

选房选生活

沈立刚 / 等编著

生活是一门艺术，选房更是一种艺术
好生活，
从房子开始
最实用的购房策略全展示



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



本书由多位长年从事房地产工作并了解中国住宅市场现状的资深从业者编写,采取由浅入深、图文并茂的形式,为不同年龄段、不同收入水平、不同知识结构的购房者提供切实可行的购房攻略和比较全面的购房指导。

本书在引用大量专业知识的同时,还配合了很多典型的真实案例,实用性强,让读者在阅读中对我国住宅类型划分、选房策略、购房流程和销售陷阱等方面有一个比较全面的了解,体会生活、财富和房子这三者间不可分割的依存关系。本书旨在帮助读者选到合适房子的同时,积累更多财富,实现财富增值。

图书在版编目(CIP)数据

选房选生活/沈立刚等编著. —北京:机械工业出版社,2009.5
ISBN 978-7-111-26777-5

I. 选… II. 沈… III. 住宅-选购-基本知识 IV. F293.35

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第050939号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑:罗筱 版式设计:霍永明 责任校对:纪敬

封面设计:鞠杨 责任印制:洪汉军

三河市宏达印刷有限公司印刷

2009年5月第1版第1次印刷

169mm×239mm·10印张·184千字

标准书号:ISBN 978-7-111-26777-5

定价:22.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

销售服务热线电话:(010) 68326294

购书热线电话:(010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线电话:(010) 88379744

封面无防伪标均为盗版

前言：回首生活

您此时翻开的，是一本关于生活的书。

人生将会走太多的路。年轻时，哼着小调，说着生活在别处，幕天席地，四海为家，只看沿途的风景，不在意家人，不珍惜安稳，一个人就好，享受着漂泊，忽略了生活的本质。渐渐长大，梦醒时会感怀一下岁月里那些曾得到的、曾失落的美好，忽然间，想有一栋房子，有爱人、孩子、狗儿围在一起吃饭、睡觉，生生不息。房子不仅是一张床、一个会客厅、一个工作室，还应该是生活的容器，承载了好多关于幸福的梦。从某种层面来说，选什么样的房子，就是选择了什么样的生活方式、生活品质以及生活观念。

多年前，房子都差不多，只分楼房和平房。后来，楼房又分出了有电梯的高层和没电梯的低层。但总体来说，无论从小区规划、建筑品质、环境配套还是交通位置来看，房子都差不太多。在那个离我们还不遥远的分房年代，大家关注的只是居室和面积，居室越多、面积越大的房子就越好，有时还成了级别和地位的象征，当然，这与个人财富的关系还不小。那时，说到房子的品质大家只会想到装修，而装修就意味着地板革、木地板、吊顶、壁纸、地毯、万宝阁、吧台等，然后就是在家具、电器上下功夫，80~90m²的房子就可能是很多家庭努力一辈子的居所。

后来，商品房出现了，客厅也随着背投电视的变大而变大了；然后又出现了独立的餐厅，厨房分出了中式和西式，餐厅旁多出了冷餐台；卫生间开始干湿分区，洗衣间和浴室也开始划清界线；卧室在面积上没大多少，但有的在里面包了个书房，或在连接主卧和主卫的地方做出步入式衣帽间，靠近窗户的地方做出了能种花草的空中观景露台……

原来的小区里只有居委会和简单的物业，后来多了小卖部、送水站、资源回收站，进而有了健身房、托儿所、图书阅览室、24h 便利店、超市、游泳池、多功能会所等，有些小区甚至有大面积的湖泊，能养天鹅、赏芦苇、喂鲤鱼、泛小舟。

房子在人们心中的地位越来越高，房子的价格同样也越来越高。但有钱就能买到好房子吗？不一定，正如拥有黄金不一定能换来幸福的生活一样。本书就是从选房子入手，结合案例分析生活、财富和房子三者之间的关系，帮您在选到适合自己房子的同时积累更多的财富，并实现财富增值。

