

2021年中国在线短租市场分析报告- 行业运营态势与前景评估预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国在线短租市场分析报告-行业运营态势与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/daili/537130537130.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

在线短租是指通过互联网销售房屋短期使用权的经营活动。在线短租的主要应用场景包括旅游度假、商务出行、考学、医养、聚会和探亲访友。

在线短租主要应用场景 数据来源：公开资料整理

一、优势分析 (1) 在线短租行业延伸服务及服务场景，进一步满足用户需求：

在线短租平台以提供房源服务为核心。但是，单一形式的服务不足以让在线短租房源与酒店、旅馆区分开来，满足不了行业的竞争发展。为了进一步培育竞争优势，满足用户多元化的需求，产业链相关上下游关联服务被拓展，如租车、娱乐、餐饮、派对等相关服务，进一步满足用户需求。

(2) 在线短租行业商业模式多元、灵活，C2C模式脱颖而出：在线短租行业普遍采用B2C、C2C或者C2B2C的商业模式，这三种模式各自有相应的优缺点，也为不同的在线短租企业所采用。不同的商业模式存在各自的优劣势，但C2C模式由于其具有扩张速度快的显著优点，已被较多数企业所采用。

在线短租行业不同商业模式对比

商业模式

房源

平台角色

盈利模式

优势

劣势

代表企业

B2C

商业房源

统一管理、维护、提供服务

佣金及增值物业服务收益

标准化程度高、利于管控

成本高、扩张速度慢

自如

C2C

个人业主

通过订立准入原则来规范房东与租客的行为

收取佣金

房源丰富、扩张速度快

标准化程度低、国内体系不健全

Airbnb、小猪短租、蚂蚁短租

C2B2C

个人业主、商业房源

-

收取佣金、提供服务与房东分成、增值服务收益

-

-

途家、住百家数据来源：公开资料整理

(3) 头部企业逐渐涌现，在线短租行业趋于集中化：按照房源量、用户量、融资额等指标综合考量，将市场参与者分为三个梯队。第一梯队由途家网、小猪和Airbnb（爱彼迎）构成；第二梯队包括住百家、木鸟短租、游天下、自在客、一家民宿和沙发客；第三梯队有大量的长尾特色和品牌民宿联盟。按照在线短租平台的房源量、用户量、融资额等指标综合考量，位于第一梯队的途家、小猪和Airbnb（爱彼迎）初具头部企业优势。同时受资本市场的影响，行业内部并购重组步伐也不断加快，以扩大竞争优势。我国在线短租行业具有高成长性，未来行业通过资源整合方式，集中度提高，长尾部企业减少，头部企业优势将更为明显，甚至有望出现寡头竞争的局面。

在线短租平台竞争格局

梯队

企业名称

基本情况

第一梯队

途家网

途家定位于全球公寓民宿，在线房源超过65万套，签约储备房源超100万套，覆盖国内300个城市，海外1000个旅游目的地。途家平台采用B2C模式，通过收购、租赁以及与地产开发商合作等方式收集分散的房源，按照平台统一标准为房源装修和配置基本生活设施，为终端用户提供标准化的服务。

小猪

小猪迎采用C2C模式，实现房客与房东通过平台直接对接，为用户提供个性化的服务，用户拥有更为多元的房源选择。截至2017年底，小猪注册用户数为超4800万，活跃用户数为2800万，全年交易额达25亿元人民币。截至2018年3月，小猪国内房源量为30万套，海外房源5万套，覆盖全球620个城市（包括225个海外城市）。

Airbnb（爱彼迎）

爱彼迎采用C2C模式，实现房客与房东通过平台直接对接，为用户提供个性化的服务，用户拥有更为多元的房源选择。截至2017年底，Airbnb（爱彼迎）在全球的活跃房源达到450万套，其中国内的活跃房源约15万套，服务过的中国游客累计超1000万。

第二梯队

住百家

住百家成立于2012年3月，是一个面向国内旅客的境外旅行品牌，通过“共享经济”模式，将出境自由行群体对特色民宿的需求与国外优质房源进行整合，帮助中国出境自由行旅客入住海外的短租公寓、民宿、度假别墅。

木鸟短租

木鸟短租(又名木鸟民宿)是分享经济模式下的C2C在线民宿短租预订APP，是北京爱游易科技有限公司旗下独立运营的短租房、日租房在线预订平台，于2012年5月正式上线。

