

房地产群体性纠纷防范研讨会综述

课题一：商品房买卖合同纠纷中四个类型化的问题

一、预约合同的违约

（一）预约问题的历史沿革

《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》第五条：“商品房的认购、订购、预订等协议具备《商品房销售管理办法》第十六条规定的商品房合同的主要内容，并且出卖人已经按照约定收受购房款的，该协议应当认定为商品房买卖合同。”

《最高人民法院管理审理买卖合同纠纷案件适用法律问题的解释》第二条：“当事人签订认购书、订购书、预定书、意向书、备忘录等预约合同，约定在将来一定期限内订立买卖合同，一方不履行订立买卖合同的义务，对方请求其承担预约合同违约责任或者要求解除预约合同并主张损害赔偿的，人民法院应予支持。”

《民法典》第四百九十五条：“当事人约定在将来一定期限内订立合同的认购书、订购书、预订书等，构成预约合同。当事人一方不履行预约合同约定的订立合同义务的，对方可以请求其承担预约合同的违约责任。”

（二）预约合同与本约的关系

1. 预约合同视为本约合同如何理解？

《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》第五条：“商品房的认购、订购、预订等协议具备《商品房销售管理办法》第十六条规定的商品房合同的主要内容，并且出卖人已经按照约定收受购房款的，该协议应当认定为商品房买卖合同。”

2. 如何判断本约已经成立？

《民法典》第四百九十条第二款：“在签名、盖章或者按指印之前，当事

人一方已经履行主要义务，对方接受时，该合同成立。法律、行政法规规定或者当事人约定合同应当采用书面形式订立，当事人未采用书面形式但是一方已经履行主要义务，对方接受时，该合同成立。”

（三）预约问题的违约和救济

预约合同的合同义务：订立本约

性质：强制磋商义务 VS 强制缔约义务

预约义务的违反：1. 拒绝磋商；2. 恶意磋商；3. 重启磋商

不可归责于双方当事人的事由：诚信磋商无果

救济途径：强制缔约 VS 解除合同

民法典的补救：违约方解除权（民法典第 580 条第 2 款），该条是《九民纪要》第四十八条的延续。违约方解除权是参考国外的立法，提高效率，避免僵局，但也不能扩大化适用，适用前提条件为违约方事实履行不能。

（四）预约问题的违约责任

性质：缔约过失责任 VS 违约责任，应为违约责任呢

后果：定金罚则 VS 违约金 VS 损害赔偿

一个难点问题：预约责任的损失如何确定？

1. 缔结机会丧失的物质损害

2. 房价差在预约合同违约责任中的角色？

建议在合同中约定定金、违约金、损害赔偿金的计算方式；如果没有约定，不能简单的按缔结机会丧失的物质损害、房屋价差赔偿，法官自由裁量权也会存在一定限制。

二、交付问题

（一）交付的法定条件

1. 经过竣工验收备案

2. 不存在主体结构问题

3. 不存在丧失居住使用功能的质量瑕疵

（漏水是一个很复杂的问题，办过的案例中，就算司法鉴定也鉴定不出来漏水的具体原因，而且，该案中的漏水属于降低适用功能方面的问题，不属于主体结构质量问题）

（二）交付的约定条件

双方的特别约定，例如，为梨花木大门，则不能交付普通门，要不然，与其购买目的相违背。又如，全装修中的装修风格，不能违背当事人约定时的意思表示。

（三）交付问题之拒绝收房的后果

1. 符合交付条件时的后果：视为交付

2. 不符合交付条件时的后果：构成逾期交房

不影响房屋买卖合同目的的实现，如局部的漏水和空鼓，买受人不能拒绝受领，但有修复请求权或修复费用请求权，并可要求开发商承担修复行为对其造成的损失。如严重影响居住功能、无法实现合同目的的，则买受人可以拒绝收房，并要求开发商支付约定的履行之日到交付符合交付条件的房屋之日的逾期交房违约金。

3. 两种方式的比较：无确证存在主体质量问题或未经竣工验收，以收房为妥。

收房后还可以主张维修及维修期间的租金损失。但合同约定的违约金如果过高，法院很可能会下调至与租金相当的金额。

（四）交付问题之特殊的质量问题

1. 得房率缩水问题

将建筑面积按原来约定的套内面积折算，层高缩水实务中有一个案例，

卖方提出为售楼人员的笔误，法院并未采纳。

2. 层高缩水问题

1. 欺诈。如开发商为了楼盘畅销或其他目的，虚构房屋层高与买受人签订合同，买受人可据此请求撤销合同。

2. 设计变更。商品房在开发的过程中，可能会因种种原因进行设计变更。商品房买卖合同示范文本中对设计变更进行了约定：经规划部门批准的规划变更、设计单位同意的对质量或使用功能有影响的设计变更，出卖人应当在设计变更后一定期限内书面通知买受人，由买受人决定是否接受。出卖人未在规定时限内通知买受人的，买受人有权退房。其中，必须通知的变更事项包括：结构形式、户型、空间尺寸、朝向。

如果房屋原设计层高为 3.2 米，但嗣后经有关单位批准、同意，变更为 2.9 米，则需将该事项书面通知买受人，出卖人未按约定通知买受人，则买受人有权行使约定解除权。

3. 其他情形。当不存在设计变更，也无法查证开发商存在欺诈的情形时，可斟酌不可修复房屋瑕疵的严重程度来确定买受人是否可行使法定解除权。本例中，交付的房屋层高缩水达 9% 以上，买受人可行使法定解除权。

层高缩水产生的损失如何确定？

层高差 ÷ 约定层高 × 房屋价格（供参考，法院自有裁量）

质量瑕疵修复、逾期办证责任等合理维权应支持，拒收房屋、房价（装修）价返还等过度维权不应一味支持。

注意：还要考虑到延期办证的违约责任

三、包销合同中的“服务费”