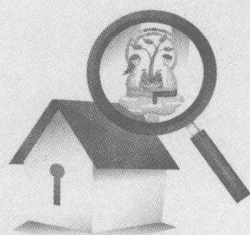
目 录

前言：回首生活

第一章 选房就是选择一种生活	1
第一节 卖点·观念·生活——普通住宅	3
第二节 卖点·观念·生活——花园洋房	7
第三节 卖点·观念·生活——高档公寓	8
第四节 卖点·观念·生活——别墅社区	9
第五节 卖点·观念·生活——酒店式公寓	10
第六节 卖点·观念·生活——四合院	12
第二章 结婚首次置房	13
第一节 结婚人群的购房特征	15
第二节 结婚买房首先考虑过渡性房屋	16
第三节 结婚选择过渡性房屋的原则	19
第四节 结婚购房要有理性	21
第五节 婚房还需注意的相关问题	22
第三章 给孩子一个美好的明天——一家三口购房攻略	29
第一节 不仅是安全与健康——为了孩子教育买房的 10 大关键	31
第二节 人生起跑线——揭开教育地产的神秘面纱	35
第三节 打造儿童房——儿童房装修要点	38
第四节 三口之家选房案例	40
第四章 上有老——中老年人租房购房全攻略	43
第一节 保证所购买的房子舒适而健康	45
第二节 周边配套是否齐全是关键	46

第三节	做到老有所为、老有所乐	47
第五章	人生的又一起点——二次置业	49
第一节	二次置业原因初探	51
第二节	不同人群的二次置业特征	53
第三节	二次置业购买特点	55
第四节	二次置业面临风险分析	58
第五节	二次置业案例	61
第六章	漂一族租房购房全攻略	63
第一节	如何租房	65
第二节	漂一族如何购房	67
第七章	面朝大海 春暖花开——异地租房购房全攻略	73
第一节	说说异地购房这回事	75
第二节	异乡有个家 购房需注意	81
第三节	异地购房风险知多少	85
第四节	这里没喧嚣——北京燕郊购房全攻略	89
第八章	打赢买房攻坚战	95
第一节	售楼处内外的陷阱	97
第二节	签约指导 小心合同陷阱	115
第三节	自办产权证省时又省钱	117
第四节	收房	121
第九章	个人房地产投资理财	123
第一节	将买房看做投资	125
第二节	投资是为了生活更美好	131
第三节	物权法涉及房地产部分解读	136
第十章	逆市下的房地产	139
第一节	2009 年“经济危机”新挑战	141

第二节	土地成为开发商的“烫手山芋”	143
第三节	地产走出低迷.....	146
第四节	购房者行为分析.....	147
第五节	开发商寻求自救.....	148
第六节	2009 年房地产路在何方	149



第一章

选房就是选择一种生活

XUANFANG JIUSHI XUANZE YIZHONG SHENGHUO

选房就是选择一种生活

第一节 卖点·观念·生活——普通住宅

最近政府对于购买普通住宅出台了很多优惠政策，对普通住宅的定义也和以往有所不同。究竟什么是普通住宅呢？以北京为例，根据2008年11月22日北京市建委公布的北京市享受优惠政策普通住房标准规定，北京市普通住房标准应同时满足以下三个条件：住宅小区建筑容积率在1.0(含)以上；单套建筑面积在140(含) m^2 以下；实际成交价低于同区域享受优惠政策住房平均交易价格1.2倍以下。通过研究发现，房地产市场呈现3:5:2的分布规律，即中高端住宅需求占市场总需求的30%、普通住宅需求占50%、需要提供帮助的住房困难户约占20%。以此为契机，可以分析列出普通住宅应有的10大标准。

一、高容积、低密度

过高的建筑密度不利于通风、采光、消防以及应对群发性疾病的隔离与防范，绿地和公共空间的不足也不利于小区生态环境和人与人的交流，从而不利于和谐社区的建设；但建筑密度过低，也不利于提高小区的土地利用率和降低住宅的楼面地价。因此，普通住宅小区建筑密度应该适中，既采用高层板式建筑，保证了居住的通风和采光，同时也节省了楼体占地面积，也有利于进一步扩大社区内的绿地面积。(见图1-1)。



