

附件1

房地产广告合规指引

为规范房地产广告活动，依照《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国城市房地产管理法》《商品房销售办法》《深圳市房地产市场监管办法》等法律、法规、规章以及有关政策要求，制定本合规指引。本合规指引为行业指导性意见，不具有强制性，请参照执行。随着法律法规和监管政策的变化，合规指引将定期评估和动态调整。

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持以人民为中心的发展理念，坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，加强对房地产广告的规范和指导，维护房地产市场良好秩序，提升人民群众的获得感、幸福感、安全感。

二、适用范围

本指引适用于在深圳市行政区域内，房地产开发企业、房地产权利人、房地产中介服务机构发布的房地产项目预售、预租、出售、出租、项目转让以及其他房地产项目介绍等商业广告。

居民私人及非经营性售房、租房、换房广告不适用本指引。

三、合规提示

1. 提高政治站位，坚持正确的广告导向。以健康的形式表达广告内容，符合社会主义精神文明建设和弘扬中华优秀传统文化的要求。

2. 恪守法律底线和道德底线。加强自律，坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，依法开展房地产经营活动。

3. 房地产广告应当真实、合法。广告主应当对广告内容的真实性负责。

广告主、广告经营者、广告发布者从事广告活动，应当遵守法律、法规，诚实信用，公平竞争。

4. 健全广告合规管理制度，及时清理撤除不合规广告。全市各新闻机构、新媒体、公共场所管理者、网络平台、广告经营发布单位、房地产开发企业、房地产权利人、房地产中介服务机构应当按照国家有关规定，加强广告合规管理，建立、健全广告审核制度，完善审核流程，严格审核标准，避免广告风险。对已发布的房地产广告进行全面清理，及时发现撤除不合规房地产广告。

5. 广告主须身份真实、经营资质齐全，宣传内容应当与行政许可的内容相符合。营业执照、房地产开发企业资质证书、土地使用权证明、工程竣工验收合格证明、预售、销售许可以证明、产权证明、业主委托证明等。

6. 慎用广告代言人，坚决抵制违法失德人员。在选用代言人时要做好背景调查和风险防控，不能唯流量名气，要把政治素养、道德品行、艺术水准、社会评价作为选用广告代言人标准，立足正确政治立场，捍卫法律底线。

7. 房地产广告应当以国家通用语言文字普通话和规范汉字为基本的用语用字。不得使用繁体字、异体字，如“傢俬行”“薬房”；不得使用错别字或者篡改成语，如“默默无蚊”“百衣百顺”；不得单独使用外国语言文字。

8. 房地产广告用语应当理性客观，严禁烘托、渲染紧张氛围，故意造成房地产市场紧张情绪。如含有“政策利好”、“新政”等描述。

9. 房地产广告应当具有可识别性。通过大众传播媒介发布的房地产广告应当显著标明“广告”，能够使消费者辨明其为广告。

10. 房地产广告中使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语等引证内容的，应当真实、准确，并表明出处。引证内容有适用范围和有效期限的，应当明确表示。

11. 房地产广告中使用他人名义或者形象的，应当事先取得其书面同意；使用无民事行为能力人、限制民事行为能力人的名义或者形象的，应当事先取得其监护人的书面同意。

12. 房源信息应当真实有效。包括房屋名称、地址、楼层、朝向、建成时间、土地使用年限、房屋面积、预售许可

证等信息。新房应当有销售/预售许可证，二手房应当有房产证（产权证明）和业主委托书；不得宣传销售国家、广东省和深圳市禁止交易的房产类型，包括但不限于小产权房、安居房、军产房等。

13. 房地产预售、销售广告，应当载明以下事项：开发企业名称；中介服务机构代理销售的，载明该机构名称；预售或者销售许可证号。广告中仅介绍房地产项目名称的，可以不必载明上述事项。

14. 房源面积应当标明为建筑面积或套内面积。不得使用诸如“120 平方米高拓房”“6 平方米精装极小户”等容易引起误导的模糊用语。

15. 房地产广告中涉及购房资格、首付比例、利率等房地产调控政策的，应当与本市最新政策一致。

16. 房地产广告中涉及贷款服务的，应当载明提供贷款的银行名称及贷款额度、年期，符合本市最新政策。

17. 房地产广告中涉及物业管理内容的，应当符合国家有关规定；涉及尚未实现的物业管理内容，应当在广告中注明“规划中”等说明文字。

18. 房地产广告中涉及的交通、商业、文化教育设施及其他市政条件等，如在规划或者建设中，应当在广告中注明“规划中”“建设中”等说明文字。

19. 房地产广告涉及内部结构、装修装饰的，应当真实、

准确。使用建筑设计、室内设计等效果图或者模型照片的，应当在广告中注明“效果图”等说明文字。

20. 房地产广告涉及抽奖式有奖销售的，最高奖金额不得超过5万元。

21. 房地产广告中涉及所有权或者使用权的，所有或者使用的基本单位应当是有实际意义的完整的生产、生活空间。比如，不得宣传“1万元即可买到一个洗手间”。

22. 房地产广告中对价格有表示的，应当清楚表示为实际的销售价格，明示价格的有效期限。二手房挂牌价格应当以深圳市住建部门发布的二手房成交参考价为准，不得高于二手房成交参考价。