性质：法院应查明是中介费、服务费、还是规避限价的手段

中介费，需要审查有无中介行为；

服务费，需查明有无服务行为；

如为规避限价行为，则需要判断该行为的效力：最高人民法院关于“强制性规定”比较概括，《九民纪要》第31条、《民法典》第154条第二款

法理认为：违背公序良俗无效

另外，通谋虚伪意思表示（民总、民法典146条），恶意串通损害国家利益。司法实践认为：各地限价的政策，是为了维护社会公共利益，交易秩序

四、全装修住宅装修标准缩水问题

（一）全装修住宅的不完全履行

全装修方案通常鉴定：装修价值、装修损失、房屋差价损失

对于精装修，用鉴定是否行得通？江苏南京案例，开发商抱团向法院书面反映，精装修的鉴定对开发商影响太大

精装修合同鉴定的前提：该合同是双方真实意思表示，购买方有意思表示能力

主观对价：合同程序正义

1. 以样板房作为装修标准的情形
2. 对主要装修材料的品牌、型号、数量作出明确具体约定情形

客观对价：合同实质正义

在未提供样板房、且仅约定装修标准的情形下，使用客观对价。这里是否有酌情判断的空间？如果装修金额差异一点点，不能主观酌定

实务中，很少有说不符合装修的标准，一般都是说某某材料与约定不符，曾经有案件，买方要求卖方提供装修的财务成本账目，法院采纳这种方式，但这种方式不能普遍推广，否则，办案投入太大。

结论：全装修瑕疵属于不完全履行，法院主要的处理方式为减少价格。

（二）全装修住宅之欺诈问题

全装修:土建与装修一次性备案, 相对于毛坯房的概念

精装修是相对于简装修的概念, 全装修与精装修概念是不一样的

主观对价: 约定的价款本身 (不构成欺诈)

价款的构成 (以欺诈的构成要件判断)

注意: 如果构成欺诈的话, 适用 1 年期间

客观对价: 不存在适用显失公平的余地, 同通过不完全履行进行规制 (即价格调整)。

(三) 全装修住宅之显失公平

主观对价: 原则上谨慎认定显失公平, 当有证据证实符合显失公平的构成要件时, 可以认定

客观对价: 不存在适用显失公平的余地, 通过不完全履行进行规制

结论: 显失公平应当慎用

参考资料:

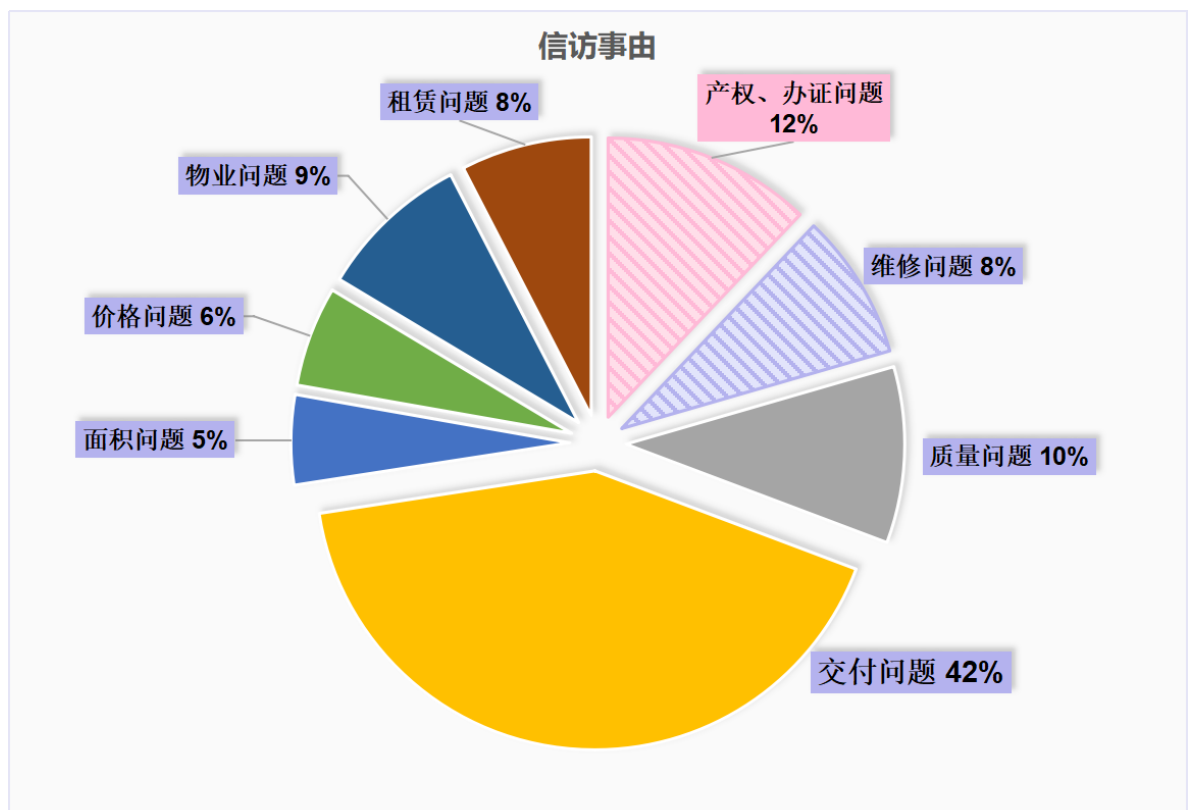
1. 《民法典预约合同的理解》, 载《人民法院报》2020. 8. 6
2. 《商品房买卖预约视为本约的认定》, 载《人民法院报》2016. 7. 6
3. 《商品房买卖预约合同中的三个问题辨析》, 载《人民法院报》2015. 8. 19
4. 《民法典违约方解除制度探微》, 载《人民法院报》2020. 9. 24
5. 《符合交付条件的房屋被拒收不过构成逾期交房》, 载《人民法院报》2014. 12. 10
6. 《不符合交付条件的房屋被拒收可构成逾期交房》, 载《人民法院报》2015. 5. 20
7. 《逾期交房纠纷的三步裁判规则》, 载《人民法院报》2015. 12. 16

