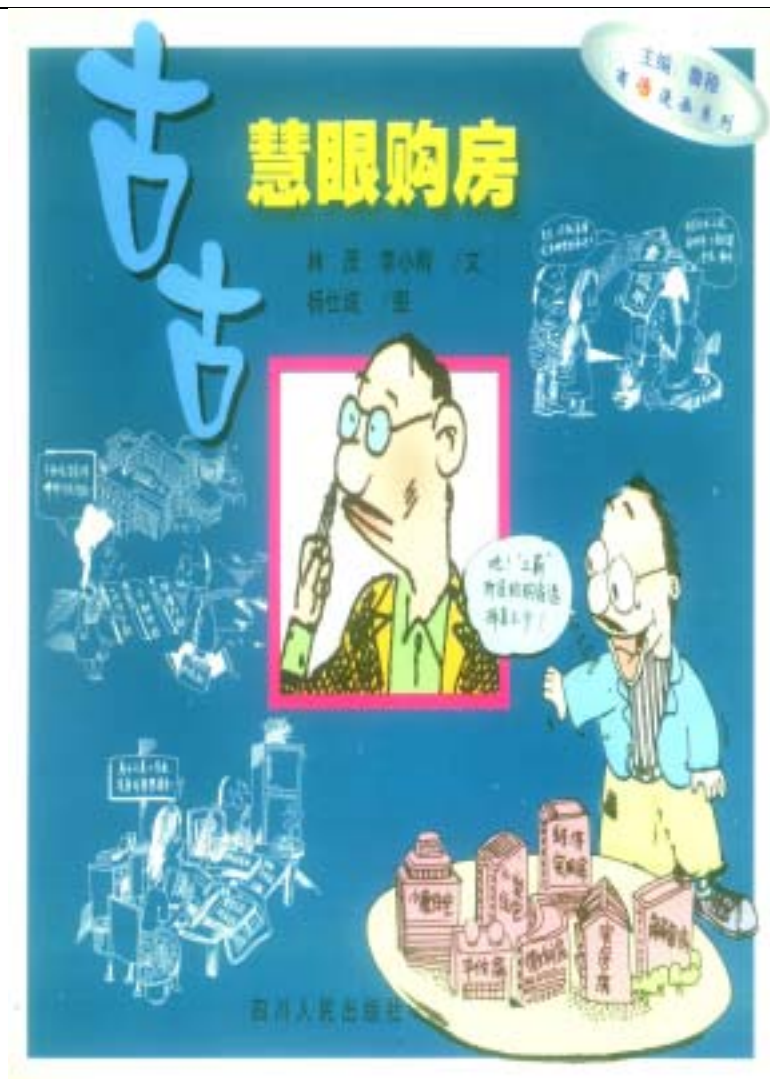




古古慧眼购房

序

到上海去办事，见到老同学林茂。十余年不见，果然要刮目相看，他居然拥有三套房子，在寸土寸金的上海！而且都是自己买的。

他对房子的钟爱，大概一方面源于对过去狭小简陋住房的记忆，一方面源于他所从事的专业。他读大学进的是名牌建筑学院，研究生读的是高层建筑设计，多年来从事的都是与建筑有关的工作，现在自己的公司也是搞建筑设计的。可以说，他一辈子都在和建筑打交道。

我本来并没有打算邀请他写书，坐在他家典雅明朗的客厅里，我们自然而然聊起了老婆孩子购房置业等等，听他活灵活现讲起买房的时候，自己如何带把小榔头去现场验房；自己如何计算实际面积，把开发商驳得哑口无言；听他讲墙上的裂缝，哪些是无伤大雅的，哪些是隐患甚大，必须高度重视的；听他讲一套好房如同老婆，踏破铁鞋无觅处，得来全不费功夫……我突然感觉到，购房实在是件不简单的事，那种激动和烦恼

相交织的心情，那种充满梦想而又如同大海捞针的繁琐过程，没有亲身体验过的人是无法理解的。

而他竟然体验了三次！这里面积累的经验、教训和知识，该是一笔多么宝贵的资源！

于是我想到了请他写书，以他购房者和建筑师的双重身份，将那些关于购房的种种知识、技巧都传授出来，让天下购房者多一分见识，多一双慧眼（至少多一个心眼吧），避开种种巧妙的陷阱，买到真正物有所值、称心如意的房子。我想，以他消费者的切身经验，加上建筑师的专业眼光，应该是能够做到的。

