头豹 LeadLeo

400-072-5588

头豹研究院 | 房地产系列深度研究

2018 年
中国长租公寓行业研究报告

行业走势图



TMT 团队

宁泽天 分析师

邮箱：cs @leadleo.com

相关热点报告

- 房地产系列深度研究——2019 年中国住宅地产行业概览
- 房地产系列深度研究——2019 年中国互联网房地产中介行业研究报告
- 房地产系列深度研究——2019 年中国房地产投资信托行业研究报告
- 房地产系列深度研究——2019 年中国房地产行业白皮书

报告摘要

长租公寓是房地产三级市场的一个新兴行业，近三年来飞速发展，已经形成一批规模化、专业化的品牌运营机构。2017 年中国的长租公寓品牌多达 1200 家以上，运营房屋数量已超 200 万间。大多分布在北上广深一线城市及杭州、成都、武汉、天津、南京和苏州等区域核心城市。按照平均每套月租金 2000 元计算，目前一年的交易额大致为 480 亿元。而相较于万亿的租赁市场规模，长租公寓所占的比例还是相对较低。未来品牌化运营的长租公寓企业将越来越多，提升行业的集中度。

热点一：购房需求转变为租房需求

相较于住宅房屋价格的持续上涨居高不下，人均可支配收入增速远低于住宅房屋价格上涨速度，一线城市房价收入比均超过 20 倍，置业门槛显著提高。各地政府为了打击房地产投机行为，密集出台楼市调控政策，例如提高首付额度，调高购房资格门槛，提高房贷利率等措施，置业门槛的提高使得一部分潜在购房者不得不放弃购房转向房屋租赁市场。

热点二：单身与新世代带来租房需求

自 2013 年起，中国结婚率呈现逐年下降趋势，截至 2017 年结婚率已从 2013 年的 10.03%降至 7.94%，这意味着越来越多的适婚年龄人群选择保持单身或者推迟结婚年龄。另一方面，自 2009 年起，中国离婚率却在不断上涨，2017 年中国离婚率已超 3%。由于结婚率下降以及离婚率上升而产生的单身群体将更有可能选择租赁房屋，扩大长租公寓市场需求。

热点三：积极利用创新金融产品

机构化的租赁服务商前期成本压力大，收房到出租存在时间差，并且前期收房、设计、改造、装修、配置、出租营销、人工等成本都要提前支付，扩张阶段的企业收入成本的时间不匹配会更突出，现金流趋紧，面临很大财务压力。积极利用创新金融产品将有助于企业化解财务压力。

目录

1 方法论 7

1.1 研究方法 7

1.2 名词解释 8

2 中国长租公寓市场综述 10

2.1 中国长租公寓行业定义及分类 10

2.2 中国长租公寓的发展历史 11

2.3 中国长租公寓客群结构 12

2.4 中国长租公寓市场规模及空间 13

2.4.1 中国租赁市场规模及增长空间 13

2.4.2 中国长租公寓市场规模及增长空间 15

2.5 中国长租公寓产业链分析 16

2.5.1 中国长租公寓行业核心参与方-运营方 17

2.5.2 中国长租公寓行业重要参与方-金融服务机构 18

2.6 长租公寓的优劣势 19

3 中国长租公寓行业成功因素 19

3.1 中国房地产行业面临拐点，进入存量时代 19

3.2 租赁是解决住房问题的重要途径 21

3.3 中国国内流动人口总数不断上升 22

4 中国长租公寓行业驱动和制约因素 23

4.1 中国长租公寓驱动因素 23

4.1.1 购房需求转变为租房需求.....23
4.1.2 单身与新世代带来租房需求.....24
4.1.3 政策扶持有利长租公寓长远发展.....25
4.2 中国长租公寓行业的制约因素.....25
4.2.1 行业正处扩张期，盈利空间有限.....25
4.2.2 运营能力要求较高，金融支持尚不成熟.....26
4.2.3 行业标准、规范尚不健全.....27
5 中国长租公寓行业相关政策法规.....27
5.1 长租公寓供应层面相关政策法规.....28
5.2 长租公寓税收层面相关政策法规.....28
5.3 长租公寓金融支持层面相关政策法规.....29
6 中国长租公寓行业市场趋势.....29
6.1 典型代表企业商业模式的发展.....29
6.2 典型代表企业产品研发的发展.....32
6.3 中国长租公寓市场渠道的发展趋势.....34
6.3.1 不同参与主体的渠道发展.....34
6.3.2 拥抱移动互联网，布局 APP 线上应用建设.....35
6.3.3 继续深耕一线城市，进行二三线城市布局.....36
6.4 长租公寓市场其他未来发展的趋势.....36
6.4.1 积极利用创新金融产品.....38
6.4.2 资产运营能力增强.....40
6.4.3 高品质化，新生活方式集成，租赁业务带动产业链协同盈利.....43

7 中国长租公寓行业市场竞争格局 44
7.1 中国长租公寓行业竞争现况分析 44
7.1.1 行业内现有竞争者之间的竞争分析 44
7.1.2 供方的议价能力 46
7.1.3 需求方的议价能力分析 47
7.1.4 潜在的进入者威胁分析 47
7.1.5 替代品的威胁分析 48
7.2 自如租房竞争力分析 48
7.3 魔方公寓竞争力分析 50

图表目录

图 2-1 长租公寓类型 10
图 2-2 中国房屋租赁市场规模 13
图 2-3 中国租赁人口数量 14
图 2-4 中、日、美、英租赁人口与租赁房屋比例 15
图 2-5 中国品牌长租公寓套数规模 16
图 2-6 中国长租公寓产业链结构 16
图 2-7 长租公寓运营参与方 17
图 2-8 金融机构参与长租公寓项目方式 19
图 2-9 长租公寓与传统租赁对比优势 19
图 3-1 中国住宅房屋竣工面积，2013-2017 20
图 3-2 各地二手房交易面积占总住房交易面积比重 20
图 3-3 中国二手房月均交易量,2016-2017 21
图 3-4 个人或者家庭获取居住房源方式占比，2017 22
图 3-5 不同房屋获取方式优劣势比较 22
图 3-6 中国流动人口总数，2010-2017 23
图 4-1 百城住宅价格指数 24
图 4-2 中国结婚率及离婚率，2009-2017 25
图 5-1 供应层面相关政策法规 28
图 5-2 税收层面相关政策法规 29
图 5-3 金融支持层面相关政策法规 29
图 6-1 自如的商业模式分析实例 31

图 6-2 魔方的商业模式分析实例.....32
图 6-3 长租公寓参与主体.....35
图 6-4 长租公寓资本运作产业链.....38
图 6-5 金融化介入长租公寓手段.....39
图 6-6 长租公寓资本运作模式.....41
图 6-7 长租公寓集中式与分散式特征对比.....42
图 6-8 长租公寓集中式与分散式成本差异.....43
图 6-9 长租公寓相关业务拓展.....43
图 7-1 现有租赁房屋来源.....44
图 7-2 长租公寓行业主要融资事件.....46
图 7-3 自如租房各项指标分析.....48
图 7-4 自如租房 SWOT 模型分析.....49
图 7-5 魔方公寓各项指标分析.....50
图 7-6 魔方公寓 SWOT 模型分析.....51

1 方法论

1.1 研究方法

- 弗若斯特沙利文为一家独立的全球性咨询公司，于1961年在纽约创立，提供行业研究、市场战略、增长咨询及企业培训等服务。其中国研究范畴涵盖汽车及交通、化工材料、航空航天、消费品、能源及电力供应、环保及楼宇技术、医疗、工业自动化及电子、工业及机械、以及科技、传媒及电讯等行业。

✓ 弗若斯特沙利文的报告包括有关以下各方面的资料：住房租赁市场数据，房地产市场数据，流动人口数据，以及其它经济数据。

✓ 弗若斯特沙利文的报告基于以下假设编制：

✓ 预测期内中国社会、经济及政治状况维持稳定，确保房屋租赁市场稳定发展。

- 弗若斯特沙利文的独立研究采用一手及二手研究方法从多个来源获取资料。一手研究包括深度访问租赁房屋市场领先参与者及行业专家。二手研究包括审阅公司报告、独立研究报告及弗若斯特沙利文本身研究资料库的数据。推算总市场规模基于过往数据分析、宏观经济数据、以及研究获悉的上述相关行业驱动因素计算。

- 弗若斯特沙利文本次研究将于2018年5月完成。

1.2 名词解释

- 长租公寓——又名“白领公寓”，“单身合租公寓”，是近几年房地产三级市场一个新兴的行业，是将业主房屋租赁过来，进行装修改造，配齐家具家电，以单间的形式出租给有租房需求人士。
- ABS——即 Asset Backed Securitization，以项目所拥有的资产（在长租公寓行业中资产即为旗下拥有公寓）为基础，以项目资产可以带来的预期收益为保证，通过在资本市场发行债券来募集资金的一种项目融资方式。
- 自如——自如于 2011 年成立,是中国领先的分散型长租公寓 O2O 服务提供商。截至 2018 年 3 月底，自如已经在中国 9 个城市完成了布局。企业旗下拥有自如友家、自如整租、自如寓、自如驿、自如民宿以及业主服务 6 大产品线。
- 魔方生活服务集团——魔方生活服务集团是中国集中型长租公寓市场上的典型代表企业，于 2009 年 6 月在南京开设旗下第一家长租公寓（江苏省南京市的戴家巷店），其后经历了高速的增长并在 2016 年获得 C 轮 3 亿美元的融资。企业旗下拥有魔尔公寓、魔方公寓和九号楼 3 大产品线。
- REITs——即房地产信托投资基金，是一种以发行收益凭证的方式汇集特定多数投资者的资金，由专门投资机构进行房地产投资经营管理，并将投资综合收益按比例分配给投资者的一种信托基金。
- CMBS——指商业房地产抵押贷款支持证券，债权银行以原有的商业抵押贷款为资本，发行证券。
- 酒店式公寓——一种提供酒店式管理服务的公寓，集住宅、酒店、会所多功能于一体，具有“自用”和“投资”两大功效，但其本质仍然是公寓。酒店式公寓既吸收了星级酒店的服务功能和管理模式，又吸收了信息时代写字楼的特点，拥有良好的通讯条件，可

针对性地提供秘书、信息、翻译等商务服务。购买者拥有单元产权，既可以自住、出租，也可以转售，是一种既提供酒店专业服务又拥有私人公寓秘密性和生活风格的综合物业。相关的业态包括服务式公寓、白领公寓、创业公寓、青年 SOHO、青年客栈等。

- CPI——居民消费价格指数（consumer price index）的简称。居民消费价格指数，是一个反映居民家庭一般所购买的消费品和服务项目价格水平变动情况的宏观经济指标。它是在特定时段内度量一组代表性消费商品及服务项目的价格水平随时间而变动的相对数，是用来反映居民家庭购买消费商品及服务的价格水平的变动情况。
- VC——Venture Capital，简称风投，又译称为创业投资，主要是指向初创企业提供资金支持并取得该公司股份的一种融资方式。风投公司的资金大多用于投资新创事业或是未上市企业（虽然现今法规上已大幅放宽资金用途），不以经营被投资公司为目的，仅是提供资金及专业上的知识与经验，以协助被投资公司获取更大的利润为目的。
- PE——Private Equity，也就是私募股权投资，指通过私募形式对私有企业，即非上市企业进行的权益性投资，在交易实施过程中附带考虑了将来的退出机制，即通过上市、并购或管理层回购等方式，出售持股获利。



2 中国长租公寓市场综述

2.1 中国长租公寓行业定义及分类

长租公寓是房地产三级市场的一个新兴行业，近三年来飞速发展，已经形成一批规模化、专业化的品牌运营机构。长租公寓运营方直接租赁业主房屋并进行装修改造、配备家具家电，以单间的形式租赁给有租房需求的人群。长租公寓租户没有被逼迁的烦恼，且定价统一透明公开，因此市场接受度高。品牌长租公寓一般都配有“管家”，为租户提供基本的租后服务，例如保洁、维修、网络等，甚至还会提供安保、公共娱乐空间。

自 2016 年来，国家政府提出“租购并举”，中国住房租赁市场进入发展新阶段。长租公寓将大量低利用率的社会存量房与租户需求相连接，显著提升社会存量房使用效率与租户体验，是实现租售同权的最好实践。长租公寓行业由于市场空间潜力巨大，不仅可以吸引资金投资、提高闲置房屋利用率、盘活无法交易的土地资源，同时还能够解决城市住房紧张问题，因此近年来备受各方青睐。

长租公寓品牌就开发、收房者以及运营者来看，主要分为以下几类（见图 2-1）：

图 2-1 长租公寓类型

分类标准	分类	
资本来源	国有资本	国有房地产开发企业、国有投融资企业通过自建、购买、资产划拨、租赁等方式获得房源，一些地方在租赁用地出让方面要求只允许国有企业参与。
	社会资本	社会资本
股东背景	开发企业	开发企业通过拿地、利用自持存量物业、租赁外部房源的方式来发展长租公寓平台
	经纪机构	经纪机构依托房地产服务企业例如二手中介企业或者一手中介企业背景建设长租平台
	酒店	城家、窝趣、缤润雅朵即为酒店背景长租公寓
	创业类企业	目前行业内数量最多的参与者，经营思路和方式较为灵活，例如蘑菇公寓与魔方公寓
物业持有	轻资产	运营方不持有长租公寓产权，而是通过租赁协议租入场物业，再向普通租客出租
	重资产	运营方持有长租公寓产权

