



房地产纠纷 典型案例评析

马其家 胡仕浩 编著
付悦余 王 玲



对外经济贸易大学出版社

房地产纠纷典型案例评析

马其家 胡仕浩 编著
付悦余 王 玲

对外经济贸易大学出版社

(京) 新登字 182 号

图书在版编目 (CIP) 数据

房地产纠纷典型案例评析/马其家等编著. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2005

ISBN 7-81078-545-1

I. 房... II. 马... III. 房地产 - 民事纠纷 - 案例 - 分析 - 中国 IV. D922.181.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 096320 号

© 2005 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

房地产纠纷典型案例评析

马其家 胡仕浩 编著
付悦余 王 玲
责任编辑: 苏伯华

对外经济贸易大学出版社
北京市朝阳区惠新东街 12 号 邮政编码: 100029
网址: <http://www.uibep.com>

北京市山华苑印刷有限责任公司印装 新华书店北京发行所发行
成品尺寸: 140mm × 203mm 13.875 印张 348 千字
2005 年 9 月北京第 1 版 2005 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 7-81078-545-1

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 24.00 元

前 言

本书是由对外经济贸易大学法学院从事房地产法教学和研究工作的部分教师与最高人民法院民二庭从事房地产案件审判工作的部分法官共同编著的，具有以下几个主要特征：

1. 案例具有代表性和典型性。本书所选案例基本上囊括了近几年我国房地产市场上出现的各种民事纠纷案例，其中有些案例曾引起社会各界的广泛关注，影响巨大。

2. 评析具有一定的权威性。本书的作者大部分具有法学博士学位，有的在高校从事房地产法的教学和研究工作，具有较强的研究能力，有的在最高人民法院从事房地产案件的审判工作，具有丰富的审判经验。他们所作的评析不仅涉及案例的核心法律问题，尤其注重阐释房地产专业领域的热点或疑难问题，其评析具有一定的权威性。

3. 具有较强的实用性。本书将一些重要的房地产法规、最高人民法院的司法解释，以及国家相关主管部门推荐使用的示范合同文本作为书的附录部分，方便广大读者查寻。

4. 对法院审判工作有一定的借鉴作用。本书所选的大部分案例是由最高人民法院的法官，即本书的部分作者主审或直接参与审理的，对下级法院日后处理类似案件具有一定的借鉴和参考价值。

5. 可作为案例教学的教材。对外经济贸易大学法学院是国内最早倡导和推行案例教学法的著名法学院，本书是其倡导和推行案例教学法的成果之一。本书所选的案例都为近几年发生的真实案例，具有一定的代表性和典型性，涉及到“民法通则”、

“合同法”、“担保法”、“房地产管理法”、“担保法”、“民事诉讼法”、“商品房销售管理办法”、“城市商品房预售管理办法”等法律法规,以及“最高人民法院关于审理商品房买卖合同纠纷案件适用法律若干问题的解释”等司法解释的适用,因此,该书可以作为高等院校民商法、经济法以及民事诉讼法等课程的案例教材或教学参考书。

6. 对房地产市场的参与者具有较强的指导作用。本书所选案例涉及到房地产开发、买卖、贷款、抵押、包销、经纪等各项活动,案例具有代表性和典型性,分析涉及到各项法律要素,因此,对房地产市场各类交易活动具有一定的指导借鉴作用。

房地产市场是一个与国家、房地产开发商、销售商、经纪商、贷款银行以及广大消费者利益息息相关的大市场,如何使他们在涉足房地产市场时尽量减少纠纷,避免损失,是值得全社会关注和研究的重要课题。相信由对外经济贸易大学出版社出版的具有上述六个特征的《房地产纠纷典型案例评析》一书将对该课题的研究和解决发挥积极的作用。