8. 《房屋层高缩水司法救济三题》，载《人民法院报》，2018. 4. 18
9. 《得房率缩水的司法衡平》，载《人民法院报》2016（2）
10. 《全装修商品房预售合同纠纷中的三个难点问题》，载《人民法院报》2020. 3. 5

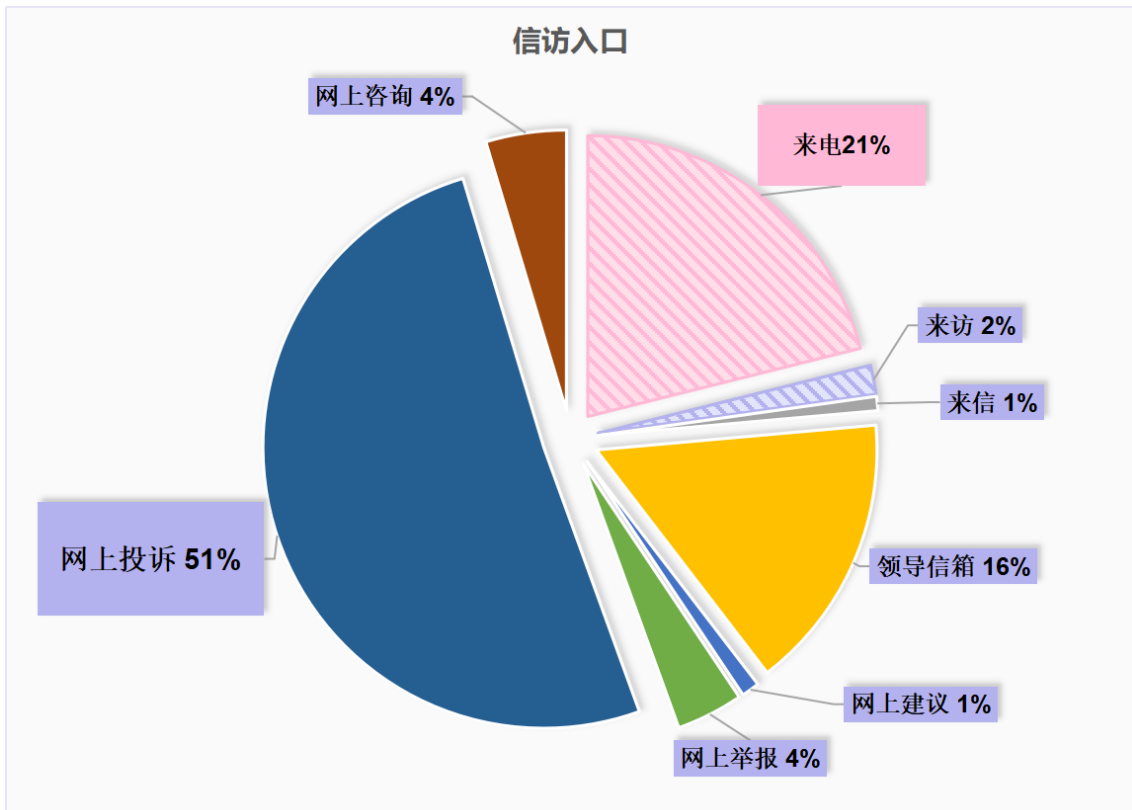
课题二：全装修政策法规演变和特殊市场背景下的群诉案件处理思路探讨

一、杭州市某区信访数据分析

（一）杭州市某区房地产相关信访数据分析-信访事由



（二）杭州市某区房地产相关信访数据分析-信访入口



(三) 杭州市某区房地产相关信访数据分析-去向单位

二、近期处理的相关案件基本面介绍

(一) 近期团队正在处理的部分群访群诉案件

序号	项目信息	纠纷发生阶段	涉及户数	主要争议焦点	处理结果
1	杭州西湖某项目	交付	800	规划指标变更	业主诉请被驳回、案结后补偿并和解。
2	杭州临安某项目	交付	1000	腰线遮挡	未酿成诉讼，九百余户顺利收房，剩余几十户以3-6个月物业和解。
3	杭州江干某项目	销售	600	装修标准、改造	部分装修标准升级，开发商不进行改造

4	绍兴某项目	销售	60	地下室空腔使用	正在前期谈判中
5	杭州拱墅某项目	销售、交付	500	装修标准、逾期交付、质量索赔	诉讼中
6	宁波某项目	交付	200	装修标准、地下室、花园、屋顶景观、户型等	诉讼中，部分案件以较小代价和解
7	杭州拱墅某项目	交付	300	装修标准、逾期交付	诉讼中
8	杭州西湖某项目	交付	2200	装修标准、逾期交付、逾期办证、质量索赔	诉讼中
9	杭州余杭某项目	销售	500	装修标准	公示装修标准

房产纠纷一个案子背后不是一个案子，比如代理开发商的一个案子，实际可能被告会涉及 2200 户，同类纠纷涉及的人员相当广。比如装修标准问题，这实际是价值返还问题。装修标准不达标，以及质量不达标，还有逾期交付问题，都是争议焦点问题。今年疫情对房地产交付也有很多影响，对于是否适用不可抗力的延期交付？还有地下室问题，还有规划条件的变更等。处理上，我们那儿很多都是调解的，比如装修标准、面积不足等问题，最后进入诉讼环节的相对较少。

（二）该类案件的诉讼共性

- 1、诉讼主体 购房人起诉开发商
2. 起诉的理由：购房人普遍以房屋存在质量瑕疵、交付房屋与宣传不符、房屋装修价值和合同约定不符为由，拒收房屋，并提出经济主张
3. 诉讼主张：不提质量保修、只要求装修价值差价返还、赔偿损失及逾期交房责任
- 4、举证方式：普遍申请装修价值鉴定

