

树立行业自信与样本 自如致力推动城市住房租赁市场进步

2020年,受疫情影响,广州长租公寓综合成本急剧上升、空置率明显走高,资金链持续紧张。然而,随着社会经济稳固增长,城市居民对绿色、安全、健康住宅需求也大幅增加,让业内人士看到长租公寓市场潜在的增长空间仍在。在政府的监管规范和引导扶持下,不少企业及时通过调整发展策略和转变经营思路,克服短暂的经营困难,在降成本、保利润和稳扩张的同时,积极探索创新转型,聚焦差异化、高效化运营,整个行业在下半年逐步恢复元气,开始步入平稳健康发展的轨道。长租公寓企业自如,在应对疫情、调整经营方针、创新运作上求变出新,用实力证明了其推动城市住房租赁市场进步的决心,同时为行业树立自信与样本。



■疫情期间,自如为社区物业送防疫物资。

特殊时期与租客房东共渡难关

规范行业准则、推动行业进步是自如践行社会责任的重要体现,在特殊时期,自如同样体现了头部企业应有的担当。在年初新冠肺炎疫情暴发时,防控本身的重要性极度高,不容许出任何错误。尤其是自如这样的长租机构,由于服务的租客、业主规模都比较大,防疫工作难度很高。在这个过程中,自如投入到社区工作中,帮助社区做进出人员的登记;用户进出不方便时,员工承担送水、送外卖、买东西的职责;同时,自如针对用户做了一些租金减免的政策,在可承受范围内付出了较大的成本。

疫情暴发初期,自如启动突发

事件应急预案,并开放了武汉大陆坊自如驿的全部265个床位供武汉医护人员免费居住。同时全面启动线上服务,租期保洁免费增加消毒服务,在湖北员工返回湖北外工作岗位时间延迟,与政府相关部门合作征集租客信息,所有管理房源统一对接社区、片警、卫生、物业单位等。为符合相应条件的租客提供短续一个月优惠、服务费减免、无责退租、临时安置房源、新签“0押金”等,其间自如管家专业负责的服务亦获得租客认可。

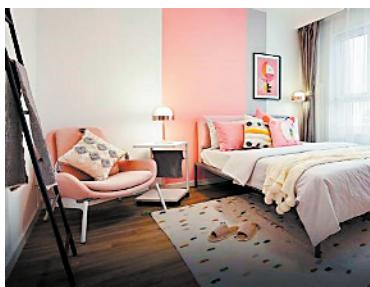
据统计,广州自如在今年疫情期间总共走访协助社区120个,覆盖楼盘累计727个。总计回访

18715名客户,其中为1340名客户提供风险安置。其发起的共抗疫情系列举措总共为广州自如客户减免费用超120万元,为长租行业疫情期间应对起到了示范性作用。

而在近期租赁公寓风波中,自如发布“暖冬计划”,为与受影响与公寓解约的业主、租客提供新的服务合约。新的业主合约将保障业主合理租金收益,同时免除业主未来一年的托管服务费,并提供房屋出租、房屋维护、租务处理等服务;新的租客合约将承诺一年内以原租金继续向租客提供服务,同时为租客提供最高一个月的房租减免。



■广州凯得家自如里环境。



■自如友家公寓的房间风格。



■广州凯得家自如里环境。

多举措助力行业走出“高收低出”陷阱

目前我国长租公寓企业普遍面临融资渠道窄、融资成本高的问题。由于其他融资渠道缺乏,长周期预售的资金成为企业经营的重要资金来源,因而出现“高收低出”“长收短付”现象。今年9月住建部发布《住房租赁条例(征求意见稿)》,有效规范市场秩序,防范“高收低出”等带来的资

金问题。

意见稿的发布对行业发展有着重大意义,也是行业发展的里程碑事件之一,其中明确创新针对住房租赁的金融产品和服务,帮助长租企业开拓健康发展的金融渠道。据悉,以自如为代表的等企业正在通过资产证券化等新型融资模式下,开拓长租行业的发展新路。自

如CEO熊林说道,“长租公寓既不是一个高利润行业,也难以有短期的利润回报,但是它与千万租客、业主息息相关。长租需要赤诚初心和精耕耐心。”作为一个不动产+互联网行业,长租行业对运营管理能力要求很高,需要跨过规模、品质、服务、O2O等几个关口,需要长续经营。

切入城市大型租住社区等赛道 尝试新运营模式

“专注分散式”曾是市场对自如的偏见,而实际上,自如是国内率先探索集中式长租公寓的品牌之一,早在2012年,自如就推出了首个整栋式青年公寓“北京将府自如寓”。

在行业负重前行的2020年,自如更是在集中式领域推出两大重磅项目:一是首个超大型纯租住社区“自如里·广州黄埔凯得家青年社区”落户,二是宣布战略并购贝客青年精品公寓。

“自如里”是自如与广州本地国企共同运营的首个青年社区,是打开新局面的首次尝试,为城市住房租赁供给提供新思路。自如利用其产品设计、施工建设、科技智能、流量精准、运营管理、系统完备六大优势,赋能大型物业项目。自如资管总经理孟月表示,一方面,能有效提升租赁房源供给的多样性,提升租赁房源的品质;一方面帮助降低住房租赁企业运营压力,自如依托多年的行业积累,具备高流量的O2O线上线下出房能力,科学动态定价,品质管理到间,可以与分散式团队快速协同,提升出房效率,降低获客成本,解决大型租赁社区去化的痛点。该项目有望成为城市大型租赁社区建设的指引,对后续此类项目开发起到明显示范效应。

继推出“自如里”后,2020年11月30日,自如正式宣布并购贝客青年精品公寓,并购完成后,自如将在北京、上海、广州、深圳、南京等7个城市运营53个集中式公寓项目。知名地产分析师严跃进表示,自如此类并购成为今年长租公寓降温潮中的一道曙光,至少说明长租公寓依然有优秀的企业,类似收购也说明长租公寓发展的步伐依然不停滞,很多长租公寓依然有较好的能力去扩张。

顺应居住变化 丰富产品线

作为管理规模达100万间的长租品牌,自如已形成分散式合租、整租、豪宅,以及集中式独栋和社区的全品类租住产品,“分散式与集中式的租住产品,两者在供给层面形成优势互补,将成为推动自如发展的‘双引擎’。”

据悉,在100万间房源中,已经有超过16万套是一居或两居室的整租产品,在自如客中,21%是整租用户,同时,在今年租整租的用户同比2019年上升了27%。自如CEO熊林表示,“中国租整租的用户发生了非常大的增长,中国已经全面进入到了一个合租与整租并重的新发展阶段。”

随着租房需求的层级不断增加,自如的产品线也随之不断丰富。2021年新品发布会如期举行,升级后的全新一代品质整租产品“自如心舍”亮相。自如心舍共有“古着、唯思、清语、优格”四种风格,分别对应着复古青年钟爱的老上海、生活艺术家的美好与浪漫、超现实主义青年的黑白灰和佛系青年的侘寂风。在自如看来,更多样、更多元的装配风格,能给予独立性更强的当代年轻人们更多选择的空间。

据2021年新品发布会透露,自如还推出了集合智能家居、VR找房等黑科技的自如APP,将保洁搬家维修整合为一的“自如家服”,自如客类会员体系“自如客时光计划”等服务、科技新品,自如的不断提高、创新自身产品的体验,在房屋租赁市场起了打了样板,起了示范性作用,九年的积淀让自如不再是一种租住生活的代名词,而是城市美好居住生活的注脚。