

任性！“无理由退房”，恒大在下一盘大棋！

2015 年 04 月 16 日

CRIC 研究中心

<http://www.cricchina.com/research/>

分析师/房玲，蔡建林

15 日下午，恒大召开新闻发布会，祭出“无理由退房”大招，一时业界沸腾。恒大称，自 2015 年 4 月 16 日 8 时起，凡是恒大地产全国所有楼盘住宅产品的购房者，已履行《楼宇认购书》和《商品房买卖合同》各项义务的，并且无任何违约行为，自签署购房合同之日起至办理入住手续前的任何时间，均可无理由退房。

恒大以小搏大，“无理由退房”为去化

恒大地产仅以一场新闻发布会，一纸文书，便引发业界轰动，不仅大大提升了品牌宣传效果，还虏获了购房者的心，这将有助于项目去化。

“无理由退房”制造“轰动”营销效果。作为业界首推“无理由退房”的房企，恒大地产赚足了眼球，600 家受邀媒体以及其他媒体纷纷为其宣传，消息布满整个互联网，还刷爆了“朋友圈”，恒大以较小的成本制造了“轰动”的营销宣传效果。

“无理由退房”一定程度加速去化。在行业调整期，购房者最担心的莫过于购房后房价下跌，恒大推出“无理由退房”无疑是给购房者吃了一颗定心丸，打了一个包票，这将大大增强购房者的信心，加速项目的去化。

恒大已布好“玲珑棋局”，任性豪赌

恒大如此“任性”宣布“无理由退房”，其实已布好“玲珑棋局”，料定购房者退房概率不大。

恒大的产品本来一般走的是“薄利多销”的路线，产品价格一般都不会有太大波动的，降价的可能性也不大。过去，恒大曾有“开盘必特价，特价必升值”的口号，若开盘价格控制在较低水平，未来降价的可能则更小。即使周边楼盘有降，恒大也可以控制一定期间内不降价。恒大如此“任性”，是在赌市场企稳回升，房价不会出现明显下降，因此恒大也无需降价去化。

而从恒大自身来讲，要求退房的时间范围为“自签署购房合同之日起至办理入住手续前的任何时间”，按照恒大的周转速度来看，这段时间通常不会太长，并且再加上一些现房和接近竣工房子，留给购房者退房的余地也不太大。

此外，购房者退房付出的时间精力成本、税费成本等都一定程度降低了购房者的退房冲动。退一步讲，即使有退房，恒大退给购房者的也只是购房本金，在此期间，恒大无偿使用了这笔无息资金，亦是划算的。

“无理由”不等于“无条件”，执行难度大限制多

尽管恒大提出“无理由”退房，但其实并非“无条件”退房，事实上，恒大设施了诸多条件。并且在执行层面也存在诸多难点。

一是执行时间。恒大地产《关于全面实施无理由退房的重大决定》文件上规定的执行时间为“2015 年 4 月 16 日 8 时起”，在此时间之前买房的购房者们，不享受“无理由退房”待遇。

二是合约限制。购房者需签署《无理由退房协议书》，并且已履行《楼宇认购书》和《商品房买卖合同》各项义务的，无任何违约行为。我们暂无从得知恒大的商品房买卖合同中有何苛刻限制性条款或“霸王条款”，其对购房者的违约认定也存在诸多不确定性，购房者是否可以轻松退房，仍然是个迷。

三是退房时间。恒大规定退房时间为自签署购房合同之日起至办理入住手续前，在此期间，购房者退房的最大动因无非是房价下降，然而这个可能性较小。而购房者在入住之后，发现房屋质量问题、装修不符合约定、同一楼盘新推商品房降价等情况欲退房时，则不在“无理由退房”之列。

房屋买卖涉及多个环节，也涉及多方利益和合作。除了恒大地产和购房者，还包括政府、房管局、商业银行以及代理商等。如果随意退房，且不说各个环节的处理难度之大，各方付出的额外成本谁来买单？恒大如此“任性”，其他人同意吗？

此外，对于办理完入住之后引发退房需求的购房者，对比办理入住前“无理由退房”的待遇，难免加大不满情绪，提高了退房欲望。一旦发生房屋质量不过关、不符合交房标准等问题，引发大面积退房，而恒大却不让退时，一场公关危机将不可避免。

免责声明

数据、观点等引用请注明“由 CRIC 研究中心提供”。由于统计时间和口径的差异，可能出现与相关政府部门最终公布数据不一致的情形，则最终以政府部门权威数据为准。文章内容仅供参考，不构成投资建议。投资者据此操作，风险自担。

关于克而瑞信息集团（CRIC）

克而瑞信息集团，隶属于易居（中国）控股有限公司。作为中国最大的房地产信息综合服务商，以现代信息技术为依托的房地产信息及咨询服务为主营业务。克而瑞信息集团拥有中国房地产最大的信息数据库，构筑中国房地产上下游企业（包括开发商、供应商、服务商、投资商）和从业者信息的桥梁，形成资金、信息通路、营销、人才等各类资源的整合平台，为企业提供房地产信息系统、信息集成和解决方案的全面信息综合服务。

关于 CRIC 研究中心

CRIC 研究中心是易居旗下克而瑞信息集团的专业研发部门，组件十年以来一直致力于对房地产行业及企业课题的深入探索。迄今为止，已经连续五年发布中国房地产企业销售 TOP50 排行榜，引发业界热烈反响。研究半径不仅涵盖以日、周、月、年时间为线索的四大基础研究领域；还包括宏观、市场、土地、企业战略、企业金融、营销等六大研发方向的深度拓展。每月成果出品超过百份，规模已万字计，为房地产企业、基金、券商、政府相关部门提供专业研究资料。