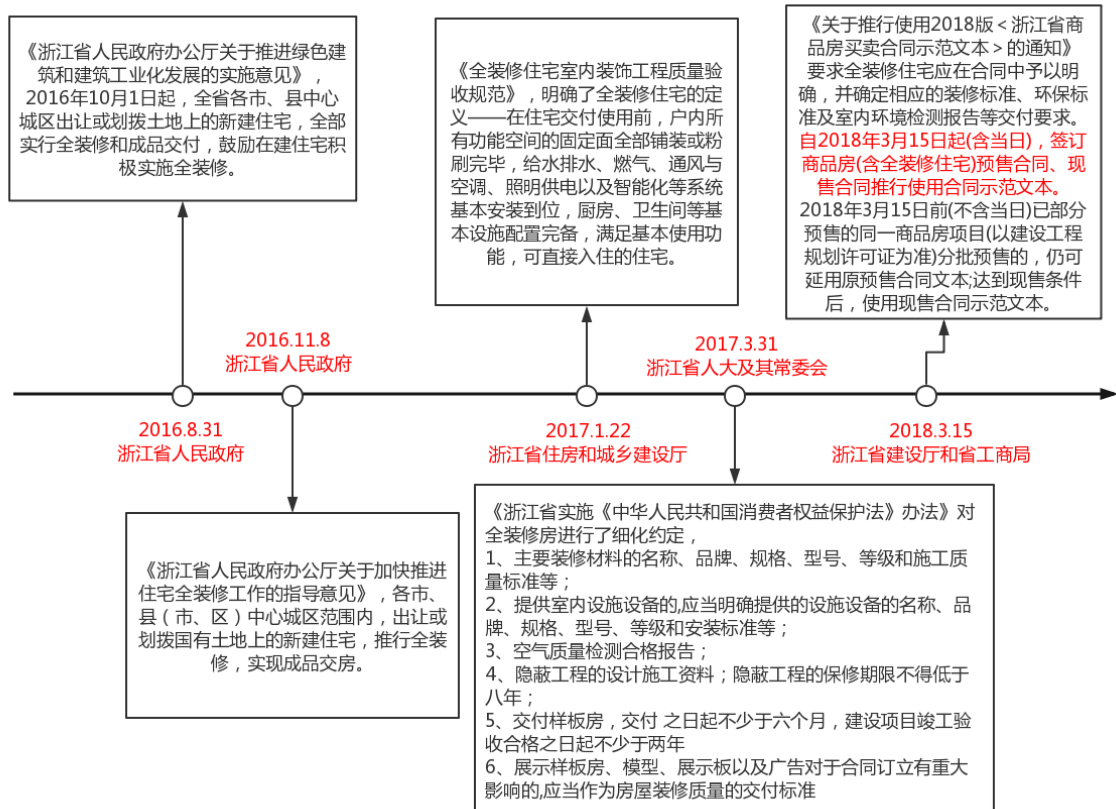
（三）该类案件一般共性

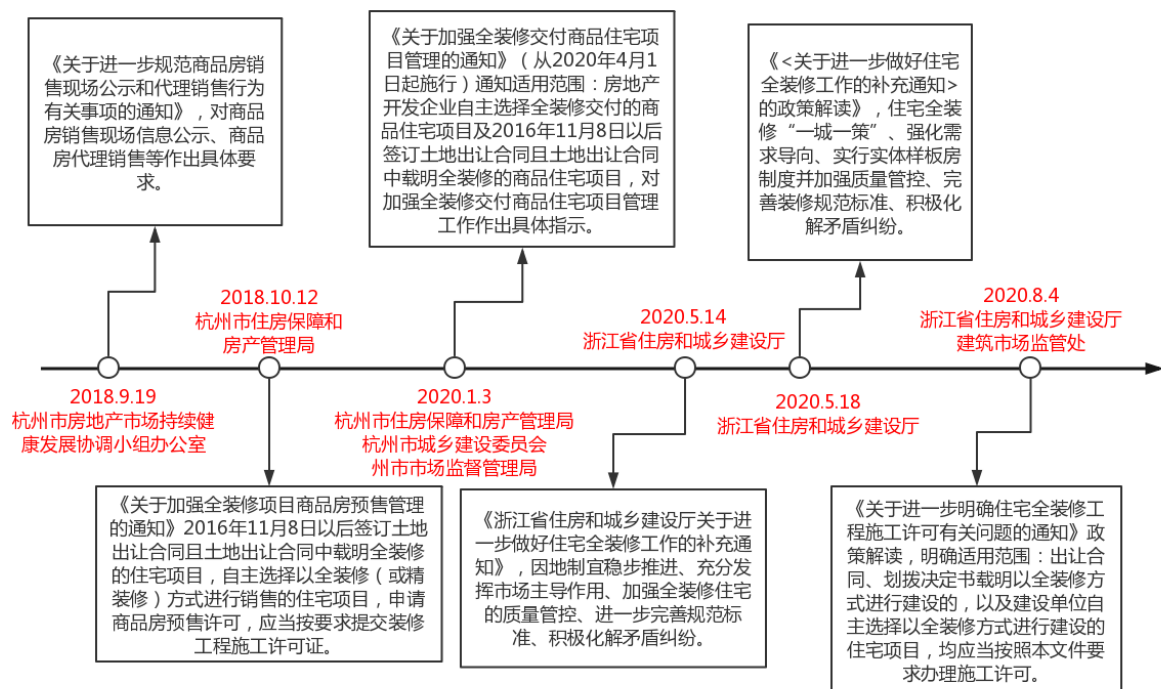
1. 2016年11月8日前出让用地
2. 政府限价房
3. 一手房与二手房价格倒挂
4. 政府未要求全装修报建（亦未纳入全装修开发房屋管理范围）
5. 采用08版商品房买卖合同
6. 开发商建设带装修商品房（毛坯报建、带装修价格备案）
7. 装修标准及对应定价规则对标一般行业惯例

三、相关法规、政策、行政管理口径演变背景分析

（一）总体认识

1. 法规、政策实施及行政管理口径存在过渡期及相应特殊政策





2. 新旧商品房买卖合同在过渡期中存在更替

- (1) 商品房交付时需要提供的材料和交付条件、责任变化
- (2) 买受人有权退房的新增条件
- (3) 限制出卖人以补充协议的形式减轻免除自身责任
- (4) 附件: 对于装饰装修及相关设备标准进行明确约定, 并区分外装修与内装修, 对内装饰部分材料、设施等进行详细约定

