

Y世代下套房什麼樣？ 有人比你更清楚

Y世代下套房什麼樣？有人比你更清楚

「改善換房」一族似乎正經歷一場心理博弈。

社交媒體上，「人到中年是否換房」「中產消費降級要不要換房」「先買還是先賣」等討論不斷。為何換房？不少人表示，在購首套房時，或因預算不足，或因人生規劃不清晰，亦或為投資，房屋多少存在一些遺憾，比如距離工作地遠、小區環境差、沒有電梯等問題日益凸顯。

當父母上下樓腿腳日益不便、當孩子需要更好的成長環境、當房間少東西多、當幾代人同住日益擁擠、當想要更舒適的居住體驗……改善換房就擺在面前。

Y世代，也就是1980-1995年出生的「千禧一代」，已成為社會中堅力量，恰逢而立或不惑之年的他們，擁有一定財富積累，甚至邁入新貴階層，成為換房主力。伴隨著全球化成長起來的Y世代，在住房需求、生活方式、消費傾向等方面也呈現出多元化格局，對理想人居和嚮往的生活有不同期待。

當房子回歸居住屬性

58同城、安居客發佈《2023年青年置業報告》，對1985-2005年出生的青年進行調查顯示，5年內有置業計劃的人，46.7%為改善居住環境，因結婚和子女教育的均為20%左右，為房產保值增值的不足10%。

在價格之外，85後更重視位置，90後關注生活配套設施便利性。社區品質、社區文化氛圍等也受到關注。「悅己買房」更成為新觀念，他們每月主要支出為餐飲美食、生活日用，對室外休閒娛樂活動關注提升，希望智能傢俱提升生活質量。

追求好的居住環境是人的本能，從古至今人類都在為住得更好而努力。古代人們選擇靠近水源、能種植糧食作物的地方居住；現如今隨著社會發展，人們有了更多選擇和需求。比如「新貴老錢」們期待住得舒適，還希望滿足文化需求，和精神世界契合；年輕一代則追逐潮流文化，期待擁有更多符合愛



好的場景；家庭型住戶則更注重功能性，希望滿足兩代甚至三代人的需求。

什麼是好居所？有人說，能讓在外打拼的人鬆綁身心，疏解在外受到的憋屈；有人說，回到家可享受智能系統帶來的便利，內心充滿豐盈感；還有人說，有孩子生長需要的環境和玩樂場所就是好的居所。

歸根結底，住所承載著不同生活方式，承載著人們對美好生活的嚮往，包含自己和自己、自己和家人、自己和大自然的關係，它不僅需要位置、配套、品質、設計、風格等符合需求，還要有「附加功能」，帶來身心愉悅，提供情緒價值。

試想一下，當人們回歸到生命滋養、身心愉悅、文化共鳴的環境，在精神氧吧裡安放自己、享受親情、激盪心流，這或許才是房子存在最根本的意義。

排列組合出多種生活

當房屋回歸居住本質，當居住體驗日益被看重，品質住宅時代，不同人群所期待的居住環境，市場是否能給予？

前不久，中國金茂發佈了「金玉滿堂」一系列產品，作為今年首家發佈新產品戰略的房地產企業，激盪起了一波市場漣漪，也為未來人居帶來想像。

據瞭解，中國金茂以全國超25萬府系業主為基數，以年均200多場座談會、2000多次深度訪談、10000多次定量問卷調研，梳理出其樓盤住戶的消費觀、家庭觀、生活觀、社交觀、審美觀這五種價值觀。調查發現，25-35歲人群是中國金茂樓盤購買主力，事業上升期家庭更關注功能性，事業成熟期更需要情緒價值。基於五種價值觀對應的生活方式，中國金茂注重將空間價值、情緒價值等列入「計算」，形成新用戶模型，並將高潛客戶分成四類，對應推出「金、玉（璞）、滿（M）、堂（棠）」四條產品線。

其中，「金」是經典金茂府系產品升級的3.0版本，用「一核、五美、兩配套、兩服務」為高知及新貴家庭營造「自然生長的社區」。去年12月，天津龍北金茂府開盤，成交額超15億元；發佈會當天，上海中環金茂府首開全部售罄。

