

CRIC 克而瑞·长租



CRIC 克而瑞·长租

二〇二四

中国住房租赁

产品力研究白皮书



HOUSING LEASING IN CHINA
RESEARCH ON PRODUCT COMPETITIVENESS
WHITE PAPER



CRIC 克而瑞·长租

CRIC 克而瑞·长租

CRIC 克而瑞·长租

CRIC 克而瑞·长租

CRIC 克而瑞·长租

CRIC

总 编：丁祖昱 张 燕

主 编：王 伟

责任编辑：钟 俐 魏春霖

编 辑：李国燕 郭 沛 刘 箐 俞兴梅

克而瑞·长租

CRIC 克而瑞·长租

版权声明

免责声明

本刊物所刊登内容的版权均均为上海克而瑞信息技术有限公司所有，未经我司书面许可，任何第三方不得擅自转载、截取、修改本刊物所刊登内容！本刊中部分专家及机构观点均源自公开报道，本刊仅作整理、分享所用，不代表我司观点。本刊所刊登内容仅供参考，并不构成对所述市场交易的出价或评估。我司及其雇员对任意第三方因参考使用本刊所刊登内容所做出的任何决策、或导致的直接或间接损失概不负责。

出品单位
克而瑞长租

CRIC 克而瑞·长租

CRIC 克而瑞·长租

Preface / 前言

近年来，中国房地产供给侧结构不断改革，长租公寓逐步成为我国未来租赁住房供给体系中增长潜力最大的部分。同时，中央及地方政府颁布了一系列法规以确保房屋租赁市场的供需平稳，鼓励建设青年人、老年人融合居住的长租公寓，打造活力社区，促进房屋租赁规范化发展，这一系列支持政策为我国长租公寓行业提供了良好的发展环境。此外，在“十四五”保障性租赁住房筹集临近收官之际，大批房屋密集入市，亦在持续推动我国住房租赁市场高速长效发展。

回顾2023，作为租赁产品的爆发元年，各企业均在这一年实现了产品力质的飞跃，这主要是因为2022年是众多企业初次涉足该领域的起点，产品质量因此呈现出较大的差异。然而，到了2023年，特别是以地方国企为主的典型企业，已积累了一定的经验，其产品能力迅速提升并达到了与市场化企业较为一致的水平，与此同时，一些原有的租赁行业头部企业也开始推出高端产品线，进一步丰富原有产品厚度。

而进入今年，无论是头部市场化企业还是国企，在产品力方面则呈现出相对平稳的态势。这表明，经过过去一年的快速发展与提升，各企业已在产品能力上达到了一个新的高度，未来将以此为基础，保持稳健发展和个性化提升。具体来看，一方面体现在客户与产品的关系构建上，传统按白领、金领、蓝领等分类的方式开始趋向于复杂精细化，比如更多的企业结合客户支付能力和家庭结构进一步拆分客群，将客户划分得更精细。另一方面，针对点状模块的差异化特性体现也在持续完善，比如公区融入了更多的主题性元素；“改造型”项目着力解决户型大进深弊病，于空间、格局、色彩搭配等多维度强化；“政策型”项目深植党建元素于社区，并面向外籍、高端人才客户启用双语管家增值服务等。



CONTENTS

目录/

1

第一章：产品力榜单解读

INTERPRETATION OF THE PRODUCT STRENGTH RANKING LIST

一、榜单解读	07
(一) 2024年度全国住房租赁产品	07
(二) 2024年度全国住房租赁产品系	13
二、住房租赁产品研究体系说明	16

2

第二章：产品力发展背景

DEVELOPMENT BACKGROUND OF PRODUCT POWER

一、行业背景特征	17
(一) 发展历程：起步较晚，但政策加持下现处高质量发展期	17
(二) 政策：保租房支持力度再加大，顶层提及建设“好房子”	17
(三) 土地：筹集方式由新建转变为存量改造为主，供应逐年走低	19
(四) 供应：个人房源供给回落，集中式公寓规模稳定上升	20
(五) 租金：个人租金稳跌，集中式公寓受保租房加速入市影响下滑	21
(六) 融资：公募REITs发行常态化，“首发+扩募”双驱动格局形成	23
二、客户需求特征	28
(一) 客户“以租代购”，整体容量扩围	28
(二) 晚婚晚育、晚婚不育导致首置年龄推迟，租赁需求周期延长	29
(三) 租客年龄段由年轻向多元聚焦，小家化租赁趋势显著	30
(四) 相对传统单体产品，大型租赁社区更受青睐	31
(五) 市场强调空间尺度感和居住体验感，50m ² 以上户型占比走高	33
(六) 租金并非唯一敏感点，产品品质需求逐步释放——客户认可品质型公寓，并同步看重户型设计、装修配置、公区打造和社服务等	34

3

第三章：产品创新迭代趋势

DEVELOPMENT BACKGROUND OF PRODUCT POWER

一、整体特征变化	37
(一) 弱化趋同性，强调主题化、场景化、个性化	37
(二) 企业成本管控能力分化，同装标产品品质呈现差异性	40
(三) “改造型”项目着力解决原户型大进深弊病，于空间、格局、色彩搭配处多维强化	42
(四) “政策型”项目深植党建元素于社区，面向外籍、高端人才客户启用双语管家增值服务	43
二、细分模块设计趋势	45
(一) 房间配置	45
(二) 公区配置	54
(三) 软环境配置	60

4

第四章：企业产品力升级表现

DEVELOPMENT BACKGROUND OF PRODUCT POWER

一、租赁企业产品力升级表现	63
(一) 企业战略动态盘点	64
(二) 企业新产品特征分析	64
二、典型租赁企业产品力迭代案例解读	66
(一) 泊寓升级2.0青年公寓产品	66
(二) 瓴寓国际发布3.0租赁产品	71

5

第五章：未来产品发展趋势预测

INTERPRETATION OF THE PRODUCT STRENGTH RANKING LIST

一、未来产品发展趋势预测

77

6

附录

APPENDIX

一、新建大型租赁社区优秀项目及解析

79

案例一、城投宽庭张江社区

79

案例二：有巢国际公寓社区江南路店

84

案例三：郑州城发文化美寓人才公寓

89

案例四：保利和寓福州横屿店

94

案例五：泊寓梅林关旗舰店

99

二、城市更新租赁项目优秀项目及解析

105

案例一、城发成家和平安广场店

105

案例二、城投臻寓·悦舍（猛追湾店）

110

案例三：泊寓南头古城店

114

案例四：龙湖冠寓郑州大学店

119

三、国企先锋实践项目优秀项目及解析

125

案例一、城投宽庭九星社区

125

案例二、城投臻寓·缤纷梧桐（梧桐栖保障性租赁住房项目）

131

案例三：筑巢公寓贵安店

135

案例四：雄安商务服务中心公寓

141

案例五：浦发有家康泽社区

147

CHAPTER ONE

榜单解读/

一、榜单解读

（一）2024年度全国住房租赁产品

1. 《2024年度全国住房租赁产品-十佳新建大型租赁社区》

在政策导向、市场需求激增及地方政府积极供给的多元驱动力共同作用下，大型租赁社区已崛起为租赁市场的新标杆。

相较于传统租赁产品线，租赁社区主打新建租赁住宅，社区通常规模较大，提供更为丰富的户型选择，可涵盖“一张床、一间房、一套房”的多层次产品体系，拥有更完备的配套设施和生活服务，旨在满足租户全生命周期的居住需求。其不仅关注居住需求，还注重租客的共享、生活、交流、健康以及精神层面的需求。配套有办公、商业、教育、医疗、艺术、娱乐等多种业态融合的公共活动空间，构建起能满足众多具有相同兴趣、文化偏好和价值观的租住群体生活全链条甚至全生命周期需求的居住空间。

在过去两年的住房租赁产品力测评活动中，克而瑞长租对先期进入市场的租赁社区产品进行了筛选和评选，并对优秀项目进行了案例解读，涵盖产品特色、运营方式等方面。今年，又有大量租赁社区项目投入市场，且产品又有了进一步的升级迭代。在户型配置上回归住宅本质，户型更加多元，能够满足全年龄段的多样化租住需求。在整体空间规划方面，更加注重开放融合与保持私密性之间的平衡把握。一些租赁大社区项目配置了完整的商业配套，且其配套不仅能满足社区内租户的生活需求，还能为周边居民提供便利生活设施，服务社会。此外，新一代租赁社区的小组团特点愈发显著，根据户型或主题进行分区管理，在每个小组团分别设置组团大堂，进入各个组团大堂以及所居住的楼宇均设有人脸识别门禁，确保租住生活的安全与私密。新入市租赁社区的大街区、小组团、全龄层等特征越发突出。

基于此，克而瑞长租在本次全国住房租赁产品测评活动中，从新入市的大型租赁社区项目中评选出 10 个标杆项目，并通过案例分析研究租赁社区产品的变化及发展趋势。



2024年度全国住房租赁十佳新建大型租赁社区

项目名	城市
保利和寓 福州横屿店	福州
城发成家湖畔you+项目	济南
城投宽庭张江社区	上海
港城领寓·泥城	上海
彭家庄社区	济南
浦江公园微领地青年社区	上海
上海松江西部科技园柚米社区	上海
星河郡寓·上海浦东开市客店	上海
有巢国际公寓社区江南路店	宁波
郑州城发文化美寓人才公寓	郑州

说明：排名不分先后，以项目拼音首字母排序

大型租赁社区日益重视构建一站式生活配套体系，旨在为居民提供全方位、便捷的生活服务。这些社区不仅关注住房本身的品质与舒适度，更致力于整合周边资源，打造集购物、餐饮、娱乐、休闲、健康及教育等功能于一体的综合生活圈。以城投宽庭张江社区为例，社区自带约9000平的商业空间，涵盖平价社区食堂、各类品牌餐饮、生鲜超市、洗衣房、药店、网吧、理发室等多种业态，为住户日常生活带来便利。

在公区配置上大型租赁社区相对更加全面性，融合了办公、休闲、娱乐、学习及社交等多重功能。例如：有巢国际公寓社区宁波江南路项目，在社区的公共区域内精心规划并实现了外延生活的多元化场景，公共区域配置了丰富多样的服务空间，包括健身房、图书馆、党建服务中心、亲子娱乐空间、自习室、公共客厅、培训教

室及影音区等，形成了复合型功能布局。这些设施不仅满足了居民多样化的生活需求，更为他们提供了丰富多样的社交和学习机会。城发成家湖畔you+项目，在社区配套中打造了“徕阅读”、“徕社交”、“徕洽谈”、“徕学习”、“徕运动”等共享主题公区，集共享会客、休闲娱乐、社交空间、运动健身等丰富功能，充分满足青年群体居住之外的社交活动需求。

大型租赁社区在户型设计上更加灵活与多样，精准匹配从单身青年、情侣到多口之家的各类租住需求。以郑州城发文化美寓人才公寓为例，充分考虑项目定位和客群需求，将产品分为一室、二室、三室三种基本类型，面积最小37m²，最大约130m²，共计四种户型，得益于其精准的市场定位与户型设计，郑州城发文化美寓人才公寓的整体出租率约在99%。

2. 《2024年度全国住房租赁产品-十佳城市更新租赁项目》

在大城市步入存量更新的大环境以及加快构建租购并举住房制度的导向下，探寻保障性租赁住房的发展路径，鼓励并引导优质的、契合新市民与青年群体的保障性租赁住房及租住生活方式，具有重大意义。把位于城市闲置及低效利用的非居住存量房屋转变为保障性租赁住房，既有助于促进区域职住平衡，提升新市民、青年人的幸福感，又有利于推动城市更新进程。

近年来，一批住房租赁企业积极参与到城市更新和老旧社区改造中，进行了诸多尝试。他们将闲置商场、办公场所、酒店、厂房、商品房等改造为租赁住房，通过对既有建筑进行重新定位、精细化设计改造以及专业化的运营管理，实现了居住环境与物业价值的双重提升。聚焦城市青年的实际住房需求，为广大客户群体提供了高品质租赁住房选择，并且在不同城市都有了具体的实践成果。

基于此，克而瑞长租在本次全国住房租赁产品测评，特别关注城市更新租赁项目，涵盖存量物业综合改造、居住配套设施升级等通过重新定位、设计改造以及运营管理实现居住品质与物业价值提升的住房租赁产品。评选出10个标杆项目，旨在探索住房租赁与城市更新特殊需求相结合的实践经验，为未来类似项目提供出参考。



2024年度全国住房租赁十佳城市更新租赁项目

项目名	城市
@HOME爱住·安亭	上海
泊寓南头古城店	深圳
城发成家和平方店	济南
城市家·AI小镇店	深圳
城投臻寓·悦舍（猛追湾店）	成都
济南市中城投 中新·里享家美丽汇店	济南
龙湖冠寓郑州大学店	郑州
上海苏河瑞贝庭公寓酒店	上海
杨浦滨江共青430寓	上海
芷岸轻居·北京亚运村店	北京

说明：排名不分先后，以项目拼音首字母排序

城家上海苏河瑞贝庭公寓为城市中心商业地块微更新项目，由城家改造17层独栋楼而来，其中5-8F改造为studio户型，9-17F为套房户型，所有户型的进深均在11米以上，考虑到屋内采光问题，城家将43m²和45m²的一居室户型改造为“L型”拼接式产品，睡眠区均布置在采光面，保证住户采光需求，对于采光暗区布置沙发、茶几、储物柜等采光需求相对较少的功能性设施。此外，房间4米的层高搭配偏亮的装修色调，叠加灯光等软装设施，均能提升室内亮度，为住户营造温馨舒适的居住氛围。

产品优化、科技赋能成为当下产品竞争中的发力点。例如，芷岸轻居·北京亚运村店，通过打造35-45m²的LOFT户型，进一步扩大室内空间使用功能，在有限的空间内实现了“动静分区”。高挑空客厅让房间视野更加开阔；独立卫浴间保

证私密性；冰箱、洗衣机嵌入式设置，极大节省户型空间。在产品配置中，增加全屋智能家电，全自动洗衣机、智能小度客控系统操控全屋设备等，此外，屋内的灯光、窗帘、电视、空调等均可语音控制，满足客户对智能设备的需求和高品质的生活体验。

成都城投臻寓·悦舍（猛追湾店）项目，充分依托其得天独厚的地理优势，精准匹配客户需求与支付能力，成为城市核心资产盘活的杰出代表。该项目坐落于成都繁华的成华区，毗邻339电视塔，步行即可抵达太古里、春熙路、IFS、祥和里等知名商圈，尽享城市繁华。项目精心规划，最大化空间利用，提供17m²至33m²的多样化房源，平均出租率达90%，充分展现了城投资管公司在城市核心资产高效盘活方面的成就。

3. 《2024年度全国住房租赁产品-十佳国企先锋实践项目》

在国家“租购并举”政策的大力推动下，国家和各地方政府密集出台并深入执行租赁住房政策，尤其是配租型保障房项目得到加速推进与建设。众多国企平台公司积极响应国家及地方政策，纷纷投身到住房租赁建设中大力建设保障性租赁住房，结合城市实际状况创新产品定位，为城市青年人及各类人才打造舒适、高品质的住房租赁产品。凭借在行业内的经验积累，其产品能力迅速提升，在户型设计、房间配置及运营服务等方面达到了和市场化房源较为一致的水平。

基于此，克而瑞长租在本次全国住房租赁产品测评活动中，聚焦2023年以来布局租赁行业的国有企业针对特定人群打造的、有别于纯商业化市场房源的“安居工程类”产品，例如保障房、人才公寓、专家楼等积极响应国家或地方政策性的租赁住房，评选出10个标杆项目，以鼓励企业创新实践，为行业发展提供新的思路和方向。



2024年度全国住房租赁十佳国企先锋实践项目

项目名	城市
保利和寓上海杨浦区宁国路店	上海
城投宽庭九星社区	上海
城投臻寓·缤纷梧桐（梧桐栖保障性租赁住房项目）	成都
大横琴·琴海公寓（斗门大横琴5.0产业新空间店）	珠海
临港投控宸寓·临港云慧苑社区	上海
浦发有家康泽社区	上海
苏享家·汇萃公寓	苏州
雄安商务服务中心公寓	河北雄安新区
渝中人才公寓·泊寓 化龙桥旗舰店	重庆
筑巢公寓·贵安店	贵阳

说明：排名不分先后，以项目拼音首字母排序

高度重视服务人才、留住人才是“安居工程类”产品的初衷，除了解决了人才的居住问题，更需要再深层次上促进了人才的全面发展与成长。筑巢公寓·贵安店根据人才阶段性、层次性、需求性打造贵阳市人才住房体系。通过人才服务、课程培训、就业服务、活动组织方面开展多种服务。如开展人才政策咨询、人才政策讲解、企业办公及孵化服务，政策宣讲会，为入住青年提供人才服务；并提供100种以上产品课程，组织开展各类培训、拓展等活动，服务企业及青年人才；并开展线上线下就业服务，建立服务社群，一对一服务管理有求职就业需求的青年人才。定期组织贵阳市内优质企业及青年开展联谊交友活动，促进资源共享与人际网络的拓展。

国企先锋实践项目高度重视党建引领的核心作用，致力于通过一系列党建活动，将党的先进理论与指导思想深度融合到企业的日常运营与发展之中。例如，

临港投控宸寓·临港云慧苑社区通过“住有宜居”党建品牌，把红色阵地建在青年身边，充分利用场地优势建红色长廊，做好阵地推广“IP创新”，让红色文化圈粉临港新片区的年轻人引领租客凝心聚力、幸福生活的‘良方’。

国企平台公司相对市场化企业更加重视社群建设，通过精心策划与组织开展一系列不同形式、富有创意且贴近社群需求的活动，来积极促进项目的活力提升。城投宽庭九星社区通过共创共建的形式，组织宠物社、读书会、运动搭子等社团为志趣相投的住户提供互动平台，不定期举办邻里聚会、节日福利、手工DIY、ESG公益等各类主题活动，用陪伴型服务给住户带来内心的温暖。并设立“共享休闲区”，给住户创造社群交流的平台。

（二）2024年度全国住房租赁产品系

近年来，得益于一系列政策的有力支持，住房租赁行业呈现出加速发展的态势，犹如踏上了高速列车。在这一过程中，企业不仅面临着全新的发展机遇，也在竞争中不断探索前行。与此同时，消费需求持续升级，促使住房租赁行业不断深耕，更加聚焦于产品力的提升，以满足日益细分和多元化的居住需求，行业产品也因此变得更加精良。

随着消费者需求的日益细分与多元化，住房租赁市场中的产品亦呈现出更为精细化的趋势。依据目标客群的差异性，当前市场上最为流行且样本丰富的两大细分领域主要为青年公寓与高端公寓。青年公寓产品系是住房租赁市场中主要面向职场人士、城市青年群体的租赁产品类别，是目前体量最大、地方国企参与度最高的产品系类型。青年公寓在设计上简洁大方，生活设施基本齐全，能够满足年轻人的日常居住需求。其价格相对亲民，符合年轻人的经济承受能力。高端公寓产品系是住房租赁市场中主要面向企业高管、商旅人群等高收入群体的租赁产品类别。这类群体对居住品质、生活设施以及服务有着较高的要求。高端公寓通常拥有豪华的装修风格，配备高端的家具家电，并且提供全方位的管家式服务，如24小时安保、定期保洁、私人管家等。



历经多年的实践与演进，住房租赁产品青年公寓、高端公寓两大领域均孕育出了一系列具有代表性的公寓品牌。各产品系在产品创新、品质管控及服务体验

方面不断升级，持续性地提升品牌价值与形象，引领着行业的发展方向。

克而瑞长租作为住房租赁行业专业研究机构，持续聚焦住房租赁产品的研究，连续多年发布住房租赁产品力测评研究成果。今年，我们在2024年度全国住房租赁产品系测评中，评选出各产品系最具代表性的品牌，包括十佳青年公寓产品系、十佳高端公寓产品系，实时把握与解析住房租赁行业产品的最新趋势和动向，为行业树立典范，推动住房租赁行业产品的持续优化和发展。

1. 青年公寓产品系

青年公寓产品系主要面向职场人士、城市青年群体的租赁产品类别，蓝领公寓、白领公寓，都可以纳入这一范畴，产品通常以高品质、舒适度和安全性为主要特点。测评重点在于产品的设计、品质和价格定位。青年公寓产品的设计要注重时尚、实用和舒适。品质方面，要确保建筑质量、室内装修和公共设施的完善。价格定位应考虑目标消费群体的实际支付力，以及当地租赁市场的行情。

2024年度全国住房租赁十佳青年公寓产品系

品牌名
保利和寓
城方
城投宽庭
城投悦家
城投臻寓
港城领寓
浦发有家
微领地青年社区
有巢国际公寓社区
中国电建地产·悦生活

说明：排名不分先后，以品牌拼音首字母排序

以保利发展今年发布的全新品牌保利和寓为例，通过对上万名租户的调研，提炼出了四大核心需求——安全、便捷、社交、响应。这四大需求不仅体现了现代租客对于居住环境的期望，也指引着保利和寓未来发展的方向。在充分理解租户需求的基础上，保利和寓聚焦于“好产品”、“好服务”和“好生活”，通过打造“三安价值体系”，致力于让年轻人在和寓「安一个家」，实现和寓而安。

武汉城投悦家秉承“悦享生活家”的核心理念，通过租赁社区、服务式公寓、白领公寓、康养社区“全周期+多场景”的产品理念，构建了涵盖城市青年不同成长阶段需求的多层次住房供应体系。特别聚焦于新时代青年群体的多元化需求，以白领公寓产品为创业者和公司白领提供舒适且具性价比的居所，致力于解决其在生活阶段所面临的各种居住难题，是武汉城投作为国有企业在履行社会责任、展现企业担当方面的积极实践。

2. 高端公寓产品系

高端公寓产品系，主要面向企业高管、商旅人群等高收入群体，在设计和设施上更加注重高品质和高档次。测评对室内装修材料、家居设施品牌、物业管理服务等方面进行详细考察。同时，对于服务式公寓，还将关注商务配套设施、增值服务等特色服务。

2024年度全国住房租赁十佳高端公寓产品系

品牌名
爱住
base佰舍
方隅公寓
富瑞斯
乐乎·芷岸
龙湖霞菲公馆
魔尔公寓
瑞贝庭公寓酒店
壹棠服务公寓
中海海堂

说明：排名不分先后，以品牌拼音首字母排序



方隅公寓今年推出5.0产品，提出了6大空间、6段时间、8项配置的“6+6+8”产品设计理念。6大空间，即娱乐、学习、宠物、健身、厨房、交流；6段时间，即基于行为模型将用户的一天进行分拆，并与场景进行匹配；8项配置，包括安全、卫生、温暖、便捷、舒适、通透、节能和收纳。“方隅5.0”产品形成了精致社区生活圈、绿色阳光活力场、现代典雅美学、温暖舒适居住氛围的核心价值，集美学体验，绿色健康，户型坪效及规模化于一体。

二、住房租赁产品研究体系说明

榜单测评涉及青年公寓、高端公寓不同住房租赁产品系，并进一步细分到企业产品线及落地项目，旨在更加全面地评估市场上不同类型公寓产品的综合实力和竞争力。测评体系包含4个一级指标、18个二级指标，从基本信息、产品设计、服务能力以及运营表现四大维度综合衡量企业及项目的产品力。

图：中国住房租赁企业项目产品力测评指标体系



CHAPTER TWO

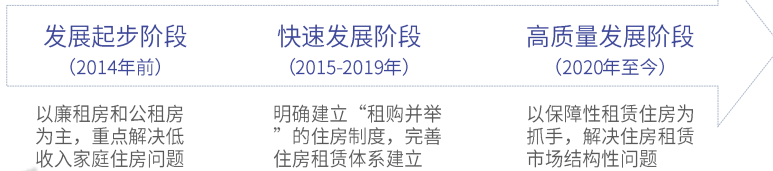
产品力发展背景/

一、行业背景特征

(一) 发展历程：起步较晚，但政策加持下现处高质量发展期

我国住房租赁市场与美国、日本等发达国家相比，整体水平相对滞后，主要受起步较晚影响。具体来看，20世纪90年代起我国开始发展商品房经济，经过十多年摸索到2010年之后才迎来高速发展期。而住房租赁专业化机构的起步则是在商品房快速发展并建立一定机制之后，即2010年左右，魔方、自如、青客的创业系和中介系品牌进入市场。而后，随着国家提出“房住不炒”和“租售并举”，在顶层指导加持下，行业迎来快速发展阶段，酒店系、房企系、国家队的轮番进驻，进一步拓展行业发展宽度。

