

新商业 新消费

11月11日这一天,在成为“剁手狂欢日”之前,还有一个身份是“单身节”。
近日,由58安居客房产研究院、58同城汽车研究院,针对一线以及新一线城市单身人群,发布了《2019年单身人群居行报告》。
在快节奏的一线、新一线城市里,单身人群对花钱租房、出行是一个什么观点呢?

《2019年单身人群居行报告》发布

57%倾向先买房再结婚 超半数想买车

置业观 结婚和自住是主要购房目的

在买房这件事儿上,单身人群也有很多考虑。比如近六成的单身人群认为应该先买房再结婚,房子对于婚姻来说仍是绕不开的一道坎,买房也多出于结婚或者自住的目的。

报告显示,单身人群仍普遍认为买房对于婚姻至关重要,有57.1%的调研人群倾向先买房再结婚。

同时,单身人群也会早作规划,从调研来看,超七成的单身人群表示买房是为了日后结婚的需要,另外出于自住考虑而买房的单身人群比例也有近七成,这两点成为单身人群的主要购房目的。

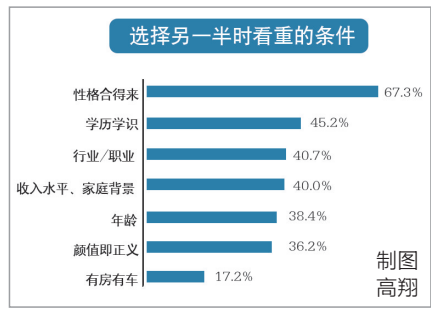
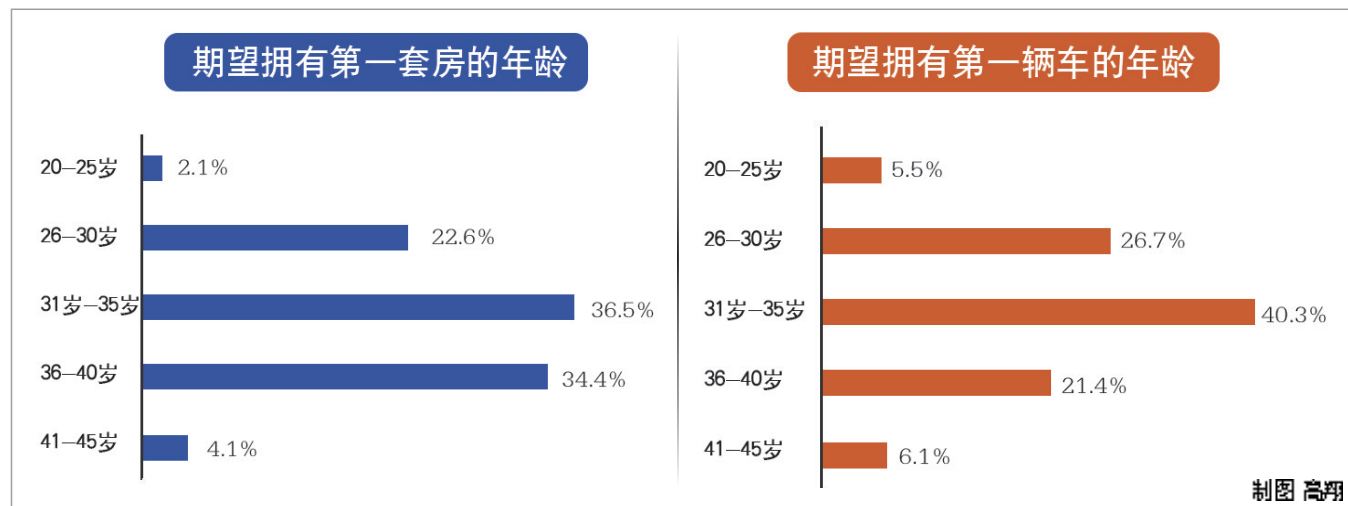
买房基本属于人生中的大开销,报告发现,认为需要男方承担部分或全部购房款的单身人群占比47.8%,单身女性选择共同承担及无所谓的占比高于单身男性。此外,3/4的单身人群表示购房时会接受父母的资助,但大多数仅需要父母帮忙支付首付或者一定的数额。

