

五年内新租赁市场规模有望破10000亿元 Z时代爱上以租代买

租设备创业、租Labubu发朋友圈、租相机看演唱会……越来越多的年轻人爱上“以租代买”。从职场进阶到养娃育儿，从追星现场到潮流前线，这届年轻人，用自己的方式尝试不同的生活可能，用租赁的灵活性找回对消费和生活的掌控感，在“拥有”与“体验”之间找到平衡。

据易观咨询《中国新租赁行业消费洞察2025》预测，到2030年新租赁市场规模有望突破10000亿元。

租赁平台 消费者万物皆可租

芝麻租赁平台披露最新数据显示，截至今年6月30日，芝麻租赁平台交易额同比增长71.6%，30岁以下用户占比超六成，来自“00后”消费者的订单暴涨2倍。

近日，记者发现，在芝麻租赁平台上万物皆可租。例如春晚同款数字机器人G1的日租价格最低1000元/天/台，可同步提供操作工程师协助商演，而宇树Unitree Go2智能机器人（机器狗）日租价格低至60元/天/台。

年轻人也开始租设备创业。摄影师小林告诉记者，他在长沙夜市摆摊为游客拍照，现拍现打印照片，每张照片8元，一天最多能赚2000元。“我本职工作就是摄影师，平时在杭州、北京、上海接广告摄影。来长沙找朋友突发奇想做这个生意，相机、灯具、打印机甚至露营车这些设备都是租的，没想到能赚这么多。”他表示。

“当一台相机以日租39元能点燃大学生的创作激情，当一台Switch能够以日租5元的方式激活Z世代青年的娱乐渴望，这不仅是商业场景的创新，更是消费平权的进化。”蚂蚁集团循环经济行业总经理邱林表示。

观念转变 满足了个性化需求

“以租代买”的消费方式，让人们在满足短期需求的同时，避免了高额的购买成本和资源浪费。例如，在临近元旦、寒假等假期时，不少人会选择在人人租等租赁平台通过信用免押的方式租台相机去旅行、租件礼服去参加跨年晚宴等，这些原本可能需要高额支出的活动变得经济实惠且便捷。

周小姐为记录孩子生日的幸福瞬间而选择租赁专业

照相机，花费一两百元的租金，便能畅享几千元设备带来的优质拍摄体验，轻松满足特定场景需求。马小姐也倾向于为孩子租借演出服，在她眼中，一次性购买演出服不仅容易闲置造成浪费，而选择租赁性价比更高，还契合环保理念。新需求带动了消费观念的升级，她们都将“以租代买”融入自己的消费生活，个性化的租赁让她们对个人资金和各式心仪消费品享有了更多的主导权。

追求性价比、秉持环保观念的消费心理转变，使得租赁成为满足短期需求的热门选择。以人人租为例，该平台覆盖了从日常必需的电子产品、家居用品，到特定场合下的演出服装、专业设备等200多个行业的商品，服务用户规模超5000万，全面响应了不同消费者的个性化需求。

蓬勃发展 租赁市场持续扩容

随着国内旅游市场的持续升温，加之经济结构的调整与消费观念的转变，近年来，出行增长数据和消费数据均呈现出强劲的增长态势，人们的出行意愿和消费能力显著释放。据文化和旅游部数据中心测算，2025年“五一”假期全国国内出游合计3.14亿人次，同比增长6.4%；国内游客出游总花费1802.69亿元，同比增长8.0%。

去年下半年，人人租平台整体访问量同比大幅跃升86%，订单数也随之增长52%，其中电脑、相机、无人机租赁业务成热门首选，尤其在演唱会和直播场景下，同比增长速率达到惊人的80%至90%。租赁模式精准契合各类用户需求，以低成本、高便捷性的优势，吸引大量用户涌入，业务量呈井喷式增长。

据权威研究机构《2023年中国新租赁行业白皮书》数据显示，按商品交易总额计，2023年我国新租赁行业市场规模已然跃升至152.7亿元的高位。据易观咨询《中国新租赁行业消费洞察2025》预测，到2030年新租赁市场规模将接近10000亿元。易观智慧院院长李智认为，新租赁将成为继网络零售、即时零售之后的促进消费爆发增长的第三种动能。

新兴技术如物联网、大数据、人工智能等，不断赋能租赁行业，优化租赁流程、提升用户体验，拓展业务边界；消费者环保意识、共享理念的逐步增强，也使得租赁消费作为一种绿色、可持续的消费模式，愈发深

入人心。

线下租赁作为传统租赁形式，如今也积极拥抱数字化转型浪潮，踊跃投身新租赁业务拓展。以北京的一家摄影摄像器材小店为例，销售员杨先生介绍，此前线下实体店业务局限于器材销售，市场竞争激烈，增长空间受限。然而，自去年5月入驻租赁平台开启线上业务后，创新性地推行“线下试机、线上租赁”协同模式，瞬间激活店铺运营潜力。去年下半年订单量增长势头惊人，高达117%，每逢节假日，店内器材供不应求，线上线下融合模式对于租赁市场的强大助推力充分彰显。

