

怎样购置新居

怎样装饰新房

怎样筹办婚礼

怎样过好第一次性生活

怎样做好新婚避孕

唐娟等 编著
中国林业出版社



目 录

第一章 共筑爱屋	(1)
第一节 怎样购置新居	(1)
一、如何选择开发商	(1)
二、如何选择中介商	(3)
三、如何把握销售商的销售心理	(4)
四、学会分析房产广告	(7)
五、买期房的四大风险	(8)
六、如何鉴别销售许可证真伪	(9)
七、怎样选择底层住宅	(10)
八、不合理的户型	(11)
九、合理户型	(12)
十、房屋投资认清升值负面因素	(14)
十一、购房把好四道关	(16)
十二、购房注意八房五证二书	(17)
十三、购房需要考虑的因素	(18)
十四、购商品房警惕“八不”	(20)
十五、提防售房骗术五招	(22)
十六、挑房三买	(23)
十七、新房验收的环节	(26)
十八、怎样挑选高层住宅	(27)
十九、怎样挑选住房格局	(28)
二十、学会自己测量建筑面积和使用面积	(30)



二十一、选购即将竣工的房子应注意什么	(31)
二十二、哪种房最实惠	(32)
二十三、需要一间大厨房	(33)
第二节 怎样装修装饰新房	(34)
一、新婚夫妇怎样洽谈新房装修	(34)
二、装修花费知多少	(37)
三、新婚家居装修如何省钱	(38)
四、新婚家居装修构想	(39)
五、儿童房设计安全第一	(41)
六、莫让家庭装修损害孩子健康	(41)
七、给地板换妆	(43)
八、家庭装修慎用哪些材料	(44)
九、家庭装修一步到位不如循序渐进	(45)
十、电线埋墙从长计议	(46)
十一、装饰六忌	(46)
第三节 怎样布置新房	(47)
一、新房布置美化原则	(47)
二、统筹兼顾	(48)
三、艺术点缀	(51)
四、巧用窗帘、床罩、靠垫等物品点缀	(54)
五、居室的布置	(56)
六、室内装饰及家具、家电摆放	(59)
第四节 怎样选购新婚物品	(67)
一、购物的学问	(67)
二、选购家具	(68)
三、选购床上用品	(70)
四、选购家用电器	(72)
五、选购厨房用具	(82)



第五节 怎样选购新婚服饰	(84)
一、礼服的选购	(84)
二、服装的选购	(86)
三、首饰的选购	(90)
第二章 婚礼筹备及传统庆贺习俗	(92)
第一节 婚礼前期筹备	(92)
一、婚姻登记	(92)
二、婚期安排	(96)
三、婚礼筹划	(97)
四、婚宴的准备	(100)
五、新婚美容	(106)
六、新娘美容	(110)
七、新郎美容	(118)
八、新婚服饰	(121)
九、新郎服饰	(127)
十、婚纱摄影	(133)
第二节 传统庆贺习俗	(136)
一、结婚仪式	(136)
二、婚 宴	(142)
三、喜筵巧应对	(143)
四、闹 洞 房	(144)
五、婚期中的要事	(148)
第三章 洞房花烛	(155)
第一节 认识爱侣的生理结构	(155)
一、男性外生殖系统	(155)
二、男性内生殖系统	(156)
三、女性外生殖系统	(159)
四、女性内生殖系统	(161)



