

## 会所一楼要“爆改”成物业用房和厕所？

## 业主质疑“实景示范区”涉嫌虚假宣传

近年来,越来越多的开发商在“实景示范区”上下功夫,让购房人士对项目有更加具体的感知,降低购房者对于“货不对板”的担忧。

然而,近日,位于上海闵行区的安高·申院院项目,有多位业主向新闻晨报·申度新闻反映,买房时,开发商将气派的小区会所作为“实景示范区”和售楼处开放,宣传“所见即所得”。而如今,他们却被告知,大家以为的会所一楼,将在内部进行拆改,后期实际是物业办公室、厕所等。此外,在各种物料上作为宣传重点的会所旋转楼梯,也可能面临拆除。这样的“爆改”,让许多业主无法接受。

## 宣传“所见即所得”如今要拆改？

“你看现在一楼多漂亮通透,但今后可能就不是这个样子了。”3月19日,在安高·申院院小区进门处,业主林先生(化名)指着眼前一组以玻璃幕墙为特色的建筑向记者表示,今年1月,小区业主们意外从开发商处得知,该处一楼要进行改造,后期作为物业办公室、厕所等使用。

林先生是安高·申院院四批次购房业主。他告诉记者,2025年5月,他和家人前来看房时,销售人员告诉他,会所部分是“实景呈现”“所见即所得”。眼前漂亮的“实景示范区”,让林先生和家人对该项目的交付能力很有信心,成为打动他们的重要因素。

记者实地走访看到,林先生所说的“会所”分为一楼和地下一楼,目前,一楼和地下一楼部分区域作为售楼处使用。一楼整体宽敞通透,摆放了沙发、桌子等。在室外,透过玻璃幕墙向内看去非常漂亮。地下一楼除了茶歇区域外,还包含瑜伽房、游泳池、健身房等。两层楼之间由电梯及一座旋转楼梯连接。

“这座旋转楼梯,此前一直是开发商宣传的亮点,现在开发商告诉我们,楼梯可能也要拆除。”林先生想不通,“都说是所见即所得了,怎么事后还能变样呢?”

“开发商说,他们报规的时候,一楼就是按照物业办公用房、厕所和智能快递柜用房的,报规的时候也没有这个旋转楼梯,所以最终他们也只能按照报规要求来呈现。”同为四批次购房业主的胡先生(化名)想不通,“既然一开始就不可能保留,那为什么要大力宣传所谓‘实景’呢?”

胡先生打开上海安高申院院官方微信视频号于2025年4月30日发布的一段视频,该视频配文提到“实景示范区已璀璨绽放”。视频里,有会所一楼门厅的特写镜头,并配字“约1700㎡下沉式海派会所”;还有旋转楼梯的特写镜头,配字“旋转楼梯 漫步 百转千回的海派雅致”,这些镜头均注明“示范区实拍视频”。

此外,在上海安高申院院官方小红书账号2025年5月7日的一篇帖子中,提到:“下沉会所/精装大堂/实景样板间已开放,所见即所得。”在该篇帖子的配图中,样板间的部分有提示:“样板间软装实拍图,非交付标准,效果仅供参考”,但会所旋转楼梯的配图则无类似提醒。

在胡先生、林先生等业主看来,在这样的宣传下,业主理所当然会认为一楼、负一楼都是以“实景”呈现的“会所”,业主会“所见即所得”,“我们觉得他们只会撤掉像沙盘、屏幕这样售楼处使用的设施,但万万没想到要如此‘爆改’。这个建筑是玻璃幕墙,这下一眼看上去,都是办公室、厕所,这是我们业主难以接受的。”

得知一楼内部要拆改,业主狄女士(化名)第一时间向开发商要说法,“开发商说,他们已经在‘客户须知’里面告知过了,业主也都在‘客户须知’上签过字,所以业主应当是知情的。”

狄女士回忆,在认筹结束后,销售让她在指定的材料签字,其中就有这个“客户须知”。签完后,“客户须知”也被开发商回收。因此,当听到开发商如此回应时,她要来一本“客户须知”,才从里面翻到,在“客户须知”内,有一页“项目会所重要信息告知”,展示了会所一层平面图布局。

“平面图上的字非常小,要凑得很近才能勉强看清是标注了物业用房、智能快件箱用房、卫生间等等,图纸上也的确显示有旋转楼梯。”狄女士有些哭笑不得。

然而,对于这种“以小字呈现信息”的方式,狄女士和邻居们并不买账。

“既然和所谓的‘实景’有这么大的出入,那么他们应该以大字额外提醒,而不是将这一重要信息藏得这么深。”狄女士指出,以沙盘为例,同样的一组建筑,“智能快件箱用房”“景观构架”等都标注得清清楚楚,唯独是作为物业用房和厕所的这部分,完全没有标注,“这种‘双标’让我们不得不觉得,他们是在隐瞒信息,进行虚假宣传。”