我国住房租赁市场发展情况



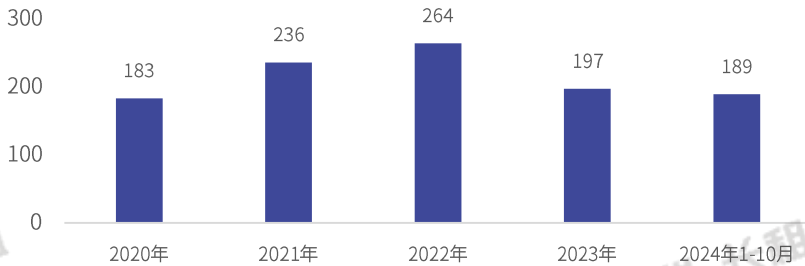
而目前，我国房地产业正处于发展模式转型和周期性调整的关键期，“加快建立租购并举的住房制度，加快构建房地产发展新模式”成为行业重要方向，在此背景下，住房租赁市场正在迎来蓬勃发展的历史性机遇。具体来看，“十四五”以来，我国制定保租房筹建目标，持续推进“租购并举”模式高质量发展，行业相关政策体系实现显著优化与深化，政策导向由单一侧重供应端转变为供需两侧并重，旨在双向驱动并保障该行业的可持续发展路径。随着保租房的陆续投放市场，行业竞争态势日益加剧，在此背景下，租赁社区作为新兴模式逐渐崭露头角，成为行业发展的新趋势和热点话题。为应对市场变化，租赁企业在维持基础运营稳定的同时，积极探索多元化发展战略，力求寻找新的增长点。

(二) 政策：保租房支持力度再加大，顶层提及建设“好房子”



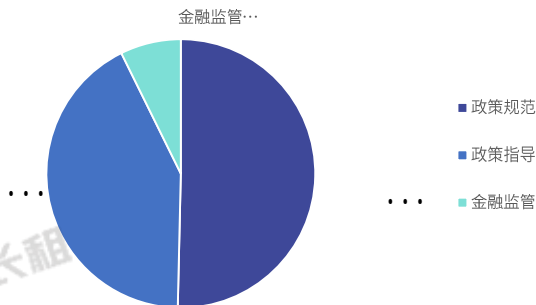
近几年租赁政策出台频繁，政策体系不断完善，“组合拳”叠加效应逐步释放。据公开资料不完全统计，2024年1-10月累计出台住房租赁市场相关政策189条，以保障性租赁住房为核心，方向聚焦政策指导、政策规范、金融监管等方面。具体来看，“十四五”保租房筹建目标确立的背景下，各地相继出台相关政策，包括鼓励盘活改造闲置房源用作保租房；鼓励园区、企业建设员工宿舍、人才公寓等配套设施；新建项目按比例进行保租房建设；加快推进规划建设保障性住房以解决工薪收入群体的住房困难为目标，提供配售型保障性住房，并逐步形成以“配租+配售”为主体的保障性住房体系等；此外，国家还出台金融支持政策，如利用“3000亿”再贷款落地，以加速推进地方存量收购，助力保障房发展及去库存、保交楼。

图：2020-2024.10全国住房租赁行业相关政策条数



数据来源：公开数据，克而瑞长租整理

图：2024年1-10月全国住房租赁行业相关政策分类



数据来源：公开数据，克而瑞长租整理

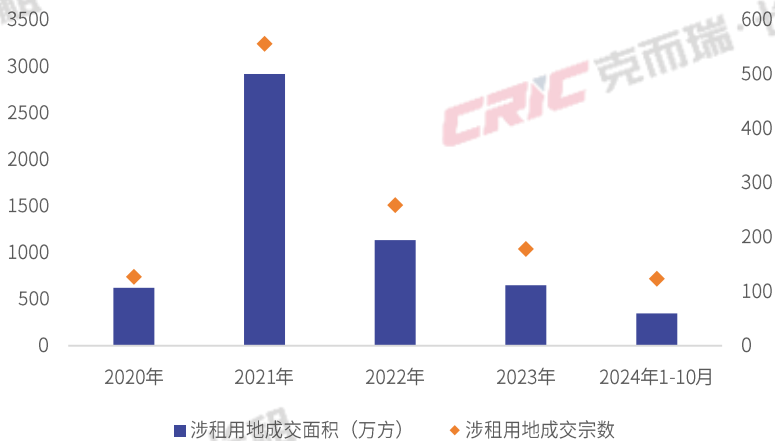
Chapter Two/产品力发展背景

住房品质方面，今年8月，在国新办举行的“推动高质量发展”系列主题新闻发布会上，住房和城乡建设部再向社会各界解读建设“好房子”的核心内涵，提出各地要把保障性住房建设成“好房子”，同时还要想办法把老房子也能改造成“好房子”。目前各地已确定一批保障性住房示范项目，将按照“绿色、低碳、智能、安全”的要求开展“好房子”建设，预计后续将会有更多的“好房子”面市。

(三) 土地：筹集方式由新建转变为存量改造为主，供应逐年走低

2020-2023年，重点22城累积成交涉租用地1120宗地，合计占地面积（含非租赁部分用地面积）约5330万方，其中2021年成交556宗，占地面积近3000万方，占比整体55%左右，上海、杭州、武汉、南京等城成交大量纯租赁用地，位居前列；“十四五”初各地多以新建方式进行保租房筹建工作，后续随着存量收购、非改居等多维筹建方式项目增多，地方涉租土地出让下调；2024年1-10月成交123宗，合计占地面积约348万方，其中上海成交45宗共138万方位列第一，其次为北京及杭州，分别成交36万方、33万方。

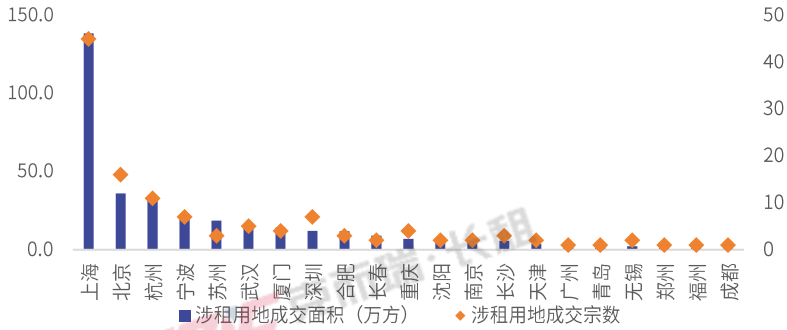
图：2020-2024.10重点22城涉租用地成交面积及宗数



数据来源：克而瑞租售系统



图：2024年1-10月重点22城涉租用地成交面积及宗数

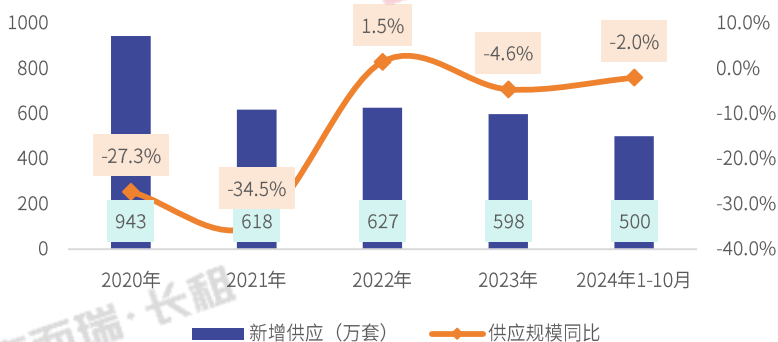


数据来源：克而瑞租售系统

(四) 供应：个人房源供给回落，集中式公寓规模稳定上升

2020年以来，全国55城个人房源供应943万套达峰值，而后2021年因疫情反复等因素，供应量降幅达34.5%，近年来年度涨跌幅多控制在5%以内，市场规模稳中微跌。个人房源供应的减少，一方面是随着居民住房观念的转变，租赁需求持续走强，租户租房的时间越来越长，可租赁房源有所减少。另一方面，品质好、性价比高的保障性租赁住房房源量持续增长，挤压个人房源的市场空间。此外，在房地产市场整体下行情况下，租金收益率也随之下降，部分房东选择出售房产以尽快回现。

图：2020-2024.10全国55城个人房源新增供应规模变化

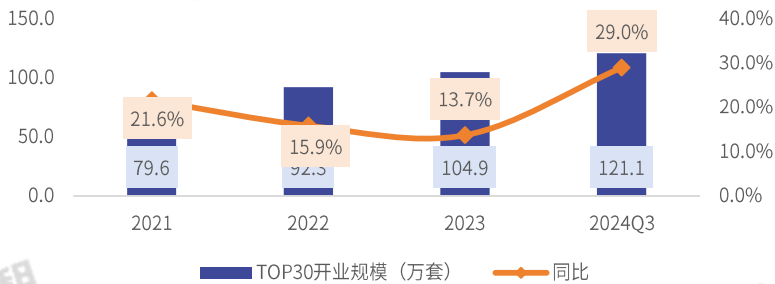


数据来源：克而瑞租售系统

Chapter Two/产品力发展背景

与个人房源供应不同的是，机构化的集中式公寓近年来规模稳步增长。2023年TOP30企业集中式长租公寓累计开业规模首次突破百万间大关，到今年三季度累计开业房源数达121.1万间，同比增长29.0%，环比增长5.9%。尽管此前受疫情影响，各行各业特别是长租、旅游业的冲击较大，但整体开业规模依旧保持稳定增速，这也侧面反应了各企业看好租赁行业的长期发展机会。管理规模方面，TOP30租赁企业合计房源173.2万间，环比增长3.45%；单看1-9月，累计拓店规模超34万间，同比增长24.7%，在政策的积极推动下，租赁企业拓展步伐不断加快，为租赁市场的持续发展注入了新的活力。

图：2021-2024Q3TOP30住房租赁企业开业规模及变化



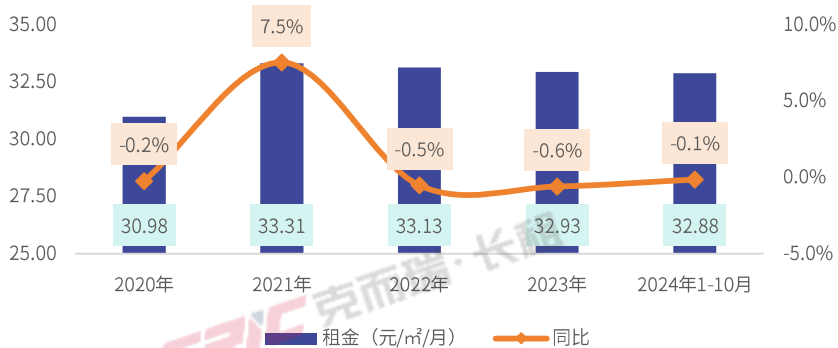
数据来源：克而瑞租售系统

(五) 租金：个人租金稳跌，集中式公寓受保租房加速入市影响下滑

2020年受疫情影响，租赁市场表现低迷，全国55城个人房源租金仅30.98元/m²/月；2021年租金达33.31元/m²/月，同比上涨7.5%，租金及增速均达历年峰值水平，一方面疫情得以控制，宏观经济及社会活跃度提升，外来务工人员增多，租赁需求显著上涨，推动租金亦呈上表现；另一方面，土地市场与新房市场火爆，带动多城新房及二手房价格攀升，部分出租自有房源的房东转为进行房源出售，导致出租房源减少，供不应求导致租金价格走高；2022年以来，房地产进入下半场，加之城市保租房项目大量入市，个人房源租金水平呈理性回落趋势，2024年1-10月租金为32.88元/m²/月。



图：2020-2024.10全国55城个人房源租金及变化



数据来源：克而瑞租售系统

从核心8城集中式公寓租金表现来看，上海租金出现明显下滑，主要归因于保租房市场的迅速扩张，一方面保租房受政策限制租金略低，另一方面入市的保租房主要分布为外围区域，同时，大量保租房入市增加供应基数，行业竞争加剧，也导致市场化企业部分降价抵抗。此外，深圳、杭州、南京、成都、武汉等城今年的租金同比亦呈下调表现，预计后续随着各地筹建保租房逐渐入市运营，对市场竞争的影响将进一步提升，从而加剧租金压力。

表：2024年10月核心八城集中式公寓租金及同比变化

城市	集中式公寓租金 (元/m²/月)	租金同比变化
上海	158.8	-6.7%
深圳	103.5	-2.1%
北京	185.7	4.5%
广州	87.5	-0.1%
杭州	85.4	-2.3%
南京	76.1	-3.1%
成都	74.3	-9.4%
武汉	63.2	-3.0%

数据来源：克而瑞租售系统

（六）融资：公募REITs发行常态化，“首发+扩募”双驱动格局形成

一直以来，长租公寓通过股权融资相对困难，而发行住房租赁专项债是房企品牌公寓的主要融资方式之一。2023年人民银行、银保监会对外公布《关于金融支持住房租赁市场发展的意见（征求意见稿）》，共17条，其中提出将拓宽住房租赁企业债券融资渠道，并创新住房租赁担保债券。进一步对住房租赁企业融资渠道进行拓展，但受制于租赁住房收益特征的影响以及债券对企业信用评级要求，住房租赁债券融资额度和目前存续的债券数量均有限。

而近年来，受保租房公募REITs的各项利好影响，越来越多的企业加入到发行行列中来，具体来看，2022年共发行4支，今年1-10月发行2支，其中2022年发行的4单保租房REITs总规模51.4亿元，2024年城投宽庭及招商蛇口租赁住房REIT发行规模44.1亿元，合计已发行规模95.5亿元。目前6支上市REITs在资产规模、现金分派率、基金受益分配原则、募集用途等方面有一定共性和差异性，如除华夏北京保障房REIT底层资产为公租房以外，其余5支均为保租房；资产规模均超11亿，基金规模均超12亿；运营时间普遍未满3年；出租率普遍90%以上；拟发行时预计净现金流分派率均在4%左右；募集资金用途均与发行资产类别相同，均用于保租房或公租房项目建设。

表：已发行保租房公募REITs基本信息及底层资产盘点

基金名称	红土深圳安居REIT	中金厦门安居REIT	华夏北京保障房REIT	华夏华润有巢REIT	国泰君安城投宽庭保租房REIT	招商蛇口租赁住房REIT
类别	保租房	保租房	公租房	保租房	保租房	保租房
代码	180501.SZ	508058.SH	508068.SH	508077.SH	508031.SH	180502.SZ
基金规模（亿元）	12.42	13	12.55	12.09	30.5	13.635
上市时间	2022/8/31	2022/8/31	2022/8/31	2022/12/9	2024/1/12	2024/10/23
土地性质	国有建设用地	规划用地	公共租赁住房	集体经营性用地	国有建设用地	国有建设用地
土地获取方式	协议出让	协议出让	资金收购该地使用权	协议出让	协议出让	协议出让
总建面（万方）	15.7	19.9	11.3	12.1	16.54	6.53
总房间套数（套）	1830	4655	2168	2612	2953	927

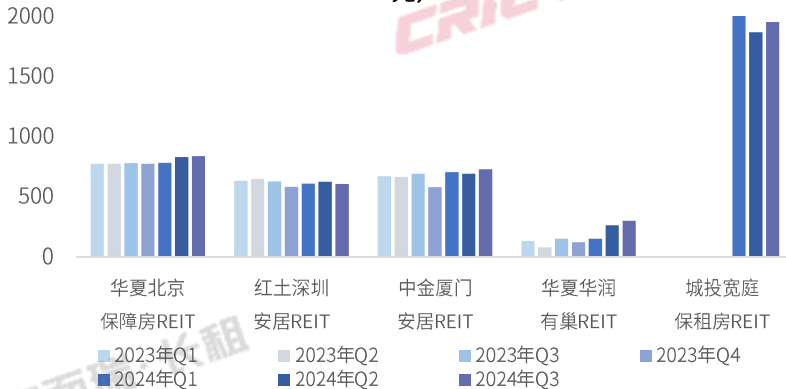


基金名称	红土深圳安居REIT	中金厦门安居REIT	华夏北京保障房REIT	华夏华润有巢REIT	国泰君安城投宽庭保租房REIT	招商蛇口租赁住房REIT
运营时间	未满3年	未满3年	满3年	未满3年	未满3年	满4年/8年
出租率	98%-100%	99%	94%-95%	87%-89%	91%-96%	94%-98%
资产估值 (亿元)	11.58	12.14	11.51	11.10	31.08	12.46
以发行时募集规模计算的预计2023年净现金流分派率(年化)	3.95%	4.05%	3.96%	4.01%	4.28% (2024年)	4.12% (2024年)
募集资金用途	用于保障性住房项目建设	用于保障性住房项目建设	用于公租房项目建设	用于保障性租赁住房项目建设	用于保障性租赁住房项目建设	用于保障性租赁住房项目建设

数据来源：公开数据，克而瑞长租整理

运营表现方面，保租房公募REITs整体稳健。2024年第三季度，5单保租房REITs合计实现净利润4432万元，环比增长3.4%，分单基金表现看，仅红土创新深圳安居REIT环比下滑3.0%，其余均上涨。其中华夏基金华润有巢REIT环比增长13.8%，报告期内该基金的营业成本和销售费用分别环比下降5.8%和7.6%，一定程度上依靠的是其较强的成本管控能力和品牌知名度的带动。

图：已发行保租房公募REITs净利润对比（万元）

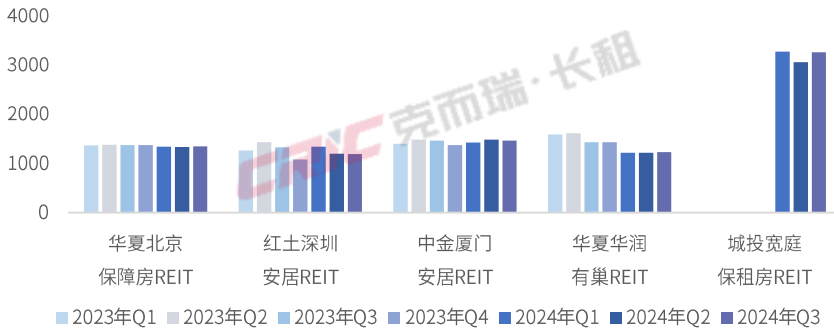


数据来源：公开数据，克而瑞长租整理

Chapter Two/产品力发展背景

可供分配金额看，5单保租房REITs得益于相对稳定的盈利能力，合计可供分配金额8501万元，环比提升2.2%。其中城投宽庭保租房REIT受基础设施资产江湾社区项目和光华社区项目出租率环比提升1.8和3.4个百分点拉动，报告期内可供分配金额环比增长6.6%，显示出资产运营的边际向好趋势。

图：已发行保租房REITs可供分配金额对比（万元）



数据来源：公开数据，克而瑞长租整理

未来，还将有更多的保租房REITs产品持续上市，以近期各企业筹备动作为例，整体可分为两大类：

一是“扩募类”，在已上市的6单保租房REITs中，已有4单基金申请扩募，分别为华夏北京保障房REIT、华夏华润有巢REIT、红土创新深圳安居REIT和中金厦门安居REIT，它们底层资产仍主要位于一线城市。实际上，保租房REITs的扩募标志着更多优质底层资产可以实现退出，使企业能够筹集更多资金用于保租房建设，此外，多样化的投资组合也有助于降低特定项目或区域所带来的风险，同时，更多优质的底层资产加入也能提高REITs交易市场的活跃度。

表：已发行保租房公募REITs资产扩募情况

公告日期	企业/REITs名称	原始权益人	基金管理人	资产项目
2024/5/30	华夏基金华润有巢REIT	有巢住房租赁(深圳)有限公司	华夏基金	上海项目



公告日期	企业/REITs名称	原始权益人	基金管理人	资产项目
2024/5/23	华夏北京保障房REIT	北京保障房中心	华夏基金	北京房山区朗悦嘉园项目 北京通州区光机电项目 北京大兴区盛悦家园项目 北京海淀区温泉凯盛家园项目
2024/5/31	红土创新深圳安居REIT	深圳市人才安居集团有限公司、深圳市福田人才安居有限公司、深圳市罗湖人才安居有限公司	红土创新基金	深圳福田区承福苑项目 深圳南山区南馨苑项目 深圳宝安区空港花园项目
2024/8/30	中金厦门安居REIT	厦门安居集团有限公司	中金基金	厦门林边公寓项目 厦门仁和公寓项目

数据来源：公开数据，克而瑞长租整理

二是“首发类”，如建信住房、北京昌平、天津泰达人才安居、上海临港等多单保租房REITs的申报发行工作正在稳步推进中，但各企业推进进度存在一定差异。其中临港集团、天津泰达人才安居等公司已启动发行招标流程并公布中标结果，万科、昆明安居处于准备阶段，上海新黄浦实业正在申报，建信住房已经受理。从该现象可知，目前各企业，特别是各地城投平台公司均积极抓住公募REITs的机遇以实现“退出”，从而助力自身经营能力长效可持续发展，且这些底层资产项目多位于核心二线城市。

表：预计发行保租房REITs资产情况

分类	原始权益人	REITs项目/底层资产	地点
已启动发行招标流程，公布中标结果	临港集团	上海临港科技城D03-01地块保障性租赁住房公募REITs基金管理服务项目	上海
	青岛公共住房建设投资有限公司	青岛房投保障性租赁住房基础设施公募REITs项目	青岛
	天津泰达人才安居有限公司	天津滨海新区经济技术开发区保租房公募REITs项目	天津
	北京市昌平保障房建设投资管理有限公司	北京昌平保障房公募REITs项目	北京
	苏州恒泰控股集团有限公司	苏州恒泰控股旗下的菁英公寓公募REITs	苏州

分类	原始权益人	REITs项目/底层资产	地点
已启动发行招标流程，公布中标结果	西安高新区保障房投资建设发展有限公司	西安高新区保障房公募REITs	西安
	贵阳市投资控股有限公司	贵阳投控保障性租赁住房公募REITs	贵阳
	雄安集团	中国雄安集团有限公司租赁住房基础设施公募REITs	雄安新区
	南京软件谷菁英公寓公募REIT	南京软件谷菁英公寓公募REIT	南京
准备阶段	万科集团	重点城市表现优异的保障性租赁住房	北京、天津、杭州等
	昆明安居集团	2个保障性租赁住房项目	昆明
正在申报	上海新黄浦实业集团股份有限公司	新黄浦·筑梦城梅陇租赁社区项目	上海
已经受理	建信住房服务有限责任公司	建信建融家园租赁住房REIT	北京、上海、苏州

数据来源：公开数据，克而瑞长租整理

实际上，随着核心城市保租房项目的迅速推进，市场供给得到显著增强，市场中保租房入市的项目越多，达到保租房REITs发行条件的基础资产容量也会相应越大。同时国家层面对租赁住房金融支持政策的接连释放，对保租房REITs发行提供了更多机会，保租房REITs预计进入快速发展期，未来申报节奏及发行速度或明显提速。



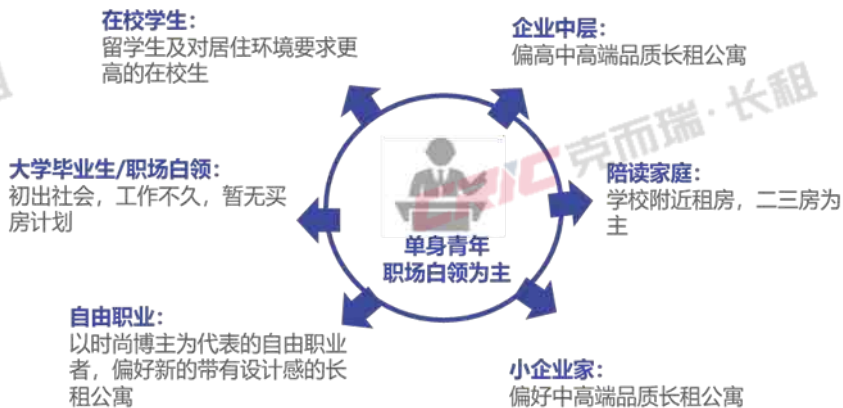
二、客户需求特征

（一）客户“以租代购”，整体容量扩围

目前我国租赁需求来源仍以高校毕业生及初入职场的白领人群为主。且近年，高校毕业生规模逐渐变大，数据显示，继2022届高校毕业生首次突破1000万大关后，2023届毕业生人数再创新高，首次突破1100万，预计2024届高校毕业生约为1179万人，租赁客群容量再升级。同时，该数据也反映，未来中期随着高校毕业生规模不断增多，国内住房租赁市场需求空间将更广阔。