物业形态	集中式	公寓集中，房源为整栋物业，至少为整层物业
	分散式	公寓房源来源十分多远，一般通过租赁普通居民的住房，加以改造装修后在向外出租。

来源：沙利文研究院绘制

2.2 中国长租公寓的发展历史

90 年中后期，欧美酒店式公寓被引入中国，上海出现了一批以在沪长期居住外企高管为目标群体的高级酒店式公寓。上世纪九十年代末，中国房地产市场福利分房时代结束，2000 年以后房地产市场经历了 10 余年的高速增长，国内公寓行业逐渐从大量房源、将其租售的二房东模式转变为小规模的公寓品牌，经过系统的营运标准后造就出公寓企业。

2000 年后，规模化的公寓业态开始形成，一些公司瞄准了外企高管人群，因为 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，所以国外的高端公寓品牌企业也纷纷进入中国。中国公寓品牌企业也开始提供五星级酒店的配套设施、统一班车、工作人员统一工装，除了标准化和增值服务，价格也较欧美品牌低一到两成，又有社区的氛围，迅速的开创了国内高端公寓市场。

2008 年迎来了另一个行业发展契机-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。

2010 年，因为消费升级及年轻一代的消费需求，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。

2011 年，公寓这行业再次被推向风口，美国一家名叫 HomeAway 公寓预订网站所属公司上市并且估值达 20 亿美元，很快这种模式被国内公司借鉴，短租公寓行业首次采用线上和线下融合模式，加上快速营销，让大家对长租公寓行业有了更新的认知。

2012 年至 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，涌现了一批有潜力公寓企业，较为突出的公寓企

业运营房间数目可达到 1000 间以上。

2014 年雷军投资了一家公寓品牌，长租公寓再次成为资本市场的关注对象，资本市场的活跃和移动互联网推动着公寓市场的发展。

2015 年后，从中央到地方都出台了多项鼓励租赁业务发展的政策，包括商业用房改租赁可以享受民水民电价格，给予住房租赁机构或个人税收优惠，推进 REITS 的试点等。租赁市场获得了政策红利，租购并举的政策的施行推动也加速了长租公寓行业快速发展，各方逐渐进入长租公寓市场。

2.3 中国长租公寓客群结构

2017 年，中国流动人口其中约七成通过租房解决住房问题，其中“80 后”、“90 后”新生代流动人口比例稳步增长，占比达到 64.7%，已成为流动人口中的主力军，流动人口平均居留时间也在逐年上升，2017 年这一数据已达 5.7 年，流动人口的稳定性增强。据沙利文统计，2017 年部分热点城市的平均首次置业年龄已超过 35 岁，新进入人口的租房周期也普遍上升到了 10 年以上，租房居住需求周期被进一步拉长。中国长租公寓客群状况与上述人口统计数据呈对应式分布主要由三类群体组成：

1) **青年租客群体**：这类群体包括刚刚大学毕业、以及进入职场几年的年轻白领，平均收入水平一般，资金能力无法实现买房需要或没有在异地购房的意愿，群体意识较强，对居住品质要求高，强调个性和差异化。青年租客群体要求房屋性价比高、可提供大面积的公共区域以满足生活和社交的需求。因此这类群体比较倾向于集体式的长租公寓，但相对续租率不高。
2) **商务人士及外籍人士群体**：这类群体包括企业高管及在中国长期居住的外籍人士，平均收入水平较高，因工作或其他原因需要长期异地居住，对于生活品质要求很高。

他们的主要诉求是房屋及配套设施的整洁高端、交通便利、周围环境安静舒适。因此这类群体比较倾向于分散式的长租公寓，续租率非常高。

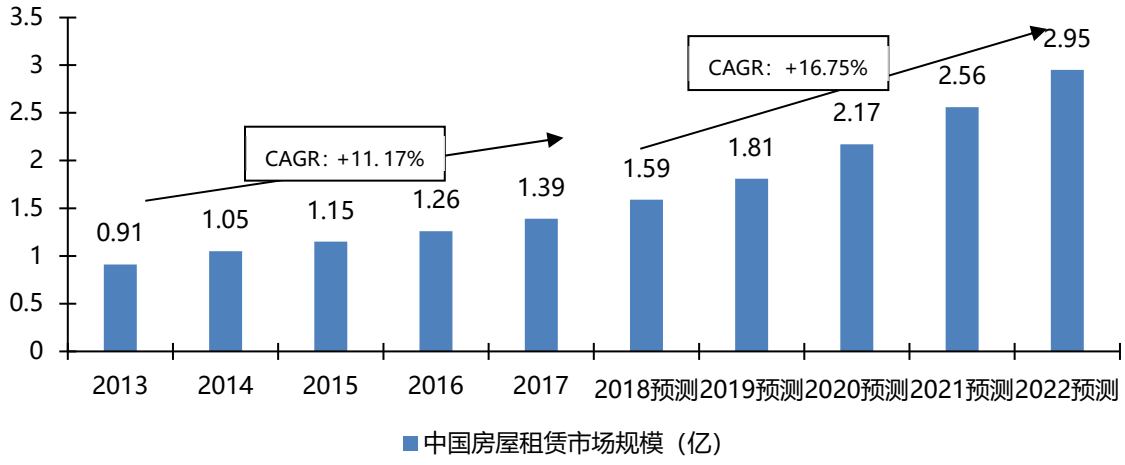
3) **农村流动人口等**：这类群体以打工在外的农村流动人口、异地求职和备考的学生、陪护病人的人士为主，平均收入不高，因工作或生活的特殊原因需要长期异地居住，对居住品质基本无要求。他们的主要诉求是房屋价格低、能够自身的特殊需求。

2.4 中国长租公寓市场规模及空间

2.4.1 中国租赁市场规模及增长空间

2017 年中国年租金规模约 1.39 万亿元（见图 2-2），过去五年复合增长率为 11.17%，由于国家租赁政策的颁布及未来租赁需求人口的上涨，未来中国租赁市场规模将迅速提升，未来五年预计房屋租赁市场规模复合增长率将达到 16.75% ，在 2022 年将达到 2.95 万亿规模。

图 2-2 中国房屋租赁市场规模

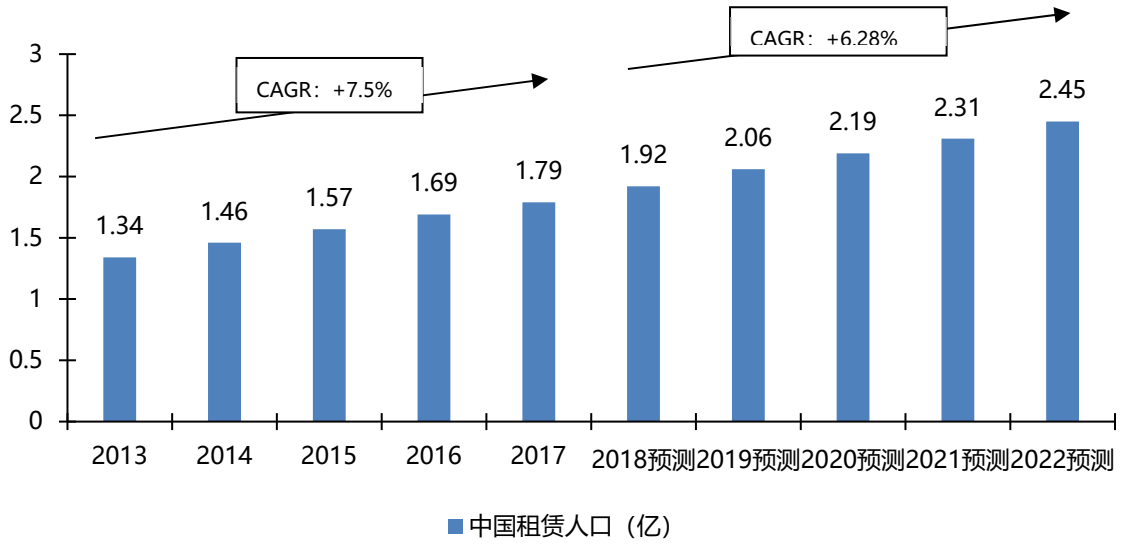


来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

由于社会经济不断发展，经济活动更加频繁，有租赁需求的人口也在不断提升，根据沙利文数据，至 2022 年中国租赁人口将达 2.45 亿人（见图 2-3），由于持续增长的流动人口

规模也将助增流动人口数量，城市化进程也在逐步加深，未来将有更多人口涌向大中城市，将给一、二线城市提供租赁人口增量。同时，可支配收入及 CPI 的增长也将提升租金水平。所以基于社会经济发展，未来中国租赁人口数量将有较大的增长。

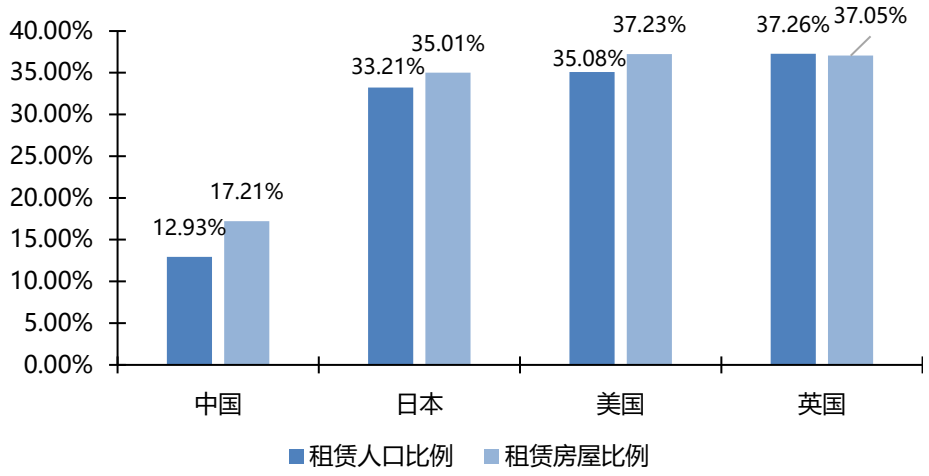
图 2-3 中国租赁人口数量



来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

与发达国家如美英日高达三分之一的比例相比（见图 2-4），中国租赁人口比例仅有 12.93%，相对较低也将注定未来会有很大的增长空间，与美英日租赁房屋比例为三分之一相比，中国的租赁房屋比例也仅有 17.21%，仅为该三国平均比例的一半水平，未来不论是租赁人口还是租赁房屋规模都将处在快速增长阶段。

图 2-4 中、日、美、英租赁人口与租赁房屋比例

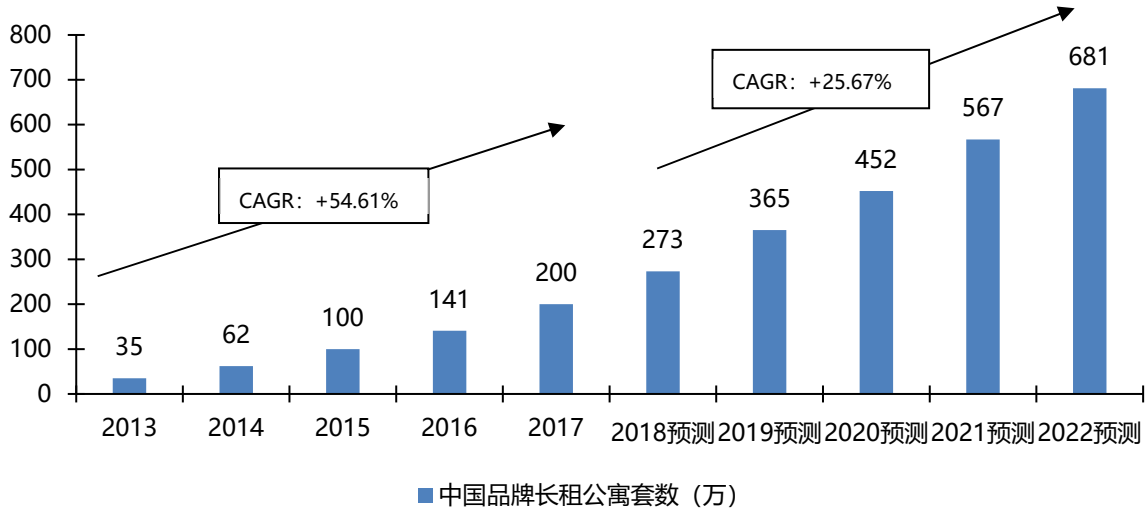


来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

2.4.2 中国长租公寓市场规模及增长空间

2017 年中国的长租公寓品牌多达 1200 家以上，运营房屋数量已超 200 万间(见图 2-5)。大多分布在北上广深一线城市及杭州、成都、武汉、天津、南京和苏州等区域核心城市。按照平均每套月租金 2000 元计算，目前一年的交易额大致为 480 亿元。而相较于万亿的租赁市场规模，长租公寓所占的比例还是相对较低。未来品牌化运营的长租公寓企业将越来越多，提升行业的集中度，标准化的长租公寓运营品牌不仅能提高租赁品质、稳定租赁关系，还能促进人口流动。

