



网 址:www.sxjib.cn
投稿邮箱:sxjrb@sxjrb.com
新闻热线:4660816

房地产广告可信度有几分?

本报首席记者 郝薇

本周聚焦

“投资灵活、门槛低、升值快、回报高”“紧邻五一路小学,为项目带来高保障的投资收益,业主自用划算”“15分钟直达太原火车站、20分钟达火车站”“毗邻五一路小学、师院附中,为您孩子的教育培养全程接棒、保驾护航”……

这样抓人眼球的广告语,字字句句都滋生着对未来精致美好生活的无限遐想。然而,真实情况是:这条2018年3月由山西越鼎盛房地产开发有限公司发布的房地产广告,因广告内容违反《广告法》有关规定,被列为山西年度典型违法广告十大案例,被罚款80万元。

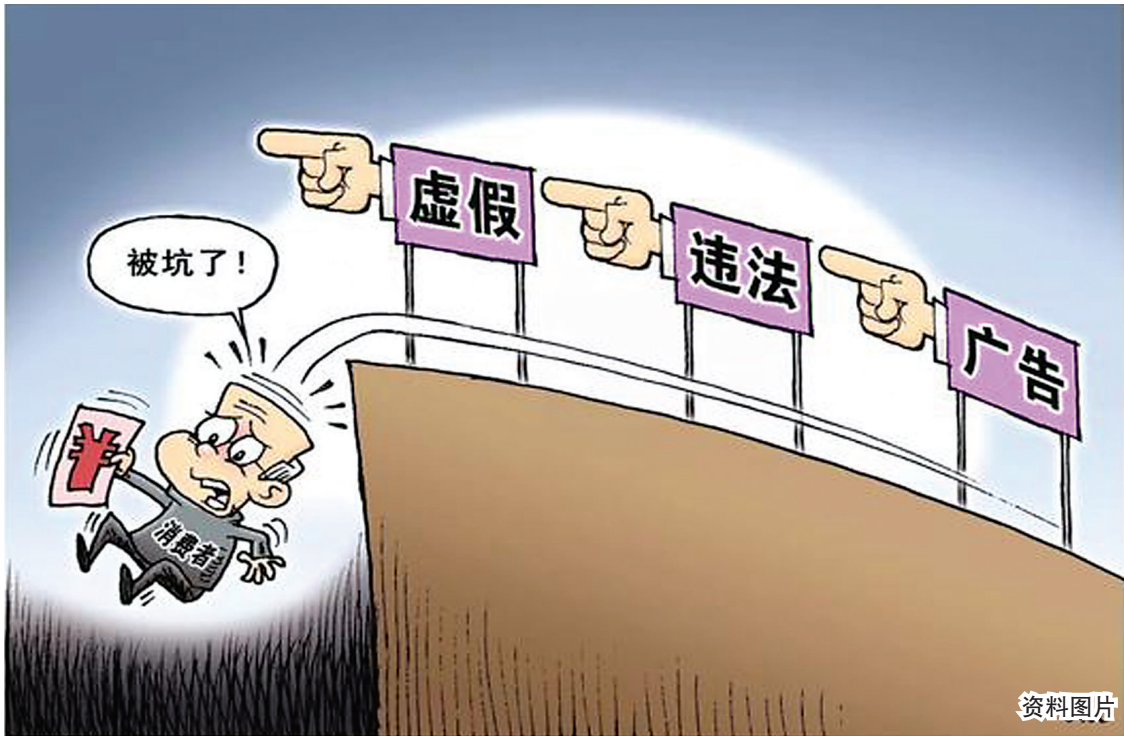
根据我国广告法明确规定:房地产广告不得含有升值或者投资回报的承诺。仅看这一条,该广告内容就有虚假宣传之嫌,字字句句都隐藏着让人看不透的猫腻。今年,省工商部门加大对全省违法广告的内容虚假的情形,违反《广告法》有关规定。

广告用语是开发商设计重点

有人说,房地产开发商的广告营销之道对消费者的拿捏可谓登峰造极。有业内人士透露,如何在铺天盖地的房地产广告中脱颖而出,确实是房地产商关心的焦点。为了避免监管,房地产广告频频打“擦边球”。他们千方百计绞尽脑汁设计的广告语就是为了吸引大众关注购买,其中的诱惑性广告语更是设计时需要考虑的重中之重。

但事实上,某些房地产楼盘发布的广告中一些看起来辞藻华丽的广告语,实则包含有虚假或者引人误解的内容,欺骗、误导消费者。譬如,“即买即升值”“即买即收租”“买房赚大钱”“超高回报率”“不容错过的投资”“稀缺资源、升值无限”“高铁响,黄金到,旺铺不愁租,租金流水来”“10分钟到达**”等广告语。从项目位置到道路交通,从周边设施到未来规划……无不充斥着不实之词。

