

## 3 多管齐下 加强监管

不过,当前楼市乱象整治正在加速。

据悉,住建部会同中宣部、公安部、司法部、税务总局、市场监管总局、银保监会等部门,于7月初至12月底,在北京、上海等30个城市开展治理房地产市场乱象专项行动,此次专项行动的打击重点之一即为虚假房地产广告。

近日,北京市住房城乡建设委就联合市工商局、市网信办、市通信管理局和房地产中介行业协会,集中约谈了链家、我爱我家、麦田在线、中原地产、21世纪不动产、网易·新浪、58同城、赶集网、安居客、百姓网、房天下等房源信息发布主要网站。

不仅是北京,8月以来,包括辽宁、长沙(楼盘)等地,都有约谈房地产中介机构、发布新政策等举措落地。分析人士指出,在多

管意识和维权意识,让虚假违法房地产广告无处藏身。

那么,有哪些常见的房产广告陷阱需要特别警惕呢?

## 零首付

根本就是虚假宣传,其实就是“买房的首付分期付款”。对于购房者来说,超低首付或零首付并不是减去首付,而是分期付款,虽然暂时缓解了贷款买房的压力,但最终还是会在规定的时间内要求购房者全部还清。而这段时间内,购房者都会面临首付、月供、交房时所交税款等方面的资金压力,可能影响自己的生活品质,还可能因无力还款带来违约风险。

## 各种优惠和红利

很多购房者会被开发商的各



部委发力推动,与地方政策积极落地的叠加影响下,未来房源和交易方面的管理势必会强化。

专家表示,由于房地产开发周期较长,很多时候购房者只能主要看广告,具体房子情况如何要等到一两年甚至数年交房后才知道,这就给房地产违法虚假广告提供了生存土壤,也增加了购房者维权的难度。

多位受访的业内人士建议,首先,要对房地产广告加强监管,对法律法规明令禁止的虚假违法行为坚决查处。天津市市场监管委广告处处长李保成认为,要以大众传媒和网络媒体为主要监管对象,加强广告违法线索监测,及时处理群众投诉举报线索,加大处罚和曝光力度,保持对严重违法广告的高压态势。与此同时,各地应建立起一个能够和国家市场监管总局数据共享、包含传统媒体广告和户外广告监测在内的综合平台。

同时,相关责任主体要承担起社会责任,自觉避免用潜台词误导消费者。刘俊海认为,房地产广告发布在不同环节有四类责任主体,包括广告主、广告公司、刊发媒体和广告代言人,都应当对广告内容的真实性负责,担负起自己的社会责任,遵守法律法规和社会公序良俗。

对于广大购房者来说,应增强对房地产广告信息的鉴别能力,避免受到虚假房地产广告信息的误导,还要提高警惕,增强监

种优惠宣传所诱惑,比如“买房送露台,买房送家装”等广告语,但其实很多广告都是不靠谱的,其中藏着很多猫腻,比如赠送的家装出现质量问题、面积承诺不兑现等。

## 样板间宣传陷阱

很多楼盘广告和户型设计漂亮的模型场景,当购房者拿着开发商设计的平面图时并不会察觉到这里面有多少猫腻,被随意放大的绿化、适当加宽的楼距,缩小的家具配置示意图等等。尤其是样板间的华丽装修往往会让不少购房者的心智,也只有人在入住时才发现,现实和图纸是两回事。

## 虚假宣传

房产开发商往往将样板间和宣传图片设计得相当诱人,将样板房的面积做得更大一些,使人觉得更实用,除了楼盘外部规划和内部环境,虚假宣传还渗透到户型偏差、面积不符、承诺赠送等各个方面。

## 地理位置陷阱

为了向购房者证明物业利润或交通便利,很多开发商会向购房者提供一个房产的地理位置图。从地理位置图上可能看到配套设施齐全、交通方便,但实际上可能存在很多偏差,房子所在的位置示意图往往也不按比例、随意绘制,所标示的位置有的可能和实际位置相差几条路。