与此同时，过去几年长租公寓的需求来源已逐渐拓宽到更多租客群体，如企业中层人员、陪读家庭、小企业主、自由职业者、在校学生及短期过渡型刚需等，这些新型需求的出现意味着作为新兴业态的租赁公寓在中国正逐渐被更广泛的人群所接受，而租赁需求也会更加多元。

图：中国租赁需求来源示意图



除租赁需求的不同衍生出的多样化客户以外，还有一部分群体“租购”观念正在转变。一方面，政府出台了一系列支持租房的政策，如租房补贴、公租房建设等，以某二线城市为例，2024年投入使用的公租房数量比2023年增加了20%，为中低收入群体提供了更多的租房选择，这也在一定程度上鼓励了人们选择租房

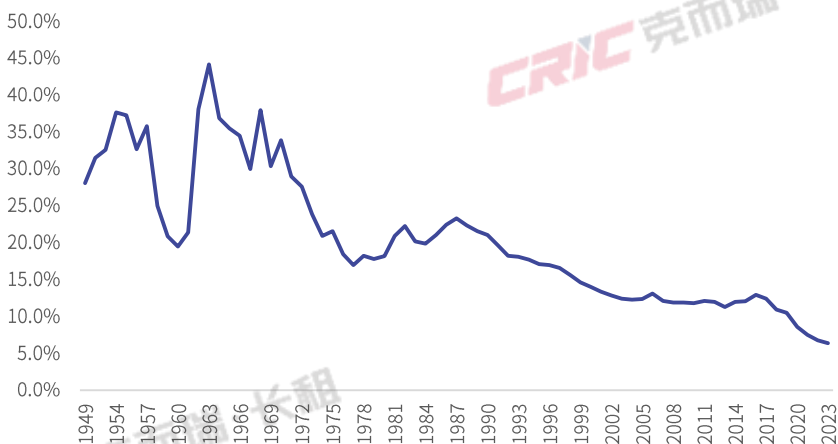
Chapter Two/产品力发展背景

而非购房。另一方面，在大城市房价收入比过高，高额的房价让许多年轻人和普通家庭望而却步，只能选择租房，据相关调查显示，在25-35岁的年轻人中，有超过70%的人认为购房压力过大，近期不会考虑购房，而更愿意选择租房来满足当下的居住需求。与此同时，还有部分有购置经济实力，但考虑“购房”与“租房”所产生的长期成本及经济效益的情况下，同样愿意“以租代购”，且该周期可长期持续、甚至是一辈子，该背景下整体租赁客户容量进一步扩围。

（二）晚婚晚育、晚婚不育导致首置年龄推迟，租赁需求周期延长

经济因素、社会因素和文化因素等共同作用下，我国出生率持续走低。据国家统计局数据显示，1963年出生率44.2%触顶，随后波动下跌，到2000年跌至14%，到2020年已跌破10%，当前全国出生率仅6.4%。除“不愿意生”以外，与此同时，我国城镇居民的晚婚晚育现象也在进一步加剧，从2000年到2020年间，全国平均初婚年龄推后4.5年至28.7岁，初育年龄推后3.7年至28岁，并有继续推迟趋势。一直以来，结婚及生育是首次置业的重要推动因素，而晚婚晚育则会导致首次置业年龄推迟，住房租赁需求期延长。

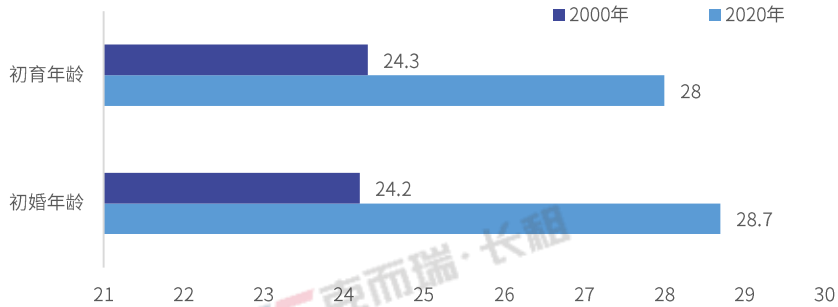
图：1949年至2023年我国人口出生率走势（单位：%）



数据来源：国家统计局



图：2000年-2020年我国平均初婚年龄和初育年龄对比（单位：岁）

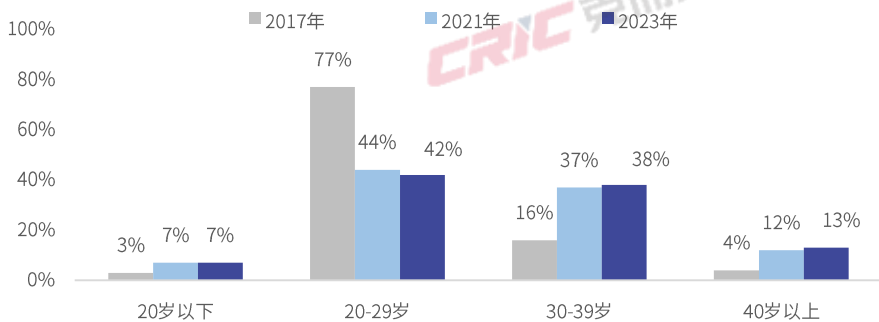


数据来源：国家统计局

（三）租客年龄段由年轻向多元聚焦，小家化租赁趋势显著

当前，我国租客年龄结构主要分布在20-29岁，占比约42%，其次为30-39岁客户，占比38%。变化趋势上，前期租赁市场发展不成熟，客群年龄整体偏年轻，2017年20-29岁租客占比达77%，6年时间内下滑35个百分点；而30岁以上客户占比由20%上涨至51%，涨幅约31个百分点，租赁客户逐渐由年轻化像多元化聚焦。

图：中国租客年龄结构及变化趋势



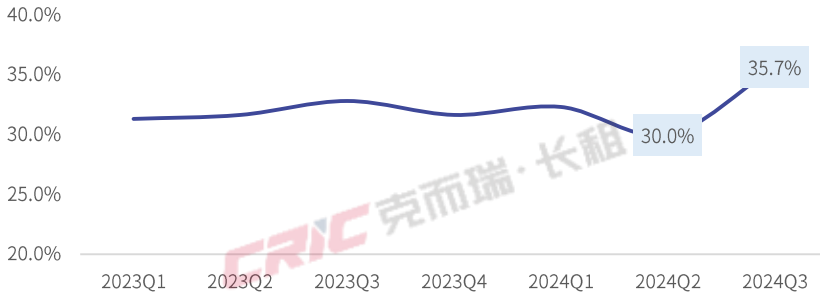
数据来源：公开数据，克而瑞长租整理

与此同时，随着年龄段提升，租客对产品的需求也同步发生着变化。据某中介系长租品牌披露数据，以北京和上海为例，整租签约量的总订单占比持续提升，其

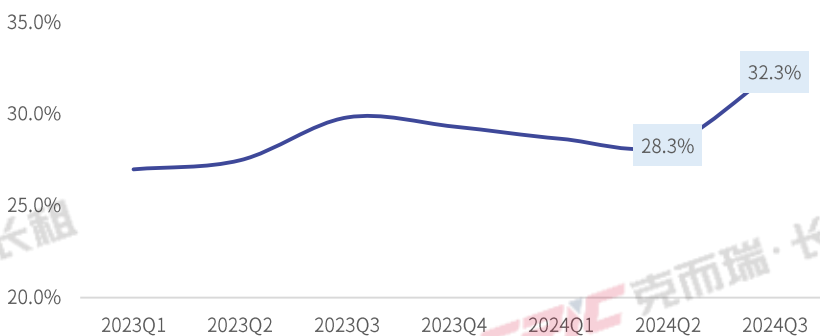
Chapter Two/产品力发展背景

中北京环比上涨5.7个百分点至35.7%，上海环比上涨4个百分点至32.3%，结合年龄段的同步变化，说明租客家庭小型化的整租需求在逐步扩大。

图：北京整租签约量占比整体签约走势



图：上海整租签约量占比整体签约走势



数据来源：某中介长租品牌披露，克而瑞长租整理

（四）相对传统单体产品，大型租赁社区更受青睐

从2020年首个租赁社区项目泊寓·院儿(成寿寺社区)开工以来，各地新建的大型租赁社区产品纷纷落地运营。租赁社区产品的建设初衷，是为了满足青年人和新市民的住房需求，基本位于产业园区周边或近郊的地铁1公里范围内，在高性价比的前提下，让住户享受到更具品质的居住体验。从市场反馈来看，租赁社区作为一类诞生较晚的租赁产品，受社区服务设施和生活配套更加完善、整体居住氛围更加浓厚



等因素影响，相对传统租赁产品，吸引了更多租客群体。

一方面，我们对比发现当前各新建租赁大社区项目爬坡期跟传统单体公寓基本相同，尽管大型租赁社区在房源数上成几倍或者10倍以上的差异，但仍能实现部分“开业短时间内基本满租”的状态，这说明相对体量更小的单体产品，社区型长租公寓对客户的吸引力明显更强。具体来看，位于郑州的城发文化美寓人才公寓、位于深圳的泊寓梅林关旗舰店、位于上海的城投宽庭九星社区和城家大场国际社区等项目开业不足半年时间，出租率均超过90%以上。

表：典型千间以上大型租赁社区项目开业及当前出租率表现

典型项目	房源数(间)	开业时间	时点出租率(2024年10月)
郑州城发文化美寓人才公寓	2726	2024年5月	99%
泊寓梅林关旗舰店	1088	2024年4月-7月分批次	100%
城投宽庭九星社区	1230	2024年5月	93%
城家上海大场国际社区	1384	2024年4月	96%

数据来源：各企业披露+克而瑞租售系统

另一方面，以位于上海的某大型租赁社区及周边在租长租公寓单项目为例，随着租赁大社区项目的入市，直距1.5公里以内的同品质竞品项目仅一年时间以内，出租率下滑约9个百分点，客户分流明显，侧面反应客户需求偏好更倾向于租赁大社区产品。

图：上海某租赁大社区项目入市后出租率走势



图：该租赁大社区周边直径1.5km同品质项目同期出租率走势

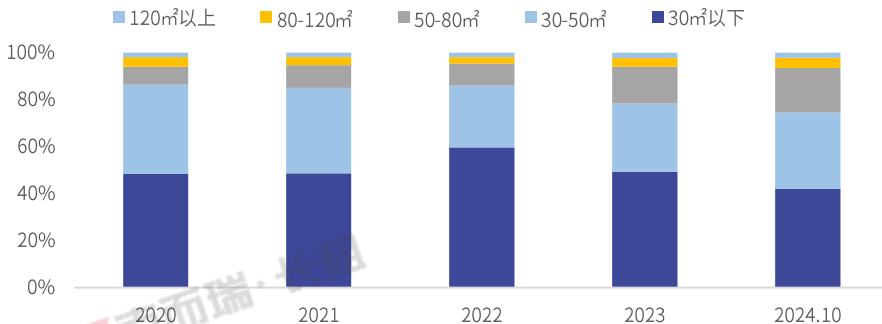


数据来源：克而瑞租售系统

(五) 市场强调空间尺度感和居住体验感，50m²以上户型占比走高

早期租赁住房主要强调刚需过渡，而当前，随着人民生活水平的提升和租房观念的改善，传统功能性房屋已不再能满足租户需求，越来越多的大面积宜居产品逐渐面市。克而瑞长租数据显示，2024年10月，核心8城集中式公寓分面积段市占表现上，30m²以下户型占比42.1%，30-50m²占比32.4%，50m²以上占比25.4%。趋势上，跟2020年相比，30m²以下及30-50m²市占分别收窄6.3和5.5个百分点，50-80m²产品市占涨幅达11.2个百分点，80m²以上产品小幅上涨0.5%。分城市看，上海、广州、成都、武汉、南京30m²以下面积段产品市占比值相对2020年收窄均超20%。

图：核心8城集中式公寓各面积段占比年度走势



数据来源：克而瑞租售系统

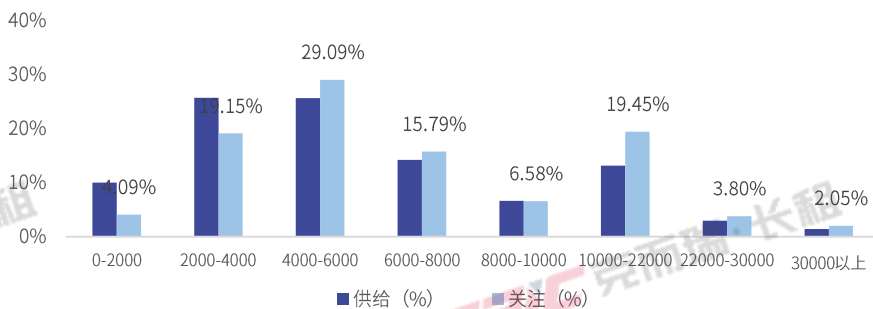


（六）租金并非唯一敏感点，产品品质需求逐步释放——客户认可品质型公寓，并同步看重户型设计、装修配置、公区打造和社区服务等

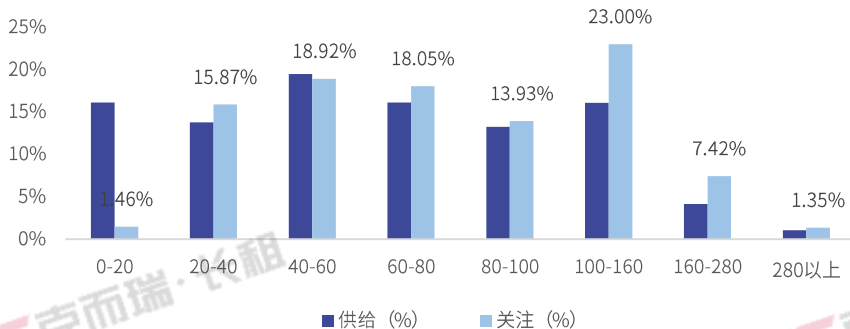
尽管当前我国社会经济环境不太乐观，部分群体面临收入预期下行的风险，但租客的租房需求也不仅仅满足于有个地方居住，而是希望有更宽敞、舒适的居住空间，对户型设计、装修配置、公区打造、社区配置等方面的关注程度提升。

以北京和上海两个具体案例来看，首先，根据克而瑞数据显示，目前上海租赁市场各价格段及面积段存在一定的供需不匹配问题，其中价格在10000元/月以上或面积在60m²以上房源多出现供不应求的趋势，面积越大、租金越贵的房源更加供不应求，从以上数据可以看出，客户租房更加注重产品品质和居住舒适度，愿意为高品质产品买单。

图：上海租赁市场各价格段供需占比(元/月)



图：上海租赁市场各面积段供需占比(m²)



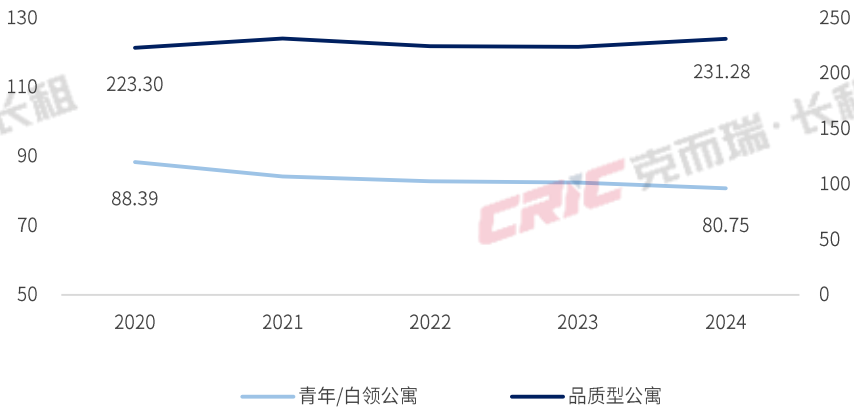
数据来源：克而瑞租售系统

Chapter Two/产品力发展背景

再者，位于北京房山区的某租赁社区项目，距离核心区位置较偏远，但出租率和租金均价却超出预期，据了解项目主要租户群体是附近居民，这些居民本身有自有房产，但因建设时间早，面积相对小、格局不理想，而购买置换房产的压力较大，因此这些居民选择将自有住房出租，转而租住品质更好的租赁社区。这也说明，当前部分租赁客户对品质的需求度相对租金更甚。

与此同时，从企业布局产品的路径看，国企类公司由于进入租赁市场时间较晚，当前多以青年白领公寓产品布局为主，而大部分在租赁行业发展一段时间、有一定行业积累的市场化企业，从今年开始，逐步大范围进军品质型公寓，并且该类产品市场反馈较好。数据显示，2024年核心八城白领公寓租金为80.75元/㎡/月，同比下降2.1%，相对2020年下降8.6%；品质型公寓租金为231.28元/㎡/月，同比上涨3.3%，相对2020年上涨3.6%；整体而言2020年以来青年公寓租金坪效普遍呈现下滑趋势，而高端租赁产品则保持了相对平稳的租金水平。

图：2020-2024年10月核心八城不同类型产品租金走势



数据来源：克而瑞租售系统

CHAPTER THREE

产品创新迭代趋势/

Chapter Three/产品创新迭代趋势

回顾2023，作为租赁产品的爆发元年，各企业均在这一年实现了产品力质的飞跃，这主要是因为2022年是众多企业初次涉足该领域的起点，产品质量因此呈现出较大的差异。然而，到了2023年，特别是以地方国企为主的典型企业，已积累了一定的经验，其产品能力迅速提升并达到了与市场化企业较为一致的水平。与此同时，一些原有的租赁行业头部企业也推出了高端产品线，进一步提升了整体的产品能力水平。进入今年，无论是头部企业还是国企，在产品力方面均呈现出相对平稳的态势。这表明，经过过去一年的快速发展与提升，各企业已在产品能力上达到了一个新的高度，并在此基础上保持稳健发展。

随着居住理念的升级，租住生活渐成趋势，客户容量扩围，客户对租赁品质要求也从基本居住转向注重品质与舒适度，推动租赁行业产品力向更加精细化发展。在租赁产品与客户关系的构建上，传统按白领、金领、蓝领等产品分类已趋向复杂精细化。今年，企业开始结合客户支付能力和家庭结构进一步拆分客群，以匹配产品，以实现更具个性化的租赁服务，亦呈现不同的迭代趋势。

图：租赁市场客户分类2.0版本演示



数据来源：某企业二线城市客户结构分析

一、整体特征变化

（一）弱化趋同性，强调主题化、场景化、个性化

目前长租公寓在不断扩张规模的同时，也在精细化运营的道路上不断发展，与



以往以“有地可居”不同，越来越多的长租公寓更加强调项目打造概念，萌生出更具主题化、概念化的社区，让整个社区更具有完整性，在客户导流时，能够更加精准的匹配偏好项目概念的目标客群，为项目运营招租提供有力招客基础。

1. 社区融入“宝宝屋”主题，为家庭型客户提供私享定制场景

杨行镇在爱住·四季公寓内开设标准化、嵌入式的社区托育“宝宝屋”，设有建构、角色扮演、绘本阅读等活动区域，形式多样、服务面广，屋内环境温馨，并为婴幼儿创设适宜的游戏区域。“宝宝屋”配备了专业的从业人员，结合早期发展指导，支持婴幼儿健康成长。并将科学育儿指导服务融入市民“15分钟社区生活圈”，满足辖区内1-3岁婴幼儿多元育儿服务需求，解决家长带娃的“燃眉之急”。目前项目“宝宝屋”已于2024年7月进入试运营，持续进一步落实“幼有善育”理念，推动科学育儿进社区服务。此概念获得上海市、区、镇级的官媒曝光，加大了项目在市场上的正面曝光率，提升项目整体的知名度。

图：爱住·四季官媒宣传图及项目“宝宝屋”现场图



2. 匹配自身青年公寓产品定位，“THE CAMPUS”主题社区加持助力

社区根据周边居民及年轻人生活场景设置主题，进行产品设计，空间与社区营造结合，标准个性化，复刻大学场景打造成活动装置，既让住户感受熟悉的校园文化，成为社区打卡点，也是租户举办活动、社区生活的特别空间；同时营造学长制社区，招募外部学长带领促进内部文化，并赋能住户，激活公共空间资源，自发成

Chapter Three/产品创新迭代趋势

立社群，发起活动。以大学校园为主题，吸刚刚进社会的高校毕业生，强调社区内大学生活的居住环境，增加自身核心竞争力。

图：浦江公园微领地青年社区公区部分展示图



3.结合热门元素“switch”概念打造“像素游戏风”,强调社区个性化

该项目根据社区周边以及年轻人生活场景，以“像素游戏风”为主题进行产品设计，项目室内和景观空间均与社区营造结合，打造概念为“回到社区就像一键切换工作到生活的开关，社区各处的像素小人是同行者、指引者，也是陪伴者、鼓励者”；此外，社区主张创造跨代际、跨社区的友好文化，项目宣传与各类活动均与社区概念保持一致，如2024年9月29日，北虹桥国际社区党群服务站正式启用，并被授予江桥镇首家五星青年人才社区，在启动仪式上的大屏幕物料展示上，也采用同样“像素风”概念，持续进行项目主题传播，并实现目标客群的精准引流。

图：微领地上海北虹桥国际社区公区部分展示图



4.“私密/半私密/公共”三类空间，实现“不止于住”的全新生活方式

2024年6月，上海松江西部科技园柚米社区开业，瓏寓3.0产品同期发布，产品创新研发“半私密空间”的公区设计。作为3.0产品首个落地项目，社区为租客带来



“不止于住”的全新生活方式，并基于目标客群的特征和居住需求，打造“私密、半私密、公共”三类空间，私密空间为客户租到的房源，个人独享、高频使用；半私密空间为社区内分时段租用的小会客厅，可提供一定的边界感，实现家庭聚餐、小型派对、私享沙龙、影音桌游等不同社交场景的转场；公共空间为面向所有人开放的公区，分为健身中心、大会客厅、自习室三个区块，无门槛面向社区所有个体开放，提供更多的社交可能；三种空间提供不同的使用场景，租户各种空间使用需求都能满足，个体间互不干扰、动静分离，尊重各类租户不同的生活习惯。项目通过后期打造和社区经营，不仅满足了租客的基本居住需求，还提供了丰富的社交和共享机会，让租客在享受社区温暖和高品质生活的同时，也能获得“小面积大体验”的居住感受。

图：上海松江西部科技园柚米社区公区部分展示图



（二）企业成本管控能力分化，同装标产品品质呈现差异性

在长租公寓的成本构成中，除占大头的拿房成本外，排在第二位的就是装修成本，通常占总成本的20%左右。当前市场格局下，房源争夺激烈，公寓运营方要降低拿房成本的难度较大，更多的则是从装修方面进行“节流”，这一背景下，大部分企业也开始“内卷”自身装修方面的成本管控能力，但实际的呈现效果差异性非常大，同一装修标准水平之下，呈现出来项目的产品细节和视觉效果明显不一样。

以1500元/㎡左右的装修标准为例，某长租公寓项目仅配置基础的生活设施，房间内部装修简单，房屋拼凑感、分裂感较强，呈现出典型的“出租屋”风格。而对比来看，铂寓深圳梅林关旗舰店装标在1550元/㎡，产品打造的日系风格，整体视觉

Chapter Three/产品创新迭代趋势

效果非常高级，屋内统一化、整体化，在有限的装修成本背景下，实现投拓端对改善类产品需求，体验感、归属感极强。同样，城家上海大场国际社区亦是如此，项目装标1690元/m²，打造了多种不同风格的产品，室内完整性更强，家具家电和装修风格统一，可满足客户不同的需求诉求，整体呈现的视觉效果和居住舒适度也是极强的。

图：某装标1500元/m²左右长租公寓项目实景图



图：铂寓深圳梅林关旗舰店部分房屋装修实景图



图：城家上海大场国际社区部分房屋装修实景图



同样的，以2000-3000元/m²的装标档次为例，城家上海苏河瑞贝庭公寓酒店（装标2700元/m²），房屋装修采用深浅两种色系风格，整体色调统一大气且和谐，线条流畅，更加注重室内各个空间的契合和融入，可直观感受到房屋装修的高端和品质，从而提升住户的居住体验。而另一同等档次成本的某长租公寓项目（装标



