

全线布局，在线度假租赁市场再升级

中国在线度假租赁市场专题研究报告2016

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



引言：在线度假租赁市场迎来多项重大利好政策

国务院提出要放宽在线度假租赁、旅游租车等“互联网+”新业态的准入和经营许可。

在夏季达沃斯论坛上，李克强总理提到分享经济，指出分享经济是拉动经济增长的新路子。

十八届五中全会公报明确指出“发展分享经济”，首次将分享经济写入党的全会决议中。

在第二届世界互联网大会上，习近平主席指出要发展分享经济，支持基于互联网的各类创新。

2015.07

2015.09

2015.11

2015.12

2015.08

2015.11

2015.11

2016.02

国务院办公厅下发《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》，鼓励2.5天休假方式。

中央财经领导小组第11次会议明确提出提出化解房地产库存，促进房地产持续健康发展。

国务院明确指出要积极发展客栈民宿、短租公寓、长租公寓等细分业态。

国家信息中心发布首份分享经济报告，报告指出2015年中国分享经济市场规模约为19560亿元。

研究定义

行业定义

度假租赁指向游客提供短期留宿场所并提供家居用品的经营活动，是酒店住宿的补充品类。其房屋的具体形态包括度假公寓、聚会别墅、特色民宿、树屋、游艇等个性化住宿产品。

在线度假租赁市场指消费者通过在线查询信息、在线预订并支付的形式实现对度假租赁产品的消费，从而形成的市场。

研究对象

本报告旨在对2015年中国在线度假租赁市场的发展态势进行研究。报告的研究范围主要包括从事度假租赁产品在线预订业务的专业预订平台、在线旅游网站、团购及电商平台，以及线下服务运营商等市场参与者。

名词	说明
游客	包括因游览观光、休闲娱乐、探亲访友、文化体育、健康医疗、短期教育（培训）、宗教朝拜，或因公务、商务等为目的，前往惯常环境以外，出行持续时间不足一年的出行者。
房东	本报告中的房东指实际从事度假租赁经营活动的个人业主及职业房东。
住宿业	指为游客提供短期留宿场所的活动，有些单位只提供住宿，也有些单位提供住宿、饮食、商务、娱乐一体的服务，不包括主要按月或按年长期出租房屋住所的活动。
度假租赁	度假租赁指向游客提供短期留宿场所并提供家居用品的经营活动，是酒店住宿的补充品类。包括公寓、别墅、特色民宿、树屋、露营地、游艇等所有区别于标准化酒店的短期住宿产品。
在线度假租赁市场	指游客通过在线查询信息、在线预订并支付的形式实现对度假租赁产品的消费，从而形成的市场。
在线度假租赁市场交易规模	指游客通过互联网完成度假租赁产品的查询、预订、支付，形成闭环而发生的交易金额之和。用户在线上进行信息查询、咨询，在线下完成交易、支付的预订成交不算做在线度假租赁市场的交易预订。
在线度假租赁平台	指自己从事线下房源整合工作，同时自建线上平台输出度假租赁产品的O2O模式平台。



中国在线度假租赁市场发展现状

度假租赁产品是区别于标准化酒店的特色住宿选择

度假租赁

- 房间房型：多样化
- 室内设施：家居化
- 服务流程：灵活化
- 服务体验：特色化

传统酒店

- 房间房型：标准化
- 室内设施：标准化
- 服务流程：标准化
- 服务体验：标准化

度假租赁指向游客提供短期留宿场所并提供家居用品的经营活动，是酒店住宿的补充品类。包括公寓、别墅、特色民宿、树屋、露营地、游艇等所有区别于标准化酒店的短期住宿产品。



• 公寓



• 游艇



• 别墅



• 窑洞



• 竹楼



• 帐篷

度假租赁市场更需要互联网企业对接海量供需

在线度假租赁市场潜在房源数量庞大，上游供应端极其分散、碎片化：既有来自个人业主、职业房东、民宿商家的房源供应，也有来自开发商的大量商品房；同时，度假租赁产品尚未形成类似酒店的体系化的分销渠道，需求端的碎片化特征也非常明显，这些都使得度假租赁市场更需要互联网企业来对接海量供需。

酒店

- 大规模开发
- 连锁化经营
- 大规模销售

- 企业客户
- OTA
- 旅行社

酒店市场相对成熟，酒店产品相对来说标准化程度更高，需求颗粒度更大，易于企业客户、OTA、旅行社对其进行大宗采购。

度假租赁

- 分散的房源
- 个性化经营
- 碎片化销售

- 海量用户

度假租赁租赁产品的需求主要来自海量的个人用户，需求的颗粒度更小，同时，用户的需求即时性更强，供需之间的信息不对称明显。

在线度假租赁市场参与者众多

- ✓ 很长一段时间之内，线下服务运营商的线上分销渠道主要依赖在线旅游网站，且渗透率较低。
- ✓ 目前，度假租赁市场尚缺乏统一规范，服务品质需要进一步提升。在线度假租赁平台的出现有利于提升市场整体运营、管理水平，倒逼行业信息化程度提高，提供更加规范化、专业化的服务。

