

4月16日,国家统计局发布的多个房地产相关数据显示,随着政策持续发力,房地产市场止跌回稳态势巩固,市场交易活跃度稳步提升。

70个大中城市房价监测数据显示,2025年3月份,住房市场成交活跃度提升。70个大中城市中,商品住宅销售价格环比上涨城市个数增加;一线城市商品住宅销售价格环比上涨,二三线城市环比总体降幅收窄;各线城市同比降幅均继续收窄。

具体来看,一线城市商品住宅销售价格环比上涨。3月份,一线城市新建商品住宅销售价格环比上涨0.1%。其中,上海和深圳分别上涨0.7%和0.1%,北京、广州略降;二手住宅方面,一线城市二手住宅销售价格环比由上月下降0.1%转为上涨0.2%。其中,北京、上海、深圳分别上涨0.5%、0.4%和0.3%。

一线城市上涨的同时,二三线城市房价环比降幅收窄。3月份,二线城市二手住宅价格环比降幅比上月收窄0.2个百分点。三线城市新房与二手住房价格环比降幅均收窄0.1个百分点。

房价数据印证市场回暖趋势,也是市场信心明显增强的重要信号。在各线城市楼市回暖的背景下,房价上涨城市明显增多。3月份,70个大中城市中,新建商品住宅销售价格环比上涨的城市有24个,比上月增加6个;二手住宅价格环比上涨城市有10个,比上月增加7个。

“相较2月传统淡季,3月量价数据全面回暖,释放出市场信心修复的明确信号。”中原地产首席分析师张大伟表示,3月70城房价数据显示,商品住宅市场呈现多维度积极变化,房地产市场保持了止跌回稳的积极势头。

广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉表示,一线城市新房价连续4个月环比反弹,二线城市止跌态势明显,楼市止跌回稳的基础在不断夯实。

58安居客研究院院长张波表示,结合安居客数据来看,市场信心的确在修复,二手房成交周期缩短、在架时长连续回落,显示购房者加速入市。

销售市场同样传来好消息,销售降幅呈现收窄态势。1至3月,全国新建商品房销售面积21869万平方米,同比下降3.0%,降幅比1至2月份收窄2.1个百分点;新建商品房销售额20798亿元,下降2.1%,降幅收窄0.5个百分点。

值得注意的是,此次销售金额跌幅明显小于销售面积,与过去趋势不同。李宇嘉认为,这说明开发商正在调整以价换量的策略,推出更多改善性“好房子”产品,同时也反映出进一步降价空间缩小。

“在政策作用下,房地产市场延续止跌回稳走势,市场交易继续改善。”国家统计局副局长盛来运4月16日在就2025年一季度国民经济运行情况答记者问时表示,从去年四季度以来,中央强调要推动房地产市场止跌回稳,相关部门制定了一系列政策,改善房地产投资,加大城市老旧小区改造,加大保障房建设力度,对房地产企业提出“白名单”制度,给予金融贷款支持。综合来看,政策效应持续显现。

盛来运进一步指出,从总体上看,房地产市场现在还处在调整阶段,房地产的需求还需要进一步释放。从发展空间看,中国的消费结构总体上还处在升级过程中,城镇化并没有完成,房地产市场成长空间巨大,居民对绿色、宽敞、舒服的“好房子”市场需求较大。下一步,要认真贯彻落实好中央关于促进房地产止跌回稳的一系列政策措施,持续加大“好房子”建设力度,积极构建房地产发展新模式,促进房地产持续健康发展。

对于二季度楼市走向,市场端普遍认为仍需更多政策助力。张波表示,3月房价数据清晰地反映了楼市在政策托底作用下呈现出的结构性复苏态势,有力地验证了“政策底”向“市场底”传导的实际效果。然而,供需关系的根本性改善并非一蹴而就,仍需一定时间。城市间的分化现象仍将是长期存在的主题,后续需要密切关注政策落实效果与经济环境之间的联动性,以便更好把握楼市发展动态。