2500元/m²) 虽注重室内的整体性, 做到了兼顾颜色和风格, 但在家具选配仍较弱, 品质感较差, 整体视觉效果较低。

图：城家上海苏河瑞贝庭公寓酒店浅色系房屋装修实景图



图：某装标2500元/m²左右长租公寓项目装修实景图

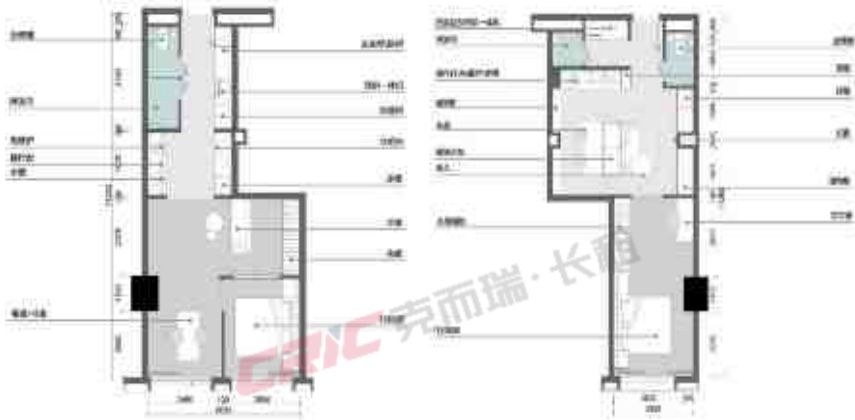


（三）“改造型”项目着力解决原户型大进深弊病，于空间、格局、色彩搭配处多维强化

随着存量改造作为保租房的主要筹集方式, 近年来, “商改租”热度越来越高, 也有更多的头部企业开始发挥自身强大的产品打造能力, 将原有物业改造成居住舒适度更高的长租公寓, 并多维度开展改造思路探索, 解决户型格局、采光通风等难点痛点问题。

如城家上海苏河瑞贝庭公寓为城市中心商业地块微更新项目, 由城家改造17层独栋楼而来, 其中5-8F改造为studio户型, 9-17F为套房屋型, 所有户型的进深均在11米以上, 考虑到屋内采光问题, 城家将43m²和45m²的一居室户型改造为“L型”拼接式产品, 睡眠区均布置在采光面, 保证住户采光需求, 对于采光暗区布置沙发、茶几、储物柜等采光需求相对较少的功能性设施。

图：城家上海苏河瑞贝庭公寓酒店43m²/45m²“L型”拼接户型图



此外，房间内还借助4米的层高并搭配偏亮的装修色调，叠加精心设计的灯光布置，使用以白光和黄色光为主的LED床边灯或者其他小型灯具，有效提亮室内环境，减少“夜感”的感觉，整体视觉观感显著提升，增加空间的层次感和深度的同时，房间居住舒适度和居住环境的整体美学均有更好的表达，为住户营造温馨舒适的居住氛围。

图：城家上海苏河瑞贝庭公寓酒店房屋装修图



（四）“政策型”项目深植党建元素于社区，面向外籍、高端人才客户启用双语管家增值服务

顶层指导公租房加速发展，目前已有多家国企平台入局公租房建设及运营工作中，在项目打造上，国企的长租公寓多会融入党建建设区，展示其作为国有企业的社会责任和公益形象，通过实际行动践行国家发展战略，增强公众对企业的信任和认



可；同时通过加强党的领导和政治引领，提高项目管理的效率和决策的准确性，确保长租公寓的政策和运营与国家政策导向保持一致，能更好地服务于国家住房保障的战略目标。国企的长租公寓融入党的建设区是一种积极的组织管理模式，有助于提升服务质量、加强党的领导、实现文化与价值观的传承，以及促进社区和谐安全。这种管理模式不仅符合国家政策导向，也能更好地满足租客和社会的需求。

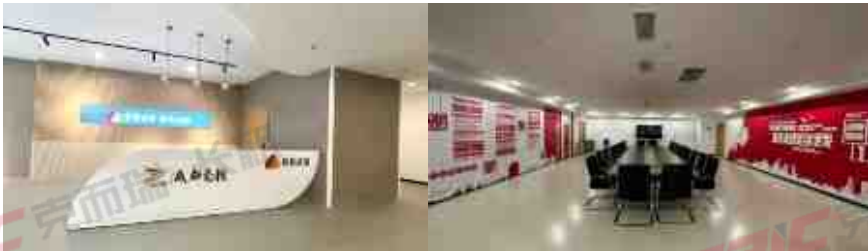
如有巢国际公寓社区宁波江南路项目是宁波首个投用的新建保障性租赁住房项目，公区配置空间除健身房、图书馆、亲子娱乐空间、自习室、公共客厅、培训教室、影音区等，还配置有党建服务中心，可通过举办党建活动，如社区清洁、安全检察、政策宣传等，增强社区居民的凝聚力，提高社区的安全感、归属感和信任感。

图：住建部党组书记、部长倪虹一行调研指导有巢宁波江南路店（左）项目党群活动（右）



此外，蓉善成家青年公寓作为成都交投集团第一个保租房项目，也同步配套了党建活动区、共享阅读区、共享健身区等多个功能公区场景，整个共享公共区域年轻且活力十足，此外社区定期举办党建社群活动，满足城市青年的居住仪式感、幸福感和归属感。

图：蓉善成家青年公寓接待台（左）、项目党群活动室（右）



Chapter Three/产品创新迭代趋势

在中国进入高质量发展阶段的关键时点，国际人才公寓的建设已成为地方产业升级的重要支撑之一，但国际人才公寓不能仅仅局限于居住功能，而是需要集创业、社交、生活于一体。基于此，部分运营人才公寓项目的国企平台公司，针对地方引进的高端人才、紧缺型人才和外籍客户的日常服务管理中，创新推出双语管家服务。如上海临港宸寓·云苑苑及长春保利和寓中央广场店分别推出双语管家服务和商务英语接待服务等，持续提升自身服务水平，以匹配租赁客户的生活服务需求。

图：某长租公寓项目接待外籍客户及物业管家服务现场图



图片来源于网络

二、细分模块设计趋势

行业“内卷”，如何通过产品与服务打造品牌差异化、为租户提供优质的租住体验，也成为了住房租赁企业能否脱颖而出的关键之一，在打造长租公寓项目时，重点关注房间配置、公区配置、软环境配置在内的各个模块的设计，以匹配当下租赁客户的具体需求，持续扩大自身市场竞争力和客户认可度。

（一）房间配置

1.小户型注重全屋功能性，更强调收纳空间的极致利用

在寸土寸金、高容高密的城市环境中，极小住宅成为一部分人的安身之选，同



样极小公寓也应运而生，去迎合这些追求极致性价比的租客们。“麻雀虽小，五脏俱全”说的就是这样的极小户型，它们往往更加注重房屋的功能齐全、空间明确、收纳能力等。今年多数长租公寓项目在产品打造上更加注重小户型的储物收纳空间布局，在装修过程中侧重空间利用率，尽可能做到空间不浪费，让租客感受到租房的物超所值。

作为“小户型装修典范”的日式产品设计，无论是一户建还是公寓产品，其内部功能布局和回游动线都十分考究，近年来国内参考日式产品设计的项目逐步增多，市场认可度亦在持续提升。深圳泊寓梅林关旗舰店项目便以日系装修风格进行产品设计和收纳系统布局，并配置“轻定制居家系统”，以“小空间、大收纳”为切入点，重构空间布局，模块化家具适应各类用户需求；充分利用垂直空间，增加收纳，如墙面收纳，洞洞板等，实现以功能为导向的日系立式收纳系统，项目39m²的一居室内收纳空间便可放下20个行李箱，极大提升住户空间体验；产品力提升在项目3批次筹开实现房源100%预满租的好成绩。

图：深圳泊寓梅林关旗舰店39m²一居室户型图及室内空间呈现



保利和寓广州智慧城店的产品中，最小户型为21m²一居室，该户型在极致的房屋内做到空间分布明确，包含入户玄关空间、开放西厨、成品卫浴、生活收纳、个性办公、睡眠区及一步阳台；此外，该户型重点关注房屋收纳空间，多维度布局收

Chapter Three/产品创新迭代趋势

纳空间，多维度布局收纳装置，如在西厨区设置洗切炒全功能操作橱柜，并配置吊柜和底柜，最大限度增加厨房收纳空间；在办公区提升个性化集合挂物功能，配置洞洞板模数，满足租客个性化使用需求；生活收纳区为通高衣柜、侧收纳吊柜和床头柜的组合设计，不浪费柜子上方空间，避免灰尘积累的同时，为租客提供尽可能的收纳空间；睡眠区床底净高0.28米，可容纳24寸行李箱、租客的大部分行李及储物盒等；此外，在入户玄关区，将管井包至内部，配置玄关柜，最大程度增加储物收纳空间。

图：保利和寓广州智慧城店21m²一居室户型图及室内空间呈现图



魔方公寓北京昌平地铁站店，也将收纳空间做到了极致，公寓整体空间被重新解构，在玄关、厨房、休闲区、睡眠区、衣柜5个重点功能区域进行收纳设计，设置了5885升的收纳空间，相当于130个20寸登机箱。

图：魔方公寓北京昌平地铁站店25m²户型图及收纳容量展示





2.装修风格多元化，用材用料更考究

①多种主题装修风格，支撑大社区大房量单一面积出租表现

目前R4土地新建的租赁大社区项目持续入市，客户对其整体性、完整性打造的概念更加新鲜，但对于运营商来说，一个租赁大社区内可能会有几千套房源，后续可能会面临出租困难等问题，因此在项目打造上，除了差异化设计户型面积以外，企业还会在同户型或同面积的产品中，进行不同风格的装修，以满足客户对于房屋内部装修设计的不同需求，大大提升项目的出租表现。

城家上海大场国际社区项目为新建R4租赁大社区项目，项目于2024年4月开业，房源数达1384间，产品均为16-18.6m²的一居室户型，其中16m²产品作为主力户型，占比达94%，产品同质化严重；基于此背景，企业基于目标客群偏好，设计了诧寂风格、萌宠风格、现代简约风格、绿色低碳风格、包豪斯风格5种主题房间，多样化的户型装修考虑为年轻客户提供多样性的选择，2024年至今实现出租率96%的优异表现。

图：城家上海大场国际社区产品5种主题设计效果图



② 硬装用材用料更精细化考量，强调绿色健康

长租公寓区位、配套等先天条件难以改变，因此大多项目开始着重由室内空间组成的居住单元，强调“重硬装，轻软装”的基调，也有不少公寓意识到家装的颜值，因此各运营商一方面严格把控项目的投入成本，另一方面也在寻求最优的室内

Chapter Three/产品创新迭代趋势

设计方案和装修用材。在建筑层面，很多开发商开始使用绿色建材赋能产品力，对于墙体材料、保温隔热材料、玻璃、地面等绿色建筑材料的使用，不仅可以打造绿色健康且能耗低的居住空间，同时也能减轻租客的能耗负担，从环保和节能的角度赋能租住产品力。

长春保利和寓中央广场店通过集团统一选材标准，用材用料注重安全和绿色健康，在客餐厅、厨房卧室地面均铺木纹地砖铺装设计，让空间更加温馨，让家人生活在自然木色所缔造的空间中，使人身心愉悦，创造最佳睡眠环境；卫生间地面铺设天然仿奢石纹理，为空间增添新的质感。房屋吊顶部分，客、餐厅、卧室天花区域均为3米高的层高，提高空间舒适性；玄关、厨房、卫生间层高均为2.4米层高，并采用防潮、防污的米白色铝扣板天花，质地更加轻便耐用；室内的整体工程满吊天花设计，隐藏所有管线，使整个房间感官更加干净整洁。

图：长春保利和寓中央广场店D1户型36m²房间配置展示



上海@HOME爱住·安亭项目是致力于为多元人才提供具备“归属感、家庭感、品质感”的城市理想租赁社区，项目次用温馨简约的风格，房间整体颜色以原木色和米白色为主；浅色系家装，原木色纹理，融入绿色有机生活理念；同时注重用材材料的安全性，全屋壁纸设计，配置品牌家电，绿色植被点缀房屋，提升室内居住品质，打造精致生活空间，为租客提供更优的居住环境。



图：上海@HOME爱住·安亭房间配置展示



3.厨房模块转型至功能性主导，“U”“L”型格局取代“一”字型

在传统认知中，部分客户租房租客只是方便工作，加上工作较忙，下厨的机会少，很多长租公寓是不带独立厨房的，即使有，也只是布局开放式“一”字灶台。但随着前序疫情封控、外卖新闻频出等多重外部因素，部分租客认为厨房往往是家传递爱心和交流互动的地方，即使是一个人租房居住，也能通过下厨来获得满足感，通过烟火气来慰藉孤身在外的心灵，人们对厨房的需求持续提升。

为了匹配客户不同需求，企业在厨房配置上持续调整，如济南城发成家湖畔you+项目，配置38/40m²一居室和79m²一室一厅，所有户型将阳台空间设计为U型明厨，解决做饭油烟问题，屋内生活区空间感更大，显著改善租客居住舒适度；西安城轨曦寓·雁鸣苑项目产品配置27-49m²开间、41-61m²一室一厅及72m²两室，所有户型厨房均为L型设计，充分利用厨房拐角处，将洗涤、料理、烹饪围绕一个三角区域进行布局，增加空间利用率的同时，租客厨房使用动线更加流畅。

图：济南城发成家湖畔A1/A2户型图及U型明厨现场图



图：西安城轨曦寓·雁鸣苑39㎡单间户型图及L型明厨现场图



4. 新建项目依仗阳台模块铸就核心优势，改造项目仍借助室内加装延续晾晒功能

以前，公寓产品多为阳台与室内空间连通设计，以提升房内采光通风和整体空间感，但租客在选择租房时，会首选空间开阔、采光好，居住体验好的房间，但目前市场上大多数公寓产品都是改建而成，改造后的长租公寓受到先前物业条件的诸多限制，其中朝向等问题可操作空间较少，同时往往欠缺独立阳台模块，而晾晒功能多通过在房间内部加装晾衣杆，或配置洗烘一体的项目实现晾晒功能。但在采光上，可通过布局等方式尽可能进行优化，如前文提到的城家上海苏河瑞贝庭公寓酒店，再比如城开·萃社区，项目拉宽了房间面宽，从一窗增加为两窗，窗户数量增加了一倍，但采光效果好了却不止一倍。

图：城开·萃社区开间双窗户型现场图



除此以外，越来越多的新建类租赁大社区项目更加注重独立阳台的配置，如有巢国际公寓社区宁波江南路项目，配置有28㎡和31㎡的一居室产品，其中阳台面积



占比10%，在小而精的空间内，适当配置阳台生活区，一个小小的阳台虽然在面积上没有实际增加多少，但是在房间的实际使用上，大大增加了租户的使用感受，不仅仅起到了晾衣“干湿分离”的作用，独立的阳台也能为房间增加更加宽敞的视野和采光，满足客户的日常生活洗衣晾晒的空间需求。

图：有巢国际公寓社区宁波江南路店28m²一居室户型图及现场图



5.卫浴采用玻璃/墙体/浴帘分离，强调独立空间，尽量保证干湿分离

不管是家庭居住空间，还是长租公寓，卫生间的功能通常都会包含三个部分：马桶、淋浴房、洗手台盆；而公寓卫生间的干湿分离是房间装修品质的一个重要指标，主要避免淋浴和马桶设置在一起，造成马桶周边的地面长时间潮湿积水，客户居住和使用的体验很差。因此目前市面上多个公寓项目均采用干湿分离的方式布局卫浴模块，强调设计合理舒适，同时提升房间使用面积。苏州东延四季公寓包括多人间等的所有户型均采用玻璃隔断、洗漱台外部设计等方式，进行卫浴空间的干湿分离设计，避免淋浴积水等问题。此外，当成本预算有限时，淋浴间也可以考虑使用挡水条+浴帘的形式设计，浴帘的垂直底端应落位在挡水条的内侧，以防止水飞溅出来，如龙湖冠寓杭州九堡丰收湖店产品设计就是采用该形式，解决干湿分离的问题。

图：苏州东延四季公寓干湿分离的卫浴模块现场图



图：龙湖冠寓杭州九堡丰收湖店32m²开间户型图及卫浴模块现场图



6. LOFT产品分离生活动静流线，空间利用更充分合理

相较于传统平层产品，LOFT跃层形式的公寓产品更具备优势，双层空间动静分离，功能分区明显，一层为社交会客空间，二层为私密休憩空间，两层之间可以减少生活上的相互干扰，动区有餐客厅区域等，活动相对频繁，静区有卧室等区域，相对安静，隐私性更加。陆家嘴乐居数智天地·悦庭11项目产品配置有45m²LOFT户型，超大落地窗保证了整个空间的明亮度和采光性，双层空间提升住户的生活品质。

图：陆家嘴乐居数智天地·悦庭11项目45m²LOFT户型图及现场图





7.科技植入长租公寓，智能化设施精准匹配年轻租客智慧社区诉求

当下“Z世代”的年轻群体成为了租赁行业的主力客户，这些年轻客群在选择长租公寓时，更加看重交通、租金以及产品品质以外，“智能化”成为产品的关键词，而全屋智能系统在长租公寓中的应用，不但具备提升用户体验的优势，在运营商的角度，亦可提升自身高效运维的能力、智能化管理能力和成本管控能力。总而言之，智能化程度更高、能耗更低的长租公寓，正逐步成为长租公寓行业的重要发展趋势之一。

深圳城市家·AI小镇店是租无忧联合建设银行、阿里集团、小米智能、美团生活、顺丰物流及其他智慧生活服务供应商，携手为大运AI小镇打造的国内首个大型AI智慧租赁社区，社区大量集成线上信息化智慧管理和线下智能设备等，租客可从VR选房、线上签约、办理入住、智慧生活、共享设施、衍生服务等各方面享受基于大数据的高度定制化智慧服务，提升客户体验感和便捷度。芷岸轻居·北京亚运村项目在产品配置中，增加全屋智能家电，全自动洗衣机、智能小度客控系统操控全屋设备等，此外，屋内的灯光、窗帘、电视、空调等均可语音控制，满足客户对智能设备的需求和高品质的生活体验，同时提升自身市场竞争力。

图：深圳城市家·AI小镇店现场图



(二) 公区配置

1.多元公区配套满足住户全时段生活需求，高端项目注重公区品质感、高级感

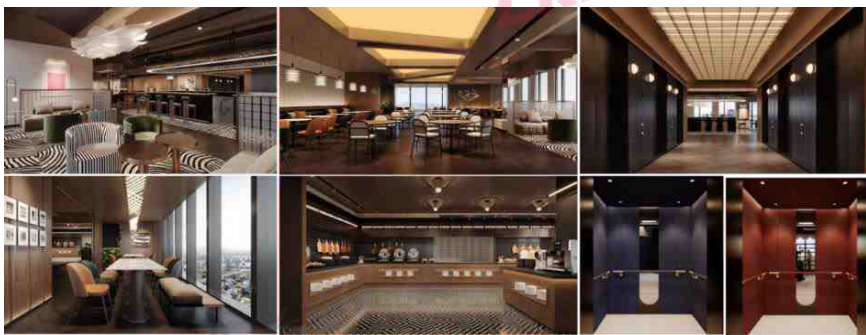
行业不断提升发展步伐，新入市的长租公寓项目在公区的设施配置上基本形成

Chapter Three/产品创新迭代趋势

普遍化，针对不同年龄段、客户职业等分类，配置健身房、儿童乐园、读书区、户外健身跑道、室内健身房、共享空间、共享厨房、休闲吧等，满足租客全时段的生活配套需求。随着市场竞争环境逐步加剧，越来越多的长租公寓项目不断精进自身产品打造能力，一些高端长租公寓项目在公区装修和配置上持续提升，更有长租公寓项目专门在入口处设置迎宾区，还有长租公寓项目配置了恒温泳池、水疗中心等休闲娱乐设施。

上海苏河瑞贝庭公寓酒店的客户定位为居住环境、生活品质、服务及管理有较高要求的都市精英人群，因此在产品设计上，针对具有鲜明的个人特色、独到的生活品味、多元化生活模式及行为习惯的目标客群，打造“好看、好食、好客、有趣”的公区配置，项目的大堂格调调整体摩登、复古、高级，强烈色彩的电梯轿厢、艺术感的电梯厅作为客户第一触点；并将接待前台与水吧结合形成具有仪式感的中岛，形式多变的休息区、具有“咖啡吧”氛围，满足日常休闲、洽谈、会客场景；功能完善的厨房与取餐区、宽阔的用餐区，提供早餐，也能灵活做沙龙等活动，可开可合的会议室也兼顾团体、家庭、员工用餐需求，整体兼顾功能与灵活运营；在公区娱乐设施上，多种娱乐设施，台球、影音室、电竞室满足下班后的休闲生活需求，整体装修高端大气，提升项目整体的居住品质感；此外，利用顶层超大景观露台打造绿地休闲区、宠物乐园区，为“毛孩子”打造一片专属休闲区。

图：上海苏河瑞贝庭公寓酒店公区部分展示图



2.新建项目强调户外绿化，将社区与绿色/健康/生态/自然融为一体



目前R4地新建项目接连入市，作为租赁大社区，与传统地产住宅同理，客户关注社区内的公区绿化，因此企业在项目规划阶段，便将绿化纳入重点考虑项之一，将客群需求置于核心，精心打造绿色、自然的生活空间，并为吸引人群并激发情感共鸣，公区引入趣味共享的主题雕塑，为空间增添活力与趣味，建立多元化的社交平台，以促进人与自然之间的交流与互动，构筑一个温暖、充满活力的社区环境。深圳寓见安居·萃云阁项目为白领及家庭型住户打造的租赁社区，项目以围合式空中露台花园+外围底商的形式进行整体打造，该项目整体绿化率达40%，为住户提供动静皆宜、安全便捷、绿色宜居的居住环境。

图：深圳寓见安居·萃云阁总体规划图及公区绿化实景图



3.商业多线发展，造多元便捷生活，兼收自营与租金

过去的租赁住房更多的是地产逻辑，房租的高低与地段和周边配套有关系。但目前租赁大社区项目逐步增多，因大型租赁社区产品体量大，租客年龄跨度大，所需服务需求亦更多元。部分社区内除了配置自动售卖机等基础商业配套，还自行建设了一整套完整的项目配套，不仅包括生活所需，还包含工作所需，可以实现人们无需走出社区即可完成生产和生活，成为了覆盖更多元化需求和不同生命周期的长期生态社区，相应的这些社区的盈利点也从原本单一的租金差，拓展至其他商业空间的运营所得。

“宽庭荟”是城投宽庭配套服务子品牌，其规划面积比例大于等于社区面积的12%，主要由公共配套服务、配套商业、特色商业三大模块构成，涵盖租赁客群的日常基础消费。其中公共配套服务满足租户的基本租住服务需求，满足客群全时生活需求，业态主要包括公共客厅、共享洗衣房、健身房、阅读区、休息区等，企业自营，并提供给租赁客户免费使用；配套商业满足租户基本生活消费需求的同时，

Chapter Three/产品创新迭代趋势

承载周边15分钟生活圈功能需求，企业通过招商引入非连锁品牌商家，或企业自身进行业态孵化品牌，主要业态包括便利店、果蔬店、中餐厅、咖啡厅等，如自营品牌宽璟轩、美宜佳便利店、咖啡馆“WE”等；特色商业作为每个社区的活力引爆点，形成与周边差异化的商业，具有差异化和特色业态布局，如特色主题餐厅、休闲小铺、社区“网红店”、共享体验、桌游、宠物互动店等。

图：城投宽庭“宽庭荟”配套服务已开业部分展示图



浦发有家·康泽社区是由上海浦东发展（集团）有限公司开发、上海浦发有家房屋租赁有限公司运营管理的大型综合租赁社区，占地约84740m²，打造10栋公寓楼，可提供2149套租赁住宅房屋和1185个机动车停车位，项目社区定位为“最懂你的社区”，引入各种休闲业态、便民业态、功能性业态、育乐业态，并在公区空间增加人性化配套，如租赁中心、快递收纳区、洗衣区、宠物空间、烘焙厨房、快递收纳、健身运动、自习阅读室、亲子中心、儿童活动空间、电竞区、影音室等区域，在社区内即可完成客户的所有生活场景需求，目前公区场景的开展主要针对社区内居民，后续暂未披露是否对外开放，若对外开放将持续提升社区整体的盈利表现。