中国在线度假租赁市场主要参与者

在线度假租赁平台



分类信息网站



在线旅游企业

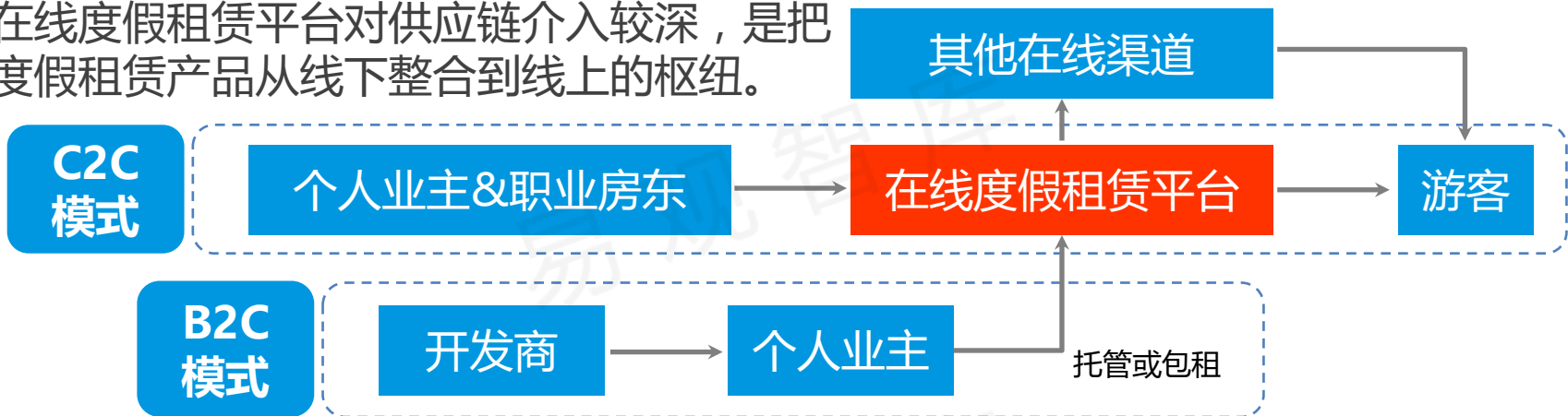


团购及电商企业



在线度假租赁平台是度假租赁产品互联网化的关键环节

在线度假租赁平台对供应链介入较深，是把度假租赁产品从线下整合到线上的枢纽。



系统支撑

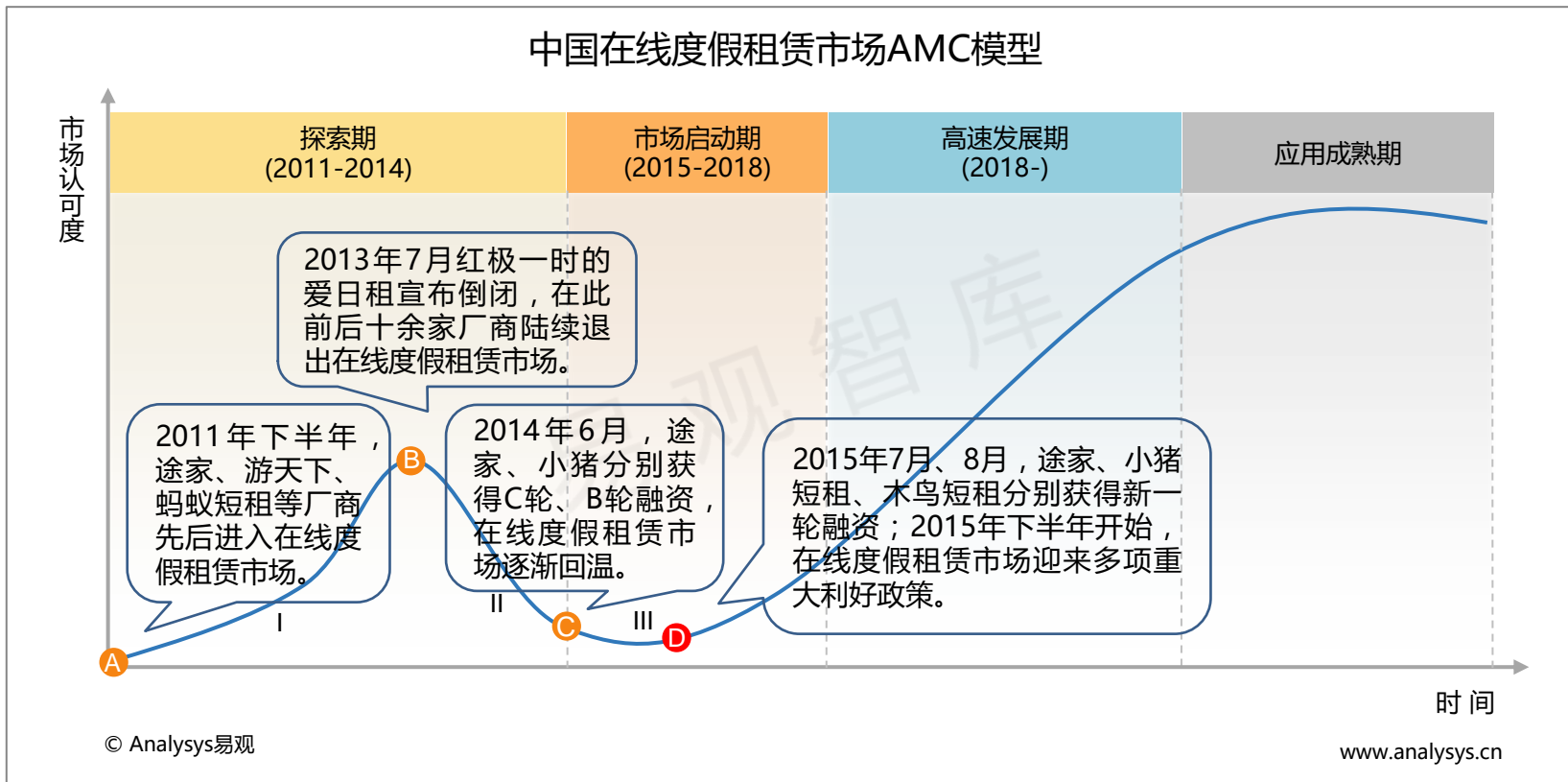
PMS系统

在线支付

LBS

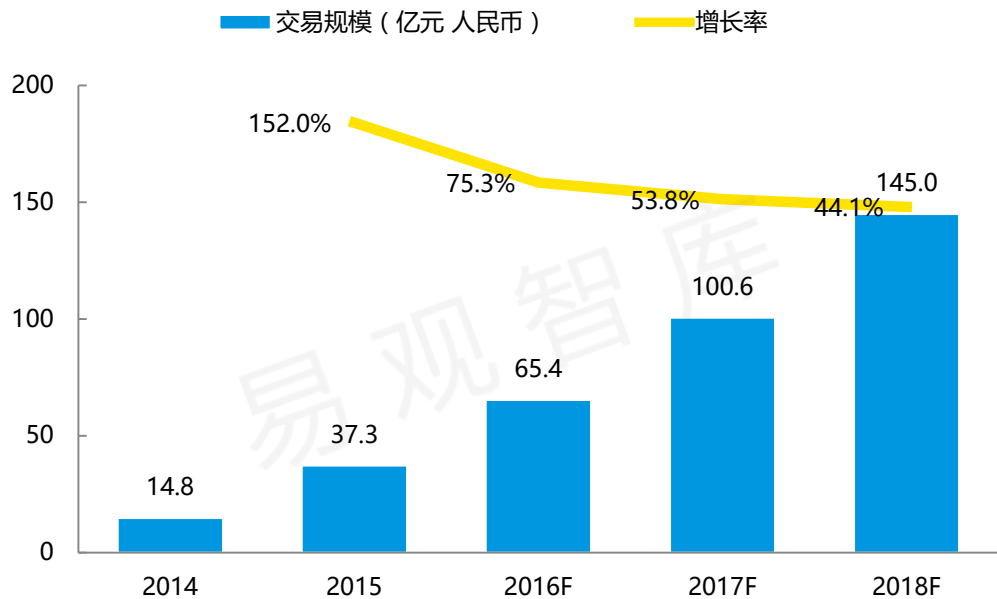
智能门锁

中国在线度假租赁市场即将步入市场启动期



中国在线度假租赁市场交易规模呈高速增长

2014-2018年中国在线度假租赁市场交易规模



© Analysys易观

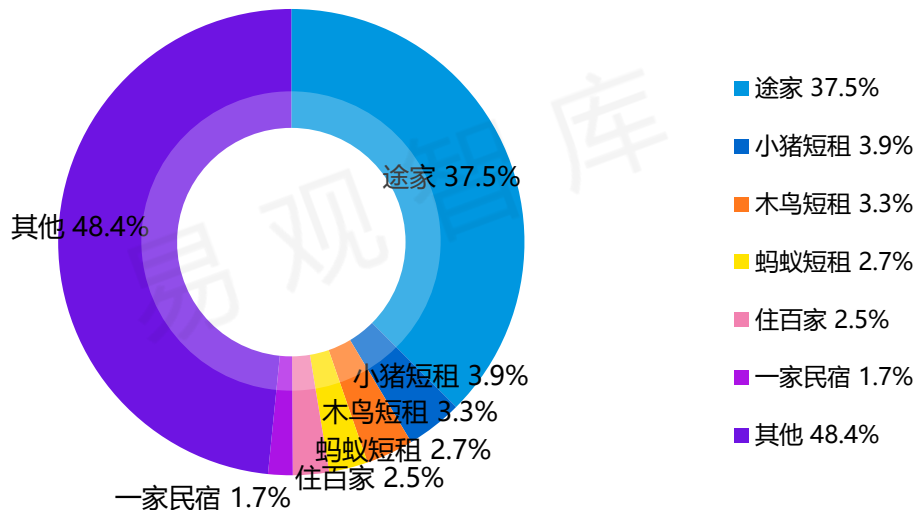
www.analysys.cn

度假租赁产品丰富了消费者旅游住宿的产品品类，符合旅游消费升级的大趋势；另一方面，政府加大对度假租赁领域的扶持力度，支持互联网企业进行预订模式创新，这些因素都极大地促进了在线度假租赁市场的发展。

