

陷阱在哪里？

sina 新浪房产

丛书主编：秦兵

88种购房 陷阱与防范

“图纸”陷阱 “退房”陷阱 “提前交房”陷阱 “规划变更”陷阱 “转按揭”陷阱
“费用交接”陷阱 “一房二卖”陷阱 “车位”陷阱 “酒店式公寓”陷阱
“商铺”陷阱 ……

秦兵
说房

系列

袁斌
尹鸣 编著



法律出版社
LAW PRESS · CHINA



2007 最新版
最新立法 最新政策

丛书主编:秦兵

88种购房 陷阱与防范

袁斌 编著
尹鸣



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

图书在版编目(CIP)数据

88种购房陷阱与防范:2007年版/秦兵主编.-2版.
-北京:法律出版社,2007.2
(秦兵说房系列)
ISBN 978-7-5036-7086-2

I.8… II.秦… III.住宅-选购-基本知识-中国
IV.F299.233.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 018832 号

©法律出版社·中国

责任编辑/李天一

装帧设计/乔智炜

出版/法律出版社

编辑统筹/研发部

总发行/中国法律图书有限公司

经销/新华书店

印刷/北京北苑印刷有限责任公司

责任印制/沙磊

开本/880×1230毫米 1/32

印张/11.25 字数/274千

版本/2007年2月第2版

印次/2007年2月第1次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里7号(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792/9779

网址/www.lawpress.com.cn

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里7号(100073)

全国各地中法图分、子公司电话:

第一法律书店/010-63939781/9782 西安分公司/029-85388843 重庆公司/023-65382816/2908

上海公司/021-62071010/1636 北京分公司/010-62534456

深圳公司/0755-83072995 苏州公司/0512-65193110

书号:ISBN 978-7-5036-7086-2 定价:19.00元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

目 录

1	广 告	1
1.	“图纸”陷阱	1
2.	“一层变两层”陷阱	7
3.	“明星楼盘”陷阱	10
4.	“买×送×”陷阱	17
5.	“虚假广告”陷阱	20
6.	“样板间”陷阱	23
7.	“绿化率和容积率”陷阱	26
8.	“价格”陷阱	30
9.	“商住两用”陷阱	34
10.	“概念”陷阱	38
11.	“复式”陷阱	41
2	签 约	46
12.	“认购书”陷阱	46
13.	“预定”陷阱	51
14.	“定金”陷阱	54
15.	“VIP 卡”陷阱	60
16.	“标准合同范本”陷阱	63
17.	“代理人”陷阱	67
18.	“掉包”陷阱	72
19.	“补充协议”陷阱	75

20. “复印件”陷阱	77
21. “不可抗力”陷阱	83
22. “模糊约定”陷阱	88
23. “退房”陷阱	91
24. “换合同”陷阱	95
25. “项目公司”陷阱	100
26. “最后一套”陷阱	104
27. “先签后换”陷阱	107
28. “内部认购”陷阱	109
29. “备案”陷阱	116
3 交 房	120
30. “进楼费”陷阱	120
31. “交钥匙”陷阱	124
32. “实际居住”陷阱	131
33. “保修”陷阱	132
34. “提前交房”陷阱	138
35. “设计变更”陷阱	142
36. “自编房号”陷阱	146
37. “图纸尺寸”陷阱	149
38. “沙盘更改”陷阱	153
39. “项目易手”陷阱	157
40. “延期交房”陷阱	161
41. “规划变更”陷阱	164
42. “周边环境”陷阱	169
43. “噪音”陷阱	171
44. “裂缝”陷阱	174

45. “渗漏”陷阱	176
46. “水电”陷阱	181
4 面 积	186
47. “测绘”陷阱	186
48. “面积增肥”陷阱	190
49. “面积缩水”陷阱	194
50. “按套计价”陷阱	198
51. “公摊面积计算”陷阱	201
52. “公摊面积变化”陷阱	206
5 贷 款	210
53. “不能如期办理”陷阱	210
54. “转按揭”陷阱	213
55. “代办保险”陷阱	216
56. “还贷后”陷阱	218
6 费 用	221
57. “价外收费”陷阱	221
58. “收费项目不明”陷阱	224
59. “电梯费”陷阱	226
60. “前期物业”陷阱	228
61. “装修押(按)金”陷阱	232
62. “费用交接”陷阱	234
63. “过路钱”陷阱	235
64. “代收”陷阱	237

