

# 正确理解“炒房合同”无效

余宗明



## 今日论语

在房价、买房、炒房、限购等话题频频热议的当下,一则“天津首判:以炒房为目的的购房合同无效”的新闻,引发了广泛关注。

据报道,有房产中介人员从市民手中买房,然后准备在办理房屋手续时过户给第三方,卖房者发现买卖双方人员后,提出解除合同,日前天津滨海新区人民法院塘沽审判区经审理后,认定双方签订的买卖合同不成立。最近该审判区对17件房屋买卖合同纠纷案件认定为“名为买房,实为炒房”的行为,依法认定合同不成立,驳回索赔的诉讼请求。

对此,很多人觉得,炒房推高

了房价,违背了“房子是用来住的不是用来炒的”的本意,就该从严打击,因而“炒房合同”被判无效极具示范意义;但也有人认为,“炒房”未必违法,对买房进行“主观目的”审查,可能是司法越俎代庖。

是非评判,还得看具体语境。应看到,法律上原本并没有“炒房合同”一说;新闻中所说的“炒房合同”无效,有其具体所指的情形——中介违背委托责任实质性介入合同,并通过倒手赚房屋交易差价,而不是宽泛地指,只要能证明别人买房是为了炒房,就能推翻房屋买卖合同的法律效力。理解了这点,才能消除对所谓“炒房合同”无效的误读。因为涉事法院的裁决并不等于,只要炒房合同就能作废。

本质上,房产中介的这类行为就是非法的。因为这类“炒房合同”既非严格意义上用于规范中介服务的居间合同,居间合同是为买房者和卖房人签约而居中斡旋,并收取服务费的,它不应利用合同标的获得其他利益;也不是用于约束买卖双方的房屋买卖合同,《合同法》规定“买卖合同是出卖人转移标的物的所有权于买受人,买受人支付价款的合同”,在“炒房合同”中,钱是由实际买房人而非中介出,可它却企图用一个“约定允许过户给实际买房人”,模糊掉“中介”“买受人”身份。

也正因此类“炒房合同”于法无据,所以法院依法判决其“炒房合同”无效,并没有逾越“以法律为准绳”的法律本义。罔顾法条内容,

将所谓“炒房合同”认为利用信息优势搞经营活动的合法市场行为,本就是认知偏差。

毋庸置疑,在房价高企的现实背景下,抑制“炒房”,确实是很多地方调控加码的重要着力点。但在司法层面,对具体“炒房”行为的定性只能依据法律,而不能基于道德臧否判断。像判决所谓“炒房合同”无效,其实是合理运用法律手段,对不合法的房屋交易行为进行规约。这与打击“炒房”在目的倾向上是合意的,但却不是法外用力。

让行政归行政,让司法归司法,这是法治的题中之义。但在遏制“炒房”问题上,法律、政策手段可形成合力,让某些违法行为头上悬起法律风险的“利剑”。



## 新民随笔

### 保安老李

晏秋秋

老李今年57岁。普通的身世,普通的经历,普通的长相。在上海随便一个寻常弄堂,你都有可能看到一个老李。

老李是上海一家蛮有名的商场的保安。十多年前,我写稿子批评一名著名球员,老李看了不服,写信、打电话。一来二去,大家有了交流。有一年春节前,老李给我打电话,醉醺醺的他和朋友说:“依看,我有晚报记者的电话……”

老李有一个口头禅:老里八早!最早的“差头”伸手就有,老早的面包“是面包味”,老早的电视“全看得懂”……和他谈足球,他就说老早上海队是多么有技巧。在老李的眼里,徐根宝的“抢逼围”,也算是“野路子”,“一点点‘小派司’也没,哪能算足球?”