Analysys易观数据监测显示，2015年中国在线度假租赁市场交易规模达到37.3亿元人民币，较2014年增长152.0%；预计到2018年，中国在线度假租赁市场的交易规模将达到145.0亿元人民币。

市场竞争激烈，企业梯队初步形成

2015年中国在线度假租赁市场厂商交易份额



© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

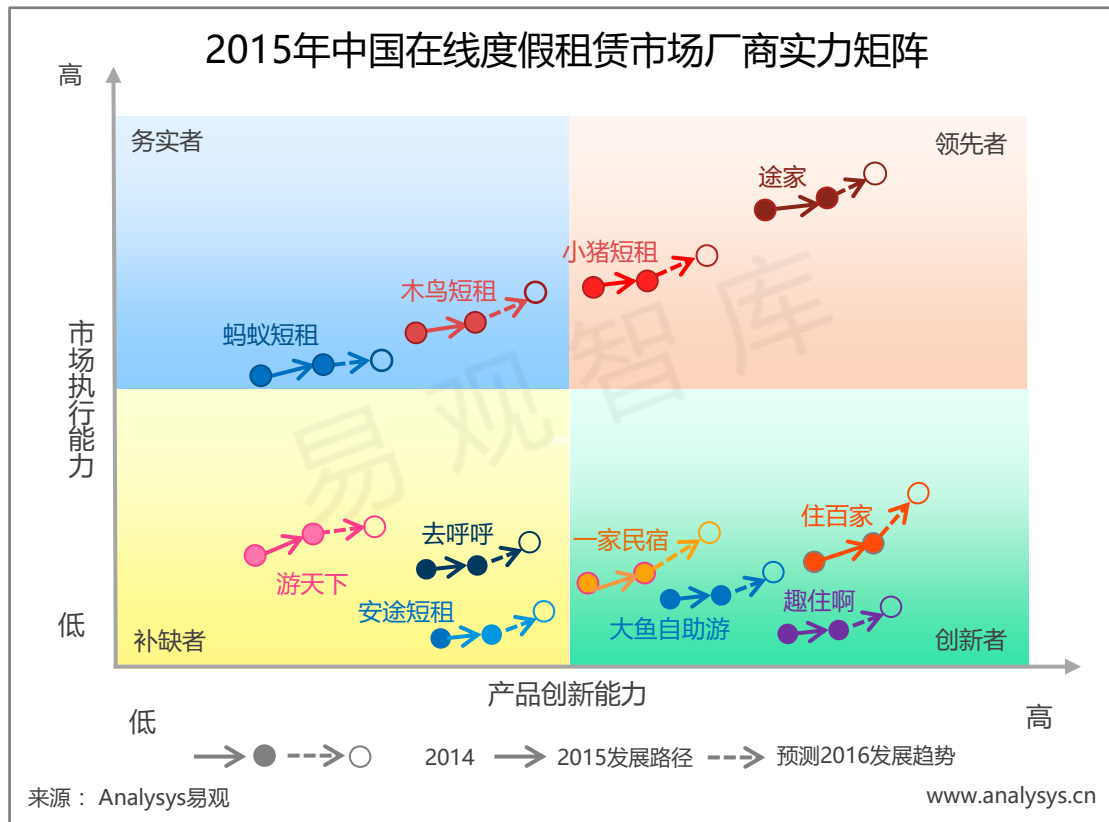
目前中国在线度假租赁市场各厂商之间开始拉开距离：2015年中国在线度假租赁市场50%的市场份额掌握在途家、小猪短租、木鸟短租、蚂蚁短租等企业手中。

其中，途家市场份额最高，2015年途家占据中国在线度假租赁市场37.5%的市场份额，小猪短租、木鸟短租、蚂蚁短租等平台型厂商也是中国在线度假租赁市场的重要参与者，其市场份额分别达到3.9%、3.3%和2.7%。



