

延期交付? 合同套路深? 房企正着力打造交付体系

多措并举保交楼

购房人合法权益获保障

住房承载着人民群众对美好生活的向往,是消费者最为关注的重点民生消费需求之一。商品房消费领域的问题尽管经过多年整顿,消费乱象仍层出不穷:延迟交房、房屋质量出问题、合同条款不公平、捆绑销售车位、虚假宣传等,各种买房套路防不胜防。根据中国消费者协会公布的2022年全国消协组织受理投诉情况分析,2022年全国房屋及建材类投诉达35513件,约占商品大类投诉的6%。房企的交付力已成为购房消费者的决策重点,为此,优质房企正着力打造相关的交付体系。

数说行业

根据中国消费者协会公布的2022年全国消协组织受理投诉情况分析,2022年全国房屋及建材类投诉达35513件,约占商品大类投诉的6%。

上海易居房地产研究院认为,当前全国现房销售规模占比约为14%,预计到2028年全国现房销售规模占比有望达到20%,这也意味着后续购房市场中,5套住房有1套是属于现房的。

行家支招

把关项目进度、资金流向,房企责任制需强化

广东省城乡规划局住房政策研究中心首席研究员李宇嘉认为,防范烂尾楼或者延迟交房,预售门槛和预售资金监管也至关重要。这就需要住建部门和金融监管部门加强配合,一个管进度,一个管资金拨付,二者要齐心协力,各司其职,分工明确地对这个资金进行监管。其中,住建部门一定要把项目的进度,实际进度;银行一定要对这个资金的流向进行监管,是否真正流向支付工程款、材料款等。

易居研究院智库中心研究总监严跃进指出,从内部控制的角度看,责任制度确实需要强化。“例如开发商在营销时,一些虚假宣传问题会推脱是营销人员说的;建筑问题也会有多方责任人。无论营销还是建造,开发商的责任都需要得到进一步的强化,只有这样购房中的各个环节才会逐渐规范。”

消费痛点

延期交房,强行捆绑销售

2022年不少购房者遭遇延迟交房或者不符合条件强行交房的情况。部分开发商在合同约定交房日到来时,楼盘尚未全部完工且不具备交付条件情况下,为逃避违约责任强行交房。

2020年8月,周女士看中了佛山顺德大良的一套公寓,与开发商北京鸿坤地产旗下的广东银桐科技投资管理有限公司签订了《商品房预售合同》,以共58万余元的价格购买了其开发鸿坤创智天地(鸿坤财智大厦)的1号楼LOFT公寓单位。合同约定的交付日期是2021年12月30日前交付毛坯房,当时销售人员承诺送的精装修交付时间是2022年8月30日前。到了2022年11月15日,由于严重逾期交房,周女士故与开发商进行协商,希望开发商承担违约责任,退房退款,并赔偿利息与违约金。开发商向周女士表示,可以申请退房,但没有任何赔偿……

而根据中消协案例,2022年5月,消费者龙先生在曾都区某楼盘购买了一套房屋,合同约定2021年12月精装修交房,由于疫情原因,项目延期三个月交房,也就是2022年3月31日交房。但2022年3月,开发商又在小区停车场入口贴了公告,要求业主先行认购小区车位,若不订购车位就以现状(毛坯)交付。对于此案例,中国消费者协会指出,消费者有权拒绝经

营者的强制交易行为。

交付时各种质量问题浮现

交付问题是2022年购房消费的重中之重。收楼时,有购房者遇上墙面开裂、地面空鼓等“显性”质量问题,也有的遇上卫生间渗漏、地暖破裂等后继使用后才能暴露发现的“隐性”问题。

在佛山市消委会的2022年十大典型案例中,便警示了房屋保修期内发生的质量问题。陈女士与某房地产公司签订了房屋买卖合同,查验房屋时,发现墙面多处空鼓、渗水,并且门窗出现松动迹象,要求公司尽快修复。陈女士再次上门验收时,发现质量问题仍存在,公司承诺继续修复。数月后,陈女士被告知房屋已经修复完毕但忘记通知。陈女士认为房屋因修复时间过长导致空置,要求公司赔偿修复期间的租金损失,但公司拒绝了陈女士的要求。

