

房屋“约定内容”遭遇法律漏洞

产权人离世无法办理“约定转移”当事人诉讼得不到“期待利益”。

6版

假招工为骗服装费 10天敛财两万余元

广州警方提醒：农民工找工作谨防落入圈套。

6版

劳动争议处理机制存在四大问题

劳动监察执法乏力成为劳动争议难以有效遏制的重要原因。

7版

《侵权责任法》倾向保护消费者权益

新年伊始，在中国消费者维权视野里少不了要关注以下几个热点事件。

7版

Rights &amp; Interests

责任编辑：陈明  
新闻热线：(010)84151655  
E-mail:Quanyi2000@sina.com

是谁教会了孩子犯罪

——赣州章贡区警方破获少年特大盗车团伙

王健根 吴宏健

18名少不更事的孩子，通过网络聚结，在网上购买偷车工具、解码锁，通过视频传授偷车术，在网上发布销赃信息……懵懵懂懂地走向了犯罪之路。

3月初，江西省赣州市公安局章贡分局向当地检察机关移送了这起特大系列盗车团伙案，笔者记录下了其中一些不为人知的内幕。

连发盗车案

2009年7月至9月，江西赣州市章贡区连续发生偷车案件，章贡分局局长李洪午要求刑侦部门成立专案组进行侦查。民警从掌握的销赃点入手，奔赴赣州毗邻的广东、湖南展开调查。2009年9月17日，广州警方协查、布控缴获被盗轿车1辆；次日，湖南警方设卡抓获涉嫌收赃的犯罪嫌疑人彭某，起获被盗车辆一台。

根据嫌疑人交代，警方将特大盗车团伙头号人物钟某抓获之后，又有17名犯罪嫌疑人归案。案值缴破后，共追回13辆被盗车辆，挽回直接经济损失200余万元。而随着审讯工作的展开，犯罪嫌疑人的作案方式和手段，让办案民警深感吃惊。

网上聚集

这个犯罪团伙成员年龄主要集中在16岁至18岁，成员全是通过网络认识，只知道手机号码、QQ号码。偷车时，有人把风、有人开锁、有人解码、有人开车、有人销赃，动作连贯、配合默契。

办案民警罗菲介绍说：“该团伙和其他盗窃团伙的不同之处是，盗窃、销赃嫌疑人不是朋友、同学，都是网上聚结而成，彼此甚至连名字都不知道。因为犯罪嫌疑人彼此不熟悉，哪里人、叫什么名字也说不出，给警方的侦破工作增加了复杂性。

网上“学艺”

钟某，17岁，经常上网，他在网上登陆“黑车漫谈”认识了广东佛山梁某等人，并通过此论坛提供的相关信息购买了解码器、笔记本电脑，并通过链接视频观看了锁锁、解码技能的传授。从此，钟某在网上发展了偷、运、销“一条龙”的18人盗车团伙，侵害对象瞄准了高档轿车。

据钟某交待，在广州三元里的汽车配件城，可以买到盗窃任何车的作案工具。购买工具后，对方会给出一个网站地址，在链接的视频中传授偷车技能。

如今这个网站因为涉嫌传播非法内容被关闭，但钟某向警方介绍了其中的奥秘。“网站里有各种视频，教你怎样打开轿车的门锁、怎么解锁、如何点火等，每个视频在打开之前都有收费程序，一般300元到800元不等，付了钱才能得到密码进入程序。”钟某说。

“我们使用强开汽车钥匙，再利用解码器，最多只需要4分钟便能打开轿车的点火器，将汽车开走。”盗车团伙头号人物钟某交代。

网上销赃

据钟某交待：“网上‘黑车漫谈’内容非常丰富，不仅教我们开锁偷车，还一起探讨诸如‘如何逃脱警方打击、如何销毁证据’等问题，还发布‘黑’二手车信息，我们根据这些帖子了解‘市场需要，来偷车。’”

2009年8月下旬，钟某在网站论坛看到有人想要购买一台二手广本奥德赛，钟某便与同伙四处寻找。同年8月25日晚上，他们在赣州人民广场附近发现了一辆崭新的广本奥德赛，仅用3分钟将该车偷走。

在案卷中，一名只有17岁的犯罪嫌疑人王某引起办案民警罗菲注意。王某是一名高三学生，家住江西广昌县，因酷爱汽车，经常上网了解此类信息。一次点击“黑车论坛”时，见钟某发帖出售高档轿车，且价格非常便宜，王某和另3名同学觉得好玩，便帮助寻找买家打算赚取其中差价。之后，经王某牵线搭桥，他们将一辆被盗高档轿车转手，从中赚取6000元。