中国在线度假租赁市场 行业格局分析

2015年中国在线度假租赁市场厂商实力矩阵



实力矩阵是从厂商的市场执行能力和厂商的产品创新能力两个维度来呈现厂商市场表现和市场格局的研究模型。

纵轴——市场执行能力包括收入规模、用户规模等指标；

横轴——产品创新能力包括商业模式、产品研发等指标。

领先者象限：途家、小猪短租市场执行能力较强，用户数较大，在商业模式和产品研发上具有较强的创新能力，属于领先者厂商；

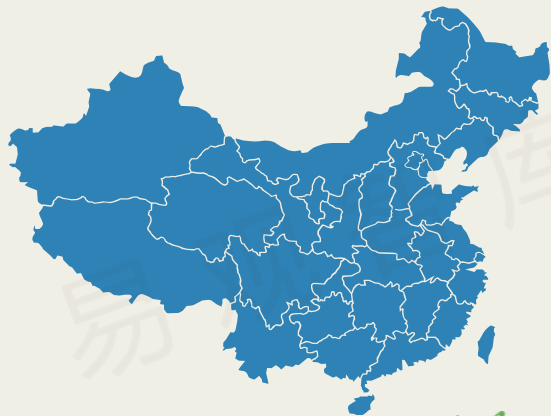
创新者象限：住百家等厂商市场份额较小，但商业模式新颖，属于创新者厂商；

务实者象限：木鸟短租、蚂蚁短租占有一定市场份额，但在商业模式、产品研发等方面创新能力较弱，属于务实者厂商；

补缺者象限：去呼呼、游天下市场份额较低，属于补缺者厂商。

在线度假租赁平台争相在国内、国际市场进行布局

• 国内市场



tujia 途家
旅途中的家

小猪

蚂蚁短租

木鸟
www.muniad.com

游天下
youtx.com

安途短租

去呼呼
Quhuhu.com

• 海外市场



tujia 途家
旅途中的家

airbnb

大魚

住百家
分享世界

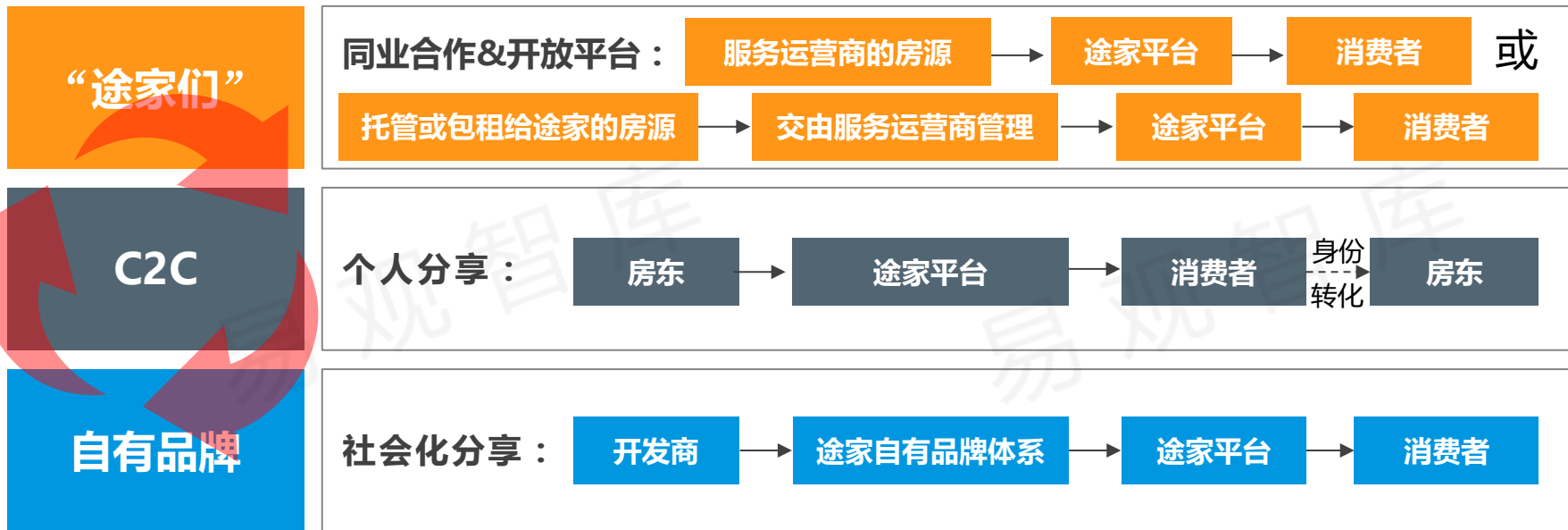
一家民宿
onehome

bnbtrip

途家：多样化的分享模式有效对接度假租赁供应链

途家是2011年12月上线的在线度假租赁平台，其房源类型以公寓、民宿和别墅为主。一方面，途家为用户提供房间的在线搜索、查询和交易服务；同时，为业主提供房屋托管服务，其盈利来源主要包括自营房间的客房收入以及向线下服务运营商收取的佣金收入。目前途家已完成3亿美元的D及D+轮融资。

途家主要业务模式



途家：全产业链布局，激活住宿分享生态发展动力

途家模式下的在线度假租赁生态体系

向产业链上游渗透

乡村旅
游产品



公寓
市场



途家盛捷服务公寓
TUJIA SOMERSET
SERVICED RESIDENCE



小螺趣租
让租房更轻松

房产
众筹



其他
周边



以途家为中心的住宿分享机制



向消费端推广

钻石卡
VIP体验



PMS获取
消费数据



招募房东
加入分享



接送机、门票、家
政等更多周边服务

Airbnb中国：主要为中国出境游客提供海外度假租赁预订



Airbnb

- 微博验证身份
- 支付宝安全支付
- 全球191个国家
34,000多个城市
- 中国大陆十余个城市，300+房源



Airbnb是世界知名的房屋分享预订平台，它将有空房出租的房东和需要住宿的外地游客连接起来，每笔订单向房东收取3%的服务费，向房客收取6%-12%的服务费。2015年8月，Airbnb宣布正式进入中国市场。

但截至目前为止，Airbnb主要是为中国出境游客提供境外目的地的房屋预订服务；同时，也为外国游客来华入境旅游提供房屋预订服务，中国游客在本土市场使用较少。

小猪短租：专注国内民宿分享的在线度假租赁预订平台

小猪短租 (www.xiaozhu.com) 于2012年8月正式上线，其运营模式是：职业房东、个人业主将闲置房源分享至小猪短租，小猪短租经过现场核验将房源整合至线上，游客可以通过小猪短租进行预订、完成支付，然后到线下入住，通过向房东端抽成（佣金比例是10%）来实现收入。

房源端

- **来源：**
主要来自职业房东和个人业主，职业房东的房源居多。
- **位置：**
主要集中在北、上、广、深等一线城市。



小猪

- **硬件支持：**
推出智能门锁
- **软件支持：**
提升实拍服务
- **运营支持：**
设立运营中心，客户经理专门服务房东
- **营销支持：**
超级房东、名人房东
- **在线预订：**
平台交易担保，提供人身、财产安全保险
- **品质保障：**
提升体验标准
- **意见反馈：**
点评体系
- **营销推广：**
小住名家、城市之光

游客端

- **目标客户群：**
以白领、学生、外出旅游的家庭为主。
约50%-60%是基于旅游住宿需求而入住的游客。

住百家：主打海外市场的在线度假租赁一站式预订平台

住百家2012年正式成立，是服务于中国出境游客、主打海外市场的在线度假租赁平台。住百家先与海外房东签署租房协议，按期向房东支付租金，在APP和PC端发布相应的房源，用户预订之后转租给中国游客，其交易是B2C模式。住百家平台上的服务内容除民宿预订外，还有接送机、当地租车、当地向导、代订机票、代订景点门票等增值服务。目前住百家已在新三板挂牌上市。



