



婚恋网站百合佳缘的地产野心

在老百姓的生活当中，结婚和租房买房多少有着一定关联，但是婚恋网站做房产生意却有些出人意料。继京东、阿里之后，又一家互联网公司正式进入房地产租赁市场。不久之前，婚恋行业巨头百合佳缘集团（以下简称“百合佳缘”）上线租房App“合租派”。此前，百合佳缘还推出主打二手房信息发布与交易服务平台的百合家，已在北京、上海等7个城市上线。在房产服务生意上，百合佳缘的野心并不小，目前，房产已成为百合佳缘五大核心业务板块之一。不过，和其他互联网房产服务平台无异的是，百合佳缘的服务是在线上搭建，而在“重线下”的房地产交易中，单纯线上的房产服务平台能否立足仍有待考验。



部分互联网公司的房产生意

京东

2017年

上线房产电商，线上吸引开发商入驻卖房，线下协助运营商业地产

阿里

2016年8月

旗下“闲鱼”上线房屋租赁业务；2017年支付宝上线租房平台

百合佳缘

2018年

推出合租App合租派、二手房服务平台百合家

布局 从“撮合人”到“撮合房子”

百合佳缘由百合网和世纪佳缘在2017年9月正式完成合并，是一家被人们所熟知的婚恋平台。在完成合并后，百合佳缘发布了五大业务线，包括婚恋、情感、金融、婚礼与房产。

日前，百合佳缘在iOS平台悄然上架了一款名为合租派的App，以实际行动宣布正式进入房屋租赁市场。与链家、我爱我家等中介公司做全面的租赁业务，与万科、碧桂园等房企对长租公寓的热爱不同，百合佳缘进军租房市场的切入点是“合租”业务。

从整个租房市场来看，合租相对复杂，也是较为难做的一个业务板块。合租租赁体验差、租住周期短、“标配”室友难找、选房效率低。在业内人士看来，对于百合佳缘而言，以合租业务的痛点切入市场，是一种有益的尝试，但同时也会面临较大的挑战。

“百合佳缘是一个婚恋平台，它针对的基本都是单身客群，一般而言，这部分人群也会面临租房或者买房的置业需求。百合佳缘拓展房地产业务也符合消费群体的特征。”易居研究院智库中心研究总监严跃进如是评价。

为了做出差异化，百合佳缘也在服务设计上颇费心思。从百合佳缘的租房平台合租派来看，百合佳缘房产团队负责人车林曾表示，合租派的思路是回到用户本身，基于社交经验找到真实的用户，以人找房。合租派的规则包括：通过单一微信及电话只能发布一套房源，过滤中介；芝麻信用及手机号认证提升房源真实性；结合用户标签及房源信息，提供多维度找房模式，解决匹配问题，

降低线下看房成本，提高找房效率；通过在线签约，签约房源即刻下架，解决信息重复问题；推出低价押金险，解决退还押金难的问题。

除了合租派的App外，百合佳缘的另一个二手房平台“百合家”，主打二手房市场信息发布与交易服务平台，据悉该平台已在北京、广州、上海等7个城市上线，覆盖PC端、移动端、App，线上房源已达30万套，每日找房用户达3万人。以该平台的北京频道为例，下属栏目设有二手房、租房、小区、房产攻略、房贷税费等。从内容上看，依然依赖经纪公司经纪人的信息发布，与58同城、安居客、搜房等平台无太大差别。

模式 基于流量的线上平台

实际上，无论是京东、阿里，还是百合佳缘，互联网公司布局房地产业务的角度各有不同，但是有一个共同点，即依托自身线上平台的庞大流量，去打造房产服务平台。在业内人士看来，他们的优势在于流量，而目的则是与主业形成闭环。

资料显示，百合佳缘是一家被人们所熟知的婚恋平台，尽管百合佳缘已是婚恋行业巨头，但婚恋行业存在的痛点也成为阻碍该公司进一步发展的因素。

婚恋社交对于多数人是一次性需求，用户的生命周期非常短，一次成功配对同时也意味着一次用户流失，而且对用户连接得越好、配对速度越快，用户的生命周期就越短。因此，在完成合并后，百合佳缘发布了五大业务线，包括婚恋、情感、金融、婚礼与房产。百合佳缘方面也曾表示，该公司推出五大业

务线的战略目的也正是建立婚恋产业链，拉长用户的生命周期，实现主营业务的交易闭环。

“对于百合佳缘这类互联网公司而言，他们拥有线上平台的庞大流量、过亿的注册会员，是这类企业打造房产服务平台的根本优势，但单纯依靠流量的线上平台到底能够走多久还有待考验。”严跃进分析称。

难点 抛开线下能否立足

严跃进进一步分析，百合佳缘等互联网公司平台思路的大方向已经被认同，但是在“重线下”的房地产交易中，如何立足目前仍是重要的问题。一方面是如何获得规模和市场占有率；另一方面则是如何实现盈利。

从租房业务来看，百合佳缘的租房业务切入点为合租，在中原地产首席分析师张大伟看来，目前来看，百合佳缘做的是转租业务，从整个房屋租赁市场而言，转租业务的市场规模很小。同时，房源获取是这一业务最大的痛点，无法获得大量房源的情况下，很难做大规模。此外，转租业务的另一个问题在于交易难以控制，平台签约很难实现。

张大伟进一步分析认为，目前主流的房屋租赁市场，赚取的其实是业主与客户之间的差价，即房屋租赁机构在业主端获取房屋后，通过升级改造获得利润，这也是现在租赁企业生存的主要办法。因此，百合佳缘的租房业务很难在这方面实现盈利。

据了解，目前合租派计划不对用户收取任何费用。未来则考虑在月付金融、品牌广告、生活服务、入驻机构返点等方面获取收益。在业内人士看来，撮

合房子”通常也是交易频次非常低的生意，和传统中介公司不一样，不收取中介费就意味着从房产服务上，百合佳缘必须打造更丰富和可靠的收费渠道来维持经营。而通过“售后服务”来增加收入的设想，虽然美好，但是成功的案例却不多。

从二手房业务来看，百合佳缘打造的百合家，与58集团的房地产业务较为相似，主要是信息发布平台。一位行业观察员表示，这种房产平台主要盈利模式是依靠流量收取服务费，在这一业务条线上，百合佳缘实现盈利更为困难。

一方面，58集团、新浪房产、搜房网等类似的房产服务平台早已布局多年，且已相对成熟，百合佳缘作为后来者，如果仅仅是做房产信息发布平台，能否在这样激烈的竞争中获得市场认可，是一个未知数。

同时，近年来，房产中介公司也开始发力线上平台，未来中介公司自身线上平台会不断完善，届时，类似的线上房产服务平台的生存空间将进一步被压缩，仅仅依靠流量赚取服务费的模式也将难以为继。

另外，在不久前，传统中介公司链家、我爱我家、麦田等与58集团房地产业务板块，由于端口费用涨价而引发的对抗也颇受行业关注。这也使互联网服务平台靠流量获取收益的模式受到挑战。

上述人士进一步分析认为，对于百合佳缘而言，自身拥有的流量和会员是进军房产领域的优势，但是如何探索创新一条切合实际的运营及盈利模式，是这类企业能否在房产领域有所突破的关键点所在。

北京商报记者 彭耀广/文 代小杰/制图