

# 新一轮税收优惠政策落地后 房地产市场有何反应？

多项促进房地产市场平稳健康发展的税收政策自12月1日起执行。近日，记者走访部分一线和二线城市发现，楼市政策组合拳效应持续释放，市场信心正在回暖。

这些税收政策主要包括：在契税方面，将现行享受1%低税率优惠的面积标准由90平方米提高到140平方米；在有关城市取消普通住宅和非普通住宅标准后，对个人销售已购买2年以上（含2年）住房一律免征增值税；将各地区土地增值税预征率下限统一降低0.5个百分点等。

房地产一揽子政策组合拳落地见效的一个突出表现，是一线城市的二手房交易活跃度进一步提升。

在上海，去年有了“二孩”的赵女士，迫切想改善家庭住房条件。她看中位于徐汇区一套122平方米的三居室，却因为10万元的差价与房主“拉锯”了很久。

“此次降契税政策出台后，我们立刻达成了交易，税费降低了6万元，我们买卖双方各让2万元。这两天我就打算去

过户。”赵女士告诉记者，作为置换客户，她的买卖交易流程还可以同时进行。

买卖多了，房地产中介机构也忙起来。记者在北京朝阳区链家地产定福家园店，看到几乎所有的经纪人都在带客户看房，店内咨询室里有卖家在谈房屋出售的市场情况。门店负责人李成告诉记者，置业门槛降低后不少年轻人开始出手，改善性需求也更活跃，其周边70平方米和90平方米的两居室是成交的主力，120平方米左右的三居室成交量也明显增加。

事实上，自9月底以来，随着一系列楼市利好政策密集落地，二手房市场交易持续活跃。根据部分一线城市权威部门提供的最新数据，11月，北京二手房网签量超1.8万套，为近20个月最高水平；上海二手房交易量超过2.7万套，创下近44个月以来的最高成交量；深圳二手房过户7125套，创近50个月新高。

在新房交易方面，武汉、大连、徐州、包头、合肥、秦皇岛等热点城市表现活跃。

记者从市场相关人士处了解到，新房

成交量同比增长的城市在扩面，刚需入市带动改善性需求轮动，购房成本降低，市场预期稳定性是楼市趋向回稳的关键因素。

12月1日上午，位于武汉市江岸区三眼桥路的福星惠誉·铂雅府营销中心停车场爆满，许多市民趁着周末的晴好天气前来看房。

“11月15日晚开盘，首批近200套房源，半小时内成交超150套。”项目策划经理郭女士表示，自从武汉市首套房认定新标准、契税减免等新政近期落地后，购房者信心持续增强，成交率有相应提高。

湖北省房地产业协会会长潘世炳说，在一系列房地产支持政策和省市具体措施的持续带动下，湖北省楼市持续升温。11月，湖北省新建商品房网签成交面积509.2万平方米，同比增长74.9%，环比增长36.3%。

易居房地产研究院副院长严跃进表示，新一轮税收政策的调整，不仅加大了住房交易环节契税优惠力度，积极支持居民刚性和改善性住房需求，还降低了土地

增值税预征率下限，有助于缓解房地产企业财务困难。

作为观察楼市走势的先行指标，土地市场的表现也引人关注。

中指研究院分析师孟新增说，近期部分热点城市地块土拍热度较高。在销售端逐渐企稳下，核心城市土拍或继续温和修复。对于多数城市，楼市政策效应尚未传导至土拍端，土拍分化现象将延续。

克而瑞集团董事长丁祖昱说，9月底以来楼市政策支持力度大、效果持续性强，市场量价出现“阶段性恢复”，11月核心城市销售保持一定规模。随着年末房企冲刺销售业绩，加大推盘力度，预计12月房地产市场将保持一定活跃度。

浙江工业大学中国住房和房地产研究院院长虞晓芬说，新一轮税收政策调整，带来真金白银的利好，房地产政策组合拳效应释放，市场预期进一步稳定，有助于释放市场潜在需求。

（据新华社北京12月5日电 记者王优玲、郑钧天、王宸）

## 貌似公允的“测评”可能是“定制”？ “第三方测评”市场乱象调查

江苏陈女士在观看一名拥有200万粉丝的测评博主的视频后，购买了一条连衣裙。没想到，收到的衣服与视频严重不符。“视频里挺括的版型，现实中却像窗帘一样皱巴巴。”陈女士说。