佛山市消委会经调查后认为,该公司的房屋出现诸多质量瑕疵,具有修复义务,修复完后应当及时通知陈女士验收。但该公司修复时间超过半年,明显超过质量瑕疵通常的修复时间,导致陈女士无法正常使用房屋,公司应承担一定的赔偿责任。最终法院结合陈女士提供的微信聊天各个沟通时间节点及其他证据,判决公司赔偿陈女士在修复期间无法正

常使用房屋的损失。

要求购房者签下不公平条款

近年,不少消费者反映,在商品房买卖、租赁、装修、物业等相关领域都存在买卖合同以及协议内出现不公平格式条款。例如合同内条款指出,开发商对于样板房、宣传资料的内容不作为交楼依据。类似的条款包括:“买受人在签订本合同时,经现场查看、查阅相关文件手续等方式已作全面细致了解,出卖人不存在虚假、误导性陈述,买受人自愿购买该物业。买受人在现场看到的样板房、宣传资料、楼盘广告等仅作为要约邀请,不作为出卖人向买受人交付房屋的合同依据,概以本合同内容为准。”

对此,中消协律师团的法律分析指出,消费者在售楼处选购商品房时,开发商精心制作的销售手册、楼盘模型、样板房等销售广告和宣传资料会对消费者的购买决策产生重大影响,开发商在销售广告和宣传资料中对商品房及其附属设施作出说明和允诺,吸引消费者签约购买。根据法律规定,商业广告和宣传的内容符合要约条件的,构成要约,开发商无权单方在合同中规定广告和宣传资料等不构成合同内容。当售房广告和宣传资料构成要约的,即使未写入合同,开发商也应履行相关义务,如未按约履行,则构成违约。

扎实推进保交楼工作

去年以来,部分城市的项目交付风险加剧,非正常停工停贷严重影响了局部地区的销售去化复苏。“保交楼”逐步成为政策底线,政府、房企、金融机构三方正合力有序推进“保交付”专项工作。

今年以来,一系列围绕“保交楼、保民生、保稳定”的举措正加速推进,包括新增1500亿元保交楼专项借款投放、设立2000亿元保交楼贷款支持计划、加大保交楼专项借款配套融资力度、强

化保交楼司法保障等,并通过优化政策激活合理需求,加大保交楼力度。

3月7日,住房和城乡建设部部长倪虹表示:“保交楼的工作也在扎实推进,切实保障了购房人的合法权益,房企合理性融资也得到了改善。应该说市场主体信心正在恢复。”

在“保交楼”的大政策背景下,未来交付力或成为房企的重要硬实力之一,部分房企着力搭建“交付体系”。据中银证券监测,在已经搭建交付体系的房企中,按体系的完整性和环节的偏重性可以分成三类:一是在集团层面搭建了全周期交付体系,并在品牌上形成了强交付力形象。例如龙湖2022年推出全新“龙湖智慧交付”体系,以新交心,贯穿产品品质、产品颜值、智慧科技、“一个龙湖”生态体系、交付体验、宜居空间、温度服务、常往常新、龙民尊享九大维度,全生命周期陪伴,跨越空间链接“一个龙湖”的多维场景服务。二是交付体系重点聚焦前端建造施工环节,高标准、强品质。如中南建设打造“美好立方”服务体系进行工艺工法展示,实现从产品建造流程、材质选择、规范管理、服务落地到社区全触点展

示。三是交付体系重点优化客户交付体验,搭建全流程服务体系。例如万科在“客户愿意埋单”的好服务行动基础上,在集团范围内开启“5+3+2”共10项好服务行动,新增交付服务升级、设交付标准样板间、交房及交证、线上签约服务四项行动,以提升万科的产品和服务质量。

现房销售改革提速

此外,现房销售改革提速,已从“鼓励”升级为“试点”。今年1月17日召开的“全国住房和城乡建设工作会议”曾明确,有条件的可以进行现房销售,继续实行预售的,必须把资金监管责任落位,防止资金抽逃,不能出现新的交楼风险。2023年2月7日,河南省住房和城乡建设工作会议明确,今年将进一步规范商品房预售资金监管,逐步提高预售门槛,以郑州、开封为试点,积极探索预售制度改革和现房销售。上海易居房地产研究院认为,当前全国现房销售规模占比约为14%,预计到2028年全国现房销售规模占比有望达到20%,这也意味着后续购房市场中,5套住房有1套是属于现房的。

