



## 一周热评 □梁栋贤

不管怎么说，住宅是总价高达数百万甚至上千万的大额商品，开发商给你“省”下的那几千一万元，如果和住宅总价比较，真只能算是“一条毛”，楼市下调1%，你这羊毛就白薅了。

“双十一”将至，在买家忙着上“盖楼”抢红包的同时，也有不少商家在卖力吆喝卖楼，并推出N多花样促销方案，比如，花11元抢购1.1万“让利金”、“双十一”秒杀房等，而淘宝则宣布会在网上推出万套特价房，引起不少买家关注。

今年“双十一”楼市为何如此热闹？在调控措施不放松的现阶段，开发商自然不会放过任何一个可以提振销量的促销节点。

至于买家是否会凑这个热闹，那就要具体情况具体分析了。

有人说，在楼市薅羊毛，分钟可以省下数年口红包，为什么不买？实情好像也确实如此：再不济的促销措施也能省下一万几千元。然而，开发商有没有先抬价再打折，真正的优惠又有多少，降价后与旁边楼盘相比是否更划算？买家只有清楚了同一套单位的前后实际报价才能确认。

即使确有优惠，你是否会为了省下这几千一万元而迅速出手？可惜，钱包君往往说NO。

不管怎么说，住宅是总价高达数百万甚至上千万的大额商品，开发商给你“省”下的那几千一万元，如果和住宅总价比较，真只能算是“一条毛”，楼市下调1%，你这羊毛就白薅了。

如今，楼市发展已进入一个全新阶段，楼价只涨不跌的神话早已雨打风吹去，就连往日那些保证楼价坚挺的“免死金牌”也已消失或正在消失。

比如一号“免死金牌”——地铁，曾经是楼价提升的杀手，如今随着轨道交通线路的不断扩张，地铁几乎已成为楼盘的标配，而不再是溢价、保价的砝码，地铁开通后楼价反倒下降的

情况已有不少。

又如二号“免死金牌”——名

校，随着名校新建校区的数量越

来越多，学位的稀缺性也在不断下降，学区房的价格刚性也在不断降低。

“双十一”的楼市羊毛不要薅？如果你是真心实意喜欢某套单位，既然有优惠锦上添花，那么，就放心去买。反之，你真没必要为了几根羊毛，去冒有可能倒贴羊腿的风险。

微信点兵

APP



“双十一”，想在楼市薅羊毛？别一不小心还倒贴羊腿！

“双十一捡笋”买家具，这些细节你考虑过没？

广州学区房“老太婆化妆”正大行其道

●降价了？是！但要么是房子有问题，要么是业主有问题

●忙着给“老破小化妆”，包工头生意火爆

●年底学区房淡季，议价空间略有松动

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，数多！这里有：最权威的楼市家居业界发布，最威水的大佬访谈，最笋的一二手房，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）

## 想在楼市薅羊毛？别一不小心还倒贴羊腿！

## 广州学区房“老太婆化妆”正大行其道

文/图 羊城晚报记者 詹青

近期，羊城晚报记者发现，广州学区房流行起一股奇怪的画风——“老太婆化妆”。不少“老破小”房源经过重新装修、包装后再“行出街”售卖，瞬间“大妈变萝莉”。

为何向来“不愁卖”的学区房也要花心思“加滤镜”？无他，行情不佳而已。尽管目前广州传统学区房售价未见明显下跌，但大市已悄然转为“买家市场”，尤其是年底的学区房交易淡季，对于想购买这类物业的家长客来说，当下或是淘笋机会。



年底是学区房交投淡季，销售速度放缓

## A 降价了？是！但要么是房子有问题，要么是业主有问题

“能不能帮我找一些最近降幅较大的笋盘？”

为了解越秀区传统学区房的市场情况，羊城晚报记者提前一周向部分一线地产经纪发出需求，从收集到的房源来看，目前调价比较明显的有两类房源，一类是高龄、有明显硬伤的，另一类是业主此前盲目喊高价，如今回调至市场价的。

拿中介的话说，那就是：“降价都是有原因的，要么是房子有

问题，要么是业主有问题。”

比如小北路小学一套散盘学区房，目前降价35万元，其原挂牌价为265万元，目前降至230万元，相当于降价13%，降幅为他们公司在该板块最大，其售价比板块内房源大约低1万元/平方米。

为什么业主会主动让价？羊城晚报记者到现场实地察看后发现，这套单位面积不到50平方米一房一厅挂牌一年仍未售出、价

格比周边房源还低的房源，其客厅有一面墙渗水严重，接手业主需花很大工夫处理方能入住，而且地处主干道旁，噪音干扰较严重。由于硬伤明显，即便是名校学区小户型，至今也无人接盘。