第二节 洞房花烛的心理准备·····	(162)
一、新郎如何化解爱侣的紧张心情·····	(162)
二、交合不同阶段的心理体验·····	(164)
三、女性性心理的发展·····	(166)
第三节 洞房花烛的生理准备·····	(167)
一、新娘的性生理准备·····	(168)
二、新郎的性生理准备·····	(169)
第四节 怎样过第一次性生活·····	(169)
一、性生活前后的卫生准备·····	(170)
二、第一次亲密接触·····	(172)
三、性生活原则·····	(177)
第五节 避孕常识·····	(178)
一、避孕原理·····	(178)
二、男性常用的避孕方法·····	(179)
三、女性常用的避孕方法·····	(180)
四、如何保证避孕不失败·····	(180)
五、避孕套常识·····	(181)
六、女用避孕药·····	(188)
七、安全期避孕·····	(193)
八、体外射精避孕法·····	(199)
第六节 性与健康·····	(200)
一、性爱的十大益处·····	(200)
二、处女膜不能说明什么·····	(201)
三、性爱与时间·····	(202)
四、纵欲有害·····	(204)
五、性爱环境·····	(204)
六、音乐与爱·····	(205)
七、性爱差异·····	(206)



八、和谐互爱	(206)
九、关灯开灯	(207)
十、爱的呻吟	(208)
十一、享受高潮	(209)
十二、房事出汗	(209)
十三、精液稀少	(210)
十四、射精排尿	(211)
十五、精液流出	(212)
十六、性交中断	(212)
十七、房事晕厥	(213)
十八、女性性感异常	(213)
十九、夫妻按摩	(214)
二十、共入梦乡	(215)
二十一、性心理障碍	(216)
二十二、性对象异常	(216)
二十三、处女膜闭锁	(222)
二十四、精索静脉曲张的危害	(223)
第四章 蜜月旅行	(224)
第一节 欢度蜜月	(224)
一、蜜月娱乐	(224)
二、蜜月生活	(226)
三、蜜月饮食安排	(229)
第二节 蜜月形态	(234)
一、蜜月天数	(234)
二、访友待客	(235)
三、周详计划蜜月旅行	(237)
四、做个聪明的旅行者	(238)
第三节 蜜月旅行注意事项	(241)



一、旅游注意事项	(241)
二、常见病的防治	(242)
三、旅途患病的应急处理	(244)
四、旅行中饮食卫生的注意事项	(245)
五、旅游腿脚肿怎么办	(246)
六、旅游中的健身疗法	(247)
七、旅游中如何进补	(248)
八、慎防“上火”	(249)
九、蜜月病的防治	(250)
十、怎样保持旅行中的身心健康	(251)
十一、出境旅游 10 个提醒	(252)
第四节 蜜月旅行景点简介	(254)
一、中国游览胜地简介	(254)
二、新婚全球旅游八大去处	(268)
附录:	
一、中华人民共和国婚姻法 (修正)	(271)
二、婚庆别称	(279)
三、年龄代称	(279)



第一章 共筑爱屋

“有情人终成眷属”，经过甜蜜、温馨的恋爱以后，结婚成为爱情的升华和归宿。它意味着一个幸福家庭的诞生，是新婚夫妇崭新生活的开始。

人的一生，大约有三分之一的时间在家度过，而新房则是一个小家庭新生活的开始，对于新房的购置、装饰和布置就显得尤为重要。那么，怎样购置新居？怎样进行装饰和布置才能营造一个温馨和谐、美观舒适、喜气洋洋的新婚之居？

购置、装饰新房都无固定的模式可循，既要从自己的经济实力考虑，又要从爱侣双方的爱好、情趣、修养去充分发挥自己的想像力和创造力，使新房的装修、布置既有时代的特征，又能体现自己的个性特点，显示出独具风采的艺术风格。

第一节 怎样购置新居

一、如何选择开发商

新婚夫妇在选购新房时需要货比三家、慎重调查、谨慎投资，主要是因为现在的房地产开发市场中，众多的开发企业在资金能力、开发规模、工程质量、技术人员等方面存在很大差异。不论对购房者还是使用者来说，房地产开发企业的开发资质等



