

# 长租公寓“鲶鱼”效应渐显



每年毕业季,都是租房市场的高峰期。相关数据显示,2019 届全国普通高校毕业生预计达 834 万人,再创新高。随着大量高校毕业生走上工作岗位,住宿成了最迫切的现实需求。这种需求,从近期多个年轻化社交平台上关于租房的内容快速升温中就可以看出。

作为近年来快速崛起的一种住房供给形式,长租公寓成为越来越多年轻人的选择。长租公寓有哪些特点?为何受到年轻人的青睐?发展还面临哪些问题?对此,笔者进行了采访。

## 供需两端皆有变化

长租公寓脱颖而出,背后是住房市场需求端与供给端所发生的微妙变化。

一方面,住房需求群体将关注点从买房或者“先凑合租”向高品质租房转移。不久前,有关机构发布的《中国青年租住生活蓝皮书》显示:当代城市租住群体消费不断升级,六成以上的人表示更倾向于通过长租平台来租房,近八成人会用心布置租来的房间,

有近四成的“95 后”租客愿意把 40%以上的收入作为租金,追求更高品质的租住体验。与此同时,2018~2019 年度,“90 后”租客占比达到 75%,成为城市租住人群的主体。

上海白领刘颖过去几个月都在找出租房。除了使用 58 同城、自如等通用的租房网站,她还通过豆瓣小组、BBS、贴吧等社交网站搜寻相关信息。“我一开始想找中介或房东进行直租,但发现网上的信息鱼龙混杂,筛选起来很麻烦。为了尽快稳定下来,我还是在进行需求匹配后选择了长租公寓。虽然每月产生一些服务费,但总体上长租公寓还是让我感到方便省心。”刘颖说。

另一方面,长租公寓运营企业加快了发展脚步。据不完全统计,截至 2018 年底,中国市场上的活跃长租公寓品牌已经超过 80 个,分布的城市数量达到约 50 个,涉及 1200 余座集中式公寓和 13.5 万套分散式公寓。具体来看,长租公寓运营企业把自营房源或从市场上收集的房源进行装修升级与标准化改造,最终形成相应的出租性公寓。

在北京建国门附近的自如寓中,笔

者看到工作人员正在忙碌地为客人办理入住手续。这座二环边上的 6 层建筑中,地下部分被改造成集健身、阅读、休闲、办公、居住于一体的 1000 平方米的公共空间,地上部分则是上百套 16 至 45 平方米不等的居室和一些个性化主题房间。笔者在位于 5 层的几个空闲房间看到,双人床、空调、洗衣机、大衣柜等生活设施一应俱全。“现在是毕业季,又正值暑期,很多找工作、实习的年轻人都选择在这里居住。”该工作人员说。

## 长租公寓快速发展

业内人士指出,消费升级的背景下,人们越来越注重居住品质,政策也鼓励发展规范化的住宅租赁市场,这使得规模化、标准化经营的品牌“长租公寓”日益受到青睐,如同鲶鱼一般,搅动了整个住宅租赁市场。

“标准化、规模化的租房平台相比于个人房源,合同相对完整,一般不会出现恶意克扣押金的现象,连锁运营品牌的房源介绍比较清晰,不用担心网上照片和现实不相符的情况。有的长租公寓品牌采用了统一家式的装修风格,对每个房间进行不同的装修,拿铁、木棉、米苏和布丁的装修风格清新有格调,比较适合年轻人。”刘颖说。

在郑州生活的叶康康发现,市面上的租房主要分为个人房源和中介型房源。“我刚大学毕业时,就遇到了不正规的中介。租的时候觉得环境还可以,价格也公道。但后来发现,那里家电设施的质量都很差,坏了也不修,房屋断电断水也找不到人来维修,最后也没有全额退回押金。现在租房就吸取以前的教训了,我更倾向于选择靠谱的个人房源或者较为知名的长租公寓品牌。”叶康康说。

数据显示,2018 年,国内长租公寓市场规模已突破 1.5 万亿元,长租公寓行业融资规模近 770 亿元。长租公寓正进入快速发展期。

艾媒咨询发布的《2019 中国长租公寓市场现状调查与消费者行为监测报告》预计,2022 年中国房屋租赁市场租赁面积将达到 80.6 亿平方米,而中国房屋租赁市场租赁人口预计 2022 年将达到 2.4 亿人。“自如 2011 年起开始进入长租公寓领域。那个时候,住房租赁市场特别是长租公寓市场并不受关注,但我们坚信发展长租公寓有着巨大的市场空间和社会价值。后来,随着‘房子是用来住的、不是用来炒的’深入人心,企业、投资方乃至全社会都更加重视房屋回归居住属性,长租公寓运营企业也获得了更多的关注与支持。”自如首席运营官梁占华对笔者表

示。

## 精细化管理成趋势

长租公寓为何能成为住房市场的“鲶鱼”呢?

有关专家认为,房屋不仅具有一定的投资属性,更是关乎民生的重要资源。租赁房源一直大量存在。传统房地产市场以“中介撮合房东与租客”的零散模式为主流。房东因担心租客损坏房屋、投资回报率低、租客更换频繁等原因,使房屋长时间空置,而造成住宅资源浪费、住房有效供给不足。而长租公寓则针对这些痛点,着力加以改善,使市场资源活起来。

“数据显示,68%的自如业主之前有过自己出租房屋的经历。传统中介依靠信息优势撮合租房交易其实并不是件容易的事。比如,有的房屋地理位置优越但居住条件较差,房东又不愿投入资金进行改善,从而难以满足租客需要;有的房东对租客的职业、生活习惯等个人特征较为挑剔,降低了房屋出租的受众范围;有的房东没有时间为租客提供配套的维修和保洁服务,引发租客不满。”梁占华说,自如将空余房源以长期合同固定下来,再利用自身积累的设计、装修、管理经验对房屋进行统一装修,最后通过自如官网及 APP 进行房源发布以及精细化管理,从而解决市场痛点,提升租户体验的同时保证了房东获得稳定的租金收益。

不过,随着竞争者日益增多,利润率降低,资本退潮,长租公寓市场暴露出甲醛超标、隐私安全、哄抬价格、合同纠纷等问题。特别是随着品牌的增多,热门城市争抢房源现象越来越突出,反倒抬高了房租价格,使租客成本增加。而时有发生的质量超标事件,也在一定程度上影响了租客对打“装修牌”的长租公寓的信任度。

中国人民大学重阳金融研究院高级研究员董希淼认为,长租公寓刚起步,难免会遇到各种问题,促进长租公寓市场健康发展应多方协同发力。一是健全住房租赁市场监管制度,明确职责分工,形成监管合力,特别是对于“哄抬价格”的现象,要从制度上加以制止。二是加强住房租赁信贷审慎经营,以深入开展互联网金融风险专项整治工作为契机,加快取缔无资质的借贷平台,保证长租市场的“居住属性”;同时开发直接面向租客、流程和价格较优的租赁信贷产品,更好满足市场需求。此外,长租公寓运营企业也应结合租户提出的各种大小问题,主动加以改善,塑造可信的品牌,以避免昙花一现。(据《人民日报》)

