

开放区域停车费、电梯广告收入……

# 业主如何追回小区公共收益？

小区开放区域建造停车场收取停车费，但是收费主体和费用去向不明；物业投放电梯广告，不但从未征求过业主意见，更别提把广告的收入分给业主了——小区公共部分使用和收益明细去哪儿了？相关案例时有发生，不乏小区业主委员会和物业公司为此对簿公堂。

## 业委会起诉前物业公司 追回137万公共收益

2020年6月，某小区召开业主大会，决议解聘前期物业服务企业，并授权业主大会公开招标新的物业服务企业。随后，此表决公告在社区各公示栏进行公告。同年11月，某小区业主代表大会启动民事诉讼程序，向前期物业服务公司追索公共收益。12月，某小区业委会向原物业服务公司送达了《撤场告知书》，告知其于次年2月底撤场。

原告业委会表示，被告原物业公司自2014年起向原告所在小区提供物业管理服务期间收取的停车费、多种经营等公共收益中属于原告的部分共计1375457元未及时向原告移交。原告请求法院判令被告前物业公司向原告返还该笔收益，并支付相应的利息损失。

被告原物业公司辩称，原被告就合同履行期间公共收益问题的主要分歧是，原告未将2014年至2018年多经收入税收扣除，未将被告提前从停车费中提取的停车管理费作为成本进行扣除，导致原告汇总的合计金额高于被告核算数据。综上，被告认为对于应属于原告部分的公共收益737111元应尽快向原告返还，对于超出被告认可部分请求法院予以驳回。

法院经审理认为，根据民法典

相关规定，业主对建筑物内的住宅、经营性用房等专有部分享有所有权，对专有部分以外的共有部分享有共有和共同管理的权利。物业服务企业利用业主的共有部分产生的收入，在扣除合理成本之后，属于业主共有。被告原物业公司在搬离某小区后，理应将属于该小区全体业主共有的收入支付给原告，现在逾期支付已经构成违约。应承担继续履行、赔偿损失等违约责任。

就存在争议的成本计算问题，被告原物业公司认为停车费收入中应按照每个车位每月60元的标准扣除成本。法院认为，合同中相关约定的前提应当是车位产生了收益，即有人使用车位并交纳了费用，被告在未考虑车位是否产生收益的情况下，直接按照车位数量计算成本明显不当。原告按照总收入核算车位使用数量，再按照每个车位每月60元的标准在收入中扣除成本，该计算方式符合约定。

另外，就被告主张的多种经营收入应扣减成本的意见，相关证据材料不能反映出被告就原告所主张的案涉收入已实际缴纳税金，被告未能提供相关证据佐证，应承担举证不能的法律后果。最终法院判决被告原物业公司向原告业委会支付收益1375457元。因被告逾期支付，应支付相应的利息损失。

《民法典》第271条规定，业主对建筑物内的住宅、经营性用房等专有部分享有所有权，对专有部分以外的共有部分享有共有和共同管理的权利。《民法典》第282条规定，建设单位、物业服务企业或者其他管理人等利用业主的共有部分产生的收入，在扣除合理成本之后，属于业主共有。《民法典》第283条规定，建筑物及其附属设施的费用分配、收益分配等事项，有约定的，按照约定；没有约定或者约定不明确的，按照业主专有部分面积所占比例确定。

根据《民法典》等相关

规定，属于业主共有的部分包括：(1)建筑区划内的道路，但是属于城镇公共道路的除外；(2)建筑区划内的绿地，但是属于城镇公共绿地或者明示属于个人的除外；(3)建筑区划内的其他公共场所、公用设施；(4)物业服务用房；(5)占用业主共有的道路或者其他场地用于停放汽车的车位；(6)建筑物的基础、承重结构、外墙、屋顶等基本结构部分，通道、楼梯、大堂等公共通行部分，消防、公共照明等附属设施、设备，避难层、设备层或者设备间等结构部分；(7)其他不属于业主专有部分，也不属于市政公用部分或者其他权利人所有的场所及设施等。

因此，像小区电梯内广告、门间道广告等公共区域的广告收益；小区公共区域的停车费收益；小区公共

区域内租赁的摊位收益；利用小区公共配套设施如球场、游泳池等的经营收入；自动售卖机的场地费；快递柜入场费等都属于小区公共收益，在扣除合理成本后都应归全体业主共有。

至于“扣除合理成本”的具体用途，国务院颁布的《物业管理条例》规定，可用于补充专项维修资金，或是按照业主大会的决定使用。《北京市物业管理条例》作出了更为细化的规定，当小区专项维修资金余额不足首期应筹集金额30%的，50%以上的公共收益金额应当优先用于补充专项维修资金，剩余部分的使用由业主共同决定。如果物业服务合同中没有特别约定的，则按照业主专有面积所占比例确定，专有部分面积所占比例越大的业主，可以分得的收益也就越多。

法院经审理认为，根据民法典

相关规定，小区内电梯属于业主共有范围，物业公司将业主共有部分进行经营的收益应单独列账，并及时向业主公示，按照业主或业主委员会的意见进行分配。本案中，物业公司将业主共有电梯租赁给广告公司使用获得的收益应属于业主共有，而物业公司并未对此收益进行单独列支、公示，也未向业主进行分配，损害了业主的合法权益，应当返还给业主。物业公司与广告公司在履行合同过程中产生的成本费用，应从业主共有的广告收益中扣除。对于物业公司所称部分费用用于业主欠缴物业费，法院认为欠缴物业费的仅为部分业主，而共有部分产生的收益属于业主共有，双方债权债务主体不同，不符合法定抵消的规定，因此，物业公司行使抵消权的主张未予支持。最终法院判决，物业公司扣除合理成本后向业主返还电梯广告收益。

业主发现物业服务企业“理所当然”地享受着小区共有部分产生的收益要理性维权，发现物业存在相关问题可以向业主大会、业委会报告，尚未成立业主委员会的小区，可以向居(村)委员会反映，以拖欠物业费的形式维权并不是明智之举。向业主公开经营活动收益情况是物业公司的法定职责，建议物业公司建立经营收入管理制度，做好利用各种经营场所进行经营收支台账，保留好合同、协议等各种经营文书，并定期公开收支账目情况。建议业主委员会积极履行广大业主赋予的职责，日常加强对小区共用部分经营收入的监督，防止资金流失，损害共有入权益。

(作者：田婧 北京西城法院)  
来源：北京青年报



本版图片来自网络

## 电梯广告收益属于业主共有 物业公司不可私自处分

某小区的业主委员会发现，物业公司在小区的楼道、大堂、电梯内等公共区域刊登了大量的广告，而物业公司却未将电梯广告费用进行公示，也未向业主进行分配。小区业主委员会认为，物业公司在未经业主同意的情况下，擅自利用共用部位、公用设施设备经营广告，收取广告费用并据为己有的行为损害了业主的合法权益，违反了法律法规，将物业公司诉至法院要求返还电梯广告租赁费用。

物业公司辩称，其于2019年与某广告公司签订《物业电梯广告合作协议》，协议约定电梯投放广告费用两年合计20万元。物业公司表示，该部分款项已经支出，一部分用于成本支出，一部分用于部分业主欠缴的物业费，但仅提供了成本支出方面的证据，并未提供其他证据。

法院经审理认为，根据民法典