

# 围个水坑就是湖景房 地产广告套路太甚

房地产开发周期较长,房子的具体情况要等到一两年甚至数年交房后才知道。这种信息不对称,便是导致购房者容易被欺骗以及被骗后难以维权的关键。

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,“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”;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。(《经济参考报》8月13日)

宣传造势的本质就是要夸耀楼盘,将楼盘的吸引力彻底释放出来,让购房者对楼盘产生浓厚兴趣和强烈购买意向。这一点没错,但要意识到,“夸耀”不是“夸大”,

更不是虚假欺骗,而要基于客观现实去宣传和推广。这应是房地产宣传的主流价值追求和坚守。

实际上,很多房地产广告并不现实,也不主流。“夸大”是地产广告的普遍问题。将项目偏僻说成坐拥宁静,湖景水景可能就是小区里围个水坑等。这种夸大其实只触及了“虚假”的皮毛,毕竟确实有相应的事实基础在,比如宁静和水坑等,只是回避了伴随它们的缺陷而已。

而在这些夸大之外,还有很多不折不扣的虚假,比如10分钟到高铁站、入住读名校、30年超长摇钱树等。问题是,这些说法没有一个能真正实现,就拿读名校这一点来说,《房地产广告发布规定》要求,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。

“夸大”和“虚假”共同构成了房地产广告的“画皮”套路,表面光鲜诱人,但真相却是骗人伤人。这种现象,让人联想到多年前的小品《梦幻家园》。购房者被房地产虚假宣传蒙蔽双眼,买下之后才发现当初承诺都是“虚晃”,且后期维权艰难,欲哭无泪。

这种“画皮”套路,不是哪几个城市以及房地产商的事情,是整个行业的污秽。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的突出问题。

房地产虚假广告普遍存在的症结就在于,楼盘信息不透明,开发商与购房者信息不对称。毕竟,房地产开发周期较长,房子

的具体情况要等到一两年甚至数年交房后才知道。这种信息不对称,便是导致购房者容易被欺骗以及被骗后难以维权的关键。

销售期房既符合开发商回笼资金的需求,也相对符合购房者的价格期望和投资期望。不过,即使期房有存在的合理性,也可以在交付后形成核查维权机制,对房地产不合宣传的地方进行纠偏,或对购房者进行合理赔偿。

还有,要斥责对房地产虚假广告的整体整顿,既要重点打击,又要回归细节层面的常态化治理。显然后者更为关键,可以用大数据监测平台为依托,保持高压状态,并在监管中明晰相关方的责任。

(默城)

## 话题 铿锵

### 公职人员辱骂记者 只是“个人行为”?

据报道,河北石家庄市长安区政府日前公布了对市城乡规划局长安分局工作人员侯文化的处理建议,建议如下:一、停职检查;二、按照《行政机关公务员处分条例》第二十八条规定给予政务处分。今年8月6日,因当地某小区业主质疑逃生通道被占用,石家庄市电视台《小吴帮忙》栏目记者到规划部门查阅相关规划图纸,侯文化辱骂记者并试图抢夺摄像机。

居民小区的逃生通道是不是被占用,有没有被加盖楼层,只要把情况说清楚就可以了,规划部门掌握着项目的初始设计图纸,本来就有责任配合新闻媒体的调查。以媒体为桥梁,及时答疑解惑也是政府的职责所在,不知道石家庄市长安区规划部门的工作人员反应为何如此激烈?记者就是过来查一查居民小区的设计图纸而已,又不是涉密,何必剑拔弩张、闹到非要抢摄像机的地步?

不要说记者来采访,就是一般公民若有查图纸的需求,规划部门也应热情接待并提供相应服务,这也是政府部门政务信息公开的题中应有之义。

从侯文化歇斯底里地阻挠记者采访的情形看,此事必有蹊跷。若是事情清晰明朗,企业并没有占用逃生通道并加盖楼层,又何苦遮掩阻拦?

侯文化之所以如此失态,背后的事情恐怕不简单。一种可能是,不管是主动修改了规划,还是默许既成事实,规划部门都难辞其咎,担心曝光后被问责,所以不愿意媒体介入。另一种可能是,规划部门与企业已经达成默契,形成一致意见,不愿媒体再公开此事。

无论哪一种可能,规划部门拒绝媒体记者采访,都是极不负责任的行为。媒体记者代表的是一个社会的正义力量,政府部门应该旗帜鲜明地支持舆论监督,而不

是动辄打压媒体,更不应该与被监督对象暗通款曲,挤压公民权利。

早在2005年,中央办公厅就印发《关于进一步加强和改进舆论监督工作的意见》,要求各级党委政府重视舆论监督工作,支持新闻记者的采访活动,为采访报道提供方便,基层单位不得封锁消息、隐瞒事实、干涉舆论监督。最近,山东、海南等省均表示积极支持舆论监督,要求政府主动把自己放在被监督的位置,欢迎、利用、包容、支持和保护舆论监督。

在前述事件中,尽管当地已经拿出处理建议,但似乎仅仅将问题归结为涉事公职人员的个人作风懈怠、态度恶劣,大有轻描淡写小事化了之嫌,这不是对待舆论监督的正确态度,当务之急是要深刻反思,政府部门究竟应该如何对待舆论监督,如何对待民众的质疑与批评。

(小麦)

