



生活

默人 著

凤凰出版传媒集团
江苏文艺出版社
JIANGSU LITERATURE AND ART
PUBLISHING HOUSE

在美国



生活

默人 著

凤凰出版传媒集团
江苏文艺出版社
JIANGSU LITERATURE AND ART
PUBLISHING HOUSE

在美国

图书在版编目(CIP)数据

生活在美国 / 默人著. —南京: 江苏文艺出版社, 2005. 11

ISBN 7 - 5399 - 2262 - 1

I. 生... II. 默... III. 纪实文学—中国—当代
IV. I25

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 090227 号

书 名	生活在美国
著 者	默 人
责任编辑	陈敏莉
责任校对	孙 慧
责任监制	胡小河 张莘莘
出版发行	凤凰出版传媒集团 江苏文艺出版社
集团网址	凤凰出版传媒网 http://www.ppm.cn
印 刷	徐州新华印刷厂
照 排	南京紫藤制版印务中心
经 销	江苏省新华书店
开 本	850×1168 毫米 1/32
印 张	10.25
版 次	2005 年 11 月第 1 版, 第 1 次印刷
标准书号	ISBN 7 - 5399 - 2262 - 1/I · 2135
定 价	17.80 元

(江苏文艺版图书凡印刷装订错误可随时向承印厂调换)

生活在美国

——真实的记录 复杂的心态

购房	1
车趣	37
家庭理财	71
Garage Sale	95
影视乐	123
Shooping	155
加班	185
艺术节	211
书瘾	236
郊游	262



购 房

美国梦一词,对我们这一代人说来,是个充满了复杂感情和回味无穷的字眼,编织了一代人几十年来寻寻觅觅的情感历程。有艰苦,有辛酸,有成就,有欢乐,同时也有失落。

从广义上讲,美国梦就是在美国实现自己理想的一种追求。追求实现了,梦也就圆了。

十几年前,这个梦的具体标志是什么? 是一栋房子,一栋美国人称之为 House 的房子,属于目前中国别墅式住房的那种标准。

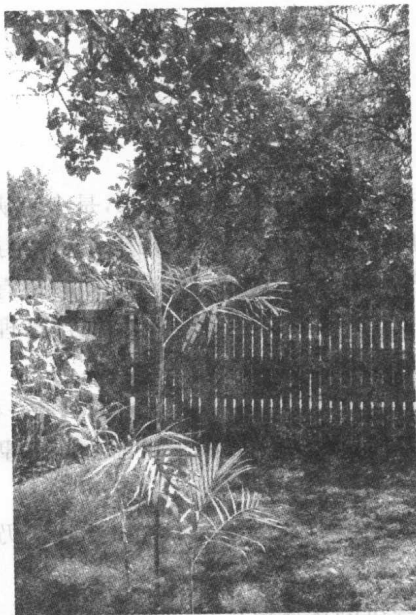
时至今日,在美国,买上一幢这样的房子,仍然意味着一番拼搏之后安稳舒适的生活。

随着中国经济的快速增长,人们的生活水平飞跃提升,这种生活已不算奢侈的梦想标准,不知是否还存在于人们心中。但在美国,买上一幢像样的住房,仍然是留美华人生活中的头等大事。相较于日常生活中的所有消费,购房算是最大的一笔开支。因此,凡来美五年以上者,休闲聚会,谈话内容便自然而然的围绕着买房。

对所有人而言,买房包含两种最基本的动机,一是享受,二是投资。

享受自然没有疑义,顺理成章,这是购房者最朴素最原始

的动机。说到底,人的辛苦为了什么,还不是为了享受!若为了享受,许多人便没了艰苦奋斗的动力。



美国人很少有院墙的概念,即便是篱笆墙也少见。可我们的旧居却有一个小小的篱笆院落,坐在餐桌前可见挂满枝头的苹果,盆养的竹子及自己种的黄瓜、韭菜,这是很典型的“中国特色”在美国。