上周,老李打来一个电话。他所在的商场,要关门了。这一趟,他倒是用上新名词了,大谈“实体经济”。于是,我们就见面。刚在茶室坐下,老李习惯性地点烟,被服务员数落了几句。老李这次嗓门很大,直到98元的普洱上桌,我劝老李喝茶,他才平静下来。

听老李翻来覆去,我听出点味道来。“依不晓得,一年前,我就感觉,商场不来了。一年只做节假日生意,来的人只看不买。碰到落雨天,客人比员工还要少……”

老李的话语很朴素:“到后头,我自家买么事,也到网上去买了。商场里看好,网上一搜,又便宜,还好送上门。依想想看,厨师到人家饭店吃饭,离下岗不远了吧。”

老李又说:“真羡慕你们当记者的,无冕之王。我每天看晚报,从头读到尾巴。我是忠实读者。我一直想,我的孙子现在3岁,以后伊要是名片上好印‘新民’两个字,我这辈子就不愁了。”

我听着,有点激动。现在纸媒和实体商业一样,都面临转型。老李对报纸,好像比起我对报纸,更加有信心。上海滩允许许多人,像老李一样,每天认真读晚报——这,就应该是阿拉的底气吧。

老李,我会努力,帮你看,啥地方缺保安!

## 新民新语

### “吃播”

曹刚

“吃播”,是一群直播吃饭的人。独坐在大堆美食前,面对摄像镜头,抬抬手动动嘴,就可能吸引万千粉丝,日进斗金。

为什么那些人每天直播吃饭就能轻松赚钱?为什么有那么多网民喜欢看陌生人吃饭?先回答第一问。中日韩等国出产了很多知名“吃播”,成名背后,有一些共性。

颜值高,中国的“蜜子君”、日本的“吃货木下”、韩国的“奔驰小哥”,不是萌妹子就是小帅哥,还兼具可爱讨喜的性格;胃口大,50个汉堡、80只包子、100块年糕、200根鸡翅……“光盘”后仍面带微笑,毫无“扶墙走”的窘态;吃不胖,女孩体重通常都不过百,男孩有意无意秀秀腹肌,每天吃那么多,居然一个比一个瘦。

上述总结,不是为了夸“吃播”,而是想强调:这份钱,远没看上去那么好赚。不仅要后天苦练,还得天赋异禀。大多数人恐怕怎么努力也做不到。

再来看第二问。有事没事,为啥总盯着别人饭桌看?答案很简单,不是“有事没事”,根本就因为“没事”嘛。太无聊,闲得慌,想去网上寻求虚幻的陪伴。有人不同意,觉得看“吃播”有很多好处——满足猎奇心理,美女、美食和惊人食量都是卖点;可以交到朋友,在直播平台上,藏着不少志趣相投的吃货;还能望梅止渴,许多人热衷于节食减肥,看到别人猛吃不胖,会产生间接满足感,好像自己也饱餐了一顿。

所谓的“好处”,归根到底,还是内心空虚,无所事事。“吃播”的忠实粉丝,通常没有健康积极的兴趣爱好,便做出了最偷懒的选择——坐着一动不动,照样收获一堆虚无缥缈的满足感,挺“划算”。

事实上,“吃播”就是演员,每天卖力地本色出演。有人会吃,有人爱看,各取所需,本无可厚非,但有两点想提醒各位看客。

第一,看戏就好,切勿入戏太深,随意效仿,多半要吃坏身体的。

第二,有太多真正精彩的好戏,在许多经典文学、戏剧、影视作品里等着你,值得你欲罢不能。你选哪一出?

# 城市规划,要有21世纪的眼光

## 权威声音

走进北京市规划展览馆,“迈向国际一流的和谐宜居之都——《北京城市总体规划(2016年—2030年)》草案公告”系列展板,吸引了众多参观者驻足。城市规划与公众生活息息相关,总能牵动人心。

近日,河北雄安新区设立的消息持续引发社会热议。京津冀地区将崛起一座以新发展理念引领的现代新型城区,令人无限憧憬。做出一份好规划,葆有长远眼

光和历史耐心,才能让栖居的城市变得优雅而美丽。

我们不能只习惯于“哪里需要建设哪里才做规划”的思维,而要更多树立“哪里有了规划哪里得到发展”的理念。不忘初心,方得始终。城市规划,没有一寸土地是没用的,就看如何发挥最大效益,而最终效果要靠群众满意度来衡量。谋划城市未来,不能每个部门各搞一套,甚至规划打架;解决城市住房问题,不能只是规划部门描绘蓝图,其他部门置身事外;激发城市群集聚效应,不能龙