王某在案发后，认罪态度好，且积极配合警方将赃车追回。考虑到王某只有17岁，警方为其办理了取保候审。

据了解，涉嫌参与销赃的嫌疑人中，有多位是少年，他们在网站中发现这些“商机”，稀里糊涂开始销赃，当民警找上门后，才知道自己涉嫌犯罪，十分懊悔。

## 楼盘宣传资料是否应作为购房契约内容

# 44户业主改写商品房销售规则

孟亚生

在购买商品房过程中，人们经常接到一些印制精美的楼盘介绍，法律上称之为“楼书”。当你被一份“楼书”引诱到售楼处、与开发商签订购房合同后发生纠纷，“楼书”在这一系列的过程中充当的是何种角色，其是法律属性，本案作出了回答。

——编辑手记

在商品房销售市场中，一些开发商为了将楼盘卖个好价钱，在“楼书”广告宣传资料”(楼书)中往往作出不实宣传，房屋一旦交付，业主发现存在诸多虚假承诺。

当业主向开发商讨说法时，对方却以“楼书”不是房屋买卖合同的组成部分、“解释权归开发商”等理由为自己开脱。

南京购房者赵明等44名业主起诉要求开发商兑现“楼书”中的承诺、赔偿损失。

一审法院以“楼书”中承诺的设施是为全体业主服务、个别或部分业主无权就为全体业主提供服务的公共设施交付问题主张权利为由，驳回原告诉求。

一审败诉后，44名业主中的7位业主向江苏省高级法院提出上诉。

最近，江苏省高级法院对一审作出改判，判决开发商履行承诺，承担违约责任，赔偿业主损失。

据悉，这是江苏省高级法院首例判决“楼书”成为商品房买卖合同内容的案件。

虚假“楼书”

2004年“五一”节期间，一位售楼小姐向南京市赵明发送一份“天空之都”楼盘的彩页广告。

赵明来到“天空之都”售楼处，工作人员向他介绍，“天空之都”将由美国景观大师负责景观规划设计、大厦1楼建南京唯一一处高达9米的热带生态雨林水景大堂，16楼建公共餐厅、31楼设多媒体国际会议中心、37及38层建豪华超五星级俱乐部、顶层建直升飞机停机坪；业主购房后，开发商将送给每位业主6万元会所VIP储值卡，凭卡可在37、38层俱乐部享受贵宾服务。

赵明以疑问的口气向售楼处工作人员，上述承诺是否能够兑现，对方将一番“楼书”资料递给他：“我们讲的这些都写进了‘楼书’中，白纸黑字不会有假！”

当天，赵明与“天空之都”开发商签订了购房意向书。2004年5月14日，又与开发商签订了《商品房买卖契约》，约定2006年12月31日前开发商交付所购房屋。在此期间，赵明依约向开发商支付了全部购房款。

2007年初，赵明拿到新房钥匙发现，“楼书”的承诺与现实相差甚远：一楼的热带生态雨林水景大堂，一滴水没有；16楼餐厅、31楼多媒体国际会议中心空空荡荡；37、38层豪华超五星级俱乐部根本没影儿；送给业主6万元会所VIP储值卡成了一纸空文；楼顶耸立着许多柱子，连玩具直升飞机都放不下……

开发商认为：即使“楼书”上的内容构成要约，被告的行为也不构成违约。因为“楼书”中并未明确约定上述设施交付的时间和交付标准。当初双方契约中约定的交房日期是交

### 开发商的解释

赵明和多名业主拿着“楼书”向开发商质询，对方指着“楼书”最后一页一小字说：“‘楼书’已经明确载明‘仅供参考，一切以商品房买卖合同为准’，双方签订的购房合同中并没有水景大堂、国际会议中心、皇家俱乐部、停机坪等设施。”

业主们认为，“楼书”作为商品房介绍，放在售楼处现场供客户了解房屋品质，“楼书”的承诺应该是合同约定的一部分。开发商再次指着“楼书”上的小字说：“当初在发送‘楼书’时，我们在上面注明‘解释权归开发商’，现在我们的解释是，‘楼书’不是购房合同的一部分。”

### 争议焦点

2007年9月11日，赵明等44名业主将开发商诉至南京市中级法院，以开发商违约为由，向其索赔300余万元。

原告认为：依据最高人民法院《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3条规定：“开发商提供的广告楼书，约定明确，应当视为要约。即使该约定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。”开发商的行为适用上述规定。