游天下

游天下短租网是房屋短租日租网站,面向全国超过300个城市提供短租房、日租房、短租公寓、家庭旅馆、青年旅社等的短期住宿服务。

自在客

自在客旅行网隶属于健云网络信息技术(上海)有限公司，是海内外民宿预定平台。自在客创始团队主要来自于eBay和安居客。

一家民宿

一家民宿，全球华人民宿预订平台，提供民宿预订服务，成立于2015年。平台上房源以华人华裔为主，房客可以直接联系房东预订民宿、咨询当地旅行信息等。

第三梯队

大量的长尾特色品牌和民宿联盟

-数据来源：公开资料整理

二、 劣势分析 (1) 行业服务标准化进程缓慢：相较于传统标准式住宿而言，在线短租的房源类型众多，而且以个体经营为主，虽然这样有助于满足租客们多样化的消费需求，但也增加了服务水平、质量控制和卫生标准等衡量指标标准化的难度。由于在线短租行业的服务质量多取决于房东自身，而大多数房东缺乏专业的培训，因此服务水平等因素随着地域和房东的不同有着较大的差异，也影响了租客的入住体验。因此，行业标准和规范的不统一在一定程度上制约了行业的发展。

(2) 行业信用监管体系不完善：信息的不对称和各平台的审查漏洞，使得在线短租平台存在靠第三方“好评刷单”和过度美化房源信息以吸引租客的问题。同时，作为信息中介平台的在线短租网站，对交易双方无法做到完全严格的身份审核，导致信息仍存在不真实的可能性。其次，交易后仍存在服务得不到保障的可能。对交易双方身份及其它信息监管力度的不足，还可能导致“一房多租”的现象屡屡发生，影响用户的满意度，不利于行业良性发展。

我国在线短租行业劣势分析 数据来源：公开资料整理

三、 机遇分析 (1) 旅游业蓬勃发展，住宿需求持续释放：得益于国内人们生活水平的提高，精神层次的需求日益增加，出门旅游逐渐成为人们休闲度假的首要选择。旅游业的高速发展新增大量的住宿需求。酒店行业无法承载众多游客，作为酒店行业的补充，短

租房自身具有的高性价比、优质的体验感、满足多样化需求等特点逐渐吸引了越来越多的游客，短租房的需求旺盛。

根据数据显示，2018年，我国在线短租行业市场规模为170.3亿元，较上年同比增长35.4%；2019年，我国在线短租行业市场规模为**亿元，较上年同比增长**%。

2015-2019年我国在线短租行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

(2) 消费观念转变，在线短租市场接受度提高：人们旅游观念逐渐发生了改变，越来越多的人意识到传统团队旅游的弊端，开始主张自由行。自由行的旅客在住宿方式的选择上拥有更多的自主选择性。消费升级下，传统酒店住宿的方式已经不能满足人们日益多样化的住宿需求，更具有灵活性、多元化的短租房逐渐被更多人接受。

根据数据显示，我国在线短租市场渗透率由2013年的0.3%上涨至2017年的7.2%，预计2022年我国在线短租市场渗透率将达到13.3%。

2013-2022年我国在线短租市场渗透率及预测 数据来源：公开资料整理

(3) 移动互联网技术的快速发展，智能手机的普及：互联网基础设施建设的不断完善和移动互联网技术的快速发展推动了智能手机的普及。智能手机的普及，品类多样的app让租客使用短租平台预订短租房越来越便捷。根据数据显示，2019年，我国手机网民数量为8.17亿人，较上年同比增长8.5%；2020年，我国手机网民数量为9.86亿人，较上年同比增长20.7%。

2015-2020年我国手机网民数量及增速 数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

(1) 传统消费习惯威胁：从住宿需求端来看，受传统消费观念和习惯影响，我国居民往往把酒店旅馆作为出行住宿的首要选择，对在线短租民宿公寓认知度低，也缺乏体验。此外，很多房客对短租平台上房源的真假、服务质量的好坏以及住宿是否安全等存有疑虑。从房源供给端来看，很多拥有闲置房源的房东由于对共享住宿缺乏了解，而且更多地把房屋作为个人专属的隐私空间等考虑，传统的熟人社会也造成陌生人之间社会信任缺失，即使闲置也不愿意提供给陌生人使用或者出于稳定性的考虑，更倾向于出租给长租客使用。因此，消费习惯的缺失是影响我国在线短租行业发展的一个重要因素。

(2) 法律地位不明确与监管机制不健全威胁：在线短租是互联网在传统房屋租赁和旅馆行业深化应用形成的新模式与新业态，与传统模式的运营有很大的不同。与其他共享经济新业态一样，在线短租行业也面临法律地位模糊的问题。近年来，虽然国家有关部门积极鼓励在线短租的发展，放宽在线短租行业等新行业的市场准入原则，但目前尚未出台相关的管理办法与实施细则。法律地位的不明确，给共享住宿的行业管理带来了诸如监管主体不明确、监管模式不清晰、管监管范围不全面等一系列难题，这些难题也在一定程度上给行业发展带来了不确定性。

威胁我国在线短租行业发展因素分析

数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商

与综合行业信息门户。《2021年中国在线短租市场分析报告-行业运营态势与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国在线短租行业发展概述

第一节 在线短租行业发展情况概述

- 一、在线短租行业相关定义
- 二、在线短租行业基本情况介绍
- 三、在线短租行业发展特点分析
- 四、在线短租行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、在线短租行业需求主体分析