2012年正式成立，
主营海外特色民宿

2014年房源覆盖
全球60个城市

2015年完成B轮
及C轮融资

2016年4月在新
三板挂牌上市



房源供应

达人储备

房源品控

0佣金

房源管控流程

- 接单率考评
- 反应考评
- 中国友好程度考评
- 交通位置考评
- 卫生程度考评

在线预订

旅行管家

服务保障

重新定价

出境自由行用户

一家民宿：C2C模式的海外华人民宿预订平台

海外目的地



- 全球50多个国家，200多个地区的华人民宿
- 东南亚、日韩、北美等主流热门目的地

与房东直连

一家民宿

- 华人接待华人，减少沟通成本
- 主打移动端，双APP提供民宿预订、地图导览功能
- 坚持C2C模式，通过向房东收取佣金获得收入



一家民宿



全球旅游地图

通过平台

中国游客



- 第三方支付担保，支持多种支付方式
- 平台担保，房款支付到平台，平台按天向房东支付，入住完成后房东获得全部房款

一家民宿是为中国出境自由行用户提供华人民宿预订的平台，于2015年7月初上线。

一家民宿的房源基本上都来自国外，通过发掘当地华人、华裔或具有中文交流能力的外国房东，为中国出境自由行用户提供全程中文体验的民宿预订平台。目前一家民宿的服务已覆盖全球30多个国家，200多个地区。

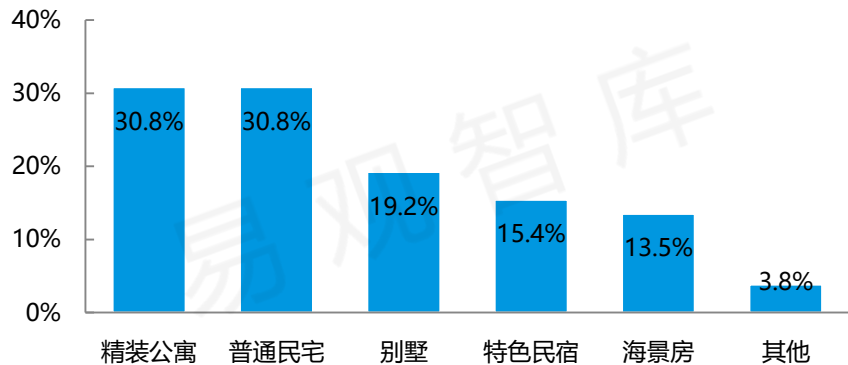


中国在线度假租赁市场 用户研究

房东端研究：精装公寓、普通民宅是度假租赁房屋的主力军，用于度假租赁经营的房屋超过80%是包租而来

根据Analysys易观房东访谈结果显示，目前中国在线度假租赁房屋类型以精装公寓、普通民宅为主，另外别墅、特色民宿、海景房的比例也较高；同时，从房屋来源看，目前在线度假租赁市场的房屋绝大部分来自于职业房东从业主处包租而来的房源，利用自有房产从事度假租赁经营活动的比例仅为15.4%。

2015年中国度假租赁房屋类型分布

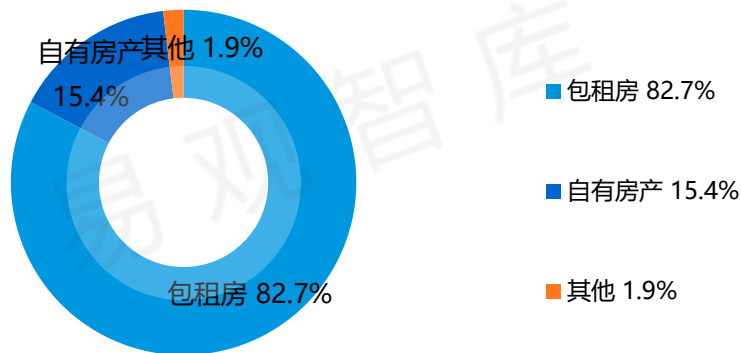


SOURCE：房东访谈

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2015年中国度假租赁房屋来源分布



SOURCE：房东访谈

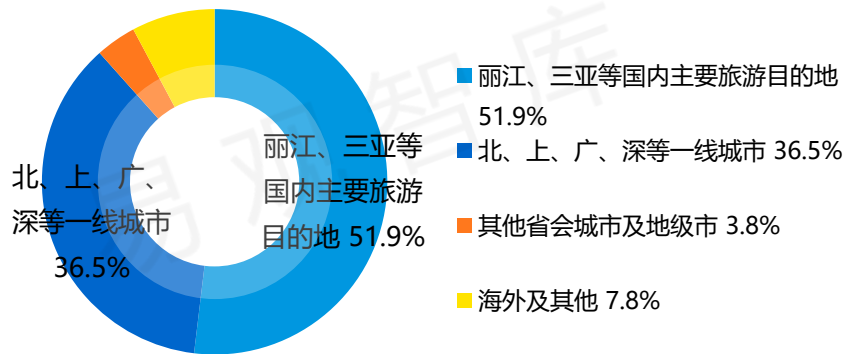
© Analysys 易观

www.analysys.cn

房东端研究：一半以上的度假租赁房屋位于国内主要旅游目的地，线上渠道已经是度假租赁订单的主要来源

根据Analysys易观房东访谈结果显示，目前中国在线度假租赁房屋主要位于国内主要旅游目的地以及北、上、广、深等一线城市；同时，从在线度假租赁的订单来源看，目前在线度假租赁市场的订单主要来自于线上渠道，小部分来自传统线下渠道。

2015年中国度假租赁房屋地理位置分布

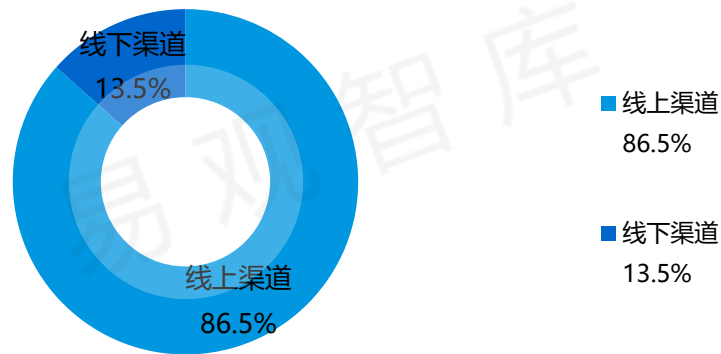


SOURCE：房东访谈

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2015年中国度假租赁订单来源分布



SOURCE：房东访谈

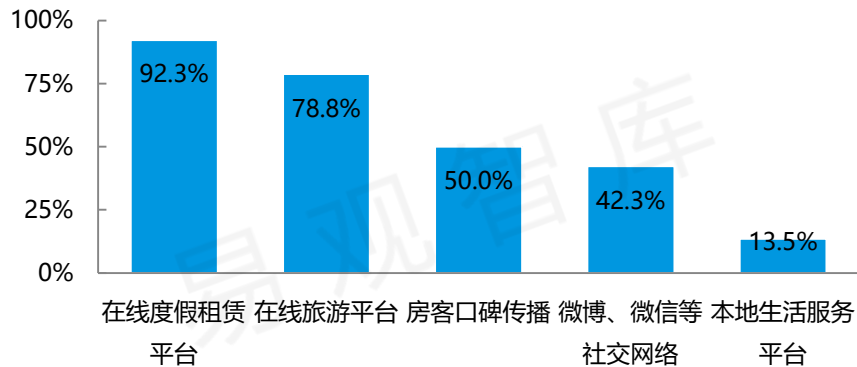
© Analysys 易观

www.analysys.cn

房东端研究：在线度假租赁平台成为主要获客方式，品牌影响力是房东选择入驻时的最重要考量因素

从获客方式上看，在线度假租赁平台、在线旅游平台已经成为度假租赁经营者的主要获客方式，另外，消费者的口头传播、微博微信等社交网络、本地生活服务平台也是比较重要的获客方式。度假租赁房东在选择在线渠道时主要基于平台的品牌影响力、前端界面操作是否方便、平台是否提供交易担保等方面进行考量。