相对来说，喊高价业主回调市场价的例子会更多，比如东风广场一套三房带主套学区房，去年的挂牌价是800万元，如今回调至720万元，一下降了80万元，由于总价较高，目前仍未售出。

## B 忙着给“老破小化妆”，包工头生意火爆

羊城晚报记者还了解到，房源供应量较大、且居住素质不佳的“老破小”，如今成交难度确实有所提升，那是因为市场催生了一项非常奇怪的“新业务”，那就是“老太婆化妆”的房屋包装、代售生意。

房屋包装一般是针对素质不佳的“老破小”开展的，业主到中介公司挂牌时，中介公司一般会推荐业主花一点小钱先把自

己的房源包装一下，“打扮得新靓正更好出手，再不行，随便给墙面刷一层新涂料，给‘老太婆化个妆’。”中原地产小北路中介铺的经纪人李先生笑着说，不化妆真的不好卖，就像上述那套房子，如果业主肯花几万块钱包装一下，可能就不会挂牌一年都卖不掉，毕竟其采光通风还可以，而且总价比较低。

据介绍，广州很多学区房地

段，承接包装生意的包工头，目前接的单已排到农历新年，他们根本忙不过来。而在一些小型中介，该类业务可占总营业额的一半，俨然已成为主业，“我们可以提供一条龙服务，装修、包装、售楼，业主一点都不用操心，一般来说，花三四万元搞一下就很好了，包装后的房子确实能卖得快些，而且较受买家欢迎。”一位中介小哥说。

## C 年底学区房淡季，议价空间略有松动

年底正是学区房成交淡季，很多地产经纪坦言生意转淡，成交速度放缓。

不过，尽管“老破小”要“化妆”方能卖掉，但也有一些房源出现明显调价，从主流市场看，学区房价格并没有出现明显波动，一些抢手房源照样涨价，其“抗跌战斗机”的皇冠仍未掉落。

以五羊邨一套广铁一小三房学区房为例，挂牌价560万元，上月放售，如今带客数量已超过50台客，业主觉得放盘价可能偏低，准备上调至580万元。

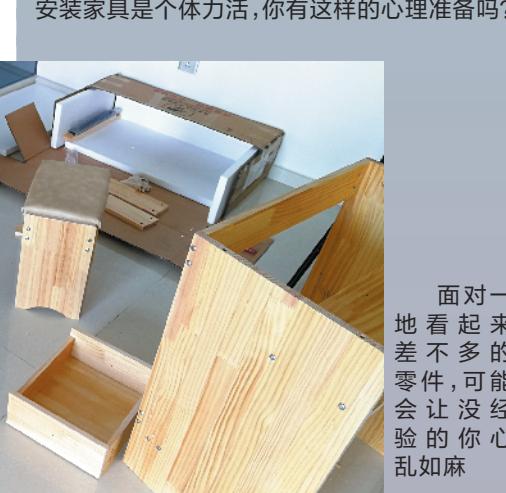
“春节前生意一般都会比较淡，每年都是这样，只是今年的淡季来得更早、更明显些。不过，好房源只有这些了，降价还是不多的。”裕丰地产经纪张先生告诉羊城晚报记者。

不过，受整体市场成交氛围不佳影响，学区房交投也进入了“买家市场”——议价空间有所松动，“以前砍价一两万元都好难，现在砍个5万、8万元的也有了，而业主接受议价的心理空间变大，这可能是目前市场最大的变化。”张先生说。

文/图 羊城晚报记者 梁栋贤

还有几天，“双十一”的“电商大促”又再到来，看到琳琅满目、价格还特别优惠的家具产品，你是否很难忍住购买的冲动？

买东西当然没问题，但是，很多看似细小的问题有时也会很重要。为此，羊城晚报记者收集了部分消费者在电商平台购买家具时所遇到的问题，给大家在剁手之前提个醒。



## “双十一捡笋”买家具，这些细节你考虑过没？

## 2

## 同批家具分六次送忙煞菜鸟房东

即便没遇到货不对板，有时也会有别的烦心事。家住黄埔区的何小姐在南沙有一套出租屋，最近在网上买了一批新家具。因为从居住地到出租屋单程交通时间要近两个小时，在购买家具时何小姐特意留了个心眼，选择在同一家店购买，这样做一是可以在风格、材质上比较容易统一，二是估计商家会统一时间送货，自己不用多次专门回出租屋等待收货。

