

《购房心经》

图书基本信息

书名：《购房心经》

13位ISBN编号：9787111387510

10位ISBN编号：7111387511

出版时间：2012-7

出版社：机械工业出版社

作者：陈信林

页数：352

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

前言

很多外国人对中国人的购房热情感到困惑，因为他们不明白，也许永远无法明白，中国人心中的那份“房子情结”。对于中国人而言，房子并不只是一个遮风避雨的居住场所，其本质更是人的一种情结，一种归属感。租房，永远是寄居在别人的篱下；只有拥有了自己的房子，才能让自己和家人有生根、安定之感。累了，困了，倦了，第一个念头就是回到自己的“窝”。即使外面的住所再豪华，只有走进家门，心里才会踏实——回家了。因此，很多人即使在仔细计算过后，明知买房不见得比租房划算，还是愿意咬着牙根，苦撑几十年的房屋贷款，做一个名副其实的“房奴”。不过，更让外国人感到不解的是，虽然中国人心中的那份“房子情结”是如此的强烈，虽然购房对于绝大多数人而言都可以称得上是一项重大的经济决策，但却没有几个购房者会在购房前认真学习有关的常识，没有几个人真正懂得如何买房。于是，落入陷阱导致纠纷不断的大有人在，买了房子又后悔买错了的大有人在，甚至一辈子的积蓄打了水漂的也为数不少。总体而言，购房是一项系统性的工程，必须按部就班、一步一个脚印、踏踏实实地走下去。一不留心，忽略了其中某个关键环节，就可能落入陷阱不能自拔。在购房之前，首先必须明确自己为什么要买房，能买得起多少钱的房子。只有明确自己的购房目的，并做好科学的购房预算，才能做到理性购房，而不是头脑发热、冲动购房。除此之外，学习一些相关的专业知识也是必不可少的；否则，就只能被那些看似清纯可爱的售楼小姐、售楼先生们牵着鼻子走。各种各样的房地产广告无时无刻不在冲击着人们的视觉神经，但千万别被这些信息迷惑了。要知道，这里隐藏着许多“秘密”和“水分”：起价不是真正的价格，楼盘模型只是一种构想，图纸是计算机设计水平的体现，花园可能只是稀稀疏疏地种了些杂草杂树，样板房挑房选房是一门学问，凭着感觉走是买不到好房子的。无论是地段、环境、配套，还是朝向、楼层、户型，都必须经过深思熟虑，根据自己的需求和实际情况进行合理的选择。记住，世界上没有十全十美的房子，买房不是要买最好的，而是要买最适合自己的。现在不良开发商实在太多了，售楼人员也都是经过专业培训的。要想不上当受骗，就必须谨慎行事，看好自己的钱包，多留点心眼，多做些考察，多看几遍合同，充分发挥你的聪明才干去和他们斗智斗勇。当然，收房验房也是丝毫马虎不得，在利益受到损害的情况下，要勇于拿起法律武器保护自己的合法权益。即使已经住上了新房子，也不代表着你的购房活动就此结束了。没有产权证这个小小的红本本，你就不是真正意义上的房屋主人。只有拿到了产权证，你的整个购房活动才算真正结束。除了新房，二手房也越来越受到购房者的青睐。二手房毕竟不是新房，购房者应学会如何挑选一套既适合自己又物美价廉的二手房，学会如何与房东及中介砍价，学会如何办理交易手续以免不小心落入陷阱。不错，以上就是本书的内容线索。针对本书第一版中诸多热心读者给我们提出的宝贵意见和建议，我们对一些内容结构进行了调整，并添加了如何购买二手房以及如何挑选一套最抗跌的房子等内容，以增强本书的实用性和可操作性。全书内容通俗易懂，语言生动，可现学现用。当你看完了本书，你就可以成为一名精明的购房者，你就可以大胆放心地踏上购房的征程，圆自己的购房梦想，也给自己和家人一个真正的归属。参与本书编写的有曾建宇、陈梅风、谢芬芬、陈信林、许坤棋、范志德、张秀玲、陈银炜、阙险峰、王毅毅、杨文良、陈信洪、巫许云、陈梅桂、陈信科、吴文生、张秀云、陈建安、洪从凤、洪文金、王阿星、陈海全、陈海洪、吴阳富、魏玉兰、苏艳绯、陈春洁。由于时间仓促，书中难免有疏漏之处，恳请读者批评指正。作者的E-mail是subjectxm@163.com。 编者

《购房心经》

内容概要

《购房心经:购房者的38堂必修课(第2版)》以购房流程为基础,涉及了百姓购房过程中可能遇到的方方面面的问题。全书共分为8部分,38堂课。即使是对房地产一窍不通的普通购房者,也能通过这些精彩课程学会如何制订购房计划、如何看懂各种房地产广告、如何选房、如何与开发商斗智斗勇、如何验房入住并办理产权,如何购买二手房,从而为自己正在进行或即将进行的购房活动保驾护航,避免落入不良开发商和售楼人员精心设计的陷阱,最终实现自己的购房梦想。

书籍目录

前言

第一部分 购房准备

第1堂课明确你的购房目的

第2堂课评估你的购买能力

第3堂课看懂相关的房产术语

第4堂课了解销售面积的计算

第5堂课弄清房价的真实面目

第二部分 识别信息

第6堂课揭开广告与楼书的面纱

第7堂课睁大眼睛看“沙盘”

