

《房地产广告发布规定》2月1日起施行

售楼广告禁止承诺学区房

“买房就能上××小学”、“距国贸仅30分钟”、“即买即租，投资回报率高达12%”……从2月1日开始，这些曾经在售楼广告中频繁出现的话不能再使用了。国家工商总局日前发布《房地产广告发布规定》，房地产广告必须真实、合法、科学、准确，不得欺骗、误导消费者。规定中明确，房地产广告中不得含有广告主能够为入住者办理户口、就业、升学等事项的承诺。

售楼不能“捆绑”名校和户口

将楼盘与名校“捆绑销售”是开发商常用的招数之一。为了孩子的教育着想，家长往往会狠心接受比周边高出一截的房价。但在实际情况中，不少家长遭遇了“伪学区房”，距离名校虽近却进不了名校，或者买房之初广告里承诺的配建名校始终不见踪影。去年，北京市一家知名开发商就因此被26名业主联合告上了法庭。

这家开发商铺天盖地的广告上都声称“买房能上北京四中房山分校”，再加上其本身的知名度，所以尽管房价比周边楼盘每平方米要高出数百元，很多人还是毅然加入了排队买房的大军。但后来，有消息曝出就读北京四中分校有6年期限限制，且能否入学取决于届时的教育政策。于是，业主将开发商告上了法院。

从2月1日开始，除了不能出现与升学有关的内容，房地产广告中也不能再出现为入住者办理户口、就业等承诺。事实上，很多消费者购房看中的都是其未来升值潜力，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无疑会令房子加分。所以开发商都喜欢抓住这些配套或规划作为卖点，广告宣传上也多以此作为广告热点，以达到楼盘热销的效果。新规明确指出，不得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。

项目示意图需用恰当比例

以项目到达某一具体参照物的所需时间标示项目位置，也是房地产广告中禁用的内容之一。通俗说，楼盘广告中经常出现的“毗邻奥森”、“距国贸仅30分钟”之类含糊不清的描述，将被禁止，以避免引起购房人的误解。

29岁的小侯在买房过程中对此深有体会。“广告的水分太大了”，为了给自己和未婚妻选一个合适的婚房，他最近半年的节假日几乎都在看房。精挑细选后对位于燕郊某楼盘的一套户型和价位刚好能接受，所以小侯就格外用心地试验了一下进北京所需的时间，尤其是每天早上上班时间。“广告说离国贸30分钟，这是在路上一辆车都没有的情况下吧。实际上，30分钟还没挤上公交车呢，冲出京通高速的堵车大军也不止30分钟。”小侯认为，这类表述误导性太强了。

按理说，开发商标出楼盘地理位置，能让消费者更方便地了解是否满足自己购房的需求。但开发商往往用简单示意图来标示，比例严重失当。在一些示意图上，东三环到东四环的间隔与东四环到燕郊的间隔甚至长度一样。对此，新规中明确，房地产广告中的项目位置示意图，应当准确、清楚、比例恰当。

广告价格需明示有效期限

新规还规定，房地产广告中提到面积时，应当标明为建筑面积或者套内建筑面积，并且不能有升值或者投资回报的承诺。含有风水、占卜等封建迷信的内容，也属于禁止之列。此外，广告中如果提到了价格，应当清楚标示为实际的销售价格，并明示价格的有效期限。

业内人士分析，这些新规有助于消费者买房时做出理性抉择。伟业我爱我家集团副总裁胡景晖表示，新规禁用的这些宣传语比较容易误导消费者。而实际上，卖房时承诺的很多卖点在项目竣工之后未必能够兑现，往往造成纠纷、投诉，甚至上升到法律诉讼层面。他认为，即将实施的房地产广告新规主要会影响新建商品房的宣传，能否严格落实更为关键。

(据《北京日报》)