图 2-5 中国品牌长租公寓套数规模

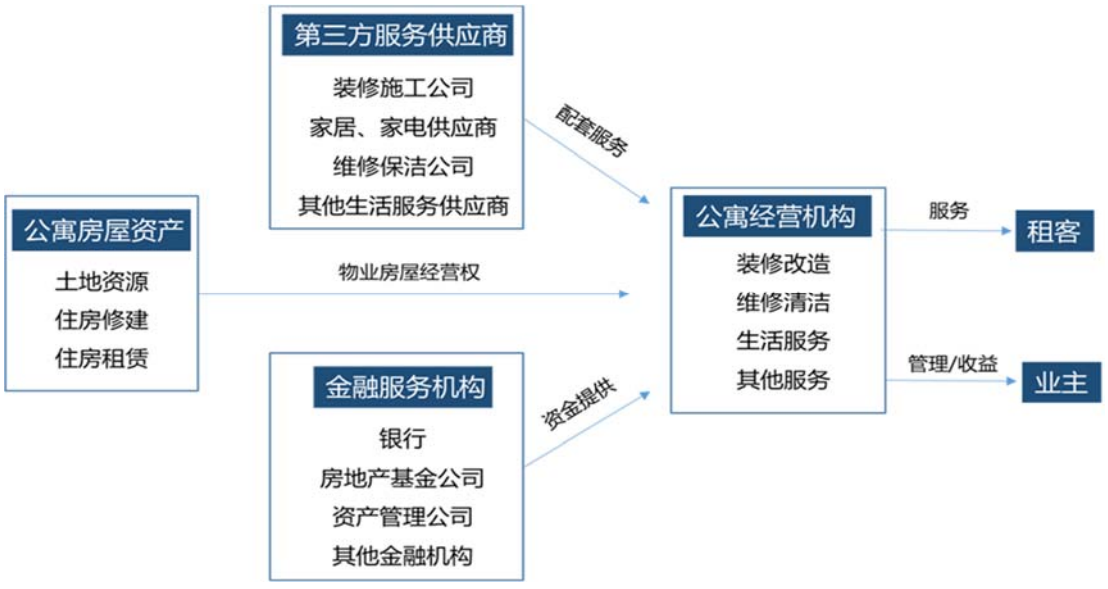


来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

2.5 中国长租公寓产业链分析

长租公寓产业链结构主要分为三部分（见图 2-6），包含如金融服务机构、第三方服务和公寓房屋资产等辅助参与方，主要运作方为长租公寓运营企业，两端则是物业资产提供方和租客。整个长租公寓产业链按照周期分有以下几个阶段：开发收房、设计装修、营销签约、日常运营和项目退出，各参与方别参与到以上各个不同的周期当中。

图 2-6 中国长租公寓产业链结构

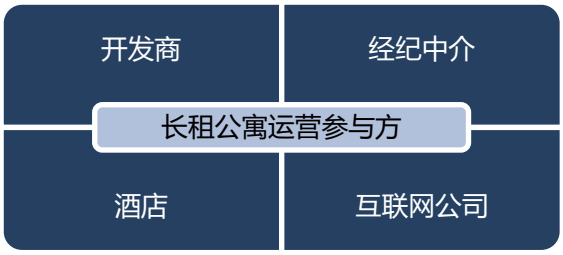


来源：沙利文研究院绘制

2.5.1 中国长租公寓行业核心参与方-运营方

作为房源业主的重要组成部分大型房地产开发商参与长租公寓会有两种方式，一种是独自建立长租公寓品牌并运营承担两种角色；另一种则是和长租公寓运营公司合作。长租公寓行业最主要的参与者是运营方，运营方目前主要为四方参与者：大型房地产开发商、房地产经纪中介机构企业、酒店和互联网创业公司（见图 2-7）。

图 2-7 长租公寓运营参与方



来源：沙利文研究院绘制

房地产开发商做长租公寓具有很大的竞争优势，其核心优势是房源，无论是开拓市场还是未来扩张阶段，都有核心关键的物业产品作为支撑。其次，房企成熟的市场定位和产品研发能力和工程家装队伍都帮助开发商很好地强化在那市场。开发商通过拿地、城市更新拿旧改项目，或者利用自持存量物业，甚至租赁外外部房源来获得运营所需的公寓，开发商类背景的公寓管理公司，可以充分利用了母公司手中的闲置自持资产进行升级改造，同时借助集团整体的信用进行低成本融资，房屋质量以及品牌效应都可以为旗下产品背书。

除开发商以外，另一个重要参与者是传统的经纪机构，通过依托自身房地产服务企业建立长租平台，包括依托二手中介企业和一手中介企业，中介背景的公寓机构如主要由租赁中介业务延展而来，有天然的客源和分散式房源获取渠道，所以中介背景的长租公寓商主要以分散式公寓切入市场。

中介背景的公寓商相对于其他参与方在运营，对产品的理解和成本控制能力都不是很有先天优势。而最早参与长租公寓的酒店业依然活跃，酒店类背景的公寓商如主要优势在于，

住客和存量物业的管理经验上要比别的市场参与者都丰富，运营效率有先发优势，并且在物业资源端。与开发商相似，酒店集团也拥有较多的存量物业可以进行改造转变为物业运营功能。而另一方面，新生了很多专注于长租公寓的互联网创业公司。创业类是目前长租公寓领域中数量最多的参与者，与其它市场参与者相比而言，他们在资源端和资金端都没有先发优势，但是互联网思维的灵活性优势也差别于其他参与者。

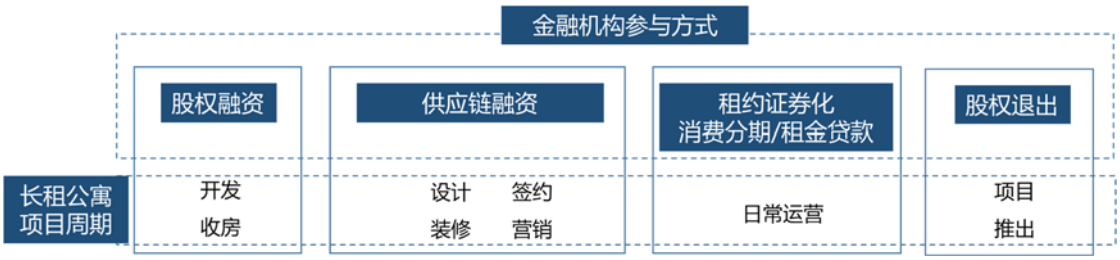
2.5.2 中国长租公寓行业重要参与方-金融服务机构

金融服务机构中如银行在参与到长租公寓行业时其中一部分已经率先进行全国性布局，针对重要一线城市提供大规模低息贷款，而且尝试性地推出个人住房租赁贷款服务；银联也与全国多个住房租赁试点城市进行战略合作。

VC/PE 对品牌公寓的关注度也在迅速提升，所以，各大公寓运营公司融资额度也在迅速提高并且融资频次更快，在目前定增受限、债务成本相对较高的市场环境下，即使背靠 A 股上市公司的长租公寓公司在获取资金方面也偏重股权融资市场，借股权融资加速业务发展。由于中国刚刚推行 REITs，长租公寓的运营者通过利用上市平台获得股权融资和债券融资。对于创业型的长租公寓运营者，资金来源主要依靠风投。一定规模的长租公寓品牌通过 ABS 方式，以租金为底层资产向市场融资。融资渠道也会朝着发行企业债券、公司债券、非金融企业债务融资工具等公司信用类债券及资产支持证券等方式延伸。

金融机构参与方式也因长租公寓项目周期阶段而不同（见图 2-8）。从开发收房阶段到项目建设及后期运营金融机构都会在其中起到很大的作用。主要参与方是也是集中在股权融资、供应链融资、租约证券化、消费分期和租金贷款等方式，直至股权退出。

图 2-8 金融机构参与长租公寓项目方式



来源：沙利文研究院绘制

2.6 长租公寓的优劣势

长租公寓主要采用 B2C 模式，相较传统租赁行业的 C2C 模式对于企业而言更具有商业价值，在租赁行业中也更事宜推广和扩大。与传统租赁相比，具有以下优势（见图 2-9）。

图 2-9 长租公寓与传统租赁对比优势

类别	传统租赁	长租公寓
租金透明规范度	一般	规范
中介手续费	有	无
装修品质	参差不齐	标准化并高水平
日常保洁	无	合作的清洁供应商负责
家电维修	自行解决，费用需协商	运营方负责
配套	无	健身房、图书馆和俱乐部等公共服务设施

来源：沙利文研究院绘制

长租公寓复合人们的消费升级需求，租客也越来越注重租住的体验舒适度，长租公寓除了酒店水准的设施配备外，一般还具备 24 小时安保等管家式服务。最具优势的是长租公寓的社区概念可以为租客提供一个更好的社交环境，满足租客的社交需求，其他集合式的配套设施满足租客除住房以外的更多需求。

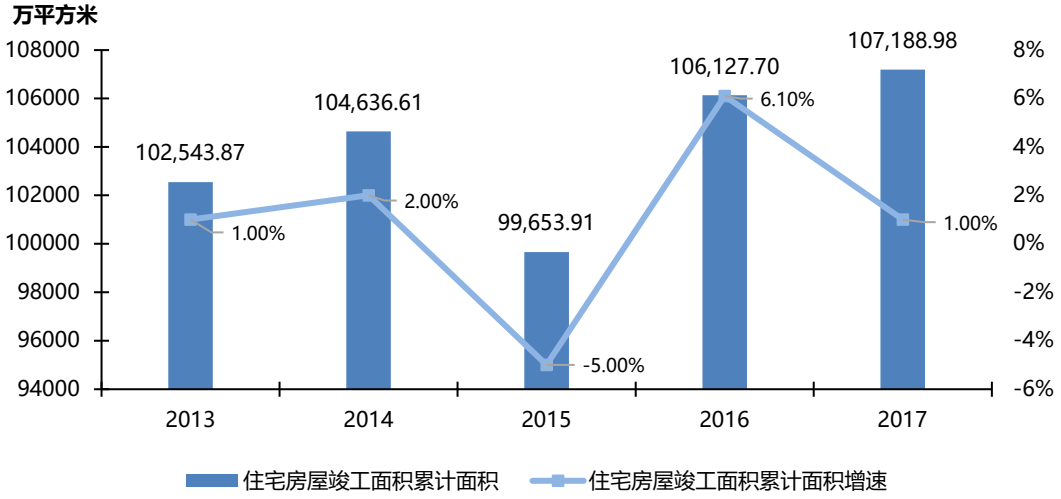
3 中国长租公寓行业成功因素

3.1 中国房地产行业面临拐点，进入存量时代

在 2013 年之前，中国房地产行业异常火爆，经历了高增长高回报的“黄金时代”。而

现如今房地产市场已达成共识：中国房地产“黄金十年”已经过去，进入存量时代。2017年，中国住宅房屋竣工累计面积达到107,188.98万平方米，同比增长1.00%，增速相比于2016年住宅房屋竣工累计面积增速大幅下滑（见图3-1）。自2013年以来，中国住宅房屋竣工面积增速缓慢，2015年甚至出现负增长，意味着中国房地产行业已进入下半场，行业从增量开发模式切换至存量经营模式。

图 3-2 中国住宅房屋竣工面积，2013-2017



来源：fsTEAM软件采编，沙利文数据中心编制

房地产存量时代判断另一标准则是二手房市场交易量，2017年中国二手房交易额超过7万亿元，占住房交易总额比例超过50%。北京和深圳自2015年起二手房销售面积均超过新房销售面积，一线城市率先进入存量时代。而二线城市中例如天津、成都、南京、厦门的二手房与新建商品房交易量之比也大体达到1:1（见图3-2）。

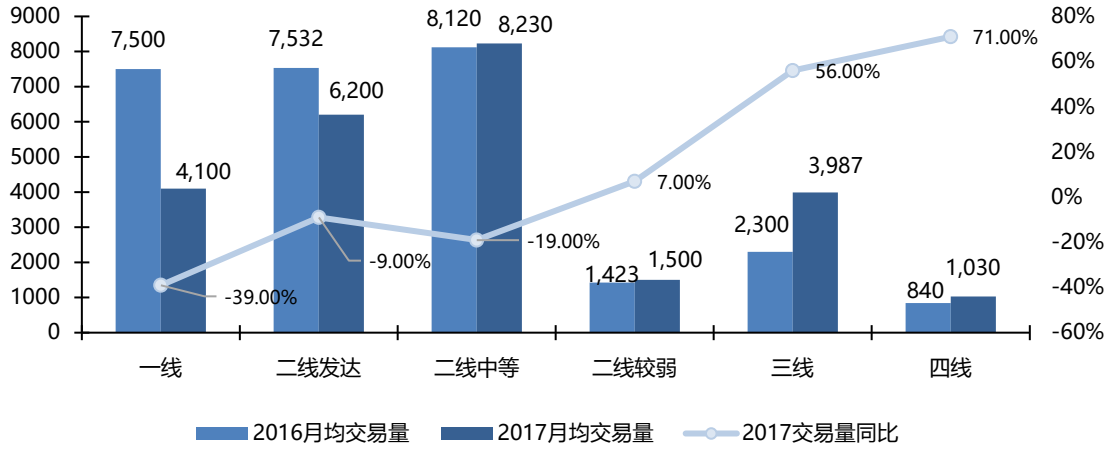
图 3-3 各地二手房交易面积占总住房交易面积比重

年份	北京	深圳	天津	成都	南京	厦门
2014	49%	55%	38%	33%	42%	37%
2015	61%	61%	44%	44%	40%	51%
2016	72%	65%	49%	51%	48%	68%

来源：fsTEAM软件采编，沙利文数据中心编制

除此以外，在二线较弱城市、三线城市与四线城市中二手房交易规模增长速度较快，尤其是在三线、四线城市中二手房市场交易量大幅增加，增速大于50%。（见图3-3）。

图 3-4 中国二手房月均交易量,2016-2017



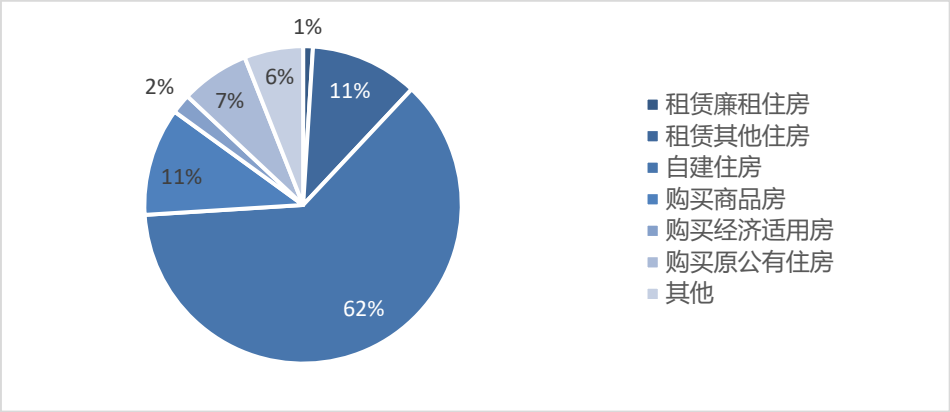
来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