图1-1 广东深圳金地梅陇镇项目

二、户型面积中等偏低

在普通住宅销售中，75~90m²的住宅销售量居第一位，这一户型面积比较适合多数居民的消费需求。目前，购房者大多为中青年，以两口或三口之家居多，收入水平有限。对于这一消费群体来说，大户型价位较高、小户型空间又有限。所以，中等偏低面积的单套住宅较为合适（见图1-2）。

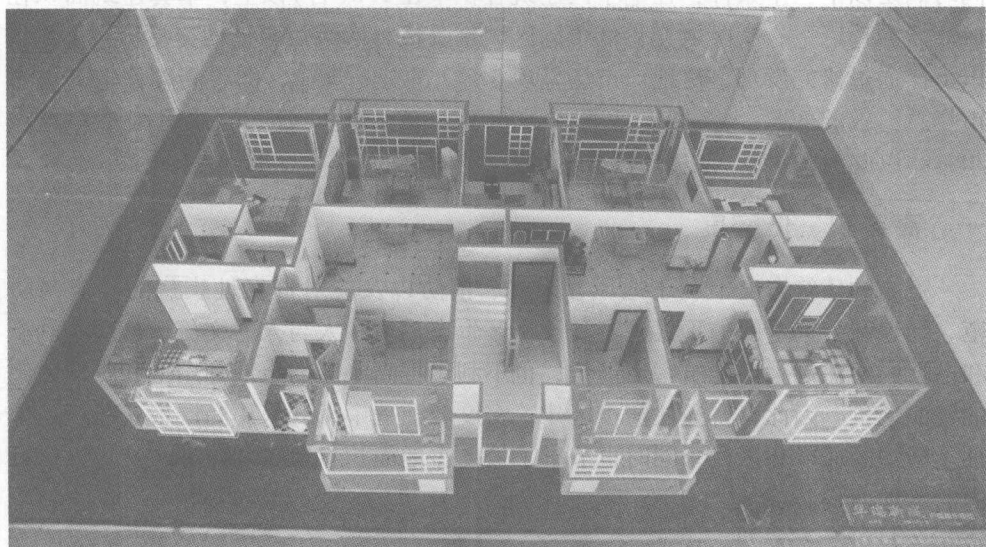


图1-2 标准两居户型平面展示

三、完善两居、经济型三居普遍受欢迎

调查结果显示，在被调查者中有35%的人喜欢二室二厅单卫的户型，位居榜首；有22%的人选择二室二厅双卫的户型，居第二位；而20%的人则表示喜欢三室二厅双卫的户型，居第三位。超大户型与超小户型的设计不太受欢迎。从中可以看出面积大小适中、居室功能分开、双厅双卫双阳台的户型设计越来越受人们推崇和关注。

调查表明，在三室二厅中，购房者对建筑面积110~120m²的三室二厅有比较明显的偏好，位居首位，达到30%；其次，购房者的选择是100~110m²的三居室，占25%；处于第三位的是120~130m²的三居室，达到19%。这说明，在三室二厅户型中，100~120m²的“小套三”比较受消费者欢迎。

四、市场均价以下的价位

数据显示，城区房地产市场未来的消费主力群体是中等及中等偏下收入的家庭，他们能够承受的主要是普通住宅。而普通住宅的价位大体在低于整个房地产市场商品住宅价格均价的 10% 左右波动。这样的住宅才比较符合广大老百姓心理价位。

五、舒适的环境

普通住宅小区内部环境的打造应以舒适为度，而不是追求豪华、奢侈。普通住宅小区的环境要围绕居住及舒适这一核心主题来打造，不能按照“花园模式”来策划和定位。普通住宅小区应该体现其基本的居住功能和较高的性价比，而不能过分张扬其生态和度假特色（见图 1-3）。



