

# 买房冷静期制度的适用与完善

文 / 左金梦

## 一、买房冷静期制度的概述

### （一）买房冷静期制度提出的缘由

在中国文化中，拥有自己的房子被视为成家立业的重要标志，也是家庭稳定和幸福的象征。故此，自1998年住房市场化改革完全推开了我国房地产市场发展的大门，房地产业迅速崛起。但是，近年来，房地产市场逐渐下行，仅2022年共有10家房企暴雷，再加上疫情冲击，居民收入受到影响导致买房愿望不高涨。所以为吸引消费者买房，不仅国家加大了对房地产政策的支持力度，某些房企也是想出了五花八门的方法来吸引消费者，包括“无理由退房”“商品房降价补差价”等。

这些广告语如此的吸引人，让消费者误以为自己拥有完全无理由的买房后悔权。然而，这其中真那么简单吗？首先，该广告区别于其他夸大的广告，有其特殊性；其次，就该广告属于要约还是要约邀请的司法认定不一。据此，为保护消费者的合法权益，避免司法认定的不一致，应该推行规范的无理由退房细则，即适用统一的退房冷静期规则。

### （二）买房冷静期制度的定义和内涵

买房冷静期制度是指在房屋买卖交易过程中，为购房者提供一段时间的冷静期，使其有更多时间仔细考虑是否要继续购买房屋的制度。该制度的内涵包括：第一，时间限制。冷静期通常设置一个固定的时间段，在此期间购房者可以重新考虑自己的购买决策；第二，权利保障。在冷静期内，购房者享有撤销购房合同的权利，而无需承担任何法律责任或经济损失；第三，信息透明。购房者在冷静期内可以获得更多的信息，包括对房屋的进一步调查、咨询专业人士或与家人商量等，以做出更明智的决策。

总之，买房冷静期制度是为了保护购房者的权益，给予

他们更多时间和机会重新审视购房决策，从而降低购房风险，稳定房地产市场。

### （三）实施买房冷静期制度的合法性分析

《消费者权益保护法》在规定消费者无条件解约权的适用对象时，仅排除了四种不宜退货的商品以及购买时有约定不退货且根据商品性质确实不宜退货的商品。对于争论强烈的不动产是否纳入保护的问题采取了回避的态度。那么，“不动产”，特别是自用住宅等非营利性“不动产”商品，能否成为消费者无条件解约权的保护对象呢？有学者认为：“此次消法修改应当着眼于进一步拓宽消费者权益保护范围，扩大该法的规范对象……消费品的范围应当放得更大”。因此，笔者认为既然没有将不动产排除在外，适用买房冷静期制度就具有合法性。接下来通过对比其与适用冷静期制度的几种情形的相似性揭示其合法性。

#### 1. 预售房屋买卖与远程销售具有相似性

就预售房屋买卖而言，消费者无法在订立合同时就对房屋进行检视，符合远程销售的基本特征。甚至有学者认为，购房的后悔权也不过是买方知情权的延申而已。但是值得注意的是，区别于一般买卖合同，预售房屋买卖合同的无条件解除权的时点还需斟酌。

#### 2. 现房买卖与上门推销具有相似性

上门销售须设定冷静期规则的原因在于：没给消费者同类商品对比的机会，知情权受到影响；突袭推销，消费者意志决定不独立。对比我国现房买卖，买受人面对中介或代销公司就房屋标的广告包装、专业销售手段、市场资讯的诱导性操控，以及诱导缔约之摆布，致买受人处于被中介机构或代销公司突袭、不能深思熟虑的窘境，这与上门推销消费者存在心理不备、思虑未周之际，有被主动推销而突袭订约的情形，极其相似。因此，在现房买卖中适用冷静期制度是具

有可行性的。

### 3. 现房交易与信贷消费、巨额消费具有相似性

在如信用借款和大笔支出等交易过程中，一点疏忽或失误都可能引发问题，往往在较长时间影响消费者个人的生活品质。而现房交易中，合同的条款多为晦涩难懂且内容复杂冗长，购房人在签订房屋买卖合同时，对合同条款难免未能充分理解，对于签订合同可能给其带来的经济负担未能充分地预料，极可能存在高估自己消费能力的情况，对自己消费能力的预见和大额资金支出缺乏足够的理性和预见性。故此，赋予买房人冷静期也符合消法的规范的目的。

