

# 滨州90后们，你们还买房吗？

多数不赞同马佳佳“90后不买房”观点，但对房子有新要求

马佳佳在万科的演讲可谓一石激起千层浪，她的“90后不买房”的观点引起热议，也启发了不少房产商。作为迅速成长起来并即将成为消费主力的一代人，滨州的90后又对买房持什么样的观点呢？记者随机访问了几位90后，以此窥探一下现在滨州地区的90后是否也持有与马佳佳相同的购房观。

本报记者 阚乐乐

## 马佳佳“90后不买房”

马佳佳的万科演讲，从时代背景出发总结了90后的几点共性。她认为，随着我国经济发展实现软着陆，全面解决了温饱，全民走上小康道路，文化消费也开始兴起。在这样的时代背景下出生的一代趋于理想主义，更在乎个人享受，努力成功是为了自由而非权威，同时一些约定俗成的婚姻传统和地域观念在这一代人中变得淡薄，他们更在意的是价值观的契合，更愿意为精神消费付费。由此，她总结出传统买房行为对90后意味着“重资本、折旧+产权无保障、限制自由、与婚姻相捆绑的传统观念的束缚”，因此，90后“不再会为了买房而买房，要买也会倾向于投资行为，而非个人行为”。

也基于以上，马佳佳总结了几点90后的住宿期待，即“好服务、设计感、极致体验、更新迭代、享受”。从而为万科提出垂直定位

人群、运营新式社区、提供超预期的增值服务的理念。

## 滨州90后对房子仍依赖

在记者随机访问的六位90后中，只有一位同意马佳佳的观点，“不要为了买房而买房，那样压力会很大，希望顺其自然，会有自己喜欢的房子的。”1994年的女孩丽莹认为。其他则都认为需要有自己的房子。

“我也是90后，她说的一些特征还是挺有共性的，但就我而言，我还是会买房。”小王，1992年生人，现在滨州学院读大二，虽然离毕业还有段时间，但家人已经为他购置了房子，小王认为，房子对他来说仍是必需品，“有钱我就去买大房子、地段好的房子，如果钱少，我可能会去买位置偏一些，面积稍小的房子。”而谈及必须买房的原因时，小王表示：“现在结婚，女方都要求有一套房，有了房，在以后谈恋爱准备结婚的时候也给自己增加了一个无形的砝码。”

## 对房子设计感有更高要求

在采访中记者发现，几位90后对房子的性价比很在意，在销售概念上更倾向于选择“物美价廉”的楼盘。“如果某个楼盘的销售宣传是能够给我提供更多优惠，比如说买房送停车位之类，我会更动心。”小王笑着说。

在对自己未来的住宿期待上，除了交通便捷、配套设施齐全、价格合理等因素外，几位90后还要求房子的设计装修符合自己的期许。“我感觉符合我想象的设计会比较吸引我，房子的内部设计一定要新颖，要有意义，要感觉比较舒适，符合自己的内心需要。”丽莹说。女孩吴楠也表示：“我想要的住房一定要有设计感，必须要有一个充满阳光的阳台，在客厅里还要有一个螺旋式的楼梯。房子可以不大，但是一定要温暖，能有让一身疲惫的人回到家就温馨放松的力量。”而另一位90后琪轶想象自己未来的婚房时说：“对于婚房，最重要的是温馨吧，有温暖的人。不用大，够住就好，有明亮的大窗户，感受阳光就很不错啊。”



**不再会为了买房而买房，要买也会倾向于投资行为，而非个人行为**

马佳佳，出生于1990年8月，2012年6月毕业于中国传媒大学。毕业当天在学校附近开了一家创意情趣用品店，首次用健康阳光的形象诠释了原本晦涩隐秘的行业，一度成为媒体关注的焦点。2014年2月15日，马佳佳万科演讲：房地产迟早被颠覆，90后压根就不买房。



## 售楼处的故事之销售明星

### 建设房产销售明星刘婷

# 低调做人 高调售房

走进滨州市建设房地产有限公司售房部大厅，前台工作人员正在热情地接待来访客户，其中一位正在给客户讲解的姑娘引起了记者的注意：及腰的长发整齐地披在后背，一袭白色毛大衣，干净利落，配一双高跟短靴，加分不少。总体给人的感觉是相当有气场。在同事的介绍下，得知她正是记者要采访的主人公——滨州市建设房地产有限公司售房部主任刘婷。看到刘婷在认真工作，记者没有去打扰她。工作中的刘婷总是面带微笑，面对客户提出的各种疑难问题热情地给予解答，笑容和话语让人感觉亲和力倍增。