第8堂课购房图纸有“门道”

第9堂课样板房只是给你个想象

第10堂课促销不是让你捡便宜

第11堂课认清商品房的销售形式

第三部分 市场考察

第12堂课注意土地使用年限

第13堂课摸清开发商的“底细”

第14堂课评价社区环境的好坏

第15堂课什么样的房子最“抗跌”

第四部分 精挑细选

第16堂课期房VS现房

第17堂课板楼VS塔楼

第18堂课多层VS高层

第19堂课大面积VS小面积

第20堂课如何选择区位

第21堂课如何选择楼层

第22堂课如何选择朝向

第23堂课如何选择户型

第五部分 精明谈判

第24堂课别被“热销”所迷惑

第25堂课讨价还价要讲求技巧

第26堂课慎签《房屋认购书》

第27堂课预防“定金”陷阱

第六部分 签订合同

第28堂课了解购房合同的内容

第29堂课小心谨慎地签合同

第30堂课别忽视了补充协议

第31堂课申请按揭贷款

第七部分 收房验房

第32堂课收房手续要办妥

第33堂课验收房屋要仔细

第34堂课发现问题要处理

第35堂课房屋产权须办理

第八部分 购买二手房

第36堂课如何挑选二手房

第37堂课购买二手房砍价要诀

第38堂课谨慎办理交易手续

参考文献

版权页：插图：建筑规划术语

1.单元式住宅 单元式住宅，又叫梯间式住宅，是目前我国多层、高层住宅中最常用的一种住宅建筑形式。单元式住宅是以一个楼梯为几户服务的单元组合体，其每层楼面只有一个楼梯，住户由楼梯平台直接进入分户门，一般每个楼梯可以安排2-4户（大进深住宅每层一梯可安排5-8户）。不论是一梯2户，还是一梯3户或者多户，单元式住宅的每个楼梯的控制面积都称为一个“居住单位”。如果住宅设计为点式，则各层住户围绕一个楼梯分布；如果住宅的平面是条形（板式）设计，则一幢条形住宅可有多个楼梯。因此，条形的梯间式多层住宅义称为“连续单元式住宅”，点式（墩式或塔式）梯间式住宅又称为“独立单元式住宅”。单元式住宅具有以下特点：每层以楼梯为中心，每层安排户数较少，各户自成一体；户内生活设施完善，既减少了住户之间的相互干扰，又能适应多种气候条件；仍保留一些公共使用面积，如楼梯、走道、垃圾道，保证了邻里交往，有助于改善人际关系；建筑面积较小，造价经济合理。单元式住宅彻底改变了旧式住宅相互干扰、拥挤不堪的落后状况，为千百万普通家庭提供了独用、舒适又适于标准化、工业化生产的住宅类型。目前，它已成为住宅市场上最便于买卖、出租、交换和交易量最高的住宅商品。

2.公寓式住宅 公寓式住宅，是相对于独院独户的西式别肇住宅而言的。公寓式住宅一般建在大城市，大多数是高层大楼，标准较高，每一层内有若干单独使用的套房，包括卧室、起居室、客厅、浴室、厕所、厨房、阳台等，还有一部分附设于旅馆酒店之内，供一些经常往来的中外客商及其眷眷中短期租用。

3.花园式住宅 花园式住宅，也叫西式洋房或小洋楼，即花园别墅。一般都是带有花园草坪和车库的独院式平房或二、三层小楼，建筑密度很低，内部居住功能完备，装修豪华，并富有变化，住宅水、电、暖供给一应俱全，户外道路、通信、购物、绿化也都有较高的标准。同样，花园式住宅的价格也不低，其主要销售对象是那些高收入者。

4.独立式住宅 “独立式住宅”这个建筑词汇近几年才被中国的地产界所熟识，它源自英文词汇“Single Detached House”，即一家一户，单独而立的住宅。在欧美一些发达国家，中产阶级拥有的住宅80%为独立式住宅。独立式住宅包括较经济的“小独栋”和相对豪华的别墅，现在农村居民的自建房实际也属于独立式住宅。有些人认为独立式住宅就是别墅。实际上，独立式住宅的范围比别墅更广泛：独立式住宅包含别墅，但它不仅限于别墅这种建筑形式。别墅可以说是独立式住宅里的高端产品。独立式住宅尤其是别墅，从性质上来说属于高档住宅，其最大的优点是“有天有地”，即有一片私人的天空和土地，并且社区环境通常较好，甚至在每栋周围都有或大或小的花园。由于是独栋住宅，所以居住质量相对较高，一般每个房间都能拥有良好的采光，户内能够实现自然通风，并且基本上可以隔绝外界干扰。

《购房心经》

精彩短评

- 1、很适合购房前临阵磨枪
- 2、很好，很强大，对与新手很有用
- 3、不过主要还是写一手房的要点，可我是打算买二手房的……算了，干货还是挺多的。
- 4、很实用，质量很好，很直
- 5、书很漂亮，内容也很不错，这本书基本上是针对购房菜鸟。在买房前读一遍，就会避免进入许多误区。以购房流程为基础，涉及了百姓购房过程中可能遇到的方方面面的问题。本书通过模拟情景现身说法，语言生动活泼，即学即用。并且加入了一些小卡通图片、文本框，版面十分活跃。

《购房心经》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com