马其家

2005年5月8日

目 录

1	认购书与房屋买卖合同约定不一致	(1)
	案例 吴兴华与广州市大江房地产公司房屋买卖 纠纷案	(1)
	评析	(4)
2	购房合同无效的双倍赔偿纠纷	(7)
	案例 高蕴白诉贵州裕华房地产开发有限公司等 商品房买卖合同案	(7)
	评析	(14)
3	房屋面积“缩水”时，房屋抵押权人的诉讼地位	(16)
	案例 陈桂霖与广州穗南房产发展有限公司商品房 预售合同纠纷案	(16)
	评析	(21)
4	房屋面积增加与解除合同	(24)
	案例 香港华商置业有限公司与广州建丰房地产公司 商品房预售合同纠纷案	(24)
	评析	(31)
5	逾期交房与双倍违约责任	(33)
	案例 厦门普益房地产公司与厦门兴大进出口公司 商品房预售合同纠纷案	(33)
	评析	(38)
6	房地产公司延期交房的违约行为给购买方造成损失， 如何确定和计算损害赔偿的范围和数额问题	(42)

- 案例 天津泰丰工业园(集团)公司与广东省建筑工程
总公司房地产开发公司房地产预售合同纠纷案
..... (42)
- 评析 (49)
- 7 名为联建, 实为房屋买卖 (53)
- 案例 苏州市中兴物产发展总公司与中房集团
昆山公司联合开发房地产纠纷案 (53)
- 评析 (57)
- 8 正确区分商品房预售合同与以房抵债合同 (61)
- 案例 中国人民银行清远市支行与广东一建城市建设
综合开发分公司、清远市华泰公司预售商品房
合同纠纷案 (61)
- 评析 (81)
- 9 因情势变更而引起的价款纠纷 (83)
- 案例 长春市对外贸易公司与长春市朝阳房地产
开发公司房屋购销合同纠纷案 (83)
- 评析 (86)
- 10 按揭合同的效力 (89)
- 案例 广东省中振投资有限公司与中国银行湖北
宝丰支行楼花按揭纠纷案 (89)
- 评析 (93)
- 11 房屋代销合同纠纷 (95)
- 案例 隼能公司与联成亚洲公司等房屋代销合同
纠纷案 (95)
- 评析 (102)
- 12 还本售房纠纷 (106)
- 案例 中国人民保险公司乌鲁木齐市分公司与李会同等
120 名购房户、天海房地产公司等还本售房合同

纠纷案	(106)
评析	(117)
13 如何认定房屋买卖合同的效力	(120)
案例 甘肃省水利厅与甘肃省嘉宝商贸有限公司 房屋租赁、买卖纠纷案	(120)
评析	(126)
14 房屋抵押借款纠纷	(129)
案例 建设银行番禺支行与刘剑峰、广州百胜房产 有限公司房屋抵押借款纠纷案	(129)
评析	(134)
15 被拆迁人的安置房屋的优先权, 债权人的撤销权 ...	(137)
案例 吉林市饮食机械厂、吉林市天河冷饮厂诉 吉林市联吉房地产公司与张玉麟房屋买卖 合同无效案	(137)
评析	(143)
16 联合开发房地产合同纠纷	(146)
案例 四川蜀星企业发展有限公司与四川 自贡川南旅游投资开发公司联合 开发房地产合同纠纷案	(146)
评析	(149)
17 名为房地产合作开发, 实炒用地补偿的合同纠纷 ...	(153)
案例 南宁国泰房地产公司与南宁市郊区麻村村委会、 广西桂信实业开发公司房地产合作开发纠纷案	(153)
评析	(158)
18 土地补偿纠纷	(161)
案例 山东省宏业房地产公司与山东大学土地补偿 纠纷案	(161)