各类指标均标志着中国房地产市场已从增量时代进入存量时代，且存量概念已扩展至全国，相对于传统增量时代，存量时代的房地产行业运营和服务能力成为关键因素，以商用为目的地产行业例如物流地产与长租公寓等崛起。

3.2 租赁是解决住房问题的重要途径

在中国住房市场内，个人或者家庭通过租赁、买卖、申请保障性住房、自建等方式获取居住房屋。自建房成为农村居民或者家庭最主要的房屋获取方式。而在城镇区域，租赁房屋则是主要的房屋获取方式之一（见图 3-4）。租赁市场房屋来源较多，包括但不仅限于政府提供的公租房与人才公寓、企事业单位提供的宿舍或者流转房、居民个人自有房屋出租、企业投资商务公寓等。

图 3-5 个人或者家庭获取居住房源方式占比，2017



来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

租赁模式相比于其他房屋获取方式而言，在居住成本上具有绝对优势，不需要支付买卖房屋时的高额首付，更加适合经济能力较薄弱人群（见图 3-5）。

图 3-6 不同房屋获取方式优劣势比较

房屋获取方式	买卖	申请保障性住房	自建	租赁
优势	享受房屋的土地溢价与相关金融服务	享受政府优惠政策，购房成本较低	建筑成本较低，灵活适应各种需求	居住成本较低
劣势	需支付高额首付	须符合[illegible]申请资格，排号[illegible]较长，符合条件[illegible]申请成功	周边配套较差，土地可能是集体用地	不享受房屋土地溢价权益
使用此获取方式的人群特点	资产较丰厚，收入水平较高	收入水平受限，或符合政府相关人才政策	一般具有土地资源	经济能力较薄弱

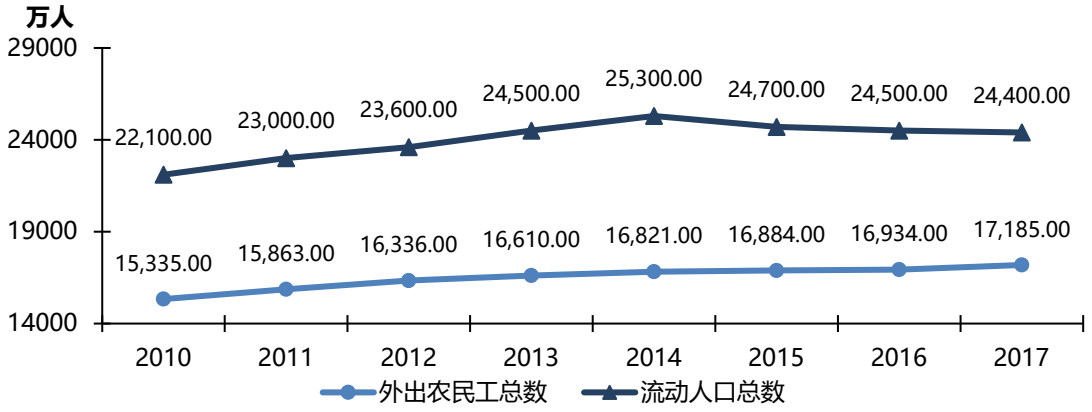
免费扫码查看高清图片

来源：沙利文研究院绘制

3.3 中国国内流动人口总数不断上升

中国国内庞大的流动人口总数成为长租公寓的关键成功因素（见图 3-6），2017 年中国流动人口总数超 2.4 亿，对长租公寓市场构成强有力的支撑。中国流动人口主要是由农业转移人口以及城市间流动人口组成。由于租赁房屋相比于其他方式具有较为廉价、手续相对简单、灵活性大、便于未来调整的优势，相比起其他人群，流动人口使用租赁形式获得居住房屋的可能性与意愿更大。

图 3-7 中国流动人口总数，2010-2017



来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

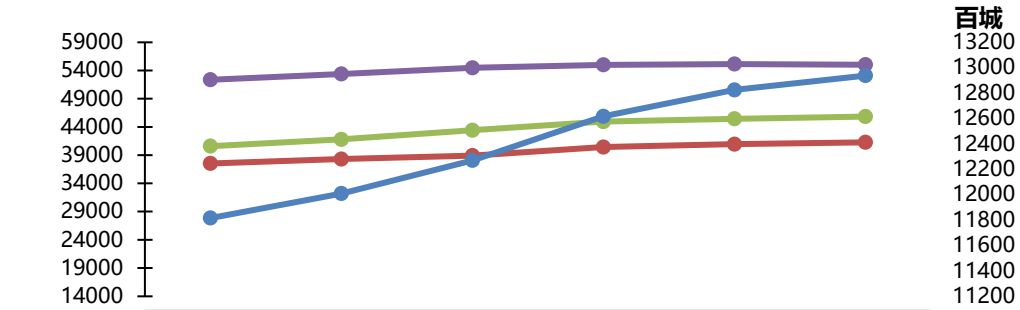
4 中国长租公寓行业驱动和制约因素

4.1 中国长租公寓驱动因素

4.1.1 购房需求转变为租房需求

2015 年在降息降准、公积金新政、下调首付比例等一系列政策的推动下，房地产行业迎来房价的又一波上涨，各大城市房价纷纷达到新高，其中一线城市涨幅尤为明显，一线城市 2017 年住宅房屋平均价格相比于 2015 年涨幅超过 40%。2016 年 11 月北京房价价格指数达到 41292，深圳房价价格指数甚至攀升到 55040，而全国百城房价价格指数也增长至 12938（见图 4-1）。

图 4-1 百城住宅价格指数



	6/2016	7/2016	8/2016	9/2016	10/2016	11/2016
北京	37533	38307	38926	40438	40948	41292
上海	40612	41802	43420	44957	45447	45847
深圳	52373	53384	54478	55001	55150	55040
百城价格指数	11816	12009	12270	12617	12825	12938

来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

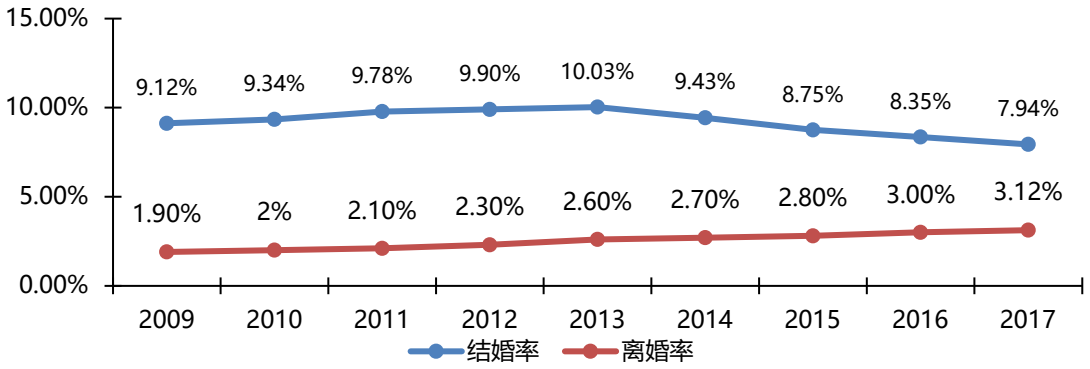
就目前趋势来看，房价下跌趋势不明显，未来大幅度下跌的可能性几率极小，一线城市房价未来三年仍将继续保持高位。相较于住宅房屋价格的持续上涨居高不下，人均可支配收入增速远低于住宅房屋价格上涨速度，一线城市房价收入比均超过 20 倍，置业门槛显著提高。

各地政府为了打击房地产投机行为，密集出台楼市调控政策，例如提高首付额度，调高购房资格门槛，提高房贷利率等措施，置业门槛的提高使得一部分潜在购房者不得不放弃购房转向房屋租赁市场。

4.1.2 单身与新世代带来租房需求

自 2013 年起，中国结婚率呈现逐年下降趋势，截至 2017 年结婚率已从 2013 年的 10.03%降至 7.94%（见图 4-2），这意味着越来越多的适婚年龄人群选择保持单身或者推迟结婚年龄。另一方面，自 2009 年起，中国离婚率却在不断上涨，2017 年中国离婚率已超 3%。由于结婚率下降以及离婚率上升而产生的单身群体将更有可能选择租赁房屋，扩大长租公寓市场需求。

图 4-2 中国结婚率及离婚率，2009-2017



来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

阶段性住房购房能力不足新毕业或者新就业群体是租赁住房的主要群体之一，而观念更加现代化、思想更加开放的“90 后”、“00 后”等新世代逐渐进入社会，此类群体对房屋租赁接受度更高，也更倾向于选择房屋租赁。

4.1.3 政策扶持有利长租公寓长远发展

自 2015 年以来，国家及地方政府不断出台住房租赁市场相关政策，利好长租公寓长期发展。2015 年住建部率先颁布了一系列长租公寓利好政策，例如《住房城乡建设部关于加快培育和发展住房租赁市场的指导意见》等通知，大力鼓励住房租赁市场，并放宽住房公积金支付房租的条件。2016 年，国务院提出建立购租并举的城镇住房制度，这是国家首次提出该制度并确定从土地供应、发展租赁企业等方面出台政策以促进住房租赁市场的发展。在国家政府的带动下，地方政府也纷纷跟进出台相关政策，鼓励扶持当地住房租赁市场的发展。

4.2 中国长租公寓行业的制约因素

4.2.1 行业正处扩张期，盈利空间有限

当前，国内长租公寓品牌普遍处在战略投入、扩张阶段，各大企业在一、二线城市的搏

斗十分激烈，在拿房竞争中尤为明显。拿房成本是现阶段下国内长租公寓品牌经营过程中的主要成本，占比通常达到 50%。在租房需求旺盛、房价较高的一线城市，企业为了拿到优质房源而不断哄抬拿房价格的现象屡次发生。此外，长租公寓品牌还面临着诸多如专科医院、月子中心、养老院等等对独栋楼宇需求较高的外部竞争者。“内忧外患”之下，长租公寓品牌拿房竞争趋于白热化，导致“拿房难、拿房贵”已经成为了长租公寓行业亟待解决的痛点问题。同时，在营销、物业管理、人力开支等诸多方面，长租公寓企业仍然面临着不小的成本压力。诸多因素共同作用下，国内长租公寓企业的租金回报率要显著低于美国等发达国家水平。在产业链逐渐扩张而盈利模式尚不成熟的不对称发展背景下，企业的盈利空间将十分有限。短时间内，企业要想谋求持续发展，单纯依靠租金差来实现盈利并不现实，而是应该积极拓宽业务渠道，寻找新的利润增长点。

4.2.2 运营能力要求较高，金融支持尚不成熟

作为长租公寓核心竞争力的指标之一，出租率可以反映企业自身的运营能力及发展质量。由于一线城市的外来流动人口较多，而此部分群体又恰恰是租房的主力军，因此，许多长租公寓容易出现短时间内大面积空置、出租率骤降的现象 (如春节假期前后)。为了留住租客、减少用户流失，许多长租公寓品牌(尤其是小品牌)选择给予春节当月租金减半的优惠措施，但这样的优惠措施收效甚微。

同时，与短租公寓行业不同，长租公寓是投资周期较长的重资产发展模式，对于资本的需求也较短租公寓行业较大。而投资机构在选择长租公寓作为投资标的时，无疑也会着重考虑退出路径。当前，中国 REITs 市场尚不成熟，可供投资机构选择的退出路径并不多，导致许多投资机构不愿意选择长租公寓进行投资，加大了长租公寓的融资难度。

站在短期发展角度看，长租公寓品牌需要不断打磨自身的运营能力，将利润率逐步提升，

强运营能力的公寓运营商会越来越受到金融机构的青睐；而长期来看，市场对于 REITs 产品等退出渠道的需求将日益增多。事实上，长租公寓的成功与金融支持密不可分，美国长租公寓市场的发达与美国 REITs 的盛行便是很好的印证。对于长租公寓行业而言，REITs 的成熟不仅可以使得公寓项目融资变得较为便捷，实现杠杆化发展，同时也会促进资金回流速度，延长中小企业的生命周期。

4.2.3 行业标准、规范尚不健全

困扰着长租公寓行业的除了经营、盈利模式等问题外，行业标准、规范的不健全也成为了行业良性发展的拦路虎。当前，长租公寓行业缺乏具体的规范化细则，有些公司开发公寓项目的流程非常严格，取得各类资质和证照后才营业；有些公寓项目则缺乏部分资质的情况下仓促开业，这就会造成消防、卫生、违规隔断等方面的诸多隐患，而这些隐患又会导致经营者和用户（住客）发生矛盾。此外，不少传统酒店企业开始尝试长租公寓业态，相比较于酒店行业自身非常完备的细则标准，公寓行业规范的缺失容易导致酒店行业跨界公寓行业的过程中会出现诸多定位不清晰的问题；例如，注册是按照酒店还是公寓标准，或是物业管理来划分等，这些都是在长租公寓行业亟待明确的问题。

5 中国长租公寓行业相关政策法规

在整体房价提高以及大中城市流动人口不断上升的大背景下，长租公寓所处在的住房租赁行业近年来受到的激励政策较多，涵盖了租赁住房供应、税收优惠、金融支持等多个维度；但在保障租赁权等方面的法律环境依然有待完善，政策的落实以及细化方面仍需时日。

5.1 长租公寓供应层面相关政策法规

2015 年，住建部发布《住房城乡建设部关于加快培育和发展住房租赁市场的指导意见》，提出租售并举多渠道发展模式，政府租赁平台、住房租赁机构等新方向出现在大众眼界，自此中国租赁市场迎来政策红利时代。