在购房偏好方面,单身人群对于新房的偏好程度高,多数单身人群青睐三居室、91-120㎡左右的住房,选房时更注重地段及交通,对于知名房企的接受度更高。

租房观 超七成单身人群倾向普通住宅

在房价较高的一线城市中,大多数单身年轻人暂时还实现不了买房自由,租房成为第二选择。但房子是租来的,生活不是,如今的单身租房一族也在努力经营着属于自己的小幸福。

为了找到租金便宜又交通便利的房子,分担水电物业费,合租成了一种



趋势。报告显示,对于租房居住的单身人群而言,超七成单身租房人群倾向租住普通住宅,选择品牌公寓租住的仍属小众。不过一线单身人群对品牌公寓接受度相对更高,而年龄较大经济实力较强的单身租房人群也对品牌公寓的青睐程度更高。

报告显示,租房大小及户型方面,单身人群倾向于选择租住一居室,50㎡以下的房源,其中选择一居室占比为43.7%,50㎡以下房源的占比达到了71.8%。

单身人士在租房时也非常关注个人

隐私保护的问题,报告显示,单身人群中选择整租一套房的人群占比74.9%,选择自己一人整租的占比62.1%。单身男性更愿意自己独自整租居住,新一线城市单身租房人群选择整租的人数占比也远高于一线城市。对于合租的单身人群来说,近七成倾向选择主卧带卫的房间,更有私密性。

对于单身的租房人群,他们普遍关注交通便利性、安全性、房屋配套等因素。值得关注的是,房屋安全性排在第二位,单身人群多独自居住,对于安全问题格外注意。

出行观

超半数单身人群有购车意愿

随着出行方式越来越多,单身人群们在出行的选择上也越来越丰富。76.7%的单身人群选择公共交通(公交、地铁)作为主要通勤方式,第二名是出租车/网约车,有30.2%的单身人群选择此项。

不同的通勤方式,也让单身人群的

通勤花销拉开差距。报告显示,每月,38.8%的单身人群在通勤上的消费在100-300元,26.3%的人群消费300-500元。33.5%的单身人群表示每日单程通勤时长在30-45分钟之间,而在通勤过程中,单身人群多会选择玩游戏来打发无聊的通勤时光,听音乐/有声读物及看视频的单身人群也有超过四成的占比。

对于买车这件事,单身人群的需求程度不如买房那般强烈。报告显示,未婚的单身人群中有56.2%的人有明确的购车倾向,其中近七成表示购车时会选择贷款,对于3000-5000元/月的车贷还款额接受度更高。

随着年轻群体正逐渐成为国内新车市场购车的主体,国内汽车市场消费类型发生较大变化。而一线城市对于插电式、纯电动汽车的关注度相对更高。购车价格方面,单身人群对于12万-18万之间的汽车接受度高;一线城市对于18万以上汽车的关注度高于新一线城市。

华西都市报·封面新闻记者 王婷

苏宁联手恒大 双十一后 拟推5G看房

11月6日,苏宁上线的500套恒大“特价房”已被全部预定。购房者是在缴纳“意向金”后,即可前往线下看房,有机会以“一口价”的形式购得住房。

苏宁相关负责人表示,未来将与恒大加强合作,利用正在成熟的5G技术,打造一座线上的“恒大城”。购房者可以配合VR技术,直接在网上体验到住宅实景,并有恒大专属客服在线一对一讲解,打通线上购房的“最后一米”距离。

电商卖房是今年双十一最火的话题之一。毕竟消费者对双十一收快递已司空见惯,收房产证的还是件稀罕事儿。其实,2014年,网上就传阿里会与万科联手推电商卖房,结果不了了之,真正让“电商+开发商”模式瓜熟落地的还是苏宁与恒大。

相比于阿里和京东,苏宁最大的卖点是品牌——所有的房源均来自恒大。不过双方的第一次合作显得有些“小心翼翼”,恒大在苏宁旗舰店上线了全国800多个楼盘近万套住房,而配合双十一的“特价房”只有1111套。这样的合作将可能出现的风险降到最低,既有惠及购房者的“特价房”,又把它限定在了“抢购”促销的范围中。

有购房者在看房时表示:买房不是买白菜,在看了很多楼盘后,自己选择迷茫。双十一正好赶上了苏宁和恒大的活动,自己抢得了“特价房”,机会难得必须下手。

华西都市报·封面新闻记者 王婷

同程艺龙与同程旅游联合发布《一人旅行报告2019》： 一个人出游更重品质

双11不仅仅是“剁手”的节日,它还是“光棍节”,也就是单身人士的节日,这是一个非常庞大的人群。2018年中国统计年鉴显示,中国单身人口规模已达2.4亿,数量超过了俄罗斯和英国人口的总和。“单身经济”已经成为一个独特的消费细分市场,几乎可以和婴童市场、“银发市场”一较高下。

