

婚姻家庭篇
SHENGHUO
YOUFA

中央文明办推荐 中央综治办审定

财产继承篇
SHENGHUO
YOUFA

社区法律丛书

(第一辑)

购房置业篇
SHENGHUO
YOUFA

生活有法

物业管理篇
SHENGHUO
YOUFA

治安防范篇
SHENGHUO
YOUFA

犯罪预防篇
SHENGHUO
YOUFA

婚姻家庭篇
SHENGHUO
YOUFA

[购房置业篇]

GOUFANG
ZHIYEPAN

财产继承篇
SHENGHUO
YOUFA

购房置业篇
SHENGHUO
YOUFA

物业管理篇
SHENGHUO
YOUFA

范篇

UO

A

篇

UO

A



中国长安出版社

购房置业篇

《社区法律丛书》编委会编

中国长安出版社

2003年7月

图书在版编目 (CIP) 数据

生活有法. / 《社区法律丛书》编委会编.

北京: 中国长安出版社, 2003, 3

(社区法律丛书第一辑)

ISBN 7-80175-024-1

I. 生… II. 社… III. 法律-基本知识-中国 IV. D920.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 014659 号

生活有法

《社区法律丛书》编委会编

出版: 中国长安出版社

社址: 北京市东城区北池子大街 14 号 (100006)

网址: <http://www.ccapress.com>

邮箱: cca@ccapress.com

发行: 中国长安出版社 全国新华书店经销

电话: 010-65270593

印刷: 北方工业大学印刷厂

开本: 1/32

印张: 3.375

字数: 400 千字

版本: 2003 年 7 月第 1 版 2003 年 7 月第 1 次印刷

印数: 1—33000

书号: ISBN 7-80175-024-1/D·018

定价: 27.00 元 (全 6 册)

(如有印装错误 本社负责调换)

前 言

根据中央文明办、中央综治办、司法部等10部委联合发出的《关于继续深入开展科技、文体、法律、卫生“四进社区”活动的通知》精神，“法律进社区”活动已于2003年在全国全面开展。“法律进社区”活动的开展，对于提高社区居民的法律素质，增强居民依法维护自身权益的法律意识，在社区形成良好的法治氛围将起到十分重要的作用。

为配合“法律进社区”活动的深入开展，同时也为“四五”普法教育营造浓厚的法治氛围，中国长安出版社编辑出版了这套《社区法律丛书》。本丛书的出版得到了中央文明办、中央综治办、司法部和全国普法办的指导和支持。许多领导同志对本丛书的编辑提出了很好的意见和建议。参与丛书撰写和审定的同志大都来自于立法机关、司法机关、行政机关、法学院校以及北京部分知名律师事务所，这为丛书撰写质量提供了可靠的保证。本丛书分辑出版，第一辑包括婚姻家庭、财产继承、购房置业、物业管理、治安防范和犯罪预防等6篇，通过案例讲解法律，深入

浅出、通俗易懂，适合社区居民学习法律知识时使用。

普及法律知识是一项提高居民法律素质的基础性工作，愿这套丛书的出版对社区居民学习法律知识有所帮助，并为促进我国的民主与法制建设做出贡献。

编 者

2003 年 7 月

目录

- 一、练就火眼金睛，细看地产广告 (1)
- 二、明了房产术语，不为“起价”心动 (3)
- 三、详查周边规划，置业莫忘环境
 - 购房要考虑哪些因素？ (6)
- 四、购房先选地产商，信誉优良质量保
 - 如何了解房地产商的实力？ (8)
- 五、利用时间差，巧打价格战
 - 什么时候掏钱买房最合适？ (10)
- 六、了解抵押知识，降低买房风险 (12)
- 七、无权售房最害人，几类房子不能碰
 - 开发商要具备哪些条件？ (15)
- 八、验证莫忘查原件，当心楼号跳着卖
 - 怎样避免买到没有产权证的房子？ (17)
- 九、买房费用仔细算，钱要花在刀刃上
 - 除房款外，购房还有哪些开支？ (19)
- 十、付款方式先知晓，全付、按揭仔细挑 (21)
- 十一、购房开支先计算，精打细算后挑房
 - 入住后还有哪些开支？ (22)
- 十二、购房时常见合同纠纷有哪些？ (24)

