

## 若购房购车更小更便宜 对智能手机更爱更介意

# 美国千禧一代消费习惯在改变

文 / 唐韵

调查显示,现在的美国年轻一代既不爱买车,也不爱买房,被称为最“廉价”的一代。这究竟是经济衰退时期的暂时表现,还是一代人消费习惯的永久改变?这个问题的答案对未来经济结构和经济复苏速度将产生重要影响。

如果千禧一代将社会推向“共享”和“亲密接触”,它改变的将不只是美国人的消费文化。



美国房地产建设遇冷,年轻人不再青睐传统居住社区

### 购车意愿下降

美国福特汽车公司2009年从欧洲引进新款迷你车型“嘉年华”,旨在吸引美国年轻人注意。此举颇为大胆,因为美国人向来青睐大型豪华车,不喜欢如此朴素低调的小型车。福特让100名知名博主免费试用此车6个月,条件是在网络上写下试驾感受,无论喜欢与否。

结果,大多数年轻博主表示很喜欢这款车。接下来的18个月里,福特共售出9万辆“嘉年华”。但之后销量直线下降,截至今年4月,比去年同期减少30%。

和美国其他汽车制造商一样,福特正在尝试解决一个困扰已久的问题:如何向千禧一代(即Y一代)推销汽车?

为逆转这一趋势,通用汽车从MTVScratch公司招募年轻人品牌顾问,为他们的汽车增添年轻元素。通用汽车全球战略营销部经理约翰·麦克法兰说:“我不相信年轻人不想拥有一部自己的汽车,只是还没有人真正了解他们想要什么。”

日本汽车公司斯巴鲁认为,新一代年轻人更注重汽车的经济适用性,同时又希望能彰显个性,而斯巴鲁能满足他们的需求。

两家公司的策略建立在某些共同假设上:千禧一代对汽车的需求仍是“未解之谜”;随着经济缓慢复苏,年轻人终将像父辈一样热衷于购车;适当迎合他们的价值观能让他们敞开心扉。

可是如果上述假设错了呢?如果千禧一代购车欲望下降不是经济衰退的暂时表现,而是一代人消费习惯的永久改变呢?不仅汽车业需要思考这个问题,其他一些传统大

宗商品行业也需要思考,比如房地产业。这个问题的答案对未来经济结构和经济复苏速度有重要影响。

### 技术催生共享

齐普汽车出租公司成立于2000年,当时平均油价是每加仑1.5美元,iPhone手机还未问世。如今它已成为世界最大汽车租赁公司,拥有70万名会员。它的成功源于两大因素:一是油价翻番,令汽车共享更具诱惑;二是智能手机无所不在,令汽车共享更加便捷。

与齐普一样秉承共享理念的还有旅行房屋租赁网络社区Airbnb,专为旅行者提供家有空房出租的房东信息,以及thredUP网站,父母可以在此交易儿童二手服装等。这些公司共同打造共享经济——利用网络公布闲置商品信息,让公司和家庭能够共享。

远程共享汽车、房屋、衣物,听起来很新奇,但技术正让这种行为走向主流。点对点软件和移动技术让人无需购买也能使用某些物品,最广泛的应用便是汽车共享。

通常一辆新车价格为3万美元,但它很可能一天23小时闲置在停车场或车库里,齐普的出现让司机不必拥有自己的汽车。齐普总裁兼首席执行官马克·诺曼说,公司曾对千禧一代作过调查,发现他们不在乎是否拥有一部车,而更介意是否拥有一部智能手机。

部分汽车制造商开始接受这一观点。去年,福特公司成为齐普最大合作伙伴,在250多所大学校园提供汽车共享服务。福特全球消费趋势主管谢里尔·康奈利说:“我不认为千禧一代会像婴儿潮一代那样热衷购车,但如果他们有驾照福特

车的体验,在他们想买车时选择一辆福特车的可能性更大。”

斯巴鲁的公关道格·奥赖利说:“千禧一代不只想传达‘我做到了’,还想证明‘我是一个技术潮人’。”智能手机正与汽车争夺年轻人的荷包,一款好手机加上数据流量的一年费用超过1000美元,但它能开阔视野,带领人们远离居住地。

“当你拥有一种无所不在、超越时空的技术,你便不再依赖汽车与朋友保持联系。”奥赖利说,移动技术带来的不只是汽车共享,还有远程友谊,它将导致个人消费从汽车转向移动技术,而且支出大幅下降。

### 居住重返城区

当然,千禧一代共享的远不止交通工具,还有居住空间,而这并不涉及多少高科技。

房利美公司最近一项调查显示,90%千禧一代表示最终想拥有一处属于自己的房子,但这条道路充满险阻:收入低、存款少、银行借贷日益紧缩……全美学生贷款总额超过1万亿美元,令许多潜在买房者或买车者申请抵押时遭遇不顺,要想让住房拥有率在短期内回归房地产泡沫时期的峰值几乎不可能。

未来10年里有近4000万人将组建新的家庭,其中大多数是千禧一代,但问题是:他们将在哪里安家?以哪种方式购房?

