

主管总编辑助理 齐琳 执行主编 董家声 美编 高蕾 责校 刘凯晶 E-mail: newhouse@sohu.net



一路狂奔的长租公寓，还没迎来高光时刻，先被不断掉下的雷暴击倒：躲不过的“甲醛房”、止不住的群租与隔断、爆不完的资金池和租金贷……我们不禁要问：长租公寓的发展底线在哪？

## 甲醛门之外 多维度爆雷

与2018年单一的甲醛门不同,2019年长租公寓爆雷的维度更多,金融监管维度的资金池,城市管理维度的群租房与隔断间,甚至公安人权方面的偷拍门等屡见报端。

今年8月7日晚间,南京乐伽公寓公告宣布:公司因“经营不善”停止运营。不同于常规长租公寓企业靠租金差及提供增值服务作为盈利点,乐伽公寓的经营模式却为“高收低租”。看似亏损的经营模式背后,实则隐藏着乐伽公寓更大的野心:通过向房东季付房租,要求租客半年付或年付租金,乐伽公寓有意借助资金错配沉淀下来的资金,谋求更快的规模扩张以及更大份额的市场占有率,其终极目的或是达到市场垄断后拥有长租市场定价权。然而,烧钱倒贴模式下亏损运转的乐伽公寓,并没有挺到如愿长租市场“老大”的那一天。

不仅仅是资金池,强制“租金贷”目前仍然出现在长租公寓领域。所谓“租金贷”,即长租公寓运营企业与金融机构合作,为租客提供租金融资,金融机构向长租公寓支付预付款,租客按月偿还租金贷款。

北京商报记者调查发现，长租公寓品牌“蛋壳公寓”房源签约支持的四种付款方式中，月付形式只能选择“分期月付”，有按月支付租金打算的租客若想签约入住蛋壳房源，只能选择接受“租金贷”服务。蛋壳公寓App上提示称：分期月付为蛋壳公寓协助您与第三方金融机构办理的租金分期的租金贷款服务，分期利息和手续费全部由蛋壳公寓承担。在看房过程中，多位蛋壳管家还向北京商报记者推荐称：月付分期最划算，即使中途解约，租客的个人征信也不会受到影响。”另据调查，目前市面上绝大多数长租公寓品牌均不同程度涉及到租金贷之中。如，“自如”除了常规的月付、季付、半年付及年付四种付款方式外，还推出了“自如客专享分期”，此形式房租金额较月付形式租金略少，不过须按月支付本金（分期形式下的月租金）及手续费；不久前递交赴美上市申请的青客公寓，“租金贷”服务也占据了公寓房源签约的“大头”，其招股书显示，截至2019年6月30日，青客公寓已与11家金融机构达成了合作，其租户的65.2%使用了分期付款服务。

被监管层明令禁止的隔断间出租，也在一系列租客爆料后现出了“本来面目”。调查显示，长租公寓运营企业在处理既有隔断间房屋时，仍然存在“继续出租未强制拆除隔断房、集中下架房源户型图躲监管”的情况。仅11月以来，北京市场便多次出现因违规出租隔断间被拆除的情况。

## “租金差+增值+杠杆”的AB面

长租公寓近年来问题不断，被业内视为新兴行业蒙面狂奔的“后遗症”。更有市场观点称：“如果2015年以来的政策东风，让长租公寓扶摇直上，开始野蛮生长，那么2018年以来的爆雷、租金贷等一系列负面事件则让这个有点“飘”的行业拉回地面”。现实证明，盲目追求规模、激进式的发展模式最终只会一地鸡毛。

长租公寓运营企业加速扩张背后的考量,并不难理解。看似遍地黄金的长租公寓市场,实则投入成本高、资金回收周期长、盈利微薄;“盈利难”的问题始终横亘在各大公寓运营商面前。而要几乎成为了长租公寓运营企业抢占市场占有率最为“简单粗暴”的方式。

据悉,当前长租公寓的常规盈利来源主要是“托管业主房源-转租给租客”所形成的租金差,以及面向租客提供的增值服务,在此基础上,房源基数越大,盈利空间越大。同时,长租公寓涉足金融化,也更将其推上了规模与发展的快车道。但走得过快,难免栽跟头。

自如CEO熊林曾介绍称：我们的算账逻辑其实也很简单，就是把一套房子收进来，我们投钱装修、做标准化，再租出去，通过两端——房东端和客户端各收服务费，来覆盖我们的装修和运营成本。”然而，尽管作为头部企业掌握着市面上具有规模优势的可出租房源，除了在租房源收取的“自造血”，自如对于资金的渴求在频繁的寻求外部融资中也可见一斑。

