

2020年中国在线短租行业分析报告- 市场深度分析与未来趋势研究

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《2020年中国在线短租行业分析报告-市场深度分析与未来趋势研究》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/422701422701.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

在线短租即通过互联网构建一个双边市场交易平台，使房源提供者和房客通过平台对接，降低信息不对称和搜寻成本，提高房东与房客的匹配效率。在线短租具有房源更分散、单点房源数较少、单个房间产品更个性化、经营主体多元化等特点。通过五力模型分析我国在线短租行业竞争环境，并制定相应的发展策略来促进行业持续健康发展。

中国在线短租平台运营模式 数据来源：公开资料整理

在线短租行业五力模型图 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

供应商议价能力，指的是现有企业向供应商购买原料时，供应商争取获得较好价格的能力。目前，我国在线短租行业的供应商主要有个人业主、二手房东、地产开发商、地方政府等房源提供方，其议价能力也不相同，具体情况如下：

我国在线短租行业供应商议价能力

供应商类型

议价能力

房源提供方

主要是个人业主或二手房东，其出发点是通过分享闲置房源获取收益，因是额外收益且房源数量少，议价能力相对较弱

地产开发商

地产开发商通过在线短租盘活库存，同时提高在线短租平台房源数量和覆盖范围，二者是互惠互利关系。但因在线短租可为地产带来增值，所以具有更大的话语权

地方政府

在线短租对地方政府发展旅游创新、财政创收和地方发展起到良性促进作用，作为房源提供方，政府与地产开发商等议价能力相当

政府等监管机构

在线短租作为新兴行业，各项法律法规不到位甚至缺失。而政府作为在线短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线短租行业起着指导性作用，使其具有很强的议价能力数据来源：公开资料整理

二、购买者的议价能力

购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务质量的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。我国在线短租行业购买者主要为租客，对价格敏感度较高，且在互联网上比价非常容易，议价能力较高。但是，随着我国在线短租用户规模不断扩大，单个租客因个体分散、订单独立等因素而处于被动地位，其议价能力有限。

2016-2020年中国在线短租用户规模及预测情况 数据来源：公开资料整理

三、新进入者的威胁

由于我国在线短租行业处于市场发展初期，行业门槛较低，新进入者的威胁较大。在国内的威胁者有房地产商、中介、酒店等，例如链家前几年推出的O2O品牌，其运营模式与在线短租模式相似；而国外威胁者主要有Airbnb、HomeAway等，其商业运营模式较为成熟。国外在线短租企业的盈利模式 数据来源：公开资料整理

四、替代品的威胁

替代品是指其他产业或企业提供的能够为客户带来相似消费体验的产品或服务。替代产品威胁力的大小受制于替代产品对现有产品的替代程度，替代程度越大，威胁力越强；若某种产品的替代产品较少，那么它所面临的替代威胁就越小。由于，目前我国在线短租行业的本质仍然是解决住宿问题，所以一切可提供住宿服务的行业都可成为其替代品。例如OTA，如携程、艺龙、去哪儿等；运营商自建网站，如华住酒店；团购网站，如美团、大众点评；分类信息网站，如58同城；传统酒店等。因此，我国在线短租行业替代品的威胁较大。

五、同业竞争者的竞争程度

“互联网+”时代共享经济的发展催生了行业繁荣。目前，线下酒店、OTA短租平台、民宿连锁品牌、住宿运营服务商均在积极布局在线短租业务。并且近年国家相关政策的正确引导，也在一定程度上推动中国在线短租行业健康发展，比如国务院印发《完善促进消费体制机制实施方(2018-2020年)》中，鼓励发展租赁式公寓、民宿客栈等旅游短租服务。因此，我国在线短租行业也深受资本青睐，市场竞争也日益激烈。

现如今，我国在线短租行业主要企业有途家、蚂蚁短租、小猪、住百家、木鸟短租、游天下等。其中，途家在线短租业务覆盖国内116个城市，国外59个城市。

我国在线短租行业相关平台及简介

网站名称

途家

小猪

蚂蚁

游天下

上线时间

2011年12月

2012年8月

2011年11月

2011年9月

房源数量

8.2万

3万

15万

20万

房东数量

/

0.7万

1.8万

3.5万

房屋来源

自营为主，少数个人房源

个人为主，部分客栈/酒店式公寓等

个人为主，部分含客栈/酒店式公寓等

个人为主，部分客栈/酒店式公寓等

覆盖城市

国内116个城市国外59个城市

130个城市

350个城市

国内360个城市，国外100个城市

收费比例

交易佣金12%(房东)

交易佣金10%(房东)

交易佣金10%(房东)

免费数据来源：公开资料整理

中国在线短租行业融资情况

平台

轮次

金额

投资方

自如网

A轮

40亿元

华平投资、红杉资本中国基金、腾讯3家机构领投，华晟、融创中国、泛大西洋投资、源码

资本、海峡、新希望等机构跟投

路客

A轮

数亿元

洪泰基金领投，高和翰同股权基金和真格基金跟投

千屿Islands

A轮

数千万元

高榕资本领投，梅花天使跟投

途家

战略融资

未透露

保利资本

千屿Islands

A+轮

数千万元

昆仲资本

千屿Islands

Pre-B轮

未透露

元璟资本和投资人王刚联合投资

小猪短租

新一轮

3亿美元

云锋基金、尚碱资本领投，新加坡政府投资公司(GIC)、愉悦资本、晨兴资本、今日资本跟投

有家民宿

战略投资

数千万美金

携程、途家、58产业基金

诗莉莉

B轮和B+轮融资

累计1亿

/数据来源：公开资料整理

综上所述，通过五力模型分析可知，目前我国在线短租行业替代品和新进入者的威胁较大，购买者议价能力较强，市场竞争日益激烈。因此，我国在线短租行业企业经营者可以深入开发自身特色，创新商业模式，拓展相关行业的融合，打造生态化、智慧化的在线短租产业链，提升行业多元化水平，促进市场良性发展。（WYD）

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年中国在线短租行业分析报告-市场深度分析与未来趋势研究》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

1、细分市场一

2、细分市场二

3、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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

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/422701422701.html>