



置业提醒

楼盘打折出货遭投诉？律师认为——

如属正常价格波动，买家申请赔偿不合理

文/图 羊城晚报记者 陈玉霞

楼盘的价格问题，一直是市场特别是意向购房者关注的焦点之一。在“3·15”这个“档期”，有关楼盘价格打折之事，更成为热议话题。广州房地产市场内，也有不少楼盘通过多种方式让利卖楼，其中，部分楼盘因打折幅度较大受到旧业主投诉，有些人要求退回差价或退房，有些人则希望得到一些补偿。

购房者或普通看客对楼价打折有不同理解和相关行为，楼价变化其实也有不少“门道”。律师提醒，买家需对楼价波动行为区分看待，盲目跟风要求赔偿的行为不可取。

楼价降了？背后有多种原因

在售楼部登记过的看楼者，此后往往都能接到很多房产推介电话，一会说“您看中的单位可省几万了”，一会说“楼盘推出限时优惠”，不一而足。那是不是真的如销售人员所说，房子降价了？不一定。

例如，看楼者看上的20层的01单位，总价200万元，但销售人员报出的“可省几万”的单位，可能是5层以下的低层单位；再例如，销售人员说楼盘降价了，实际上可能说的是推出了一些户型朝向相对较差的特价单位。也就是说，如果购房者真要对比是否降价，那得关注其取价问题：只有同一套单位或同一类单位的前后价格对比才有参考价值。

二手房市场数据呈现出来的价格波动，一样要细看。例如，某个楼盘上个月均价5万元/平

方米，而这个月均价为4万元/平方米，是否意味着该盘的二手房降价了？不一定。上个月，该盘可能成交了多套价格4万-6万元/平方米的二手房，但在这个月，可能只成交了一两套价格4万元/平方米的二手房。因此，看二手房均价的涨跌，不能仅看统计数据，更需看具体成交的房源信息。与一手房不同，二手房源的成交带有更强的个案性，想要跟踪它们的价格变化，同样还需尽量对比同一套或至少是同一类房源的价格。

在楼价存在数字游戏的同时，广州楼市里当然也存在不少真正促销让利的房子。面对产品同质化、供应充足而导致的较为激烈的市场竞争，楼盘的让利打折，是为了促进楼盘销量，增加资金回笼。价格的变化，一般由供求关系决定。



▲ 打折促销在广州楼市中很常见 资料图

楼盘大促被指扰乱市场？官方回复“属于市场行为”

楼价波动，会影响到已入市者和即将入市的买家的心理，特别是那些在价格较高时买入，短期后又遭遇楼盘打折大促的买家。

近日，市民黄女士爆料称，黄埔区黄陂板块有楼盘推出特惠单位，最低价格相当于打了8.5折。例如一套面积约99平方米的单位，原总价410万-450万元，特惠价最低为370多万元，折算下来均价约3.6万元/平方米，比去年年底的4万多元/平方米要低不少。黄女士介绍，以4万元/平方米购房的买家已纷纷表示不满，希望退回差价。

实际上，此类事件这两年并不少见，相关主管部门也进行了回复。

例如，去年10月，深圳市龙华区一个楼盘的老业主在领导留言板留言称，楼盘以假工抵房名义变相打折卖房，每套单位售价低了60万元，他表示老业主心理上无法承受。

深圳市市场监督管理局龙华分局、龙华区住房和城乡建设局对此表示，关于房屋打折销售的问题，根据《深圳市房地产市场管理办法》第十一条第三款的规定，房地产企业可以按照法律规定在销售时根据市场情况，自主对销售的房源进行折扣或者降价销售。关于双方约定的销售折扣问题，属于双方之间的民事行为，建议双方友好协商解决，若协商不成可遵循法律途径维护自身权益。

在广州南沙，也有楼盘业主在领导留言板上控诉开发商促销扰乱市场，导致前期购买业主损失近百万元，要求楼盘停止降价并补偿自己的损失。南沙区于今年2月份回复：房屋交易属于市场行为，房地产企业对于自身开发建设商品房享有自主定价权，房屋最终的销售价格由买卖双方双方在已备案的销售价格下自行约定。



市场供应量大 往往会引发楼盘间的价格竞争 资料图

购房者应理性看待楼盘打折的行为



简单的布景和地图几乎是楼市直播间的标配

“今天我们来重点讲讲梅花园板块，梅花园板块有三个较大的优势……”晚上8点，在视频网站哔哩哔哩的某个直播间里，一位广州房产博主正以楼市沙盘作为辅助，向直播间的观众们介绍河北板块的优劣势、在售项目、二手市场等基本信息，尽管实时在线观看人数仅有寥寥数百人，但时不时弹出的来自不同用户的提问弹幕，这种形式的内容在特定受众群体中有着不错的传播效果。