级、开发商信誉和开发商的开发业绩应该是选择开发商时最重要的三个方面。

1. 开发商资质等级

按建设部《房地产开发企业的资质管理规定》的要求，房地产开发企业资质等级一般分为资质一级、资质二级和资质三级等3个级别，企业开发资质按企业注册资金的多少划分。显然，级别越高的房地产企业，因其拥有雄厚的资本，开发规模较大，技术人员专业水平高，所以开发项目质量相对较高。俗话说：大树底下好乘凉。对新婚购房者来说，资质适应市场需要的楼盘，相应比其物业管理和服务水平也较高，其开发的商品不管写字楼、营业房还是住宅，各类物业质量一般能够保证。可以说，开发商资质等级是选择开发商最重要的标准。

2. 开发商的信誉

一般来说，企业资质较高，其信誉也较好。因为其高资质水平，能够保证开发项目的高质量。不过，这也不是绝对的。有些高资质等级的企业由于开发项目过多、规模过大，造成资金分散，技术力量不充足，很可能开发出的工程质量不高。相反，有些小开发企业，也同样可以开发出高质量的工程。一些三级房地产开发企业，集中资金和技术力量，开发出高质量、高品位的住宅小区，以质量取胜，以微利定位，取得良好的销售业绩，同时树立了企业形象，提高了企业信誉。企业信誉不单靠企业资质等级的高低，而主要靠其良好的职业道德、真诚的服务精神，加上成功的楼盘开发，从而树立起开发商的良好形象，提高信誉，赢得市场信赖。在购房时，选择信誉好的开发商的房屋，质量容易得到保证。

3. 开发业绩

选择开发商时其以前的开发业绩是很重要的一个因素。开发商开发出高质量的商品房，能够赢得市场信誉。一个有良好开发



业绩的开发商，为保证其市场竞争力，为了维护企业的形象和声誉，在开发时必将保证质量。所以在选择开发商时，不妨留意一下它的开发、销售业绩，自己心里有个底，买起房子来放心得多。

4. 开发商对消费者的态度

从另一角度看，开发商对消费者的态度好坏也是其产品“优劣”的表现。对那些房屋待售时大吹大擂、承诺保证满天飞，但是等到售后在房子质量出现问题时就会冷言冷语、推三阻四，甚至强词夺理、态度恶劣，对这样的开发商，最好“敬而远之”以免上当受骗。

二、如何选择中介商

经验告诉我们，对中介商的选择要慎之又慎。现时的房地产中介商在推动房地产开发中起了重要作用。代理中介是市场经济的产物，发达地区的房地产销售主要是由代理公司完成的。我国经济宏观调控后，开发商们也渐渐体会到代理商的专业服务精神和实际营销水平。

但是房地产中介在国内还没形成一定规模，市场管理机制和行业自律机制正处在不断地完善之中。无论从政府部门接受的投诉，还是给予市民的普遍印象，中介鱼龙混杂的局面是不可否认的事实。在房地产交易、租赁行为中，有些中介商得到独家代理权后，不对所代理的项目尽心尽责，从而导致项目销售不能按计划进行；有的则将收取的售楼款挪作他用，大量拖欠委托开发企业的资金等等。

那么对于新婚购房者来说，既不能因抵制中介商的服务而错失机会，也不要轻信不负责的房地产中介公司的信口雌黄。下面可粗略地将房地产中介分为五类：

① 开发商的附属代理公司。



②集房地产估价、交易代理、可行性研究于一体的专业咨询公司。

③取得交易代理资格兼及其他咨询业务的代理公司。

④提供房地产信息咨询的一般咨询公司。

⑤没有合法经营资格的公司或个人。

前三类公司较为可靠，无论是代理资格、服务素质还是注册资本，都能受到法律的有效约束。但三者专业分工上有明显差异：前者相当于开发商的经营部，主要推介自己的物业，对市场上的其他物业难于全面把握，介绍优缺点时容易向着自己；后者整天与市场打交道，容易急功近利，难有理性判断；而专业咨询公司通常对代理楼盘都有慎重的选择，对经营的目标有个长期的考虑，靠专业能力和服务素质赢得客户。

