

丛书主编:秦兵

# 88种购房 陷阱与防范

88 Zhong  
Goufang Xianjing  
Yu Fangfan



系列之

5

## 陷阱在哪里?

“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 ……

 法律出版社  
LAW PRESS · CHINA

 新浪房产

袁斌  
尹鸣 编著



丛书主编:秦兵

# 88种购房 陷阱与防范



系列之

5

袁斌  
尹鸣 编著



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/秦兵主编. —北京:法律出版社,2006.5

(秦兵说房系列丛书)

ISBN 7-5036-6309-X

I. 8… II. 秦… III. 房地产—法律—基本知识—中国 IV. D922.181.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 031995 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/张宇东

开本/880×1230 毫米 1/32

印张/11.25 字数/274 千

版本/2006 年 4 月第 1 版

印次/2006 年 4 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 7-5036-6309-X/D·6026

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

|          |             |           |
|----------|-------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>广 告</b>  | <b>1</b>  |
| 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        |
| <b>2</b> | <b>签 约</b>  | <b>46</b> |
| 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        |
| <b>3 交 房</b> | <b>120</b> |
| 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

|          |                |            |
|----------|----------------|------------|
| <b>7</b> | <b>产 权</b>     | <b>241</b> |
|          | 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        |
| <br>     |                |            |
| <b>8</b> | <b>居 住</b>     | <b>282</b> |
|          | 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        |
| <br>     |                |            |
| <b>9</b> | <b>特 别</b>     | <b>306</b> |
|          | 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 ⑤

#### 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。

### ④ 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