元A轮融资；2015年5月，获得华平投资2亿美元B轮融资，2016年4月，获得华平投中航信托3亿美元C轮融资，15年7月22日魔方公寓联合“人人投”宣布开启众筹加盟模式进一步拓展全国业务；

新派公寓在2013年8月，通过赛富不动产一期基金以2.2万元每平米的低价，在北京CBD区域整栋买下拥有70年产权的住宅用地森德大厦，次年改造为新派公寓第一家门店CBD店。这种基金化的结构，相当于将新派公寓CBD店分拆份额，以基金的方式发行给32名LP投资人，目前公司在北京已经成功开展了CBD店、紫禁城店、新国展店三个项目；

YOU+国际青年社区同样通过基金收购、品牌管理的方式获取项目，2014年9月，YOU+获得顺为基金、联创策源一亿元的A轮融资；2015年5月，获得3000万美元B轮融资，投资方包括顺为资本、策源创投、歌斐资产、DST、时代地产、联创永宣等，现以已拥有16个社区。

盈利方式：租金为主，外加适当增值服务

目前长租公寓的盈利模式仍在探索期，租金收入为主要来源，其次是服务费，最后则是长租公寓内的增值服务费，互联网创业型企业长租公寓莫不如此。长租公寓的利润来源则主要来源于租金差。这就要求企业在通过轻资产获取项目时尽量控制成本，向外出租时在保证出租率的同时，也需想方设法提升租金来提高收益率。其他则是基础服务费，一般为月房租的10%，还有一些增值服务，如公共区域的干洗服务、游戏厅、餐饮等费用。

图表 6 魔方公寓、YOU+公寓、新派公寓租金情况

长租公寓品牌	产品系	月租（元）	案例
魔方公寓	一线城市标准化公寓	2000-7500	上海张江店、北京建国门店
	二线城市标准化公寓	1000-3500	苏州三香路店、杭州江南大道店
新派公寓	整栋社区化公寓	4500 以上	紫禁城店、新国展店
YOU+公寓	YOU+国际青年社区	3000 以上	北京苏州桥社区、上海霍山路社区

数据来源：CRIC

不同于国外，目前我国热点城市的租售比普遍偏低，因此导致了企业在拓展长租公寓时，获取项目的成本普遍较高，但在出租时租金收入难以达到期望。这些类似于轻资产模式运营的企业，一般也需要3-5年才能回本。因此本土企业对于长租公寓的增值服务则显得更有兴趣，不甘于只做包租婆角色。通常会想获得租户的一部分生活消费，因此在公共区域嵌入健身房、游戏室、餐厅、甚至配备小超市等等，但目前均在实验阶段，未来成效如何仍未可知，但值得探索。

营销策略：内外兼顾，全面推广

互联网创业型长租公寓的营销策略与房企长租公寓营销策略十分相似，同样根据年轻租户生活习惯，内外兼顾，全面推广，并且积极运用互联网线上互动开展营销活动。

外部推广：注重线上推广，内容创新形式多样。从当前企业的外部推广来看，与互联网紧密结合是所有长租公寓的营销共性。通过互联网营销主要有两方面原因：一是把握端口，即租客寻找租赁房屋的平台，典型的如豆瓣租房、58同城、微信朋友圈等等，这些平台上有大量的租房需求，在上面推广房屋信息，能够有效的提升招租效果。二是目前各类社交软件及视频播放平台对于年轻人的使用渗透率较高，线上营销的影响力已经与线下营销不相上下，企业通过事件营销等方式，可以在微博、朋友圈等平台广泛传播，利于长租公寓的品牌营销。

内部维护：运营注重社交，配套丰富增强产品粘性。在租客入驻后，后期的运维也相当重要。通过后期的服务，让产品对客户产生粘性，甚至让客户对企业的长租公寓产品产生依赖，此外出色的后期服务也能有效的提升企业的公寓品牌，长期的理念输出和活动推广所产生的效果是前期的短期营销不能比拟的。

长租公寓均在着力打造其社交功能，原因是社交类的产品能够对一些年轻人产生吸引，其次是租客在公共空间进行社交活动时，不免产生消费，也能为企业带来一定利润，最后就是租客在相互熟识之后，想挪动住处的意愿下降，有助于提升长租公寓出租率的稳定性。如硬件设施上面，如魔方公寓、YOU+公寓、新派公寓均有较大的公共空间，配备健身场所、公共厨房、休息室等等。

图表 7 魔方公寓、YOU+公寓、新派公寓配套情况

长租公寓品牌	室内配套	公共配套
魔方公寓	宽带、空调、热水器、整体卫浴、床（带床垫）、沙发、衣柜、书桌、椅子、茶几、全身镜等	专职管家、公共晾晒区、健身房、大厅休闲区、移动会议室、投影、WiFi、门禁控制、休憩室
YOU+公寓		健身房、公寓超市、快递代收、WiFi、门禁控制、维修服务、夜班管家、洗衣房、公共厨房、大屏投影、健身房、书吧、休憩室
新派公寓		红酒屋、画廊、办公区、超市、WiFi、门禁控制、代收快递、维修服务、夜班管家、洗衣房、公共厨房、大屏投影、健身房、书吧、休憩室

数据来源：CRIC

总结：在长租公寓风起云涌的当下，互联网创业型公司若想在市场稳住脚跟，就要及时解决投入大、周期长、盈利途径单一等问题，所以如何有效取得更多租户的生活消费，成为企业当下必须要考虑的事情之一，因此多数互联网创业型长租公寓公司会选择在公共区域嵌入健身房、游戏室、餐厅、甚至配备小超市等等，虽然目前均在实验阶段，未来成效如何仍未可知，但值得探索。

免责声明

数据、观点等引用请注明“由克而瑞研究中心提供”。由于统计时间和口径的差异，可能出现与相关政府部门最终公布数据不一致的情形，则最终以政府部门权威数据为准。文章内容仅供参考，不构成投资建议。投资者据此操作，风险自担。

关于克而瑞信息集团（CRIC）

克而瑞信息集团，隶属于易居（中国）控股有限公司。作为中国最大的房地产信息综合服务商，以现代信息技术为依托的房地产信息及咨询服务为主营业务。克而瑞信息集团拥有中国房地产最大的信息数据库，构筑中国房地产上下游企业（包括开

发商、供应商、服务商、投资商）和从业者信息的桥梁，形成资金、信息通路、营销、人才等各类资源的整合平台，为企业提供房地产信息系统、信息集成和解决方案的全面信息综合服务。

关于克而瑞研究中心

克而瑞研究中心是易居旗下克而瑞信息集团的专业研发部门，组建十年以来一直致力于对房地产行业及企业课题的深入探索。迄今为止，已经连续五年发布中国房地产企业销售 TOP50 排行榜，引发业界热烈反响。研究半径不仅涵盖以日、周、月、年时间为线索的四大基础研究领域；还包括宏观、市场、土地、企业战略、企业金融、营销等六大研发方向的深度拓展。每月成果出品超过百份，规模已万字计，为房地产企业、基金、券商、政府相关部门提供专业研究资料。