

一周热评

□ 詹青

学区房需求从焦虑到趋于平和，亦是楼市趋于理性的缩影。



楼市营销从来都不轻松，虽然也曾有过好时代，但现在，“难呀……”住房不炒，楼市调控政策从未放松，信贷也没有松动的迹象。想要卖出一套房子，起码得CALL(电话)数十倍甚至百倍的客人到场。

本周，广州多位操盘手向羊城晚报记者大吐苦水，直言现在的日子确实不好过，商家都要接受“楼难卖”的现实，接下来的“金九银十”档期，成交可能会好一些，但前提是需要有合理的定价。



广州酒家月饼 防伪识别

1. 广州酒家月饼盒兑奖券上有一条半埋式防伪金属线，金属线上印有“广州酒家”四个字和“2019”的年号，字体呈现清晰和连续不间断的。



3. 使用手机扫描二维码进入网页，能进入到“即扫即抽”月饼抽奖网页。将网页下拉顶部会出现“此网页由 lucky.gzr.com.cn 提供”的字样。



2. 月饼盒兑奖券的二维码是标准的一盒一码，二维码印刷清晰，手刮不掉色、滴水不化开。

4. 铁盒装月饼盒盖正面下方的颜色条上，在光线照耀下颜色条上的辐射防伪有“广州酒家”、“利口福”的字样和“红棉花”的 logo 图案。



5. 左上角的“利口福”的 logo 和右边“广州酒家”的 logo 在光线照耀下，呈现彩色的镭射纹。



股票简称：广州酒家
股票代码：603043

京东超市

广州酒家利口福京东自营旗舰店

广告

房子、孩子，该放手时就放手

本周一，广州3000多所中小学开学，“神兽”终于归位。不过，你以为暑假鸡飞狗跳的日子就此过去？别天真了！“不能让孩子输在起跑线上”是一道魔咒，让家有学童的父母不免陷入焦虑。激烈的“上海幼升小”、传说中的“海淀妈妈”，当然了，还有永远霸屏的学区房，每一个话题都足够刺激。

有人说，生活在一线城市的中产人家有两大痛点：一是房子，二是

是孩子，而学区房更是许多人眼中的“痛中之痛”，也是不少家长心里一根怎么也拔不掉的刺——每年学区房的销售、租赁旺季，学区房总有能力刺痛一下市场的神经。今年的学区房旺季，本报记者就亲眼目睹一套“老破小”学区房当场被加价36万元后成交。

在一手、二手房都“不红不黑”的当下，只要价格偏高、总价偏低的学区房，为什么依然可以

享受万人追捧的明星待遇？这是由学区房的特殊属性造成的，首先，学区房有源源不绝的“承接需求”；其次，学区房市场更容易受到“赢在起跑线上”的冲动情绪控制，更容易被炒作。

不过，这几年关于学区房的不理性情绪、焦虑因素少了很多，买家更加和平，尤其是在今年。有房地产专业机构的统计数据显示，今年广州传统名牌学校扎堆

的越秀学区房需求只是基本维持在20%-30%之间；5月旺季，学区房成交占比飙升至40%，而后又慢慢回落，回复常态。与此同时，随着教育资源均衡化、名校集团化办学，一批公办、民办的新学校陆续投入使用，家长的选择更加多元化，不少家长开始把目光转移郊区的新晋“次学区房”。

学区房需求从焦虑到趋于平和，亦是楼市趋于理性的缩影。

当优质教育资源缺口不再那么大、学区房不再稀缺、炒作色彩不再浓、家长不再有“自古华山一条路”的执着时，我们就能换个思路去看学区房，也能换个思维去对待我们的孩子。

最好的教育环境，是良好的家风；最好的学区房，是家里那间书香四溢的书房；最好的孩子，就是自己那个平凡却又阳光的孩子。

微信点兵

APP



房子、孩子，该放手时就放手吧

楼市太“南”，来几百台客，签单只有个位数，旺丁不旺财，有操盘手自爆压力太大掉发、接盘以后暴瘦16斤

卖四十套房都得拼了老命
过来几百人，成交个位数

电路布置不及格，后面烦事多着呢

垃圾分类时代，宠物垃圾怎么分？

肥妹答疑栏目等你来问！家粉们有任何关于楼市、家居的问题，都可以留言给后台，专业楼记+楼市家居专家+法律顾问+设计师，都是你的军师！

关注周刊订阅号着数多！这里有：最权威的楼市家居发布，最威水的大佬访谈，最笋的一二手盘，最没底线的业界八卦，最实用的购房攻略，最有气质的家居装修，不定时的礼包大派送……

“肥妹”、“润哥”约定你，现在就扫左上角！
(邓伟东)

楼市太“南” 来几百台客， 签单只有个位数

旺丁不旺财，有操盘手自爆压力太大掉发，接盘以后暴瘦16斤……

文/图 羊城晚报记者 陈玉霞

卖四十套房都得拼了老命

近期炎热的天气，令很多人都觉得烦躁。对于很多操盘手来说，更多了一份焦虑。中心区一楼盘的营销经理对羊城晚报记者说，现在卖楼太难了。

该楼盘在今年5月首度开盘，在业内人士看来，这个产品设计还不错的新盘，应该会有较好销量，可惜开盘的去化率并不理想，随后持续推售的成交量都差强人意。8月份，推出特价单位，降价2000元-3000元/㎡，成交总算有一点起色。但这位操盘手并未因此而感到轻松。“老板要节流，宣传推广费用大为缩减，今年的宣传费几乎用完了，但还有3个多月要熬。”