7	产 权	241
	65.“过户”陷阱	241
	66.“现房”陷阱	247
	67.“乡产权”陷阱	251
	68.“抵押”陷阱	254
	69.“一房二卖”陷阱	261
	70.“办证期限”陷阱	271
	71.“房证代办”陷阱	275
	72.“使用权”陷阱	278
8	居 住	282
	73.“交付≠使用”陷阱	282
	74.“居改非”陷阱	288
	75.“交接”陷阱	290
	76.“人间蒸发”陷阱	293
	77.“车位”陷阱	299
	78.“非法出租”陷阱	303
9	特 别	306
	79.“精装修”陷阱	306
	80.“酒店式公寓”陷阱	309
	81.“售后包租”陷阱	310
	82.“以租代售”陷阱	312
	83.“住宅立项写字楼”陷阱	317
	84.“名赠与、实买卖”陷阱	319

85.“差价”陷阱	322
86.“假产权”陷阱	324
87.“拆迁”陷阱	326
88.“商铺”陷阱	328
关键词速查	332
附 录	336
附录一 相关企业信息查询方法	336
附录二 各地房地产交易管理网站	339
附录三 各地房地产相关部门网站	341
附录四 各地建设部门联系方式	344
附录五 主要商业银行和保险公司网站	349
附录六 常用购房信息网站	350

1.“图纸”陷阱

实例

实例 1

大米要买房了,虽然很多人劝他买个现房,但是看着每平方米一千多元钱的差价,大米还是决定买期房。

买期房,就要提前研究还不存在的房子,研究的惟一依据就是开发商提供的广告、楼书和图纸。这不,大米搜罗来厚厚一叠各类小区的房型图和规划图,细细研究了2个月。到后来,随手拿份报纸的房型广告,就能对优缺点分析得头头是道。

下一步就是选房,几经奔波,找来的广告图纸等资料堆了好几大摞,终于千挑万选地挑了套两卫双阳台的房子。从图纸上看,南阳台正对着小区的中心绿地和会所。签购房合同时,大米还特意让开发商标明这套房子在小区图里的位置,心想这下总算保险了。

一年之后,大米开始装修了,开始装修之后,忽然发现了很多问题:

原来的户型图画客厅比较方正,现在的客厅却变得很狭长,虽然面积还是20多平方米,但是家具摆放之后变得很拥挤。这样一来,进深增加了不少,采光就差了很多,里面的小厅基本上见不到阳光。

主卧原本是个规整的长方形,现在突然出现了个小尾巴,凹进去了

一块,只好改装成壁橱。

原来图纸上两个卫生间都有3个多平方米,算算放淋浴房或者浴缸没问题。谁知仔细一量,客厅的卫生间竟然缩水到2.8平方米。

最要命的是,厨房正好能放进冰箱的地方多出了图纸上根本就没有的一排管道。这样一来冰箱只能放到原来打算放洗衣机的那个地方,而洗衣机只能退到2.8平方米的卫生间里,和三件套争可怜的一点地盘。

图纸上正方形的另一个卫生间实际上凹进了一块,连移动门都没法装。大米带着尺寸往建材和家电商场跑了好几回,还退了一次洗衣机,总算才把这些家伙搞定。

图纸上显示的南阳台正对着的小区的中心绿地和会所还尚未动工。据说那个地方的拆迁工作还没有完成,碰到了“钉子户”,因此只能等到拆迁之后才能修建。这样一来,大米原来预计的“推窗见绿色”还需要再等待,现在只能是“推窗见屋顶”了。