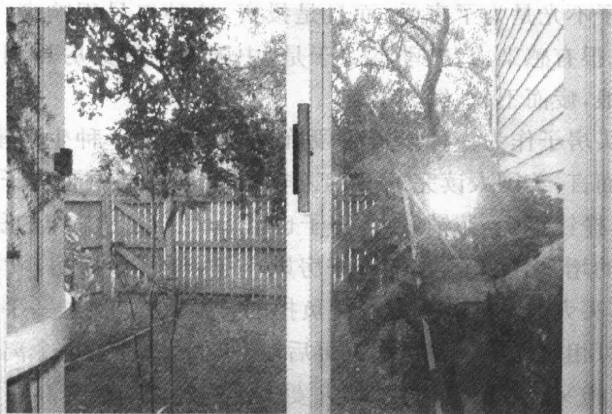
对过去的中国人来说,住房好算是最大的享受。过去住房条件差,十四平方米住一家,不像上海人那样爬阁楼就算是一种奢侈。初来美国,住上宽敞明亮的公寓房,无论二房一厅还是三房一厅,都觉得一辈子值了。后来住连体楼(Condominium House),有了地下室,有了楼上楼下居室和客厅厨房的间隔,更觉得日子如蜜似糖。但这种改变很快便不能满足

了,因为虽然基本居住条件满足了,可房子毕竟不是自己的,没有主人感。于是,眼睛便盯上了大房子。

大房子的居住面积不待去说,最主要的是有了自己的一块地,有了前院后院。隔窗远眺,领主之感油然而生,那是别有一番滋味的。因此,东家买,西家也买,大家一起想找那种感觉。在居住面积达到一定水平之后,这种感觉便成了享受。

说起来悬乎,想想,确是此理。要不,再大的房子,人还不是只睡三尺之床?

后来,许多朋友买房子的理由之一便是想让孩子享受享受,说孩子们大了,很快就要离家出走,抓紧时间买栋房子,也让孩子过上几天舒服日子。让孩子过什么好日子呢?说到底,就是满足孩子那种家有大房的虚荣心。试想,买房前孩子已有了自己的卧室,买再大的房子,也还是只能住一间卧室,日子的实质并没有改变。



从餐厅里照出去的院落。

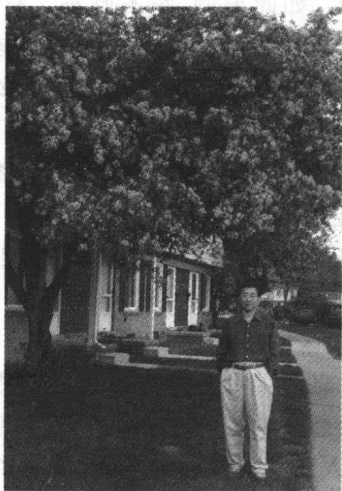
还有些父母买房子是为了吸引上大学的孩子回家住，省去了住学生公寓的费用。这是家庭理财中的经济观点，当然也无可非议。可我总觉得不妥，因为孩子住校有住校的好处，那种集体生活中人际关系的感受和协调，那种社交能力的锻炼和培养，都不是住在家里能体验和获得的。省了一点钱的同时，损失的东西要多得多，只不过没有那么易见罢了。

留美华人消费上最大的特点是购大件的多，购小件的少。大件指汽车房子，小件指日常用品。日常消费，中国人省得很，可以降低到最低限度。可买房子，其胆量和勇气丝毫不输给美国人。许多美国人都曾不解的问我们，为什么中国人没来几年就能买起大房子？我们总是笑而不答。这是中国人的特点，国内是如此，留美依然如此。这是特殊年代留给我们这代人的烙印，也是中国文化长期熏陶和影响的结果。

近几年来，买房作为一种投资日益成为留美华人的共识。买房子不光是为了享受，而且是投资，这种口号很响亮，很实惠，也很有感染力，鼓动性。于是，中国人中的买房热潮一浪又一浪，疲而不软，经久不衰。

买房子作为一种投资手段确是美国人的一种生活模式。一般而言，美国人读完了书，工作几年便开始结婚买房子。刚开始，挣钱不多，花销又大，房子也就不大。随着工作的稳定，年薪的增加，再有了孩子，住房嫌小了，便开始换房，卖掉小的，再买大的。随着家庭经济负担的日益加重，换过一手的房子便可相对稳定一段时间。再后，孩子们大了，一个个离家出走，负担又轻了。这时候，如夫妻工作稳定，收入丰厚，可抓紧时间再把房子换大，以抵消孩子出走后剧幅增加的家庭税务。接下来，年老了，没了工作，便开始卖房子，将房钱作为一笔可

观的收入供作老年后的享用。



旧居门前有两株果树，每年春天都会有两周最灿烂的花季。坐在二楼的书桌前推开窗户，花枝便会摇曳着探进头来。

按美国税法规定，在人一生买卖房子的过程中，只有一次免税的机会。如何利用这次机会，全凭自己掌握。一般以最后一次居多。因为最后一次卖的房子大，所收可全部装入囊中，作为老年生活的依靠。