随后，国务院办公厅、发改委、住建部等多部委相继出台了多项政策，共同大力推进住房租赁。尤其是 2016 年 6 月 3 日《关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》的出台，具有里程碑意义，为中国城市住房租赁市场提供了规范性指导，指出了培育和发展住房租赁市场的政策总基调。2017 年 8 月，在 13 个大中城市开展的第一批利用集体建设用地建设租赁住房的试点工作正式开展。（见图 5-1）

图 5-1 供应层面相关政策法规

颁布时间	相关文件	颁布单位	主要内容
2015.01	《住房城乡建设部关于加快培育和发展住房租赁市场的指导意见》	住房城乡建设部	建立多种渠道，发展租赁市场；建立住房租赁信息政府服务平台；积极培育经营住房租赁的机构；支持房地产开发企业将其持有房源向社会出租。
2016.03	《2016年国务院政府工作报告》	国务院	提出建立租购并举的住房制度。
2016.06	《关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》	国务院办公厅	发展住房租赁企业，鼓励房地产开发企业开展住房租赁业务，规范住房租赁中介机构，支持和规范个人出租住房；鼓励新建租赁住房，允许改建房屋用于租赁。
2016.12	《2017年中央经济工作会议公报》	中央经济工作会议	加快住房租赁市场立法，加快机构化，规模化租赁企业发展。
2017.07	《关于在人口净流入的大中城市加快发展住房租赁市场的通知》	九部委（住建部、发改委等）	人口净流入的大中城市要充分发挥国有企业的引领和带动作用，支持相关国有企业转型为住房租赁企业。住建部会同有关部门共同搭建政府住房租赁交易服务平台，提供租赁信息发布服务。
2017.08	《利用集体建设用地建设租赁住房试点方案》	国土资源部，住房城乡建设部	根据地方自愿，确定第一批在北京，上海，沈阳，南京，杭州，合肥，厦门，郑州，武汉，广州，佛山，肇庆，成都等13个城市开展利用集体建设用地建设租赁住房试点。

来源：沙利文研究院绘制

5.2 长租公寓税收层面相关政策法规

2015 年 11 月，国务院正式把公寓定义为生活服务业，而在往后的营改增过程中，长租公寓所在的生活服务行业也被纳入了试点范围。同时，在对住房租赁企业、机构、个人等多个市场参与者上，政府也颁布了相应的税收优惠措施。（见图 5-1）

图 5-1 税收层面相关政策法规

颁布时间	相关文件	颁布单位	主要内容
2015.12	《关于公共租赁住房税收优惠政策的通知》	财政部	对公共租赁住房建设期间用地及公共租赁住房建成后占地免征城镇土地使用税；对公共租赁住房经营管理单位免征建设、管理公共租赁住房涉及的印花税；对公共租赁住房经营管理单位购买住房作为公共租赁住房，免征契税、印花税；对公共租赁住房租赁双方免征签订租赁协议涉及的印花税；对企事业单位、社会团体以及其他组织转让旧房作为公共租赁住房房源，且增值额未超过扣除项目金额20%的，免征土地增值税。
2016.03	《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》	财政部	公寓所在的生活服务业也纳入营改增试点。
2016.06	《关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》	国务院办公厅	对依法登记备案的住房租赁企业、机构和个人，给予税收优惠政策支持；落实营改增关于住房租赁的有关政策，对个人出租住房的，由按照5%的征收率减按1.5%计算缴纳增值税；对个人出租住房月收入不超过3万元的，2017年底之前可按规定享受免征增值税政策；对房地产中介机构提供住房租赁经纪代理服务，适用6%的增值税税率；对一般纳税人出租在实施营改增试点前取得的不动产，允许选择适用简易计税办法，按照5%的征收率计算缴纳增值税。对个人出租住房所得，减半征收个人所得税；对个人承租住房的租金支出，结合个人所得税改革，统筹研究有关费用扣除问题。

来源：沙利文研究院绘制

5.3 长租公寓金融支持层面相关政策法规

金融方面的支持对于目前的长租公寓行业来说愈发重要，但受制于目前的宏观环境和利率情况，国家在这方面可以放手实施的优惠并不多。2015 年至今，国家陆续开展了 REITs 试点工作，但距离大范围推广仍然需要一个长期论证、修正过程。未来，若与长租公寓行业相关的低贷款利率出台，将有望为整个行业发展带来新的发展活力。（见图 5-2）

图 5-2 金融支持层面相关政策法规

颁布时间	相关文件	颁布单位	主要内容
2015.01	《住房城乡建设部关于加快培育和发展住房租赁市场的指导意见》	住房城乡建设部	积极推进房地产投资信托基金（REITs）试点；支持从租赁市场筹集公共租赁房房源。
2016.06	《关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》	国务院办公厅	鼓励金融机构按照依法合规、风险可控、商业可持续的原则，向住房租赁企业提供金融支持。支持符合条件的住房租赁企业发行债券、不动产证券化产品；稳步推进房地产投资信托基金(REITs)试点。
2017.07	《关于在人口净流入的大中城市加快发展住房租赁市场的通知》	九部委（住建部、发改委等）	鼓励开发性金融等银行业金融机构在风险可控、商业可持续的前提下，加大对租赁住房项目的信贷支持力度；支持金融机构创新针对住房租赁项目的金融产品和服务；鼓励住房租赁企业和金融机构运用利率衍生工具对冲利率风险。

来源：沙利文研究院绘制

6 中国长租公寓行业市场趋势

6.1 典型代表企业商业模式的发展

近五年来，中国房地产租赁市场中的主要矛盾已经展转化为人民日均增长的个性化居住需求和不平衡的居住供给之间的矛盾。由于中国城镇化进程和人口迁移节奏的持续加速，一

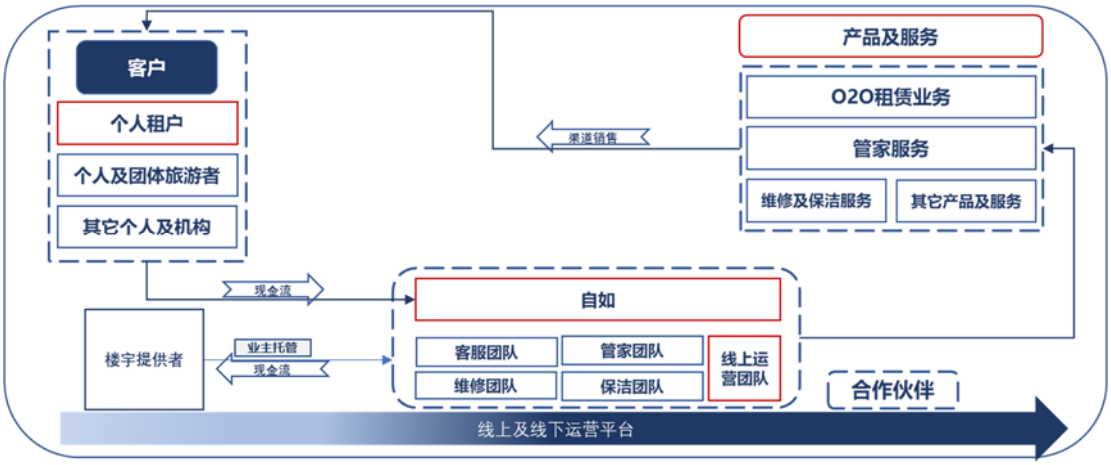
线和二线城市的商品房租赁市场呈现出更为紧张的供求关系，租赁价格一路走高并出现较多的商业纠纷，这主要是由于中国房地产租赁市场服务链条的质量控制体系仍存有较大缺口。在相关需求的持续推动下，中国房地产租赁市场出现了以自如和魔方生活服务集团（以下简称“魔方”）为代表的品质化长租公寓创业企业，它们的出现缓解了中国房地产长租市场中信息不对称的难题和不完善的质量控制体系的困局。

自如和魔方通过规模化经营提供相对标准化的装修和物业改造服务以提升租客的居住品质。同时提供管家、保洁和维修等配套服务形成标准化的租赁解决方案。自如于 2011 年成立,在现阶段已经布局了 9 个城市，在 13 个扩大租赁住房供给新政试点城市中，自如布局了 7 个城市，占比达到 78%左右。自如旗下拥有自如友家、自如整租、自如寓、自如驿、自如民宿以及业主服务 6 大产品线，是中国领先的分散型长租公寓 O2O 服务提供商。企业近五年来增长较快，已经为 20 多万业主管理了 50 多万套房源，累计服务的租客超过 120 万人并且管理资产总价值超过 6,000 亿元人民币。在融资规模方面，企业在 2018 年 1 月完成了 40 亿元 A 轮融资，领投机构为华平、红杉资本中国基金和腾讯，此融资规模为迄今为止中国长租公寓企业所获的单次最高融资额,证明了资本市场对其商业模式持有相对正面的态度。

自如的商业模式为典型的 O2O 租赁服务型企业的模式（见图 6-1），企业接受外部投资方的投资，包括各大主流投资机构。然后通过线上平台和线下团队相互配合的模式开展业务。自如的团队来自互联网、设计和房地产等领域，通过整合不同背景人才的优势获得与自身平台所需的团队协作模式。根据沙利文整理分析,自如的运营战略从一开始就专注在线上，早在 2015 年就关闭了 PC 预约签约而全面实现了 APP 移动签约，而线下运营只包括看房和其它配套服务。因此在企业内部，运营团队主要为线上运营及客服团队，而线下的服务团队则主要包括管家、维修和保洁团队。基于运营成本的考虑，企业线下服务团队通常采用服

务外包的模式实现。

图 6-1 自如的商业模式分析实例

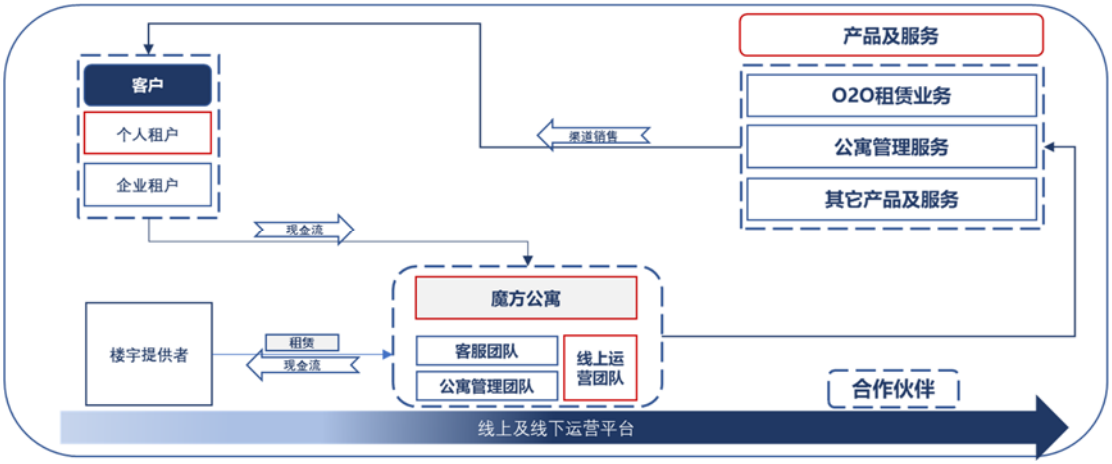


来源：沙利文研究院绘制

企业偏向线上运营的商业模式是由于长租公寓业务本身具有较高的分散性，如果采用偏线下运营的模式，企业将产生较大的人力成本，运营难度大且变现周期较长。近五年来，得益于中国移动互联网及信息技术的高速增长，企业纷纷加入线上运营的阵营，旨在通过线上运营降低整体运营成本以及缩短变现周期。自如偏向全线上运营的策略使得企业能够有效的提升管理精度和管理效率并且降低运营和维护成本，因此企业的净利率在市场上处于领军水平。

魔方是中国集中型长租公寓市场上的典型代表企业，于 2009 年 6 月在南京开设旗下第一家长租公寓（江苏省南京市的戴家巷店），其后经历了高速的增长并在 2016 年获得 C 轮 3 亿美元的融资。截至 2018 年底，企业的业务已经覆盖北上广深等 20 个主要城市。魔方采用连锁集中式公寓租赁模式，首先寻找市场上的整栋闲置物业，然后进行标准化的家庭化装修并且改造成服务式公寓出租给个人租房者。企业同时为租户提供统一的物业服务并进行集中式管理。在团队建设方面，企业拥有线上运营团队和线下公寓管理团队（包括门店管理团队、设计团队和管家团队等等）。

图 6-2 魔方的商业模式分析实例



来源：沙利文研究院绘制

魔方的商业模式与自如相似，但产品链条相对简单（见图 **6-2**），这是由于企业自身的运营模式及发展战略决定的。相对简单的产品划分保证了企业的资源能够相对高效的分配到各业务板块上，因此运营链条的整合度高且相对高效，运营成本也因规模化运营而低于市场平均水平。

6.2 典型代表企业产品研发的发展

在现阶段，自如旗下拥有自如友家、自如整租、自如寓、自如驿、自如民宿及业主服务 6 大产品线，为有合租、整租、短租和中高端租住需求的租户设计了多款产品形式。

1) **自如友家**：自如友家是自如旗下的中高端合租产品，企业首先从业主端承接房屋，然后经过部分或全部的装修并配置家具家电后以房间为单位向租户出租。

2) **自如整租**：自如整租为自如旗下专门为有整租需求的个人及家庭租户提供的租赁产品，产品以小户型为主，租赁价格根据物业所在位置而有所不同。

3) **自如寓**：自如寓为自如寓（北京）酒店管理有限公司旗下的高品质服务式青年公寓。运营模式为集中式公寓租赁。公寓实行统一的物业管理，所有产品均按照统一的标准进行装修，配置包括全套的品牌家电及自如原创的家具产品，并向租客提供标准