3. 特殊市场和政策背景下的开发商的两难处境

- (1) 政府-单限或双限、法规政策口径趋严、维稳导向影响
- (2) 业主-维权意识增强
- (3) 房企平均利润率不高, 融资成本和开发风险越来越大, 寻求合理利润率

4. 购房人维权意识高涨和牟利心理引发了与开发商的普遍冲突--无房不闹

- (1) 购房人个人素质提高、维权意识加强
- (2) 维权成本下降

(3) 买到即赚，牟利心理高涨

四、类案处理思路探讨

(一) 类案背景认识

尊重市场经济规则——商品构成和交易价的整体性，开发商有权谋取合理利润

正视过渡期特殊政策——并非管理空白，政策口径：老项目老办法、新项目新办法

购房人合理诉求应获得支持——质量瑕疵修复、逾期办证责任等

购房人过渡维权不应一味支持——拒收房屋、房价（装修）价返还

(二) 类案处理思路

1. 立足基本面

2. 项目整体统筹考虑

3. 应对规则

质量瑕疵问题——开发商承担保修责任

装修价值差价——前述特定阶段项目，无须鉴定、不应返还依据政策、法规已被行政部门纳入全装修商品房性质的项目——全面适用全装修商品房各项规定

课题三：业主要求第三方返还团购服务费相关纠纷案件的思考

一、“团购服务费”引发的纠纷

业主支付的“团购服务费”并未在购房合同对应的购房款中体现，业主认为购房支付的价款已经超过了合同约定的购房款，非但没有享受优惠，还额外支付了一笔团购服务费，基于此，便要求退还团购服务费。

1. 业主是否实际享受到优惠？

2. 团购服务费的性质如何认定？

3. 收费依据是否合法合规？

二、审判思路

（一）如何定性？

1. 服务费

认为销售代理公司在取得开发商授权后开展“存抵”优惠活动，系为业主提供取得购房优惠的服务，业主和销售代理公司之间存在服务合同关系。

2. 居间费

即认为业主、开发商和销售代理公司之间存在居间合同关系，销售代理公司通过销售策划活动，对外宣传展示代售楼盘信息，并为购房者提供带看咨询、协助办理贷款、房屋质量验收等服务。

（二）处理思路

1. 是否存在优惠价差？

若购房优惠价差本身不存在，则无论何种性质的款项一般都应退还，只是退还原因有所不同。

服务费退还的原因是相应的服务并未实际发生；

居间费性质团购费的退还则是基于《合同法》第四百二十五条关于居间人提供虚假情况损害委托人利益而不得要求支付报酬的规定。

2. 优惠价差的认定？

对购房优惠价差，一般应以销售代理公司在授权范围内与购房者签订的《服务协议》等材料上的购房价格对比购房者实际与开发商签订的正式商品房买卖合同上的价格进行判断，只要价差大于或等于宣传的优惠幅度，一般即认定购房者已实际享受购房优惠。

超过备案价定价？

（三）争议情形

个案中偶有开发商对购房者与销售代理公司签订的《服务协议》等材料上约定的购房价格不予确认的情况，此时优惠价差是否仍然存在，实践中存在一些争议：

一种观点认为，无论包销机构有无合法授权、开发商对优惠前价格是否予以追认，鉴于购房者只能从独家包销的中介机构处购得涉案房源，应当顺应市场规律，认为购房者在签订《服务协议》时已接受了相应的价格，优惠价差事实上已经存在，若购房者已顺利购买房屋，无权再要求中介机构退还团购费。

另一种观点则认为，若开发商对《服务书》上的价格不予确认，主张其与购房者签订的正式合同上的价格为真实价格，则中介机构与业主签订的《认购书》载明的价格为虚假价格，优惠价差并不存在，因此团购费应予返还。

三、新规出台

浙江省住房和城乡建设厅印发《关于进一步规范商品房委托销售行为的通知》，自2020年12月1日起施行。

开发企业委托承销机构销售商品房，须签订书面委托合同，合同中应明确不得向购房人收取任何费用。

房地产承销机构对外销售的商品房价格，应当与该项目申报的“一房一价”一致，不得以任何形式拆分购房款，不得使用虚假或不规范的价格标识、标价方式误导消费者。

四、诉讼策略

是否存在价差？价差的合理性？

超过备案价

一方面可以向房管局等主管部门举报

另一方面追加开发商为被告，通过开发商与承销机构的合作合同进一步确认优惠是否取得开发商授权，在未取得开发商授权的情况下，从服务实际并未发生、居间人提供虚假情况的角度进行权利的主张

课题四：群体性诉讼中的诉讼标的识别——以两案为例

案例一：鲍某等 26 人诉某房产公司、叶某等确认合同无效纠纷案

一、基本案情

因公司经营期限即将届满，2018 年 6 月某房产公司委托拍卖公司将小区近 400 个停车位打包拍卖，拍卖须知要求：受让人应在满足小区业主需求的前提下合法处置车位，不得拒绝小区业主的购买请求。叶某等 4 业主竞买成功并与房产公司签订了车位转让协议。鲍某等 26 业主于 2018 年 11 月起诉，称有大量业主未购买车位，房产公司拍卖车位出售给叶某等业主损害了包括原告在内的业主权益，违反物权法第 74 条规定，请求判令确认房产公司与叶某等 4 业主间的车位转让协议无效。