「璞」（玉）系則定位「城市核心區的東方國際藝術作品」，兼具地段、配套等前瞻性，在傳統東方美的設計中融合世界潮流趨勢，為看遍世界的中國財智精英提供一種「返璞而歸真」的東方韻美生活。今年中國金茂將在西安落地首個「璞」系作品璞逸曲江，以國際東方「一韻」，大師高定的戶型、立面、景觀、精裝、地庫及高端科技系統，加上人文會所、藝術商業、質璞社區服務與至臻圈層服務，為追求本真、平和的人們打造理想生活居所。

對喜歡炸雞配紅茶、可樂配黨參、熬夜敷面膜、蹦迪穿護膝的新貴們，中國金茂提到，他們的生活節奏快，希望回家後有服務，有情緒價值，「M」（滿）系則為這些財富新貴、高級白領、時尚達人帶來城市核心區公寓大平層，打造歸家體驗、園林體驗、智慧體驗等，還將引入新潮運動形式，打造養生空間等，滿足「悅己派」的精緻生活需求。

「棠」系則為重視家庭陪伴、親子成長的「顧家派」定制全齡友好社區，中國金茂做了大量專題研究，打造3園2場1社群，圍繞兒童成長環境重構社區場景，比如打造社群，開展夏令營、冬令營活動，將社區大堂和商戶打造一體配套，打造鮮花區、便利角，追求生活煙火氣。

值得一提的是，近年來全國多個城市在加速建設全齡友好城市，全齡友好型社區也將成為城市裡的一個小單元，讓家庭感受更多「獲得感」。據悉，首個代表作將落地天津，第二個將落地武漢。

可以說，這四個產品線，通過搭配不同的產品設計，提供不同服務，打造不同社區場景，排列組合出四種生活方式，滿足四類人群需求。據介紹，「金玉滿堂」還將在天津、西安、上海、蘇州、杭州、南京、寧波、武漢等城市陸續落地。

這對擁有一定財富積累的改善型購房者來說，或許多了一個新選項。
能否打動「新貴老錢」？

現如今，隨著社會精英階層基數擴大，人們對美好生活的精神需求日益多元，市場供需格局悄然變化，消費者變得日益「挑剔」。

中國金茂營銷中心總經理李峰提到，行業進入發展新階段，市場關係正在被重塑，資源重新整合，產業形態亟待升級。面對新的挑戰，房地產行業必須用新思維、新方式應對變化。

從購買者來看，「新貴老錢」無疑有著購買力，但能否打動他們，還得靠服務和品質。對以以高端住宅「出圈」的金茂來說，「金玉滿堂」帶來的高品質、細化服務顆粒度的生活提案，能否受到「新貴老錢」的青睞仍需等待市場檢驗。

不得不提的是，中國金茂一直在根據市場迭代。14年來，金茂府從1.0時代的12大科技系統構築「會呼吸的房子」，到2.0智慧升級打造「會思考的房子」，再到如今的3.0打造「自然生長的社區」，不斷細化服務顆粒度。至今，金茂府已落子全國29座城市，成為中國累計獲國內外綠色建築認證最多的住宅產品系。

現如今，中國金茂正基於高端樓盤的沉澱，賦能到細分產品中，從打造單體房屋擴展到打造社區，重構中國高端人居內涵。

作為中國金茂的首席品牌體驗官，楊瀾在發佈會上分享了關於中國人居美學的思考。在她看來，中國家庭追求團結、和諧、快樂氣氛，鄰里中希望孩子健康成長、自由玩耍，希望自己身心健康舒適，希望老人老有所養、閒庭漫步、頤養天年，是共情、共創、共享社區，從外在審美到內在精神更豐盈，這是家居帶來的情緒價值。