接待完客户，刘婷向记者致歉久等了。得知记者的来意，她表示非常乐意与大家分享自己的经验和故事，但对于拍照却有点为难，“我不是名人，跟业界的同仁们交流下经验感受就可以了。”

在交谈中，记者了解到刘婷从事房产销售工作16年，共计销售房屋约1800套，这些数字在滨州房产界可谓是个神话，她领导的售房部2009年11月被授予滨州市青年文明号荣

誉称号，也感受到了刘婷取得这些成绩背后的付出和职业素养。

## 售房初期 一个人打天下

1998年，刘婷刚到售房部工作，“当时售房部就两个人，既要负责房屋销售，还要负责后期的服务工作”，工作量大且繁杂。而当时的市场情况是：全滨州只有两家房产开发公司，楼盘盖了，但市民的购房意识淡薄。刚刚踏入社会的刘婷没有经验，凭着初生牛犊不怕虎的精神一个单位一个单位地去沟通，一家一户地敲门介绍。功夫不负有心人，经过几个月的奔波努力，刘婷终于打破了房屋销售门可罗雀的局面，为房屋销售开辟出了一番新景象。她参与销售的周家小区、青园小区、曲轴厂沿街楼、小开河综合楼取得了可喜的销售成绩。“有了前期的铺垫，团购效应也随之而来，甚至可以一整栋楼地卖。”刘婷说。

总结自己初入这个行业时的经验，刘婷强调了两点，一是要时刻谨记遇事“四勤”，即“眼勤”、“手勤”、“腿勤”、“嘴勤”，

遇到不懂的问题诚恳请教，自己能做的事情不推诿延误；二是在实践中不断提高业务技能和专业素养，“不要只关注自己能得到多少报酬，最重要的是要学到些东西，毕竟这个行业有了专业知识才更有说服力”。

## 创新管理 领导队伍齐上进

由于工作成绩突出，组织协调能力强，2004年刘婷被公司聘任为售房部主任，全面负责公司各项目的销售管理工作，成为当时公司提拔的最年轻的一位中层管理人员。

售房部是公司的服务窗口、利润实现部门，销售团队成长发展、售房业绩高低直接影响着公司发展。为此，刘婷在公司支持下，改变陈旧理念，对部门体制和管理制度进行改革完善，首先建立科学有效的销售管理机制和责任制度，“制定了一系列管理办法，并以此为依据，明确分工、责任到人，激励销售人员的工作激情，鞭策销售人员提高业务素质和专业修养。”刘婷介绍说。其次加强公司品牌的推广和楼盘广告策划宣传工作，

“楼盘好是硬条件，同时还要把这些信息传递给市民，让他们了解我们的楼盘，认可我们的楼盘。”同时，加大对员工管理的力度，进行专业知识培训和团队建设。“现在和以前的情况有所不同，客户有购房需求，但是却对销售人员有排斥心理，那我们需要做的就是先让客户对自己认可，站在客户的角度做有效的建议和规划，让客户感受到我们的真诚，这样才能达到事半功倍的效果，实现双赢。”刘婷认为，房产销售这个行业很有挑战性，但又会有很多收获，“当打开局面后，沟通力强了，会结识很多朋友，我的一些客户现在都发展成了很铁的朋友了，只要他们有购房计划都会来找我。”刘婷一脸满意地说。

采访结束后的闲聊中，刘婷甚至也给记者做起了购房规划和建议，从专业角度帮记者分析适合购买多大面积、该用商业贷款还是公积金、怎么分配等等问题。而在说这些话题的时候，刘婷可谓如数家珍，正如她自己所言“真诚地帮别人解决购房问题”。

本报记者 阚乐乐



## 生活中的微细节

在居家生活中，许多微小的细节容易被我们忽视，殊不知，这些微细节正是生活的美妙所在。

【图1】每次往钥匙扣上放钥匙拆钥匙都是件体力活，指甲掰地生疼。小小的一个弧线设计，轻松解决问题。你是否从未注意到过这一点呢？

【图2】桌下的创意。橱柜、橱柜下有了这些瓶瓶罐罐，再也不用担心扣子什么的找不见了。



▲图1



▶图2