被告辩称：“楼书”等宣传资料中关于热带生态雨林水景大堂等公共设施的描述属于要约邀请，并非要约，只有在特定的情况下才能构成要约及合同内容，即这种说明和允诺必须具体、明确，载明设施的规模、面积、设计方案和交付时间等。

同时，这些宣传资料必须对商品房买卖合同的订立产生重大影响，且这些设施对业主将来的工作、生活以及商品房的价格产生影响……符合上述要件，才能构成要约。本案中的“楼书”并不符合上述要求，且“楼书”中已告知交付的具体标准以购房合同为准。

赵明等原告认为：“楼书”载明该楼盘设有南京唯一一处高达9米的热带生态雨林水景大堂、16楼设公共餐厅、31楼设多媒体国际会议中心、37及38层建豪华超五星级俱乐部、顶层建直升飞机停机坪，均十分具体。

当时，“天空之都”周边楼盘每平米价格7000多元，而被告的楼盘却卖到万元以上，“楼书”承诺的上述内容对房屋价格起到了关键作用，开发商利用“楼书”的虚假内容抬高售价。

开发商认为：即使“楼书”上的内容构成要约，被告的行为也不构成违约。因为“楼书”中并未明确约定上述设施交付的时间和交付标准。当初双方契约中约定的交房日期是交

付业主购买的商品房时间，并不包含原告所主张的公共设施。

原告表示：商品房买卖合同中约定的交房日期应包括公共设施交付的日期，被告交付商品房时应该连同公共设施一起交付给业主。

### 一审判决

南京市中级法院认为：原告要求被告按“楼书”宣传资料中的描述向其交付的公共设施，是为全体业主服务的，即使被告“楼书”对上述公共设施的描述构成要约，但在该楼盘800多户全体业主或多数业主未形成一致意见的情况下，原告44名业主作为部分业主起诉，不具备主体资格。

2008年11月21日，南京市中级法院一审驳回原告的诉求。

### 二审改判

一审判决后，大部分业主表示放弃上诉。赵明坚持认为：一审判决认定事实不清。本案是一起合同违约诉讼，“楼书”是否属购房合同的一部分，法院应对此作出认定，一审法院只作出了“即使构成要约”的含糊解释。

一审法院审理程序错误。《民事诉讼法》第55条规定：“诉讼标的是同一种类、当事人一方人数众多在起诉时人数尚未确定的，人民法院可以发出公告，说明案件情况和诉讼请求，通知权利人在一定期间向人民法院登

记。”而一审法院并未进行公告，却在判决书中称原告44名业主“不能代表所有业主”，但又没有说明谁能代表所有业主。

赵明等7名一审原告就本案向江苏省高级法院提起上诉。

2009年7月29日，江苏省高级法院开庭审理此案。

开发商认为：赵明等44人作为与开发商签订买卖合同一方，是与本案有直接利害关系的公民及法人，符合起诉条件。虽然本案起诉人数众多，但诉讼标的相同，各当事人之间存在共同的权利义务关系，属于共同诉讼，符合法律规定共同诉讼条件，故本案原告主体适格。一审法院认定上诉人主体不适格没有法律依据，应予以纠正。

终审法院认为：开发商对一些具体公共设施有明确的说明，描述是具体确定的，且上诉人就是基于这些配套设施和设计，才愿意购买涉案商品房，由此可以认为，“楼书”中的这些描述对于上诉人决定是否订立商品房买卖合同有重大影响。因此，“楼书”应该成为购房合同内容。

“楼书”中虽然有“以商品房买卖合同为准”字样，但是印在封底位置，字体很小，和其他内容相比不易被阅读者查看，且该文字是对提供“楼书”的开发商一方的义务限制。因此，不能仅以该段文字作为开发商能免除义务的依据。

本案是商品房买卖合同纠纷，所涉法律

关系是合同法律关系，上诉人要求开发商承担责任的基础是双方签订的商品房买卖合同，其请求权基础在于双方合同中对开发商所交付的商品房的具体约定。上诉人主张的权利基于合同中的约定，而不是上诉人分别作为商品房的所有人所享有的物权，因此本案应是违约之诉。

赵明等44人作为与开发商签订买卖合同一方，是与本案有直接利害关系的公民及法人，符合起诉条件。虽然本案起诉人数众多，但诉讼标的相同，各当事人之间存在共同的权利义务关系，属于共同诉讼，符合法律规定共同诉讼条件，故本案原告主体适格。一审法院认定上诉人主体不适格没有法律依据，应予以纠正。

