

中国市场上的活跃长租公寓品牌已经超过80个——

长租公寓“鲶鱼”效应渐显

王俊岭 王峥 潘瑾瑜

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租房，近八成的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，追求更高质量的租住体验。与此同时，2018—2019年度，“90后”租客占比达到75%，成为城市租住群体的主体。

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。“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，我还是在进行了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。这座二环路上的6层建筑中，地下部分被改造成健身房、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



王鹏作(新华社发)

在是毕业季，又正值暑期，很多找工作、实习的年轻人都在这里居住。”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住房回归居住属性，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，从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。而时有发生空气质量超标事件，也在一定程度上影响了租客对“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，塑造可信赖的品牌，以避免昙花一现。



位于上海市浦东新区的青年公寓。

沈春琛摄(人民图片)

“菜篮子”产品价格有所上涨，但仍符合季节性波动规律——

农产品生产供应总体有保障

本报记者 郁静娴

今年以来，中国农产品生产供应总体有保障，市场运行保持基本平稳。据监测，6月份“农产品批发价格200指数”为109.81，环比低4.56个点，同比高11.44个点；上半年“农产品批发价格200指数”为113.70，比去年同期高8.36个点。这是记者近日从农业农村部了解到。农业农村部市场与信息化司司长唐

珂介绍，目前粮棉油糖等大宗农产品供给充足，价格总体变化不大；“菜篮子”产品受前期气候、疫病等不利因素影响，价格有所上涨但仍符合季节性波动规律。

粮食价格基本稳定。6月份稻谷、小麦和玉米三种粮食集贸市场月均价每百斤119.70元，环比跌1.1%，同比低2.2%；玉米市场先弱后强，临储粮拍卖

成交活跃；国产大豆价格平稳偏弱，进口大豆价格小幅下跌。唐珂提醒，随着政策性收购对市场的引导效应逐步显现，夏收小麦购销市场将趋向活跃，但市场价格大幅上行的可能性不大，建议农民把握售粮时机，实现丰产又丰收。

蔬菜价格一季度高位运行，二季度集中上市后价格逐渐回落。水果价格受前期减产影响持续走高，随着夏季应季

水果大量上市，涨势已逐渐趋缓。

猪肉市场供应阶段性偏紧，加上周期性因素影响，价格持续上涨。受猪价走势影响，牛羊肉、鸡肉、鸡蛋价格总体走强。唐珂表示，随着禽肉、鸡蛋、牛奶等畜产品产量增加，消费结构调整加快，加之进口猪肉及其制品数量也有所增长，肉类市场供给总体有保障。

此外，农业农村部市场与信息化司日前联合有关单位，对“三区三州”部分深度贫困地区特色农产品情况进行了摸底调查。调查显示，特色农产品发展带动脱贫攻坚成效明显。“凡是特色农产品发展越好的地区，农民脱贫致富能力越强、效果越好。”唐珂说，下一步，将加快推进“互联网+农产品”出村进城，加强农产品产销对接和品牌营销服务，强化特色农产品市场监测预警和信息服务，助力贫困地区特色产业发展。

“当前中国保险行业风险管控仍处于相对粗放阶段，总体面临欺诈频发且日益多样化、专业化、团体化，依赖人工、成本高效率低，以及风险信息割裂、效果不佳的三大挑战。”金融壹账通与中国保险学会日前联合发布的《中国保险行业智能风控白皮书》对保险行业风险管控现状进行了分析。

白皮书显示，保险欺诈一直是保险业的顽疾，根据国际保险监管者协会测算，全球每年约有20%—30%的保险赔款涉嫌欺诈，损失金额约800亿美元。从中国保险行业欺诈情况来看，车险欺诈占比较高，主要呈现三大特征：

欺诈形式多样化。车险领域欺诈风险集中，据统计，车险常见欺诈类型有摆放现场、二次碰撞、故意出险、虚报盗抢、驾驶员酒驾或毒驾调包、重复索赔等30多种。此外，意外险、企财险等的欺诈风险也在不断增加。

欺诈手段专业化。以车险欺诈为例，据保险公司统计，以汽修厂、4S店或二手车行人员为主的职业型欺诈和顶包案件占了大多数。车商等专业人士利用保险公司政策和管理的空档，通过故意制造交通事故、编造未曾发生的交通事故、提供虚假理赔材料等手段进行诈骗。

此外，近些年，保险欺诈从以往“个案偶发类”逐渐演变为“团伙蓄意类”。车险欺诈以传统修理厂为主体的“配件调换”、“套用旧件制造事故”等常规方式，转化为多主体（包括修理厂、二手车商、黄牛等）利用维修车辆资源进行拼凑事故（将同为单方事故的两辆车，拼凑为两起双方事故，在不同保险公司进行赔付）、利用高价值二手车故意制造全损事故等方式，手段隐蔽专业、作案金额更大，也加大了保险公司取证和打击的难度。

白皮书指出，面对多样化的欺诈手段，保险公司应对策略却比较单一，目前大部分保险公司主要依赖查勘、定损、核保、核赔人员的主动发现来识别风险。多样化的欺诈手段对于人员经验和技能要求极高，不仅人力耗费大、成本高，还可能引发人为的欺诈渗漏风险，传统的风险管控方式已经无法满足当前高速发展的保险市场的要求。

白皮书进一步指出，在保险公司反欺诈反渗漏的过程中，存在诸多与数据相关的挑战。数据质量差、内部信息割裂和外部信息难共享等问题增加了行业和企业的风控难度，直接影响保险风控效果。调查显示，45%的险企认为“内部数据质量”是应对欺诈的最大挑战，34%的险企认为“外部数据访问不足”、33%的险企认为“与其他险公司合作”是一项重要的挑战。

为解决以上痛点，白皮书建议，保险公司需深度应用人工智能、区块链等前沿技术，从数字化、立体化、前置化、智能化四个方面全面升级风险管控模式。建立配件工时、医药方案等标准数据与规则库，优化风险预警规则和模型；引入行为、车辆、健康等非案件数据，风控依据从公司内部向外部及非保险领域进行立体化延伸，多方共建风控机制，提升风控覆盖度与精准度；利用大数据、可穿戴设备、人工智能等技术手段引导和预防风险事件，降低保险风险发生概率，从而降低保险公司赔款支出；结合AI图片识别、生物识别、情绪识别、区块链等前沿技术，以电脑代替人脑，通过机器学习等更智能化的方式应对已知和未知的风险。

保险业风控面临三大挑战

本报记者 邱海峰

中国保险学会报告显示



体验“非遗”过暑假

暑假以来，安徽省淮北市众多学生走进淮北泥塑“非遗”文化传承基地，学习了解淮北泥塑文化历史，动手体验淮北泥塑制作技艺，感受传统文化魅力，丰富暑假生活。

万善朝摄(人民图片)