房地产广告中涉及房地产价格评估的，应当表明评估单位、估价师和评估时间。

23. 房地产广告中的项目位置示意图，应当准确、清楚，比例恰当。不得为了突显位置优势，在示意图中缩短与周边交通、商业、文化教育设施及其他市政设施的距离。

24. 房地产开发企业、房地产中介服务机构发布的商品房销售广告和宣传资料所明示的事项，应当在商品房买卖合同中列明。

商品房的销售广告和宣传资料在符合以下三个条件时，应当视为要约。该说明和允诺即使未载入商品房买卖合同，亦应当视为合同内容，当事人违反的，应当承担违约责任：

- (1) 对商品房开发规划范围内的房屋及相关设施做出了说明和允诺;
- (2) 该说明和允诺是具体明确的;
- (3) 该说明和允诺对商品房买卖合同的订立以及房屋价格有重大影响。

四、负面清单

1. 房地产广告不得借重大国事和政治活动等名义从事商业营销宣传，恪守十个严禁。严禁使用或者变相使用中国共产党党旗党徽、党和政府重大庆祝活动标志标识、庆祝活动宣传报道、领导人讲话等；严禁使用或者变相使用国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽以及使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员名义或者形象；严禁宣扬恐怖主义、民族分裂主义，含有民族歧视、种族歧视、宗教歧视、性别歧视、地域歧视、职业歧视等内容；严禁含有宣扬宗教极端思想内容；严禁含有淫秽、暴力、赌博、迷信等内容；严禁含有通过恶搞经典、歪曲历史制造噱头、吸引眼球，挑战公序良俗、伤害中国人民和中华民族感情的内容；严禁含有各类色情、“软色情”内容；严禁含有煽动过度消费、宣扬奢侈浪费等违背勤俭节约传统美德的内容；严禁借党史学习教育之名进行商业炒作；严禁侵害未成年人的合法权益。

2. 下列房地产，不得发布房地产广告：

- (1) 以出让方式取得土地使用权的，不符合法定转让条件的；
- (2) 司法机关和行政机关依法裁定、决定查封或者以其他形式限制房地产权利的；
- (3) 依法收回土地使用权的；
- (4) 在未经依法取得国有土地使用权的土地上开发建设的；
- (5) 在未经国家征用的集体所有的土地上建设的（如村委集资房、统建楼等小产权房）；
- (6) 预售房地产，但未取得该项目预售许可证的；
- (7) 违反国家有关规定建设的；
- (8) 不符合工程质量标准，经验收不合格的；
- (9) 共有房地产，未经其他共有人书面同意的；
- (10) 权属有争议的；
- (11) 未依法登记领取权属证书的；
- (12) 尚未解除商品房买卖合同的；
- (13) 法律、行政法规规定禁止转让的其他情形。

3. 房地产广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。如宣称“中国空前，深圳绝版”、“5.1米极致层高，买一层送一层”、“主推户型2小时劲销90%，几近售罄”、“140-165 m²山湖大邸 仅余十席”等。）

4. 房地产广告中不得出现违反“房住不炒”政策的内容，不得以捏造或散布涨价信息、政策变化以及雇佣人员制造抢房假象等方式恶意炒作，哄抬房价，扰乱市场秩序。

5. 房地产广告不得使用“国家级”“最高级”“最佳”“顶级”“极品”和“第一品牌”等用语。使用“独家”“独创”“全国领先”“遥遥领先”“领导品牌”等用语时，应当提供相应证明材料，对无法量化、难以自证的用语，应当谨慎使用，否则，存在发布虚假广告的风险。如某教育机构发布“是中国领先的教育招生网站”广告，被市场监管部门按发布虚假广告行政处罚。如某二手车网站使用“创办一年，成交量就遥遥领先”，被市场监管部门按发布虚假广告重罚1250万元。

6. 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，不得宣传“学位房”“学区房”，将住房与学位挂钩。如宣称“深中片区学位房”“带某某学校学位”“尽享公立学校”“项目自带一站式教育资源”等。

7. 房地产广告不得混淆房屋土地使用性质或房屋用途。不得使用“商住两用”等宣传用语误导消费者将非居住用地误以为为居住用地；不得将实际用途为“办公”“商铺”等商业办公性质的房地产宣传为“住宅”“公寓”“酒店式

公寓”等；不得使用“定居”“安家”等词语，或者起居室、卧室、厨房等装修效果图，使消费者误认为是住宅。

8. 不得以欺骗方式诱使用户点击广告内容，如编造“最新通知”“新政”等。

9. 房地产广告不得含有升值或者投资回报的承诺，如宣称“20年品牌 实力保障财富升值”“多重钱景保障”“买到即赚到”“年回报率高达14.2%”“开盘必爆抢 热销必升值”“现在买传奇，一年净赚百万”等。

10. 房地产广告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，如宣称“半小时内即达香港西九龙”“距前海、科技园10分钟；30分钟内抵达高铁站、机场”“五首歌时间 速达前海中心”“5分钟直达南头关”等。

11. 房地产广告不得含有违反国家有关价格管理的规定，如虚标原价等。

12. 房地产广告不得含有风水、占卜等封建迷信内容，对项目情况进行的说明、渲染，不得有悖社会良好风尚。

13. 房地产广告中不得利用其他项目的形象、环境作为本项目的效果。

14. 房地产广告中不得出现融资或者变相融资的内容。不得含有“经营贷”“首付贷”“消费贷”等任何违法违规的房地产金融活动。

15. 房地产广告中不得宣传下列销售内容：

(1) 返本销售或者变相返本销售的内容。

(2) 采取售后包租或者变相售后包租方式销售未竣工商品房的内容。

(3) 分割拆零销售商品住宅的内容。

16. 房地产广告不得含有擅自改变房屋单元空间分割及“买一层享两层”“买一层送一层”“两房变三房”等明示或者暗示内容。

17. 房地产中介机构及人员不得在门店、网站等不同渠道发布虚假房源信息，造谣、传谣以及炒作学区房、炒作不实信息等误导消费者或市场预期。