图：浦发有家·康泽社区社区商业配套示意图





珠海横琴勤政公寓配置有室内恒温泳池、健身房等，目前针对社区居民免费开放，相关负责人披露后续考虑对周边企事业单位高端人才开放，以此提升自身项目多元创收能力。此外，大横琴·琴海公寓（斗门大横琴5.0产业新空间店）除配置有基础公区设施外，还增设屋顶花园和休闲区，设置饮品店、小吃店等，多元增加项目营收。

图：大横琴·琴海公寓（斗门大横琴5.0产业新空间店）公区展示图



4. 个性化、差异化公区布局精准匹配受众客户，增强核心竞争力

行业市场竞争环境越发激烈，企业从不同维度进行社区及产品升级迭代，此外还从当下热点领域、客群喜好等维度，增加个性化设施布局。针对长租公寓的公区，优先规划使用频次高，需求性强的功能，延伸卧室空间，解决租客的生存问题，如共享厨房，洗衣房，烘干房，晾晒区，健身房，休闲区；其次是找到精神世界的满足感和归属感，提高租住的稳定性，如咖啡厅，网红书吧，影音区活动区，社交空间以及多种多样的社交活动，甚至要结合一些IP进去，讲好社群故事；其次是能够像超级社区一样，给租客更多学习和实践的空间，满足成长性需求，在多种公共空间之外，更注重共享办公，创想空间。

北京华润有巢君工无忧社区项目的客户职业主要在航天、船舶、核工业、电子等军工行业，其中85%为技术员与设计岗位，日常加班情况较多，客户更加关注居住舒适度和健康的社区环境；因此企业除了布置更温馨的室内环境以外，在公区部分也增加了很多个性化的设施，如设置400m²的下沉公共客厅，并配置接待区、

Chapter Three/产品创新迭代趋势

休息区、阅读区、自习区、娱乐区、影音室与健身房，满足客户平时生活休闲需要；其中针对使用频率最高的健身房与外部企业进行合作，配置专业教练，以低廉的价格为住户提供专业的健康管理服务。

图：北京华润有巢君工无忧社区合作健身房展示图



深圳泊寓南头古城店项目作为城市更新典型项目，公寓楼栋分散片区各地，片区公区分为四个分区打造，分别为历史怀旧区、文化创意区、艺术文化体验区、品质生活区，因此企业在项目公区可发挥空间更大，个性化配置不同公区设施，已匹配片区差异化发展特性，如在历史怀旧区引入带有历史感、勾起大家回忆的老品牌老装修店铺；在文化创意区导入工业设计、演艺娱乐、当代艺术等创意类产业；在艺术文化体验区引入与策展空间调性相符的艺术休闲餐饮、酒店、书店等。

图：深圳泊寓南头古城店公区不同片区配置展示图





（三）软环境配置

1.品牌搭建线上app常态化，实现租户办事实时响应

在当今竞争激烈的长租公寓市场中，如何实现高效管理、提升运营效率、优化租客体验，成为了众多公寓管理者面临的主要问题，目前多家入局租赁行业的品牌均搭建有线上平台，从在线看房、VR看房、在线选房、电子签约，到入住、交钱、报修等，再到入住后的社区服务、社区活动推介、社区信息通知等，均可通过一部手机轻松实现。龙湖冠寓福州上渡九里晴川项目基于APP可实现住户全流程线上办事服务管理，提供包含但不限于缴水电费、缴租金、故障报修、投诉服务、活动信息、增值服务购买、价格展示、房源公示、优惠服务参与、搬家服务、工具租赁、闲置转让等等，项目的数字化管理，持续提升客户的服务体验效率，企业亦可提升自身成本管控能力。

图：龙湖冠寓福州上渡九里线上APP展示图



2.增值服务更精细化，让住户安全无忧，注重客户粘性

目前社会经济环境相对较弱，城市人口支付能力下降，加之保租房和个人房源“以租待售”持续入市，导致行业供给端持续增加，长租公寓运营商为了应对激烈的市场竞争，持续考虑为租户提供更加丰富的选择和更加优质的服务水平。对于分散式租赁住房的签完合同直到退租，租户和房东可以说是两不相见，即便房间出现故障或者损坏需要维修，沟通成本与沟通效率也较差，但集中式长租公寓可为住户提供标准化管理与管家实时沟通服务。因此作为集中式长租公寓项目，各种增值服务逐步成为抢占市场、吸附客户的主要手

Chapter Three/产品创新迭代趋势

魔方公寓北京昌平地铁站项目在社区服务中，生活服务服务包含免费保险、免费维修、打印复印、定期社区活动、代收快递外卖、免费网络、共享充电宝、洗衣房等，安全保障服务包含人脸识别门禁、电子门锁、24小时安保、管家服务等；此外，每个月举办社群活动1-2次，还举办七夕节、端午节、中秋节、每月生日会等活动；不断创新推出多元化的增值服务，提升客户的社区粘性和续租率，实现项目价值与效益最大化发展。

图：魔方公寓北京昌平地铁站项目社区服务及社群活动展示图



上海大华享寓·公园城市大康路社区项目提供住户享受租售同权服务，保障居住合法性，并提供管家式贴心服务，协助解决居住生活难题；配备24小时全方位智能安保服务，居住安心；同时项目增值服务持续升级，与各大品牌合作，为住户提供更优的社区服务。

图：上海大华享寓·公园城市大康路社区社区服务展示图



CHAPTER FOUR

企业产品力升级表现/

一、租赁企业产品力升级表现

2024年，国务院新闻办公室举行“推动高质量发展”系列主题新闻发布会，住建部表示：保障性住房是政府工程，是民心工程，保障性住房更应该建成“好房子”。可见，当前不仅改善性商品房追求“好房子”，租赁住房高品质发展亦是大势所趋。

该方向的提出意味着未来租赁住房的产品力竞争将更加激烈，从而对运营商的综合实力要求也将相应提高，特别是具备较强产品设计能力和品质项目打造经验的企业，有助于进一步延伸其轻资产服务；而对于当前还未规模化布局或未涉足该领域的企业来说，也将成为新的行业入局机会点。在此背景下，设计更加符合租户预期的产品，不断进行产品迭代升级，或是企业在未来立足租赁住房市场的制胜法宝。

（一）企业战略动态盘点

买方市场导向下，多数企业选择向上拓宽市场，通过产品升级或者打造中高端或高端的产品线抢占市场。空间功能界定与设计、产品品质、收纳细节、智能化、公区打造等方面，均成为提升产品力的重要方向。

分企业看，领寓国际、中海长租公寓发布租赁3.0产品；泊寓推出多人宿舍产品线品牌“泊寓|安舍”，同时升级泊寓2.0产品；招商伊敦聚焦高端服务公寓领域发力，上半年新换牌上市深圳半山壹棠服务公寓，下半年首入上海打造当地首家壹棠服务公寓；另城投宽庭对江湾社区建面67m²的E2户型进行了全面升级；龙湖冠寓持续对装修颜值、室内空间，以及公区配置、服务标准等方面进行升级，高度匹配年轻人的租住需求；郑州城发落实市委“为凤筑巢”的要求，更好的满足客户个性化需求，正在研发“酒店式”人才公寓2.0产品体系；此外，方隅公寓5.0产品落地上海。

表：已发行保租房公募REITs基本信息及底层资产盘点

企业	主要内容
领寓国际	2024年6月，上海松江西部科技园柚米社区正式开业，领寓3.0产品同期发布。
城投宽庭	2024年4月城投宽庭对江湾社区建筑面积约为67m ² 的E2户型进行了全面升级，一方面优化空间的功能布局，另一方面注重细节设计。



企业	主要内容
万科泊寓	2024年，泊寓推出多人宿舍产品线品牌“泊寓 安舍”，为企业提供定制化宿舍建设及运营服务，打造有安全、有尊严、有干净、有便利、有温度的集体住所。 泊寓青年产品经过多个项目实践，通过对新世代用户深层需求和情感关注的进一步洞察，升级泊寓2.0青年居住生活范本。
中海长租公寓	发布租赁产品3.0，在户型对标人群定位方面重点参考“职业”做差异化打造，同时注重多元空间打造和功能设计，同时注重社区氛围营造。
招商伊敦	聚焦高端服务公寓领域发力，4月招商伊敦新换牌上市深圳半山壹棠服务公寓，下半年首入上海，打造当地首家壹棠服务公寓。
方隅公寓	5.0产品—上海颀桥方隅公寓开业，在对自己目标客户进行深入研究后，将空间维度与时间经度交织，提出6大空间、6段时间、8项配置的“6+6+8”产品设计理念。
龙湖冠寓	对装修颜值、室内空间，以及公区配置、服务标准等方面都进行了升级，高度匹配年轻人的租住需求，如装修方面采用现代雅致的设计风格，公区布局健身房、客厅、台球室、桌游室、观影区等
郑州城发	落实郑州市委“为凤筑巢”的要求，更好的满足客户个性化需求，正在研发“酒店式”人才公寓2.0产品体系。新产品将采用“酒店式”房屋装修。参照“全季”“亚朵”等品牌酒店的装修风格与功能配置，待产品设计定型后，可在人才公寓的装修中应用，推动人才公寓房屋装修品质向酒店客房的标准靠拢。

（二）企业新产品特征分析

典型企业表现看，上海城投在2018年便投身租赁住房领域，并于2019年正式发布租赁住房品牌“城投宽庭”。五年时间，城投宽庭已建设运营8大社区，入市13279套租赁住房，累计服务超24000名住户。

2024年4月，城投宽庭对江湾社区建筑面积约为67平方米的E2户型进行了全面升级。此次升级不仅优化了空间的功能布局，还在细节设计上下足功夫。主次卧室均配置了双人床，并采用移门固定的衣柜设计，既增加了收纳空间，又保持了简约美感；厨房的餐边柜设计，进一步提升了空间利用效率和实用性。这些改进不仅展示了城投宽庭对美好生活的极致追求与持续创新，也彰显了其致力于为追求品质生活的住户提供独特居住体验的决心。不仅在硬件设施上精益求精，更在用户体验上不懈努力，提供便捷且充满活力的居住体验。

图：城投宽庭江湾社区室内空间实拍图



图：城投宽庭江湾社区实拍图



中海友里公寓深圳红山店开业暨3.0产品上线，满足当代年轻人对“家”的新期待。在户型对标人群定位方面，中海将职业作为一个重点的参考，针对90后品居型白领、海归等群体，会精心打造50m²舒适一房一厅户型，且占比达80%。对于自媒体从业者、博主网红等爱宠人士，打造83m²的两房两厅户型。而为外派中高管（有孩）、日韩客户、好基友&闺蜜等群体量身定制的95m²两房两厅两卫户型，搭配咖啡自由的餐边柜以及可自由选择办公或健身的空间，彰显对高品质生活的追求。

在多元空间和功能设计方面，涵盖集中储物、分散储物和移动储物、厨房橱柜拉篮、分类收纳鞋柜、床底液压收纳空间以及洞洞板分散型收纳等，让物品各得其所。

此外社区氛围营造也是一大亮点，通过举办如“宠爱友里”等丰富多彩的社群活动，为租客搭建交流互动平台。租客在此分享宠物趣事、交流养宠经验，宠物嬉



戏娱乐，增强情感联系和归属感。

图：中海友里公寓-深圳红山店（3.0产品）



针对高端人才，郑州城发认真落实郑州市委“为凤筑巢”的要求，更好的满足客户个性化需求，正在研发“酒店式”人才公寓2.0产品体系。新产品将采用“酒店式”房屋装修。参照“全季”“亚朵”等品牌酒店的装修风格与功能配置，围绕环保、节能、安全、舒适、美观的装修目标，开展样板间试验，待产品设计定型后，可在人才公寓的装修中应用，推动人才公寓房屋装修品质向酒店客房的标准靠拢。

图：城发江山美寓（左）、荣泽美寓（右）



二、典型租赁企业产品力迭代案例解读

（一）泊寓：升级2.0青年公寓产品

1.企业概况

泊寓是万科旗下长租公寓品牌，深入践行万科“城乡建设与生活服务商”的集团战略，秉承“让漂泊寓见温度”的品牌理念，为漂泊在城市的新市民提供“有温度”的综合性租住社区。

Chapter Four/企业产品力升级表现

泊寓在全国集中式长租公寓运营机构中保持规模第一、市场份额第一的同时，也保持了行业领先的运营效率。截止当前，共运营管理24.7万间长租公寓，开业18.7万间，出租率和客户满意度双稳定在95%以上。

泊寓业务布局全国 29 个城市，以一、二线城市为主，开业数量在北京、深圳、广州、成都、武汉等 26 个城市排名前三。同时，泊寓积极响应国家纳保政策，所管理的租赁住宅中，有11.7万间纳入保障性租赁住房，亦排名行业第一。

图：万科业务布局图



2. 产品理念及特征变化

泊寓不断完善业务产品线设置，现已形成多人宿舍、青年公寓、中高端公寓等多种针对不同用户群体的产品线，旗下拥有品牌安舍、城市青年家、院儿、富瑞斯等，累计为超过80万名客户提供高品质租住空间。

泊寓青年公寓3条产品线，提供满足不同阶段、需求、支付能力的居住产品，其产品也经过多项目实践，通过对新世代用户深层需求和情感关注的进一步理解洞察，升级泊寓2.0青年租住生活范本，其具体升级模块主要涉及两大方面：

①居住空间从“高性价比”到“高质价比”，价格“刚刚好”，性能“超预期”，通过功能、收纳、情绪、细节四个维度精细化设计。

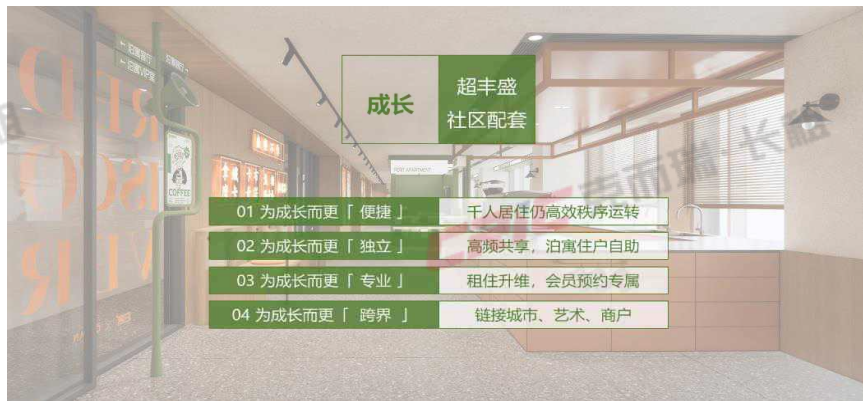


图：泊寓2.0居住空间升级亮点



②社区配套由满足基础娱乐和社交需求的共享空间，进一步升维，关注年轻人健康与成长，提供“超丰盛”专业配套空间与服务。

图：泊寓2.0社区配套升级亮点



3.泊寓2.0产品在项目层面的实际落地呈现

目前泊寓青年2.0产品已落地深圳·泊寓梅林关旗舰店、重庆泊寓·化龙桥旗舰店、广州三元里泊寓旗舰店等项目。

从居住空间看，其功能模块进一步完善，涉及学习、卫浴、家政、轻食、起居等7大基础功能模块，8组场景功能收纳，空间利用实用高效，16.9m²开间产品可容

Chapter Four/企业产品力升级表现

纳79个+24寸行李箱。户型起居空间方正，用户可根据使用习惯灵活调整布局，百变生活场景，娱乐随心。设计充分考虑用户的个性与爱好，例如：轻食模块外增设餐边柜，打造咖啡美酒个性角落；居室空间预留观影条件，细致设计投影仪电源、支架、幕帘等；标配一面DIY洞洞板装饰墙；部分房间预留宠物角设计。此外，通过集成床头柜、全屋灯光、家电部品、睡眠关爱等细节上进一步升级，提供超预期的小惊喜。

图：重庆泊寓·化龙桥旗舰店起居模块展示

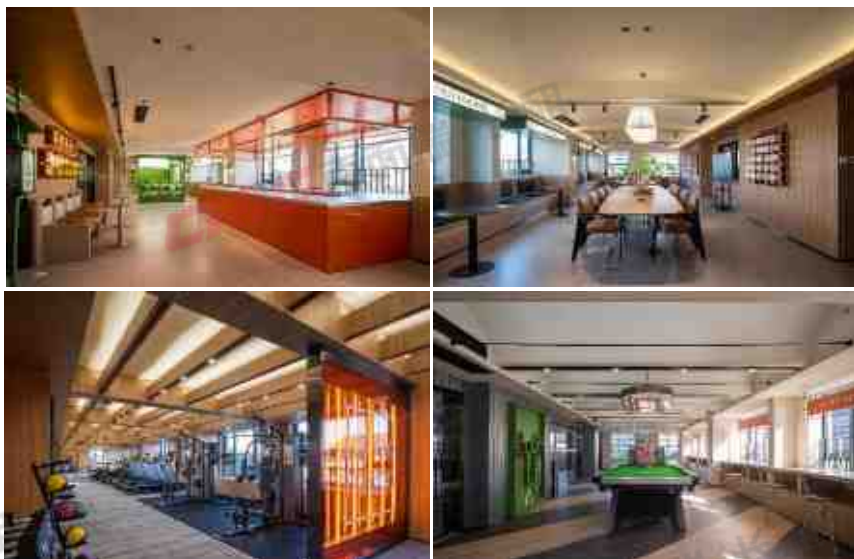


从社区配套看，通过对园区用户动线管理、服务动线使用和管理的精细策划，高效化解日常琐碎，保障数千人租住社区的安全与秩序，提高生活的便利和效率。标配8个最受租户喜爱、高频使用的共享配套，根据由动到静、多人使用到单人使用的场景需求，配套公区的空间设计也由“混合和氛围”转变为“独立和好用”。租



住配套“意义感”升维，提供专业运动、创业场所和服务支持，紧密链接住户的健康与成长。部分城市核心地段项目，设置一处跨界空间，进行文化、艺术、商业运营合作，与最有生命力的城市青年碰撞出多趣可能。

图：广州·泊寓三元里旗舰店公区配置



图：重庆泊寓·化龙桥旗舰店公区配置



4. 泊寓青年产品2.0市场反响

泊寓青年产品2.0落地市场反响极好，全新入市的深圳·泊寓梅林关旗舰店，分三批次开业，均在入市当天全部满租，此外，重庆泊寓·化龙桥旗舰店开业当前出租

Chapter Four/企业产品力升级表现

率也维持在99%左右水平，市场青睐程度高

表：深圳·泊寓梅林旗舰店运营表现

开业时间	2024.04.30	出租率 (%)	开业前三个月平均出租率	100%
整体租金坪效 (元/m ² /月)	119		开业至今平均出租率	100%
租金-不含服务费 (元/月)	3600-6500		当前出租率	100%
服务费 (元/月)	200	达到95%出租率周期 (月)	(开业前满租)	

表：重庆泊寓·化龙桥旗舰店运营表现

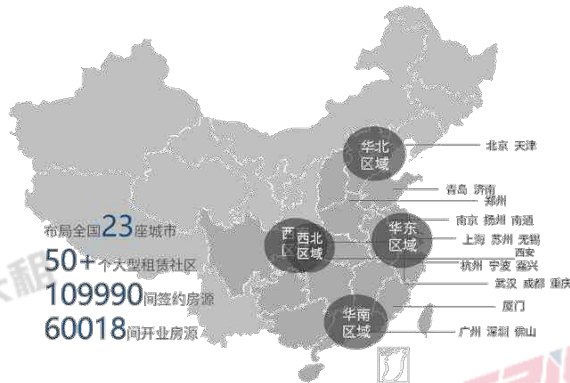
开业时间	2023.5.30	出租率 (%)	开业前三个月平均出租率	100%
整体租金坪效 (元/m ² /月)	45		开业至今平均出租率	98.34%
租金-不含服务费 (元/月)	1950		当前出租率	99.2%
服务费 (元/月)	/	达到95%出租率周期 (月)	(开业前满租)	

(二) 瓴寓国际：发布3.0租赁产品

1.企业概况

瓴寓国际是国内租赁住房领域领先的一站式综合服务商，致力于为企业客户提供全面的咨询顾问、运营管理和资产管理服务，覆盖租赁全业务场景。旗下共设三条产品线，综合型租赁社区柚米社区，白领公寓品牌柚米寓，服务式酒店公寓品牌博乐诗，覆盖用户全生命周期，满足不同阶段的租住需求。目前已布局全国23座城市，超50个大型租赁社区，共有6万余间开业房源。

图：瓴寓国际全国布局图



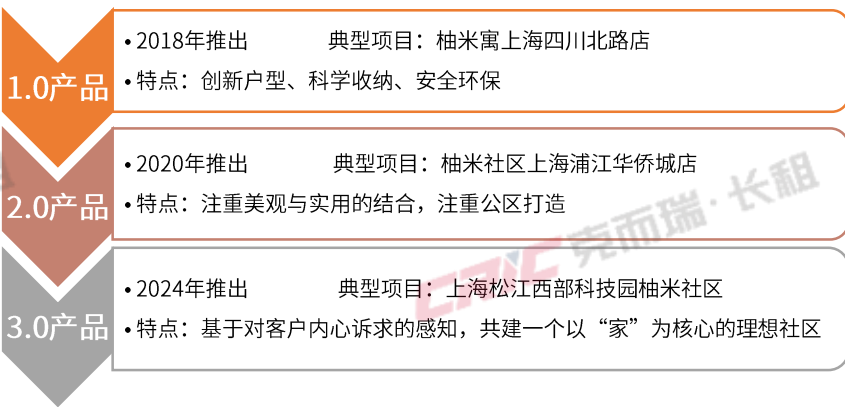


2. 产品迭代进程

领寓自2016年创办至今，产品上不断革新；先于2018年推出行业首个产品研发基地——领寓实验室，并建立了创新户型、科学收纳、安全环保的1.0产品标准。其落地的首个项目——柚米寓上海四川北路店，摘得“2019年·第16届精瑞人居科学技术奖长租公寓全装修优秀奖”

基于客户的入住体验和反馈，发现1.0产品在实际使用中出现功能错配的现象，即部分功能被过度使用，另一部分功能则少人问津。对此，旭辉领寓及时做出调整和创新，2020年，升级推出了全新2.0产品，包括柚米寓2.0公区、房间以及租赁大社区家庭房产品。

2024年6月，瓏寓3.0产品发布，打造的不再是单纯的物理居住空间，而是基于对客户内心诉求的感知，融入到设计、建造、运营全周期的整体租住解决方案——共建一个以“家”为核心的理想社区。



3. 产品理念及特征变化

3.0产品理念认为，租赁产品是一整套关于租住生活的解决方案，包含户型、配套、环境、服务等元素，并可以满足“一个孤独青年”的居住、社交、学习、健康、生活等需求。领寓国际通过精准的客户研究，借助空间解构重组的思维，在寻求“坪效提升”与“美好生活”最大公约数的过程中，总结出了“场景价值=空间舒适度×使用频率”的公式。

Chapter Four/企业产品力升级表现

其最大的亮点是基于目标客群的特征和居住需求，对“私密、半私密、公共”三类空间进行深研打磨，以满足租户对空间使用的人性化、个性化、社区化诉求。在瓴寓3.0产品理念中，租赁大社区可以被看成是一座功能设施完备的别墅：客户租到的房源就像起居室，是个人独享、高频使用的私密空间；通过分时享有的小会客厅就像客餐厅，是可提供一定边界感私密社交、中频使用的半私密空间；面向所有人开放的公区则更像运动场、休闲区，是生活场景无限延展、低频使用的公共空间。三类空间的拆解重组，让租户以可负担价格拥有了独立的居住空间和共享空间，加上便利的生活配套和社区文化的软性链接，从而有能力实现租住产品的高性价比与资产收益的高坪效。

图：瓴寓3.0产品三大空间特征图



4. 瓴寓3.0产品在项目层面的实际落地呈现

上海松江西部科技园柚米社区是瓴寓3.0产品的首个落地项目。该项目为2021年瓴寓国际与上海松江经济技术开发区管理委员会摘取的纯租赁用地打造，也是民企与国企在上海纯租赁用地获取上的首次联合创新。该项目自启动之初，便由瓴寓国际全程参与，从拿地前期精准的规划定位到产品设计，再到工程建设，直至最后筹开运营的全面布局，确保项目的每一个环节都能达到高标准，为市场带来高品质的租赁产品。