2015年中国度假租赁房屋主要获客方式

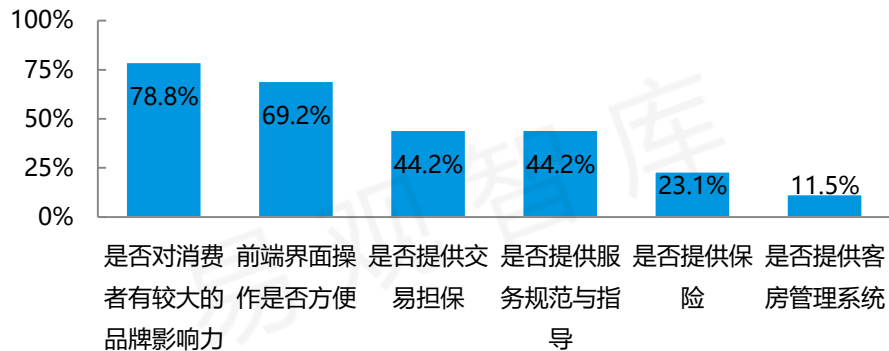


SOURCE：房东访谈

© Analysys 易观

www.analysys.cn

影响房东选择在线度假租赁平台的因素



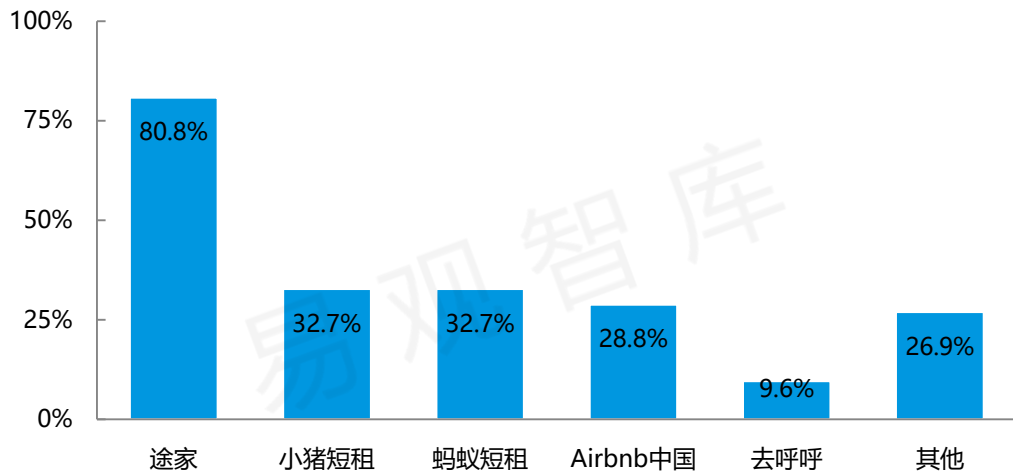
SOURCE：房东访谈

© Analysys 易观

www.analysys.cn

房东端研究：途家、小猪短租、蚂蚁短租等平台为房东带来的订单量更大

2015年为房东带来订单较多的在线度假租赁平台



SOURCE：房东访谈

© Analysys 易观

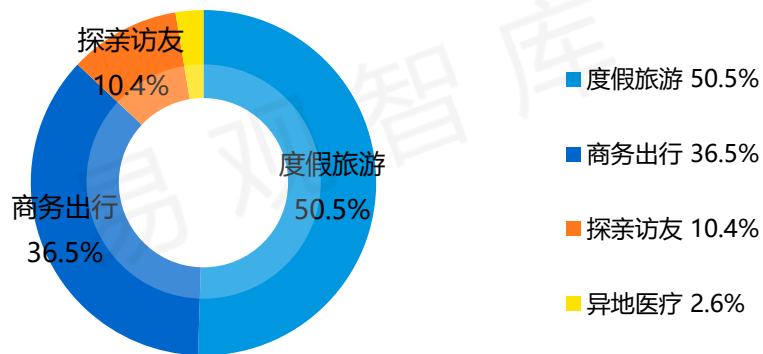
www.analysys.cn

根据Analysys易观调研数据显示，80.8%的房东认为在2015年途家为自己带来的订单较多；32.7%的房东认为小猪短租为自己带来的订单较多；同时，认为蚂蚁短租、Airbnb为自己带来订单较多的房东占比也较高，这说明，以上平台在房东端具备较明显的竞争优势，已经在市场上形成一定的品牌知名度和美誉度。

消费者研究：度假旅游为最主要出行理由，移动端预订成为最主要预订方式

根据Analysys易观调研数据显示，2015年中国在线度假租赁用户有一半以上是基于度假旅游需求出游的，同时商务出行的占比也达到36.5%。在预订度假租赁产品时，习惯在移动端预订的用户已经达到49.7%，习惯在PC端预订的用户占比40.3%，习惯上门预订和通过呼叫中心预订的用户占比分别为5.9%、4.1%。

