

中介和酒店服务商如何发展运营长租公寓

2017年11月24日

克而瑞研究中心

www.cricchina.com/research/

研究员/沈晓玲、冯惠、刘敏

刚刚闭幕的“十九大”会议提出，要“加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度”。作为今年地产界最大的风口，长租公寓目前正受到各级政府的大力支持。中介服务商与酒店运营服务商在此政策支持下，也在不断完善自身长租公寓品牌。

发展现状：服务商长租公寓主要以中介背景企业以及酒店运营背景企业为主。

现已参与长租公寓运营的中介服务商不多，仍以几家大的中介公司为主，如链家旗下的自如，世联行旗下的红璞。世联行从2014年开始试水公寓，15年最先做的是短租类型租赁产品，例如假日型、礼遇型短租房，同年推出红璞公寓，主打长租。目前已完成24个城市布局，截止2017年7月，红璞公寓运营近2万间，签约4.5万间。自如成立于2011年5月，最早是链家的一个事业部，定位于国内首家提供高品质租住产品和服务的O2O互联网公司，以“服务和产品”为核心。一般，自如会和业主签订协议，签订3-5年左右合约，然后集中进行设计、改造，房东老旧的家具、电器一般都会被撤出，换上新的。

而如家的雅住公寓和铂涛的窝趣WOWQU是酒店运营企业旗下长租公寓品牌发展规模较大，较为典型的案例。雅住公寓成立于2015年年初，同时运营青巢公寓、逗号公寓、逗号之家三个品牌，目前已进驻城市19个，为公寓业内进驻城市最多的品牌；窝趣轻社区成立于2014年11月，是铂涛集团旗下首个长租公寓品牌。

服务商长租公寓发展情况

服务商	长租公寓品牌	成立时间	发展规模情况	未来拓展
中介类企业	链家自如	2011	截止 2017 年 10 月，链家自如已完成对 5 个重点一二线城市的布局，运营房源数超过 35 万间，服务超过 80 万自如客，服务业主数量超过 15 万人。	未来计划上市，成为链家集团三大业务之一
	世联行红璞	2015	截至 2016 年末，红璞公寓完成 24 个城市布局，运营近 2 万间，签约 4.5 万间。	2017 年的签约目标是 10 万间，预计广州将达到 5 万间，武汉达到 2-3 万间
酒店运营企业	如家雅住公寓	2015 年	截止 2017 年 10 月底已进驻城市 25 个，为公寓业内进驻城市最多的品牌	集中发展旗下三个长租公寓品牌，三年内成为国内最大、最强、最佳公寓管理公司
	铂涛窝趣 WOWQU	2014 年	截止 2017 年 10 月底先后布局全国 7 个一线及强二线城市，成功开业 12 家门店	公司未来将积极尝试与地产商合作，以“加盟+直营”模式发展扩大规模

数据来源：CRIC

布局选址：集中布局一二线，选址靠近地铁站

服务商旗下长租公寓在城市布局上，主要集中布局于一二线城市。一二线城市就业机会多，租赁需求较大，适宜于面向青年人群的长租公寓的发展。

中介服务商旗下长租公寓链家自如和世联红璞，目前进入的一二线城市多达26个，三四线城市仅有7个。在两家租赁公司中，目前城市布局数量最多的当属世联红璞，共进入到了24个城市，在长三角、珠三角、中西部和环渤海地区均有分布。而链家自如目前布局城市数量较少，主要以环渤海、长三角和珠三角几个核心城市为主。

而酒店运营服务商旗下长租公寓中，雅住公寓现布局城市较多，现已布局运营25个城市，主要集中在一线城市、强二线城市以及环一线城市的三四线城市，为公寓业内进驻城市最多的品牌；窝趣WOWQU现已开业12家门店，集中布局广州、深圳、北京、上海、重庆、杭州、珠海等一二线城市。

服务商长租公寓城市布局情况

服务商	长租公寓品牌	布局城市等级	数量	布局城市
中介类企业	链家自如	一线城市	3	上海、北京、深圳
		二线城市	2	杭州、南京
	世联红璞	一线城市	4	北京、上海、深圳、广州
		二线城市	16	杭州、合肥、苏州、南京、宁波、济南、青岛、重庆、成都、南昌、武汉、西安、长沙、郑州、福州、厦门
		三四线城市	4	东莞、佛山、惠州、珠海、桂林、北海
酒店运营企业	雅住公寓	一线城市	4	广州、深圳、上海、北京
		二线城市	13	杭州、苏州、南京、长沙、西安、重庆、武汉、成都、昆明、大连、天津、石家庄、青岛
		三四线城市	8	柳州、珠海、佛山、汕头、镇江、无锡、南通、常州
	窝趣 WOWQU	一线城市	4	广州、深圳、上海、北京
		二线城市	3	珠海、杭州、重庆