近来，测评市场走热；与此同时，一些本该帮助消费者“避坑”的测评，却演变成消费陷阱。不久前，中消协提醒消费者理性辨识“第三方测评”信息。

### 第三方测评频“翻车”

如今，“先看测评后购物”成为不少消费者的习惯动作。中消协2023年发布的《“第三方测评”对消费者权益影响调查报告》显示，近八成消费者在购物前经常会在网络上搜寻相关产品的“第三方测评”。

“第三方测评”本该为消费者“排雷”，但一些测评博主在视频中“偷梁换柱”，让消费者频频“踩雷”。

“跟着买了三次踩了两次雷”“下单的裙子有明显的污渍”“根本不是同一种面料”……被上述测评博主误导的陈女士发现，对该博主的差评并不鲜见。

除了测评与实物不符以外，有的博主还假测评、真带货，用绝对性用词过度宣传。

记者在几个社交平台上搜索“测评博主翻车”“测评踩雷”等关键词，不少用户发帖吐槽观看的测评博主赚黑心钱，有消费者因购买的美妆产品而“烂脸”。

实际上，虚假测评不仅会误导消费者，也会侵害生产者和经营者的合法权益，扰乱健康的市场秩序。

### “定制”批量发布“造”声浪

专家指出，在“第三方测评”兴起的初期，一批能够提供实证数据、进行科学测评的账号确实发挥了积极作用，让消费者能够快速比对产品优劣，降低试错成本。



虚假测评。新华社发 朱慧卿 作

但随着测评“蛋糕”做大，测评市场“野蛮生长”，测评博主缺乏资质、测评标准五花八门等问题也暴露出来。

不少测评账号的最终归宿都是带货。从事MCN机构运营的刘萌（化名）表示，博主通过测评内容快速涨粉，然后通过带货转化。如此一来，“第三方测评”便丧失了客观中立的立场。

一条“测评”诞生背后，是成熟的产业链。

“3万到5万粉丝的测评博主，拍摄一条60秒以内的原创视频，价格在1000到2000元不等。”根据记者“美妆测评”“万粉以上”的要求，一个广告营销公司很快给出报价，并为记者推荐了几名测评博主。根据该公司的报价单，按照不同博主的人设和粉丝量，价格各有不同，“美妆测评”价格高一些，时尚类测评则更实惠”。

除了“定制化”博主以外，测评的内容、维护也能全流程“定制”。某广告公司工作人员王女士介绍，公司主要负责社交平台的代运营，根据品牌方提供的素材，

定制测评笔记。

在品牌推出新品的节点以及在电商平台的购物节大促期间，品牌推广需求增大，批量测评内容就会“面世”，进行刷屏式宣传。“一般在品牌推广初期，会优先选择粉丝量较低的博主，通过‘人设+干货’‘种草’的测评，更容易引发网友的关注和讨论。”刘萌介绍。

### 或涉嫌虚假宣传和不正当竞争

广州市律协电商与物流委副秘书长林媛媛指出，以测评之名行推销之实的行为，可能违反广告法的相关规定，涉嫌虚假宣传。“在一些商品对比测评中，如果涉嫌商业诋毁，可能构成不正当竞争；委托进行对比的商家及做比对的‘第三方测评’需要承担相关法律责任。”林媛媛说。

行业应当加强自律。林媛媛指出，商家应遵守法律法规规定，不以不正当的手法攫取商业利益，欺骗消费者和诋毁商业对手。对于测评博主而言，应坚持做科普

性质的内容，对商业性广告应采取明示措施提醒消费者，同时避免商业诋毁。

中国电子商会副秘书长林汉钟建议，平台应当构建一套全面而有效的管控机制，设置测评博主的认证和准入管理机制以及封禁相关违规账号、限制违规笔记流量等。同时，还需建立健全严格的审核把关机制和投诉应急处理流程，充分利用数字技术对“第三方测评”内容实时监测。

“针对虚假广告和不正当竞争等违法行为，应依据现行法律法规予以严厉处罚，并明确平台方与博主在此类事件中的连带法律责任，以确保市场环境的公平与健康。”林汉钟说。（据新华社北京12月5日电 记者杨淑馨、尹一如）

### 开奖公告

中国体育彩票  
最新开奖

“排列3、排列5”第24326期开奖结果

3D:257 5D:25701

中国福利彩票  
最新开奖

福彩双色球第24140期开奖结果

红球:4、7、8、17、22、26

蓝球:15

福彩3D第24326期开奖结果

号码:722

“快乐8”第24326期开奖结果

号码:4、6、8、14、15、17、39、46、48、50、52、54、56、58、63、66、71、73、74、80