毕竟，买房就是安家，家是要住一辈子的呀！

林茂欣然同意，于是有了这本《慧眼购房》。如果它能成为你的置业顾问、购房高参，我们就很开心了。

三草

1 . 文化氛围

城市在发展的历史中形成了不同文化氛围的区域。戏曲，绘画，音乐，文学等纯文化的品味难于烘托这些区域繁华的景色，而餐饮、夜总会、KTV 等泛文化的品味却能将街区的夜生活装扮得灯红酒绿。

购房者往往容易被街区繁华的景象所吸引，然而街区的繁荣是有不同内涵的，一种是纯文化类为主的“文化街”，另一种是泛文化类为主的“娱乐城”。因此，购房者希望自己处身于闹市区的愿望，应该与自己的文化素质、喜好结合起来考虑。比如：喜欢安静、做学术研究的学者，购住了与自己爱好、性格极不相称的“红灯区”，他会感到与周围多数人难于交流，并且自己所处环境太噪杂，又更不愿意到街上的夜总会去“小憩”一会儿，日子一长就等于为自己在繁华的城区中买了一种“孤独”。再如，习惯了泛文化夜生活的人，去追求时尚高雅的情调、而购住在城市的文化区，这里遍布文化机构，大学、科研所等。如自己没有先进的交通工具，首先不能经常到“繁华”街区去放松放松，再者

与周围的邻里多数都难于交往，更难于和周围的文化气氛相融洽，居住时间长了，他在精神上就会有种自讨痛苦的感受。

因此，购买房产既要了解这一区域在城市的文化氛围中的品味，同时又要结合自己对不同品味的文化喜好。切不可人云亦云或受广告误导去追求繁荣而自落孤独，去攀比高雅而自讨痛苦。

2 . 升值潜力

什么样的住房能有升值潜力呢？随着时代的发展，新的房型会不断地推出，材质、施工质量和工艺水平会不断地提高。这些因素往往会使旧房屋在品质和质量上的价值下降，而城市经济不断繁荣却会使不同地段的住房有不同的价值上升。因此如何购房，地段的选择是房屋升值潜力的主要决定因素。

地段的好坏涉及到交通、周边环境及城市总体规划等问题。便利的交通将带动整个城市的经济良性发展，从经济学上看就启动了城市区域经济在地段价值上的上

升，这时便加速了你购买的住房升值。反之，即使在城市经济的高速发展时期，交通不便，也难于带动购房地段的价值上升，也就是说你的住房的升值潜力较差。其次，高品味的环境条件可提高住房的档次，随着社会文明程度的提高，周边环境一般是朝着良性的方向发展，因而其环境质量是越来越高。也就是说，周边环境的质量好坏与住房的升值潜力成正比。

繁华的街区往往容易吸引购房者，然而住房升值潜力的高低却与街区的繁华没有直接的关系。城市的中心商业区、金融区等房屋价格明显高于其他地段，但并非具有升值潜力，甚至由于总体规划中新区的开发发展，城市中心逐步移出旧城中心，这种情况还会使房屋贬值。购房者往往以为繁华热闹会带来住房的升值，不去了解城市规划的总体范围。买进高价位的房并非看涨，而是一落千丈，最终后悔莫及，损失无法挽回。

3 . 享受城中城

当你购房选择地段时，容易忽视整个小区的组成，

公建的配套完善等因素。有些开发商往往把精力只放在单幢住宅房的开发和四周绿化配套上，这就造成了一、两幢住宅房金鸡独立。尽管这样的住宅房档次高、造型优美，但由于缺乏必要的商业、教育、娱乐、休闲等配套设施，会使你购住进来后，日常的物质和精神生活极不方便。因此好的住房应该是在城市中自身构筑成有相应配套服务设施的小区。这样的小区才能让人享受到城市生活的乐趣，这就是“城中城”的生活理念。