2015年中国在线度假租赁用户出行需求

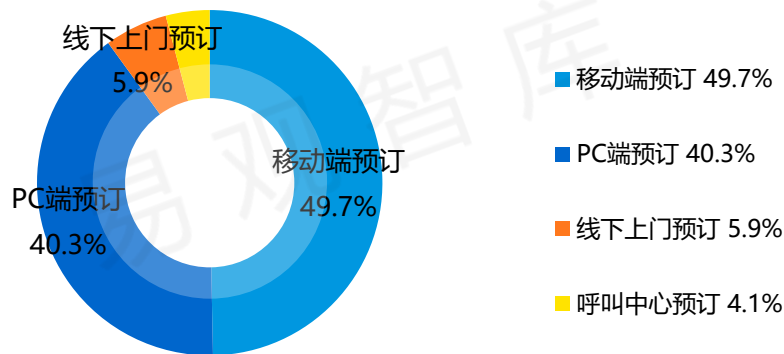


N=1000

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2015年中国在线度假租赁用户主要预订方式



N=1000

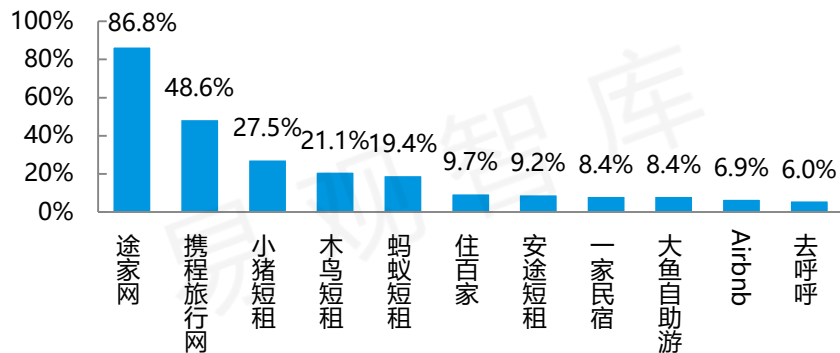
© Analysys 易观

www.analysys.cn

消费者研究：途家、小猪短租、木鸟短租、蚂蚁短租等平台用户青睐度较高

根据Analysys易观调研数据显示，2015年中国在线度假租赁用户选择使用途家网或途家客户端进行预订的比例达到86.8%和67.2%；选择使用小猪短租网和小猪短租客户端进行预订的用户比例达到27.5%、27.4%；选择木鸟短租和蚂蚁短租进行预订的用户占比也较高，以上平台在用户端已具备较明显的竞争优势。

2015年中国在线度假租赁用户主要预订网站

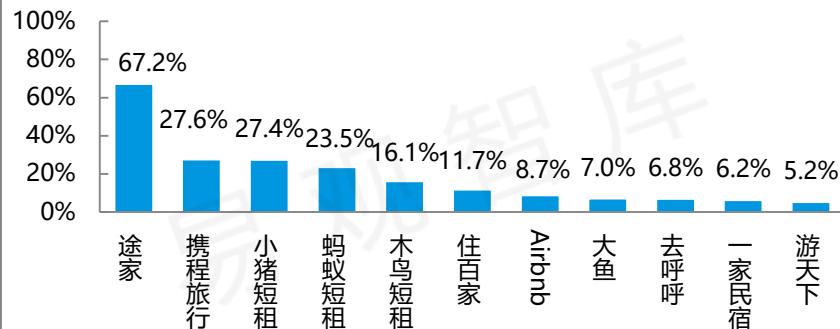


N=403

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2015年中国在线度假租赁用户主要预订客户端



N=497

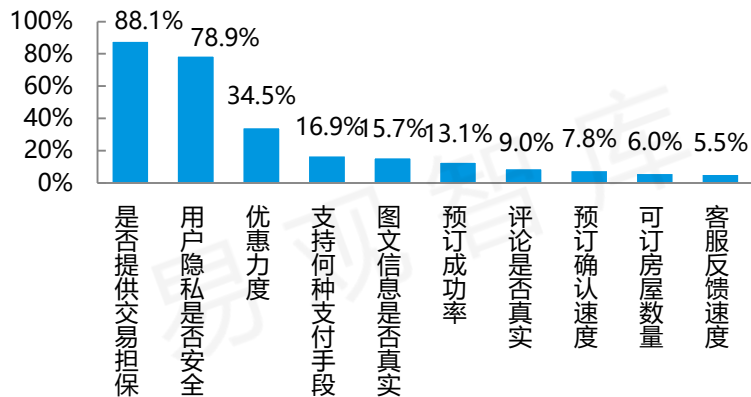
© Analysys 易观

www.analysys.cn

消费者研究：用户在线预订时更看重交易及个人信息安全，在选择房屋时更看重卫生状况和交通便利程度

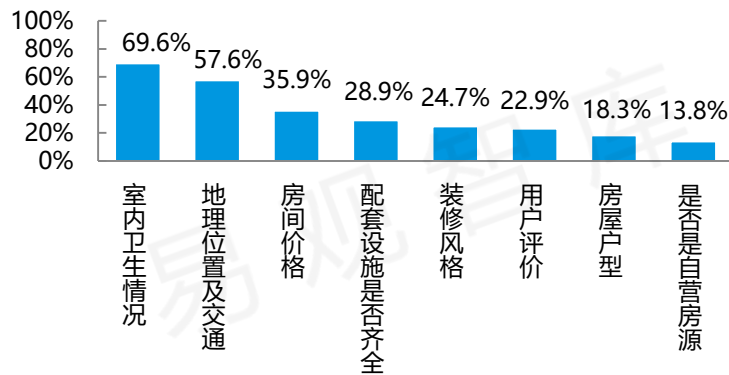
根据Analysys易观调研数据显示，在选择在线度假租赁平台时用户会着重从“是否提供交易担保”“隐私是否安全”等方面进行考量；而在选择租住哪所房屋时则更看重“室内卫生情况”“地理位置及交通”“房间价格”等方面的因素。

影响在线度假租赁用户选择预订平台的因素



N=1000

影响在线度假租赁用户选择度假租赁房屋的因素

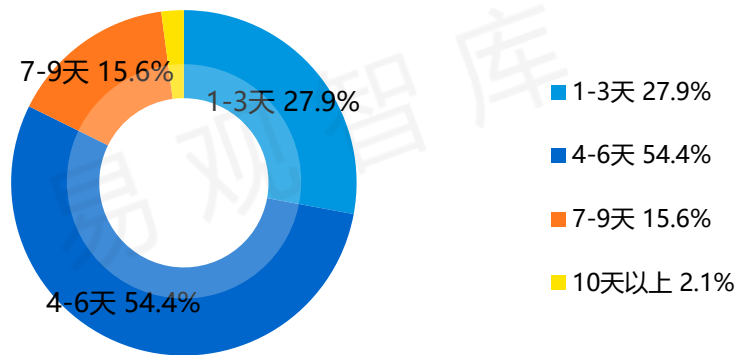


N=1000

消费者研究：超过80%的用户入住天数在一周内，接近80%的用户每间夜房价在750元以下

根据Analysys易观调研数据显示，用户入住度假租赁房屋的天数以4-6天为最多，其次是1-3天和7-9天，入住时间在10天以上的较少。另外，用户入住的房间每间夜房价大多在750元以内，价格在1000元以上的房间用户选择较少。