评析	(172)
19 合作建房合同中的固定利润条款被判无效	(175)
案例 深圳市安益投资有限公司与深圳机场综合开发 公司合作建房合同纠纷上诉案	(175)
评析	(184)
20 违反法律规定进行的土地使用权转让行为无效	(188)
案例 河南天坤交通旅游公司与华明(郑州)置业 公司土地使用权转让纠纷案	(188)
评析	(194)
21 违章占地增建的房屋不应按有效合同约定的比例分配 	(198)
案例 重庆市总工会与重庆黑马物业有限公司联建 房屋合同纠纷案	(198)
评析	(206)
22 名为联建实为用地补偿、部分无效的处理	(208)
案例 辽宁煤矿安全监察局与大东区人民政府联建 纠纷案	(208)
评析	(216)
23 建筑工程承包合同的主体资格与合同效力的认定 ...	(220)
案例 永州市建设委员会与陕西省房屋建筑工程公司、 肖放时建设工程施工合同纠纷案	(220)
评析	(234)
24 工程质量存在问题,因超过诉讼时效而对建设方 不予保护	(239)
案例 江苏省张家港市长江城市建设综合开发公司、 江苏省张家港市港务局与交通部第二航务工程局 第四工程公司建设工程承包合同纠纷上诉案	(239)

评析	(253)
25 未经验收提前使用的质量责任负担	(258)
案例 敦煌国际大酒店有限公司与中国建筑西北设计 院、甘肃省第四建筑工程公司、甘肃省地矿局 第三水文地质工程队工程欠款、工程质量纠纷 案	(258)
评析	(269)
26 出租合同终止, 转租合同的效力是否随之终止	(272)
案例 杭州市古荡镇益乐村与浙江益爱公司、第三人 杭州大排大快餐公司等房屋租赁合同纠纷上诉 案	(272)
评析	(278)
27 建筑物区分所有权纠纷	(282)
案例 钟宝强等 19 户居民与南京市鼓楼区房产经营 公司、江苏盛名实业有限公司侵权纠纷案 ..	(282)
评析	(288)
28 债权人请求确认房产转让合同无效纠纷	(292)
案例 中国长城资产管理公司武汉办事处诉湖北峰源 集团有限责任公司、湖北威邦投资有限公司、 湖北鸿骏经贸发展有限公司确认房产转让合同 无效纠纷案	(292)
评析	(303)
附录	(309)
一、中华人民共和国城市房地产管理法	(309)
二、最高人民法院关于审理商品房买卖合同纠纷 案件适用法律若干问题的解释	(321)
三、商品房销售管理办法	(327)
四、城市商品房预售管理办法	(337)

- 五、城市房地产抵押管理办法 (339)
- 六、建设部 国家工商行政管理局 关于印发《商品房买卖合同示范文本》的通知 附：商品房买卖合同示范文本 (349)
- 七、建设部关于印发《前期物业服务合同（示范文本）》的通知 附：前期物业服务合同（示范文本） (361)
- 八、建设部关于印发《业主临时公约（示范文本）》的通知 附：业主临时公约（示范文本） (376)
- 九、国土资源部 国家工商行政管理局关于发布《国有土地使用权出让合同示范文本的通知》附：国有土地使用权出让合同示范文本 (384)
- 十、建设部、国家工商行政管理局关于印发《建设工程施工合同（示范文本）》的通知 附：建设工程施工合同（示范文本） (395)

1

认购书与房屋买卖合同约定不一致

案例

吴兴华与广州市大江房地产公司房屋买卖纠纷案

上诉人(原告):吴兴华。

被上诉人(被告):广州市大江房地产开发有限公司,法定代表人:李湘江。

一、案件基本事实

1998年4月18日,广州市大江房地产开发有限公司(以下简称大江公司)与吴兴华签订《名门大厦认购书》,约定由吴兴华认购名门大厦豪门阁复式33/34楼07室,建筑面积约为251.33平方米,认购价人民币3 534 970元;买卖双方同意在未签订正式预售契约之前,此认购书作为法律有效之合约,在买卖双方签订正式预售契约生效时,此认购书则为正式预售契约所代替;展销会期间送一年管理费、一年期会员卡(主卡1张、副卡2张),成交满350万元送车位一个,送天台花园面积约93.9