图 1-3 北京百旺·茉莉园远观

六、建筑质量的均好性

普通住宅设计和建筑质量应强调均好性。也就是说要求从户型、居住环境、人文景观、公用设施、设备配置、材料用品的选择和物业管理等方面使所有业主都能受到同等的对待，都能获得公平的价值回报。

七、安全、实惠、配套全

在关于购房客户关注小区配套的调查中，有 65% 的人选择了自动安防设施，居第一位；其次为小型超市和休闲娱乐设施，分别占 43% 和 41%。这充分说明，购房者在关心安全问题的同时，还比较看重购物的便利和生活质量的提高。但是，大多数人不愿意在自己居住的小区內设置小型商业街，其理由是小型商业街会影响小区安静、温馨的环境。

八、区位集中于城市近郊

普通住宅所处的区域位置一般不会处于成熟的城市中心地带，更不可能处于城市的黄金地段，因为城市中心地带的地价昂贵，只能布局一些窗口产业以及高端地产项目和住宅楼宇。但是，普通住宅也不大可能布局在城市远郊区，因为城市远郊区对居住者而言交通成本高且公交车的密集度不够，容易造成生活与工作不便；同时，城市远郊区的公共基础设施也不太完善，不大适应对城市生活条件已经习惯并具有很强依赖性的城市居民。因此，普通住宅一般集中于城市近郊。

九、拥有通达的公交系统

购买普通住宅的消费者主要是城市居民中收入中等偏下的群体，他们中仅有比较年轻的一少部分群体是有车族，而大部分的中老年消费者却往往比较注重消费是否便宜和出行是否节约。因此，普通住宅小区在交通条件方面不仅要求通达，而且附近应该有公交线路，以方便居住者经济、快捷地出行，也便于其亲朋好友的探视和来访。

十、物管收费保本微利

普通住宅小区的物业管理在内容上一般为常规性的服务项目，主要是考虑到普通住宅小区居民的经济承受能力，从而使广大的中等偏下收入家庭不仅可以买得起房，而且能够住得起房，所以，普通住宅小区的物业管理收费应该定位于保本或保本微利的水平。普通住宅小区应该有一些商业性的服务设施，由开发商开发后交由物业管理企业经营，以弥补常规性物业管理项目在经费上的缺口，使物业管理企业能够有所微利。这些服务项目收费标准可以完全按照市场规律，由业主委员会与物业公司双方的博弈来确定。

以北京地区为例，分布在各个城区的普通住宅项目很多，其中具有代表性的有橡树湾、清河新城、富力桃园等。这些项目虽定位为普通住宅，但是随着市场的不断发展，其住宅质量、配套设施又高于普通住宅，从而带动了区域城市化的进程，也提高了区域居住水平。

第二节 卖点·观念·生活——花园洋房

花园洋房，即 Town House，起源于英国。第二次世界大战以后由于工业化进程加速，大量的农村劳动力涌入城市，令城市日渐拥挤，生活环境日益恶化，于是一批志同道合的中产阶级为了维持生活质量，开始在市郊建房，久之形成了“镇”，这就是 Town House 的由来。

花园洋房是介于别墅与普通公寓之间的一个市场化概念，在建筑学上并无硬性指标，但实际上花园洋房追求较低的容积率、较高的绿化率、较大的楼间距。中国的花园洋房源于上海，自 19 世纪中期起，为上海、福建和广东一带上流阶层所专属，是西洋文明和生活方式与中国文化交织的产物。

狭义花园洋房就是花园别墅，也就是通常所说的花园式住宅，即西式洋房、小洋楼。它为带有花园、草坪和车库的独院式平房或 2~3 层小楼，强调户户有花。花园洋房还包括市场中的联排或双拼 Town House，户型较大，居住舒适度高。