信用加持 租赁经济优势凸显

经过近几年的“野蛮生长”和无序竞争，以多起共享单车企业倒闭，千万用户押金难退为标志和转折点，以押金为主要盈利模式的“共享经济”已失去生命力。新活跃起来的“新租赁经济”，则在很大程度上避免了“押金坑”。

上海金融与法律研究院通过对多家信用免押金租赁平台的调研发现，去年以来，免押金租赁市场呈现三大趋势。首先，三、四线城市崛起，用户数量增长速度迅猛，已占总用户的近30%；其次，年轻化趋势明显，“80后”“90后”占总用户的90%以上；此外，2018年用户租赁的物品更加丰富，3C数码、服装饰品、图书成为使用频次较高的物品，单件物品能免掉的押金数额也越来越大。

信用取代押金，降低了用户的使用门槛和资金风险。苏宁金融研究院高级研究员付一夫表示，新租赁经济与传统租赁经济的差别主要体现在两方面。

一是信用体系的加持。付一夫表示，就传统租赁经济而言，是以支付押金的形式来换取一定时期内物品的使用权；而在新租赁经济下，消费者无需再支付押金，而是以信用分作为准入门槛。换言之，传统租赁经济场景下，如果违约发生，通常是扣除押金；而在新租赁经济场景下，违约的成本在于个人信用的降低。由于个人信用受损的影响范围极广，故用户对于信用的感知更强，自我约束力也会相应提高。

二是互联网化的租赁体验。近些年互联网技术日渐成熟，消费者的互联网信用体系建设越来越完善，为新租赁经济的发展打下了基础。同时，在消费升级的浪潮下，体验式、个性化消费兴起，而基于互联网平台的租赁行为无疑是一种全新的消费体验，这迎合了市场的新消费趋势。此外，在互联网的加持下，商家也可以快速获客，并提高交易效率，这些都是不同于传统租赁经济的地方。



租赁市场的耳机

纵深

市场火热 消费隐忧如影随形

租赁市场表面上呈现出一片繁花似锦的繁荣盛景，然而看似兴旺的背后，诸多消费隐忧却如影随形，给租赁经济持续健康发展带来巨大风险，亟待有效化解。

消费者租赁物品时，面临商品质量的不确定性，收到的商品与下单的不一致，消费纠纷屡见不鲜。损坏赔偿标准模糊不清，设备稍有磕碰便遭受高额索赔，消费者因缺乏专业鉴定依据，被迫接受不合理要求，矛盾由此激化。再者，租赁业务数字化带来了信息安全隐患，消费者在平台注册的个人信息、租赁设备残留的使用记录等一旦泄露，骚扰电话、诈骗风险便接踵而至，严重威胁人身财产安全。租赁市场要实现长远稳健发展，亟待破解这些难题，重塑消费者信任。

人人租规范服务，租赁消费痛点被逐一击破。在租赁市场不断扩容的背景下，人人租通过一系列创新策略和服务优化，有效应对消费者对于租赁过程中的种种隐忧。首先，人人租构建了全面的信用评估与风险管理体系，不仅大幅降低了因用户违约带来的经济损失，也让商家和消费者之间的信任壁垒得以消融。通过信用免押、按月支付等灵活支付方案，减轻了用户的资金压力，让更多人能够无负担地体验高品质的商品和服务，从而在源头上缓解了消费隐忧。

针对消费者对租赁物品质量的担忧，人人租平台搭建商家入驻审核机制，从源头把关，确保上线出租的商品均符合高品质标准，如实描述型号、性能、品相细节，让消费者所见即所得。为化解磕碰赔偿纠纷，平台精心制定并公开展示清晰透明的损坏赔偿分级制度，依据物品损坏程度、折旧情况等综合因素，合理界定赔偿范围，杜绝漫天要价。并且，在租赁流程前后，平台通过便捷的操作引导，提醒消费者做好开箱、关箱视频证据留存，同时简化视频拍摄与上传流程，让取证维权不再繁琐。一旦出现纠纷，人人租平台专业的客服团队迅速介入，依据翔实证据公平裁决，切实维护消费者权益。

同时，人人租在其他服务细节与用户体验上同样下足功夫。平台不仅提供了涵盖3C数码、家居用品、健身器材等200多个行业的租赁服务，更在每一个租赁环节都融入了人性化的设计。比如，在租前，人人租提供详尽的产品介绍、租赁指南以及专业客服的在线咨询，帮助用户快速了解产品特性和租赁条款；租中，平台实时监控租赁商品的状态，确保商品质量与安全；租后，则提供便捷的归还流程、快速的押金退还以及完善的售后服务，确保用户在租赁周期的每一步都能感受到安心与便捷。此外，人人租通过与华为、联想、三星、OPPO、VIVO等知名品牌厂商的合作，引入更多新品，爆款，满足用户对于新鲜体验的追求，构建了一个健康、透明的新租赁生态，有效提升消费者的租赁满意度与信任度。

本版综合人民网、金融时报、央视财经、消费者报道、21财经APP



手表



数码产品

