

### 消费指南

# 签购房合同补充协议须小心



消费者购房所签合同,部分开发商往往在补充协议里暗藏陷阱。专业人士表示,部分房地产企业在商品房买卖合同中新增的补充协议,根本未向工商部门备案。其中,多有免除自身责任、加重购房人责任,或排除购房人合法权利等内容,普遍存在以下几种情况:

#### 一、补充协议效力大于合同条款

**补充协议原文:**若本补充协议与本合同有关规定有抵触,则以本补充协议规定为准。

**点评:**有关法规规定,合同格式条款是指合同文本提供方重复使用而预先拟定,并在订立合同时未与消费者协商的条款。对格式条款

的理解发生争议的,应当按照通常理解予以解释;有两种以上解释的,应当作出有利于提供格式条款一方的解释;格式条款和非格式条款不一致的,应当采用非格式条款。

据此,就商品房买卖合同而言,其效力从大到小的顺序依次为:现场签约条款第一;标准合同条款第二;开发商单方提供的补充协议以及填充条款第三。

**结论:**补充协议所设格式条款,效力大于非格式条款(标准合同示范文本),违背了法律法规相关规定。

#### 二、购房总价成违约金基数

**补充协议原文:**任何一方在本合同签订后单方面终止合同,应承

担终止合同违约金,比例为合同总价款的20%。

**点评:**有关法规解释,当事人约定违约金,标准应以违约造成的实际损失计费,最高比例30%。很明显,消费者单方面终止买房合同,开发商损失再怎么大也不超过总房价,因为房产始终摆在那里。

**结论:**补充协议看似对买卖双方有利,实则是单方面加大了消费者违约责任。

#### 三、限定买家商品房用途

**补充协议原文:**该商品房仅为住宅用途。

**点评:**有关法规规定,财产所有权是指所有人依法对自己的财

产享有占有、使用、收益和处置的权利。业主享有房屋的所有权,享有对该房屋占有、使用、收益和处置的权利。换言之,只要业主对房屋处置不违法,他人就无权干涉。

**结论:**补充协议剥夺了消费者应享有的权利。

#### 相关链接:

##### “填充条款”也须小心

除补充协议外,商品房买卖合同正式文本中的填充条款,消费者也须提防。

据介绍,商品房交易目前一般统一使用由该市国土房管局印制、该市工商局监制的标准合同。该合同中,有部分空格供买卖双方签约时现场商定,而部分开发商却先行拟定条款填充其中,“掠夺”购房人合法权利。

具体操作手法是,标准合同原有多个选项,供消费者选择,但开发商却事先选择其中一个为自己减轻或免责的选项。如消费者接房的装饰条件,开发商交房时达不到此要求,有几种解决方式:开发商双倍赔偿消费者装饰价差;开发商无条件返工,达到消费者要求等。有“精明”的开发商不与消费者协商,先行在合同中填充了第二个选项。(白悦)

### 购房小知识

#### 如何选择开发商

目前,不少房地产公司虽然挂的是国有或合资的大牌,但实际上是个人所有或个人承包,完全靠购房者预付的购房款完成楼宇开发。购房者在购房前要查清开发商的背景、主管部门、注册资金及建设部门颁发的房地产开发商资格证书等情况。最好是选已经成功开发过楼盘、资金实力雄厚、有良好声誉的大房地产公司开发的项目。(吴亮)

#### 阳台面积怎样算

关于阳台是否算作建筑面积及怎样计算,有下列规定:封闭式阳台,按其外围水平投影面积计算建筑面积;挑阳台(底阳台)按其底板水平投影面积的一半计算建筑面积;凹阳台按其净面积(含挡板墙墙体面积)的一半计算建筑面积。(李浩)



## LYDU 绿都

城市仰望 公园之上  
Park residential Frenchstyle life

# 信誉品牌 春暖“3·15”

### 2011信赖绿都 选择塞纳

绿都地产集团,源于中国500强宇通品牌精工理念,始终践行提升人居质量,途经郑州、洛阳、新乡、开封、南阳、濮阳、许昌、平顶山、江西南昌……

秉持为城市精英打造高品质宜居城邦的企业理念,完美一座城,

2010年,城市后街区郑州绿都城、36万m<sup>2</sup>法式水岸风情社区新乡塞纳春天完美呈现

塞纳春天,洛阳法式双公园国际社区,代言洛阳法式大美生活

一期面世即劲销全城,公园传奇弥漫洛阳,

2011年,绿都品质提升年全面开启!

Park residential Frenchstyle life

102m<sup>2</sup>优雅两房、137m<sup>2</sup>舒适三房、157m<sup>2</sup>尊贵三房  
感恩加推,恭迎甄选!



### 绿都塞纳春天

城市仰望 公园之上

0379-68628888 项目营销中心:洛阳市厚载门街与香山路交会处售楼广场  
临时接待中心:洛阳市辽宁路与丽新路交会处东100米路北

开发商:绿都地产集团/洛阳绿都置业有限公司·项目策划:深圳鑫中建·项目景观:深圳柏涛·品牌运营:大智传播

预推户型:高层面积段第Y11-004号 形象/一切文字图片仅供参考