终审法院认为：开发商对一些具体公共设施有明确的说明，描述是具体确定的，且上诉人就是基于这些配套设施和设计，才愿意购买涉案商品房，由此可以认为，“楼书”中的这些描述对于上诉人决定是否订立商品房买卖合同有重大影响。因此，“楼书”应该成为购房合同内容。

“楼书”中虽然有“以商品房买卖合同为准”字样，但是印在封底位置，字体很小，和其他内容相比不易被阅读者查看，且该文字是对提供“楼书”的开发商一方的义务限制。因此，不能仅以该段文字作为开发商能免除义务的依据。

本案是商品房买卖合同纠纷，所涉法律



沈阳：视频法律援助  
系统开通 法律咨询网上谈

辽宁沈阳市沈河区新北站街道惠工社区居民在通过网络视频进行法律咨询。当日，辽宁沈阳市沈河区司法局在辖区各司法所开通视频法律援助系统，社区居民只要到

附近街道司法所就可以通过网络视频与社区居民在通过网络视频与社区居民面对面的进行免费法律问题咨询。

蔡冰 摄

### 以案说法

## 购房中的“要约”与“要约邀请”

孟亚生

本案中，赵明等人认为，开发商的“楼书”是要约，属合同的一部分，而开发商却认为是要约邀请，对其没有法律约束。那么，要约与要约邀请有何区别？

根据我国《合同法》规定，要约与要约邀请主要区别在于，要约是对特定人发出的、希望订立合同的意思表示，发出要约的一方称为要约人，受要约的一方称为受要约人。要约一经受要约人承诺，即具有法律约束力。

要约邀请是希望他人向自己发出要约的意思表示，如寄送价目表、拍卖公告、招标公告、产品说明书、商业广告等。

要约邀请，又称要约引诱，是邀请或者

引诱他人向自己发出订立合同的要约意思表示。要约邀请可以是向特定人发出的，也可以是向不特定人发出的。要约邀请与要约不同，要约是一个一经承诺就成立合同的要约，而要约邀请只是邀请他人向自己发出要约，自己如果承诺才成立合同。要约邀请无论对于发出邀请人还是接受邀请人，都没有法律约束力。

由于房地产楼书、广告是向不特定多数人发出的，其目的是希望有购买房屋意向的人向开发商提出订立房屋买卖合同的要约，因而，从法律性质上分析，房地产楼书、广告一般属于要约邀请，对开发商没有法律约束力。

那么法律是否允许开发商在楼书、广告中加入不实内容？

依据最高人民法院《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》规定，同时符合以下两个条件的要约邀请，即可视为要约：一是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。如，称房屋为混凝土结构、小区绿化率达到80%，每单元配有日本原装三菱电梯等；二是该说明和允诺对商品房买卖合同的订立和房屋价格的确定有重大影响。如果同时符合这两个条件，即使该说明和允诺未订入商品房买卖合同中，也应视为合同内容，如果出卖人交付的房屋及相关设施不符合楼书和广告宣传中的具体确定的说明和允诺，应承担违约责任。这不仅符合《合同法》规定，也有利于保护买受人权益和规范出卖人的经营行为，维护市场诚信制度。

目前，一些开发商为了规避法律，避免出现类似纠纷，在制作楼书和宣传册时，只用“成熟社区”、“皇家园林”、“山水名居”等华丽的词句以及冲击力强的精美图片，基本不提及精确的数据、具体的信息。因此，购房者在购房时不能轻信楼书和售楼广告，最好到现场察看，力求让开发商将“成熟社区”等形容具体化。

一些购房人认为，他们不懂什么叫“要约”、“要约邀请”，依照《广告法》规定，开发商不能做虚假广告，反之应该处罚。

法官表示，不否认《广告法》对虚假广告的限制作用，但《广告法》属于行政法，它只是规定了对做虚假广告的处罚标准，而无法规定对虚假广告欺骗者的具体赔偿。再说，《广告法》对虚假广告处理广告费

1至5倍的罚款对房地产商来讲只是皮毛。如果开发商成立或委托一个注册资金很少的有限公司代理销售，广告由这个代理人公司委托广告公司发布，房子卖出后，再将这家公司解散，追究虚假广告责任也将非常困难。

法官提醒，业主在购房后，为避免出现问题后举证困难，要妥善保管好楼书，在与开发商签订合同时，要牢记建设部《商品房销售管理办法》第15条“房地产开发企业在商品房买卖合同中约定”的规定