住进新房里,大米开始痛定思痛,看来自己看图纸的工夫还是不到家,要不然怎么会被折腾得这么苦。

实例2

张女士在房展会上看中了某花园的一套两室两厅的期房,并在展会上签订了《商品房买卖合同》。交房时她发现餐厅由合同“附件一”中的长方形变为正方形,且开发商事先口头承诺的厨房净使用面积由8平方米变成了5平方米,客厅的过道增加了3平方米,一大一小两个卧室由事先承诺的20平方米和10平方米变成了两个卧室是15平方米,上述变更无法实现张女士购房时的设计安排。

在与开发商交涉过程中,张女士证实,实际交付的房屋户型结构与工程设计相符,但由于在买卖双方签订合同时,卖方只是在附件一中粘贴了一张手工画出的房屋平面示意图,并没有标明每一个房间具体的尺寸以及墙体的宽度,也没有标明阳台的大小、空调机位等具体的设

备位置,所以根本起不到准确指示的作用,对开发商来说也没有明确的约束,从而使张女士在解决这个本来有理的事情时,却因为双方没有明确的约定而困难重重。

陷阱所在

交付的房屋“看上去”与图纸不符,但是购房者却是根据图纸作为依据决定购买房屋的,必然会打乱自己已经设计好的方案,造成不便。最难受的莫过于因为图纸标注不明导致无法追究责任。

防范与对策

买房子离不开看图纸,尤其是购买期房,在无法考察到房屋的实际情况时,只有从图纸来着手了。

① 购房过程中可能遇到的几种图纸

一般而言,一个房地产项目从规划到设计到施工再到交房,分别会有项目扩初设计图、项目规划设计图、项目建筑施工图及销售平面布置图等多张图纸,每种图纸的功能各不相同。

1. 项目扩初设计图

是最初报批的规划设计图,包括小区总平面布置、容积率和绿化率的确定、层高的确定、平面的确定等内容;

2. 建筑施工图

包括项目的建筑设计图与结构设计图,由建筑设计单位根据规划部门审批同意的方案进行详细设计,包括各种建筑材料的确定、平立图的详图设计、各细部节点的详图设计等能直接供施工单位使用的等内容;

3. 销售平面图

是比较直观的示意图,一般不标尺寸,但能为购房者提供平面布局、各功能间的划分、哪些内墙可以拆卸、家具配置设计等信息。

4. 墨线图

是根据建筑设计图按比例制定的,除了不标定详细尺寸与材料明细外,与建筑设计图的效果是一样的。

5. 家具配置图

是销售时,为便于购房人了解室内空间配置状况,在墨线图基础上添画家具摆设等形成的。

对于购房者而言,重点考察对象应该是规划设计图和销售平面图。在接触楼盘之初,应首先看小区平面规划图,确定小区的环境布局是否理想,是否有足够的绿化率与车位,栋与栋之间间距是否够大,是否影响采光等。初步判断楼盘整体情况是否满意、居住是否舒适等。在看懂总平面规划图后,应仔细研究销售平面示意图。一般预售现场提供的平面图包括墨线图和家具配置图两种。

② 看图纸时应详细了解的内容

1. 方位

目前预售平面图上很少标明南、北向,购房者需要向现场销售人员询问。一般坐北朝南的建筑物冬暖夏凉,方位最佳;东、西向房屋易东、西晒,使用空调也较耗电,北向房屋则较阴冷。而阳台则适合朝南。

2. 房屋在整栋楼中的位置

需了解整栋楼中有几个单元、每个单元每层有几户、有几部电梯、电梯的位置、垃圾道的位置、房间是否会受到电梯和垃圾道的影响等情况。

3. 景观

除了规划设计图外,通常开发商还会提供全区配置图,应仔细了解小区内外的道路交通情况,判断进出小区是否方便、小区内各栋建筑物的排列是否有序,了解是否有保安系统、垃圾是否集中处理、附近是否有相关生活设施和商户等。这些决定着日后生活的便利程度。