“长租公寓发展需要的是风险厌恶、长期投入、资金成本低、投资回报率低的钱,就不会涉及资金沉淀调控的问题。而中国的钱是‘短钱、热钱、贵钱’,资本市场不允许长期的低盈利表现,许多企业闻风而动又转行离场。缺少符合长租公寓产业特色的资金支持,让行业融资发展步履维艰。”在中国房地产经纪同业联盟主席胡景晖看来,当前长租公寓行业存在着产业属性和

资本属性的不匹配问题。同时,租金收支错配、租金贷、租客押金沉淀监管缺失、租赁企业监管缺失以及出租房安全这五大潜在风险亟待解决。

易居研究院智库中心研究总监严跃进指出：“租金差+增值服务+金融杠杆”的组合，是当前行业普遍认同的盈利模式，不过该种组合风险与机遇并存：长租公寓加杠杆扩张虽可助力企业“攻城略地”，但也增加了企业生存的动荡可能。而“甲醛房”出租，在某种程度上就是在“中国式包租”模式下，企业或部分线下运维人员出于业绩压力，为了降低空置、提高房源周转的结果；长租公寓隔间出租屡禁不止，也恰恰反映出长租公寓对于规模以及利润的迫切要求。

## 扩张之后 企业自觉之外

据不完全统计,截至2018年底,国内活跃的长租公寓品牌超过80个;截至2019年上半年,全国长租公

寓总体房源规模约335万间(约150余万套)。但现实情况显示,野蛮生长的“丛林法则”在助力长租行业快速规模扩张的同时,也回馈以行业短期的阵痛。

业内有声音称,长租公寓发展的底线问题,值得所有市场参与主体厘清。后续的长租公寓企业,更应该科学地思考如何建立适应自身的发展模式,而不是一味地野蛮生长,只有合理合规的发展,才能保证市场的细水长流,而在“企业自觉”之外,多位行业专家均认同,行业规范及国家标准也不能缺席。

首先,需要落实的是有待统一的行业标准。在长租公寓App规范方面,各家公寓运营商是否应该强制执行统一的信息披露流程,如户型图展示功能不得下架、房源核心信息务必展示等;在房源空气质量方面,挂网的租赁房源空气质量达到何种标准方能对外出租,租房合同中是否应该明确列入“甲醛测试”相关标准,对于出现“甲醛超标”情况该如何平衡双方举证责任?

其次，长租公寓行业的立法支持和相关部门的监

管也须及时跟进。

胡景晖指出,截至目前,长租公寓行业没有上位法支持,唯一能看到的,全国范围的、立法级别最高的,仅为2011年2月施行的住建部6号令《商品房屋租赁管理办法》,地方政府层级也仅限于通知、办法,涉及几千万的产业最高法律仅为部门办法,市场很难规范,老百姓的权益很难得到保障。同时阶段式运动式监管治标不治本,监控机制不能常态化有效运行。

58安居客房产研究院首席分析师张波表示,长租公寓行业第一阶段的“群雄并起”已近结束,目前处于第二阶段,即行业集中度提升的“寡头之争”。这一阶段将持续较长时间,规模化之争的背后逻辑在于头部短期盈利,但非头部企业未来的生存发展空间较小。他预计,未来2-3年是长租公寓市场头部将占据七成以上份额;第三阶段是“产品力”制胜阶段;“产品力”成为第三阶段各方比拼的核心。

北京商报记者 董亮 荣蕾

LONGFOR<sup>7</sup> 龙湖 | 奥润顺达 ORIENT SUNDAE

列车新城·玉府

LONGFOR RAILWAY CITY

# 钜惠豪礼 享不停 火力全开 双十二

不是每一次错过，都有机会再来一次  
错过了双十一，一定不要放过双十二

TIME: 2019.12.09-12.15

## 到访礼

养生大礼包  
情暖伴冬日

## 购房礼

购房砸金蛋  
金喜享不停

## 惊喜礼

宫廷台历套装  
新年国潮相随

## 推介礼

老带新成交奖  
享家电大礼包

备注：礼品总价值不超过1万元

85-135m<sup>2</sup> 被动式健康人居

认购直减**20万** 直签额外再享**99折**

VIP LINE  
010-83669999

北京市丰台区盈坤世纪中心F座1层

广告