从某种角度而言,千禧一代对住房的期望如同他们的驾车习惯一样发生巨变,两者可能相互影响。他们对《革命之路》和《疯狂主妇》等影视剧中呈现的传统居住社区已经失去兴趣,越来越多人入住城市中心,或者某些开发商所言的“都市之光”,即人口较稠密的城郊,可以步

行前往市镇中心。在小型城市和市镇中心开发的住宅更紧凑,面积小,交通便利,深受年轻一代欢迎。

美国全国房地产经纪人协会战略规划部副主管香农·金说:“年轻人想买的房产类型与5年前很不一样,他们希望能从家里步行前往购物中心,有自行车和齐普的共享服务,需要情感上的交流。”

简言之,房产和汽车的发展未来极为相似:更小,更便宜。

### 改变影响未来

千禧一代很可能成为“少驾驶”和“少拥有”一代,这意味着未来几年里经济将发生一些重要调整。

过去几十年里,通常是房地产行业引领经济走出衰退。而现在,房地产市场萎靡不振,以服务行业为主导的复苏模式也并不有效。

福特公司的康奈利反复强调他的观点:千禧一代不会像婴儿潮一代那样热衷于购车,在人口稠密区域建造小型住宅和多功能社区比在空旷地带建造豪宅更费时间,购买的建材和家具也更多。因此,仍期待像从前一样通过汽车消费和房地产业走出经济低迷,恐怕不切实际。

此外,建筑业和汽车制造业属于传统蓝领行业,雇用了数百万中产工人,一旦行业发生变故,他们必将受到冲击。而以销售个人电子产品、提供网络服务为主的技术公司无需雇用那么多工人,它们创造的就业机会通常面向社会精英阶层。

长远来看,美国人不是从此不再买房买车,而是房地产和汽车行业在整个经济中的比例不再像从前那么大。如果千禧一代将社会推向“共享”和“亲密接触”,它改变的将不只是美国人的消费文化。

### 相关链接

#### 美国千禧一代

美国人把在1980年至1995年间出生的人称作Y一代,又称千禧一代,更侧重于“80后”,约有8000万人,人数超过战后出生的婴儿潮一代。

这代人差不多与电脑同时诞生,在互联网陪伴下长大,追求个性、坚持自己的主张。在他们眼里,世界上没有什么值得寻找,也没有任何界限可以框住人,一切皆无限制。

他们对父辈认定的人生意义没有兴趣,被称为“放弃寻找的一代”。他们对个人成长有很高的期许,喜欢做有意义、有用的事情。

#### 购车购房减少

今天的美国年轻人不像前辈那样热爱汽车。CNW市场研究数据显示,2010年新车主中只有27%为21至34岁年轻人,而在1985年这一比例为38%。年轻人驾车里程数下降,青少年驾照持有率在1998至2008年间也跌了28%。

同时,越来越少年轻人拥有物业,取而代之的是租房者和“家里蹲”。哈佛大学住房研究联合中心数据显示,2006至2011年间35岁以下房屋业主数量下降12%,经济衰退导致近200万人和父母同住。

房地产咨询公司RCLCO调查报告显示,千禧一代中43%希望住在人口集中的城市边缘,那里房子不大,也无需大型汽车。除接近市区生活方便外,小房子价格便宜也是重要考量因素。

#### 教育也是投资

如果美国人在汽车和房子上的花费减少了,他们自然会把钱存起来,或者增加其他方面开销,比如教育。

米尔肯学会研究部主任佩里·黄说:“过去一直以为房产是主要投资形式,其实教育同样也是。”在头脑经济时代,知识更新也许是比房子更灵活、更有价值的资产。

此外,从传统居住区郊区转移到人口稠密的都市边缘,本身就能刺激经济增长。研究显示,社区人口增加一倍,生产率会随之提升6%到28%。比较美国各州,人口数量对人均生产产值的影响超过一半。

### 热点锁定:

美国参议院4日通过2013财年国防授权法修正案,明确规定《美日安保条约》第五条适用于钓鱼岛,中国对此表示严重关切和坚决反对。

### 导读

#### A30

食品调香师  
舌尖变魔术

#### A31

巴在联合国“升格”  
不会带来实质变化

#### A32

心理混乱困扰  
重症康复病人

本刊主编 汪一新  
卫蔚

(本刊除“论坛”及  
本报记者署名文章  
外,均由新华社供稿)