4. 栋距

两栋楼之间的距离最好超过8米,窗户不是面对面地整齐排列,否则家中的一举一动在对屋都可以看得一清二楚,隐秘性太差。

5. 采光及通风

房屋的采光面越多越好,最好每个房间都有采光的窗户,避免黑厅黑厨黑卫。可以请销售人员清楚地标明窗户的位置,不要想当然地认为一定有窗。房间的安排以及窗和门的位置决定着通风情况。

6. 格局与空间合理性

室内格局要能完整区分公共区(如客厅、餐厅、公共卫浴)及私密区(卧房),附属建筑物与主建筑物的面积分配也要成正比,每一个空间的面积都应当合理。了解各种进出管线的分布情况,管线的存在可能影响面积的使用或房屋的视觉效果。还应了解厨房是否预留冰箱、抽油烟机的位置,浴室是否预留洗衣机、浴缸的位置等,这些都可能影响日后使用的便利性。

其中第1~4项的信息主要结合总平面规划图了解,第5~6项则主要结合平面示意图细看。

③ 看图的过程中的几点注意事项

1. 及时询问

通过看图纸,可以了解房子的很多具体情况,如建筑规模、楼层数、房型结构、平面布置及建房时选用的主要材料、主要部位(结点)的工艺设计及要求达到的水准等。如果发现楼书承诺内容与设计内容不一致的地方时,应向专业人员请教,并向销售商进行询问,可以避免将来因双方理解程度的偏差造成在房屋外观、布局、质量、设施等方面产生纠纷。

2. 不要轻信图中的比例

很多平面图并不是按比例来做的,方方正正的户型,到交房时可能会出现这样那样的偏差,厨房、卫生间看上去也大了很多,真正的比例

需要通过实在的数据来判断。因此图上的长、宽、高等数据都应该请开发商标注清楚。

3. 大胆质疑家具配置图的效果

不过,由于家具配置图很少标示比例尺及距离,因此很多图纸都有将家具的尺寸缩小的问题,使室内空间看起来更宽敞,如将床、桌子、柜子的尺寸变小,而购房人在完工交房后,才发现摆了家具之后,室内空间就所剩无几了。

4. 重要尺寸写进合同

《购房合同》一般会有一个附件,包含房屋平面图及房屋在整个楼栋中的位置图,在这个附件中,一定要要求开发商把所有尺寸都标注出来,还需要标注整体方位。标注尺寸的时候,一定要具体地标明“长多少米,宽多少米”,千万不要标注“客厅多少平方米,主卧多少平方米”。前者被称为“一次性尺寸”,可以准确地核实,后者被称为“面积尺寸”,无法准确核实,因为长6米宽5米的房间的面积是30平方米,长10米宽3米的房间面积还是30平方米。

5. 避免草图、手画图、示意图

作为《购房合同》附件的房屋平面图及房屋在整个楼栋中的位置图,一定要使用正式印制的图纸,按照比例绘制,并标注尺寸,否则很容易出现如实例中当事人无法追究责任的后果。

法律依据

《商品房销售管理办法》第19条

按套(单元)计价的现售房屋,当事人对现售房屋实地勘察后可以在合同中直接约定总价款。

按套(单元)计价的预售房屋,房地产开发企业应当在合同中附所售房屋的平面图。平面图应当标明详细尺寸,并约定误差范围。房屋交付时,套型与设计图纸一致,相关尺寸也在约定的误差范围内,维持

总价款不变;套型与设计图纸不一致或者相关尺寸超出约定的误差范围,合同中未约定处理方式的,买受人可以退房或者与房地产开发企业重新约定总价款。买受人退房的,由房地产开发企业承担违约责任。

2.“一层变两层”陷阱

实例

英子刚刚研究生毕业,为了不让自己的收入统统进入房东的腰包,她和男朋友考虑尽快买房。双方的家长都很支持,纷纷表示愿意资助首付。

参加了几次房展,英子最终被一个“买一层送一层”的楼盘给吸引住了。宣传单上写着,这个楼盘的房子层高5.2米,如果在中间增加一层楼板,原来的房子就变成了两层,也就是获得了双倍的面积。