头城市做大做强,其他城市“感觉被掏空”。小到职能部门的协同作战、多规合一,大到城市群、区域联动,城市规划建设不仅应实现内部自洽,更要致力于发展一体化,让居民不断增强获得感。

“时间在炫耀他的目光,企图看穿我们能走多远”。一座座城市,何尝不是时间的作品。始终坚持世界眼光、国际标准、中国特色、高点定位,并将之贯穿到城市规划、建设、管理的全过程,我们的城市就能真正让生活更加美好。(李洪兴刊今日人民日报 本报有删节)



## 车险陷阱

「车辆保险存猫腻,行业潜规则把人欺。新车投保收高价,旧车赔偿不公平。」车主为车辆投保时,一般需按车辆新车购置价支付保费,而发生交通事故造成损失后,有的保险公司却只按事发时车辆「实际价值」进行赔偿。这种「高保低赔」的情况,已成为汽车保险领域的潜行规则。近日,车主宋某就遭遇了这样一件烦心事。曹一画

## 网视舆情

最近如果不在朋友圈评论一下《人民的名义》这部剧,你都会显得跟不上时代。自上月月底该剧播出以来,迅速就成为了舆论的焦点。很少有一部电视剧引发如此之大的社会反响,权威媒体跟进评论,自媒体也搭便车蹭热度,而剧中的一些实力派演员,如饰演剧中达康书记的吴刚,甚至很快成为网红,许多他的表情包在网上走红。要知道这可是一个强调粉丝经济讲究颜值时代,如今这些达康书记的粉丝们,让人有些怀疑:我是不是遇到假观众了?

一部剧何以迅速走红,对此不乏分析评论,其中大致会提到以下几点:一是作品本身的诚意,从导演李路到编剧周梅森,再到一众实力派演员,各路优秀人马聚集在一起,这已经足以吸引外界的目光,

# 《人民的名义》走红的几个因素

何小手

而作品目前所呈现的内容和高度,也的确不负众望;二是作品的颠覆效果和现实主义特质。以往政治剧都形成了固定的套路,剧中的官员从说话到行事风格,通常都缺乏个性色彩。而《人民的名义》中的人物性格刻画非常用力,值得回味,比如圈粉无数的达康书记,就给人以工作风格接地气的印象。

至于作品的现实主义特质,这是被很多评论突出强调的一点。据说编剧在创作剧本过程中做了大量的调研工作,所以里面提到的很多细节大多来源于现实,比如拆迁过程中的冲突,信访中心为提高效率而对办事窗口做出非人性化的设计,乃至提及的校园足球的腐败桥

段——小球员想上场就必须先交钱,这些都让观众产生共鸣,可谓生活中普遍存在的腐败现象。反腐是全民关注的话题,它也是现实主义的重大题材,人们关注反腐,更在意作品呈现的内容是否符合现实。

实力派演员的表现也是被舆论反复渲染的一个细节,诸如“看《人民的名义》,小鲜肉们当汗颜”这样的评论颇得人心,剧中演员相对较低的片酬,和小鲜肉们的天价片酬形成鲜明对比。这种差异可能只是表现一种行情,但客观上也会起到提醒创作者的作用:所谓烂片得志,这不仅是市场规律的结果,更不能怪观众审美低端,好的作品自然会收获市场认可,而粉丝经济

则并非一直会奏效。

有关此剧的评论大多会提到,它的走红是因为顺应了人们对反腐的期待,是时代的应景之作,这种评论有一定参考价值,不过,对它的关注和喜爱是否只是源自题材的带动,问题恐怕不会这么简单。主题和诚意,两个因素但凡缺少其中一个,都不会产生大的舆论反响。这样一部政治剧放在湖南卫视这个以娱乐综艺节目见长的平台播出,其实就在一定程度上意味着它的定位与过去类似作品的差异,新生代观众也路转粉,可能在提示,人们的电视剧消费,尤其是现实主义倾向的影视作品消费还有很多值得挖掘的空间。