如果你家孩子只在幼儿龄

-----你应该考虑小区里有幼儿园或托儿所；

如果你和老人居住在一起

-----你应该考虑小区里有方便的商业设施和老人休闲、活动场所；

如果你自己有备车

-----你应该考虑小区里有专门停车场，并能进行洗车等服务范围；

“享受城中城”这是人生的本能所在，人自古以来就是群居的高级动物，在小区中建立一种相互依赖、相

互关心的社会关系，可使你居住此房，乐趣无穷。

4. 潜在的乡村

城市住宅与农村住房其根本的区别在于是否能为居住者提供一种现代化的生活方式。购买住宅的人其本能的意愿是想通过购买住房改善自己的生活方式。现代文明使城市生活方式不断的更新，你购买的住房如果不能在水、电、气、通讯、影视物业服务等方面同步配套，你就等于住在“乡村”的一样，不能享受到现代城市的文明生活方式。

开发商总是在广告宣传上美化其住房区现代文明方面的完善配套。然而，在何时能完善，何时能提供使用，往往由于种种原因避而不谈。城市总体规划包含着通讯、电力、能源等诸方面的分布和远景构想。而远景构想是大局的，局部地区调整是存在的。如果这些配套只是规划中的远景构想、甚至在这一地区开发商根本就不明确是否配套到位，最终你受广告误导，而购住进去后，可能在某一方面长期不能到位或几年、十几年才能

到位，你就不能享受到城市文明的生活方式，这类房源实际上是一种“潜在的乡村”。

5. “假繁荣”与“真人气”

现代城市可以称之为集群文化的结晶。高楼大厦以及快节奏的生活构成了今天的城市，

可是在城市的某些新兴的开发区，虽然高楼林立，道路宽敞，但其背后却隐蔽着现代文明的冷漠与孤独。一个街区的繁荣与否其根本因素是人的交往行为所带来的。而人们从事的文化、商业等交流活动，往往习惯于在旧城区或具有一些历史上文化或商业活动较集中的街区或乡镇。因此，新兴的开发区在近期尽管具有现代化的风采，但缺乏人气，是一种“假繁荣”，而旧城区或历史上的乡集镇，却人气十足，这是一种“真人气”。

购房定位选点，要权衡这种“假繁荣”与“真人气”的关系，新兴开发区可能会视野开阔、环境明朗、品味格调较高，但可能房价贵、日常生活不方便，缺乏人气。而旧城区可能会房屋拥挤，环境较差，但房价可能便

宜，日常生活方便，人气很足。

“新”与“旧”，“假”与“真”也不是一成不变的关系。随着城市经济的发展，大量的行政、商业机构逐渐落户新区，而旧区却发展缓慢。这样新区的假繁荣就会转化为“真繁荣”，旧区的“真人气”就会转化为无人气。因此，希望你能把握城市新区、旧区的相互发展转化关系，正确的选择自己住房的位置，以适应自己工作和生活的要求。

6 . 过河拆桥

“过河拆桥”在传统的习惯中被视为是很不道德的行为，但对于购房者来说，通过“过河拆桥”来达到自己对住宅条件的最终要求，却是一种巧妙的手段。

所谓商品房，即将住宅做为一种特殊的商品，可以和其他商品一样在市场上流通。但商品房与其他商品有本质的区别在于具备升值潜力的商品房随着使用年限的推移，其价值往往超出购买时的价值。而大多数的商品其价值是随着使用年限的增加而折价，甚至老化坏

掉。因此，如果你手中的资金有限，在购房时，则可以物色一套你有能力承受，并且具有升值潜力的商品房。当你有了更强的经济能力的时候，就可以卖掉这套住房，并购买更满意的商品房。核算下来，这二买一卖并没有亏损，如果操作得好甚至能赚一些。在当今银行低利率的情形下是一种明智的选择，这就是所谓的“过河拆桥”。

运用这方法最关键的是，做为桥梁的“过渡住房”要具备良好的地段、环境和超前的品质和质量，否则到时“拆桥”会损失太大，这就要求购房者做到心中有数，该出手时就出手。

7. 风水宝地

讲究风水是中国传统民宅选点定位的理念之一，然而社会上许多“风水先生”、“算命先生”却将“风水”之法涂上神秘的封建色彩，以玄化其说。事实上，当今大量的科学研究已不断证明了住宅建筑合理地择地选点与传统的“风水”定位法有一定的巧合。

许多购房者对看“风水”有很高的兴趣，以满足一种心理平衡，但不知其奥妙所在，往往请“风水师”帮助指点，如果“风水师”能从科学合理的角度来解释其方法，则是可取的，但多数都容易误导购房者。因而购房者应具备一般地科学知识，从而正确地进行选点择地。

比如：住宅的朝向应“依山傍水”，这从日照科学上讲是争取良好的朝向和通风；

住宅的开门不宜正中暴露即“避火门”，这从住房私密性来看是让别人不能一目了然家庭内部的活动。

山地上的住宅要“因地制宜”，及“因山势而利导”，从建筑科学基础处于同一平面，对同建筑的平衡和稳定有利。

盆地中的住宅位置不宜设在“山门口”或“盆中央”，这从小区规划上看是正确引导主流通风方向或有利于形成中央活动绿地。

.....

