

楼市消费呈现新趋势：

# “后浪”已至 购房群体越来越年轻 “她经济”走强 女性置业潮来袭



数据眼

文/图 羊城晚报记者 孙琦曼

“家财万贯，一日不过三餐。广厦万间，夜眠只需七尺。”房子作为许多消费者一生最大的投资品，常常成为坊间茶余饭后讨论的话题。而随着中国住宅地产业进入提质换挡、减速运行的新常态，购房者也从群体特征、买房需求到信息获取渠道上有了不同的变化。羊城晚报记者梳理行业相关数据报告发现，楼市消费开始呈现购房群体年轻化、女性购房者增多、消费需求多元化推动房企数字化等不少新趋势。

趋势 1

## 年轻购房者跑步入场 重点城市客群近三成不足30岁

“手里没有一分钱，却有了一套房子。”刚刚毕业半年，“90后”孙森在父母的支持下在广州市黄埔区购买了一套一手商品房，“父母帮我付了首付，这是压力，也是一种动力。”

在首套房的购买群体中，像孙先生这样的年轻购房者越来越多，可见年轻群体正在加速“跑步”入场。

暨南大学经济学院副院长郑贤告诉羊城晚报记者，“95后”“90后”将逐渐替代“80后”成为购房主力将是大概率，“绝大多数年轻群体的购房需求属于刚性需求，城市购房者的平均年龄不断下降，从侧面反映出房地产市场正在回归理性。”

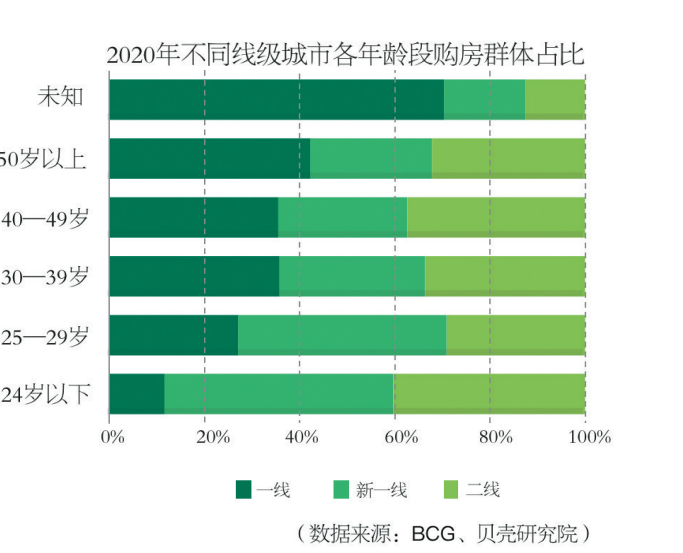
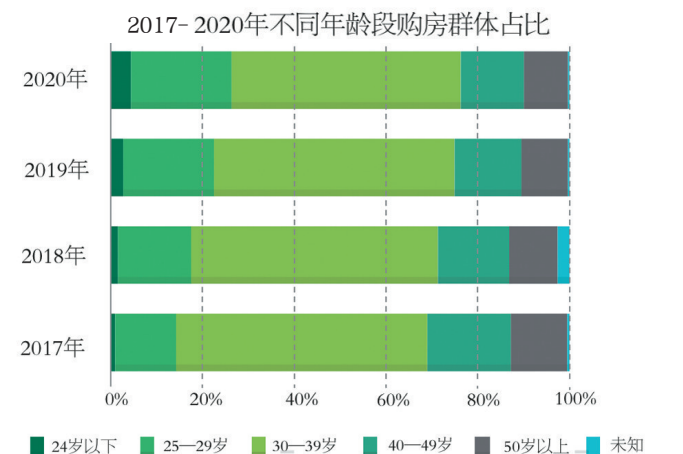
数据也给出了同样的答案。贝壳找房平台成交数据显示，近年来，年轻购房者在房地产交易中占比增速明显，2020年全国30个重点城市购房客群中，虽然30至39岁的人群依然是主力购房群体，但30岁以下客户占比达到26.35%，较2017年提高了12.09个百分点。