图：上海松江西部科技园柚米社区外立面效果



作为领寓3.0产品首个落地项目，上海松江西部科技园柚米社区为租客带来“不止于住”的全新生活方式，实现“25平米空间，别墅级体验”的居住感受。

私密空间打造上：作为居住核心凸显人性化，领寓借助精准的客户研究和大数据分析能力，模拟出135种生活场景，同时结合AI工具，形成影响居住舒适度和使用频率的户型7大评价原则，算出与价格、增长率密切相关的最大边际，真正得出“我们的客户真正需要什么”，并反哺到租赁住房的产品设计与定价。最终呈现的产品，以恰到好处的空间尺度、彰显生活秩序感的细节，达成了坪效利用与居住舒适度的平衡，让单身青年获得了“小面积大体验”的居住感受。项目内容提供包括一室户、一室一厅、两室一厅等多达五大类共计十二种户型，建筑面积从26m²-68m²不等，能充分满足单身青年、小夫妻、亲子家庭、二人合住等不同类型租户的多样化需求。

图：上海松江西部科技园柚米社区室内空间



Chapter Four/企业产品力升级表现 Chapter One/产品力发展背景

半私密空间打造上：是瓴寓3.0对行业同类型产品的创新，首次在租赁社区内规划出了私密社交场所。作为居室功能的外延，半私密空间具有特点分明的场景分化，可以根据租客不同的需求，在15分钟内实现家庭聚餐、小型派对、私享沙龙、影音桌游等不同社交场景的转场。社区还提供场地专属布置等附加服务，进一步提升租户对场景使用的便利度和对空间的拥有感。

图：上海松江西部科技园柚米社区会客厅



公共空间打造上：上海松江西部科技园柚米社区则为租户提供了更多社交可能，支撑并延展出功能丰富的生活配套，分为健身中心、大会客厅、自习室三个区块，无门槛面向社区所有个体开放。不同于以往租赁产品、公共空间集中式的建造，瓴寓国际尊重租户生活习惯，将活动场景分区落位，三个功能区块分别位于不同的楼栋，形成群体与个体间互不干扰、动静分离的行动模式。同时坚持“内外融合”的理念，让活动氛围充分外溢，激活和引导更多个体参与社群活动，使用公共空间。

图：上海松江西部科技园柚米社区公共空间





此外，社区还配有2500平方米的底商，打造涵盖超市、餐饮、休闲及生活服务于一体的多元化业态，租客能在步行10分钟的范围内，轻松满足日常购物、就餐等全方位需求，极大增强了生活的便捷性与舒适度，让每一位租客都能享受到便捷高效的都市生活节奏。

5.3.0产品市场反响

上海松江西部科技园柚米社区作为松江区最具规模的保障性租赁住房社区之一，目前可提供房源2252套，可服务4000多人。开业至今，柚米社区以其人性化、个性化、社区化的特点，吸引了重点企业的员工、长三角G60科创走廊人才以及一大批来自松江大学城的高校应届毕业生相继入住，当前出租率水平79.3%，整体租金坪效79元/m²/月，续租率50%，整体运营情况良好。

表：上海松江西部科技园柚米社区运营表现

开业时间	2024年4月30日	出租率 (%)	开业前三个月 平均出租率	25.32%
整体租金坪效 (元/m ² /月)	79		开业至今 平均出租率	50.98%
租金-不含服务费 (元/月)	2614		当前出租率	79.30%
服务费 (元/月)	/	达到95%出租率周期 (月)		/

CHAPTER FIVE

未来产品发展趋势预测/

ChapterFive/未来产品发展趋势预测

随着行业规模持续扩张，应对市场竞争，长租公寓项目产品打造将呈现“内卷”加剧的格局，各类设计分明、特立独行的社区或将逐步入市，抢占“Z世代”年轻主力租赁客群。主题化社区成企业产品打造方向之一，如宠物主题公寓、电竞主题公寓、国潮主题社区、运动主题社区等，通过独特的主题设计和装饰吸引租客，提升市场竞争力。此外，在项目外立面设计方面，将大胆运用色彩营销，加强体验带入感以及增强视觉冲击力，加深客户对产品的印象；并运用大面积玻璃幕墙外立面，加上定制铝板线条，勾勒出建筑的现代感和艺术感，同时为室内提供充足的采光和绝佳的景观视野，在视觉上放大室内空间。再者，在室内功能模块方面，自由组合功能分区，个性化定制产品或成主流趋势之一，设计力求达到尺度、舒适度和经济效益之间的合理平衡，其中，“极致收纳”仍为产品打造关键词。

除了产品“硬件”更多元化以外，社区服务等“软实力”也成为运营商持续探索发展的方向之一，如智能化数字化社区运营，看齐星级酒店服务水平，在大堂设置迎宾区，快速响应客诉，24小时管家服务，个性化定制增值服务等。

APP END IX

附录/

一、新建大型租赁社区优秀项目及解析

案例一：城投宽庭张江社区

1、项目概况

张江社区(北地块) 位于浦东新区康桥工业区，北临张江高科园区，东靠迪士尼度假区，南望洋山国际深水港，西临世博会核心区。紧邻11号线地铁康新公路站，交通条件优越。

张江社区为Rr4专用地块，规划租赁住宅建筑面积约12万 m^2 。社区内部南北向设有绿化景观轴，东西向设有运动轴，提供篮球、羽毛球等活动场地。着力打造年轻态、多功能、开放式的新一代租赁国际社区，构建集文创、运动等多元一体的社区业态。

社区东侧规划约8000 m^2 商业配套，拟引进轻餐美食、便利生活服务、康体教育等业态，社区内部规划共享洗衣房、共享健身房、共享厨房等公共空间，足不出户即可享受精彩生活。社区还配备24H安防、人脸识别、服务APP等智慧安防服务体系，给居住生活更多安全保障。

表：城投宽庭张江社区项目基本信息

项目地址	浦东新区 箭桥路615弄	项目规模	184591.52 m^2
产权方	上海城越建设发展有限责任公司	运营方	上海城投置业经营管理有限公司
筹建方式	新建	产品规划	租赁住房社区
标准层高	2.7m	房间数量	4455 (套/间)
房型/面积	22-85 m^2	装修标准	3000元/ m^2
开工时间	2021年	开业时间	2023年9月
出租率	时点70%	租金	2619-8910月/元
公区配套	接待中心、会客休闲区、快递驿站、公共洗衣房、乒乓球桌、台球桌、共享厨房（规划）、健身房（规划）、晾晒区（规划）		

信息来源：企业提供



图：项目外立面



2、户型概况

张江社区打造建筑面积约22-85m²多重空间，无论单身、二人世界还是三口之家，都能找到适合自己的温馨居所。室内均为全新装修，配备全套家具家电，提供宽心舒适的居住体验。

表：项目户型信息

户型	面积 (m ²)	房间数	租金 (元/月)
A一居室	47	51	5605
A1一居室	24	1605	3023
A2一居室	27	1989	2672
B一居室	28	558	3353
C一居室	54	152	5192
D三居室	85	38	7649
E一居室	54	62	5589

信息来源：企业提供

图：项目户型展示图

A1-27m² 户型

A2-24m² 户型



B-28 户型m²

E-54m² 户型





表：室内装修配置及品牌信息

室内装修配置	配置及品牌
全屋	冰箱（美菱、长虹）、智能门锁（KUNSHAN琨山）、空调（新晃变频风管机）、洗衣机（美菱）
厨房系统	油烟机、热水器、燃气灶
卫浴系统	淋浴器（Haier海尔）、马桶（BOLINA航标）、卫浴（BOLINA航标）

信息来源：企业提供

3、项目核心优势

开放式社区

社区配置公共休闲空间，休闲步道，绿化率达30%。多样化的空间设计和丰富的社区活动增加了社区的活力和生机，提升了住户的生活质量。

多元户型

张江社区一期供应从22到85平，一居到三居的各种不同户型，以通透、舒适、灵动的空间理念打造符合人居需求的品质居所。精装全配，轻松实现拎包入住。

Appendix /附录

生活便利

社区自带约9000平的商业空间，涵盖平价社区食堂、各类品牌餐饮、生鲜超市、洗衣房、药店、网吧、理发室等多种业态，为住户日常生活带来便利。

4、公区配置和服务

张江社区为Rr4专用地块，规划租赁住宅建筑面积约12万 m^2 。社区内部南北向设有绿化景观轴，东西向设有运动轴，提供篮球、羽毛球等活动场地。着力打造年轻态、多功能、开放式的新一代租赁国际社区，构建集文创、运动等多元一体的社区业态。

图：项目公区展示



5、客群分析

张江社区主要客户群体：张江科学城企业技术人才（航天、软件、电子等行业）、漕河泾康桥科技绿洲、张江机器人谷等高科技产业技术人群及张江、康桥周边企业白领人群。



案例二：有巢国际公寓社区江南路店

1、项目概况

有巢国际公寓社区江南路店是有巢在宁波的首个保租房大社区，也是宁波市第一批租赁用地、宁波市第一块入市的租赁用地，同时也是全国首个有巢IP“小巢”概念社区。

项目位于鄞州区福明路66号，总建面约4.6万 m^2 ，由3栋16层高层建筑及1栋社区商业组成，可提供保租房源1192间，包含建面28 m^2 的精致一居室、建面31 m^2 的温馨阳光一居室及建面35 m^2 的舒适庭院一居室。

项目区位优势、交通便捷，位于东部新城、高新区、三江口三大核心商业商务区中心地带且周边医疗与教育资源丰富，商业氛围浓厚。项目西面、南面邻河，景观资源较好。

作为全新落成的红色青年社区，项目将联动属地政府打造社区基层治理新模式，依托与政府共建共治的社区服务中心阵地，结合社区青年人才需求设立“就业服务”、“人才补贴”、“婚恋交友”、“技能培训”、“劳动关系”、“居住证办理”、“社保医保办理”等咨询功能，为居住在这里的各类人才提供全方位的社区服务。

表：有巢国际公寓社区江南路店项目基本信息

项目地址	浙江省宁波市鄞州区福明路66号	项目规模	44064.3 m^2
产权方	宁波开润房屋租赁有限公司	运营方	有巢住房租赁（深圳）有限公司
筹建方式	新建	产品规划	有巢国际公寓社区
标准层高	2.85m	房间数量	1192套/间
房型/面积	小一居/28 m^2 大一居/31 m^2	装修标准	/
开工时间	2022年5月	开业时间	2024年6月1日
公区配套	自习室、健身房、瑜伽舞蹈室、会客厅、党建室、娱乐室、城市微书房、教室、室外露台等		

信息来源：企业提供



图：项目外立面

2、户型概况

有巢国际公寓社区江南路店总建面约4.6万 m^2 ，由3栋16层高层建筑及1栋社区商业组成，可提供保租房源1192间，包含建面28 m^2 的精致一居室、建面31 m^2 的温馨阳光一居室及建面35 m^2 的舒适庭院一居室。

表：项目户型信息

户型	面积 (m^2)	配比
小一居	28	78%
大一居	31	22%

信息来源：企业提供

图：项目户型展示图

小一居-28平方米户型



大一居-31平方米户型





表：室内装修配置及品牌信息

室内装修配置	配置及品牌
全屋	冰箱（海信）、智能门锁（U电）、空调（奥克斯）、洗衣机（海信）
厨房系统	油烟机(海信)、空气能热水器
卫浴系统	淋浴器（惠达）、马桶（惠达）、卫浴（惠达）

信息来源：企业提供

3、项目核心优势

项目围绕“好房子”四大要素，在“安全耐久、健康舒适、生活便利、资源节约”四个层面应用创新技术及建筑工业化产品，实现打造“绿色、低碳、智慧、安全”小区。

安全耐久的生活品质：

1、全生命周期的EHS保障体系。2、太阳能设施基础、空调室外机位等外部设施与建筑主体结构统一设计、施工，确保设备安装的安全性。3、建筑外立面阳台全封闭，确保房屋的水密性、气密性。

健康舒适的生活体验：

1、在隔音性能方面，地面采用装配式楼板并附加隔音垫，阳台采用封窗设计，阳台门同样采用隔声玻璃门。卫生间采用集成式，并配置降噪排水底盘。2、在保温节能性方面，外墙采用内外双重保温，且外墙涂料附加反射隔热涂。



智慧便利的生活方式：

华润有巢公寓创新搭建“3i体系”数字化运营平台，打造智慧型科技社区，旨在通过智慧新科技，为租户提供居住生活全方位的数字化解决方案，打造“以人为本、舒心、安全、智能、高效、便利”的居住生活。

资源节约的生活理念：

1、项目整体按照绿建三星标准打造；2、在主体结构建造层面，地上部分预制构件应用混凝土体积占混凝土总体积的比例达50%。3、在户内设施设备安装层面，户内卫生间采用集成式，热水器采用空气能，相较电热水器可节约3/4能耗。4、在户外设施层面，引入海绵城市理念，通过雨水回收系统，实现水资源的循环利用。

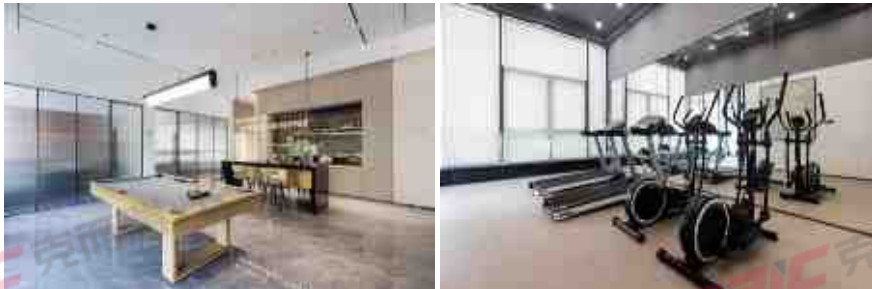
项目以共享社区为景观的出发点，以邂逅生活为目标。在有限的空间内，结合运动、交流、休憩等高品质景观节点，打造多元化景观空间，满足新生代青年群体对于户外生活的需求。

4、公区配置和服务

倡导在房间内完成基本生活需求外，在社区的公共区域内实现外延生活。会客、社交、兴趣爱好、学习进阶，都可以在公共区域完成。

项目公区配置服务空间包含健身房、图书馆、党建服务中心、亲子娱乐空间、自习室、公共客厅、培训教室、影音区等复合型功能。创新的城市微书房，以多元化的功能设计、现代简约的风格设计满足年轻人对于外延生活的需求，可读书、可交流、可放松。

图：项目公区展示



Appendix /附录

社群活动作为软性服务的重要组成部分，是住户幸福感与归属感的主要来源，基于此，有巢华东区域以“聚合、分享、成长”为理念，倡导「潮流+」、「运动+」、「文化+」、「宠粉+」的多维复合生活方式，打造了巢玩社群这一文化IP，通过每月举办的时尚潮流活动为社区注入源源不断的活力。

此外，有巢国际公寓社区江南路店作为全新落成的红色青年社区，将联动属地政府打造社区基层治理新模式，依托与政府共建共治的社区服务中心阵地，结合社区青年人才需求设立“就业服务”、“人才补贴”、“婚恋交友”、“技能培训”、“劳动关系”、“居住证办理”、“社保医保办理”等咨询功能，为居住在这里的各类人才提供全方位的社区服务。

5、客群分析

1、客户年龄：江南路店入住多为毕业3年内学生，毕业三年内学生租户占比为62%，客户群体以年轻人为主，平均年龄35周岁以下；

2、客户来源：客户工作地点绝大多数在5km范围内，涵盖宁波高新产业园区如智慧园、研发园、会展中心等。在大型商业广场如高新宝龙广场、世纪东方广场等也分布密集；

3、客户分布：公交地铁沿线客户分布密度较大，主要涉及在地铁樱花公园站，世纪大道站，会展中心站附近。

案例三：郑州城发文化美寓人才公寓

1、项目概况

文化美寓地处郑州二环内黄金地段，交通便利，周边交通网络发达，拥有地铁2号线、7号线和8条公交线，项目附近新田360、丹尼斯百货、关虎屯步行街等商超林立，毗邻郑州市人民公园、河南博物院、郑州市动物园、紫荆山公园，环境宜人。全屋装修采用一线品牌，户型多样，满足青年人的各种需求，屋内功能分区，可以直接拎包入住，周边大型商超林立，生活气息浓厚。项目靠近河南农业大学（文化路校区）和郑州大学（北校区）。



2024年，该项目配租了两批次房屋，目前该项目房源共计2726套，出租率高达99%。目前，已有 135 位研究生以上学历的人才在此居住，形成了一个宜居安居、宜业乐业的高端青年人才社区，真正实现青年人才留得下、住得安、能成业。

表：郑州城发文化美寓人才公寓项目基本信息

项目地址	金水区红专路南，经七路西	项目规模	114237.06m ²
产权方	公共住宅	运营方	郑州城发安居有限公司
筹建方式	新建	产品规划	租赁社区
标准层高	2.9 m	房间数量	2726 (套/间)
房型/面积	三居室122.4-129.9m ² 两居室90.56m ² 一居室36.68-40.56m ²	装修标准	537元/m ²
开工时间	2018年	开业时间	2024年5月24日
出租率	99%	租金	713.3-2689元/月
公区配套	篮球场 儿童乐园 休息区 健身器材		

信息来源：企业提供

图：项目外立面



Appendix /附录

2、户型概况

产品包含三居室122.4-129.9 m^2 ，两居室90.56 m^2 ，一居室36.68-40.56 m^2 。全屋精装交付，拎包入住 风格温馨、简约、明亮。

表：项目户型信息

户型	面积 (m^2)	租金 (元/月)
A	122.4	2502
B1	129.9	2689
B	90.56	1860-1936
9#	36.68-40.56	713.3-787.8

信息来源：企业提供

图：项目户型展示图

A户型三室两厅一厨两卫122.40 m^2



B1户型三室两厅一厨两卫129.90 m^2





表：室内装修配置及品牌信息

室内装修配置	配置及品牌
全屋	冰箱（海尔）、空调（美的）、洗衣机（海尔）
厨房系统	燃气灶(百尊)、油烟机（美的）
卫浴系统	淋浴器（万家乐）、马桶（圣啸）

信息来源：企业提供

3、项目核心优势

精装入住

房间内配置了活动家具、家电、空调等使用配置，为来郑州就业创业的青年人才提供温馨、舒适、安全的住所，提供高品质生活空间。

智能管理

依托大数据平台、物联网，实现业务线上办理、客情及时响应，搭建智慧社区综合运营管理体系。房间装配人脸识别智能门锁、无线烟感报警、室外防抛物行为分析等智慧安全多维保障体系，夯实租住安全、创造安居环境。

增值赋能

结合青年人才工作节奏和生活特点，美寓在项目门店打造便利超市、美寓餐厅等增值赋能服务。

4、公区配置和服务

配备多元共享空间，动、静分明，动区突出动感活力，静区氛围安静舒适，打造休闲、娱乐、健身、学习、社交空间，推进邻里交往，满足青年群体对美好生活的向往。

美寓人才公寓秉承“五心服务”理念，即为租户提供“放心、省心、贴心、舒心、开心”的优质租住生活体验，围绕城市新青年、新市民的生活和精神需求，提供居住、社交、娱乐等一站式解决方案。

结合传统节气节庆活动，以青年人才感兴趣的话题切入，开展婚恋相亲、集体生日、青年读书等主题活动，与郑州图书馆共同打造美寓图书馆，为青年生活提供丰富“精神食粮”。

图：项目公区展示



5、客群分析

人才公寓面向留在郑州就业创业的新市民、新青年、创业者、企业员工、外省区市派驻郑州企业的工作代表以及其他有租住需求的符合条件的居民群众。

在郑州就业创业的大学专科（技工院校全日制高级工）（含）以上学历人才。



案例四：保利和寓 福州横屿店

1、项目概况

保利和寓 福州横屿店为福州首个央企社会保障性租赁住房项目，位于晋安区前横路东侧、安铺路南侧，占地面积13.4亩，租赁面积1.5万平方米，也是保利和寓品牌入住福州的第一个项目，已于2024年7月开业运营，1个月实现满租。

项目作为全能生活场景空间，约10米近地铁口，一站核心商圈，满足生活配套、休闲娱乐等多元生态需求，为城市新青年打造安居、乐居、优居的住房优选。

项目规划2栋18层住宅，户数553户，户型面积段23-48m²，户内设计充分考虑新青年客户居住场景需求，优化空间使用，升级家具配套，达拎包入住标准。

园区配套配置公区大堂、健身房、台球厅、洗烘房、篮球场等生活配套，将自然休闲与高配置公区生活串联，打造“前厅后园的鲜活社区”，实现真正意义上的城市青年从有所居到住得好，兑现和寓而安的美好蓝图。

表：保利和寓 福州横屿店项目基本信息

项目地址	福建省福州市晋安区	项目规模	1.52万m ²
产权方	福州中寓投资有限公司	运营方	福建中沁置业有限公司
筹建方式	保障性公寓	产品规划	大型租赁社区
标准层高	2.9m	房间数量	553（套/间）
房型/面积	23、25、27、31、41、48m ² 共6个户型	装修标准	1500元/m ²
开工时间	2022年8月	开业时间	2024年7月
出租率	97%	租金	1450元/月
公区配套	健身房、台球室、洗衣房、自助水吧、共享大堂、快递室、地下停车场、篮球场、休闲广场、宠物空间等		

信息来源：企业提供

图：项目外立面



2、户型概况

项目规划2栋18层住宅，户数553户，户型面积段23-48m²，户内设计充分考虑新青年客户居住场景需求，优化空间使用，升级家具配套，达拎包入住标准。

表：项目户型信息

户型	面积 (m ²)	房间数	租金 (元/月)
一居室	23	77	1212
一居室	25有厨房	77	1360
一居室	25无厨房	136	1309
一居室	27	136	1456
一居室	31	85	1680
一居室	41	34	2082
二居室	48	8	2424

信息来源：企业提供

图：项目户型展示图



表：室内装修配置及品牌信息

室内装修配置	配置及品牌
全屋	冰箱（美的）、智能门锁（云丁）、空调（美的）、洗衣机（美的）
厨房系统	油烟机（帅康）、燃气灶（帅康）、电磁炉（帅康）
卫浴系统	淋浴器（帅康）、马桶（金牌）、卫浴（金牌）

信息来源：企业提供

3、项目核心优势

户型亮点

双户型模式设计，空间极致利用，大幅提升整体坪效；
部分户型配备燃气，具备稀缺价值，满足更高烹饪要求。

公区亮点

社区独立运营，人脸识别/24H监控等系统安防保障；
公区配套多样化，真实社区园林配置，舒适度高。

创新亮点

公区包装“网感、活力化”，顺应年轻一代喜好；
每月1次年轻化社群活动，强化体验感，加强客户粘性。

4、公区配置和服务

园区配套配置公区大堂、健身房、台球厅、洗烘房、篮球场等生活配套，将自然休闲与高配置公区生活串联，打造“前厅后园的鲜活社区”，实现真正意义上的城市青年从有所居到住得好，兑现和寓而安的美好蓝图。

超3000m²独享园林，真实园林配套，真正社区化体验。

入市起，每月1场社群活动，为每一位志同道合的人，制造相遇的机会，认识新知，重逢旧友，让每一份热爱都不再孤单。

图：项目公区展示



Appendix /附录

5、客群分析

客户以25岁左右青年客群为主，职业多为周边区域或地铁沿线企业员工或刚毕业学生群体，新青年群体占比77%以上

核心客户：中青年务工及刚毕业学生群体

23-27m²为主力户型，户数占比约77%，承租能力区间1200-1600元/月；

以低价、高性价比吸纳周边2.5km范围内中青年刚需务工人员、20-25岁应届毕业生。

重点客户：中端白领上班族

31m²户数占比15.3%，41m²户数占比6.1%，承租能力区间1700-2150元/月；

以较高舒适性吸引周边、地铁沿线青年白领上班族客群。

补充客户：高端白领客群

48m²户数占比1.5%，承租能力区间2300-2500元/月；

户型集中10F以上，高舒适度，吸引周边承价较高企业中层、自由职业者或情侣居住。

案例五：泊寓梅林关旗舰店

1、项目概况

泊寓梅林关旗舰店位于深圳市龙华区与福田区交界处，地处深圳地理位置中心，南临梅林关、北靠深圳北站、距离深圳地铁4号线白石龙站700余米。

门店尽心打造1088间房间，户型丰富，包括舒适单间、阳光一房和温馨两房，满足不同人群租住需求，房间设计现代简约，采用日式原木家具，所有板材均达到E0国际级环保标准，打造健康舒适的居住环境，配置智能锁、门禁等满足安全管理要求。室内定制5大收纳系统，橱柜、衣柜、床底储物、立柜和书桌收纳，让家越住越大，收纳无忧。门店配置私家花园，营造静谧舒适的休憩空间。底商满足生活服务、娱乐学习、商业办公等需求，真正实现租住全业态生活圈。