十三、合同文本应规范，统一文本是保障	(25)
十四、签约之前先查证，证件细节莫放松	
——怎样看“五证”、“二书”	(27)
十五、签合同时注意细节，避免纠纷不留遗憾.....	(29)
十六、虚假广告坑人不浅，明白合同保驾护航	
——广告承诺可以作为证据使用吗？	(32)
十七、购房合同要注明拿“证”时间	(35)
十八、签约主体不合格，合同效力无保障	
——什么是合同的“主体要件”？	(37)
十九、外墙使用先约定，莫留物业生纠纷	
——屋顶广告牌的收益归谁所有？	(39)
二十、购房者能以子女的名字签购房合同吗？	(40)
二十一、格式条款最常用，分清利弊慎签名	(42)
二十二、定金、订金含义异，慎重选词防纠纷.....	(45)
二十三、定金罚则法律定，担保条款要警惕	
——交付定金有哪些规定？	(46)
二十四、法律对“不可抗力”是怎样规定的？ ...	(48)
二十五、怎样提防开发商利用“特别约定条款”来免责？	(51)

目录

二十六、违约责任莫忽视，免责条款陷阱多 ——怎样订立可以实际操作的免责条款？	(53)
二十七、延期交房是违约，如何请求违约金？	(55)
二十八、发生纠纷早解决，莫过时效后悔迟	(56)
二十九、除了支付违约金，还有哪些承担责任 的形式？	(58)
三十、补充协议细斟酌，字字推敲免吃亏	(60)
三十一、常见的房屋质量纠纷有哪些？	(62)
三十二、产权证纠纷有哪些？	(63)
三十三、受欺诈购房，维权有路 ——商品房是商品吗？	(65)
三十四、商品房保修有哪些规定？	(67)
三十五、保修期内、外，房屋的质量问题由谁 来管？	(69)
三十六、什么情况下，购房者可以要求退房？	(70)
三十七、不能还贷，可以延长贷款期限吗？	(71)
三十八、开发商虽破产，房产仍归业主	(74)
三十九、装修纠纷有哪些？	(75)

四十、怎样签订房屋装修合同？	(76)
四十一、野蛮装修明令禁止，“游击队”施工 业主挨罚——装修时有哪些被禁止的 行为？	(79)
四十二、拆墙打洞改户型被禁止，业主滥用所 有权判败诉——行使所有权有限制吗？	(81)
四十三、室内污染莫忽视，造成伤害可索赔	(83)
四十四、怎样解决装修纠纷？	(85)
四十五、通过仲裁解决纠纷有哪些规定？	(87)
四十六、学法知法先准备，心中有数打官司 ——通过诉讼解决纠纷有哪些规定？ ...	(89)
四十七、法定的证据有哪些？	(92)
后 记	(95)

一、练就火眼金睛，细看地产广告

张先生于1999年在北京市南郊购置了一套期房，依照售楼时销售人员的介绍以及售楼广告的描述，该小区24小时提供热水，厨卫均为高档装修，小区距离市中心仅有10分钟车程。张先生入住后发现实际情况与当初的介绍大相径庭。实际情况为小区只提供热水器，由居民自己烧热水；所谓的“10分钟车程”其一是对“市中心”没有具体的界定，其二这个表述是依据地图测量从市中心到该小区的直线距离，其三“车程”不是精确的计量单位。仅仅依靠售楼人员的承诺，苦于没有确切的证据，张先生无法追究房地产开发商的违约责任。此时，张先生才后悔莫及，花钱买了一处“窝心房”。

这是一起典型的售楼广告打“擦边球”，引起购房者误解的纠纷。根据广告法的规定，广告内容要真实，形式要合法；依据消费者权益保护法，消费者因经营者利用虚假广告提供商品或者服务，其合法权益受到损害的，可以向经营者要求赔偿。可是在现实生活中，对“虚假广告”的举证非常困难。在选房时，您可以从下列几个方面注意广告的细节：

◆您要先看清广告示意图中的项目位置

由于是“示意图”，所以位置有可能是大概距离，最常用的方法为利用广告的视觉效果将项目与市区拉近，或者将周边的显著建筑物突出标示，起到一种心理暗示作用，让您觉得就是住在某“购物中心”旁边。

◆提防广告中的价格

所标价格一般为“起价”或“均价”，真正的房屋价格会随着朝向、楼层的不同而变化，一般被您看重的房子其价格都会高于所标的起价。

◆注意与教育“联姻”的陷阱

随着中、青年购房者成为主流，房地产项目是否有配套的教育设施也成为重要的卖点。不过，要提醒您的是，许多小区内的教育设施都是私立学校性质，每年的学费、赞助费价格不菲。

◆要仔细分辨“景观住宅”