“风水”择地不能将其神秘化，真正科学合理的住

宅位置和分布在“风水学”上应该是一块“宝地”。购房者在思想上要具备一种理念，即科学的择地选向必然是一块“风水宝地”，而社会上流传或富有神秘色彩的“风水宝地”却不一定是一种科学的择地选向。

8. 五脏齐全

“麻雀虽小、五脏俱全”。一套商品房无论大套、小套，面积大小在使用功能上都是一样的，都必须具备休息、起居、卫生、餐饮等基本功能，都必需“五脏齐全”。

国家对商品住宅房的基本使用空间早就有明确的规定。某些大城市在这方面还制定了详细的规范，这些规定、规范是购房者衡量住房是否在使用上具备基本合理的依据。

卧室是睡眠休息的空间，应保证其私密性及能有开向户外方室户。

起居室或客厅是交流、会友，聚集的空间，必需能摆放沙发、电视，而且要有较大的开向室外窗户。（或

餐桌椅子等)

卫生间、厨房间是盥洗卫生、饮食加工、食品隐藏的空间，必须能提供马桶、沐浴、脸盆、洗衣机等卫生设备和灶台、洗涤盆、冲箱的位置，并有开向室外的窗户和排气、排烟井道设施。

阳台是户外休闲活动、晒衣等用途的空间，至少能有一只阳台南向阳光，并有足够的宽度适宜人在阳台上活动。

9. 等比放大

人类的各种生活用品，家具等都是按人体使用的尺度进行设计和制做的，住宅也是人类离不开的“生活用品”之一，其各组成部份的空间大小，与人体尺寸系系相关，不可随意缩小和放大。购房者往往容易误导于那种大套或大面积住宅，每个组成空间均应放大，这种等比放大的想法是极不切实际的。

想一想，如果把你的卧室放大几倍的情形，而床、厨柜等都是般尺寸，这样你会感到冷漠和孤独

。而且会误认为你不住在自己家里，而是住在某一个商场中的家具陈列厅中。

花园洋房，小别墅是城市人梦寐以求的住宅形式，其规模最大，但其卧室、卫生间、厨房、客厅等空间的面积也和当今的商品房差不多，只不过增加了这些空间的数量而已。因此，小套型不等于“等比缩小”大套型也不等于“等比放大”。

按照国家有关规定住宅房内个使用空间的面积如下，可提供购房者参考。

卧 室： 9——16 平方米

卫生间： 4—— 6 平方米

厨 房： 5—— 6 平方米

客 厅： 12——40 平方米

10. 得房率高低

商品房究竟能提供多少有效的使用净面积，这是购房者极为关注的问题之一。房产广告常用“得房率”如何如何高的数字来吸引购房者，其实“得房率”说白

了就是房屋使用的净面积（扣除墙体，户外走道，楼梯）占总面积的比率。

“得房率”高说明净面积的比值大，而走道、楼梯等面积小，反之，“得房率”低则完全相反。80年代以前的多层住房，往往一户楼梯三、四户人家，这样走道、楼梯的面积相对较少，使每户净面积的比值大，“得房率”比现在的一梯两户型住宅要高得多，但其居住质量较低。再者现在市场上流行的一梯两户型住宅，如两户人家均为三室二厅二卫或四室二厅二卫的大套型，自知“得房率”也高，反之如两户均为小套，则“得房率”就低。因此，“得房率”过高或过低只能说明你实际使用的面积率多少，而非居住质量的高低，较适中的“得房率”，多层为75-80%，高层为70-75%。

购房者切不可因开发商过高的“得房率”而误导，以致公共楼梯太窄，走道拥挤，降低了居住质量和档次。也不可买那种过低“得房率”的住房，而将手中的资金花在无多大意义的地方。