平方米等。同年4月28日，大江公司（甲方）与吴兴华（乙方）签订《房地产预售契约》（该契约经广州市房地产交易所监证），其中约定：乙方购买名门大厦第33/34层07室，建筑面积251.33平方米；成交价格为人民币3 534 970元；乙方享有其房产占用范围的土地使用权60年，即1996年6月至2066年6月；甲方应于1999年12月31日前将该房地产建成正式交付乙方使用等。但双方未在上述契约中约定认购书中所列的优惠条件。上述契约签订后，吴兴华向大江公司交纳购房款1 064 962元、契税及综合费57 084元。大江公司在1998年4月的促销广告中介绍在展销会期间隆重推出顶层复式送天台花园，成交额达350万元送车位一个等。本案二审审理期间，吴兴华与大江公司已就车位问题达成一致意见，即大江公司提供名门大厦车位一个供吴兴华无偿使用，使用年限为名门大厦的土地使用年限（即至2066年6月止）。

上述事实有下列证据证明：

1. 《名门大厦认购书》，证明双方签订认购书的时间及内容；
2. 《房地产预售契约》，证明双方签约时间及内容；
3. 大江公司在展销会期间印发的宣传广告及销售价格表，证明大江公司在展销会期间的购房优惠条件及名门大厦的销售价格。

二、一审认定与判决

广州市天河区人民法院经审理认为，吴兴华与大江公司签订的认购书和预售契约是双方当事人的真实意思表示，大江公司在将名门大厦豪门阁33/34楼07室房屋所有权卖给吴兴华的同时就将应属整栋楼房所有业主共同使用的天台许诺赠送给吴兴华，该赠送行为是违反有关规定和无法实现的，应为无效的赠送行

为。对此双方均有一定责任。大江公司在认购书中许诺赠送停车位一个给吴兴华，但双方无对所赠送车位的具体情况以及是否拥有产权等问题作明确约定，大江公司表示可送有长期使用权的车位给吴兴华，并无不当。因吴兴华未能提供充分证据证明其未能获赠天台花园和车位所有权的损失情况，吴兴华要求大江公司赔偿其损失的诉讼请求不成立，不符合《中华人民共和国民事诉讼法》第84条、第106条的规定。据此判决：驳回原告吴兴华的诉讼请求。案件受理费15 630元由原告吴兴华负担。

三、当事人上诉请求与答辩理由

吴兴华不服一审判决，向广州市中级人民法院上诉称：原审法院以“天台的赠送行为违反有关规定和无法实现，赠送行为无效，双方均有一定责任及未对车位是否拥有产权作明确约定”等为由而驳回其诉讼请求的理由不充分，请求撤销原审判决，判令大江公司补偿其无法获赠天台花园的损失70万元，并要求大江公司在其购买的房屋土地使用年限内给予其无偿使用一个车位。

大江公司答辩：同意原审判决，并表示同意在名门大厦的土地使用年限内提供一个车位给吴兴华无偿使用。

四、二审认定与判决

广州市中级人民法院经审理认为，吴兴华与大江公司在自愿、平等的基础上签订的预售契约是双方当事人的真实意思表示，内容符合法律规定，应为有效合同，双方均应自觉履行。虽然双方在认购书中约定了购买顶层复式送天台花园的条款，但该条款约定既不明确又违反天台权属应属公用的法律规定，应无效。双方当事人在事后的契约中又无约定该条款，这表明当事人在订立合同时已变更了认购书中的内容，故应以最后约定为准。