随着人们心灵深处对回归自然的渴望，对居住环境质量的要求越来越高，于是房地产广告迎合这种心理，大打“景观”牌。诸如“亲水园区”、“皇家园林”、“景观住宅”等用语屡见不鲜。需要提醒您的是，某些小区的“亲水”设施只是由开发商在小区内建一个水池，有的是小区附近有一条污水沟。还有的豪华景观别墅住宅因为严重破坏生态环境，会导致被政府“叫停”或被强行拆迁。诸如北京香山地区的违法别墅建筑被叫停。这些不利后果必然会给您带来时间与金钱的巨大损失。

购房之前，您可以从以下几个方面读广告：

◆先查销售项目的资质证号

比如北京地区，内销商品房必须注明：“京房市内证字第某号”。外销商品房必须注明：“京房外证字第某号”。广告中的这一表述，说明该房产已经可以上市销售。

◆了解开发商、代理商的知名度

一般地，为避免日后交楼的纠纷，选择有实力、信誉好的开发商是一道保护屏。这一点，对于期房项目而言尤其重要。

◆对项目的介绍内容，务必要经过实地考察

关于楼盘项目的介绍是整个广告最吸引人的部分，也是最易出现纠纷的地方。对房地产项目的介绍，除文字说明外，一般会有经过电脑制作的巨幅效果图。这时，一方面需要您对一些房地产用语的法定或者约定含义有所了解，另一个重要的步骤是需要您的实地考察。

二、明了房产术语，不为“起价”心动

想要买房的朋友，特别是第一次购置房产的朋友，可能被各种各样的房地产术语弄得眼花缭乱，这些术语往往与自己想像的不一样。比如一个小区售楼广告标示“起价每平米3300元”，可是遇到自己满意的楼层、朝向的房屋时，价格总比这个价格高。再比如“房屋的实用率”、“使用率”、“容积率”、“低密度”、“地毯面积”、“套内面积”等不胜枚举。在购房的前期准备工作中，了解术语的含义也是一项必不可少的课程。

购房时，我们常遇到的一些术语，一般为约定俗成或者依据商业惯例、在商品买卖中形成的用语。也有的术语是法律用语。下面，我们列举了一些常用术语：

◆ “使用率” 和 “实用率”

这两个术语不属于行业内必须精确计算、上报审核备案的刚性指标系数，所以对其并无明确的定义。可是，使用率的高低直接显示购房者得房面积的多少，往往被消费者当作衡量房价高低的一个重要标准。通常，使用率 = 套内使用面积 ÷ 商品房销售面积 × 100%。这里的“套内使用面积”不包括阳台面积和套内墙体面积，有的开发商为了形象起见，又用一个更简单的表述方法，就是将套内使用面积称作“地毯面积”。

“实用率”的提法就更没有法律依据，只能算一个商业用语。有的开发商打出了“实用率高达 90%”的广告，非常有诱惑力。他们把住宅的套内建筑面积与销售面积之比称作“实用率”。而套内建筑面积包含：套内使用面积、套内墙体面积、阳台面积三部分。

◆ “绿化率” 与 “绿地率”

“绿化率”是指规划建设用地范围内的绿地面积与规划建设用地面积之比。“绿地率”指规划建设一地范围内的绿荫面积（含绿地面积）与规划建设用地面积之比。

◆ “低密度” 与 “容积率”

根据北京市规划院对于北京绿化隔离带项目的规划要求标准，容积率在 1.5 以下，限高 18 米。依此规定，容积率 1.5，是低密度住宅的临界点。要想被称为“低密度住宅”，满足的两大标准之一为“容积率”，所谓的“建筑容积率”是指项目规划建设用地范围内的全部建筑面积与规划建设用地面积之比，一般要包括附属建设

物。

◆ 房屋的开间、进深、层高、净高

房屋的开间：是指房屋的宽度；房屋的进深：是指房屋的实际长度；房屋的层高：是指下层地板面或楼板面到上层楼层面之间的距离，也就是一层房屋的高度；房屋的净高：是指下层地板面或楼板上表面到上层楼板下表面之间的距离。

◆ “起价”和“均价”

“起价”是指商品房在销售时各楼层销售价格中的最低价格。比如底层朝北的房屋的销售价格。随着楼层的变化，价格也会变化。北京地区一般而言，每层楼每平方米相差 30 元 - 50 元。

“均价”是指商品房在销售价格相加之后的和数除以单位建筑面积的和数，即得出每平方米的价格；

请注意，二者都不一定是您所购房屋的销售价格。

◆ “跃层”和“复式”