化的保洁、维修、安保、绿化、停车、代收快递、物品寄存和社区活动等服务。

4) **自如驿**：自如驿是自如旗下的青年客栈品牌,产品的目标客户主要为短租旅行者，目前只在北京有三家门店。房间类型为 4 人间和 6 人间，价格适中并且可以在自如 APP 上完成预定。

5) **自如民宿**：自如民宿于 2016 年 6 月正式上线，产品的目标客户主要为有短租需求的旅行者。截至 2016 年底，产品已在全国拥有超过 2000 套房源，产品类型覆盖四合院、老洋房、和公寓，商品上线后扩张速度较快。

6) **业主托管服务**：业主托管服务是自如专门为业主设计的托管业务，托管服务覆盖自如友家托管、自如整组托管和豪宅托管。产品的分层依据业主实际情况设计并良好的解决了业主与租客之间诸多潜在的矛盾。

自如在租赁产品的研发方面拥有相对细致的领域划分的特点，产品服务可以满足租户合租及整租、短租及长租相互间不同的搭配，相比行业内其它公司产品及服务领域覆盖相对较窄的现状有明显优势。这不仅帮助企业在一些细分市场的竞争中树立独特竞争优势并获得了大于完全竞争市场格局下的市场权利，同时帮助企业在获取投资上形成了良性的开放式生态链，这是由于企业的产品链条能够满足市场对租赁服务多元化的需求。

相比自如，魔方的产品划分相对简单，企业主要依据消费者的消费能力把旗下产品分为三类，包括魔尔公寓、魔方公寓和九号楼。

1) **魔尔公寓**：摩尔公寓为魔方生活服务集团旗下中高端公寓品牌，拥有设计新颖及服务精致的特点。根据沙利文整理分析，魔尔公寓主要为套房类型，平均面积在 55 至 65 平米之间，月租定价在 8000 至 15000 元之间。房间内的设施包括冰箱、洗衣机、电磁炉、淋浴房和衣帽间。

2) **魔方公寓**：魔方公寓是魔方生活服务集团主推的集中式长租产品，主要分布在一线

和二线城市人口密集区域，包括办公楼聚集地和大型科技及工业园区旁。公寓提供标准化家庭式装修和品牌家电，使用面积在 25 ㎡至 35 ㎡之间。在产品定价方面，魔方公寓一线城市的月租定价维持在 3000 至 6000 元之间，而二线城市的月租定价维持在 2000 至 4000 元之间。

3) **9 号楼**：9 号楼是魔方生活服务集团针对企业推出的集体住宿解决方案。截至 2017 年底，9 号楼已经在全国铺设了超过 20 家门店，房间数量达 2500 间，床位 1.6 万张。由于主要是为企业员工提供住宿，9 号楼的月租定价在 500 至 1500 元之间，服务企业覆盖五星级酒店、连锁餐饮集团、IT 公司和金融公司等。

魔方的产品主要为有长租需求的租户提供服务，产品链条分层简单且各产品目标客户定位明确，这与自如全产品覆盖的运营链条相比运营难度相对较低。然而企业产品不涉及短租业务的布局使得企业的整体运营模式稍显单一，无法充分的分散市场风险。但产品链条分层简单的布局使得企业能够将有限的资源集中起来并根据市场需求和产品线的发展需要进行资源的高效配比，这保证了企业能够在集中型长租市场上持续保持较大的市场占有率及相应的市场权利。

6.3 中国长租公寓市场渠道的发展趋势

长租公寓招租有以下渠道：（1）自有渠道：公寓的运营方自己的一些资源，接受直接预订和租赁，需要销售去周边拓展；（2）第三方预订平台：开放有长租公寓预定租赁的网站、公众号；（3）与公寓租赁中介公司或知名大平台签订租赁合作协议，获得客源。

6.3.1 不同参与主体的渠道发展

根据前文所述，长租公寓的参与主体主要可以划分为地产开发商、地产服务商以及“互

联网+”创业项目三种（见图 6-3）。

图 6-3 长租公寓参与主体

参与主体	地产开发商	地产服务商	“互联网+”创业项目
主要运营模式	以集中式为主	集中式和分散式兼有	以分散式为主
优势	地块自有；资金优势；集中装修等成本优势	获取房源和客源方面具有信息及资源优势；匹配能力强减少空置率	注重信息化管理投入，采用信息化手段减少运维管理成本
资源	强	中	弱
客户	中	强	弱
资金	强	中	弱

来源：沙利文研究院绘制

地产开发商依托自有地块楼盘，房源稳定，装修运维等成本优势使租金价格更优惠，利用自有房源和客源等资源以及自身品牌声誉吸引租客。一是发展自有预订平台，开放有长租公寓信息和预订方式的网站，公众号等；二是与中介公司和网络平台合作，发布出租信息，利用中介公司和网络平台的流量资源获取客源；三是参照品牌公寓的移动互联 APP 方式，自建 APP 平台，完善全流程线上服务，降低成本与缩短服务时间。

地产服务商依托自身房产经纪的线上线下流量提供的信息采集和分发平台，使长租公寓平台可以接触到最优质的房源，以及匹配的租客信息。战略建设的长租公寓品牌客源渠道来自于经纪业务全国布点客源以及品牌建设后吸引的线上渠道客源。前期运营累积大量意向客户，具有一定的品牌效应。

“互联网+”创业项目以信息化手段匹配房源与客源，减少运维管理成本。但最大的痛点在于没有地产开发商的房源优势与地产服务商的客源优势。渠道发展首先应建立品牌，与第三方平台或中介公司合作发布招租信息和营销活动，引流到自身建立的线上 APP 渠道上。

6.3.2 拥抱移动互联网，布局 APP 线上应用建设

在移动互联网浪潮下，长租公寓平台一大趋势是积极拥抱移动互联，线上应用加大创新研发，应用自有 APP 作为整个租房流程和租客入口。移动签约，租房与服务全流程互联网化、移动化，整个租房流程中，只有看房是线下服务，其他流程全部线上化。

系统平台在长租公寓的运营中扮演重要角色。完善的平台系统可以大大节约长租公寓运营期间的人工成本。一个成熟的网络平台系统，可以做到前端产品设计，即网络签约形成电子合同、租赁期间保修等和客户维持高频互动并及时反馈客户各类需求。也可以做到后端客户数据信息搜集用于未来产品改善和财务数据整理等。全链条网络平台在可以大量节省运营过程中各类成本。系统平台的搭建需要前期资本投入和研发，已经拥有较成熟的长租公寓企业在成本端较竞争者具备先发优势，长租公寓企业全线移动平台化。

6.3.3 继续深耕一线城市，进行二三线城市布局

长租公寓基于庞大的租客群体需求，主要布局在一线北上深广：（1）城镇化催生的租赁需求；（2）大量毕业生、海归等进入一线城市的住房需求；（3）一线城市近年来房价上涨幅度远高于租金上涨幅度，购房成本远高于租房成本下的租房选择。

各大地产商与品牌公寓正加快房源建设，抢占市场份额。一线城市租房人群数量庞大而租房房源比例不足或空置率高的情况显示着一线城市还有空间。长租公寓企业通过品牌建设进行营销。集中式公寓宣传社区化以及运维管理优势等带来的成本优势，通过房地产背景吸引客源；分散式公寓减少城市租房空置率，以专业化管理服务和优质居住环境为卖点，吸引普通租客。

在二线城市人才涌入的背景下，长租公寓企业深耕北上广深一线城市，着眼二线城市（杭州、南京、武汉、成都、天津等）租房需求，为更多租客提供高品质的居住和服务产品。

6.4 长租公寓市场其他未来发展的趋势

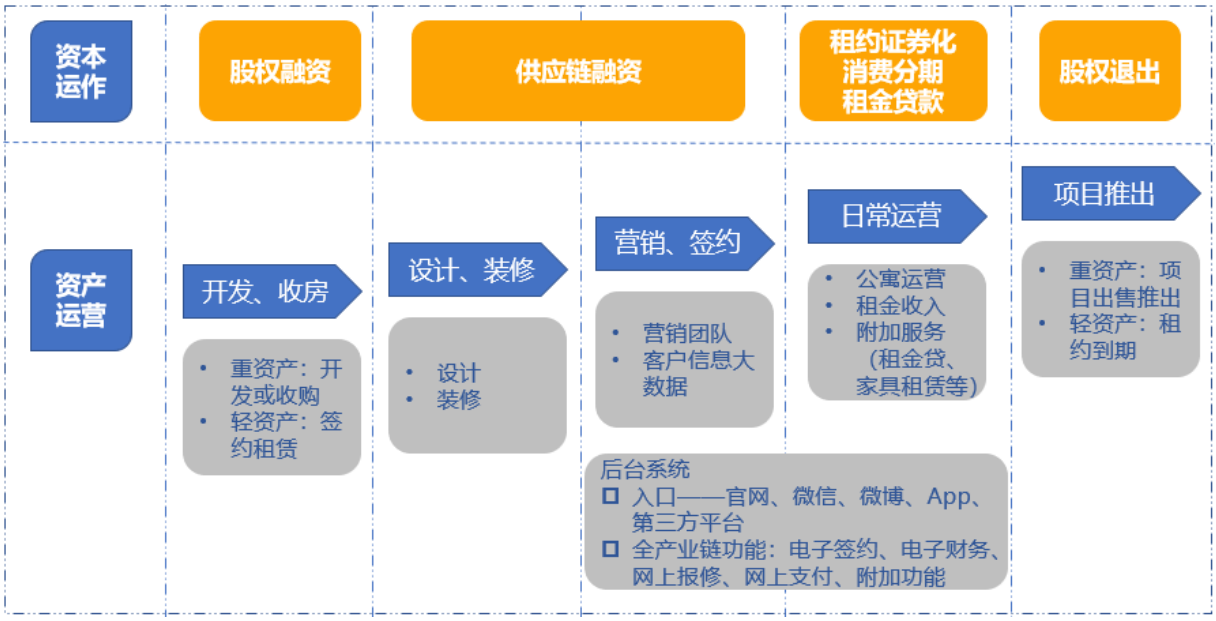
未来具有较强融资能力、资产运营能力和优质服务，是成为长租公寓领域领跑者的三种必备要素，且此三方面能力相辅相成，缺一不可。


innovation map 创新地图
推广
前哨2020 科技特训营
掌握创新武器 抓住科技红利
Insights into Tech and the Future
直播时间
每周四20:00-21:00
全年50次直播课程
+私享群互动
随报随听
王煜全
海银资本创始合伙人
得到《全球创新260讲》主理人
扫码报名
微信咨询：InnovationmapSM
电话咨询：157-1284-6605

6.4.1 积极利用创新金融产品

机构化的租赁服务商前期成本压力大，收房到出租存在时间差，并且前期收房、设计、改造、装修、配置、出租营销、人工等成本都要提前支付，扩张阶段的企业收入成本的时间不匹配会更突出，现金流趋紧，面临很大财务压力（见图 6-4）。 积极利用创新金融产品将有助于企业化解财务压力。

图 6-4 长租公寓资本运作产业链



来源：沙利文研究院绘制

6.4.1.1 融资渠道少，但政策导向正逐步改善现状

2017 年以前房地产中介和开发商通过引入战略投资或自有资金支持长租公寓的前期投入，融资渠道相对有限。近期，政策上对于长租公寓的融资端逐渐加强了支持力度。2017 年 7 月九部委发布《关于在人口净流入的大中城市加快发展住房租赁市场的通知》，明确提出要加大对住房租赁企业的金融支持力度，拓宽直接融资渠道，支持发行企业债券、公司债券、非金融企业债务融资工具等公司信用类债券及资产支持证券，专门用于发展住房租赁业务。鼓励地方政府出台优惠政策，积极支持并推动发展房地产投资信托基金

（REITs）。2017 年 8 月 15 日，国家发改委发布《关于在企业债券领域进一步防范风险加强监管和服务实体经济有关工作的通知》，要求积极组织符合条件的企业发行企业债券，专门用于发展住房租赁业务。在政策的引导下，长租公寓的融资渠道正在逐步打开，后续融资方式将更多元化（见图 6-5）。政府对住房租赁的支持力度加大，利用金融产品融资成为一大趋势。

图 6-5 金融化介入长租公寓手段



来源：沙利文研究院绘制

6.4.1.2 租约证券化

租约证券化是在长租公寓收租的基础上衍生出来的金融产品，例如用租金收益作为底层资产发行公募或私募 ABS 为企业融资。

已经形成一定规模的长租公寓品牌开始试水 ABS，以租金为底层资产向市场融资。2017 年上半年，魔方公寓发型了中国首单 ABS 产品，底层资产为北京、上海、广州等一二线城市经营的 30 处物业 4000 多间公寓未来三年的租金收入。该项目采用转向计划+信托受益权的双 SPV 架构设计，发行规模 3.5 亿元，全部优先级证券 AAA 评级。同年 8 月自如也成功发行了租房市场房屋租金分期类 ABS——中信证券-自如 1 号。自如的 ABS 产品，以房

屋分期消费贷款为底层资产，期限两年，首期发行规模 5 亿元，其中优先级获得 AAA 信用评级，占比 90%。

6.4.1.3 REITs 房地产信托投资基金、类 REITs 及 CMBS 商业物业抵押贷款资产支持证券

REITs，即房地产信托投资基金，是一种以发行收益凭证的方式汇集特定多数投资者的资金，由专门投资机构进行房地产投资经营管理，并将投资综合收益按比例分配给投资者的一种信托基金。对于房地产企业而言，REITs 将成为一种有效的融资工具，帮助企业盘活存量，加快资金流转，改善公司资本结构，使房地产企业可以在开发运营商和资产服务商之间进行良好的切换。中国首单权益性长租公寓资产类 REITs 产品“新派公寓权益型房托资产支持专项计划”于 2017 年 10 月获批发行，发行金额 2.7 亿。