数据来源：CRIC

在区位选址方面，服务商的长租公寓主要以交通便捷，周边商业配套较完善作为优先区位选择。在交通方面，服务商长租公寓较多的选择靠近地铁站或大型公交车站的位置，与之最短距离普遍小于500；在配套方面，主要选择的是生活配套完善区域，如有大型商场、高校、科技园、餐馆、银行、娱乐场所等的地区。此外，在区域选择上还对周边环境具有一定要求。例如，中介自如的房源一般选择在离地铁站10分钟，周围配套的商圈和社区较为成熟的地方，房源收取有多达30项标准，例如违反国家相关法律法规的房源不能收取、业主产权不明，归属有争议的房源不能收取，临近飞机场、加油站、高压电线、垃圾处理厂等附近的房源不能收取。

服务商长租公寓布局区位情况

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
链家自如	北京	世纪龙祥嘉园	隶属奥运村、旁边是世茂奥临和万达大湖公馆。	123米
		流星花园三区	小区南门紧邻一排商铺、超市、药店、菜店、农业银行、工商银行就在家门口、禧乐汇商场、	260米
	上海	滨浦新苑一村	距离农工商超市仅50米，临近沃尔玛和绿地乐和城，内有各类美食店和KTV等娱乐场所	131米
	杭州	华元欢乐城	紧邻时代广场	96米
世联红璞	北京	红璞双合青年社区	垡头商场、先锋时代商场、万福成商场、欢乐谷乐购商场	200米
	广州	鹤洞观鹤小区	周边有会聚娱乐商务KTV、金茂影剧院、正家购物广场、鹤顶市场、山顶农贸市场	200米
		东圃红璞公寓	周边有天河广场健身会所，喜洋时代影城，爱尚主题量贩KTV、天河广场	19米
	杭州	水务大厦	项目西南侧约900米的商业综合体旺角城新天地、英皇娱乐国际会所、润SPA水舞涧	200米
亚马逊社区		周边有下沙龙湖天街商场、上影影城、世纪星滑冰场、华润万家超市	400米	
逗号公寓	上海	上海周家嘴路店	五角场商圈、虹口龙之梦商圈、四川北路公园	303米
		上海川沙金汇广场店	金汇广场、卜蜂莲花商场、上海迪斯尼乐园	41米
		上海高科西路店	巴黎春天商圈、陆家嘴世纪金融广场	61米
	北京	北京大成路店	紧邻翠微商场、春园大型社区、周边辐射玉泉路商圈	271米
	杭州	杭州东新路店	大运河、历史名街、虎山公园、历史文化博物馆	78米
		杭州万达广场汽车北站店	月星家居装饰生活广场、万达广场、杭州城西银泰城、杭州国际会展中心、杭州万达广场，杭州北部软件园	24米
重庆	重庆蓝天医院店	蓝天医院、沙坪坝商圈、家乐福超市、永辉超市、卜蜂莲花超市、UME国际影城、蓝天歌剧院、重庆大学、重庆师范大学	117米	
窝趣WOWQU	深圳	窝趣深圳北站白石龙公寓	民治天虹、cococity购物商场、人人乐、世纪百货、友谊书城、美食街小窝	158米
		窝趣深圳清湖地铁站轻社区	尚美中心、国鸿大厦、创客中心等写字楼和创业园	53米
	广州	窝趣广州天平架轻社区	广东农工商学院、暨南华文学院、广东省总工会学校、华南理工大学等知名学校、中信广场、天河城百货、正佳广场、岗顶电脑城等繁华商圈	203米

重庆	窝趣重庆仙桃数据谷公寓	重庆新兴医院、重庆济珍医院、重庆机电工程技工学校	84米
----	-------------	--------------------------	-----