房主主力军，但“后浪”逐渐成为购房主力军的趋势仍然明显。”贝壳研究院分析师闫金强表示，当前购房客群年轻化趋势明显，以90后为代表的新兴人群购房占比显著增加。

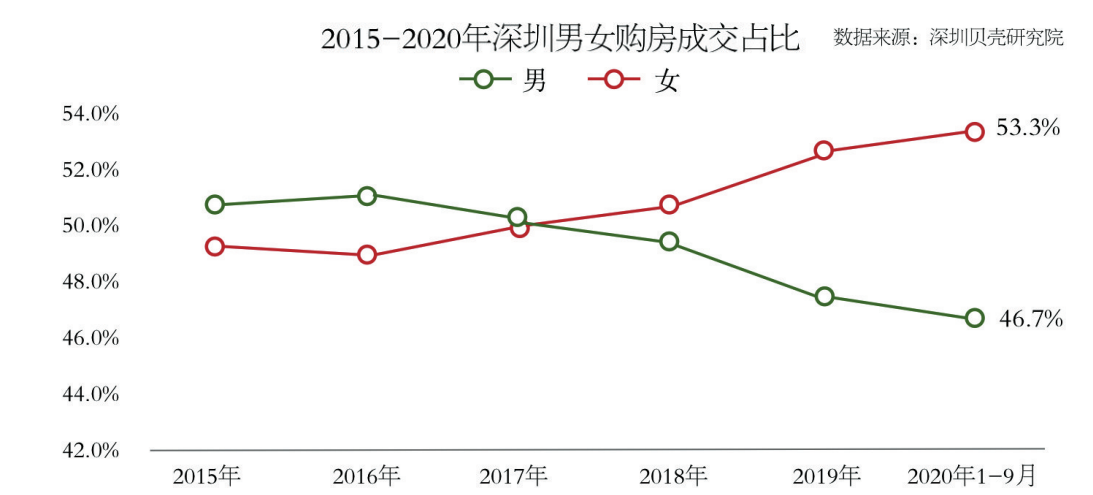
值得注意的是，与一线城市相比，新一线城市年轻购房客群比例更高。受制于住房成本、限购政策等影响，新一线城市购房客群年轻化，30岁以下客群购房占比一线城市高出16.27个百分点。

有了房子就有了安身立命之所，多了一份安全感；有了房子就不必支出租房消费，化消费为投资；有了房子就证明自己已经独立……90后买房的原因多种多样，那么驱使年轻群体成为购房一族最重要的原因是什么？

波士顿咨询公司（BCG）与贝壳研究院发布的《数字共赢：2021居住地产数字化白皮书》显示，可以自主选择装修风格成为90后最重要的购房决策因素，其次为有归属感及安全感。而值得注意的是，结婚对于购房决策的影响排名并不居前。



(数据来源：BCG、贝壳研究院)



## 女性置业潮悄然来袭 深圳女购房者占比反超男性

“三八”妇女节将至，女性消费“她经济”成为了各行各业关注的热点，“女王节”“女神节”等标题和口号也在街头巷尾随处可见。羊城晚报记者注意到，随着“她时代”的到来，越来越多的女性加入了购房置业的队伍，掀起了一波女性置业潮，也使得楼市“她经济”如火如荼地进行着。

求职，身为女生，买了房子会更有安全感。”在她看来，拥有了婚前房产，以后面对婚姻的时候会“更有底气”。

上且逐年上升。2020年1-9月，深圳女性购房占比53.3%，相比2015年增长4.1%，而男性购房占比46.7%，低于女性购房占比。

## 消费者需求多元化 房企数字化成大势所趋

起的《2020年购房者交易旅程》调研结果，60%的用户通过微信、社交媒体以及垂直平台等线上渠道获取房源信息。其中，购房者易受影响的三大数字渠道为微信生态群、房产垂直平台、短视频与直播等新兴社交媒体。

贝壳找房数据显示，2020年，其超过一半的用户来自于线上，每一个客户成交前平均线上咨询80次，较2017年增长超15%。

诉羊城晚报记者。克而瑞数据显示，2020年合约销售额排名前50的头部房企显著提升了在数字化方面的投入。

# 又有一家大厂要来！中兴也要造车了？

羊城晚报讯 记者林曦、实习生何青欣报道：近日，有媒体报道称，中兴通讯内部发文表示将成立汽车电子产品线，同时，中兴将设立汽车电子团队。对此，中兴方面对羊城晚报记者回复表示确有此事，但是目前该产品线组织架构并未明确，其他细节不予置评。

据上述媒体信息显示，中兴通讯在汽车方面的布局包含智能汽车电子、智能车联网、智能汽车操作系统、智能自动（辅助驾驶）、智能充电等。

天眼查App显示，中兴通讯曾于2016年7月成立中兴智能汽车有限公司，该公司注册资本为9.2亿元，法定代表人为蒋代卫。股东信息显示，该公司大股东为中兴通讯股份有限公司，持