实际上,当下的单身已经不再简单以婚否为界定标准,关键在于心态,越来越多的人喜欢偶尔体验一下一个人的感觉,比如:一个人的旅行。

日前,同程艺龙与同程旅游联合发布了《一人旅行报告2019》(下称《报告》),基于近一年来同程艺龙的出行大数据和同程旅游的度假大数据,分析了一人旅行的消费特点。

一个人乘飞机 超半数购买航空意外险

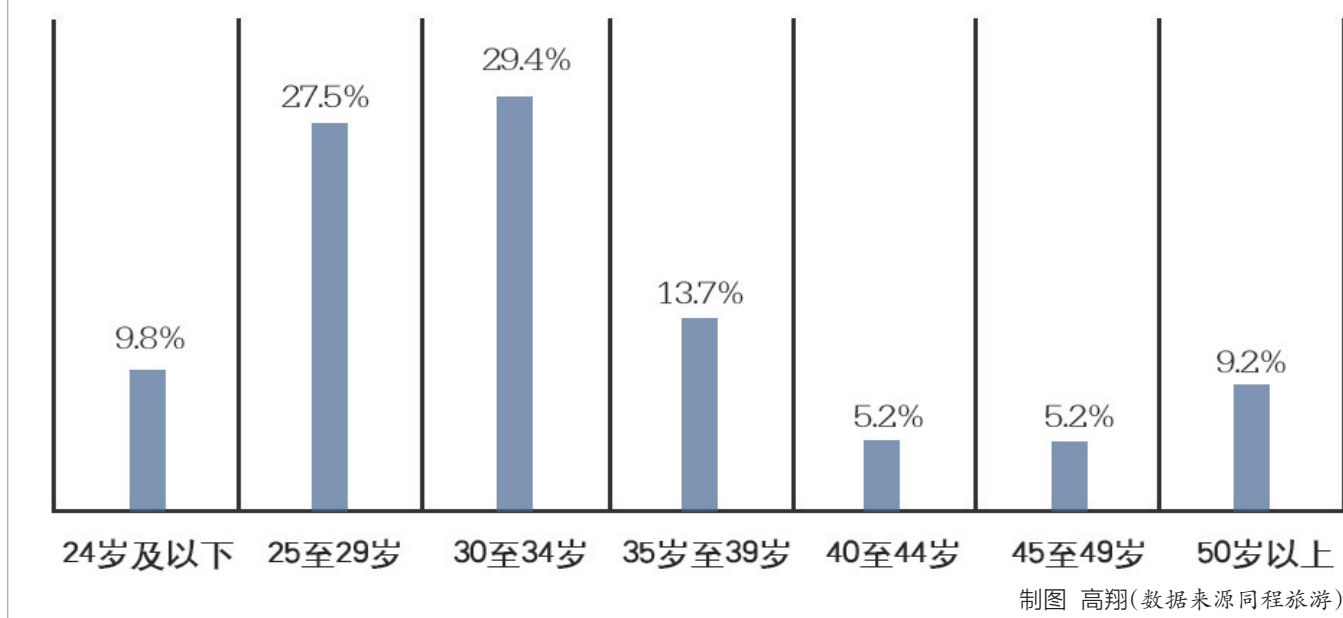
《报告》来自同程艺龙的数据显示,一个人乘飞机出行会更加看重出行时间的便利性,70.98%的人选择了早上6时至下午5时起飞的航班,43.64%选择了上午6时至中午12时之间起飞的航班。另外,一人乘飞机出行的消费者对于旅途安全及可靠性的重视程度也较多人出行人群更高,54.33%会主动购买航空意外险,购买延误险、退改险的比例也较高。在场景化服务方面,一人出行者也更倾向于预订接送机、机场餐食、贵宾厅等服务。

出行目的地方面,一人乘飞机出行的内地目的地主要集中在重庆、上海、西安、深圳、昆明、成都、广州、北京、郑州、贵阳,境外目的地主要有首尔、中国香港、中国澳门、曼谷、金边、马尼拉、西哈努克城、大阪、东京、新加坡等。

一个人住酒店 女性更偏爱高星级酒店

《报告》来自同程艺龙的数据显示,一人住酒店人群中80.1%为男性,女性占比不足20%。住宿花费方面,一人住酒店国内平均每间夜的花费为311.97元,境外平

一人度假人群“打白条”出游的年龄分布情况



均每间夜的花费为665元。一个人住酒店,女性比男性更舍得花钱,女性国内住宿平均每间夜的花费为454.77元,而男性的平均花费仅为283.36元/间夜,低于整体一人住酒店的平均花费水平。《报告》认为,一人住酒店女性平均花费更高,可能是出于安全考虑,女性倾向于入住档次更高的酒店。来自同程艺龙的数据显示,一人住酒店,女性选择4星、5星酒店的比例高达38.5%,而男性选择4星、5星酒店的比例仅为8.3%。