至于夹层楼板和楼梯,销售人员说可以由业主自己做,也可以委托开发商在建房时顺便搭建,楼板造价包括楼梯在内不超过1万块钱。

对于英子来说,这样的楼盘比较适合他们的需求,负担减轻了,面积却增加了不少,双亲都可以过来住一住。

签订了购房合同之后不久,开发商又要求英子签了一个补充协议,委托开发商在建房时顺便搭建夹层楼板和楼梯,理由是由于技术问题,只能在建房时顺便搭建,否则会影响质量,不利于使用。反正夹层楼板和楼梯早晚是要装的,委托开发商搭建也省事,免去了装修时的麻烦,因此英子很顺从地签了补充协议。

交房的时候,英子发现了不少自己没有想到的问题:

第一,房子没有自己想像的那么高,分割后实际的层高实际上只有2.35米。

开发商对此的解释是:所谓层高是指上下两层楼面之间的垂直距

离,而非楼面或地面至上部楼板底面之间的垂直距离。5.2米的层高,扣除楼板的厚度和夹层楼板的厚度,实际上房间里面的高度就是2.35米。

第二,夹层楼板和楼梯的造价远远高于自己的预期。

开发商对此的解释是:夹层楼板现在的市场价格就是大约1~2万元,“屋内小楼梯”目前的市场价为1~3万元不等,开发商完全是随行就市,没有因此而盈利。而且即将开盘的第二期楼盘的夹层楼板及楼梯都由开发商统一建造,成本计入房价。

第三,夹层楼板的承重及隔音效果比较差。

开发商认为,夹层楼板不同于正式的楼板,因此在这些功能上肯定差了不少,购房者在买房之前应该有所预期。

第四,公摊面积增加了不少。

开发商解释:这种房子实际上占了两层,因此公摊面积必然会比只占用一层的房子大很多。

虽然几经周折住进了新居,英子还是觉得这个房子没有自己想像得好。

陷阱所在

利用“买一层送一层”的宣传吸引购房人,实际上销售品质与平层住房相差甚远的房子。

防范与对策

在楼盘销售过程中,这种“买一层送一层”的房子面积上增加了不少,价格也就随之降低,但是还有许多问题需要购房者提前有所掌握,以便作出理智的决定:

① 关于层高

一般而言,开发商做宣传的时候使用的层高多为“上下两层楼面

或楼面与地面之间的垂直距离”，而非购房者心目中的“楼面或地面至上部楼板底面或吊顶底面之间的垂直距离”，后一种概念被开发商称为“净高”。通常，“净高”等于开发商所称的“层高”减除楼板的厚度，也就是我们用肉眼看到的房子的实际高度。

购房者在购房之前，应该弄清楚这两个概念，并且向开发商询问清楚合同中承诺的“层高”到底是一种什么概念，并将之明确写入合同之中。

“买一层送一层”的房子，眼睛看到的房间高度除了用层高减去楼板厚度以外，还要减去夹层楼板的厚度，这一点请您一定要有所了解，以免最终的房屋与自己的设想相差太多。

② 关于夹层楼板和楼梯的造价

这个造价可以提前查询，如果委托开发商在建房时顺便搭建，应该在委托合同中明确相关造价。

③ 关于夹层楼板和楼梯的性能

“买一层送一层”的房子，自建夹层楼板的承重及隔音效果比较差，楼梯的选择极大地受制于二层钢结构的建造情况，包括二层家居和卫生间的安装和建造统统受制于此。

④ 关于房价

不管是买一层送一间，还是买一层送一层，购房人不要被夹层户型“奢侈”的赠送冲昏头脑。首先要考察一下周边房价，看看这种房子是否要比同区位其他房子的价格高出不少。

⑤ 关于公摊面积

对于平层的房子，公摊率一般在 10% 左右，而挑高的房子公摊率高的可以达到 25%，甚至 30% 左右。这样一来，此类房子使用面积的实际单价就比报价高得多。

⑥ 关于产权证上与面积相关部分的界定

赠送的夹层面积是不计入产权面积的，只有使用权，使用面积如何