后两类公司或个人首先在代理资格上就有问题，对其提供的信息服务或技术咨询理当慎重，若委托其购买房屋或收取定金更须谨慎从事。

有了上面的介绍，相信新婚夫妇在选购新房时就可选择到合适的代理商，但更重要的是审核有关代理事宜的法律文件，如开发商与代理商签署的《委托代理合同书》，上面对委托销售范围、委托期限、收取定金情况、手续办理程序有详细约定，切不可看了一眼了事，尽量防患于未然。

三、如何把握销售商的销售心理

一般说来在商品房的买卖中，作为买方的新婚购房者应掌握交易的主动权，在房屋的买卖中处于有利地位。然而，事实却是不少消费者由于不熟悉市场行情，缺乏经验，花了钱还不一定买到中意的房子。其实，只要弄懂销售商的售房心理，新婚购房者就可以“反客为主”取得主动，买到物美价廉的房子。

作为销售商都想“把房子尽快卖出去”的心理是迫切的，而



对新婚购房者来说选择销售商购买商品房的余地要大得多，对于购买商品房的，不妨对销售商“细火慢炖”以逸待劳，等到时机成熟，一蹴而就。只要掌握了销售商的销售心理，买到中意的房子并非难事。

在商品房交易中，销售商既想尽快把房子推销出去，又想在买方身上尽量多赚些利润。当然，碰到急于买房，而又缺乏购房经验，不了解市场情况和销售商卖房心理的消费者，销售商不会轻易放过，一阵热情地推销就把购房者搞得难辨真假，自然而然“请君入瓮”，等到以后发现问题，已经后悔莫及了。

销售商向新婚购房者推销商品房，一般都会信誓旦旦，表明自己开发的商品房地段如何好，尽是黄金口岸；价格如何便宜，并且一次付清可获百分之几优惠；物业管理和配套服务设施如何完善，购买入住安全可靠又实惠等等。

其实，这是销售商售房的基本“套路”，惟一目的就是要把房子推销给你，既让你掏出了钱，又让你暗自窃喜，觉得自己好像占了很大的便宜。可是只要仔细琢磨一下，就会纳闷：这样一来，岂非每套房子都成了高档次、高品质、高质量的“精品”楼盘，那么又怎么会有那么多的质量问题？

抓住销售商这一心理（也是弱点），新婚购房者大可不必为婚期买房子而风风火火、迫不及待，对销售商的推销攻势要避其锋芒。作为买方，钱在你的口袋里，销售商要想拿走就要付出一定的“代价”。新婚购房者可放长线钓大鱼，掌握主动，以逸待劳，迫使商家不得不作出一些让步，当然自己对要购买的房子要有个真实的了解，做到心中有数。

有些销售商不愁房子卖不出去，所以对买房者不会有太大的让步。这种商品房一般是信誉好的开发商开发的高质量房子。其实，这种房子也不是绝对没有商量的余地，每个开发商无论其房子质量如何好，如何让人买得放心，都面临资金周转问题，都想



尽快收回开发成本和利润，进行下一个项目的开发。

这种销售商虽然有“皇帝的女儿不愁嫁”的优越心理，但碰到买主也不会因为有些条件苛刻而断然拒绝。对于这些开发商，新婚购房者同样也要稳住阵脚，无论如何毕竟你是买方，这一点在买房时要时时提醒自己，钱在你手中，买不买房是自己的事情，要自己决定，然后再和销售商进行交涉，最终使自己买到满意的商品房。

还有一些销售商虽然极想把房子尽快卖出，但表面上摆出一副“有你没你无所谓”的样子，令人望而生畏，不敢贸然开口谈条件。其实这类销售商心虚得很，经不住考验，只要新婚购房者以“以我为主”的姿态进入商谈状态，把自己放在主动的地位，就可将“纸老虎”一举击破。通常从房子的地段、区位、价格、物业管理、配套设施到房屋面积、朝向、套型、内部装修等都可以作为和销售商的商谈条件，抓住他们的心理弱点，满意而归。

