

12万元买的车位停不了车 法官教你买车位要避开哪些“坑”



以案说法

本报讯(正观新闻·郑州晚报记者 鲁燕 通讯员 维佳 马楠) 机动车保有量增加,购买或租赁一个固定车位成了不少家庭的选择,而由此引发的纠纷也时有发生。9月4日,惠济区法院就化解一起因业主购买的车位无法停车引发的纠纷。

2014年,常某购买了某小区的一套商品房,置业公司告诉常某,小区准备建车库,建议常某购买一个车位。常某随后花了12万元买下一个车位。2016年,车库建好后,常某与置业公司签订《地下停车位有偿使用协议》,获得一个固定停车位。此后因常

某一直没有正式入住该小区,也没有与物业签订管理协议,所以物业也没有把车位交付给常某。直至2022年底,常某到物业办理车位使用手续时,才发现自己购买的车位处于角落位置,上有线缆等设施,车辆根本无法停入。

常某找到物业公司,物业安排常某将车停放在小区路面临时停车位上。常某认为,地面车位“僧多粥少”,不同意这一解决方案。他再次找到物业公司,物业公司以常某的车位无法使用并非自身原因为由,要求常某与置业公司协商。常某找到置业公司,要求退还购买车位的费用,却遭遇百般推脱。常某于是将置业公司诉至法院,请求判令解除《地下停车位有偿使用协议》,并退还车位款12万元及利息。

对此,置业公司辩称,

案涉车库是按照国家标准进行建设的,也依法取得检验合格证书,安全性能符合要求,向常某提供的车位符合相关要求规范;常某购买车位已有数年之久,其不可能对车位状况不了解,双方签订的《地下停车位有偿使用协议》已经成立并履行,不存在解除的情况,请求法院依法驳回常某诉讼请求。

承办法官对案涉车位进行了现场勘验,了解双方产生争议的原因,一方面是双方对合同重要事项约定不规范、不明确;签订的协议中并没有对车位的位置、长、宽等进行明确,另一方面是由于矛盾持续较长,双方针锋相对、互不让步。

承办法官多次组织双方当事人调解。最终,置业公司将另一个车位调换给常某,并减免常某自2023年起5年的车位管理费。



瞭望塔

小心侵权!

“酱香”热度不是想蹭就能蹭

日前,“酱香拿铁”引发关注,同时,一波以“酱香”为名的跨界营销扑面而来。据媒体报道,茅台客服表示,餐饮店若在商品中添加茅台售卖,并以此作为卖点宣传,便属于侵权行为。

近日,不仅有咖啡店跟风“复刻”酱香拿铁,还有餐馆推出售价128元一份的“酱香火锅锅底”,并号称当客人面倒酒。但是,这些行为都有可能涉及侵权。

茅台工作人员称,“酱香拿铁”是茅台与咖啡品牌的第一次联名合作。但实际上,市场上早已出现过茅台咖啡。2022年,无锡市某企业在未领取食品经营许可证的情况下销售“茅台咖啡”,且在店内设置“专属特调茅台咖啡53°”“咖啡天花板玖号53°飞天茅咖”等宣传牌。但由于无法提供食品经营许可证及茅台公司的相关授权,当事人因涉嫌违反《食品安全法》和《商标法》,被无锡市梁溪区市场监督管理局没收违法所得8378.15元,并处以罚款63640元。

所以“酱香”的热度还真不是想蹭就能蹭,商标也不是想用就能用。根据《中华人民共和国反不正当竞争法》,经营者不得实施足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为。也就是说,瑞幸与茅台是商业合作关系,

因此可以将商标用于宣传,但其他餐饮店若仿照瑞幸进行宣传,则涉嫌不正当竞争。

不过,这很容易引起公众误解,饭店售卖辣酱拌面,难道侵犯了辣酱品牌商标吗?现实生活中,由于类似使用场景大多是一些产品价值低、附加值低的部分,所以商标持有人并不会对此类行为进行诉讼。值得注意的是,若在未经允许的情况下生产售卖附加值较高的产品,则涉嫌侵权。此前,贵州某公司就因在未经许可的前提下,生产销售“老干妈牛肉棒”被判侵权赔偿。

家喻户晓的产品,哪个都是长久以来认真做好品质的结果。通过蹭成熟品牌的流量,商家固然可以在短时间内吸引关注,但若想把“流量”变“留量”,靠的是产品品质。

一些品牌通过跨界联名营销,激发消费者的好奇心和关注度,对双方品牌能产生正向影响。但是跨界的结果应该落脚点在产品,而非噱头。

我们的生活需要一些“突破次元壁”的跨界惊喜,但是商家也要守好法律和产品的双重底线,才能经受住市场的考验,吸引公众关注的目光。

正观新闻·郑州晚报评论员 杨晗

说法

买车位这些“坑”要避开

承办法官表示,车库、车位是小区业主居住生活的辅助设施,法律性质上属于小区的配套设施。因此,业主在购买或租用车位时要搞清楚这几个方面。

明确车位权属 小区车位按照权属可分产权车位(含部分人防车位)、公共车位;按类型可分为普通车位、机械车位。产权车位的所有权归属要依据实际情况而定:如果业主向开发商购买了产权车位并办理了过户,则应当属于该业主所有;尚未出售给业主的产权车位,所有权则

属于开发商。普通车位是常见可直接停在地面的车位,而机械车位是一个可移动的非独立空间,必须依靠机械整体运行和空间交换来达到个体车位使用的目的。根据《不动产登记条例》的规定,只有产权清晰、范围明确的不动产才能进行产权登记,因此在选购时要特别谨慎。

重视确认车位实际情况 因车位的长、宽等对停车的便利性有较大影响,特别是车位尚未建成的,业主选购车位时往往只能通过设计图、规划图、

销售人员等了解大致情况,更要慎重。

谨慎签订书面合同 购买车位时,无论金额大小,一定要重视与开发商签订规范的书面合同,并就容易引发纠纷的车位面积、价款支付方式、合同双方的权利义务、合同的履行期限、违约责任等内容进行明确约定,并对车位状况附图备注。出现口头、短信、聊天记录等形式的变更约定,也要及时签订确认书或补充合同进行明确,从而在纠纷发生时有效维护自身合法权益。