表：泊寓梅林关旗舰店项目基本信息

项目地址	龙华区民乐路与民治大道交叉口220米	项目规模	44846m ²
产权方	深圳市深国际联合置地有限公司	运营方	泊寓
筹建方式	新建地产公寓改造	产品规划	白领公寓
标准层高	3m	房间数量	1088间
房型/面积	E户型/39m ² G户型/41m ² F户型/56m ²	装修标准	1550元/m ² (建面)
开工时间	2023.12.09	开业时间	24.04.30-7.30 (分三批次开业)
出租率	100%	租金	3600元/月
公区配套	休闲区、前台接待区、露天休闲区、底商（龙华印象汇）		

信息来源：企业提供

图：项目意境图



Appendix /附录

2、户型概况

总户数1088户，其中四栋排房量共400户；五栋排房量共688户；因项目属性，存在已售客户与泊寓客户交叉流线的情况，需结合住宅品质感及泊寓后期运营便利性。层高2950mm，均为平层产品；E平层单间（建面39m²）886户，占比最大（81.4%），为主力户型；G平层一房（建面41m²）68户，占比最少（6.3%），隐私性强；F平层两房（建面56m²）134户，占比约12.3%，位于边户，采光充足。

表：项目户型信息

户型	面积 (m ²)	配比	租金 (元/月)
E1-单间	39	40%	3600-4300
E2-单间	39	40%	3600-4300
G-一房	41	7%	4400-5500
F-两房	56	13%	5500-6500

信息来源：企业提供

图：项目户型展示图

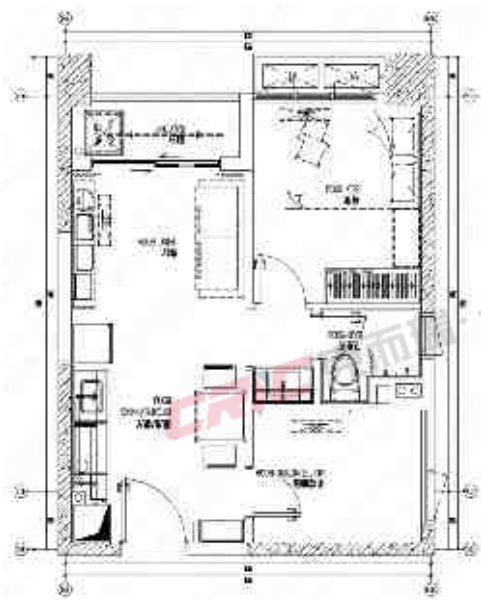




G户型

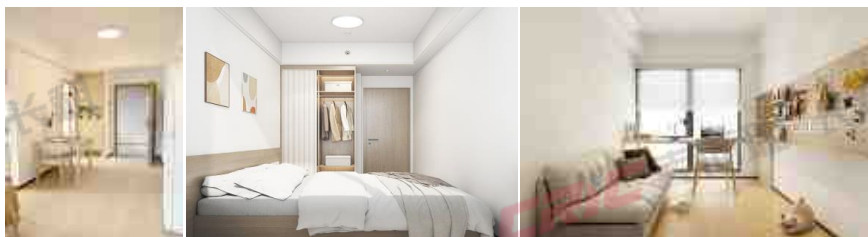
- ① 收纳模块
- ② 卫浴模块
- ③ 睡眠模块
- ④ 充电模块
- ⑤ 家政模块
- ⑥ 轻食模块
- ⑦ 休闲模块
- ⑧ X场景模块





H户型

- ①收纳模块
- ②卫浴模块
- ③睡眠模块
- ④充电模块
- ⑤家政模块
- ⑥轻食模块
- ⑦休闲模块
- ⑧X场景模块



表：室内装修配置及品牌信息

室内装修配置	配置及品牌
全屋	冰箱（美的）、智能门锁（云丁）、空调（TCL）、洗衣机（TCL）
厨房系统	油烟机（德意）
卫浴系统	淋浴器（九牧）、马桶（九牧）、卫浴（九牧）

信息来源：企业提供



3、项目核心优势

产品颜值迭代：符合当下年轻一代生活形态和审美需求的品质生活空间。

租住功能升级：智慧收纳提升、高质量空间利用、叠加住户个性场景需求。

特殊背景下的未来加载性：保证产品及其配套品质，预留项目后期可售性。

体验优化，满足消费升级需求：增加公区个性消费空间，满足家楼下的便民服务。

4、公区配置和服务

项目1F为泊寓接待大堂，首层接待公区面积200m²，与已售物业分开管理；社交公区与已售物业共用（设置在3F架空层）。

图：项目公区展示



5、客群分析

以白领阶层为主客户，收入1.5-2w，通勤距离10-30分钟内地铁，需求单间及一房一厅。数据综合分析普遍承租水平在30%收入区间。云城类似支出水平客群，对生活品质，配套需求强；普遍租金4000-5000之间。

二、城市更新租赁优秀项目及解析

案例一：城发成家和平广场店

1、项目概况

城发成家和平店项目1号楼位于位于济南市槐荫区纬十二路与槐村街交叉口西南100米三箭和平广场，环境优越，项目周边配套齐全，距离和谐广场1.1公里、省立医院中心院963米、华联商厦 179米，周边200米公交站2个，公交线路5条，交通十分便利。

项目为住户提供多种公共设施，包括健身房、会议室、台球厅等，极大提升了居住体验，同时公寓1楼设有24小时安保和物业服务，进出梯控制卡，外来人员登记入内，全方位保证住户安全。

其运营商为济南成家商业运营有限公司，是城发集团租赁住房的运营主体，致力为社会提供专业化、规范化、规模化的租赁住房服务，为新市民提供环境优美、价格低廉的“新凤巢”，全力保障济南“新市民”美好租住生活。

表：城发成家和平广场店项目基本信息

项目地址	济南槐荫区纬十二路167号 三箭和平广场1号楼	项目规模	16193.22m ²
产权方	济南城市发展集团资产运营 管理有限公司	运营方	济南成家商业运营有 限公司
筹建方式	商品房资产购置	产品规划	白领公寓
标准层高	3.1m	房间数量	346 (套/间)
房型/面积	一室一厅/80m ² 一室开间/41-45m ²	装修标准	1200元/m ²
开工时间	2020年9月	开业时间	2024年8月
出租率	63%	租金	1450-2600元/月/套
公区配套	共享影音区、洽谈区、会议室、健身房、台球区、直饮水机		

信息来源：企业提供



图：项目外立面



2、户型概况

城发成家和平店项目1号楼为公寓，主要户型一室一厅，面积在36m²至80m²。项目室开放式厨房配备智能油烟机，此外电视、空调、冰箱、洗衣机、热水器、马桶等家具电器配置齐全。

表：项目户型信息

户型	面积 (m ²)	房间数	租金 (元/月)
一居室 (单窗)	43-45	281	1725-1775
一居室 (双窗)	51-60	52	1800-1900
一室一厅	78	13	2555

信息来源：企业提供

图：项目户型展示图

一居室户型（双窗）



一室户型（单窗）



一室一厅户型





表：室内装修配置及品牌信息

室内装修配置	配置及品牌
全屋	冰箱 (TCL)、智能门锁 (XDZ)、空调 (奥克斯)、洗衣机 (TCL)
厨房系统	油烟机(帅康)、电热水器
卫浴系统	淋浴器 (科勒)、马桶 (科勒)、卫浴 (科勒)

信息来源：企业提供

3、项目核心优势

高颜值项目

和平广场项目以现代优雅造型及立面，匹配高端人才审美和居住需求。建筑外形以豪华游艇为灵感，外墙采用玻璃幕墙及铝板结合，园区景观与立面充分融合，具有浓厚的艺术氛围。打造“符合年轻人生活的办公的园区”、“老城区内标志性的青年社区”，提倡“现代(简约)、时尚(轻奢)、精致(生活)、活力(律动)”的个性化居住办公社区。

Appendix /附录

交通便利

周边三条城市主干道构筑主城区干线路网，5分钟内即可通达城市快速路。铁路：交通衔接济南站和济南西站两大铁路枢纽、城市轨道交通、公交汽车等多网点、出行极为便利。

产品、服务双优

作为济南城发集团集团旗下项目，产品高标准交付，家具家电配套齐全，设置免费公区，保障租户居住体验。内庭院增加了绿化板块，提升了居住舒适度。同时城发成家专业运营团队为客户提供便捷高效的客户服务，定期举办社群活动，增强社群氛围，提高客户满意度。

4、公区配置和服务

项目公区采用动静区分离，通盘考虑、整体设计，打造了“徕阅读”、“徕社交”、“徕洽谈”、“徕学习”、“徕运动”等共享主题公区，充分满足青年群体居住之外的社交活动需求。

同时，济南城发集团联合基层行政管理单位制定“优徕青年”发展友好清单，提供青年会客厅预约免费使用居民政务服务一站办理、青年人才政策宣传精准直达等服务，各类青年创业就业指导、相亲交友、文体体育竞赛等活动也针对“优徕青年”提供专属名额。

图：项目公区展示





5、客群分析

项目主要客户群体为19至45岁的年轻人，这一年龄段的租客占比超95%。而且大多从事银行、教育培训、医疗以及周边企事业单位的工作，同时包括学生和陪护人员。

案例二：城投臻寓·悦舍（猛追湾）

1、项目概况

城投臻寓·悦舍（猛追湾店）坐落于天祥街99号，紧邻东一环路，府河之畔，地理位置得天独厚。周边繁华的339、望平街、太古里等商业圈环抱，距离玉双路地铁站及市二医院地铁站仅约800米，交通网络四通八达，配套设施一应俱全。

作为成都城投集团打造的首个市场化租赁住房项目，经过精心改造，拥有174套精致房源，室内面积从18.24m²至32.54m²不等，设有六种多样化户型，均配备完善的家具家电设施，让租户得以轻松入住，享受便捷舒适的生活。

表：城投臻寓·悦舍（猛追湾店）项目基本信息

项目地址	成都市成华区天祥街99号	项目规模	4339.96m ²
产权方	成都成华棚户区惠民改造建设有限责任公司	运营方	成都城投资产经营管理有限公司
筹建方式	改建 (棚改旧房改建为保障性租赁住房项目)	产品规划	白领公寓
标准层高	3.2m	房间数量	174 (套/间)
房型/面积	19.98-33m ²	装修标准	1000元/m ²
开工时间	/	开业时间	2024年7月26日
出租率	90%	租金	2043元/月/套

信息来源：企业提供

图：项目外立面



2、户型概况

城投臻寓·悦舍（猛追湾店）产品面积从18.24平方米至32.54平方米不等，设有六种多样化户型，均配备完善的家具家电设施。

表：项目户型信息

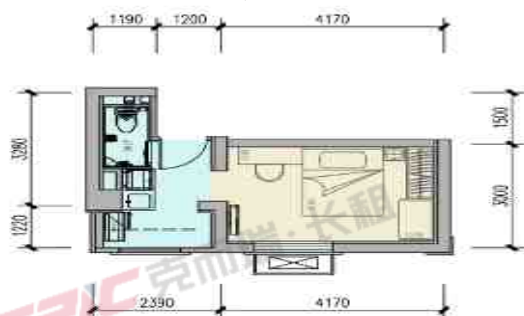
户型	面积 (m ²)	房间数	租金 (元/月)
A户型	23	73	2200
一居室（双窗）	19	65	2000
一室一厅	14	36	1850

信息来源：企业提供



图：项目户型展示图

A户型



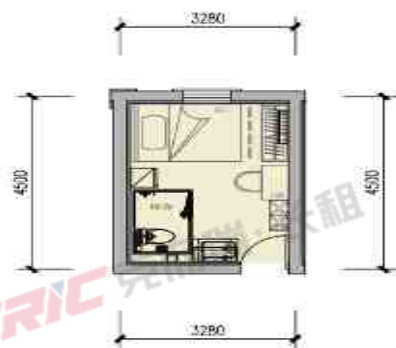
A户型户型图

B户型



B户型户型图

C户型



C户型户型图





表：室内装修配置及品牌信息

室内装修配置	配置及品牌
全屋	智能门锁（国民科技）、空调（美的）、洗衣机（美的）
厨房系统	热水器、冰箱（美的）
卫浴系统	淋浴器（英鼎）、马桶（英鼎）、卫浴（英鼎）

信息来源：企业提供

3、项目核心优势

改造焕新

自2023年10月起，成都城投资管公司发挥首批住房租赁试点企业的担当，启动天祥街99号院的改造工程。依托多年租赁住房领域的丰富经验，对小区实施“微改造”，项目外立面、大门、绿化等得到全面提升。经过八个月的匠心独运，项目空间焕发新生，174间租赁房源，面积覆盖18.24平方米至32.54平方米，多样化房型满足不同客户需求，有效提升了区域内租赁环境，让更多青年人才在繁华都市中得以安家乐业，展现了“城投力量”的温度与担当。



交通便利、配套齐全

门店距离2号线东门大桥站约550m，距4/6号线玉双路站约830m，距3号线春熙路站约1km，门店直线距离约1km范围内覆盖4条地铁主干线，让你畅达全城。步行约400m可到太古里商圈，步行约1km可到339、春熙路、IFS、祥和里等集美食、休闲、娱乐为一体的美好生活圈。

好产品+好服务

城投臻寓·悦舍（猛追湾店）家具家电齐全，拎包入住；省心快捷，手机APP一键缴纳账单、报修投诉等。全方位监控、智能密码门锁、指纹门禁等多重保障，房间插座更升级为带接口插座，使用更方便。24小时在线服务，公共区域无死角监控覆盖，房间空气质量具有专业资质第三方检测机构检测合格报告。

4、客群分析

项目核心客源地：成都339购物广场、东门大桥、春熙路、IFS；次级客源地：祥和里、市二医院。其他区域补充客户：杉板桥、建设路。主力客群目标客群薪酬水平6000-9000元/月，预估客户承租能力1200-1800元/月；次级客群目标客群薪酬水平5000-7000元/月，预估客户承租能力1000-1400元/月。

案例三：泊寓南头古城店

1、项目概况

泊寓南头古城店位于深圳市南山区南头街道南头古城，住在南头古城泊寓，不仅可以感受岭南传统文化，还能享受改造后带来的智慧生活。项目预计总房间数约为1400套，包括单间、一房一厅、两房一厅等多种户型，房源主要分布于古城主入口和十字街区域。

此次还将对房间进行品质提升，通过升级软装家具，配备节能家电降低房间能耗，创造绿色、舒心的居住环境。同时，泊寓将和小米在内的多家品牌联合打造IP公寓，为年轻人，为时代的奋斗者提供租得起的房子和生活配套解决方案。

表：泊寓南头古城店项目基本信息

项目地址	深圳市南山区南头街道南头古城	项目规模	90000m ²
产权方	深圳万通南头城管理运营有限公司	运营方	深圳市泊寓商业运营管理有限公司
筹建方式	合资运营公司，中资产租入主体	产品规划	租赁社区、白领公寓、员工宿舍
标准层高	/	房间数量	1400（套/间）
房型/面积	20.79m ² -63.03m ²	装修标准	2240元/m ²
开工时间	2019	开业时间	2020年9月30日
出租率	97%	租金	2298-7798元/月/套
公区配套	接待前台、阅读区、洽谈区、健身房、会议室等		

信息来源：企业提供

图：项目实景图





2、户型概况

泊寓南头古城店产品面积从24平方米至36平方米不等，设有白领单间、白领一居、双人/多人宿舍三类产品，以满足客群多样化租赁需求。

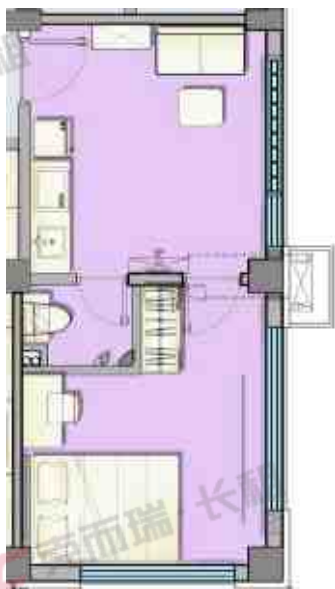
表：项目户型信息

户型	面积 (m ²)	房间数	租金 (元/月)
白领单间	24	980	3580
白领一居	34	140	4880
多人宿舍	36	280	5380

信息来源：企业提供

图：项目户型展示图

白领单间



Appendix /附录

CRIC 克而瑞·长租

CRIC 克而瑞·长租

白领公寓户型



多人宿舍户型



CRIC 克而瑞·长租

CRIC 克而瑞·长租



表：室内装修配置及品牌信息

室内装修配置	配置及品牌
全屋	智能门锁（云丁）、空调（美的）、洗衣机（美菱）
厨房系统	热水器、电磁炉（美的）
卫浴系统	马桶（恒洁）

信息来源：企业提供

3、项目核心优势

文化底蕴丰富

公寓所在的南头古城，又称“新安故城”，至今已有近1700年历史。除了有引人入胜的绝佳风景外，还引入传统特色餐饮、新式休闲配套、文创精品零售、人文生活居所四大特色业态。而作为南头古城四大业态之一，泊寓南头古城店，同样极具深厚的历史文化氛围与智慧科技生活的时尚感。

交通便利、配套齐全

项目公共交通出行条件较便利，距12线中山公园地铁站步行距离700米，距20号线在建地铁南头古城站步行距离500米。古城内部社区商业配套齐全，5公里内可辐射科技园、后海总部基地等高效能核心商务区。

产品功能齐全

依托于万科丰富的产品打造经验，项目根据客户需求归纳七大功能模块：结合人体工程学的尺度模数化，拆解客户需求，提供多种极致模块，以模块为基础，以户型为载体，形成柔性标准适配不同的户型。

4、公区配置和服务

项目公区配有接待前台、阅读区、洽谈区、健身房、会议室等。其中休闲娱乐区还有影音室、篮球场、跑道、儿童游乐区等，室外绿化率达90%，且设有宠物空间、外卖柜、自动贩卖机等设施；服务空间设有接待区、党建服务中心；学习空间配备自习室、阅读区等。

图：项目公区展示



5、客群分析

项目单间产品的客群主要为科技园、高新园、南头周边企业通勤白领，集中于90-95后单身年轻客群；候鸟父母家庭；周边酒店、快递行业类企业宿舍客户。

项目双人/多人间产品客群为周边酒店、快递行业类企业宿舍客户；古城内商户员工。

案例四：龙湖冠寓郑州大学店

1、项目概况

龙湖冠寓郑州大学店是郑州市高新技术开发区国有建设用地租赁住房试点项目，总计体量2362间，是郑州为数不多的超大体量项目之一。项目位于高新老城区核心，拥有三所高校，产业多以电子信息、网络安全、医药、新型制造业为主，企业分布较为密集，同时商业及交通条件成熟，是周边高校毕业生首选，3公里范围内覆盖工作人口22.3万人。

项目距离地铁1号线郑州大学站1.2KM、1号线梧桐街站1.5KM；公交目前通行有B12路、Y18路，B67路。3KM范围内有高新万达广场，升龙商业广场，高新数码港，朗悦公园茂，保利文化广场等繁花商圈。

龙湖冠寓郑州大学店一层为公共活动区域，提供有健身房、台球、书吧、球场等活动区域；项目户型丰富，单人间/多人间均有，不仅可以为年轻人提供不同产品，也可以为企业提供对应产品。2024年4月12日，龙湖冠寓郑州大学店对公区进行全面升级改造后焕新开业。扩建与翻新扩建与翻新，新增多功能自习室，提升租户的居住品质与服务体验，让更多青年才俊住有所居。



表：龙湖冠寓郑州大学店项目基本信息

项目地址	河南省郑州市高新区石楠路与冬青街交叉口龙湖冠寓	项目规模	74945.6m ²
产权方	郑州龙兴房地产开发有限公司	运营方	郑州市冠寓商业运营管理有限公司
筹建方式	土地招拍挂/自建	产品规划	综合型青年社区
标准层高	2.9m	房间数量	2362 (套/间)
房型/面积	25-35m ²	装修标准	/
开工时间	/	开业时间	2021-12-31
出租率	95%	租金	1150元/月/套
公区配套	健身区、共享厨房、自习室、影音区、书吧区、台球区、休闲区、晾晒区、运动区等		

信息来源：企业提供

图：项目实景图



2、户型概况

龙湖冠寓郑州大学店产品从30m²至32m²不等，设有一室一厅、标间、双人间、四人间四个户型，为年轻人及企业提供不同的产品来匹配其多样化需求。

表：项目户型信息

户型	面积 (m ²)	配比	租金 (元/月)
一室一厅	32	3.8%	1548
标间	30	87.8%	1147
双人间	32	4%	1098
四人间	30	4.2%	1130

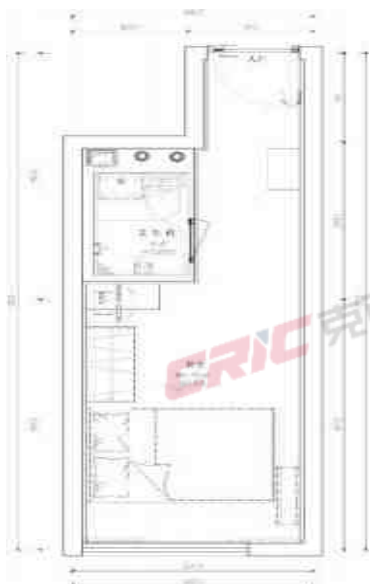
信息来源：企业提供

图：项目户型展示图

一室一厅



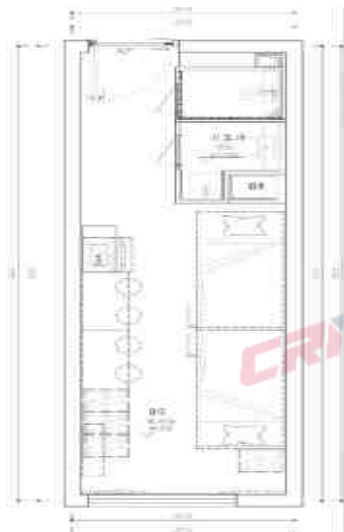
标间 (主力户型)



双人间



四人间



表：室内装修配置及品牌信息

室内装修配置	配置及品牌
全屋	智能门锁（千丁）、空调（海尔）、洗衣机（TCL）
厨房系统	热水器、冰箱（TCL）
卫浴系统	马桶、卫浴

信息来源：企业提供

3、项目核心优势

占位高新老城核心区

龙湖冠寓郑州大学店位于郑州市高新区冬青街与石楠路交汇处，属高新老城区核心。3KM范围内有高新万达广场，升龙商业广场，高新数码港，朗悦公园茂，保利文化广场等繁花商圈。



产品空间布局合理、舒适

标间主力产品配备开放式厨房，满足洗切炒等实用功能；带独立卫生间配套齐全；整体空间尺寸合理舒适且有独立的书桌，满足学习办公的使用功能。油烟机、冰箱、洗衣机、空调、热水器等家电齐全。家具配有鞋柜、全身镜、书桌、桌椅、衣柜、双人床、橱柜、床垫、床笠等，满足日常所需。

贴心服务

龙湖冠寓郑州大学店除公区配套齐全，同时还涵盖社区活动、搬家服务、车位服务、干洗柜、入室保洁等增值服务。APP线上提供维修、入住礼包、宠物喂养、空调滤网清洁、水电费线上缴费等服务。

4、公区配置和服务

项目公区配有健身区、共享厨房、自习室、影音区、书吧区、台球区、休闲区、晾晒区、运动区等。休闲娱乐空间配有台球桌、影音室、休息区、篮球场等；服务空间涵盖接待区、党建服务中心；办公学习空间有自习室、阅读区、会议室等。