买房子最令人头疼的是买到质量低劣的商品房，费心劳神。作为没有购房经验的新婚购房者来说，如何识破这类房屋销售商的“陷阱”，以免上当受骗，显得尤为重要。

这类房子的销售商在向你兜售自己的房子时，通常会吹得天花乱坠，条件之优惠令人眼馋，态度之热情让你百思不得其解、受宠若惊，对此新婚购房者要特别警惕，否则很有可能被他们砍上“温柔一刀”，若房子到手再发现问题，已是“生米煮成熟饭”，徒添烦恼。

其实这种销售商的不正确做法也很容易识破，俗话说“做贼心虚”，他们表面上不论如何信誓旦旦，心里却很怕被买主识破，所以说起话来理不直，气不壮，含糊其词。对此，作为理性的消费者，就应该谨慎小心，多在房子的质量上做些文章，最好到现场查一查，看一看，千万不可贪图一时便宜，误了大事。

“知己知彼，百战不殆”，购买商品房的实际也是商家和买家的



一场斗智斗勇的心理战。谁在这场“战争”中深刻洞察对方的心理，掌握主动权，就很有可能取得胜利，获得最大利益。

最后，还要提醒新婚购房者，买方应该永远是主动的一方，掌握着交易的主动权，在心理上占有“天时”，不要轻易放弃，也不要轻信和盲从心理，这样终会买到最好的房子，为幸福的婚姻生活做好准备。

四、学会分析房产广告

客户选择房源，主要还是强调位置，各人可能对某些特定区域有特殊的喜好，所以对广告中的位置示意图首先要多加留意：附近是否有较理想的生活环境、交通便利程度、小孩上学问题等。有些远郊区的房子虽然价位低廉，但生活配套设施差，住起来不方便，购置此类房还是要仔细考虑。

要注意广告上关于价位的标识。现在开发商打广告时，往往按最低起卖价打，有些是层次朝向较差的广告户价位，此类房型价格较低。但多数房型定价要远高于起价。在报纸广告上，如果您留意，有些价位后面写着多少元平方米起，这就是最低起卖价。一般来说，平均价位往往比起卖价高出10%左右。

客户选购房屋，尤其在选购期房时，应对发展商及承包商的实力多做考察。广告上一般都会注明发展商、投资商、承建商。其中发展商就是这个项目的项目公司；投资商即是这个项目的主要出资股东，有的是一家独资，有的是几家联合；承建商则是建设此项目的建筑工程公司。

客户选房购房，尤其购买期房，实力强大的发展商是一种信心的保证，他们资金雄厚、信誉高、经验丰富，购买有实力的发展商开发的房产，客户的风险就小。

此外，实力发展商对建筑商的选择要求也较高，故好的建筑公司开发的房产优良率高，客户也能买到放心房。



在阅读房产广告时，还应留意广告上是否注明优惠折扣。一般对于一次性付款，发展商针对不同施工进度，总会有一定的折扣优惠，您也可以根据广告注明的条件，决定采用何种付款方式。

此外，能在媒体上公开销售的房产，都应是取得政府颁发的预销售证的项目，在报纸广告上也有标识，您可多加留意。另外，广告上均留有咨询电话，对于不清楚的问题，可以打电话询问。

五、买期房的四大风险

买期房的风险，主要包括四个方面：

1. 购房合同签定的风险

在房屋买卖过程中，大多数人对相关专业知识的知之较少，对买卖合同中牵涉到的法律知识掌握不多，对相关约束条款心中不明。而发展商对于自己的房产品可谓驾轻就熟，专业销售人员对于房屋买卖手续也反复操练。

