

# 遭遇“一房二卖”中介仍要佣金

## 法院:中介未尽如实报告义务不得要求支付佣金

**本报讯** (特约通讯员 汤峥鸣 记者 江跃中) 华先生在中介公司的居间下, 与上家孙某签订房屋买卖合同并支付定金。不料事后, 孙某却表示早与另一买家签订卖房协议, 无法再卖房给华先生。房子没买成, 中介公司却认为只要买卖双方签了合同, 居间义务就算完成, 即便上家违约, 华先生仍要支付中介费。不久前, 中介公司将华先生诉至法院, 索要佣金2.7万元。近日, 黄浦区法院作出判决, 驳回了中介公司的诉讼请求。

### 上家违约“一房二卖”

华先生通过“房天下”平台, 看中一套位于鲁班路的二手房。去年2月23日, 华先生与卖家孙某, “房天下”公司签订居间协议, 约定房屋总价540万元, 华先生需按照总房价的0.5%支付“房天下”的佣金。当日, 华先生与孙某还一同签订了房屋买卖合同, 并支付了10万元定金。在当天一同签订的《佣金确认书》

中, 华先生与“房天下”约定佣金2.7万元需在2016年4月15日前支付。

然而, 合同签订后仅过了一天, 上家就向他坦言, 一个月前他就将这套房与别人通过另一家中介公司签订房屋买卖居间协议, 而且房产证原件也在另一家中介公司处, 因此根本不可能再与华先生继续履行合同。华先生十分不解, 签约前, 业务员明确表示房屋产权没问题, 也审查过房产证具备出售条件, 怎么居间协议签订后, 突然却成了“一房二卖”。

此后, 华先生与上家在“房天下”工作人员的主持见证下签订了解约协议, 解除了买卖合同。华先生拿回了定金并获赔违约金8万元。工作人员表示, 因为是上家违约, 所以无需他承担, 将向上家收取部分佣金。

### 房没买成反被诉索要佣金

可在去年8月, 华先生意外收到了法院的传票。原来“房天下”在向上家收取佣金未果

后, 将华先生诉至法院追讨佣金。华先生看来, 由于上家违约, 房屋实际上并没成交, 如果再让他承担中介费显然不合理。

庭审中, “房天下”认为, 公司已促成了买卖双方签订买卖合同, 尽到了居间方的义务, 况且华先生并没有因为合同无法履行产生任何损失, 甚至还因此额外获益8万元违约金, 故理应按照居间合同的约定支付佣金。

华先生则辩称, 事实上“房天下”并没有审查上家的房产证原件, 才使上家“一房二卖”导致合同违约, 自己在合同履行过程中完全没有过错。对此, “房天下”坚称, 上家是否出示房产证并不影响买卖合同的交易, 华先生没有过错不是不支付佣金的理由。

### 未履行如实报告中介败诉

法院审理后认为, 基于居间合同中存在信息不对称性, 中介公司作为具有专门资质掌握专业信息的一方, 其如实报告义务包括

知道或者应当知道的事实与风险。这就意味着, 中介公司应当事先及时发现与合同签订、履行及风险有关的情况, 并还需提供房屋交易过户等后续服务。但在本案中, “房天下”作为专业的房产中介, 应当知道上家未提供房屋产权证原件, 可能导致出现买卖合同无法履行的后果。

在此情况下, “房天下”未积极履行如实报告义务, 反而促成双方当事人签订买卖合同, 最终上家因已与他人签订涉案房屋买卖合同而与上家解除买卖合同。而在华先生与上家协商解除合同过程中, “房天下”明知双方解约的原因及经过, 却没有对佣金负担问题进行必要的提示和告知, 事后却要求华先生承担, 有违诚实信用原则和如实报告义务。据此, “房天下”依法不得要求支付佣金报酬。

一审宣判后, “房天下”公司不服提出上诉, 二审维持了原判。

**本报讯** (记者 袁玮 通讯员 顾人杰) 父亲为女儿找了一家婚介所觅对象。谁知婚介所介绍的女儿看不上, 女儿中意的婚介所又不愿意介绍。近日, 虹口法院审理一起婚介介绍服务合同纠纷案件, 婚介所退还婚者8000元, 双方再无其他争议。

陈小姐年近30岁没有对象, 其父陈老伯操碎了心, 于是以女儿的名义在一家婚介所签订了婚姻介绍服务合同, 并支付服务费1万元。随后婚介所安排她认识了几位男士, 但都不太满意。一次陈小姐在某报纸的婚介栏目中发现该婚介所刊登了一则广告, 其中有一位男士各方面条件都符合自己理想的择偶

# 介绍看不上, 看上不介绍

## 女子起诉婚介所要求退款

标准。陈小姐找到婚介所要求向其介绍, 但婚介所以保护会员隐私为由拒绝了。

在婚介所多次介绍不成而自己有心仪对象反而不介绍的情况下, 陈小姐要求与婚介所撤销合同、退还服务费, 结果婚介所认为合同有效, 不同意撤销合同。于是陈小姐便将婚介所告上法庭, 要求撤销与婚介所签订的服务合同, 并退还服务费1万元。

审理中, 陈小姐认为服务合同是父亲在自己毫不知情的情况下代签的, 侵犯和干涉了自己的婚恋自由。陈小姐还表示, 服务合同写明“任何会员都可以查询本所其他会员的资料”, 而自己要求婚介所提供自己心仪对象的资料时, 对方以保护会员隐私为由而拒绝。