二、本案的诉讼标的及其识别

车位转让协议 or 建筑物区分所有权中的共有权或成员权？

物权法第 70 条： 业主对建筑物内的住宅、经营性用房等专有部分享有所有权，对专有部分以外的共有部分享有共有和共同管理的权利。

物权法第 76 条：下列事项由业主共同决定：（七）有关共有和共同管理权利的其他重大事项。

原告的请求权基础：物权法第 74 条第 1 款： 建筑区划内，规划用于停放汽车的车位、车库应当首先满足业主的需要。

“应当首先满足业主的需要”：

《最高人民法院关于审理建筑物区分所有权纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》第五条 建设单位按照配置比例将车位、车库，以出售、附赠或者出租等方式处分给业主的，应当认定其行为符合物权法第 74 条第 1 款有关“应当首先满足业主的需要”的规定。

三、 本案诉讼标的识别后的初步结论

1. 案由错误。
2. 原告资格瑕疵。
3. 必要 or 普通共同诉讼。

案例二：陶某等 54 人诉某置业公司合同纠纷案

一、基本案情

某小区四期相对独立，四期道路未通至小区大门而单独设置出入口和出入道路。陶某等 54 名四区业主于 2019 年 10 月起诉，认为四区通往小区大门的道路、小区配套的网球场等设施未建设，而根据物权法第 73 条规定，建筑区划内的道路、绿地、其他公共场所、公用设施等属于业主共有。故原告对小区道路享有所有权，置业公司以开通道路需要征得其他业主同意为由，剥夺原告行路权，以致原告出行不便，且未依约定建设网球场等设施，已构成违约，故请求判令：1、请求行路权（即开通车道，使四期小区业主能够开车经过一、二、三期小区道路，并从该一、二、三期小区大门进出）；2、立即健全四期小区网球场等设施。

二、本案的诉讼标的及其识别

商品房买卖合同 or 建筑物区分所有权中的共有权、成员权 or 相邻关系？

物权法第 70 条：业主对建筑物内的住宅、经营性用房等专有部分享有所有权，对专有部分以外的共有部分享有共有和共同管理的权利。

物权法第 76 条：下列事项由业主共同决定：（七）有关共有和共同管理权利的其他重大事项。

物权法第 84 条：不动产的相邻权利人应当按照有利生产、方便生活、团结互助、公平合理的原则，正确处理相邻关系。

原告的请求权基础：物权法第 73 条、商品房买卖合同

三、 本案诉讼标的识别后的初步结论

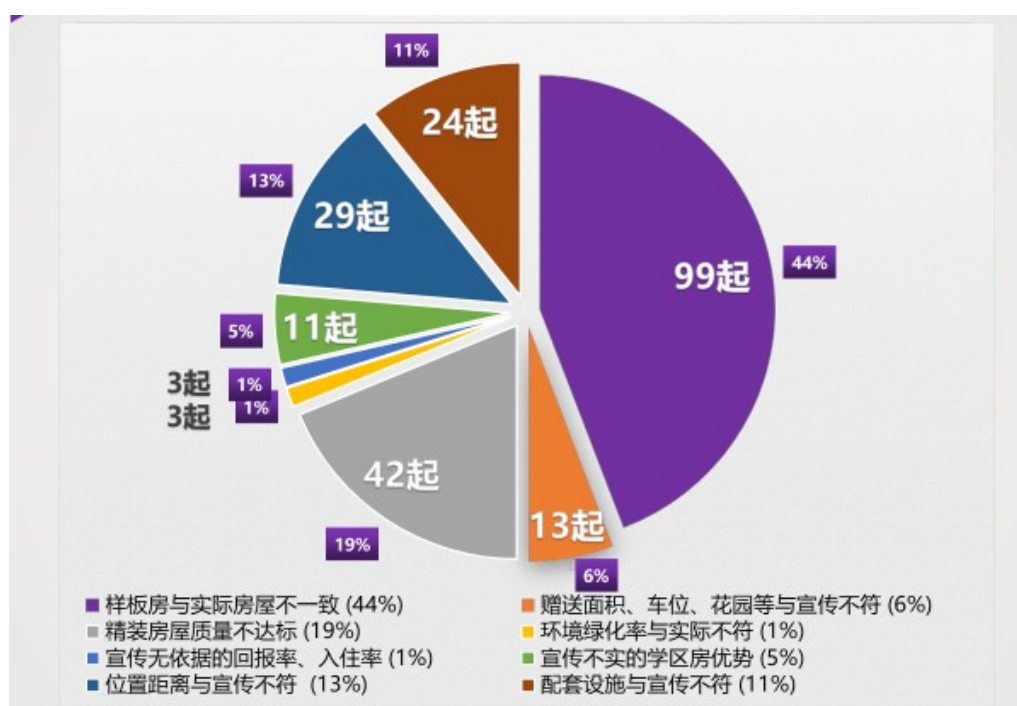
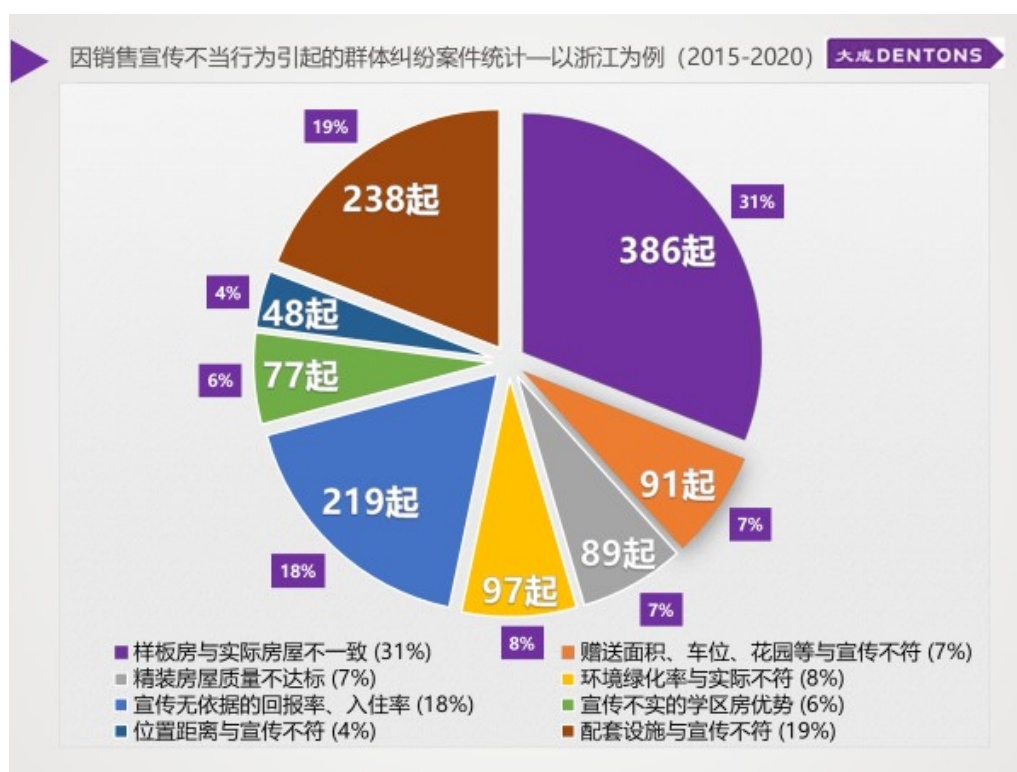
1. 两个诉讼请求分属不同诉讼标的。
2. 原告资格瑕疵。
3. 诉请与事实理由矛盾。