錢昆打油詩

觀日落1

愛妮島上沙灘多，
各領風情各紅火。
元宵佳節來遊玩，
LAS沙灘看日落。



《達圖爾傳》 第二部《奔騰年代》

「呵呵，既然美國的軍事顧問都上了，那你就不能純粹說蔣介石無能啊！」

「那你說為啥呢？我也奇了怪了，老蔣幾百萬美國武器武裝起來的部隊，怎麼就搞不定那幫子兩手空空要啥沒啥的泥腿子呢？」

「呵呵，你的那幫兄弟也是打過日本人的。現在不是一樣，也搞不定南方的游擊隊嘛。那你說是為啥？」

「不怪弟兄們無能，只怪共匪太狡猾！昨天一起吃飯時，費德羅將軍說的。」

依琳娜被彼得爾逗得前仰後合。

「呵呵，呵呵呵！我看不是共匪太狡猾，是老百姓跟著蔣介石混，沒、出、路。」

「嗨嗨，依琳娜，你說的還真有理。回頭我跟我的老長官亞里克斯聊聊去。哎。」

「彼得爾，跟你說個正事兒啊！」

「啥正事兒？你一提正事兒我心裡就緊張，太出人意外、太驚悚了！依琳娜你先讓我心裡有個準備啊，嗚嗚，嗚嗚嗚！」

「呵呵，呵呵呵！這次真是正事兒。前幾天我們醫院來了一幫衛生部的人，得嘍得、得嘍得，大談特談菲尼亞的國家衛生建設，要求各個醫院都為菲尼亞兒童疫苗接種事業做貢獻。我們院長又是老套路，發傳單印海報，搞得我那幾個助理已經在大街上站了三天了。」

「每次不都是這樣嗎？不只醫院，各個系統都一樣。」

「所以啊！我想幹點正事啊。呵呵，呵呵呵。我的工資不是一直沒領嗎，我想請你幫忙聯繫部隊的兄弟，請他們派些人，最重要的是帶上些軍用帳篷，還有小發電機，小冰箱什麼的。」

「咋地了依琳娜？你這是要去南方打游擊隊嗎！」

「呵呵，呵呵！看把你嚇得！我可沒那心情去山裡打游擊，都是菲尼亞人，打個什麼勁啊！」

「噢，不上山就好，嚇死我了。那你要部隊幹什麼？」

「你想啊，搞疫苗接種是好事兒，可在城裡發傳單有用嗎？山裡住的人別說不知道有疫苗這事兒，就是知道了，有誰願意抱著孩子跑城裡來打疫苗啊？疫苗是現成的，但是有些對溫度有要求。我想請部隊幫忙，我們一起沿著哈·薩公路設幾個



流動疫苗接種站。讓部隊的兄弟們開幾輛軍車幫著接送，盡可能多的把公路沿途偏遠村莊孩子們的疫苗接種上。我那些工資不是一直沒領嗎？可以給大家買些補給品小禮品什麼的，怎麼樣？這是正事兒吧彼得爾？」

「好勒！這個事兒太正了！那些設備，部隊裡都是現成的，包在我身上。」

依琳娜到醫院裡一說，院長開心的要命！他心裡一合計，六個接種站，每個接種站派三個護士就行。有部隊幫忙組織，自己既不出錢又不費心，還能在衛生部出個大風頭，露個大臉。哈哈，想想都美啊！想當初，有人把這丫頭的簡歷送到他手上，說這個依琳娜要到醫院來上班。一打聽，知道了這丫頭的兩個爹是誰後，差點沒把他愁死！生怕又來一個只領工資不幹事，毛病還些多的祖奶奶。可沒成想，她上班後，院長發現這丫頭的技術可不是蓋的。美國最好的外科醫院培養過的醫生，那水平可不是吹的。幾台手術下來，整個外科，老的少的所有醫生都服了。更重要的是這姑娘每天嘻嘻哈哈，好伺候的很。各種事兒都挺積極，唯獨領工資不積極，這都半年多沒領了。

這次疫苗接種活動從一開始就非常成功。綠色的軍用帳篷，穿白大褂的漂亮護士，軍用吉普車上架著大喇叭不停的宣傳著：接種疫苗、保護兒童，免費接種、免費接送，凡來接種，禮物相送！村莊的老百姓都很積極，媽媽們抱著小的拖著大的坐著吉普車來到接種站。很多孩子沒坐夠吉普車，讓他們下來就哭鬧不止，逗得大家開心不已。