# 商品房销售中明码标价问题的法律思考

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-01-18

*摘要：商品房市场中的不明码标价行为已经成为当前商品房价格高居不下的重要原因之一。不明码标价行为的主要表现为明码标价的方式不合理、采用虚假的或引人误导的价格广告、歧视性的价格欺诈等。针对这些 问题 ，一方面应当具体规定商品房明码标价的方式，另...*

摘要：商品房市场中的不明码标价行为已经成为当前商品房价格高居不下的重要原因之一。不明码标价行为的主要表现为明码标价的方式不合理、采用虚假的或引人误导的价格广告、歧视性的价格欺诈等。针对这些 问题 ，一方面应当具体规定商品房明码标价的方式，另一方面对因欺诈而造成的消费者机会损失也应当予以赔偿。

1、商品房销售中的明码标价问题

对商品和服务实行明码标价，是经营者必须履行的法定义务。对此问题，很多国家和地区的立法都有所规定。如欧洲议会颁布了《明码标价法》，并且还规定了明码标价的具体准则，其中规定：商人提供给消费者的产品必须标明卖价和单价，使消费者能够更好地来了解信息，更有助于价格比较。英国的《消费者保护法》和《价格标示法令》也对零售商与消费者之间在商品、服务、膳宿供应或者便利设施等方面的明码标价作了明确而细致的规定；我国《价格法》和《消费者权益保护法》对明码标价的问题也有规定，而国家 发展 计划委员会202\_年10月31日发布的《关于商品和服务实行明码标价的规定》更明确规定了明码标价的概念。根据该规定，明码标价是指经营者收购、销售商品和提供服务时公开标示商品价格、服务价格等有关情况的行为。按照这一要求，实行明码标价的商品和服务应包括实行市场调节价、政府指导价或者政府定价的商品和服务。经营者不仅要标明商品和服务的价格，还要标明与价格有关的其它情况，如商品的品名、产地、规格、等级、计价单位或者提供服务的项目等。经营者违反规定，不标、错标、漏标或不按规定方式标价，不能称作为明码标价，必须承担相应的 法律 责任。

根据《关于商品和服务实行明码标价的规定》，凡在我国境内收购、销售商品或者提供服务的价格行为，均应明码标价。商品房作为关系到消费者重大利益的消费品，其明码标价的问题更应引起重视。 目前 ，我国很多地方已经对商品房市场的明码标价问题制定了专门的立法，如《江苏省商品房价格管理规定》、《广东省城镇新建商品房交易价格行为规则》等。《上海市房地产市场明码标价的实施细则》甚至明确规定了房地产市场明码标价的概念，即房地产市场明码标价，是指房地产经营者、房地产中介服务机构和物业管理服务 企业 ，买卖、有偿转让、租赁房屋和提供服务，依法公开标示商品价格、服务价格等有关情况的行为，该规定还对买卖、租赁房屋、房地产中介服务、物业管理服务等的明码标价提出了具体的要求。不可否认的是，以上这些规定对规范我国商品房市场价格行为、保护消费者利益起到了很大的作用。但是由于立法的不够完善和执法的不到位，现实中经营者不明码标价的行为仍然普遍存在，这也助长了商品房价格的居高不下，不明码标价的现象已经成为当前商品房市场的一个严重问题。

2、商品房销售中不明码标价行为的表现

目前我国商品房市场中不明码标价行为的主要表现有：

1.明码标价的方式不合理

有些经营者不向消费者明示商品房的价格或公告虚假的价格，在销售场所，商品房价格往往由销售人员内部掌握，消费者无法得知每套商品房的具体价格，更无从比较已经售出的商品房与待售商品房的价格；有些商品房经营者对外公布有少量的价格优惠的商品房，以吸引消费者与其交易，而实际上这些优惠的房屋并不存在，或者在缔约时附加了十分苛刻的条件；也有些经营者对商品房本身明码标价，但对售房相关的收费项目、收费标准及售后环节的配套收费项目、收费标准，故意隐瞒不予以明码标价，使消费者在消费信息不全的情况下，被迫接受不必要的附加项目和附加费用。

2.采用虚假的或引入误导的价格广告

商品房销售中违反明码标价规定的虚假广告行为主要有：商品房经营者在进行广告宣传时，故意使用欺诈性或误导性的语言、文字、图片、计价单位等标识，诱导他人与其交易。常见的欺诈性或误导性的用语有“起价”、“均价”、“实价”、“暂定价”等。经营者惯用的手段是，在商品房的预售或所谓“内部认购”环节时，利用这些模糊性的用语以较低的价格诱导消费者与其签约并预交部分价款，而最后真正确定房价时其价格却远远高于消费者的预期，而此时消费者要解除预购合同则须付出大量的时间成本和机会成本。