样板间软装实拍图,非交付标准,效果仅供参考

申院院三批次7.4w, 低于联动价,

## 开发商称已履行完整告知义务

3月19日,记者找到该项目开发商上海安高梅陇房地产开发有限公司,就上述情况进行采访。

3月21日,上海安高梅陇房地产开发有限公司书面回复称,该公司高度重视业主诉求及媒体关切,就采访提及的会所相关问题,依据项目规划、销售公示及实际情况正式回复如下:

## 一、关于19#楼及周边相关规划情况

1.项目19#楼一层规划用途为小区配套用房,包含物业用房、卫生间、智能快件箱用房、门厅等功能。

2.项目19#楼负一层及周边区域规划为小区配套会所,面积约1700㎡,涵盖泳池、健身房、会客区等功能。

## 二、关于销售告知、前期宣传相关说明

1.销售阶段,我司已就售楼处地上一层规划用途、功能分割等信息,在销售案场不利因素公示栏明示,并在业主签署的《客户须知》中明确载明,已履行完整告知义务。

2.宣传材料中标注“实景图”,为会所及售楼处实景图展示,相关宣传内容真实、合规,不存在虚假宣传、误导消费者的情形。

我司始终按规划与合同约定执行,未隐瞒项目相关信息,相关销售过程符合商品房销售管理规范。

## 三、关于业主其他诉求的回应

19#楼一层规划为政府批准核定的小区公共配套用房,其功能、布局需严格按照规划批复执行,无法擅自变更规划用途。后续我司将在合规前提下加强同业主沟通,回应业主合理关切。

我司始终坚持合规开发、诚信经营,积极与业主沟通协商,妥善推进项目建设,按照合同约定履行交付工作。

然而,针对该回应,业主林先生并不认可。

“开发商现在说一层规划用途为小区配套用房,负一层才是会所。可‘客户须知’里,在一楼平面图展示的那一页,标题大字就写着‘项目会所重要信息告知’,这不是矛盾了吗?开发商说在销售案场不利因素公示栏明示过,可3月15日我们业主拍摄的不利因素公示栏里,我们仅看到他们提到19幢有智能快件箱用房,完全没看到厕所和物业用房的提示。”林先生表示。



## 宣传“实景”又拆改或涉嫌虚假宣传

如果仅凭“客户须知”签字,以及销售案场的不利因素公示栏信息,开发商能否说已经告知到位?业主认为开发商的做法涉嫌虚假宣传,有没有道理?

对此,上海信昌律师事务所高级合伙人蒋振伟律师表示,开发商的行为涉嫌虚假宣传,其以“客户须知”已签字、销售案场的不利因素公示栏信息为由主张已告知到位,在法律上很难站住脚。

蒋振伟律师认为,开发商在售售楼处开放“实景示范区”,并通过官方社交媒体将会所一楼、负一楼及旋转楼梯作为整体“实景”宣传,这已构成对小区公共设施具体、明确的允诺。

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,这种宣传若对合同订立及房价有重大影响,应视为合同内容。开发商若事后“爆改”物业用房、拆除楼梯,属于典型的违约行为,也构成了虚假宣传。

“客户须知”是开发商提供的格式条款。如果真如业主所说,开发商仅用“小字”在繁杂文件中隐藏关键设计变更,且销售未特别提醒,那么属于“不合理地免除自身责任”。根据《民法典》第四百九十七条,该条款可被认定为无效。

对于“实景将拆改”这种足以影响购房决策的重大不利因素,开发商必须以显著方式提示并主动说明。若仅在“客户须知”中夹杂平面图,不符合“合理提示”要求,不能视为有效告知。

蒋振伟律师认为,开发商官方账号发布的“实景图”和视频,目的是为了促进销售,属于商业宣传活动,其性质与售楼处沙盘、楼书无异。若开发商完全知晓报规方案与宣传不符,却仍按“实景”宣传,吸引购房者下单,属于典型的主观故意。

如果“报规方案”与“宣传实景”存在根本冲突,开发商应当在销售时明确、显著地告知购房者,而非利用“报规”作为事后毁约的理由。

那么,在“实景示范区”的“美颜”冲击下,购房者应在哪些环节重点核查呢?

对此,蒋振伟律师建议:

首先,看规划,不只顾看“美颜”。购房者应注意要求查看并拍照留存《建设工程规划许可证》及附图(总平面图)。这是楼盘建设的法律依据,物业用房、公共设施的位置和性质都在上面。开发商的“实景”和这张图对不上,就是虚假宣传。

其次,查“五证”,确保项目合法。应注意查看在售售楼处公示栏核实项目的《建设用地规划许可证》《建设工程规划许可证》《建筑工程施工许可证》《国有土地使用证》和《商品房预售许可证》。证件不齐,风险极大。

再次,留证据,特别是“承诺”。购房者可对沙盘、宣传片、楼书、官方社交媒体宣传内容全面拍照、录屏。将销售关于“未来不会拆改”的口头承诺,通过微信文字或录音留存。这些是日后维权的关键证据。

最后,签合同,核实附图附件。签订合同时,务必核对合同附件中的小区总平面图是否与“实景示范区”一致。如发现“实景”在图上显示为“物业用房”,切勿签字。