婚介所表示, 双方签订合同时陈老伯表明自己是受女儿陈小姐委托来征婚的, 并且

陈老伯也是在征婚代理人一栏上签字。对于陈小姐要求查询会员资料, 婚介所只提供安排介绍时的对象资料, 而不是所有会员资料。

虹口法院认为, 陈老伯未经女儿陈小姐的同意, 以陈小姐的名义签订婚介服务合同, 存在一定过错; 而婚介所也未及时核实征婚者信息, 就收取相关服务费, 也存在一定过错。双方表达了调解的意向, 婚介所表示自己的确在婚介过程中存在不妥之处, 而陈小姐也认为婚介所为自己介绍了几位男士, 履行了部分合同义务。几经交流沟通, 双方在法院主持下达成调解协议, 由婚介所退还陈小姐8000元, 再无其他争议。(以上当事人化为化名)

# 荣欣装潢放大招成行业经典

## 10万元拎包入住爆款“样板间”

4月12日, 2017中国家装新商业模式——成品家装发展论坛将在京召开。成品家装模式四作为家装产品标准化先行者, 有望成就家装行业百亿企业而备受行业瞩目。荣欣装潢作为成品家装商业模式的践行者将赴京分享这一行业经典案例, 届时中国商业联合会、中华全国商业信息中心、中国室内装饰协会、中国建筑装饰协会、全国工商联家居委、中国品牌联盟、中国建材报社等行业大咖对这一模式进行深入探讨。现在我们提前去探秘。

### 家装业惊现“爆款” 一款房销售过亿

日前, 我们走进了位于上海文定路上的荣欣装潢的全屋成品家装馆, 荣欣装潢是全国第一个推行成品家装模式的沪上装潢龙头企业。文定路上有多间实景样板房, 让人误以为进入了宜家。样板间里卧室、客厅、厨房、卫生间、书房等真实居住场景一一还原。“每次新房开盘, 就有人想把样板房买下来, 但样板房只有一套, 并非每个人都抢得到。”工作人员告诉记者, 成品家装适合有“选择障碍症”, 又懒得亲力亲为订装修的“懒人”客户。整个家装过程囊括了硬装完成、软装到位, 家具摆放、电器齐全、床品铺设等。

来到“一号作品”现代简约样板房, 里面很多设计要素灵感来自于北欧、新加坡等主流居室设计潮流, 黑与白的巧妙平衡彰显出理性干练的空间气质。工作人员介绍说, 80平



■ 荣欣全屋成品家装实景馆人气火爆

米的1号样板房一价全包, 包硬装、软装、家具、灯具、电器、床上用品。目前主流的样板房共有4套, 分别是一号作品现代简约、二号作品时尚都市、三号作品法式经典和四号作品美式休闲。而四套作品的价格区间则在97000到183742元不等。“我们这里的爆款是80平米97000元的样板房, 销售量过亿。”

事实上, 早在2012年荣欣装潢就率先开设了国内成品家装馆, 其中的家装一号产品, 标志着中国家装业工业化装修的开始, 掀起了中国家装业成品家装的新热潮。

代工业化产品, 省时省力还省钱。工业化流水线将家装批量化, 成本下降上百倍。”这也是荣欣装潢能够做到比传统家装套餐便宜30%, 30天即完工的秘密武器。

“改革是很痛苦的。第一次改革时, 小工匠被单个机器淘汰, 当时的阻力非常大, 工人为了保护自己的施工权, 给我们出了种种难题, 想方设法阻挠你。在第二次改革中, 成品化的概念会遭到设计师业务员的强烈反对, 现在我们成品家装样板间带动了高达80%的销售, 这说明市场是接受工业化的。”

回忆起当年自己新派3000万打造的拥有40间样板房的8000平米成品家装实景基地, 这位装修界老大大不由得笑了。“很多客户不理解我们的做法, 甚至当着我的面说老板脑子进水了。我们聘用了40个高级设计师, 每人设计一套; 假设每位客户在每套样板房逗留5分钟, 那么40套走下来就是200分钟, 整整3个小时20分, 因为客户都不是专业人士, 往往会看花眼, 说回去再想想, 之后就没了下文。后来我们痛定思痛, 优中选优, 精选样板房。”

### 家装标准化和个性化 能否兼得?

那么, 成品化家装和传统家装到底有何区别。荣欣装潢产品研发部经理肖雅介绍说, 除了传统意义的装修外, 成品家装还包含了家居、软装、电器甚至智能等, 其主打的是大家居的概念。这和10年前流行的套餐是两种概念。“我们还提出了建筑家居化。真正的成品家装, 家居和建筑是融合在一起的, 实现一体化。这几年中国很多家装企业只是套用成品的概念, 却没有领会它的真谛。成品家装实现家居和建筑一体化, 同时又能满足标准化。移动的家不能算作建筑家居, 这里面学问很大。打个比方, 成品家装的意义就像服装一样, 你可以去商场买已经生产出来的衣服, 而非度身定制设计师设计的衣服。”

那么, 问题又来了。在现代人讲究个性的时代, 吃“大锅饭”能否满足家家户户的不同需求呢? 成品化和家居的个性化是否矛盾呢? 对此, 陈国宏的解释是, 现在所谓的个性化有很多伪命题。“难道80的厅和70的就是订制化和个性化的差别吗? 我们的厅都有机关, 现场可以就尺寸做调整, 但我的成本是你的二分之一甚至三分之一。许多老百姓口中的个性化并非家里整体风格的个性化。单讲尺寸尺寸所谓的“个性化”是没有任何意义的。”陈国宏介绍说, 以荣欣装潢为例, 推出了“9-X”模式, 允许客户做变通和选择, 其实可以说是“成品家装, 百变组合”, 大大提高了成品家装的附加值。 广告