前不久,省工商局公布十大违法广告经典案例中,房地产违法广告占据两席。山西越鼎盛房地产开



资料图片

发有限公司发布房地产违法广告案中,在当事人发布的“鼎盛国际青创城”房地产印刷品广告,广告用语构成承诺升值、以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置、内容虚假的情形,违反《广告法》有关规定。

而在山西俊嘉房地产开发有限公司发布房地产违法广告案中,“国家级盛会落址加速区域崛起……未来升值潜力和投资价值不可限量”“高端配套环绕,为品质生活加冕,包括成成中学、太原第二外国语学校等知名学府,山西大医院、山西省儿童医院……地铁3/6号线轻轨等立体交通网让您出入随心”“再造一个恭王府”……令人眼花缭乱的广告用语,更是多处违法,对消费者造成严重误导。

据了解,2018年1月,当事人通过互联网发布“金尊府”房地产广告。广告中含有违法内容,构成含有升值或者投资回报的承诺、对规划或者建设中的文化教育设施作误导宣传、违背社会良好风尚的情形,违反《广告法》有关规定。今年5月,太原工商晋源分局依法作出行政处罚,责令当事人停止发布该违法广告,罚款60万元。

房地产广告“套路深”

什么样的房地产广告涉嫌违反《广告法》?我们来看三个“套路颇深”的经典案例——

一些房地产公司在广告宣传中使用宣传房地产项目升值或者投资回报承诺用语,如:“增值物业升值前景无可限量,回购有保障”“高收益投资巨大升值空间,升值金铺”“小投入,低门槛,高收益,投资回报率超6%……”

“上述广告语向大众宣传房地产项目能够升值,或能给购买者产生投资回报,属于含有升值或投资回报的承诺。”省工商局相关负责人表示,此广告违反《广告法》第二十六条“房地产广告不得含有升值或者投资回报的承诺”的规定。依据《广告法》第五十八条规定,执法部门依法责令违法广告发布者停止发布,并处以罚款。

还有一些房地产企业,在广告中使用“3分钟车程即可到达客运站或15分钟车程到达火车站,20分钟车程便可直达机场”“距地铁2号线5分钟”等广告语……

类似广告语则违反《广告法》第二十六条和《房地产广告发布规定》第四条“房地产广告,房源信息应当

真实,不得含有以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置”规定。依据《广告法》第五十八条规定,执法部门依法责令违法广告发布者停止发布,并处以罚款。

还有一些房地产楼盘发布的广告中,包含虚假或引人误解的内容,欺骗、误导消费者。如在未取得《商品房预售许可证》的情况下,广告中使用了非本楼盘的商品房预售许可证书号进行宣传;声称楼盘内有多大的绿地,设有幼儿园、学校等配套设施,然而消费者购房后,发现相关绿地和设施名不副实或根本没有。上述行为违反《广告法》第二十八条规定,工商部门将依据《广告法》第五十五条规定,依法责令违法广告发布者停止发布,并处以罚款。

除此之外,一些房地产商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使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容未表明出处,或者使用绝对化的语言,都涉嫌违反《广告法》有关规定。

五类房地产广告是“重灾区”

为了坚持“房子是用来住的,不是用来炒的”这一战略定位,今年以

来,省工商局以维护消费者的合法权益为出发点,以规范和净化房地产市场秩序为目的,认真履行工作职能,创新监管模式,精准施策,严厉查处房地产虚假违法广告,规范广告发布行为,进一步促进我省房地产市场平稳健康发展。

据了解,从今年7月起,省工商部门在全省范围内开展房地产广告专项整治工作,对辖区内广播、电视、报纸、刊物、户外、印刷品、互联网等媒介发布的房地产广告进行监测。专项整治期间,山西各级工商和市场监管部门将重点查处五类房地产广告。比如:涉及导向问题的房地产违法广告;房地产广告中含有妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚;含有损害国家的尊严或者利益,泄露国家秘密;含有淫秽、迷信等内容。

未取得有效证明文件的房地产违法广告。尚不具备销售(预售)条件发布房地产违法广告,主要包括:在未经依法取得国有土地使用权的土地上开发建设的;在未经国家征用的集体所有的土地上建设的;未按法定程序取得商品房销售(预售)许可证的;权属有争议的;不符合工程质量标准,经验收不合格的。内容不真实的房地产违法广告。含有升值或者投资回报承诺的;含有以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置的;含有对规划或者建设中的交通、商业、文化教育设施(如:承诺学区房)以及其他市政条件作误导宣传的;含有虚假或者引人误解的广告。