3.歧视性的价格欺诈行为

有的经营者准备了多份的价格表，按照不同的需要提供给不同的消费者，这样从表面看虽然是向消费者明示了价格，但却给予不同的消费者以不同的待遇，这是一种歧视性的价格欺诈行为，同样违反了明码标价的规定。

3、商品房销售中不明码标价行为的法律对策

其次，针对虚假的或引人误导的价格广告，有学者认为这种经营者利用虚假广告进行的价格欺诈不能认定为欺诈，理由是“订立合同时购房者即可知道真实价格，购房者有权拒绝签订合同，经营者实施的这种欺骗行为不足以掩盖真实价格”。对此笔者不能苟同。因为一方面经营者的行为确实采用了欺诈性的手段，另一方面这一手段又是一种不正当的价格手段，此外即使消费者最后没有签订合同，这一欺诈行为也已经给消费者造成了损失，当然应当认定其为价格欺诈行为的一种。如果不对这一类行为进行规制，无疑会放纵不法经营者，不利于维护商品房市场的秩序。在 目前 的立法中，有些地方的规定对这一 问题 已经有所反映，如《上海市物价局关于规范商品房销售价格行为的若干规定》第四条对房价用语规定“凡以商品房立项开发的，不得使用安居工程、解困房、平价房等名称。未经市、区县物价部门审核，不得使用成本价房、微利房等提法。”但是这一规定对目前在商品房销售领域广泛使用的“起价”、“均价”、“实价”、“暂定价”等用语也没有规范。这些用语从其字面意义上看本来就不是内涵清晰的专业性词语，在日常生活中及其他领域也常被使用，对其是否有明确化、专业化的必要也许还存在争议。但笔者认为，鉴于这些用语在商品房销售中使用已经十分广泛，而且现实中确实存在误导消费者的问题，应该适当加以规范。为使不同的楼盘的价格具有可比性，对其中的“起价”、“均价”的含义，应根据多层、高层、小高层等不同的楼盘性质规定不同的计价公式，而对 “实价”、“暂定价”等用语，可以就采用其作为日常用语的字面意思。

此外，在目前商品房价格只涨不跌的市场环境下，选择不签订正式合同往往不利于消费者，因为此时消费者已经不可能在市场上以当初签订预购合同时的市场价格再买到同样品质的商品房了。消费者在这种情况下遭受的损失在 经济 学上被称为机会成本的损失，由于没有 法律 的直接依据及 计算 上的困难，我国法律上对机会成本的损失一般是不予赔偿的，这对消费者而言显然不公平。笔者认为，对机会成本的损失完全不予赔偿的做法违反了我国民法的公平原则和损害赔偿法中的全面赔偿的原则。按照损害赔偿法的基本 理论 ，财产损失分为直接损失和间接损失，而间接损失中又包括预期利益的损失。机会损失就是一种间接损失。对间接损失的赔偿，原则上也是有损失就应该有赔偿，机会成本的损失也不应例外。在很多欧洲国家，对机会丧失的赔偿责任得到了法律的确认，这一赔偿的范围甚至已经扩展到了精神损害赔偿领域。对于机会丧失的赔偿，应当适用比例赔偿原则，即视机会损失的可能性而确定具体赔偿的比例。而在价格持续上涨的市场环境中，因商品房经营者的欺诈行为而造成消费者机会损失可能性应该比较容易得到认定。对购房消费者机会丧失赔偿额的计算，可以采取由违法的经营者给消费者弥补同期房价上涨差价的 方法 来确定。对这种损害赔偿的性质，如果预购合同有约定的，应为违约责任；如果没有约定的，应是缔约过失责任。

最后，关于歧视性的价格行为，一般认为并不一定属于欺诈行为，如在《价格法》中就是将价格歧视行为作为一种单独的不正当价格行为与价格欺诈行为并列规定的。但如果歧视性的价格行为采用了欺诈的手段，应当也可认定为价格欺诈行为。笔者认为，歧视性的价格欺诈行为可能同时侵犯了消费者的知情权、自主选择权和公平交易权，对这种不正当的价格行为的规制一方面可以要求经营者对同一楼盘的同一期所销售的所有商品房的价格都必须公示，无论是否已经售出，另一方面应当落实商品房销售合同网上备案制度，让消费者对每一楼盘的销售进度有真实的认识。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！