5、客群分析

以在校生及新职场人+5年内年轻工作群体为主，周边产业园工作人群，通勤15分钟以内，电瓶车共享单车为主，收入税后6k以内为主；大学生占比30%；大客企客占比22%；散客占比48%。

三、国企先锋实践项目优秀项目及解析

案例一：城投宽庭九星社区

1、项目概况

城投宽庭九星社区作为闵行七宝板块首个保障性租赁住房，地理位置优越，享七宝镇深厚的文化底蕴和优质的教育资源，紧邻地铁9号线星中路站，七宝、虹桥、漕河泾、莘庄四大商务区环绕，周边七宝万科广场、万象城、闵行体育公园等生活资源丰富，悦享多维繁华。

为更好地满足居住的多元性需求，社区精心打造约34-69m²一室、约66-100m²两室户型，无论单身、二人世界还是幸福家庭，都能找到适合自己的温馨居所。

社区配备公共服务空间，规划室内运动场所、文化活动室等公共空间，承载休闲放松、邻里社交等功能。

社区自带2000余平商业配套，囊括便利超市、水果烘焙、特色餐饮等生活类业态，为新市民与青年人提供高品质、多样化的乐享活力住区。社区于2024年5月28日正式开业运营。

表：城投宽庭九星社区项目基本信息

项目地址	闵行区七宝镇星中路889弄	项目规模	89913m ²
产权方	城兆星置业	运营方	上海城投置业
筹建方式	新建R4	产品规划	租赁社区
标准层高	2.7m	房间数量	1230套（间）
房型/面积	34-100m ²	装修标准	3000元/m ²
开工时间	2021	开业时间	2024.5.28
出租率	时点93%	租金	3973-13127元/月
公区配套	服务中心、共享休闲娱乐区、阅读沙龙区、共享健身区、共享瑜伽房、党群服务站等		

信息来源：企业提供



图：项目立面



2、户型概况

城投宽庭九星社区租赁住房住宅建筑面积约5.9万平方米，供应房源共计1230套。在充分调研市场需求的基础上，九星社区精心研发建筑面积约34-69m²一室、约66-100m²两室户型满足客群全生活周期需求。无论单身、二人世界还是幸福家庭，都能找到适合自己的温馨居所

表：项目户型信息

户型	面积 (m ²)	配比	租金 (元/月)
一居室	34	36%	3973起
一居室	46	42%	5058起
一室两厅	66	15%	7600起
两室一厅	74	3%	9662起
两室两厅	100	4%	11146起

信息来源：企业提供

图：项目户型展示图



居家配置

品牌家电 高 田 南 品牌软装 有 有
品牌家具 有 有 品牌灯具 有 有
品牌卫浴 有 有 品牌空调 有 有

O2户型温馨小家

建面约30-40㎡

- 品牌家电，品牌软装，品牌家具，品牌灯具
- 品牌家具，品牌软装，品牌家具
- 品牌家具，品牌软装，品牌家具

居家配置

品牌家电 高 田 南 品牌软装 有 有
品牌家具 有 有 品牌灯具 有 有
品牌卫浴 有 有 品牌空调 有 有

B1户型美好家庭

建面约40-44㎡

- 品牌家电，品牌软装，品牌家具
- 品牌家具，品牌软装，品牌家具
- 品牌家具，品牌软装，品牌家具

居家配置

品牌家电 高 田 南 品牌软装 有 有
品牌家具 有 有 品牌灯具 有 有
品牌卫浴 有 有 品牌空调 有 有

A1户型幸福两室

建面约48-50㎡

- 品牌家电，品牌软装，品牌家具
- 品牌家具，品牌软装，品牌家具
- 品牌家具，品牌软装，品牌家具

表：室内装修配置及品牌信息

室内装修配置	配置及品牌
全屋	冰箱（美的）、智能门锁（云丁）、空调（TCL）、洗衣机（TCL）
厨房系统	油烟机（德意）
卫浴系统	淋浴器（九牧）、马桶（九牧）、卫浴（九牧）

信息来源：企业提供

3、项目核心优势

庭院绿化：社区绿化率30%，社区内部绿化设计考究，十步一景，给住户带来宜居宜游的居住环境。

户户燃气：九星社区从34平到100平的户型均配备独立厨房及燃气，方便日常生活烹饪需求，同时配置燃气热水器，即热更加便捷。

标配纱窗：九星社区开业正值夏季，标配纱窗和纱门的设计赢得了较多客户的青睐。

公区丰富：社区配备约2000平的公区，单元组团内均配备有共享区域，覆盖休闲娱乐、阅读、健身、儿童娱乐等多个功能。

4、公区配置和服务

社区配备公共服务空间，规划室内运动场所、文化活动室等公共空间，承载休闲放松、邻里社交等功能。

社区自带商业配套，规划配置有餐饮店、便利店、健身房等多元业态，以满足社区居住人群的日常生活服务需求。

图：项目公区配套展示





图：项目公区配套展示



九星社区由城投宽庭直营直管，在环境整治、专属管家、工程维修、安全管理等基础服务之上，还可提供入室保洁、自购物品安装等增值服务，让住户畅享便捷日常。更有社区生活服务APP“城投宽庭”，线上全面覆盖租住生活、物管服务、社区互动、生活配套等四大生活场景，营造有态度的生活场景、有温度的社区日常体验。

与此同时，九星社区通过共创共建的形式，组织宠物社、读书会、运动搭子等社团为志趣相投的住户提供互动平台。不定期举办邻里聚会、节日福利、手工DIY、ESG公益等各类主题活动，用陪伴型服务给住户带来内心的温暖。

图：项目活动展示



5、客群分析

九星社区主要客户群体：宣传系统人才（出版、报业及电视媒体等行业）、漕河泾科技绿洲高新企业技术人群（游戏、高新科技产业）及七宝周边企业白领及陪读人群。

案例二：城投臻寓·缤纷梧桐（梧桐栖保障性租赁住房项目）

1、项目概况

城投臻寓·梧桐栖项目（即梧桐栖保障性租赁住房），位于成都市成华区致兴三路 508 号。项目临近北三环路成绵立交，周边公交站3个（直线距离0.2km*1；0.2km*1；0.3km*1）。

项目生活配套成熟，周边有包括各类餐饮、便利店、生鲜超市、诊所药店、茶楼、洗衣、美发等，可满足市民日常生活所需。同时，项目1.2KM内的海滨公园可以作为闲息之地。

配租房源共 352 套间，其中套一208 套，套二 144 套间；均为中高层电梯公寓房，总建筑面积17822.18 平米。

每个房间均配置了独立空调和全套家具，此外还有沙发、茶几、餐桌椅、鞋柜、衣柜、炉灶、油烟机、热水器、洗衣机等家具家电。户内配套设施完善，达到“拎包入住”条件，租金水平不超过成华区青龙街道平均租金的90%。同时，预计2025年开通17号线机车厂站点距离项目1.7KM。

表：城投臻寓·缤纷梧桐项目基本信息

项目地址	成都市成华区青龙街道致兴三路508号	项目规模	17822.18m ²
产权方	成都城投资产经营管理有限公司	运营方	成都城投资产经营管理有限公司
筹建方式	改建 (公寓改建为保障性租赁住房项目)	产品规划	公寓
标准层高	3m	房间数量	352套间
房型/面积	套一，建面约50m ² 套二，建面约100m ²	装修标准	1000元/m ²
开工时间	-	开业时间	2024.5
出租率	96%	租金	1227-1621月/元

信息来源：企业提供



图：项目立面



2、户型概况

城投臻寓·梧桐栖项目（即梧桐栖保障性租赁住房）配租房源共352套间，其中套一208套，套二144套间；均为中高层电梯公寓房，总建筑面积17822.18平米。每个房间均配置了独立空调和全套家具，此外还有沙发、茶几、餐桌椅、鞋柜、衣柜、炉灶、油烟机、热水器、洗衣机等家具家电。户内配套设施完善，达到“拎包入住”条件，租金水平不超过成华区青龙街道平均租金的90%。

表：项目户型信息

户型	面积 (m ²)	配比	租金 (元/月)
一居室	48.54-62.11	208套	1227-1621
二居室	49.12-52.64	144间 (72套)	1244-1374

信息来源：企业提供

图：项目户型展示图





表：室内装修配置及品牌信息

室内装修配置	配置及品牌
全屋	冰箱（海尔）、智能门锁（国民科技）、空调（海尔）、洗衣机（海尔）
厨房系统	油烟机（海尔）
卫浴系统	淋浴器（九牧）、马桶（九牧）、卫浴（九牧）

信息来源：企业提供

3、项目核心优势

高品质居住环境：产品定档为“幸福公社”，在设计环节根据多年租户反馈的产品意见而做了产品迭代升级，例如公寓内部采用环保材料，其中部分租户不敏感项进行降档，例如取消电视机和设置通栏衣柜。敏感项进行升级，例如卫浴玻璃隔断作干湿分离&大容量冰箱&通顶鞋柜。所有设施齐全可直接提供拎包入住，兼顾居住环境的舒适性和品质感。

4、客群分析

核心客源地：成都市北门区域动物园、驷马桥；**次级客源地：**成都理工大学、电子科技大学板块其他补充客户：成都理工大学、电子科大学生、待就业者。

1、主力客群目标客群薪酬水平6000-7500元/月，预估客户承租能力1200-1500元/月；2、次级客群目标客群薪酬水平5000-6000元/月，预估客户承租能力1000-1200元/月。

案例三：筑巢公寓贵安店

1、项目概况

筑巢公寓贵安店项目位于贵州省贵阳市贵安新区清渠路与龙武街西北侧，是黔中经济区核心地带，西北侧为贵安高铁站，东侧为贵安新区档案馆及星月湖公园，聚集自然环境与娱乐配套。总净用地约24.79亩（16526m²），总建筑面积约6.5万m²，总投资约3.2亿元。项目包括4栋住宅共700套，建筑面积约4.7万m²；配套商业1栋，停车位448个。

项目采取新建住宅形式，打造保障性租赁住房。项目首批房源于2024年3月30日交付投用。根据青年人群的住房需求打造一室两厅、两室两厅、三室两室三种户型，建筑面积为55-96m²，租金价格为1250-1850元/月，房间内按照“拎包入住”标准配置空调、洗衣机、冰箱、电视等家电及全套的品牌生活家具。配套商业涵盖便利超市、生鲜、餐饮、医药、菜鸟等生活服务全场景，根据青年人个性需求打造室外健康跑道、篮球场、羽毛球场等运动健身区，咖啡厅、阅读室、路演大厅、健身房、星空影院等场地，让各行各业的青年们可以通过共享空间相互交流，共同进步，旨在为来筑人群打造“不将就的租房生活”。

表：筑巢公寓贵安店项目基本信息

项目地址	贵州省贵阳市贵安新区筑巢公寓贵安店	项目规模	6.5万m ²
产权方	贵州省贵阳市贵安新区筑巢公寓贵安店	运营方	贵阳市人才安居服务有限公司
筹建方式	自建	产品规划	品质保障性租赁住房社区
标准层高	2.7	房间数量	700套
房型/面积	55-96m ²	装修标准	1050元/m ²
开工时间	2022年8月	开业时间	2024年3月30日
出租率	98%	租金	1250-1850元/月
公区配套	健身房、电影院、桌游区、阅览室、路演大厅、滑板区		

信息来源：企业提供



图：项目立面



2、户型概况

项目为封闭式独立小区，总建筑面积约6.5万 m^2 ，包括4栋住宅共700套房源及2栋配套用房，地下停车位共448个。项目根据青年人群的住房需求打造一室两厅、两室两厅、三室两室三种户型，建筑面积为55-96 m^2 ，租金价格为1250-1850元/月，房间内按照“拎包入住”标准配置空调、洗衣机、冰箱、电视等家电及全套的品牌生活家具。

表：项目户型信息

户型	面积 (m^2)	配比	租金 (元/月)
一室两厅	55	28.28%	1250
两室两厅	65	58.29%	1380
三室两厅	96	13.43%	1850

信息来源：企业提供

图：项目户型展示图



一室两厅

面积 55 ㎡ 1250 元/月

配套设施
空调 电视 冰箱 洗衣机 热水器 燃气灶



两室两厅

面积 65 ㎡ 1380 元/月

配套设施
空调 电视 冰箱 洗衣机 热水器 燃气灶



三室两厅

面积 96 ㎡ 1850 元/月

配套设施
空调 电视 冰箱 洗衣机 热水器 燃气灶



表：室内装修配置及品牌信息

室内装修配置	配置及品牌
全屋	冰箱（海信）、智能门锁（优电）、空调（海信）、洗衣机（海信）、电视剧（海信）
厨房系统	油烟机（海信）、燃气灶（海信）
卫浴系统	淋浴器（浪鲸）、卫浴（浪鲸）

信息来源：企业提供

3、项目核心优势

贵安新区首个保租房示范项目，实现“从贵漂到贵定”。

“居”有所选：零的突破 户型可选 精致软装 阶段性需求。

“住”有所享：管家服务 安保服务 增值服务 灵活付款 多元公区。

“育”有所为：青年夜校 筑梦驿站 乐学培训 团建活动。

“留”筑贵安：政企联动 人才落户 人才补贴 系统开发 政策保障。

4、公区配置和服务

项目针对入住人群的社交需求，打造1000m²交互式超大共享空间，通过健身房、娱乐室、阅览室、筑巢咖啡、路演会议室等场地，为入住人才提供多种类型的社交场景，营造丰富的青年人才的业余生活氛围。

图：项目公区配套展示





项目提供7*12小时管家服务、24小时安保服务、2小时响应维修维保服务。如开展人才政策咨询、人才政策讲解、企业办公及孵化服务，开展线上 线下政策宣讲会，为入住青年提供人才服务。创新拓展多种产品体系，提供100种以上产品课程，组织开展各类培训、拓展等活动。开展线上线下就业服务，建立服务社群，开展线上直播带岗活动，观看人数超4.2万人，一对一服务管理有求职就业需求的青年人才。定期组织贵阳市内优质企业及青年开展联谊交友活动，为黎阳航发、商学院、中国电建、航天十院、贵阳银行等企业开展定制化中大型主题活动，单场参与人次超400人。

此外，项目举办常态化、多元化、定制化开展婚恋交友、手工制作、传统文化、环保公益等主题活动，每月举办1-2场社群活动，建立兴趣社群，让各行各业的青年们相互交流、相互学习，加快城市融入，增强对城市的归属感。

图：项目活动展示



5、客群分析

75%核心客群：3km内的贵安科创城以及周边学校、医院、事业单位、政务中心的技术人才、工作人员。

25%补充客群：区域自主创客、个体户、学区群体。

项目租客35岁以下占比87.43%，未婚人士占比74.87%。

租户特点：租金支付能力较强、年轻化趋势明显、区域自主创业客、个体户逐渐增加、多元个性化需求凸显。

案例四：雄安商务服务中心公寓

1、项目概况

雄安商务服务中心是雄安新区容东片区开发建设的先行项目、首个标志性城市建筑群，定位为北京非首都功能疏解城市会客厅。

聚焦打造科技金融、智能网联、空天信息、高校协同四大产业集群。海量实力雄厚的创新企业、企业事单位，于此加速聚合，为雄安青年人才提供广阔澎湃的择业机遇。

新区深入推进“雄才计划”、创优引才举措，商服中心公寓作为雄安新区认证的首批保障性租赁住房及人才公寓供应商，依托城市核心资源，致力以高标准、高规格、专业化产品及服务，为广大青年提供便利舒适的居所，吸引更多人才来到雄安新区这片创新创业的热土。

商服中心公寓共有2503套房间，可满足约3200人的居住需求。

表：雄安商务服务中心公寓项目基本信息

项目地址	雄安新区容东片区	项目规模	146000m ²
产权方	中国雄安集团 城市发展投资有限公司	运营方	城家
筹建方式	新建项目	产品规划	白领公寓 酒店式公寓 服务式公寓
标准层高	3.2m	房间数量	2503（套/间）
房型/面积	35-251m ²	装修标准	2400元/m ²
开工时间	2020年5月26日	开业时间	2023年3月31日
出租率	90%	租金	1000-8000元/月/套
公区配套	共享健身房、桌游室、会客厅、读书室、活动厅、咖啡吧、羽毛球场地等		

信息来源：企业提供



图：项目外立面



2、户型概况

商服公寓打造多元化居住产品，满足不同人群的入住需求。8号楼服务于商旅短租人群，配备主力产品为42m²一居及78m²一室一厅；9号楼目标客群为家庭型、企业高干，配备产品为92-251m²三室到五室；10号楼对标企业中高级人才，户型为49-112m²单间和两居；11号楼专为青年白领人才准备，产品为36-111m²一居及二居。

表：项目户型信息（白领公寓11#楼）

户型	面积 (m ²)	配比	租金 (元/月)
一居室	44	3.8%	1280
一居室	57	87.8%	1650
一室一厅	111	4%	2620
两室一厅	111	4.2%	2780

信息来源：企业提供

表：项目户型信息（服务式公寓10#楼）

户型	面积 (m ²)	配比	租金 (元/月)
一居室	58	72%	1850
一室一厅	65	10%	2100
一室一厅	78	14%	2450
一室两厅	112	4%	2650

表：项目户型信息（酒店式公寓8#楼）

户型	面积 (m ²)	配比	租金 (元/月)
一居室	42	74%	1260
一室一厅	78	26%	1935

信息来源：企业提供

图：项目11#户型展示图

一居室 | 建面约44m²/套内约30m²一居室 | 建面约57m²/套内约36m²



两室一厅 | 建面约111m²/套内约70m²



两室一厅 | 建面约111m²/套内约70m²



表：室内装修配置及品牌信息

室内装修配置	配置及品牌
全屋	地暖（伟星）、智能门锁（TCL）、空调（海信）、电视（创维）、洗衣机（海信）、烘干机（海信）
厨房系统	油烟机（方太）、燃气灶（方太）、电磁炉（方太）、微波炉（美的）、冰箱（海信）
卫浴系统	马桶（恒洁）、卫浴（恒洁）

信息来源：企业提供

3、项目核心优势

产品多样性

商服公寓涵盖白领公寓、酒店式公寓和服务式公寓三种类型公寓房源，可提供一居、两居、三居、四居、五居的多种户型选择，同时项目“长租+短租+日租”相结合的模式，可满足1-7天的短途商旅人士需求，也可满足1个月以上的长短租客户租住需求。



租购同权，职住平衡

商服公寓认证1503间保障性租赁住房，同时也作为雄安新区党群工作部指定的人才公寓供应商，为新区建设人才提供住房保障。商服公寓执行民用水电燃气收费标准，安全性、性价比较高。

公区及服务配置丰富

项目3000m²大公区，已投入使用的有多个健身房、读书室、会客室、桌游室、会议室等，后续仍会开发新的公区功能。商服公寓为宠物友好型社区，满足爱宠人士的租住需求。商服公寓的客户满意度95分以上，持续得到客户的赞誉，在机构租赁住房市场中不断提升自身竞争力。

4、公区配置和服务

商服公寓充分利用公共空间，打造充满活力的户外运动场、公共会客厅/共享办公区、温馨安静的公寓书吧、浪漫惬意的阳光露台，构建社交型公区，打造自由开放的共享场景。

图：项目公区配套展示



服务方面，商服中心公寓围绕文化、运动、美食、棋牌、萌宠等青年热点话题，定期组织社群活动。同时持续开展安全培训、对客服务活动，并通过不断探索新的培训模式，丰富培训内容，提升运营人员安全知识、技术和服



商服中心商业圈涵盖商家190余家，已有成熟的底商、地下环廊商业街，包括77美食街、电玩城、零售、银行、快递驿站、洗衣、便利店等，为住户提供下楼即享的便利服务。

5、客群分析

商服公寓在住客户企业客户占比80%，散客占比20%。企业客户主要为高校、三校一院、银行金融企业、科技创新企业、通信企业以及本地重点建设单位。男性占比72%，女性占比28%。青年人才为主，30岁以下占比42%，31岁-40岁占比38%，41岁-50岁占比13%，51岁及以上占比7%。

案例五：浦发有家康泽社区

1、项目概况

浦发有家·康泽社区由上海浦东发展（集团）有限公司负责开发，上海浦发有家房屋租赁有限公司负责运营管理的大型综合租赁社区。社区占地面积约84740M²，提供2149套租赁住宅房屋，1185个机动车停车位。

项目位于浦东新区曲桥路157弄，周边交通便利，地铁18号线周浦站步行距离900m，浦东61路年家浜路康梧路站步行距离175米。

产品包括一室（大、小）、两室一厅在内的3种户型，一室“小空间”的主力户型是适合独立居住的31平米单人间，卧厨卫、家具家电齐全，月租2350元起。提供24小时安保、人脸识别门禁和智能锁等专业管家式服务，细节拉满。



表：浦发有家·康泽社区项目基本信息

项目地址	浦东新区曲桥路157弄	项目规模	84740m ²
产权方	上海浦发租赁住房建设发展有限公司	运营方	上海浦发有家房屋租赁有限公司
筹建方式	新建	产品规划	租赁社区
标准层高	/	房间数量	2149
房型/面积	31-59m ²	租金	2350-4590元/月/套
开工时间	/	开业时间	2024年3月15日
公区配套	快递收纳区、洗衣区、宠物空间、烘焙厨房、快递收纳、健身运动、自习阅读室、亲子中心、儿童活动空间、电竞区、影音室		

信息来源：企业提供

图：项目立面图



Appendix /附录

2、户型概况

浦发有家·康泽社区分为两个批次推盘，首推1、2、3、4、7、10号楼房源，其中1-4号楼（987套）35m²，7号楼（137套）59m²、10号楼（247套）为31m²；二段推5、6、8、9号楼房源，其中5、6号楼（287套）59m²，8、9号491套）为31m²

表：项目户型信息

户型	面积 (m ²)	房间数	租金 (元/月)
一居室	31	730	2350
一居室	35	987	2690
一室一厅	59	424	4590

信息来源：企业提供

图：项目主力户型展示图



31m²户型平面图





A2户平面图



两室一厅





表：室内装修配置及品牌信息

室内装修配置	配置及品牌
全屋	智能门锁（云丁）、空调（海尔）、洗衣机（海尔）
厨房系统	油烟机（老板）、燃气灶（老板）、电磁炉（海尔）、冰箱（海尔）
卫浴系统	马桶（科勒）、卫浴（科勒）、淋浴器品牌（海尔）

信息来源：企业提供

3、项目核心优势

区属国企，品质有保障

浦发有家·康泽社区秉持“浦发出品，必属精品”、“浦发服务，必属一流”的理念，致力于“懂你的友好型租赁社区”这一品牌愿景，以浦东新区不同层次、产业和领域青年人才为目标客群，不断探索市场化、专业化发展道路，打造“居住+配套+社交+创新+人才孵化”五位一体人才安居服务生态圈，成为浦东新区租住生活方式倡导者，彰显国企责任担当。

最懂你的租赁社区

产品方面，三种户型满足不同客群需求，全屋配置品牌家具家电，提升居住品质。社区配套方面，浦发有家·康泽社区致力于打造最懂你的租赁社区，配套社区健身房、儿童亲子中心、共享厨房、共享自习室、共享电竞室、共享影音室、宠物洗浴室。同时定期举办社区活动，营造和谐、温馨的社区氛围。



4、公区配置和服务

浦发有家·康泽社区健身区配备有氧健身器材，如跑步机、椭圆机等，满足您的心肺锻炼需求。亲子区有丰富多样的儿童玩具和游乐设施，如滑梯、秋千、海洋球池等。共享厨房提供齐全的厨房设备，如炉灶、烤箱、水槽等，方便居民烹饪各类美食。电竞区配备高性能的电脑主机、专业电竞显示器和舒适的电竞桌椅，让社区居民在这里尽情享受电竞的乐趣。影音室配备高清投影仪和大型屏幕。宠物区有多个舒适的宠物专用洗浴池及洗浴用品和护理产品，专门为社区内的宠物提供贴心护理服务的场所。

图：项目公区配套展示



服务方面，除基础的秩序维护、绿化养护、设备维保外，浦发有家·康泽社区也提供各类便民服务，例如打印、代送鲜花、代收信件、室内清洁、宠物寄养、打包服务、代缴费用。作为“友好型”租赁社区，浦发有家·康泽社区创建“此刻有家”社群活动，线上线下联动，打造成长、社交、宠物友好型租赁社区。