## 观察 南北

### 景区搞“抗日神剧”表演 糊弄不了谁

据北京青年报报道,8月13日,一段事发于西安白鹿仓景区,名为“为拉动客流量,演员穿日伪军服表演”的视频引发热议。不少网友认为,视频中的演员身穿日伪军服在景区内游走,并呼喊“太君你看,良民大大的有”的举动“欠安”,既是低俗营销,也伤害了大家的感情。西安白鹿仓景区回应称,原本想带给游客情景化的体验。演绎的完整的故事是老百姓智斗日伪军的故事,由于引发“误解”,从5月份开始就取消了表演。

如今国内不少景区都喜欢“靠山吃山、靠水吃水,没山没水靠传说”,尤其是组织一些演员甚至是当地村民,来个“角色扮演”,比如扮演古人,如果历史不够悠久的景区,就干脆演个近现代剧,通过表演内容,从而吸引更多乘客。

只不过,西安白鹿仓景区的内容“创意”明显走偏。视频中穿着日伪军服的演员高喊“太君你看,良民大大的有”,这让人第一时间想起的场景,就是之前国内某些“抗日神剧”,日伪军喊着同样的口号,以极其猥琐的姿态,在村子里跑来跑去。

而这样的故事,不仅不新鲜,更引发了观众的反感。原因就在于,抗日战争是中国抵御侵略者的壮烈历史之一。战争不是说笑,而是对人类肉体 and 精神的残酷剥夺,尤其是当年中日两国客观存在的经济、军事等各方面差距,使得国人历经长达八年的抗战,依靠自身的坚韧不拔,付出了巨大的牺牲,才最终获得了胜利。

所以,“抗日神剧”对日伪军的低俗、

搞笑角色定位,不客气地说,也是在给抗日战争打上了反智的标签。但凡具有常识和理性的人,都没有办法认同这样的庸俗化演绎,对日伪军的恶搞就等同于对抗日先烈的侮辱。从“手撕鬼子”到“花姑娘、良民大大的有”等老套内容,也是相关影视剧创作者对历史不负责任的体现。

这两年,随着社会舆论的批判,此类“抗日神剧”在荧幕上渐渐退场。基于同样的理由,公众也不希望“神剧”在景区复制。乘客进入某个景区游览,期待的是获得景区所拥有的美丽景色,以及与之相匹配的文化场景营造。不说别的,西安白鹿仓景区的相关资料显示,该景区位于古城西安著名的白鹿原上,而有关《白鹿原》的

故事,包括与抗日相关的许多内容,从同名文学作品到影视剧都不乏佳作,景区经营者完全可以从中学取灵感,用于展现其波澜壮阔的人文历史。

而像以快闪的方式表演“抗日神剧”,只能让人感慨某些景区除了砸钱搞硬件建设外,在软件建设上实在吝啬,除了照搬抄袭格调不高的内容外,没有任何高格调的创意。

景区搞“抗日神剧”商业表演能糊弄谁?游客们是越来越不买账,估计糊弄的只有同样缺乏景区文化产业发展正确认知的土豪老板。但长此以往,这样的景区即使拥有足够丰厚的历史文化土壤,也做不到“靠山吃山、靠水吃水”了。(远山)

## 一家之言

### 桐乡公安霸气通报 为何得到“大写的赞”



连日来,浙江桐乡警方一条“有态度”“真性情”的通报,引发众多媒体关注,激起网友热烈讨论。通常印象里,官方通报应该有板有眼、规规矩矩、中正客观,只陈述事实、判断和立场,不使用个性化用语或者传染激烈情绪。因此,这条带着“怒骂”“唾弃”字词的通报的确显得“特立独行”。

原委还需从源头追溯。8月3日晚,浙江桐乡一位66岁环卫工人因为劝说烧烤店店员不要随地乱扔菜叶,被女店员丈夫多次掌掴、脚踹,造成环卫工人轻微脑震荡。乱丢垃圾破坏环境是为不讲公德,羞辱殴打老人是为沦丧私德,殴打老人至轻伤是为伤害他人触犯法律。面对烧烤店年轻夫妻的暴戾行径,任何有良知的人都会感到痛心,都会满腔怒火。当地警方在对肇事者作出依法拘留15天、罚款500元的处罚之余,也发出了斥责肇事者的别具“脾气”、“态度”鲜明的通报。

古人言:“义之所在,身虽死,无憾悔。”法律是道德的底线,执法机关作为奉法者,有坚守法律、捍卫法律的义务,也就有坚守道德、捍卫道德的义务。正如桐乡公安工作人员在接受采访时所说的,公安也是血肉之躯,“执法的时候,首先当然要保证执法的公正,同时也有对是非善恶的判断”。虽然通报采用了看似“不规范”的情绪宣泄方式,却表达出励善黜恶的鲜明态度,用网友的话说就是,“有情有责,有怒有理,有血有肉”。由此而言,桐乡公安得到“大写的赞”,其实并不意外。

不激浊无以扬清,不惩恶无以扬善。用法律为道德撑腰,以严格执法、公正司法助力惩恶扬善,以明辨是非、劝善惩恶凝聚全社会崇德向善共识,是解决道德领域突出问题的重要方法。

守住法律底线,锐化价值判断力,砥砺道德责任感,不仅是公安机关的天然职责,更是每一个公民应尽的社会义务。汇聚全社会践行核心价值观的强大力量,中华民族才能拥有更加美好的精神家园。

(李达仁)