CMBS，即以商业房地产为抵押，以相关商业房地产未来收入（如租金、物业费、商业管理费等）为主要偿债本息来源的资产支持证券产品。

类 REITs 及 CMBS 使得房地产投资从传统的重资产、不动产投资转化为证券投资。有利于长租公寓实现规模化扩张。

6.4.2 资产运营能力增强

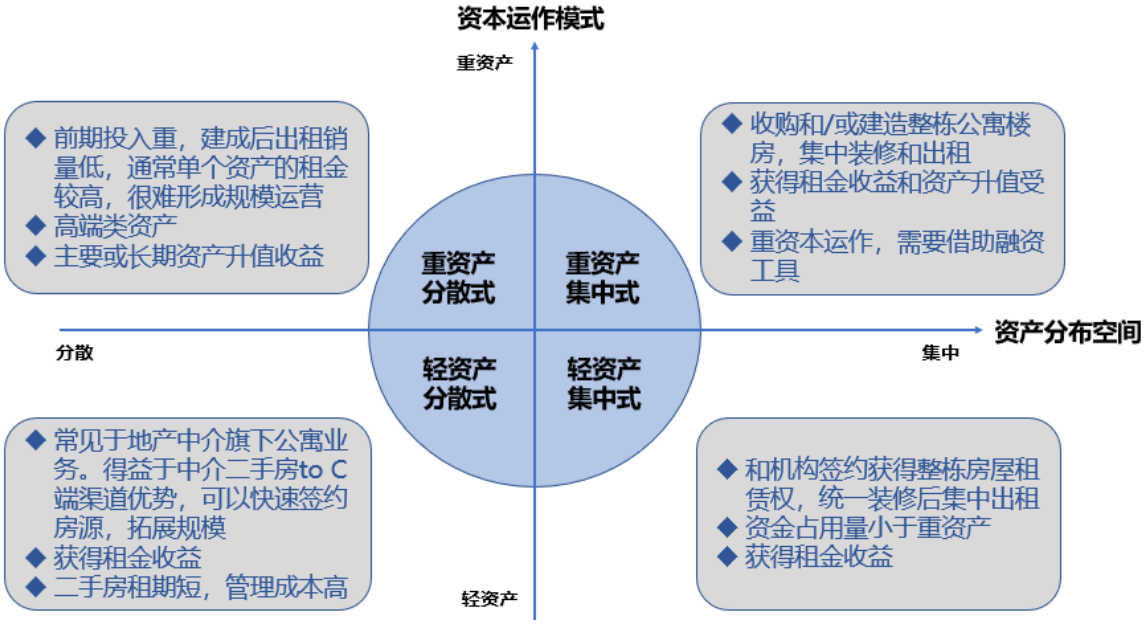
6.4.2.1 资本运作分为重资产和轻资产

所谓重资产，即为企业通过收购和/或自建获得资产的所有权，装修后对外出租的经营模式。重资产模式下，企业拥有资产所有权和经营权。轻资产模式下，企业通过和资产所有者（房东）签订租约，在一定期限内获得资产的经营权。在租约期限内，企业可以对外出租获得出租租金，租金减去上交给房东的底租，即为企业实际获得的租金差收入。轻资产模式下，企业只有资产经营权没有所有权。

在重资产模式下，企业不仅可以获得资金收益，同时还可以获得资产持有时获得的资产升值收益。但是重资产模式在前期买楼和建造期投入高，先期资本沉淀大，对资本运作要求高。轻资产模式因前期沉淀资金相对少，所以可以在短时间内快速扩张。但是由于需要定期交付房东底租而不能享有长期资产升值，所以轻资产模式企业只能赚取租金差。

在租金欠缺增长动力而房价不断上涨的情况下，租金收益比不断降低，重资产路线回收成本的时间拉长。对于轻资产模式来说，由于前期投入主要为装修费用，几年来租金涨幅相较装修成本涨幅更高，所以和重资产相比，轻资产模式的成本涨价并不构成主要营业风险（见图 6-6）。

图 6-6 长租公寓资本运作模式



来源：沙利文研究院绘制

6.4.2.2 集中式化获取更高经济效益

（1）集中式长租公寓

重资产自持长租公寓采用的是“地产资本溢价+租金收入”的盈利模式。地产开发商选择自持，地段处于城市核心区域或具有成为城市核心地段的潜力，租金的回报率较高且比较

稳定，而且依托城市未来发展潜力，能收获较高的土地增值溢价。轻资产集中式主要的盈利来源是租金差，租金溢价有限且前期物业集中改造对资金投入要求较大，前期投入的成本控制是项目开发、流程控制的关键，集中式模式有利于规模化投入从而控制成本。

（2）分散式长租公寓

此种模式主要的盈利来源是租金差，采用房源分散承包-改造-出租的模式。在分散装修压缩成本有难度和租金相对同地段其他房源溢价有限的矛盾下，房屋的运营能力是关键，需降低对分散房源的人力管理成本和降低房屋空置率的供需匹配能力。

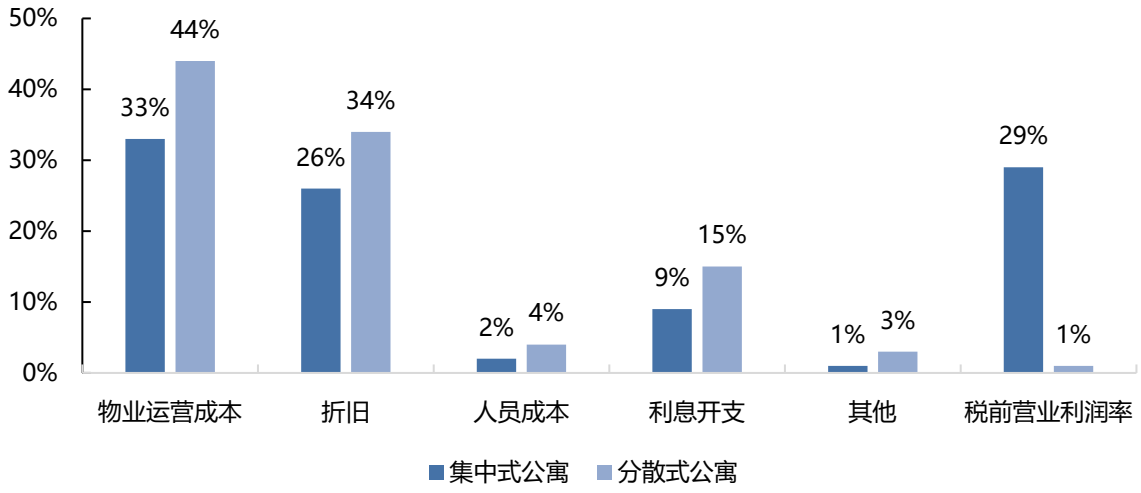
集中式的赚钱效应更明显，装修、管理等成本更低，租金议价能力强。可以形成社区效应，租客群体聚集，社区氛围好，吸引新世代租客。品牌化运营、打造高端社区等特点，从而获得较高的租金溢价，提高项目的回报率。（见图 6-7，图 6-8）。

图 6-7 长租公寓集中式与分散式特征对比

	集中式	分散式
物业特征	一般获取整栋物业	各物业片区零散房源
物业获取方式	采取收购、包租与开发商合作等	从个人手中租入分散的房源，租约一般采用较长期限，如3-5年
装修成本	一次性整体装修投入，规模化降低单位成本	分散装修，较难压低单位装修成本
管理成本	整栋管理，人力、系统等投入较低	分散管理，管理系统投入要求高，且需要配置更多韵味的人力
租金议价能力	整栋包租，有利于打造社区体验，能收取相对周边较高的溢价	只能通过装修、服务等获取租金溢价，溢价相对受限
盈利特点	前期一次性投入较大，后期回报利润更丰厚	前期投入大，回收较快，可通过较回收的租金进行再投入，拓展业务范围

来源：沙利文研究院绘制

图 6-8 长租公寓集中式与分散式成本差异



来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

6.4.3 高品质化，新生活方式集成，租赁业务带动产业链协同盈利

长租公寓真正的价值，在物业端体现于品牌口碑逐渐被认可后，租金的品牌溢价出现，租赁真正成为一种令人向往的生活模式；在服务端体现于从租赁生活出发的万千需求得到满足，从而推动长租公寓企业成为品质生活服务的集成提供商。

随着长租公寓垂直业务的广泛布局，接下来将会出现热门服务单品，或是与合作方引入综合解决方案。长租公寓租客群体有年轻化的特点，其金融消费、社交消费、娱乐消费等领域都有深入挖掘需求的空间。长租公寓将不仅是租赁服务企业，也是新生活方式的集成者，满足租客群体品质生活的追求。

租赁业务越来越成为一个平台和入口业务，起到带动产业链发展和协同盈利的作用，而非单独作为利润中心存在（见图 6-9）。为管理的社区提供居住需求等增值服务，以及居住升级、商业娱乐和金融服务等多元化服务是获取额外收入的重要途径。

图 6-9 长租公寓相关业务拓展

居住需求	居住升级	商业娱乐	金融服务
家政保洁	智能家居	购物娱乐	金融理财
物业维修	饰品装饰	旅游民宿	小额贷款
搬家服务	家具定制	社区运营	保险销售

来源：沙利文研究院绘制

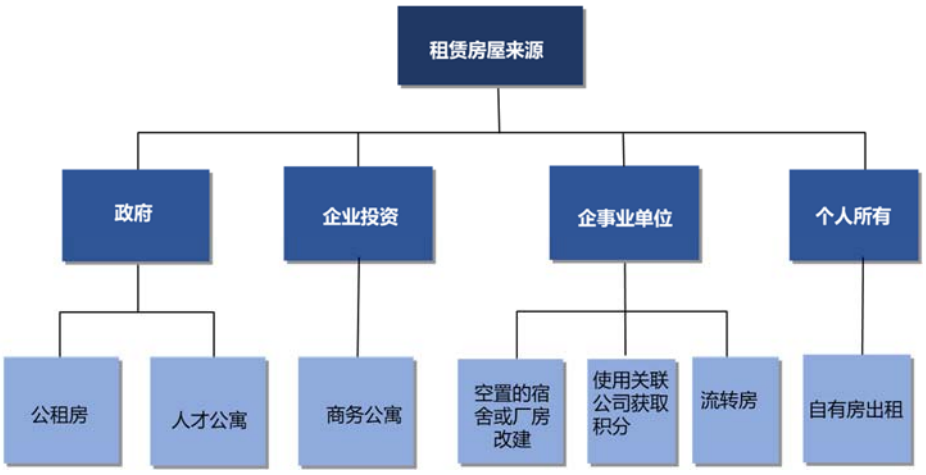
7 中国长租公寓行业市场竞争格局

7.1 中国长租公寓行业竞争现况分析

7.1.1 行业内现有竞争者之间的竞争分析

由于租赁市场潜力巨大，加上租售同权等政策的出台，多方涌入长租公寓市场并推动行业的快速发展。中国关于土地开发的基本流程为，国家将国有土地出让给使用者，使用者一般指房地产商经过开发建设将房产出租或出售，商品房首次进入流通，房产在市场上流通后再次进入流通领域流通形成租赁市场，因此租赁房屋一般以存量房为主。从房产租赁的来源一般有以下几部分（见图 7-1），政府直接建设的公租房或人次公寓；新房买卖后直接进入租赁市场比如万科云城、米酷等；或者长租公寓这种公司运营的模式，也有个人散租。

图 7-1 现有租赁房屋来源



来源：沙利文研究院绘制

目前国内长租公寓品牌超过了 1200 家，在消费升级大背景下，具有更好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，整个行业进入快速发展和品牌化时期。截至目前，国内拥有规模公寓企业超过 500 家，如以单个品牌管理 4000 间公

寓估算，全国房源总规模将突破 200 万间。从行业生命周期来看，现阶段中国长租行业的商业模式及产品尚未完全成熟、市场增长率较高、需求增长较快、行业利润低等特点。对于行业内现有竞争者，主要从以下几个方面分析：

1）市场覆盖范围。2012 年是长租公寓发展元年大量互联网资本进入，行业处于抢占市场份额阶段，集中度偏低，多以薄利抢占市场份额。从覆盖区域上，You+公寓、优客逸家、青客公寓等由互联网资本发起，由于原始资金的限制，大多以分布式起家，以期快速获取房源占领市场，分布较为分散。中介服务机构参与者包括链家（自如）、世联行（红璞公寓）和我爱我家（相寓），由于拥有较大的房源及客源，覆盖范围较大。房地产开发商，如万科、招商蛇口、金地、深业集团也在近几年大力推广各自的长租品牌，具有资金方面优势，但大多具有区域集中的特点。

2）运营方面。品牌公寓的发展模式主要有集中式和分布式两种。由于长租公寓的盈利模式是赚取租金差，品牌公寓的租金较其他房源存在一定溢价。由于无论集中式还是分布式前期装修改造支出的成本较高，摊销年限一般为 5 年，这就使得净利润的水平较低，前期处于薄利阶段

3）资金水平。通过巨额的投入或寻求战略联盟，迅速占领市场是国内长租企业主要竞争策略。事实上，大部分企业在资金或资源方面有着深厚的背景。多个公寓品牌已经获得了 B 轮甚至 C 轮融资（见图 7-2）。