本文由新华社、经济参考报、21世纪经济报道、四川日报、齐鲁网等媒体综合整理,本版图片均来源于网络,请作者与本报联系,以奉稿酬。

## 房地产广告『画皮』何时休?

益保障”等字眼;南宁市曾查处“30年超长摇钱树,头3年收益率达36%以上,高收益投资”等违规承诺;在郑州某地,还有一开发商打出“10年资产涨潮计划”的广告语……

中国人民大学法学院教授刘俊海表示,当前房地产虚假广告铺天盖地,带有普遍性。除了传统媒体当中的虚假广告之外,还蔓延到社交媒体上,甚至还有网络直播、垃圾短信、垃圾电话等。



## 八条第二项。

郑州市工商局建议,首先,消费者在看到房地产广告时候,应查看其房地产(预)售证编号,并核对真伪。其次,购房是消费者个人乃至家庭的一件大事,应主动了解项目位置、道路交通、周边设施、未来规划等相关情况,不能偏听盲信。

郑州市、天津市广告监管部门反映,当前在整治虚假违法广告中存在一些难题,主要是房地产企业在开发项目过程中,经营与合作情况复杂,从业人员流动性大,造成违法主体认定困难,违法证据容易丢失,给执法办案造成重重阻力。建议将房管部门纳入虚假违法广告整治体系,加大部门间的信息共享和联动执法力度,开展联合约谈、联合惩戒。

## 1 忽悠套路 五花八门

上强调“全城热销”“火爆加推”,更有一些普通的楼房,纷纷冠名“邸”“墅”“苑”等。

业内人士透露,一些看起来“高大上”的广告语,背后蕴含着另外的“潜台词”。例如:“稀缺楼盘,坐拥宁静”可能是“项目比较偏僻,周边人气不足”;“千亩大盘,成熟社区”可能是“开发周期比较长”。

在京津冀地区从事数十年房地产广告工作的王先生说,一般开发商拿地之后不久,广告方就开始介入。在规划不清晰、设计不明朗的情况下,将一片荒地描绘成“高端舒适”的居住环境,十分考验广告设计者的“想象力”。

“我们要尽可能夸大项目优势,使用想象性、引导性词汇激发消费者的购买欲。”王先生说。

广告商为规避监管千方百计打擦边球。“比如,房地产广告不让提学区房,那我们就说‘读书声声入耳’;如果地铁站尚在规划,那就把规划中这三个字印得尽可能小,最好让人看不到。”王先生说。

此外,还有一些房地产广告忽悠投资稳赚,违法宣传升值回报。虽然我国广告法明确规定,房地产广告不得含有升值或者投资回报的承诺,但此类广告语仍然层出不穷:兰州市曾查处开发商宣传展板上违规使用“居住、投资价值一路看涨”“稳赚财富、收

较大,如果出现虚假、误导以及其他违法问题,其社会危害性较一般商品或服务更大,对此进行集中整治,维护购房者合法权益也更加迫切。

郑州市、天津市广告监管部门表示,当前房地产领域虚假违法广告主要集中在违反《中华人民共和国广告法》第四条、第二十六条和第二十八条相关规定,内容不真实、不合法,误导甚至欺骗消费者。

例如,广告中声称项目位于“双地铁、公园旁”,未表明是建设中或规划中,属于对规划或者建设中的交通、商业、文化教育设施以及其他市政条件作误导宣传,违反了广告法第二十六条第四项。

还有情况是,广告中声称购房可以“上名校”,与实际不符,属于服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息,以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际不符,对购买行为有实质性影响,违反了广告法第二十

中,购房人选购的房源要明确预售或现房获得许可证的时间,所有房源一次公开销售,有关证书在售楼处公示;项目一房一价公示,有关报价保证不高于预售许可(现房备案)申报核准价。