内容不合法的房地产违法广告。使用“国家级”“最高级”“最佳”等用语;含有能够为入住者办理户口、就业、升学等事项的承诺;出现融资或者变相融资的内容;未载明商品房预售或销售许可证书号等广告。未经当事人同意或者请求,不得出现向其住宅、交通工具等发送房地产广告,也不得出现以电子信息方式发送房地产广告。

省工商局在专项整治中要求,对房地产广告违法行为要做到有案必查、违法必究、查处到位;对房地产虚假违法广告予以行政处罚时,要对广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人依法予以查处,避免遗漏违法责任主体,确保案件查处到位,净化房地产市场广告市场。

房地产广告最强监管风暴来袭

今年以来,《新广告法》实施,对一些房地产领域惯用的噱头性用语限制使用,并把“国家级、最佳、第一、唯一、优秀、顶尖、全国首家”等绝对性用语也被判定为禁用词。根据《广告法》规定,房地产营销广告常见的一旦逾越的宣传红线,就可能面临最低20万元的罚款。

尽管如此,房地产商依然频频触犯红线,有的玩文字游戏,有的打擦边球,处处存在的消费陷阱,让购房者防不胜防。

据全国消协组织受理投诉情况统计,2017年,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。

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,从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就是虚假房地产广告。

以工商部门为例,对房地产虚假、违法广告的查处力度前所未有的。他们举一反三,加强执法联动,对重大房地产违法广告案件,协调房管部门在调查期间暂停项目预售许可及网签资格。同时,加强广告监测,强化事中事后监管,对违法广告行为,发现一起、查处一起,将行政处罚信息记于企业名下并向社会公示,实施信用约束、部门联合惩戒,实现“一处违法、处处受限”。有些地区的工商部门重拳整治,予以重罚。尤其是加强了广告法律法规宣传培训,不断提升企业法律意识,加强机场、车站、公交、地铁等重点区域广告管理,督促广告经营单位切实履行审查责任,规范广告发布活动。

业内人士表示,消费者在看到房地产广告时候,应查看其房地产销(购)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。(郝薇)

省工商局专项整治房地产广告市场

本报讯(首席记者 郝薇)日前,省工商局传来消息,根据省工商局房地产广告专项整治工作实施方案,房地产违法广告整治分为部署、整治和总结三个阶段。目前,正处于为期四个月的专项整治阶段中,按照《广告法》《房地产广告发布规定》等有关法律法规规定,将对辖区内广播、电视、报纸、刊物、户外、印刷品、互联网等媒介发布的房地产广告进行监测,发现涉嫌违法广告及时处理,对涉嫌严重的违法广告一律立案查处。

省工商局要求,要加强整治工作部署。坚持整治和规范、专项检查和日常监管相结合的原则,认真履行职责,精心组织,周密安排,责任到人,确保专项整治工作部署落到实处。

强化广告执法联动。要进一步完善跨部门、跨区域联动机制,提高快速反应处置能力;要加强与城建等有关部门的协调配合,采取联合公告、联合告诫、综合治理等措施,形成监管合力,净化房地产市场广告市场。

加大案件查处力度。对房地产广告违法行为要做到有案必查、违法必究、查处到位;对房地产虚假违法广告予以行政处罚时,要对广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人依法予以查处,避免遗漏违法责任主体,确保案件查处到位。

加强督促检查指导。加强专项整治工作的组织领导,强化督促检查,严格落实各项责任措施,全面推进整治工作的开展。要引导广告经营单位强化守法意识,落实广告审查责任,遏制房地产虚假违法广告的发布。

责编:郑强 干俊菲 校对:水水

热点关注

近年来,装修公司关门的事件层出不穷。9月上旬,曾经在广告营销方面投入力度很大的山西美得你家装设计有限公司太原分公司(简称太原“美得你”)关门停业。门口贴有一张声明,称该公司处于“停业整顿状态”。面对大门紧闭、人去楼空的“美得你”,作为最直接的受害者——业主损失惨重。省消费者协会发布2018年度第8号消费警示,提醒消费者室内家装谨防合同陷阱。

维权难度大 消费者难以获得赔偿

“9.9万元,100平方米的房子拎包入住。”“‘先施工、后付款’美得你为中国诚信家装代言”……一声声撩人的促销广告吸引了不少消费者选择“美得你”家装公司,赵先生就是其中一位,去年他在太原南内环购入一套二手房,重新装修已经提上议程,于是到处打听装修公司,正好遇到“美得你”举办的大型宣传促销活动,当时就交了定金,签订了相关合同,没想到还没有轮到自己房子装修,家装公司已经人去楼空,负责人也联系不上。据了解,太原“美得你”进军太原市场才一年多,目前,从业主自发初步的统计来看,太原“美得你”涉及已知