股比例为86.39%。资料同时显示，中兴智能汽车有限公司对外投资多家子公司，包括珠海市广通客车有限公司、深圳金兴通汽车销售有限公司、广州金兴通汽车销售有限公司等。

值得一提的是，天眼查App显示，中兴通讯股份有限公司已公开多条与汽车相关专利，包括“一种无线充电定位方法、装置、系统及电动汽车”“交通拥堵检测方法、装置、系统及存储介质”等。其中“一种无线充电定位方法、装置、系统及电动汽车”的专利摘要显示，该发明提供一种无线充电定位方法、装置、系统及电动汽车，涉及无线充电技术领域，通过动态的图像信息对无线充电接收端自动进行调整，解决了现有无线充电定

位技术中受人因为影响因素大且准确性差的问题，使得接收端准确匹配发射端，提高充电成功率。

值得注意的是，近期，富士康、苹果、小米、百度、腾讯等科技大厂纷纷涉足造车传闻，各家都想在汽车行业“新四化”（电动化、智能化、网联化、共享化）发展中分羹智能汽车时代红利。



新能源汽车赛道竞争者越来越多 图/新华社

期已公开多项电动汽车相关专利。天眼查App显示，2月26日，华为技术有限公司公开一项名为“一种无线充电的发射端、接收端、方法和系统”专利。华为技术有限公司还公开了一项名为“一种动力总成和电动汽车”的专

利，公开号为CN212529295U。该专利摘要显示，本申请提供的动力总成和电动汽车，能够充分利用换热器的外部冷却面，提高了换热器的利用效率，改善了电机控制器的散热，同时结构更加紧凑，节省了空间。

## 广州制衣厂月薪万元招不到工 这个行业得求变了

元宵节一过，广州海珠区的康乐、鹭江、大塘等城中村的大街上，就站满手持招工牌和样衣的制衣厂老板，动辄月薪过万的招牌仍招不到人，年年如此。服装订单在季节上的波动性，形成了制衣厂老板对工人的需求激增，也造就了这艘求人若渴的招工场面。

向来只有工人求老板，如今老板和员工这一对强弱关系在处境和话语权上堪称戏剧性颠倒，足以撩动大多数人的情绪。不过如果仅仅聚焦在“年轻劳动力匮乏”“高薪背后劳动强度更大”“劳工成本就应该高”等观察上，是不够的。如果反思整个制衣行业的发展和转型，低水平、劳动密集型产业在大城市的走向似乎更值得反思。

那些提出人工成本提高的人，其实只说到了问题的一半。随着人口红利的逐渐消失，年轻工人的薪酬水涨船高，本是供不应求的结果。但再涨也没人来，其原因要在比较中找：在制衣业许多传统产业中，工厂劳动生产率、品牌溢价能力的提升，远远赶不上年轻人对于产业升级和人生视野的期待。行业缺乏前景，反过来成为制约年轻人加入的“天花板”。

回顾这些劳动密集型产业的渊源，绕不开的是其毗邻的珠三角最大的布匹交易场所广州中大南部广大地区的布匹市场。许多在广州开服装档口的都要到这里买布料、辅料，打版后交给工厂加工，最后再拿到沙河、十三行等成衣销售市场上售卖。由于历史地理原因，服装加工产业在这几个城中村扎下根基，成本不高、利润稳定、生意繁忙、货如轮转。

然而，提升企业竞争力，多半要靠技术的进步和管理的精细化。从人的发展提升角度看，

应该还有对完善的劳动力培训和提升的条件。山寨企业遍地都是，小老板赚钱，员工只是提供体力而已。

只有真的能提升品牌溢价能力的企业才有未来。如今人们在消费时，更看重配套的服务，以及背后的文化符号和身份认同。优秀企业的市场洞察和营销也在瞄准长远目标，而不是停留在低端模仿。然而，在服装生产这一竞争激烈的行业里，能不陷入同质化竞争和粗放式增长的厂商，简直寥若晨星。

如今，盘踞超过20多年的服装加工和销售产业发展到当下的规模，早已经和城市功能与规划产生巨大冲突，比如物流混乱导致交通拥堵，脏乱嘈杂影响人居环境。电子商务等新业态的发展，也让生于斯长于斯的服装加工产业面临交易额下行的压力。高昂的地价价格无法变现成单位产值更高产业版图，这无形中更是土地价值的浪费。诸如创意园、设计中心、旗舰店、体验馆的靓丽加入，是否真的能改变产业内核，仍待观察。