“跃层”是指由上、下两层楼面、卧室、起居室、客厅、卫生间、厨房及其他辅助用房，并采用户内独用的小楼梯连接的房屋。

“复式”是在层高较高的一层楼中增建一个夹层，夹层（或叫上层）为卧室或储物间。

三、详查周边规划 置业莫忘环境

——购房要考虑哪些因素？

王小姐经过反复比较房价、户型、交通等因素，选购了一处 120 平米的二居室。可是入住后，王小姐被一件事困扰，那就是小区离火车站不远，每晚总能听到火车轰隆隆通过的声音，使得王小姐感到心烦意乱。由于当初选房时将价格因素放在首位，王小姐忽视了对居住大环境的综合考虑。本例中，开发商并没有违规的行为，王小姐也可以算一个精明的购房者，但置业有一定的风险，排除开发商的违规操作情况外，房屋能否满足购房人的要求、能否增值都是风险所在。一般购房者对房屋的价格、户型、房屋朝向等微观因素考虑周全，我们提醒您的是除了这些必须考虑到的问题外，还有下列易被忽视的因素要列入您的选房规划。

◆选房时，您心中要有“大地段”概念

考察单一房产项目时，需要弄清楚这个房产项目周围还有没有开发的余地，当地政府对这一个地区的整体规划有什么设想，大的区域是作为商业区、还是文化区、或者是居住区等情况，这都需要您有一个大概的了解。因为所购房产周围的市政规划是选房时一个非常重要的因素。

目前，很多人在购房时，着眼于当前的区域成熟程度，对整个城市规划心中无数。比如北京市准备在西北

部搞一个“绿谷氧吧”工程，作为北京的“绿肺”，这一片的商品房就非常适宜居住。再如随着“城市轻轨”的投入使用，沿线的交通极为方便，对上班族就较为合适。

◆考虑生活方式的需要

如果夫妻双方都是上班族，户型倒是位居其次，但可别小瞧“交通便利”这一条。如果家有老人，房屋的朝向就要列入考虑范畴。如果无需天天坐班，比如老师、编辑、作家等朋友，别忘了给自己留一间书房。

◆房屋尽量远离污染

“结庐在人境，而无车马喧”是一种理想的居住环境，要满足并非易事。不过，退而求其次，您选房时要注重对居住环境的要求，购房毕竟是大事，许多人都是穷尽一生的积蓄，谁也不愿意住在垃圾堆、噪声工厂旁边，所以选房时要尽量远离污染源。根据《城市区域环境噪声标准》的规定：适用于疗养区、高级别墅区、高级宾馆区等特殊区域的噪声标准，昼间为50分贝，夜间为40分贝；以居住、文教机关为主的区域，昼间为55分贝，夜间为45分贝；居住、商业、工业混杂区，为昼间60分贝，夜间50分贝。如果房屋位于城市中的道路交通干线道路两侧区域适用4类标准，昼间70分贝，夜间55分贝，昼夜不息的车流构成的交通噪声就会影响您的休息。再若您的居室正对着一高大建筑物的玻璃幕墙，这也会产生光污染。

误区提示：通过调查发现，许多朋友在选房时存在许多误区，常见的有：

◆注重使用率，忽视容积率

开发商都知道“使用率”有多大的诱惑力，所以非常卖力地宣传自己房产有多高的使用率。购房人也都将目光集中在自己到底有多高的“得房率”。可是您在注重小环境的同时，莫忘大环境，它可直接关系到您的居住品质，比如小区的绿化空间有多少，密度是多大，房屋采光好不好，这就要请您计算“容积率”。一般地，容积率越低越好，怪不得大家都找“低密度”！

忽视房屋的性能价格比。房子当然越大越好，价格当然是越低越好。不过，鱼和熊掌不可兼得！现在提倡的是性能价格比，有些购房者被一纸“荣誉居民房产证”迷惑，以为比市场价低得多占了大便宜，谁知这种房子拿不到产权证。

忽视考虑城市规划。有的小区环境很好，可是当您入住没多久，就发现此处是一个以工业为主的城区，周围林立着供暖集团公司、煤气供应公司等大型工业企业，而且此城区段水质欠佳，交通不畅。这些问题开发商是无法解决的，因为他不能左右政府关于城区的规划，这需要您在选房时自己明查。

四、购房先选地产商，信誉优良质量保

——如何了解房地产商的实力？

如果您对一套房屋的价格、地段、户型、楼层、小区规划都基本满意，这时，您心里也许还会犯嘀咕，这房子真有宣传的那么好？会不会上当受骗呢？除了实地