## 福建省:省内开展治理房地产市场乱象专项行动

8月8日,福建省住建厅等八部门发布《关于联合开展打击违法违规行为治理房地产市场专项行动的通知》,将在省内开展治理房地产市场乱象专项行动。

如今,一些看起来“高大上”的广告语,实则隐含着难以启齿的“潜台词”。譬如,“10分钟到高铁站”实际需要开车跑30分钟,“入住名校”仅仅是销售噱头,“稀缺楼盘”也许意味着位置偏僻,“水景园林”实际上是小区里有个小水坑……从项目位置、道路交通,到周边设施、未来规划,房地产广告中充斥着不实之词,这些虚假违法广告除了在传统媒体上出现,还蔓延到社交媒体。

在令人眼花缭乱的房地产“高大上”广告词背后,隐藏着哪些真实的“潜台词”?这些广告词是如何炮制的?



不久前,成都某楼盘广告曾因“距天府广场仅20分钟车程”的广告词而被购房者投诉。

投诉者何女士称,当初开发商在媒体上打出诱人的广告宣传,什么“距天府广场仅20分钟车程”、“中国十大最具成长性房地产企业倾力打造”、“一流亲水社区”等,吹得天花乱坠让人头晕,自己就是看了开发商的广告后,前往售楼处缴纳了一套房子的订金。

但冷静下来细细思考后,何女士才发现,“距天府广场仅20分钟车程”是汽车以时速60公里匀速行驶下的理想状态,而且中途不能停,如果自己开车,实际上可能半个小时也到不了;“中国十大最具成长性房地产企业”也不知道从何而来,总之根本不是经政府主管部门批准评选出来的;“一流亲水社区”也是并不标准的说法,“你说一流就一流,到底什么叫一流,我们也不知道。”何女士质疑道。

后来,开发商被何女士投诉到工商部门后,被工商部门勒令停止发布了上述广告……

在房地产开发销售过程中,广告承担着提高知名度、加快销售进度的重要作用。一些房地产广告极尽包装之能事,套路颇多:品味上强调“顶级豪宅”“高端品鉴”,销售

## 2 伤不起的购房者

7月中旬,位于中部某市的一在售楼盘在其官方网站的项目展示中说,“全龄书香环伺,文化之风蔚然盛行……学校签署协议,入住即可入学”。

然而当市民王先生拨打销售热线,接线人员的回复却是:“是我们的官方网站写的吗?我问一下策划吧,我感觉这不对。”她表示并不清楚这一承诺,并说能上另一所更好的学校。后来王先生经查询发现,广告中承诺的学校成立于2013年,后来改了名。而据该校工作人员回说,房地产商的这一说法是假的,不可相信……王先生感到万幸,“幸好提前长了个心眼,不然为了买学区房就把钱花出去了。”

根据全国消协组织受理投诉情况统计,2017年总共受理投诉726840件,涉及老百姓“住”方面的投诉占比4.5%,其中房屋质量、虚假宣传等成为房产投诉中的突出问题。

武汉大学新闻与传播学院广告学系副教授廖秉宜说,房地产广告涉及的交易金额

## 相关新闻

7月31日,中共中央政治局召开会议,分析研究当前经济形势,部署下半年经济工作。会议提出,要下决心解决好房地产市场问题,坚决遏制房价上涨。加快建立促进房地产市场平稳健康发展长效机制。

中央政治局会议与住建部相关工作会议之后,全国各部分市相继出台新的住房政策,以下是部分省市住房政策盘点。

## 遏制房价上涨成主旋律 看各省市如何放大招?

## 山东省:山东9部门联合整治,重拳打击楼市乱象禁止开发商“全款优先”

8月1日,山东省住建厅等九部门发布通知,8月底前,房地产企业、中介机构要落实服务承诺制,新建商品房售房时,销售人员(置业顾问)要主动向购房者提供书面的《房地产企业销售服务承诺书》,并双方签字确认。在承诺书中,购房人选购哪家开发企业及开发的楼盘都要明确写入承诺书,销售人员实名登记并代表公司做出依法依规卖房的承诺,最后开发企业盖章。承诺书