## 二、买房冷静期制度的适用现状和问题分析

### （一）现行买房冷静期制度适用的表现形式

#### 1. 以无理由退房的广告形式出现

“无理由退房”广告的出现是房地产市场竞争加剧为鼓励消费者放心买房的一种竞争手段的表现，也是买房冷静期制度早期的表现形式。这种广告策略旨在吸引购房者向他们提供更多的购房保障和灵活性，有助于增强购房者信心。在房地产市场中，购房者可能会担心购买房屋后出现问题或后悔。首先，“无理由退房”广告为购房者提供了一种解决方案，让他们感到在购房过程中有更多的保障和灵活性；其次，对于消费者而言也有助于降低购房风险。因为购买房屋是一项重大决策，涉及大量资金投入。“无理由退房”广告可以降低他们的购房风险，让他们在一定时间内有机会退出交易，避免遭受潜在的损失。

#### 2. 规定在地方住建局发布的示范合同中

为督促房地产开发企业诚信自律，实现行业多方共治，对自愿使用载有无理由退房细则的合同的房企，住建部门可以对其商品房预售款监管等实行差别化的“扶优”政策，且工商部门可以优先举荐其参加“守合同重信用”的企业公示活动，让其优享多部门提供的扶持政策以及联合激励措施。但是，适用该范本的企业，禁止与消费者另行签订补充协议改变该认购书的实质性条款；其可以针对该认购书范本中没有约定或约定不明确的内容，根据所售项目的具体情况，和消费者协商一致后，在相关条款后的空白行中进行补充约定，补充约定的内容亦不能和实质性条款相抵触或改变实质

性条款的内容。

### （二）当前买房冷静期制度适用存在的问题和不足

#### 1. 司法对无理由退房广告性质认定存在争议

笔者在聚法裁判文书网上以“无理由退房”为关键词，检索了2014—2023年12月发生的案例，共4167起，其中，申请再审的共22起案件。本文主要以该22起案例为样本进行分析，其中，只有三起案件的再审法院支持了买受人，七个案例主要解决会员退费的问题，与本文主题不符，另外十个案例均支持了出卖人。关于再审法院是否支持“无理由退房”的关键点在于该法院认为开放商承诺“无理由退房”属于“要约”还是“要约邀请”，如果属于“要约”，则支持买受人；反之，则不支持。

关于认定“无理由退房”宣传属于要约，福建省高级人民法院认为根据《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》第三条认为恒大地产公司对外宣传无理由退房，并向每位购房者出具《无理由退房承诺书》，该承诺对商品房买卖合同的订立以及房屋价格的确定有重大影响，已构成要约，应当成为购房合同内容的一部分。

关于支持“要约邀请”的，黑龙江省高级人民法院经审理认为，恒大兴业房地产公司于户外悬挂的“无理由退房”广告牌是针对不特定的多数人，且仅为寥寥数字的宣传标语，并不含有合同主要内容，因此，应属于要约邀请，需要购房者与恒大兴业房地产公司签订《无理由退房协议书》，双方就无理由退房事宜达成合意才可生效。

#### 2. 没有细化的退房流程

目前，在全国范围内关于“如何退房”“具体退房的期限”没有统一的细则和规定。部分开发商虽然宣称可以“无理由退房”，但在实际操作中，退房流程、回款的到账时间等细节尚未公布，购房者的顾虑依然没有打消。这是导致无理由退房不能落实到“无理由退货”的程度的一个原因，很多情况下，就算法院认定无理由退房广告为要约，支持了消费者，但是因为没有细化的退房流程，最终导致退房容易，退款遥遥无期。

#### 3. 没有合理的冷静期间

由上述可知，法律并未将房屋买卖冷静期保护排除，故此赋予买房冷静期有其合法性，但其规范构建也有自身的特殊性，不可能对其适用的现实条件视而不见，简单的类比适

用七天真正的无条件退房。对此，笔者搜索了各地住建局的官网，发现目前东莞市住建局已经发布了无理由退房的范本，并规定了两天的时效时间。短短两天时间，消费者既很难完成对房屋环境及质量的考察，也很难完成对如此巨大的消费进行深思熟虑的思考，无法完成消法保护消费者权益的规范目的。