第二节 中国在线短租行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、在线短租行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国在线短租行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国在线短租行业生命周期分析
 - 一、在线短租行业生命周期理论概述
 - 二、在线短租行业所属的生命周期分析
- 第四节 在线短租行业经济指标分析
 - 一、在线短租行业的赢利性分析
 - 二、在线短租行业的经济周期分析
 - 三、在线短租行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国在线短租行业进入壁垒分析
 - 一、在线短租行业资金壁垒分析
 - 二、在线短租行业技术壁垒分析
 - 三、在线短租行业人才壁垒分析
 - 四、在线短租行业品牌壁垒分析
 - 五、在线短租行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球在线短租行业市场发展现状分析

- 第一节 全球在线短租行业发展历程回顾
- 第二节 全球在线短租行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲在线短租行业地区市场分析
 - 一、亚洲在线短租行业市场现状分析
 - 二、亚洲在线短租行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲在线短租行业市场前景分析
- 第四节 北美在线短租行业地区市场分析
 - 一、北美在线短租行业市场现状分析
 - 二、北美在线短租行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美在线短租行业市场前景分析
- 第五节 欧洲在线短租行业地区市场分析

- 一、欧洲在线短租行业市场现状分析
- 二、欧洲在线短租行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲在线短租行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界在线短租行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球在线短租行业市场规模预测

第三章 中国在线短租产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品在线短租总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国在线短租行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国在线短租产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国在线短租行业运行情况

第一节 中国在线短租行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国在线短租行业市场规模分析

第三节 中国在线短租行业供应情况分析

第四节 中国在线短租行业需求情况分析

第五节 我国在线短租行业细分市场分析

- 一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国在线短租行业供需平衡分析

第七节 中国在线短租行业发展趋势分析

第五章 中国在线短租所属行业运行数据监测

第一节 中国在线短租所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国在线短租所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国在线短租所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国在线短租市场格局分析

第一节 中国在线短租行业竞争现状分析

一、中国在线短租行业竞争情况分析

二、中国在线短租行业主要品牌分析

第二节 中国在线短租行业集中度分析

一、中国在线短租行业市场集中度影响因素分析

二、中国在线短租行业市场集中度分析

第三节 中国在线短租行业存在的问题

第四节 中国在线短租行业解决问题的策略分析

第五节 中国在线短租行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国在线短租行业需求特点与动态分析

第一节 中国在线短租行业消费市场动态情况

第二节 中国在线短租行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 在线短租行业成本结构分析

第四节 在线短租行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国在线短租行业价格现状分析

第六节 中国在线短租行业平均价格走势预测

一、中国在线短租行业价格影响因素

二、中国在线短租行业平均价格走势预测

三、中国在线短租行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国在线短租行业区域市场现状分析

第一节 中国在线短租行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区在线短租市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区在线短租市场规模分析

四、华东地区在线短租市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区在线短租市场规模分析

四、华中地区在线短租市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区在线短租市场规模分析
- 四、华南地区在线短租市场规模预测

第九章 2017-2020年中国在线短租行业竞争情况

第一节 中国在线短租行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国在线短租行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国在线短租行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 在线短租行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国在线短租行业发展前景分析与预测

第一节 中国在线短租行业未来发展前景分析

一、在线短租行业国内投资环境分析

二、中国在线短租行业市场机会分析

三、中国在线短租行业投资增速预测

第二节 中国在线短租行业未来发展趋势预测

第三节 中国在线短租行业市场发展预测

一、中国在线短租行业市场规模预测

二、中国在线短租行业市场规模增速预测

三、中国在线短租行业产值规模预测

四、中国在线短租行业产值增速预测

五、中国在线短租行业供需情况预测

第四节 中国在线短租行业盈利走势预测

一、中国在线短租行业毛利润同比增速预测

二、中国在线短租行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国在线短租行业投资风险与营销分析

第一节 在线短租行业投资风险分析

- 一、在线短租行业政策风险分析
- 二、在线短租行业技术风险分析
- 三、在线短租行业竞争风险分析
- 四、在线短租行业其他风险分析

第二节 在线短租行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国在线短租行业发展战略及规划建议

第一节 中国在线短租行业品牌战略分析

- 一、在线短租企业品牌的重要性
- 二、在线短租企业实施品牌战略的意义
- 三、在线短租企业品牌的现状分析
- 四、在线短租企业的品牌战略
- 五、在线短租品牌战略管理的策略

第二节 中国在线短租行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国在线短租行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 在线短租行业竞争力提升策略

- 一、在线短租行业产品差异性策略
- 二、在线短租行业个性化服务策略
- 三、在线短租行业的促销宣传策略

- 四、在线短租行业信息智能化策略
- 五、在线短租行业品牌化建设策略
- 六、在线短租行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国在线短租行业发展策略及投资建议

第一节 中国在线短租行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国在线短租行业营销渠道策略

- 一、在线短租行业渠道选择策略
- 二、在线短租行业营销策略

第三节 中国在线短租行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国在线短租行业重点投资区域分析
- 二、中国在线短租行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/daili/537130537130.html>