前几年，房地产的行情见涨，房子增值速度极快。在我们居住的小城，房价增长竟连续多年超过百分之十，听上去惊人。单我周围，就有许多朋友买房增值的消息传来，令我耳不暇接。一朋友在一中等社区买了一栋价值三十多万美元的房子，三年没过，告诉我其房产估价已超过四十万。另一朋友花了十六多万美元买了一幢旧房，也只住了三年，因升迁高就其它大学，房子竟卖了二十多万。再一朋友，五年前买的一处住

房,二十二万,年前将其三十二万卖了,接着又买了一幢价值四十二万的房子。如此事例,举不胜举。看得眼热,上网一查,布什上台的几年,美国经济不死不活地拖着,之所以没有大的下滑,全靠了房地产经济的拉动。连续多年,美国的新房销售量都突破了历史大关。相较美国股市近百年来最惨烈的跳水,作为投资手段之一,买房确实成了一枝独秀。

于是,也决定买房!

在美国买房,需明确这么几个问题:一是学区问题,二是式样,大小和新旧问题,最后才是价钱问题。

一般而言,学区应成为首要因素考虑。一方面,学区对孩子教育至关重要。买房的根本目的之一是改善家庭生活,而孩子的成长教育又是家庭生活的头等大事。这点美国人讲究重视,中国人更讲究重视,因此,选房的第一要素就是学区的归属问题。另一方面,学区与居民生活水平紧密相关,学区好,即社区生活水平高,一般称之为富人区。富人区和穷人区的差别很大,以我们居住的城市为准,三十万美金左右的房子,仅仅因为学区的不同就可差价五万。五万美元对许多中国人来说是很难接受的。一样的房子,一样的花园草坪,凭什么多花五万?许多人顺不过这口气,还是买了便宜房,经历后才知道,房价的差别决不是没有道理的,价高自有价高的道理,价高不仅增值快,出手时价也高。在美国买房,千万不要有什么长期打算,住满三年就值。由于转手换房司空见惯,因此,买房时一定要考虑卖房,买时价高,卖时价也高,一样的事。再说,价高的房子出手时比价低的房子容易得多,省那几万块钱,卖时若一时出不了手,反而不合算。明白了这个道理后,买房的观念就不再被几万块钱

的差价所左右了。



新居的客厅。窗帘是从中国带来的，没想到会在美国买到颜色这么般配的一套沙发。搬进新居一周后，一株盆养的树开花了，十分喜人。

选好了区域，接下来就是买什么样的房子。新的，还是旧的，院子有没有讲究，大的好，还是小点好，周围风景如何？等等。一句话，选好了社区就是选房子，选一栋自己喜欢的房子。

在这一点上，可是众口难调，因为每人都有自己的喜好。我的一位朋友换房时，千挑万选，除了看中那栋房，也看中房后的风景。草地很大，有个小湖紧靠草地，湖水清澈，湖草一目了然，芦苇蒲草林立。湖里有野鸭野雁，时时还有野天鹅光顾。再往远则是树林，夏日林荫遮天蔽日，仿佛与世隔绝。朋友说，他喜欢的就是这种意境。周末假日，哪儿也不去，撑一把阳伞，坐在凉台上喝着啤酒，赏着风景，心旷神怡，有一种仙境的感觉。即使不出门，清晨起床，卷起窗帘，那幅画就在眼前。

他向我述说这种意境时，我一下就捕捉到了他的感受。

记得小时候学过一篇课文,叫夏天的早晨。作者说喜欢夏日的早晨,喜欢早晨的太阳,早晨的树林,早晨的清风以及早晨的蝉鸣。童年背课文时对这种夏日早晨朦胧的憧憬,至今仍十分清晰。

还有一位朋友告诉我,他买房子看的不是房子而是地。他说他对买下一块属于自己的土地比这块地上的房子更感兴趣。他告诉我,不要留恋市区的所谓高价房,人多闹,没啥意思。往远走点,也不要太远,上高速开出十几分钟,你会发现另有世界,别有洞天。

他说近日相中的一栋房要的就是这个味。他说那栋房四邻不靠,院子特大,足足十几亩地,一眼望不到边。他兴致勃勃地向我描述那块地:好大的林子,好大的草地。一个朋友打趣,说可以放牧,天苍苍,野茫茫,风吹草低见牛羊。另一朋友也凑趣,说可以垦荒,想想是种玉米还是高粱。我则说,什么都别干,养殖。春天的时候养火鸡,养梅花鹿,秋天到了,就邀请我们去打猎,那多有意思!