2019年广州市商务局制定了《广州市专业批发市场转型升级的三年行动方案（2019—2021年）》，容纳制衣产业的康乐村、鹭江村进行更新改造，将在2023年10月31日前完成全部安置地块上的房屋拆卸……

在一系列举措中，政府不断扮演着引导转型和城市更新的角色，也是在解决产业转型的发展滞后问题。当然，要做到多重目标和多重利益的协调和平衡，不能一味强调速度和进度，却抛下了城市发展对于非新兴产业的宽容度。整个传统行业的新生涉及巨大的产业链变更，行政引导是一方面，何为高端，什么高端能做起来，始终也要交给市场的觉醒、竞争和选择。

## 大湾区保险又添新品 头部险企湾区版定制产品相继亮相

羊城晚报记者 程行欢

2月28日，新华保险在广州推出粤港澳大湾区专属重疾险产品，助力大湾区建设和金融创新。这也是去年11月5日中国精算师协会发布《中国人身保险业重大疾病经验发生率表（2020）》，并首次编制了粤港澳大湾区病种合计经验发生率专属参考表后，又一家大型险企针对大湾区推出的创新产品。随着这一产品的落地，中国人寿、中国平安、太平人寿、中国太保寿险等头部企业均已大湾区设置了地区性专属保险。随着未来个性化需求的不断增长，有针对性的产品设计将会提升险企的竞争力。

“其实跨境医疗和确诊对于保险公司的风险非常大。”新华保险广东分公司总经理彭军对记者表示，但现在公司选择提供最大范围的保障。

另外，中国人寿推出的“国寿粤港澳大湾区医疗保险”，作为此次创新型产品中唯一的一款跨境医疗险，则指定医疗机构覆盖北、上、广、港、澳五地，不仅可以选择优质医疗资源集中的北京、上海、广东省二级以上公立医院，还可选择到港澳地区指定的24家医疗机构接受治疗，一举打通了三地的医疗资源。

## 跨境功能引人关注

据了解，在粤港澳大湾区病种合计经验发生率专属参考表刚刚落地，便有企业开始起步抢跑这一细分领域。最早推出产品的横琴人寿与中国太保寿险，抢先推出重疾类产品“横琴粤港澳大湾区重大疾病保险（A/B款）”和“粤享金生”，主要特点为在大湾区高发的重大疾病给予更高的赔付额。其中，“横琴粤港澳大湾区重大疾病保险（A/B款）”包含了鼻咽恶性肿瘤、肝脏和肝胆管恶性肿瘤等疾病除了赔付基本保额之外，还会额外再赔付50%。“粤享金生”则将湾区3种特定重疾（鼻咽癌、结肠癌、直肠癌）终身200%赔付以及120种重大疾病50岁前150%赔付。

产品更有价格优势 值得一提的是，根据中国精算师协会首次编制的粤港澳大湾区病种合计经验发生率来看，比全国地区要低10%-15%。这也意味着，创新性产品在价格上也具备优势。因此也有企业产品设置了“全国版”与“湾区版”，相对来说，“湾区版”的保费会更加便宜。

据记者了解，以上产品销售范围主要在大湾区，销售对象也暂时面向大湾区常住居民销售，包括广东省外户籍居民和港澳居民，只需在大湾区工作、生活，且符合年龄、健康要求均可投保。

在销售情况下，记者从上述公司了解到，目前主要购买的消费者还在内地，销售数额还没有出现爆发性增长。一位业内人士向记者表示，其中的原因有多种：“一是在疫情还没有完全控制情况下，通关并不便利，各种跨境的优势特色还没有凸显；还有可能是各家公司集中推出产品的时候刚好在一年中的开端，各家保险公司的主要精力在开门红上，对产品的投入并不足，相应的营销激励机制也没建立。”

## 长盛成长精选基金3月5日正式发行

目前中国经济结构得到进一步转型升级和改革深化，同时随着互联网等具有行业稀缺性的优质中概股回归香港市场，业内普遍认为，香港有望成为价值投资“主战场”。长盛基金旗下聚焦“A+H”市场优质成长机遇的新基金——长盛成长精选混

合基金于3月5日正式发行。该基金由长盛基金国际业务部总监吴达钢管理，将专注于中国核心资产和“长坡厚雪”的趋势性赛道，精选估值合理、成长性可长期持续的优质企业，为投资者带来布局A股和港股两地新核心资产的有力武器。（杨广）