图 7-2 长租公寓行业主要融资事件

企业	融资时间	融资金额	投资方
优客逸家	2018 C轮	亿元人民币	深创投、经纬中国、海纳亚洲、 君联资本等
链家自如	2018 A轮	40亿	华平资本、红杉资本、GA资本、 腾讯等
You+公寓	2015 B轮	3000万美元	时代地产
青客公寓	2018 B轮	数千万美元	摩根士丹利、凯欣资本
魔方公寓	2016 C轮	1.19亿美元	华平投资、中航信托、级源资本等
蘑菇公寓	2017 C+轮	3000万美元	KTB Network、云锋基金、蚂蚁金服、IDG资本
爱上租	2017 B轮	3亿元	顾家集团、远致富海、理想集团

来源：沙利文研究院绘制

4）服务方面。长租公寓一般是统一的装修风格，提供以租户需求为中心的管理服务。集中式的长租公寓可以打造社区，提供更多的服务且整体的服务水平较好。

7.1.2 供方的议价能力

长租行业供应方主要有个人房东、地产开发商、地方政府等房源提供方；中高层管理人员和底层服务人员等劳动力提供者；政府。议价能力分析如下：

1）房源提供方。其中个人住房租赁即居民个人将自有空闲住房通过房产中介或直接方式向租客出租，其出发点是通过利用闲置房源获取收益，有一定话语权。其二是房地产开发商，地产商通过将自有物业打造品牌公寓如万科泊寓、龙湖冠寓等，长租可为地产带来增值，所以话语权较大。

2）劳动力提供者。长租行业的从业者包括中高层管理人员和底层服务人员。当前长租行业的中高层从业者或有多年企业高层管理经验，或多次创业经历，或海外留学经历，整体素质较高。而长租行业对底层服务无太大技术性要求，一般人员短期培训后基本可以胜任，底层服务人员议价能力较弱。

3）政府等监管机构。政府作为长租行业法律法规的制定者和实施者，制定的各项法律法规对在长租行业起着指导性作用，使其具有很强的议价能力。值得关注的是《关于推进住房租赁资产证券化相关工作的通知》与住房城乡建设部起草了《住房租赁和销售管理条例（征求意见稿）》的颁布，促进长租市场起着极大的积极作用，国家层面有利信号频频释放，给长租行业的各参与方较大的信心。

7.1.3 需求方的议价能力分析

在长租行业的需求方主要为租客。首先租客作为个人消费者，价格敏感度较高，且在互联网上比价非常容易，因此租客具有一定的议价能力。但由于当前长租租行业服务提供方相对较为完善。各流程的服务优化提升空间并不是很大，单个租客因个体分散订单独立，且签订的合同多为格式合同，处于被动地位，这也决定了其议价能力有限。

7.1.4 潜在的进入者威胁分析

由于长租公寓受到政策与资本等的支持，越来越多的参与者切入长租公寓市场。其中以开发商背景的潜在竞争者实力较强，依托较强的资本与资源优势，利用母公司手中的闲置自持资产进行升级改造，同时借助集团信用获得低成本的资金，对现有的企业来讲威胁力较大。另外具有天然的客源和分散式房源渠道优势的中介机构也有动力切入长租公寓市场，发挥资金和客源优势，以期获取更高的收益。但以中介为背景进行长租公寓开发，对产品的理解和成本控制是其争夺市场的关键。在住客和存量物业的管理经验上要比别的市场参与者丰富的酒店集团，也是该行业的潜在进入者，该类竞争者有运行效率的先发优势，并且在物业资源端有较多的存量物业进行改造转变。最后一类是具有较强商业敏感度的创业类公司，该类公司经营思路和方式灵活，在细分子领域中可以实现超速跨越。但在资源端与资金端并无先发

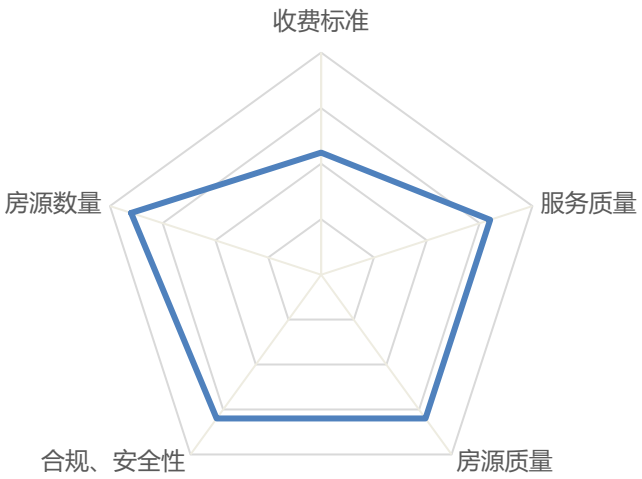
优势。

7.1.5 替代品的威胁分析

在消费升级与城市分化融合催生的长租公寓行业，很大程度上冲击了传统的房产租赁市场。传统的个人房东自租，通过各种社交网者与社区发布租房信息，招揽租客，然后签订租房协议。另一种是中介代租，业主将房子给中介代理，中介负责出租和租后服务，赚取佣金。最后一种是各种人才房与保障性住房，由于国家相应保障性住房和人才房等政策的出台，消费者对于长租市场的商品有了相对较大的选择，但有较多的门槛与限制。因此当前长租公寓最大的替代品仍是产融的房屋租赁。

7.2 自如租房竞争力分析

图 7-3 自如租房各项指标分析



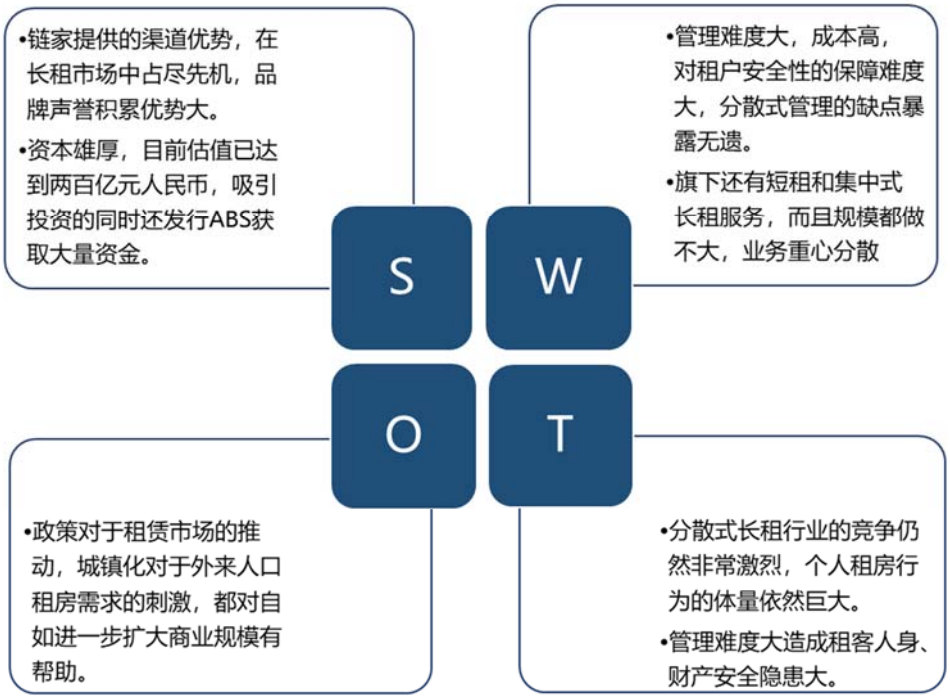
来源：沙利文研究院绘制

自如是目前中国长租公寓行业规模最大的运营商，由于其一开始是中国大型地产中介链家旗下的租赁平台，具有先天的房源获取优势，在长租公寓市场占尽先机。因此自如在房源数量以及房源的选址、装饰等方面都有巨大优势。自如坚持高品质战略，从房东处接

手房源后统一打造风格，配套家电、装修均为高要求，打造标准化产品。自如目前的室内设计分为木棉、米苏、拿铁、布丁四种风格，给消费者提供不同风格选择。此外还有配套WiFi、各类生活家电、清洁服务、维修服务等人性化服务，让客户真正体验到拎包入住，租房无忧。

由于是分散式管理，自如具有分散式的各种缺点，例如配备管理人员需求量很大、清洁和维修服务响应速度慢等；同时对于合规、安全的实现难度也更大。因此自如的租金、服务费收取标准都较其他竞争者高，而价格通常是租客选择租房的第一考虑要素，这对于自如来说是一个制约因素，需要通过不断进步的服务品质来弥补（见图 7-3）。

图 7-4 自如租房 SWOT 模型分析



来源：沙利文研究院绘制

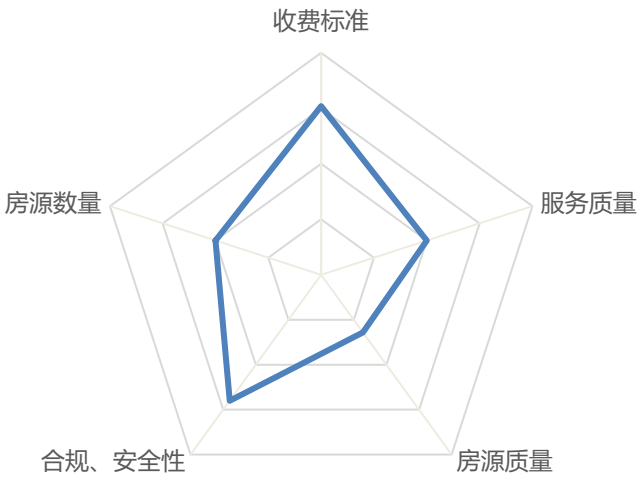
近年来自如已逐渐发展成中国长租公寓市场的巨头企业，由于渠道、资本的独特优势以及政策推动等宏观利好条件，且自如高品质的品牌声誉也在为自己不断积累用户规模，

未来将会进一步扩大市场份额。对于自如来说，需要淡化分散式管理所带来的各种问题，比如门锁安全性保障，以及短租+共享经济住宿所分流的企业资源。

身处竞争激烈、同质化严重、难以盈利的分散式长租公寓行业，自如的盈利模式并不是垄断房源，赚取差价。自如主打其在物业端和服务端的高品质产品，提升品牌口碑，当品牌溢价出现后，自己的盈利才会提升。如此看来，自如高品质的战略从长远来说，是其未来能进一步壮大的根本。

7.3 魔方公寓竞争力分析

图 7-5 魔方公寓各项指标分析

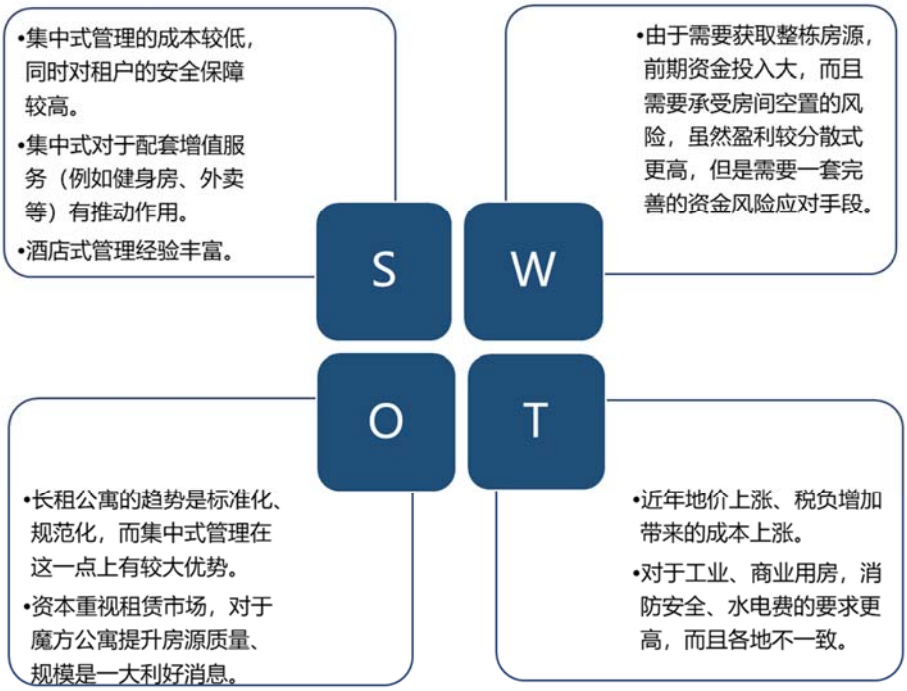


来源：沙利文研究院绘制

魔方公寓相较自如来说，基于其集中式管理的优势，价格相对低廉，同时公寓配套健身房、娱乐设施等服务较为完善，且合规、安全等方面也便于统一管理。但是由于魔方公寓对于房源的需求量大且集中，选址的难度非常大。由于是酒店式管理，租客对于服务质量的期望普遍较高，对于管家的反应效率、服务态度等均有较高要求，虽然魔方公寓的管理成本较低，但服务质量并未达到租客的标准。同时房源的装修、隔音等方面据用户反映质量较为低下，而且由于商业楼房电费计算比住宅用楼要高等问题，部分用户在魔方公寓

的租房体验较差（见图 7-5）。

图 7-6 魔方公寓 SWOT 模型分析



来源：沙利文研究院绘制

虽然在用户规模、品牌知名度上魔方公寓不如自如，但是魔方公寓也充分发挥了集中式长租公寓运营应用的优势。魔方公寓有丰富的酒店式管理经验，同时利用集中式长租公寓的特点推广衍生增值业务。未来资本对长租公寓行业的重视能够帮助魔方公寓解决当下房源质量参差不齐、规模小以及选址不理想等问题。

魔方公寓是为数不多的运用其成本低、入住率高的优势实现盈利的长租公寓品牌，但仍然掩盖不了整体行业前期资金投入大、盈利回报期长的缺陷，此外还有地价、消防等对于成本的不稳定因素，因此魔方公寓需要说服投资人自己的盈利模式能够满足期望。魔方公寓若想在未来愈加激烈的集中式长租公寓行业中脱颖而出，不仅要注重服务质量的提升，也要考虑投资回报的问题。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866

李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075

唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114

李女士： 18049912451