课题五：销售宣传的合规管理与群诉纠纷的预防化解

一、因开发商销售宣传不当引起的群体性纠纷的一般类型

1. 赠送面积、车位、花园等与宣传不符
2. 样板房与实际交付不一致
3. 精装房屋质量不达标
4. 环境绿化率与实际不符
5. 配套设施与宣传不符
6. 位置距离与宣传不符
7. 宣传不实的学区房优势

8. 宣传无依据的回报率、入住率



二、群体性纠纷产生的原因

1. 开发商由于期房销售导致宣传与交付存在差距

虚假宣传

不当宣传

2. 购房者心理预期的落差与维权意识的增强

3. 开发商对于矛盾隐患不重视化解导致纠纷激增

三、杭州地区群体性纠纷主要类型案例介绍

（一）样板房与实际交付不一致案例

孟凡丽因与凯德新运房地产开发有限公司房屋买卖合同纠纷

杭州市中级人民法院（2016）浙01民终7747号

法院观点：根据《商品房销售管理办法》第三十一条的约定：“房地产开发企业销售商品房时设置样板房的，应当说明实际交付的商品房质量、设备及装修与样板房是否一致，未作说明的，实际交付的商品房应当与样板房一致”。本案中，凯德新运公司并未提供证据证明在孟凡丽参观样板房以及在双方缔约过程中向孟凡丽表明样板房只是参考，对此，凯德新运公司辩称不能以样板房作为交付标准的抗辩原审法院不予采纳。

（二）购房赠送花园案例

郑招伟、鲁杰英与保亿置业（杭州）有限公司商品房预售合同纠纷案

杭州市中级人民法院（2017）浙01民终3652号

法院观点：所涉花园系购房赠送，案涉楼书对此并无明确具体的表述、承诺内容，且在文本底页及其他文件注明有“不作为合同要约”等说明，依照《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》第三条的规定，无法认定为要约，即案涉楼书不具有合同的法律效力；原告据此主张权利缺乏事实及法律依据，本院不予支持。

（三）配套设施、绿化景观与宣传不符案例

乔桂花与杭州保利建霖房地产开发有限公司商品房预售合同纠纷

杭州市江干区人民法院 (2015)杭江笕民初字第 464 号

法院观点：本案中，市政配套设施并不在被告开发规划范围内，宣传彩页及原被告签署的《浙江省商品房买卖合同》和《合同补充协议》均明确宣传资料为要约邀请，市政配套设施不属于合同内容，原告在签署合同时应当知晓上述内容及法律后果。其次，原告有无违背真实意思表示订立合同。小学教育和地铁交通为公共设施且相关信息具有公开性，学区规划和线路规划并非被告所能决定。从宣传彩页的内容看，关于学校和地铁的介绍不符合法律规定的要约两项条件即内容具体确定和表明经原告同意，被告即受该意思表示的约束。除宣传彩页外被告并没有辅助以明确的公建指标的说明。宣传彩页针对的是不特定的对象，仅凭宣传彩页不足以认定原告因此陷入错误的认识，而对商品房买卖合同的订立有重大影响。综上，原告主张受到被告欺诈，要求撤销商品房买卖合同，缺乏事实依据。

郦颖与杭州三盛房地产有限公司房屋买卖合同纠纷一审民事判决书

杭州市西湖区人民法院 (2018)浙 0106 民初 7537 号

法院观点：被告在销售颐景园一期、二期的楼书中宣传建造网球场，该楼书内容就商品房开发规划范围内的房屋及相关设施所作的说明和允诺具体确定，并对商品房买卖合同的订立以及房屋价格的确定有重大影响，应当作为合同内容。被告未实际建设网球场，其行为已经构成违约，应当承担相应违约责任。

(四) 小结：案例启示

销售宣传广告：要约 & 要约邀请

- 1、对房屋及相关设施所作的说明和允诺必须具体确定
- 2、对商品房买卖合同的订立以及房屋价格的确定有重大影响

《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》第三条：“商品房的销售广告和宣传资料为要约邀请，但是出卖人就

商品房开发规划范围内的房屋及相关设施所作的说明和允诺具体确定，并对商品房买卖合同的订立以及房屋价格的确定有重大影响的，应当视为要约。该说明和允诺即使未载入商品房买卖合同，亦应当视为合同内容，当事人违反的，应当承担违约责任”。

四、开发商应加强合规管理预防化解纠纷

一、宣传广告内容的合规审查工作

开发商须对广告宣传的措词进行审查，尽量做到如实陈述并能兼具宣传作用，避免发生纠纷时宣传材料被认定为要约，是购房合同内容组成部分，避免因违规广告被行政处罚。

(1) 审查是否存在违反《房地产广告发布规定》项下针对房地产广告发布行为禁止性规定的情形；

(2) 审查是否存在《广告法》项下针对一般广告发布行为禁止性规定的情形；

(3) 审查是否存在被认定为要约的情形。

A 以样板房销售宣传情形

在使用样板房作宣传时，应当对样板房中硬装和软装的配置标准，以及豪华的家具家电或各类生活用品等未包含在交付标准范围内的物品进行特别说明，使购房者能够充分理解样板房与实际交付房屋的差别，以免造成误导。