因该条款内容与广告宣传内容一致，故可视为大江公司的广告宣传的促销手段。故依照《中华人民共和国消费者权益保护法》第19条、第49条的规定，大江公司应对其广告不实酌情给予吴兴华经济补偿50 000元。至于双方争讼的车位使用权问题，因双方已达成由上诉人在名门大厦的土地使用年限内（即至2066年6月止）无偿使用该大厦的一个车位的一致意向，车位使用权纠纷已解决，车位的具体位置可由双方另行确定。审查原审判决适用法律不当，应予撤销。根据《中华人民共和国民事诉讼法》第153条第1款第（2）项、《中华人民共和国民事诉讼法》第58条第1款第（5）项、第61条第1款的规定，判决如下：

1. 撤销原审判决。

2. 自本判决书送达之日起10日内，大江公司一次性向吴兴华支付补偿金50 000元。

一、二审受理费各15 630元，均由吴兴华、大江公司各负担7 815元。

评析

一、楼宇天台应由全体楼宇所有权人或使用人共同所有和使用，商品房开发商将其赠送给某个购房者的行为是无效的

我国现行法律、法规，包括民法通则及现行房地产法规没有对楼宇天台的权属作出明确的规定。

建设部发布的《商品房销售面积计算及公用建筑面积分摊规则》（试行）考虑到楼宇天台无上盖、无四墙，不具有房屋的基本特征，不能作为房屋面积计算，因而没有将天台列入公用面

积分摊部分。可见，参照建设部的上述规定，楼宇天台应为该全体楼宇所有权人或使用人共同所有和使用，楼宇用户对天台使用权的大小不受其占有的该楼宇中房屋面积大小的影响。由全体楼宇所有权人或使用人共同所有和使用的楼宇天台，商品房开发商将其赠送给某个购房者的行为，不仅构成对其他购房者天台使用权的侵害，也是我国法律所不允许的赠送行为，因此该赠送行为是无效的。

二、法官自由裁量权问题

这里又涉及到一个新问题，即如何确定补偿标准。吴兴华提出以同一时期该大厦中不同房屋销售价格的差额为补偿标准。大家知道，房屋因其坐向、楼层、方位、内部布局的不同，价格差异是很大的，吴兴华提出的补偿标准不符合公平合理的原则。二审法院在法律无特别规定，又无判例可参照的情况下，结合我国经济发展水平，参照《消费者权益保护法》第49条的规定，给予吴兴华5万元经济补偿，是法官意志、法官自由裁量权在审判实践中的大胆尝试。

三、售楼广告中的许诺及相关责任问题

在本案中，大江公司曾与吴兴华签订“认购书”，约定送车位及天台，但在这之后又签订“预售契约”，并没有对上述赠送另行约定。二审法院判令大江公司需支付补偿金的依据是大江公司的促销广告违反了《消费者权益保护法》第19条的规定。这里，首先要明确一点开发商的广告许诺是否具有约束力。商品房销售广告一般有两种类型：1. 向购房者虚拟一个居住环境，如“理想居所”、“置业首选”等等，纯粹以宣传引诱购房者与其签订买卖合同为目的，称为要约引诱，作为要约引诱的广告是不具约束力的。2. 宣传广告中包含明确、清楚的许诺，事后开发商

和购房者在要约、承诺以致达成书面购房合同的过程中不再重新约定，其性质从本质上已构成像悬赏广告一样的特殊要约，它以购房者完成签订购房合同的行为为对价和承诺，具有不可撤回性，开发商不得随意撤销或变更许诺，一旦购房者与之签订买卖合同，开发商应毫无选择地履行广告许诺的义务。上面已经提到大江公司赠送天台的行为侵犯了其他购房者的利益，是无效行为。对这种无效行为，大江公司与吴兴华均有过错，但大江公司作为开发商、房地产的经营者，对房地产专业的法律规定是应当熟悉的，其过错较大。对此，一审法院简单地驳回吴兴华的诉讼请求，不利于规范房地产市场有序发展。二审法院认为大江公司作为房地产的开发商，其广告内容不实违反消法的有关的规定，应给予吴兴华一定的经济补偿，以弥补吴兴华无法完全实现购房初衷的损失。