数据来源：CRIC

产品定位：客群较广，链家自如驿专门面向商旅人群

目前服务商下长租公寓品牌，在产品定位上注重细化产品线，既有面向社会新人、公司基层员工等的普通产品也有面向企业金领、部分白领等高净值人群的高端产品。

四家服务商长租公寓中，在产品线上划分最细也最有特色的便是链家自如。其分为六大产品线，已形成覆盖高中低端、包含客户衣食住行各项服务的整个租赁周期的产品线，满足租客灵活变动空间布局的需求。其中自如友家定位面向客户以刚毕业的大学生、年龄20-30岁的青年白领为主；自如整租面向客户以情侣、新婚夫妇、家庭为主；自如寓面向客户以高收入白领为主。另外针对商旅人群推出的自如驿和自如民宿，前者面向的是青年旅居者，后者面向的青年或家庭旅行用户。

服务商长租公寓品牌产品定位情况

长租公寓品牌	类型	产品系	目标客群
链家自如	分散式	自如友家	适合刚毕业的大学生、年龄 20-30 岁的青年白领
	分散式	自如整租	情侣、新婚夫妇、家庭用户
	分散式	业主直租	更追求个性化的整租用户，青旅、新婚夫妇、家庭用户
	集中式	自如寓	高收入城市白领
	-	自如驿	青年旅居者
	-	自如民宿	青年或家庭旅行用户
世联红璞		品质青年公寓	面向大学生和小白领
		蓝领公寓	针对企业员工的宿舍需求专门打造
		高端产品公馆	面向注重服务与品质体验的城市金领、企业高管或国外高管等
雅住公寓		“品质房型+多功能社交空间+管家式服务”的逗号公寓	精英人士
		“精致房型+多功能使用区域+管家式服务”的青巢公寓	部分企业金领、白领及社会新人
		多人拼房居住房型+多功能社交空间+共享空间”的逗号之家	企业基层员工
窝趣 WOWQU		“新享乐”青年长租公寓产品	80、90 后都市青年
		长短租兼容产品	80 后金领精英

数据来源：CRIC

户型设计：户型面积大小不等，存在大户型三房

服务商旗下长租公寓主要有中介类企业和酒店运营企业，其中，**酒店运营服务商长租公寓在户型设计上，形式比较自由，户型大小主要以小户型为主**，如雅住公寓、窝趣WOWQU面积范围普遍在18-25平方米左右。

不同于酒店运营服务商以及其他企业运营的长租公寓一般在户型上注重标准化，户型一般较小，**中介服务商旗下长租公寓，主要以分散式为主，既有散租，也有整租，受到的资金压力较小，户型面积更加自由，既有小户型，也有120平方米以上的大户型。**

服务商长租公寓户型空间

长租公寓品牌	产品系	单间面积范围（平米）	案例
链家自如	自如友家	13-25	上海滨浦新苑一村 4 居室-05 卧、上海联星丽景苑 4 居室-05 卧、上海祥和花苑（公寓）4 居室 01 卧
	自如整租	30-120	上海中东小区 1 居室、上海金地自在城（二期）2 居室、北京梨花园 2 居室
	业主直租	30 以上	上海旭辉浦江国际广场 1 居室、北京公园 18721 居室
	自如寓	20-70	北京酒仙桥将府自如寓、北京亚运村 15 自如寓
世联红璞		10-80	杭州萧山·水务大厦、杭州西溪·昆仑工坊、广州穗和家园-H2 栋-107、武汉鸿瑞佳苑-1 号楼 1 单元-3201
雅住公寓		18-25	“北京大成路店逗号公寓、汕头珠池路店青巢公寓、逗号之家上海行南路店
窝趣 WOWQU		18-25	窝趣广州天平架轻社区、窝趣北京机场轻社区

数据来源：CRIC

获取方式：中介依靠门店或合作对象，酒店基于住宿业管理经验“直营托管”

中介服务商主要依靠自身门店、营销代理方面的优势去获取房源。其中，链家自如获取方式则主要包括三个方式，一是门店，包括业主主动到门店委托以及经纪人在门店向业主推荐；二是社区，落地在每个社区的管家辐射以及自如服务的影响力；三是口碑传播，主要是业主的相互推荐。而世联红璞凭借在营销代理上的行业口碑，主要通过合作对象去获取房源，主要渠道包括地方政府、地方国企、开发商和城中村。世联行以其与地方政府、国企、城中村的良好合作关系，使得这些主体在有资产盘活、项目改造需求时，会首先考虑世联行，使世联行有机会获取整栋房源。