记者 梁倩 来源:新华网

## 市场监管总局:今年将严查“神医”“神药”广告、互联网违法广告等

记者17日从市场监管总局获悉,今年将严查“神医”“神药”广告、食品广告疗效化宣传、保本无风险的金融理财广告、职业技能培训类违法广告、互联网违法广告等,切实守护消费者合法权益。

市场监管总局近日印发《关于维护广告市场秩序 营造良好消费环境的通知》,在全国开展广告市场秩序整治。聚焦重点民生领域和互联网新兴媒介,从“医疗、药品、保健食品、特殊医学用途配方食品、医疗器械广告”“普通食品广告”“金融广告”“教育培训广告”“互联网广告”5个方面明确了2025年广告监管有关重点任务。

在医疗、药品、保健食品、特殊医学用途配方食品、医疗器械广告监管方面,通知强调要从严查处宣称保证治愈癌症、绝症或者治愈近视等误导群众健康观念、危害群众生命健康安全的违法广告。

在普通食品广告监管方面,通知规定要依法查处普通食品广告宣传具备保健功效或者疾病预防治疗功能,以及无事实依据、违反相关标准规定宣称“零糖”“零卡”“无添加”“不含防腐剂”等违法违规行为。

在金融广告监管方面,通知要求重点关注面向低收入人群、在校学生、老年人等社会群体发布的贷款广告,依法查处含有“免审核”“无担保”“零利率”等明示或者暗示保本、无风险或者保收益等内容的金融违法广告。

在教育培训广告监管方面,通知强调要关注面向高校毕业生、求职者发布的职业技能培训类广告,对于虚构、冒用国家机关名义发布广告、广告中虚构所谓“职业资格证书”以及宣称能“包工作”“快速致富”等严重扰乱就业秩序的,依法会同有关部门予以整治。

在规范互联网广告活动方面,通知要求加大对“软文”广告的规范力度,依法查处借助人工智能冒充专家、学者、明星、网红等公众人物发布广告等违法违规行为;进一步推动互联网平台企业加强广告合规建设、落实互联网平台责任。

市场监管总局表示,将整治工作与广告合规助企行动结合起来,帮助经营主体理解把握法规政策界限,增强依法合规经营意识和能力,有力维护广告市场秩序,为大力提振消费营造放心、安心、舒心的消费环境。

记者 赵文君 来源:人民网



近日,在寿县传统民俗庙会上,一场别开生面的反诈宣传活动拉开了帷幕。身着统一服装的工作人员站在醒目的标语前,胸前佩戴的绶带彰显了活动的主题——“楚风汉韵赏民俗 反诈维权护金融”。

这是一场由徽商银行淮南分行和寿县金融管理局联合举办的反诈宣传活动,现场热闹非凡,工作人员穿梭于人群中,向过往市民递送宣传手册和定制小礼品,吸引老中青各年龄段群众驻足咨询。他们结合近期高发的电信诈骗案例,从“如何辨别虚假网络贷款”“警惕保健品诈骗套路”等实用角度展开讲解,针对老年人关心的养老金安全问题进行重点科普,确保反诈知识入脑入心。

活动特别设置了互动体验环节,通过趣味问答、情景模拟等形式,让群众在轻松氛围中学习防范技巧。寿县金融管理局负责人现场为积极参与的市民赠送纪念品,鼓励大家将所学知识传递给身边人。“原来诈骗手段这么多,以后转账前一定要多核实!”一位刚参与完知识问答的阿姨感慨道。

活动现场,红色帐篷格外醒目,寿县县政府相关负责人专程来到活动现场,对徽商银行将反诈宣传与地方民俗文化相结合的创新形式给予高度评价,希望持续开展常态化金融知识普及,守护好群众的“钱袋子”。

此次活动借助民俗庙会的文化凝聚力,将金融反诈知识融入传统节庆场景,既传承了地方文化,又切实提升了群众的风险防范意识。未来,徽商银行淮南分行将继续发挥金融机构责任担当,通过多样化宣传形式筑牢金融安全防线,助力构建和谐稳定的金融消费环境。

本报通讯员

共筑反诈“防火墙”