应在样板房处张贴或对购房者说明样板房只作为参考，以实际交付房屋为准，并留存已说明的相关证据。

在签订正式购房合同时明确“样板房不视为合同要约的组成部分，最终以双方签订的买卖合同为准”。

B 配套设施、绿化景观等宣传情形

对处于规划范围内的配套设施等不作明确宣传，即具体的说明与允诺。

宣传周边交通、商业、文化教育设施及其他市政条件，须做注明并出示相关政府规划文件。

向有关部门了解区域规划，按照实际情况进行说明，并在宣传资料中充分提示购房者可能存在变动的风险。

C 购房赠送面积、车位、花园等情形

在宣传资料上载有类似“本宣传资料所有图片、文字以及数据仅供参考，一切均以政府有关部门最终批准的文件及双方签订的商品房买卖合同为准”的文字，明确宣传材料作为要约邀请。

对“赠送面积”的类别、部位、空间、尺寸宣传时用语尽量避免明确、具体，切忌夸大宣传和虚假承诺。

在签订正式合同时明确“宣传资料不视为合同要约的组成部分，最终以双方签订的买卖合同为准”，对购房者进行充分提示。

二、购房合同内容的审查工作

开发商对于《商品房预售（现售）合同》的《补充协议》或者补充条款，以及楼书、广告等内容的合规审查，建议由专业律师介入，明确和规范相关条款内容。

“出卖人展示的沙盘、模型、样板间、宣传资料及宣传广告等仅作推广示意，不构成任何要约，一切以本合同约定为准，本合同未约定的以交付实体为准”。

“出卖人对该商品房所在项目发布的广告、各类宣传资料、模型，以及出卖人委托代理人（销售员）所述的口头介绍等内容，双方应当以本合同附件形式作出约定，未做约定的，以工程竣工并通过验收（或备案）的工程实体和实景为准”等。

【楼书、宣传广告等规范提示语举例】

1. 售楼书：本售楼书为要约邀请，并不视为商品房买卖合同的内容或交房标准和条件，最终以商品房买卖合同的约定为准。

2. 报纸广告、户外广告牌、海报：本广告仅为要约邀请，买卖双方的权利义务以最终签署的商品房买卖合同为准。

3. 沙盘/模型：“本沙盘/模型因制作比例和材质所限，与实景可能存在一定差异，不作为交房标准。”

4. 应在显著位置对户型模型设置提示语：“本模型仅为户型结构示意，相同户型单位因楼栋、楼层、单元不同，局部结构、面积等可能有所不同。”

5. 效果图：非实景图，仅为效果图。

6. 户型图：本户型图所标尺寸仅供参考，交房尺寸以最终签署的商品房买卖合同的约定为准；相同户型单位因楼栋、楼层、单元等差别，局部结构、面积等可能不同。

7. 介绍项目周边信息的文字：“本页中对项目周围环境、交通及其它公共设施的介绍，旨在提供相关信息，不视为本公司对此作出了承诺。”另外，对于项目周边道路交通状况、文体商业服务设施介绍等，应温馨提示：“以上资料为截止于×年×月×日的项目周边情况”。

8. 对政府规划中待建的项目如地铁、轻轨、公园、公交线路等的介绍，应提示“以上信息来源于……”。

9. 现场销售人员在引领客户和对项目进行现场解说时可设置如下提示内容：“本公司要求工作人员热情、详细地向客户介绍楼盘信息，但由于口头传递信息的不确定性，还请广大客户阅读本公司提供的正式文字资料，且买卖双方的权利义务以最终签署的商品房买卖合同为准。”

三、销售过程中销售行为的合规审查工作

房地产的销售作为房地产开发的重要环节，在销售过程中，除了最基本的取得销售资格、销售价格合规外，销售人员的销售行为合规也不容忽视。

- (1) 对销售人员进行培训，销售人员应牢记统一的宣传用语；
- (2) 检查销售人员接待客户介绍时是否存在夸大或者不实宣传；
- (3) 及时处理和应对客户对销售人员的投诉，化解矛盾。

四、建立部门审查和风险内控机制

房地产销售是开发商回笼资金的重要一环，销售不仅仅是销售部门的职责，需要前期、工程、客服、法务等各部门的配合和支持，建立部门审查和风险内控机制非常必要。

(1) 制作形成对外销售统一的宣传用语时，需要对规划、设计、施工各环节的实际落实情况进行汇总和审查；

(2) 各部门对于发现的情况要及时汇报，讨论形成解决方案，避免各部门之间的脱节，导致购房者产生误解和纠纷。

五、售后服务的合规审查工作

房地产客服部分是开发商在销售过程中起到非常重要作用，可以起到缓冲矛盾、化解矛盾，售后服务的合规应引起重视。

(1) 树立真诚善意、服务至上理念。真诚的态度能促进与购房者形成的良好互动，微笑服务、耐心聆听，多数问题会在充分的互动交流中迎刃而解。

(2) 规范工作服务，增强有效沟通，避免不实信息传播。客服部应了解购房者的需求和动态，答疑解惑，在保持信息对称和充分沟通的情况下，减少不实信息的传播，特别是自媒体网络传播，增强开发商与购房者之间的相互信任与理解。

(3) 及时受理各种投诉，有效化解矛盾纠纷。对于比较棘手或者难缠客

户，应及时汇报，与其他部门协同，提出解决方案。

特别鸣谢：

浙江金道律师事务所律师苏小为

浙江浙元律师事务所律师石钢

省律协房地产专业委员会委员郭恒

省律协房地产专业委员会委员桑晓伟

宁波律协建筑与房地产专业委员会

2020年12月6日