买卖双方交易主体的不平等，实难保证签定合同的公平、公正性。双方签定合同时，稍有不慎，购房者每每吃亏上当，不经意间已埋下日后产生纠纷的隐患。

2. 面积测算误差的风险

物业面积误差，始终是导致买卖双方纠纷不断的较为敏感的话题。一旦物业交付使用，实测面积和暂测面积有较大的出入，使购房者白白蒙受损失。在此须强调，“面积误差”不仅指面积上的“短斤缺两”，而且也包括面积的“超额超量”。根据有关规定，面积经实测后，发展商采取多退少补的形式。但即便如此，也给购房者造成日后较为被动的局面。

3. 迟迟住不进新居的风险

市民购置期房，眼看约定的交房日期日益临近，但无奈发展



商因故迟迟交不了房。楼盘交房的遥遥无期，使消费者原来构想的置业计划大大打了折扣。当然导致发展商违约的原因相当复杂：或由于合作开发单位意见不一、中途撤资；或开发资金无法到位，工程进度一拖再拖等因素造成，这些均是购房者难以预料的。

4. 迟迟拿不到房产证的危险

房地产证代表着购房者对所购房的合法拥有权。住宅商品化后，产权明晰的物业均可上市流通，但缺乏产权证的住宅，使业主仅具有使用权，而无处分权，大大挫伤了投资置业者的积极性。此外，业主长期拿不到产权证，势必影响购房者的日常生活，引发诸多家庭矛盾。

六、如何鉴别销售许可证真伪

尽可能查看销售许可证原件。某些房地产公司往往利用复印件作假，或更改销售范围、或更改销售期限，有的干脆冒用他人或其他楼盘项目的销售许可证号伪造许可证。为了维护自身的合法权益，购房人应当坚持审查原件，或根据对方提供的复印件和其他资料向律师及房管部门咨询。

现以北京市房屋销售许可证为例，帮助读者如何审查销售许可证原件。

许可证种类，北京市商品房分为内销、外销两大类。外销许可证包括《北京市外销商品房预售许可证》《北京市外销商品房销售许可证》两种，许可证的主要内容有：证号、售房单位、项目名称、用途、房屋坐落、销售范围、建筑面积、土地使用年限、发证机关、有效期限等。内销许可证统一名为《北京市内销商品房销售许可证》，内容与外销证基本相同，但增加了“销售方式”一栏，注明“预售”或“现房”。

对销售许可证内容的审查包括：



销售许可证号：内销证号为京房内证字第××号，外销证号为京房外证字第××号；

许可证上的售房单位是否与实际售房单位相符，如售房方是代理商，还应出示卖房授权代理协议，防止因售房与开发单位的纠纷影响购房者的权益；

审查许可证规定的项目名称、房屋坐落、销售范围等是否与所购房屋相符。有些房地产公司善于“移花接木”，冒用该公司开发的其他房产的销售许可证，或用一期房屋的许可证销售二期房屋；有些房地产公司只取得了部分房屋的销售权，却以此来销售范围外的房屋，这些行为都会影响购房者的合法权益；

房屋用途是否是住宅，普通住宅的土地使用年限为70年，商业用地的土地使用年限为50年；

销售许可证有效期限，超过有效期限的房屋应申请续期，否则仍有可能无法办理产权；

发证机关：1995年后销售许可证由北京市房屋土地管理局统一颁发，各区、县房管局均无权颁发。

委托房地产专业人士或律师进行资信调查。判断销售许可证的真伪除了要熟悉证件本身外，还要综合考查该房产的其他情况，如该房屋的国土证、规划许可证、发展商实力、资信、国土证或房屋是否设定抵押等。对于不具备专业房地产及法律知识的购房个人来说，难以考虑周详，因此可以聘请具有房地产专业知识的律师或中介代为考查。

七、怎样选择底层住宅

居民购房对于底层住宅的取舍意见往往不一，不管怎样选择都存在一个事实：绝大多数楼房和小区的底层住宅价格都相对便宜。那么底层住宅究竟好不好，该不该选呢？

一般情况下，底层住宅的确存在防潮、采光等问题，故而售