

进入结婚季，买房也被越来越多的小夫妻提上了日程，在经历了大半年调整之后，楼市各方心态可为五味杂陈、纠结万分：想卖的，期待着市场回暖，房价上涨；想买的，希望买得便宜、买了之后就别再跌了；还有唱空的、唱多的、抄底的、套现的……尽管观望疑云一直笼罩，不可否认的是，随着第一批90后进入晚婚年龄，紧凑的中小户型正在大行其道，笼络刚需买家的心。

## 选婚房正当季

本刊 综合

### 待婚族才是最大的刚需

来自市场的数据也证明，即使楼市低迷，但在房地产市场上，仍然有那么一批主打高性价比和高使用率优势、面积适中总价温柔、强调居住便利性的房子，人气和成交都相对旺盛。有这样一群人，他们有着最基本的住房需求，他们关心最新的政策变动，他们关注房价的走势，他们时常利用周末休息时间去“扫盘”，等到了房价调整到可承受的范围，等到“货比三家”后选中“心仪”房子，他们就会出手。这群人被称为“刚需族”。

目前，业界比较认可的刚性需求，

主要是指人们买房自住的需求，大致有这样四种分类：以结婚为需求的“婚房刚需”，以家庭为单位“改善型刚需”，以首次置业者为代表的“纯刚需”和以“领完毕业证再拿房产证”为目标的90后购房大军。这四大“刚需族”组成了一支强大的买房大军，在“刚需族”中扮演重要力量的“80后”和“90后”们更是主角中的主角。

更为精准的定位则来自人口统计学：数据显示，1985年前后生育高峰出生的人群大量步入适婚年龄，基于结婚需

要而购买首套住房的需求较为庞大，所以，“85后”“90后”在购房市场中所占据的比重越来越大。婚房则是他们的主要购房目标。虽然时下年轻置业者们普遍认为房贷的压力巨大，但婚房置业者的意愿还是普遍高涨的，拥有一套属于自己的房子、拥有自己的家，仍是众多年轻男女结婚的“必要条件”。因而，待婚族当仁不让成为刚需下主力购房人群。在某种意义上说，待婚族才是最大的刚需。所以，今年结婚旺季的市场成色如何，就看市场能否抓住这个需求了。

### 90后将成婚房主力军

“事实上，婚房一直都是刚需市场的主力军，是具有特别属性的群体。”一位房地产销售人员对记者说道。在他看来，出于安家立命考虑的年轻人，结婚前准备婚房是基于北方人传统思想下的基本“装备”。业内人士指出，随着“80后”进入适婚年龄，房地产市场上婚房的需求也在不断增长。“80后”仍是目前购房的主力

军。而目前，“90后”大军也有逐渐崛起之势。“90后”购房群体已经逐步成为婚房的客户，未来1-2年，将成为婚房的购房主力。”营销人员认为，从市场一线反馈的信息是，婚房市场被证明为是房地产产品中最具市场潜力、也最能抵御开发风险的产品。“我们最近推的一批中小户型，买家大都是以婚房需求为主。”因为

该项目推出的主力户型为80-110平方米的中小户型，所以客户群体基本上以准备结婚或刚结婚的年轻买家为主。

业内人士认为，即使在市场波动期，婚房需求仍难被抑制，成为最早入市拉动房地产市场复苏回暖的刚性需求。作为刚性需求中的硬性需求，小户型总价低，成为抗市场波动风险最小产品。

### 婚房需求更加注重品质感

市场上主打刚需的产品并不在少数，那婚房置业者对房子都有哪些特殊的需求呢？

随着90后日益进入婚房置业大军，他们的偏好和需求也逐渐发生变化。产品品质则是90后以及85后购房者越来越关心的因素。“现在的年轻人大多拥有小资情结，追求生活的高品质以及居住氛围，所以会考虑日后生活的舒适度。”房地产销售人员说，项目的景观打造、

物业服务等保证居住品质的因素，是越来越受客户关注的方面。

当然，由于年轻人安家的考虑，其对婚房的选择更加考虑居家节奏。大部分年轻人在选择婚房时，会考虑交通的便利性和生活配套的完善性，为结婚后的生活提前考虑。在经济承受能力允许的前提下，选择自己熟悉的区域，并会首先考虑家庭到单位的交通便利程度，以及完善的生活配套。比如小区附近是

否具备餐饮、超市、便利店、娱乐设施等，为生活的便利性做充分打算。

虽然将婚房作为过渡的年轻人居大多数，但是，提前考虑相关配套设施完善与否，也成为许多年轻人未雨绸缪的表现。很多年轻人在购房初，就会考虑以后孩子上学问题，因此对教育配套的关注度也逐渐提升。而目前济宁的刚需楼盘中，将教育资源引入的项目也越来越多。

### 汶上供电开展“五廉”清风正气活动

本报讯(通讯员 张瑞璟)

5月25日，在汶上县供电公司一楼大厅的公示栏旁，党员干部的廉洁承诺书吸引了众多员工驻足，这是该公司开展“诺廉、讲廉、示廉、述廉、评廉”主题活动(以下简称“五廉”活动)的一个镜头。

诺廉，全体党员结合岗位实际写出书面承诺，在干部职工会议上进行宣读，并通过公示栏、公司网站等进行公示，主动接受群众监督；讲廉，通过集体学习、案例警示教育、廉政谈话等形式，拓展教育内容，丰富教育形式，营造干事

干净的廉洁文化氛围；示廉，广大党员干部在工作中要作廉洁的表率，守纪律、讲规矩，严格落实“三严三实”，以身作则、带头示范，踏实干工作；述廉，结合年终目标责任考核，领导班子及中层干部撰写述廉报告并进行述廉；评廉，组

织党员干部根据述廉对象的述廉报告，结合日常工作，以无记名投票形式，对述廉对象进行现场民主评议。

“诺廉”只是“五廉”活动的开始，该公司将不断加强“五廉”活动的督导考核和中间检查，不断健全廉洁教育引

导机制，创新载体，确保廉洁教育触及灵魂、廉洁意识入脑入心，使“干事 干净”的廉洁文化核心理念内化于心、外化于行、固化于制，成为全体党员干部共同遵循的廉洁从业理念。