### 三、买房冷静期制度的完善建议

#### （一）明确无理由退房广告这种表现形式的性质

无理由退房广告有其特殊性，即区别于一般夸大的宣传广告，再加上近年来越来越被人们广泛适用的“无理由退货”，消费者对该广告产生了合理预期。况且一开始提出该广告的某大，目的也是基于对自身房子质量以及服务质量的自信而对消费者提出的一项保护激励措施，据此，为了保护消费者的合法权益，对该广告的性质认定应该以要约为原则，以要约邀请为例。如果广告中出现可操作性，即说明了退房的期限、退款的方式及期限等内容的广告，即使没有签订具体补充协议，也应当认定为要约，作为合同的内容；若广告仅仅表达了无理由退房的意图，视为要约邀请。

#### （二）行业范式合同中列明退房的细则

目前，东莞市住建局发布的合同范本中只是粗略地罗列了买卖双方的权利义务、退房的期限，对于具体的实施细则没有规定。部分开发商虽然宣称可以“无理由退房”，但在实际操作中，退房流程、回款的到账时间等细节尚未公布，购房者的顾虑依然没有打消。为了避免纠纷，无理由退房需要更加标准化和细化。具体包括：第一，退房期限。明确规定购房者可以在购买房屋后的一定时间内无理由退房；第二，退房程序。详细说明购房者提出退房申请的具体流程，包括书面通知、提交相关文件、办理退房手续等；第三，退房条件。购房者在退房时应保证房屋的原状，如未损坏房屋及附属设施、未改变房屋结构等；第四，退款安排。明确开发商在收到退房申请后的退款时间和方式，以及是否需要扣除相关费用，如手续费、折旧费等；第五，例外情况。列出一些可能导致购房者无法享受无理由退房的特殊情况，如房屋已抵押、已办理产权登记等；第六，信息披露。要求开发商在销售过程中充分告知购房者无理由退房规则的具体内容和限

制条件；第七，争议解决。规定在购房者与开发商之间出现争议时的解决方式，如协商、仲裁或诉讼等；第八，法律责任。明确购房者和开发商在无理由退房过程中的法律责任和违约后果。

通过细化这些规则，可以使无理由退房制度更加完善和可操作，保障购房者的权益，同时，也能规范开发商的销售行为。值得注意的是各地的具体规则应根据各地的具体情况予以制定，避免“水土不服”的现象。

#### （三）规定合理的冷静期适用期间

相比于东莞推行适用的商品房认购书范本创新实施两天无理由退定的规定，笔者更倾向于支持武汉的30天无理由退房。冷静期的设置旨在缔约前和缔约后运用法律手段来保护消费者，给予消费者再次认真考虑是否真正愿意交易的机会，鼓励消费者进行冷静思考，使消费者更加充分地认识到即将进行的交易的性质，促进交易公平。两天时间过短，对消费者而言没有起到一个缓冲的作用，消费者还是要在十分短暂的时间内快速决定是否继续履约，且其知情权没有得到进一步的保障。故此，笔者更支持武汉发布的三十天无理由退房，在该三十天冷静期内，购房者有时间充分考虑房子是否值得购买；购房者还可以理性衡量自己的收入和支出，是否有能力还月供，避免“断供”情况的发生；在冷静期内，购房者还可以有一定的时间对开发商的品牌、信誉、房子的质量做出考察，这样购房者在冷静期后买房是经过深思熟虑的，也避免了因为冲动消费而造成的损失。

### 四、结语

据此，针对无理由退房广告的具体特点，我们应该严格规范此类广告，以理性人的合理预期为依据，采用“以要约为原则，以要约邀请为例外”的判定标准，达到规范房地产市场，促使买卖双方更加审慎对待商品房交易的目的。除此之外，上文从三方面分析了不动产适用冷静期的合法性，并提出在立法暂无变意的情况下，建议由地方住建局或行业自发的发布关于无理由退房适用细则的范本，鼓励和支持各房商积极适用，促进房地产市场规范、持续健康发展。

（作单位：贵州民族大学）