

擦亮双眼

楼盘广告营造的“美丽陷阱”

房产交易归根到底还是个买卖,相对于开发商而言,购房者是一个相对不够专业的群体,“闯进”误区,以及“掉进”陷阱的人不少。特别是设计精美的广告,所有的房子看上去都完美,但购房者务必要擦亮眼睛,小心广告语营造的“美丽陷阱”,提前规避不必要的置业烦恼。



陷阱一:均价

在购房者越来越精明的年代,“xx元起价”不再容易吸引人,相反常常带来的是引人反感。这时,均价xx元/平方米,就成为另一组在房地产广告中最常见的数字。

真相:与最低价一样,当购房者对均价怀着将信将疑的态度,去到楼盘的售楼部时,通常会发现,不难在价目表里找到“均价”所标示的单位。不过,这些单位却常常是该楼盘的最低价格,真正的均价往往还要在这个价格上加上不小的一个数目。

攻防提示:仅供参考,真正的购入价还需加上5%至10%。

陷阱二:分钟

“距某商业中心、学校、广场仅10分钟车程”“交通便捷,至市中心仅几分钟”……在房地产广告中,有一个奇怪的现象,就是两地的距离已经被“分钟”这个时间单位所代替,造就出一种近在咫尺的距离感觉。

真相:当买主们入住后,才发现上当。在这时,已经既成事实的住户才会恍然大悟“十分钟距离”的真正含义:在路上没有其他车辆和红绿灯的前提下,以超过150公里/小时的速度狂飙,即可在10分钟内到达“某商业中心”。

攻防提示:最可靠的做法是亲自走一走,坐一坐车,去体验一下。

陷阱三:绿化率

在房地产广告中,绿化率的后面,常常后缀着低至30%,高至60%,甚至200%的数字,使人很容易从这个简单的数字,想象到整个小区满目的绿色。

真相:绿化率=绿化面积/用地面积。这是一个颇为容易计算的数字。如果依此公式计算,在济宁的

所有楼盘当中,绿化率能达到30%就已经是很了不起了。不过开发商也有他们的变通之法:架空层绿化应当算入绿化面积内;顶层绿化亦应算入绿化面积内,水面面积亦可算入……

攻防提示:真正的绿化规划只会在真正的规划图上,购房时可要求开发商提供确认。

陷阱四:回报率

随着百姓手中的闲钱越来越多,投资回报率成为越来越多买家关心的内容。这样,在房地产广告,特别是商铺广告当中,超过10%的回报率,就不时出现。

真相:在投资市场中,回报率永远处于一个变化的状态,即使是最准确的市场分析家,亦无法保证在以后的几年内,商铺或住宅的投资一直保持高额的回报率。更不要说是长达10年,甚至20年的时间了。

攻防提示:城市规划、后期物业、地理位置等都要考虑。

陷阱五:送豪华精装

“购房免费赠送价值至少1500元/平方米的豪华装修。”白送装修,省钱更省心。

真相:事实上,发展商在销售过程中赠送的豪华装修,其建造成本早已经纳入楼价当中,绝对羊毛出在羊身上。而且,说是价值不菲的豪华装修,其真正成本就要大打折扣了。而在工程量巨大的影响下,质量也难保。

攻防提示:反正已算入楼价,如要购买,务必将所送装修之建材、电器、家具等的品牌、规格、等级、数量等详细写入合同附件。

陷阱六:送天台

“买顶楼送大面积私家天台。”白白多了天台

的几十,甚至几百平方米,用来种菜养花,真的不错。

真相:在房管部门的有关法规当中,早就对天台的所有权作出归属,明文指出天台是属于整栋楼宇的业主所共有。前不久,各地曝光的楼顶违规建筑的集中拆除就证明如此。

攻防提示:此项为无效承诺,千万不可受到发展商诱惑。

陷阱七:样板间

样板间的装修与布置,应该是商家营造出的“最美童话”,让每一位看楼者都有扮演童话主人公的冲动。

真相:其实,发展商不惜投入巨资装修样板间,还有许多不想让购房者看清的目的,将样板房的面积做得更大一些,使人觉得更实用;用各种美妙的装修掩饰在户型设计中的缺陷……

攻防提示:最好直接观看现房。如果不行,可携带卷尺,按平面图尺寸,直接量度样板房的真实。

陷阱八:沙盘

大家有没有发现,到了售楼处,美丽的售楼小姐都是先把你往沙盘那里领,最后才是参观样板间。发展商设立沙盘,为购房者展示了整个小区建设规划的全貌。

真相:沙盘是一个虚拟的模型,在展示规划的同时,亦潜伏着不少变化。例如,在现实中面积比例很小的绿地,在沙盘中的比例会在不知不觉放大;本来距离挺远的市政配套,在沙盘里会变得很近很近……

攻防提示:真正规划还要以规划图为准,可让发展商提供。

(据《济宁晚报》)