我告诉他,这并不是玩笑。我们隔壁实验室里有个老美,在北密有一栋房,告诉我也是望不到边的地。知道吗,每年冬天他请我们去干啥?就是打野雁野鹅,用的是散弹,一次可打十几只,可肥啦,几十磅重的大家伙。有一次打了野雁分不完,给了我两只,拔毛洗净,贮在冰箱里,吃了几个礼拜。想想,毕竟是野味,去餐馆的话(当然是在中国,在美国可没有吃野味的餐馆,立法不许),一定贵得要死。

因此,对房子的兴趣和口味,人与人相差简直太大了。说到底,不管别人如何,选一栋自己喜欢的房子十分重要。有些朋友有经营头脑,且心灵手巧,他们多偏爱新房,为啥?因为

买房后他们能折腾，自己整理庭院，既省钱，又有自己的审美情趣。他们把看着自己亲手栽种的花木开花结果作为一种享受。但另一些朋友则相反，他们买房专挑旧的，理由之一是怕费事，怕麻烦。他们说，旧房多好，别人把什么都给你做好了，省得操心，只要你自己喜欢那种布局就行。



新居的后院开辟了一块菜地，种上西红柿和黄瓜。美国人问：“你们的花怎么长得那么快？”我们总是笑而不答。

就我而言，我也有点喜欢旧房。知道吗，倒不是喜欢朋友们那种占有欲的疯狂，要那么大的地干啥？我要的是一种意境。新房买来，四周光秃秃的，种树养花，长起来也不是一时的光景。我喜欢至少带有一棵大树的庭院，那种树阴给庭院带来的是一种只能意会不可言传的意境。有了树，风吹了会沙沙的响，鸟来了会唱歌。有了树，秋虫也会在树下弹琴咏诵。总之，有了一株大树，庭院就活了，有了生命，有了生机。

有了上述两种选择之后，才是价钱问题。之所以把价钱放在最后不是价钱不重要，而是一般而言，美国的买卖都有一

定的规则,最简单也是最让人放心的就是物有所值,不怕坑蒙拐骗。举个例子,如买旧房,你可花两百美元请专业公司为房子做全面检查,他们收了钱就必须办事,文件做得详细完整,签了字就有了保证,不会出半点差错。当然,在房子买卖过程中,价钱也是有波动的,买得好,自然要省得多,这就是为什么价钱要考虑和为什么不做首要考虑的原因。

买得便宜不仅有市场调节因素,有季节因素,更多的则是机会。如有人要搬迁,急于脱手,耐不得细细讨价还价。再者,人升迁了,房子由公司按市价买下,再由公司转卖。一般而言,公司是不会在小钱上斤斤计较的,他们也花不起那么多时间和精力。总之,有心计有时间有精力慢慢等的话,相信还是有机会的。

可这里要说的价钱则主要是家里的预算,自己的收入可以贷到多少款,多少价钱的房子可以承担等等。当然,相较选学区和选一个如意的房子,这种抉择要简单容易多了。

正式进入买房程序是从看房开始的。看房有两种形式,一是从网上查,二是实际看。网上查的优点是信息来源广,全面。近年来,许多房产买卖经济人都会把进入市场的房子送到网上。查对了网站,这方面的信息铺天盖地。

网上的信息最直观的是照片。卖房人从不同角度给房子拍照,放在网上,给有兴趣者以直观的印象。这种方法虽好,可因信息获取太快太方便,因此,十栋房子一看,头脑里便成了一锅粥,房子的印象全都成了一个样,什么特点风格全没了。再说,这如同找对象谈朋友,光看照片是不行的。不消说送照者光捡好的送,还有个上相不上相的问题。同样的女孩子,上相不上相差别甚远,更不用说还有气质风度等相片无法