地段偏好方面,一人住酒店相对更加偏好火车站(高铁站)、机场、汽车站等交通枢纽周边区域,其次是城市的商业街区中心地带。《报告》认为,一人住酒店以商务出差占比最大,因此交通便利的地段更受欢迎。

一个人住酒店中国内地热门目的地主要集中在一线城市及中西部地区的中心城市,前十大目的地依次为:北京、上海、广州、成都、杭州、深圳、西安、重庆、郑州、武汉。一人住酒店比较热门的境外目的地主要有:中国香港、曼谷、中国澳门、

首尔、马尼拉、普吉岛、新加坡、东京、大阪等,主要以亚洲城市为主。

一个人玩景点 博物馆是他们的最爱

玩景点是休闲旅行的重要消费场景,也是提升旅途文艺气息的重要方面。那么,一个人玩景点到底有哪些特点呢?《报告》来自同程艺龙的景点预订数据显示,一人玩景点人群的年龄结构相对更加年轻化,以“95后”占比最大,占比达24.6%,其次是“85后”、“80后”和“90后”,占比分别为18.3%、16%、15.3%。“70后”和“60后”一人玩景点的比例均低于10%。

出游时间方面,工作日和双休日入团的人群中,一人出游者分别占比5.5%和5.3%,节假日出游人群中一人出游者的比例为3.9%。《报告》认为,在一人玩景点人群中,尚未进入职场的大学生群体占比比较大,这是工作日出游占比比较高的主要原因。

热门主题方面,一人出游者相对比较偏爱博物馆、动物园、主题乐园、山岳/河

湖、园林/公园、海洋馆等。

相应的热门景点方面,故宫博物院、成都动物园、上海迪士尼、云冈石窟、华山风景名胜区、西湖、上海海昌海洋公园、拉萨大昭寺、凤凰古城、广州塔等都是一人玩景点的热门选择。

除了传统的旅游景点外,一些“网红”景点也成为年轻消费者一人出游的新选择,到“网红”景点“打卡”发朋友圈是他们最主要的出游动机。

一个人度假 两成多“打白条”出游

随着单身群体的日益壮大,选择一个人度假的消费者也越来越多。来自同程旅游的度假大数据显示,一个人去度假最喜欢自由行,占比高达77.7%,跟团游占比10.8%,半自助游等其他出游方式占比11.5%。尽管大多数一人出游者选择了自由行,但他们并不排斥高品质的跟团游,尤其对于目的地定制产品等较为青睐。

出游花费方面,一个人度假的平均花

费相对较高,国内游的平均花费大约为3643.71元/人,出境游的人均花费大约为8626.85元/人,相较多人出游人群的花费水平高出了60%以上。从消费结构来看,一人出游花费占比最大的是住宿费,通常占50%以上,其次是交通费。

超前消费在一人游人群中相对更为普遍,“打白条”(分期付款)出游成为相当一部分一人出游者的选择。来自同程旅游的数据显示,22.8%的一人出游者选择了“打白条”出游,其中尤其以“90后”和“85后”人群相对更喜欢“打白条”出游。

出游目的地方面,一人度假人群最青睐的国内游目的地主要有:大理、拉萨、乌鲁木齐、桂林、三亚、北京、苏州、成都、青岛、杭州;最青睐的出境游目的地主要有:曼谷、大阪、东京、巴黎、迪拜、芽庄、罗马、芭提雅、莫斯科、伊斯坦布尔。在目的地玩法方面,一人度假人群相对更加喜欢碎片化的元素,例如本地化的美食、当地民俗文化体验等,对于客流量较大的大众化景点则兴趣不高,深度体验当地文化是他们的最爱。

《报告》认为,随着单身群体的不断壮大,一个人的旅行正在成为一个独特的细分市场,其碎片化的需求与当前的旅游供给体系存在一定程度的错位,拥有大数据量、大数据资源的在线旅游平台具备解决这一矛盾的先天优势。未来,随着一个人旅行消费的增长,将会涌现出更多创新产品和服务。

华西都市报·封面新闻记者 王婷

一人玩景点TOP10

排名	景区
1	故宫博物院
2	成都动物园
3	上海迪士尼
4	云冈石窟
5	华山风景名胜区
6	西湖
7	上海海昌海洋公园
8	拉萨大昭寺
9	凤凰古城
10	广州塔