的用户263户,涉案金额已高达1666万元。

对于这种“跑路”现象,专家建议,消费者首先要认清家装公司是蓄意诈骗还是资金链断裂,根据情况进行维权。因经营不善而宣告倒闭的装饰公司,付过定金的业主可以向人民法院提起民事诉讼维权,但是执行起来可能是一个问题,即使业主胜诉也可能无法获得相应的财产赔偿。而对于蓄意诈骗的装饰公司,就涉嫌“合同诈骗”,业主可以向公安机关报案,追究其刑事责任。无论是哪一种,维权的难度都很大。

装修猫腻多 消费者警惕低价陷阱

随着老百姓的消费能力不断提高,许多人都会选择在秋季装修房子,但是市场上各种家装陷阱层出不穷,让消费者防不胜防。

最典型的的就是装修订金难退、合同条款猫腻多。一些家装企业故意缺少辅助或关键项目内容,等施工入场后要求消费者临时加项加钱。有的装修公司及其业务员为了多签订单,多揽活儿,通过故意漏项压低装修工程总报价,从而获取消费者信任,在开工后逐步增加,让消费者无法再找另外的装修

公司。还有的消费者在签订装修合同时没有认真仔细阅读合同,参与一些有悖常理的低价套餐和扰乱市场的恶性竞争活动。低价装修套餐往往隐藏着“低开高走”漏洞增项的陷阱,涉及到项目清单和费用的关键信息,很多都十分模糊,看似高性价比的背后,很容易埋藏着不确定的额外费用。此外,部分装修公司在合同中会规避很多隐蔽工程,等开工后这样那样的增项就都出来了,相对消费者的费用也就高了。

与此同时,装修过程中违反合同,偷工减料,工程质量不合格,售后服务项目形同虚设;合同未将重做、返工等内容纳入范围,存在违约责任不对等情况;合同中模糊或不约定建材品质、规格、验收程序、测量误差、上门安装、送货约定等内容,导致货不对板、以次充好、随意延长送货时间等问题时有发生;施工工艺描述不清楚,部分装修公司为了牟取个人私利会在报价单上使用模糊的词语进行工艺描述,而不使用准确的词语进行描述,很多业主因此落入装修公司的陷阱中;以供供货商断货为由,随意改变合同条款,选用价低、劣质材料、洁具等;多方寻找各种借口,故意拖延工期;合同中,有意加重消费

者责任,降低自己的违规风险。

做到“五慎”避免陷入家装纠纷

为了避免以上这些不必要的家装纠纷,维护消费者合法权益,促进家装行业健康、有序发展,营造消费者放心满意的消费环境,省消费者协会特别提醒广大消费者做到五慎:

一要“慎察”。首先,选择的装潢公司必须有进行装潢工程施工的资历。除了要检查营业执照以外,公司有没有正规的办公地点,是不是能出具合格的票据等,都是需要细心考察的。其次,可以考察这家装潢公司所做过的工程,以此来评价它的设计以及施工水平。必要时,可上网查询一下网民对这家公司的评价,以增强自己的判断力。

二要“慎签”。在签订合同时,要仔细阅读装潢公司出具的合同,不要轻易签字。谨防一些装潢公司利用合同格式条款免除自身责任、加重消费者责任、排除消费者权利、不兑现对消费者的承诺,损害消费者合法权益的合同违法行为。

三要“慎选”。在家装中,材料的选用是非常重要的一个方面。

普遍实行的家装合同,价格明确并看似便宜,装饰用材却没有约定(对方未提供具体明细单),实际装修时只能由对方说了算,所以消费者在选择装修公司后,与对方签订合同时,特别是实行“包工包料”的合同,对使用的材料要求对方提供明细单,并作为合同的补充件保存。尤其是在材料到场后要仔细查验,防止“偷梁换柱”。

四要“慎交”。工程款的交付,在合同中要有明确的约定,不要一次性支付全部工程款,要按施工进度逐步支付。如果是预付式消费的,一定要注意防范消费中的风险,尽可能减少支付订(定)金和依工程进度支付预付款。

五要“慎存”。在家装过程中,要妥善保存各种合同、交易凭证等证明材料,一旦出现消费纠纷可以及时向消费者权益保护部门提供,保护自己的合法权益。

此外,消费者对在家装过程中发现的各种问题要及时与经营者沟通,要求对方进行整改。由于施工方责任造成损失的,可以要求对方进行合理赔偿,如果与经营者交涉无果的,可以依法向属地的市场监管部门或消费者协会进行投诉;如果情节严重的,也可直接向当地人民法院提出诉讼。