酒店运营企业长租公寓则以“直营托管”的加盟模式作为公寓运营模式。窝趣轻社区是铂涛集团旗下首个长租公寓品牌，首创了公寓行业的加盟模式“直营托管”，并以此作为窝趣的运营模式。对于后期的盈

收，窝趣收取一定比例的管理费用，用于支付运营成本和品牌推广，其余绝大部分的盈收都是归投资人所有；如家旗下的逗号公寓是如家酒店集团与红杉资联手进入长租市场的品牌，公寓本基于多年的住宿业管理经验，为公寓提供专业的日常管理。

盈利方式：以租金为主，尝试金融理财收入

目前服务商长租公寓的盈利模式主要以租金收入为主，其次是增值服务费。而根据具体公司运营方式的不同，中介服务商链家自如和世联红璞的盈利模式又稍有不同。

自如做的事是收房—装修—出租，对于业主是资产增值管理，对于租客则是提供标准化的公寓式租房服务。这其中关键的一点，自如不仅是房屋，还有服务。除了租金收入，自如在租赁期间为自如业主和租客提供多样的增值服务，如资产查验、定期报告、租客认证、装修、搬家、保洁和维修等。世联红璞根据长租公寓出租面临租客资金不足的问题，提供租金消费金融业务，并且推出了长租公寓开发金融业务新产品：租金贷。租金贷期限多、金额少、风险低，可增加公司金融业务收入。

酒店运营服务商长租公寓中看出雅住公寓其中两条产品线青巢公寓、逗号之家定价较低，反映出其产品针对客群的支付能力一般。因为装修、包租等成本远大于散客的出租房源，因此长租公寓在定价方面均没有优势，对于企业运营的考验更大。

服务商长租公寓租金情况

长租公寓品牌	产品系	月租(元)	案例
链家自如	自如友家	2000-3000	海滨浦新苑一村4居室-05卧、上海联星丽景苑4居室-05卧、上海祥和花苑(公寓)4居室01卧
	自如整租	5000-15000	上海中东小区1居室、上海金地自在城(二期)2居室、北京增光佳苑3居室、北京保利金泉3居室
	业主直租	3500以上	上海旭辉浦江国际广场1居室、上海德州四村1居室、北京远洋沁山水3居室
	自如寓	3100-7000	北京酒仙桥将府自如寓、北京亚运村15自如寓
世联红璞		1000以上	杭州萧山·水务大厦、杭州西溪·昆仑工坊、安居坊B栋
雅住公寓	逗号公寓	2000-6000	上海川沙金汇广场店、上海周家嘴路店
	青巢公寓	1000-3000	青巢公寓长沙左家塘店、汕头珠池路店
	逗号之家	450-650	逗号之家上海行南路店
窝趣 WOWQU	针对80后金领精英产品	2500以上	窝趣深圳北站白石龙公寓、窝趣重庆仙桃数据谷公寓
	针对80、90后产品	1800-2500	窝趣北京机场轻社区、窝趣深圳硅谷动力清湖园轻社区

数据来源：CRIC

营销策略：中介服务商更偏重内部营销

服务商长租公寓公司在营销上与房企自营长租公寓类似，主要分为对内营销和对外营销两方面，对内营销主要为了构建社区社交圈子，增强客户粘性；对外营销在于向外传播公司品牌，吸引青年客户入住。从侧重点来看，中介服务商长租公寓更侧重于内部营销，酒店运营服务商则更加内外兼顾。

服务商长租公寓亮点内部营销活动

长租公寓品牌	亮点营销活动
链家自如	桌游轰趴、电影之夜、主题派对、节日活动等
世联红璞	世联红璞将联动旗下大部分城市的公寓项目助力梦想毕业季，推出毕业季活动——燃青春行动第二季
雅住公寓	抢换电影票、汽车展票、主题派对等
窝趣 WOWQU	凭借自己小学、中学、大学等毕业证兑换相应金额代金券来抵扣租金、黑夜音乐会、说书人、“职业成长课堂、星座生日趴

数据来源：CRIC

总结：服务商长租公寓公司主要依托自身门店、住宿管理经验等原有资源发展长租公寓，主要以轻资产运营模式运营。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。即使在政策春风支持下，服务商长租公寓想要回本，一般也需要3-5年时间。

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

克而瑞研究中心 2017 版

E-mail：research2@cric.com

电话：021-60867863

8/9

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。