众所周知，一个楼盘要有销售，各种途径的宣传必不可少。

少，特别是眼下的买房市场，一旦推广费被缩，楼盘在各渠道的露脸机会就大大降低，买家不知道，到场率低也在所难免。

推广费被砍，如何让楼盘提高人气？“现在只能依靠二三手中介的地产经纪带客，以相对高的佣金，吸引他们多带客人来，希望获得一些实在的买家。”该操盘手坦言，现在地产经纪带来的客人，虽然人数较多，但真正想买房的人却很少，有时到场看楼的市民有过百人，但真正成交的只有一两个。

“老板下达的销售指标很高，我们团队真是操碎了心，我到广州接盘不到三个月，已暴瘦16斤了。8月份卖出了四五十套房，简直是拼了老命。”

和上述操盘手一样，“鸭梨山大”的还有国企一位分管多个区域营销的老总。他向羊城晚报记者苦笑：“销售压力大，自己的头发都掉了不少。”其负责的一个中心区楼盘，买家出手的速度非常慢。

“现在的客户，基本都要从上午10点谈到24点，这是以前从未有过的，我们陪足全程，午饭、晚饭、宵夜都全包了。”对此，该操盘手显得很无奈，不过，他补充，如果客户愿意吃、愿意谈，最终能签单，“我包多少顿饭都行。”

出手慢、到访诚意客如“浪里淘沙”，这是现阶段广州楼市的普遍现象。羊城晚报记者统计广州世联行每周的跟踪报告发现，8月19日-25日期间，

广州主要在售楼盘的客户到访量和成交量比例并不乐观：

主推刚需产品并有促销的楼盘，客户到访量和成交量之比大概是8:1，甚至更高，如推出特价1.8万元/平方米起的合生湖山国际，到访量603台，成交套数只有81套；南沙大盘越秀滨海新城，访量214台，成交量39套；同在南沙的地铁盘南沙水乡，到访量186台，但成交量是12套，三盘均价都是2万元/平方米左右。

当然，即便是刚需盘，有些楼盘的成交更为惨淡。例如阳光城丽景湾，其客户到访量是132台，但只有1套成交；花都大盘自由花园，客户到访量118台，成交9套。

而面向改善型买家、楼价



2019年9月6日/星期五/专刊编辑部主编
责编 邓伟东/美编 刘苗/校对 潘丽玲

A14

家居

垃圾分类时代 宠物垃圾怎么分？

文/图 羊城晚报记者 陈玉霞



日前，广州市城市管理综合执法局对外发布了《广州市居民家庭生活垃圾分类投放指南》(2019年版)。细致列举了可回收物、餐厨垃圾、有害垃圾、其他垃圾这四大类100多种细目的垃圾该如何投放。



宠物的日常用品比较多，若无法确定垃圾属性，可投放至其他垃圾

定位没有？
算命先生：你算什么东西？
小区物业管垃圾的阿姨：你是什么垃圾？

快递小哥：你是什么东西？
食堂阿姨：你要饭吗？
配钥匙师傅：你配吗？
网约车司机：你搞清楚自己的

新时代细致的垃圾分类，对于普通家庭来说可能还相对容易，但对于家里有猫狗的家庭来说，包着便便的纸巾算什么垃圾，裹着猫屎的豆腐猫砂又算是什么垃圾？……简直是“直面灵魂”的考验，是不是？好抓狂……

本着对“主子们”的钟爱和对铲屎官的同情，羊城晚报

记者咨询了广州市城市管理综合执法局及瑞鹏宠物医院等专业人士，整理了这份广州宠物家庭垃圾分类指南——

第一类可回收物：洗净的金属罐头盒、电动玩具、自动喂食机、宠物指甲钳、狗狗飞盘、铁笼子、毛绒玩具、洗净的猫砂盆、猫爬架、洗净的沐浴露及护发香波瓶子等；

第二类餐厨垃圾：狗粮、猫粮、狗饲料、猫饲料、肉干小零食、冻干零食、狗狗钙奶棒、磨牙棒、豆腐猫砂、玉米猫砂等可降解猫砂等；

第三类其他垃圾：狗屎、猫屎、猫毛、狗毛、猫狗指甲、宠物饲料包装(如狗粮、猫粮袋等)、各种猫砂、宠物尿垫、裹着宠物便便的纸巾、纸巾、宠物指甲钳等；

第四类有害垃圾：宠物药品及其包装、宠物消毒液及其包装、X光片、纽扣电池、家用宠物注射器、眼药水等。

各位铲屎官，都get到了吗？



铲屎官，
你真的要把
我当垃圾扔
了吗？



股票简称：广州酒家
股票代码：603043

京东超市

广州酒家利口福京东自营旗舰店

广告