反映的素质。因此，网上看的再多也没用，喜欢不喜欢，相中相不中还得实际考察。



旧居院子里的苹果树每年夏秋都会引来许多小鸟。这只松鼠也是常客，像家养一般。

实际看房也有几种途径。一种是自己转悠。想买房，又不是太急，就自己开车出去瞎转。有时也有目的，从网上或其它途径获得信息后，直奔房子。问题是这种方式带有很大盲目性，且在没有房主的许可下只能远远地看，看外表，看周围环境。这种看法虽不全面，可有时也能找着一种直感。说来也许难以置信，房子虽然是死的，可有时就能透出股灵气，有表达自己气质的特殊途径和方式，因此，这种直感往往很有用处。许多房子就是在第一眼的直感下做成了交易。

自己转悠最有效的机会是遇上房主自己直接售房，叫作 Sale by Owner。这时你便可以大方地走近主人，与之交谈，房主也会很热情地请你看房。这种形式之所以有效是省去了中间环节。在美国，凡经经纪人买卖房子，经纪人必从卖者手里

得到百分之七的报酬。这样一来,三十万房子两万多块钱就没有了。房子直接销售可省去这笔费用,将其对半分成与买者共享。如此,买者省了一万多块,卖者多得一万多块,两全其美,皆大欢喜。

除了自己转悠,再就是朋友介绍。饭后茶余,朋友们一起聊天,很多话题就是房子。因此,朋友的介绍很管用。这种经朋友介绍的房子多是朋友的近邻,看见售房广告便告之。这时,房主若是朋友的朋友更好,彼此打声招呼便去看房,非常方便。如朋友不认识房主也不打紧,就从外表看看气质,其内部结构就那么几种模式,朋友可以自己房子为例向你介绍。因此,在买房的初步筛选中,这种形式不会遗漏房子的任何信息。

买房卖房最常用的一种形式还是通过经济人。因为是买方,你不需要付任何代价,只接受服务,经济人的报酬来自卖方。这种形式之所以有效是经济人的信息多,办事专业,再加上为了赚钱所付出的服务热情。

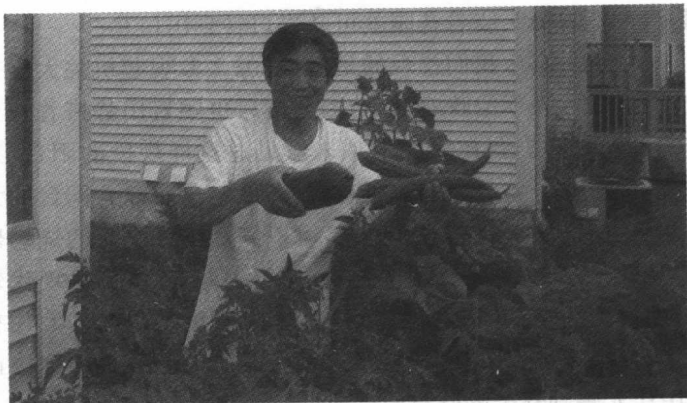
问题是,有些经济人的过分热情也让人受不了。用朋友的话说就是粘上了,甩都甩不脱。更有些经济人带你转了半天,做不成买卖,脸一下就不好看了,让人不舒服。

许多朋友从打主意买房到搬进新房周期很短,让人吃惊,很大的因素就是拒绝不了经纪人的热情。看来,凡从事人文性质的工作,专业技术水平是一回事,把握人的情绪是另一回事,只有两方面都兼顾得好,事业才能做得有滋味。

在安阿伯,看房还有一种形式,就是看房秀。

每年春天,有关房屋管理协会或一些文化社区团体会组织一种秀,专门展示安阿伯地区各种类型各种风格的房子。

但是这种房子并不是以出售为目的,而是介绍住房的风格文化和传统,给人以住文化的熏陶。



收获瓜果时的喜悦。

这种活动并不是免费的,但票价也不贵,十美元一张。我就参观过这种房展。在大半天的时间里,组织者开着几辆大车把人们从一处送到另一处,还专门给你介绍房子的历史,特点以及主人的情况。从这种房展,你不仅可以了解不同类型房子及其估价,同时也可了解生活中那些不为人知的故事。

我感到惊奇的是美国人的开放观念,放在中国人身上,是很难接受这种参观的。花时间收拾房间不说,参观的那一天还没个去处。最令人难以接受的是把自己家里所有的一切均暴露在世人眼里。我不能理解美国人的这种开放大度与美国人对自己隐私权常常表现出的偏狭形成如此鲜明的对比,使我常常发生疑窦:究竟哪一种才是真正美国人的性格?

那次参观,留给我印象最深的是三栋房。一栋房建在一个小山坡上,四处无邻,曲径通幽。