广义的花园洋房则是介于别墅和普通公寓之间的一种新型住宅，多为 6 层以下多层板式建筑，一般以 4、5 层为主。建筑风格多样化，强调景观设计且绿化率比较高，普遍位于城市近郊一带。大多数花园洋房一楼赠送花园、顶楼赠送露台，也有将户外景观引入室内的情况。花园洋房的高品质让很多消费者趋之若鹜，以北京海淀区域为例，区域客户最认可花园洋房产品。

花园洋房的其他诱惑力则集中于价格优势。目前，每套高档别墅动辄数百万元，往往令购房者只能远观。而花园洋房则显得颇具亲和力，不仅价格远低于别墅甚至联排别墅，而且其建筑品质、景观品质、生活情趣、人文体验方面都有独到之处，花园洋房就是专门为中产阶层量身定做的专属私家花园，让一流的居住环境不再只是富人独享。目前，北京市场上的花园洋房代表有百旺杏林湾（见图 1-4）、褐石等项目，这些项目由于自然环境优美、建筑形式大气、文化底蕴浓郁，而成为高知阶层购房的首选。



图 1-4 百旺杏林湾花园洋房

第三节 卖点·观念·生活——高档公寓

高档公寓是普通住宅的发展及升华，当普通住宅满足不了一部分高收入人群的需求时，高档公寓便顺势而生。住宅至少应该具备以下 4 个条件，才可称之为高档公寓：第一，楼宇必须精装，且装修费用标准需在 1000 元/m² 以上；第二，必须拥有比普通住宅更高档的物业管理服务水平；第三，居室内必须拥有 24 小时热水；第四，社区内配置有高档会所。