咨询机构艾瑞咨询于2023年6月发布的《2023年房地产行业洞察报告》显示，2022年3月至2023年3月，房地产市场消费者在看房渠道需求上呈现多样化态势，线上中介平台与售楼处渠道占比最大的同时，地产品牌官网、区域地产信息网站的占比增速最为明显，分别达80%和131%，线下地产中介占比最低。而根据百度大数据，2022-2023年度，房地产内容创作及互动热度持续提升，多个细分领域创作者热度增幅超200%。作为低频次决策行业，房地产领域的政策、楼盘信息、行业资讯等多元优质内容对消费者的决策影响较大。

从消费者视角来看，在大数据推送与海量信息的轰炸下，一位有置业想法的用户很容易就能找到与自己需求相似的内容。由于算法带来的精准触达，线下获客乃至传统的信息流广告、软文植入等线上获客方式，效率都难以和短视频、直播等新媒体形式相比。通过提供直播互动、社群分享等内容，一些具有一定质量的视频账号能够精准地聚集起本就具有需求的粉丝。站在粉丝角度来看，房地产领域的视频博主也能够帮自己解决具体需求，推荐合适产品，节约精力，在某种程度上也是互利共赢。

作为广州房地产领域的头部视频博主之一，跨专业从事视频博主行业的邝彬对团队的盈利模式并不讳言，实际上，他团队的近20个成员，均是从粉丝中招聘而来。与传统的房地产视频博主不同，脱胎于购房咨询网站的邝彬团队从不与开发商进行营销层面的合作，产出的内容仅服务于粉丝，通过内容完成引流后，才会针对有需求的客户提供对应的咨询和后续的带客服务。在提供服务前，中间的直播互动与内容产出实际上是跟粉丝建立信任的过程，对此他并不介意自己

文/图 羊城晚报记者 范晗越

直播成获客新渠道，消费者应谨慎作选择

优质内容成获客重要渠道

作为广州房地产领域的头部视频博主之一，跨专业从事视频博主行业的邝彬对团队的盈利模式并不讳言，实际上，他团队的近20个成员，均是从粉丝中招聘而来。与传统的房地产视频博主不同，脱胎于购房咨询网站的邝彬团队从不与开发商进行营销层面的合作，产出的内容仅服务于粉丝，通过内容完成引流后，才会针对有需求的客户提供对应的咨询和后续的带客服务。在提供服务前，中间的直播互动与内容产出实际上是跟粉丝建立信任的过程，对此他并不介意自己

入局者纷纷，专业度难辨

能很好地区分实际咨询价值。另一方面，一部分经验丰富的中介经纪人兼职运营的媒体账号，由于运营者缺乏专业的媒体素养或团队支持，所生产的内容吸引力不足。一位在白云区某中介门店从业10年的中介经纪人向记者表示，自己已经在运营视频号，也时不时开直播，但运营账号的仅有自己一位专职摄影，文案与选题策划能力都有欠缺，目前也在寻找解决方法。

律师提醒：可分两种情况看待

根据市场经济的法则，房屋价格的起伏波动，属于市场调节所导致，开发商无法预知，则业主主张补偿不合理。且在现实生活中，一个愿买，一个愿卖，根据诚实守信的原则，应当按照合同约定来履行合同，业主若因为房屋价格“大跳水”而索要补偿是不合理的。

不过，鉴于商品房并不是一般商品，属于特殊商品。在商品房预售制度下，商品房的销售需要接受行政机关的严格监管。如果房地产项目的售价违反了法律规定，其在自由决定小区房价时企图操控房地产市场、房屋售价明显与当时地段

的平均房价差别巨大，在此情况下，则开发商的调价行为涉嫌扰乱市场经济秩序，也即涉嫌违法，则其需承担对已购房的业主进行补偿的风险。

律师提醒，购房是普通老百姓人生大事，建议广大购房者在有购房意向时，审慎考虑购房的全方位细致问题，签署购房合同时认真审查合同条款，以规避法律风险。



购房者要学会在阳光家缘查阅楼盘预售情况 阳光家缘截图

邝彬工作室中张贴着受到客户认可的聊天记录



律师提示：内容是否客观，消费者应自行鉴别

广东格林律师事务所律师林莉表示，在房地产市场交易中，视频博主带货的操作在实践中与传统中介的居间行为其实是一致的，仅扮演介绍的角色，至于内容是否客观，购房者有义务鉴别。此外，消费者作为完全民事行为能力人，在签订购房合同前也有审查的义务，如果在后续交付中存在争议，应当根据购房合同约定，与开发商协商解决。