谁知道，下单以后，何小姐就迎来了漫长的收货期。过了5天，何小姐终于看到家具的物流信息，由于是“大促期”落单，平台规定十天内发货都属于合理范围，何小姐内心还庆幸提早发货。然而，家具却在物流中转站停留了两天，十天后的清晨，何小姐才从电商平台的APP上查到家具即将派送的信息。于是赶紧打电话咨询，对方回复，因为“大促期间”投递量太大，无法确定送达时间，只能保证在当天送到。无奈之下，何小姐匆匆向公司请假，一大早就前往出租屋守候，到了下午五六点，家具才姗姗前来——她足足守了七八个小时。

这还没完，这次收货的只是其中一件，其余九件家具被分成五批陆续送达，何小姐足足再请了五天假才把家具全部收齐。

家具是大件商品，不可能像其他小商品一样放快递柜，同时也是比较贵重的商品，不可能临时堆放在保安亭，而很多物流公司都不在夜间送货，意味着上班人士必须请假收货。因此消费者网购家具时要充分考虑收货的人手安排，以便及时验货，否则会因交易到期而自动将货款划到店家账户。

## 3

## 定点提货麻烦多送货上门另收费

像何小姐这类虽说多等了几天，但至少把货收齐了。像刘先生遇到的麻烦就更大，他家在从化，离主干道还有一段距离，虽然货车能开进小区，但物流公司说送货地址属于村镇范围，只能送到镇上某个提货点。

刘先生在网上买的是衣柜，小客车无法塞下，他只好花了300元另外请车把家具搬回家，但到了楼下，搬运工又说电梯太窄不好进，站在电梯口就是不动，非得再加50元才肯把家具搬进门。

刘先生比较了一下，在线下实体店买的衣柜比网购贵350元，但实体店包送货和安装，而线上不包，如果自己没能力安装，其实两者的价格差别不大。

这里需要特别提醒的是，在网上买家具，即便店家承诺包送货，物流配送也有不同规定，有的只包送到楼下，有的包送上门，但走楼梯要加收，如果住得比较偏远，一般只送到收货点，要自提，如果不能确认自己所在区域是否在送货范围之内，最好下单前到相应的物流公司咨询清楚。

## 4

## 零件细碎如拼图，小家具拼足十个钟

即便顺利渡过送货这一关，有些买家还会遇到一个更大的难关：安装。林小姐在网上买了一张小梳妆台，块头不大，她预想安装一定不困难，于是迅速下单。

家具送上门，林小姐傻眼了，这个看起来体积不大的家具，竟由三四十块板材构成，安装说明书只有一张小纸片，上面排了二三十张安装次序指示图，还不太清晰。由于很多板材外观看起来都很好，林小姐光是理清楚谁是谁就花了一个多小时。有两个零件因为长得实在太像，林小姐不慎搞错，还得拆除重装。

更倒霉的是，这家店的梳妆台有左开门和右开门两种款式，林小姐买的是右开门，但店家的说明书统一是左开门的，如果严格按照说明书安装，就会搞反，最后，林小姐足足花了十个小时才把家具安装好。

找师傅安装是否就能完美解决这个问题？非也。首先，安装费

就不少，而且还涉及上门时间，即便只是安装一把椅子，多家平台显示的安装起步价是50元，如果体积比较大或安装较复杂的衣柜，安装费可以在300元以上。

有时还不是钱的问题，由于装梳妆台时林小姐找专业师傅上门安装。但产品包装内没有配件清单，林小姐签收时并不知道配件袋原来缺少了几个合页和几个二合一螺丝钉。于是安装师傅就无法完成安装了。

安装师傅提出，如果在半个小时内无法备齐零件，他是不会等下去的——因为半个小时已足够让他再接一单安装小家具的活儿了。由于林小姐所住小区附近商业配套未完善，她找了半个小时，都无法买齐所欠配件，最终付了安装费都無法把衣柜装好。虽然，客服还算好说话，第二天就补寄了零件，但林小姐再找安装工上门，一来二去又多花了100多元。

## 业界动态

## 定制家居大腕共议行业迭代话题

日前，由泛家居圈、元图空间、酷家乐举办的“迭代·跨界——2019全屋定制总裁特别峰会”在广州举行。

欧派家居集团营销副总裁杨鑫、维意定制CEO欧阳熙、好莱客营销中心总经理库腾、玛格定制董事长唐斌、元图空间创始人王麓、酷家乐副总裁吴锦亮和广东省定制家居协会秘书长曾勇一起探讨了全屋定制的迭代和跨界问题。与会嘉宾认为，目前，消费侧在迅速变化，定制家居企业应该主动拥抱这种变化，将“从制造业走向服务业”的思路贯彻到底。

（梁栋贤）