以北京为例，高档公寓的代表项目是星河湾（见图 1-5），而此项目也因为近乎奢侈的园林设计和公馆型的建筑布局而成为北京高档公寓的典范。

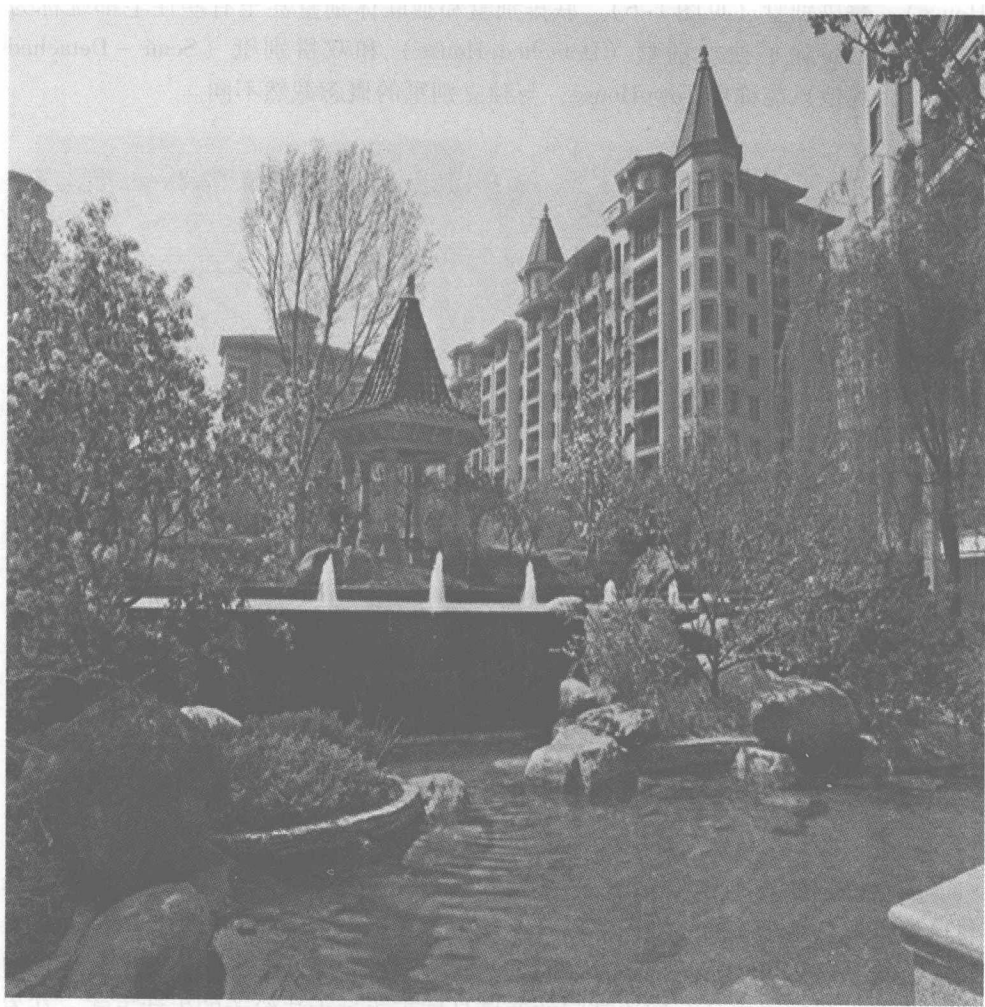


图 1-5 北京星河湾高档公寓

第四节 卖点·观念·生活——别墅社区

传统意义上，别墅是供游玩、休养的山水美宅，而现在常说的“别墅”实际上涵盖了国外的两种物业类型：一种是 House，另一种是 Villa，如果直译过来的话，House 应该是“房子、住宅”的意思；而 Villa 才应当是“别墅”之意。

“别墅”一词在国内房地产市场上有所不同。国内别墅所覆盖的范围极广，它不但包括了独栋的独立住宅，开发商还常把双拼别墅（Semi - Detached

House)、叠拼别墅(见图1-6)、联排别墅和独联体别墅甚至有些住宅都统称为别墅产品。而除了独立别墅(Detached House)和双拼别墅(Semi-Detached House),其他只能称作TownHouse,与独立别墅的概念截然不同。



图1-6 广东深圳星河丹堤叠拼别墅

别墅首先是一种生活方式,其区别于其他建筑类型的最重要特征在于,它是与自然景观息息相关的终极住宅形式;其次,它是身份、品位和个性的标志,是“富人阶层”占有的领地;第三个方面是别墅所在区域的自然景观给生活带来的巨大改变,蕴藏于森林、湖泊其间的意境是城市永远无法给予的生活方式,在岁月沉积中,别墅方能真正实现我们的“别样人生”。

以北京为例,知名的别墅项目从最早的玫瑰园到最近的一千栋、财富公馆等,无一不是以奢华诠释着上层生活。无处不在的清新空气和充满绿意的健康馆、森林网球场、森林篮球场、森林茶室等,呈现出一种完全不同于都市的自然与清静,一份远离城市纷扰的悠然生活。

第五节 卖点·观念·生活——酒店式公寓

酒店式公寓这个概念最早起源于1994年的欧洲。它是当时旅游区租给游客

供其临时休憩的物业，客人只是作短暂的休息和停留，但是却提供统一的上门服务，所以既有酒店的性质，又相当于个人的“临时住家”，这就形成了酒店式公寓的雏形。

现代所谓酒店式公寓，就是拥有独立产权、配备包括厨卫在内的综合套间的物业，提供酒店式的商务服务、保洁服务、物业管理服务、租赁管理服务。购买者既可以像购买普通住宅一样用于自住，又可以交由大厦以酒店的形式出租，获得很高的投资回报。酒店公寓需要配套齐全、高档，能为住房提供星级酒店式的生活环境和物业管理。一般酒店式公寓的公共设施均类似酒店，所以居住者的身份和气派也可彰显。可以看出，酒店式公寓提供“酒店式的服务，公寓式的管理”，是一种只做服务、没有任何酒店经营的纯服务公寓，大多数用于投资。

以北京为例，位于中关村上地的辉煌国际广场（见图 1-7）就是酒店式公寓的典型代表，其现代的外形、酒店式的投资理念吸引了大批投资者的目光，项目一经推出，便收到了良好的市场反响。



图 1-7 辉煌国际广场