2015年中国在线度假租赁用户平均入住天数

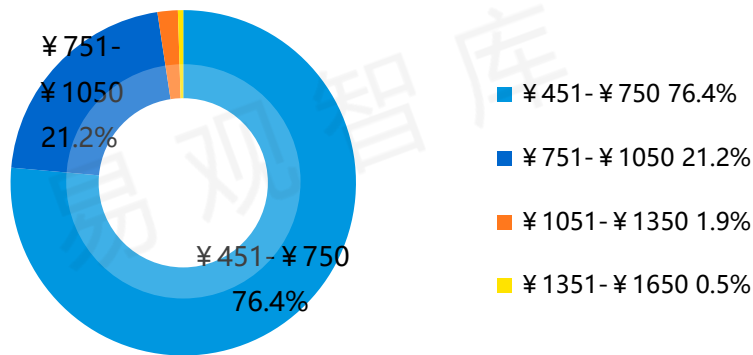


N=1000

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2015年中国在线度假租赁房屋每间夜均价



N=1000

© Analysys 易观

www.analysys.cn



中国在线度假租赁市场 未来发展趋势

全产业渗透：在线度假租赁平台成为行业发展主要推动力量

与OTA企业不同，在线度假租赁平台对上游资源的介入不仅表现在资本层面，而是从服务品质、硬件应用、房源供应等多个维度深度介入产业链，在深度和广度上都超过OTA企业；同时，在线度假租赁平台在消费者端也已形成了一定的口碑和影响力，这些都使得在线度假租赁平台成为推动行业发展最重要的力量。

产业链上游及周边

对业主及商户

稳定的后台和PMS系统

智能门锁

服务规范和质量把控

业务培训和指导

对上游资源方

房产开发商

景区、旅行社等旅游企业

地方政府

建筑、装修等行业企业

深度介入产业链

在线度假租赁平台

房源审核

平台担保

服务品质把控

服务保障

房源合作

转化供需

其他业务拓展

周边服务

牢固控制需求端

在线度假租赁用户

低风险

良好体验

加入分享

一站式需求



大数据驱动：度假租赁PMS系统成为行业竞争热点

在线度假租赁平台



度假租赁PMS系统



一手数据



乡村度假



商务出行



出境自由行



户外游憩

随着在线度假租赁市场的发展，线下商户、服务运营商手中积累了大量的用户数据，自2014年以来，在线度假租赁领域的PMS系统成为在线度假租赁平台争相布局的重点领域：途家、去呼呼、木鸟短租等厂商都推出了自主研发的客房管理系统。

Analysys易观分析认为，消费者对于度假租赁产品的认知度逐步提升，复购率正在提高，对度假租赁产品进行精细化、数字化运营成为市场迫切需求，预计未来度假租赁PMS系统将成为行业竞争的热点领域。

在线度假租赁产品升级加速：品牌消费、品质消费将成未来趋势

市场发展初期，度假租赁产品的优势在于性价比更高、房屋家居功能更完善；随着国内酒店集团陆续推出长住公寓、主题酒店、白领公寓等产品，以往度假租赁在个性化体验方面的相对优势正在逐渐弱化，进行产品、服务的升级是未来一段时间在线度假租赁企业面临的主要任务。

阶段一：教育市场，拓展房源，快速起量

主要工作

- 基础功能：提供房源信息和在线预订服务
- 服务把控：线下审核房源，线上搭建评价体系，把控房东服务品质
- 平台担保：为房东、房客双方提供交易担保及财产、人身安全保险

代表企业



阶段二：对产品、服务进行升级

主要工作

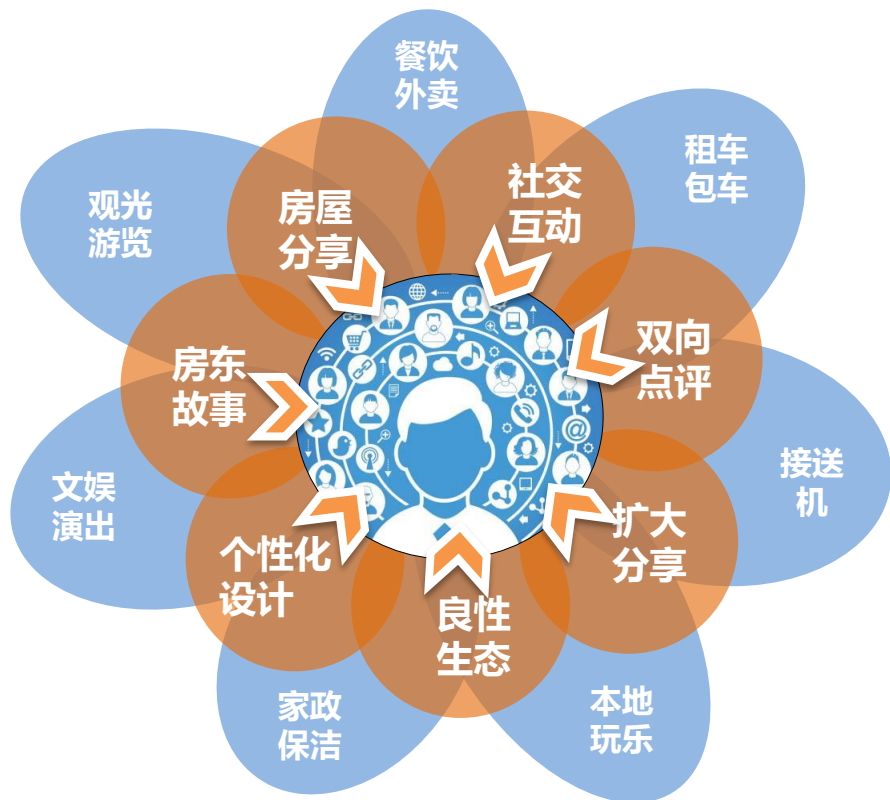
- 产品升级：针对不同客群需求，推出更多面向游客精准需求的产品
- 服务升级：提供接送机、家政保洁、餐饮、用车等周边服务
- 数据驱动：通过PMS系统掌握第一手用户数据

代表企业



- 2015年推出“途径”PMS系统
- 2016年推出“钻石卡”、优选商户等服务
- 2015年推出“小住名家”系列
- 2015年推出“城市之光”书店住宿计划

基于个人房源的社交将成为发展C2C房屋分享的重要机会点



• 基于个人房源的目的度假P2P

基于个人房源，房东为房客提供目的地的拓展服务，如餐饮、租车、接送机等，以便游客更立体地体验目的地本地生活。

• 通过粉丝营销，树立房东个人IP

针对职业房东，或者个人特色鲜明的房东，途家、小猪短租等厂商通过平台自有社群传播渠道，树立房东个人IP,构建粉丝社群。

• 鼓励房客拓展更多个性化房源

房源拓展的成本是制约平台发展的一个重要原因，大鱼自助游等厂商通过激活房客（用户）能量共享房源拓展。

与周边服务联动效应明显：在线度假租赁与本地生活服务、休闲度假旅游相连通



Analysys易观分析认为，自助游正在成为中国游客的主要出游方式，住宿和交通属于消费者旅游过程中的刚需，而住宿产品更是由于停留时间长、场所固定而成为本地生活服务和休闲度假产品的重要消费场景，度假租赁从单一住宿服务向一体化的产品组合演进的趋势会越来越强。

对于在线度假租赁平台来说，其前端推广将出现更多跨界的产品组合，在线度假租赁平台也将由单一的度假租赁产品预订平台向以住宿为核心产品的一站式旅游服务平台转变。

大数据 大价值



- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅
- 易观司南