

# 代言时冲在前头 出事后躲在最后

## 明星违法代言虚假广告乱象何时休

上海警方最近披露申城首例“套路加盟”合同诈骗案，相关品牌代言人马伊琍被推上舆论风口浪尖。近年来，从货不对版到夸大宣传，再到造成受众难以挽回的经济财产损失，明星违法代言虚假广告乱象被广泛关注。相关专家表示，明星代言虚假广告不仅有违社会公德，更涉嫌触犯相关法律。但在司法实践中，仍然面临“明知或应知”举证责任难等问题。



马伊琍代言品牌涉诈骗 案值超7亿元

受害者：因为相信马伊琍代言才没起疑心

中国新闻

### “一纸道歉”难以承载被频频辜负的信任

根据上海警方披露的“套路加盟”相关案情，犯罪嫌疑人通过收购或注册“茶芝兰”等50余个奶茶品牌，以虚假宣传对外推销加盟服务，伺机实施合同诈骗。目前，这一案件抓获犯罪嫌疑人90余名，涉案金额逾7亿元。随后，作为“茶芝兰”品牌代言人的马伊琍，通过其个人及工作室社交网络平台发表致歉声明，并向受骗消费者、加盟商致以歉意。

记者采访发现，基于明星公众人物的特殊身份，其代言的虚假广告，社

会危害性往往要大于一般的虚假广告。

今年68岁的上海市民周先生对记者说，此前，他曾在某P2P平台投资38万多元，但该平台爆雷后，投资款项血本无归。他表示，尽管此前对投资风险也多有疑虑，但看到某知名人物代言这一平台，再加上8%的年化收益率让他最终选择投资。

但在产品“翻车”后，被消费者信任的代言人却很难被追究责任。近期，网红燕窝品牌小仙炖被北京

市朝阳区市监局处以20万元的行政处罚，并“责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响”。但在小仙炖官方网站，仍有明星为其站台，并称，“我吃小仙炖很长时间了，一直都很喜欢……所以我决定投资它，我也愿意将这款好产品推荐给大家。”

“代言时诱惑太高，出事后代价太小。”有网友在社交平台评论称，“明星‘任性’代言的代价，最终是由普通消费者买单，实在不该。”

### 明星代言“翻车”怪相多

——明星代言频频“翻车”的高发地带，仍有后继者在此频频“上车”。纵观近些年明星代言翻车现象，保健品属于高发领域，但部分公众人物却“前赴后继”。某知名相声演员代言的天元牌亚克口服液、澳鲨宝胶囊等十多款保健品广告均违法。另一位相声演员代言的“藏秘排油茶”因涉嫌夸大功效、欺诈消费者而被媒体曝光。

保健品之所以成为明星虚假代言高发领域，上海市民周先生分析说，庞大的老年群体让“银发经济”市场需求旺盛。“像我父亲一个月有7000多元退休金，对健康也很关注，看到明星代言的保健品，尤其是他们喜欢的‘老牌明星’代言，自然就多了一份信任，也有

了购买的冲动。”

——从“代言人”到“投资人”，商家从“收割”消费者升级到加盟商。记者梳理发现，近些年，更多明星不再以代言人身份为商家和产品站台，而更多以“首席体验官”“首席产品官”“产品投资人”等身份活跃于部分商家的官方网站和电商平台，在规避相关风险的同时，以更大的诱惑力吸引加盟商的进入。

上述小仙炖品牌官方网站就宣称，其明星用户、投资人就包括章子怡、陈数、吴晓波等。近年来也涌现出不少主打明星投资人概念的火锅品牌、奶茶品牌，有业内人士指出，用“明星投资人”概念的最终目的，“赚的就是加盟商的加盟费，这可比卖一杯奶

茶、做一桌火锅‘回血’快得多”。

——代言时冲在前头，出事后躲在最后。有网友调侃说，明星代言翻车后，“道歉、解约、下次注意”成为应对的标准流程。“最近，一些朋友在使用‘爱钱进’产品时遇到问题，我对此感到十分痛心！”2020年7月，知名主持人汪涵代言的“爱钱进”平台出现兑付困难，事发后，汪涵选择道歉，并表示“跟进此事”“为妥善解决此事尽自己力量”。在“茶芝兰事件”中，马伊琍工作室发布的致歉声明也表示，“茶芝兰品牌目前正在接受进一步调查，马伊琍女士已与该品牌解约。”有网友质问：“品牌好时，代言人和企业赚得盆满钵满；品牌出了问题，代言人又想独善其身？”

### 公众人物还需慎之又慎

法律界人士认为，明星代言并非拿钱刷脸的“一锤子买卖”，而应事前详尽调查风险因素、事中及时跟进产品问题。

中国人民大学法学院教授刘俊海说，明星代言“翻车”，需要加大执法力度，“按照相关规定，关系消费者生命健康的商品或服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人应当与广告主承担连带责任。”

对于明星及公众人物来说，应当遵守广告法等法律法规，不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务做

推荐、证明，不得明知或者应知广告虚假仍作推荐、证明。接受代言前，应当查验所代言机构是否具有合法资质，所代言产品和服务是否内容真实、符合监管要求。

同济大学法学院助理教授徐文海认为，我们不能过度追责，但也不能纵容明星完全不承担代言“翻车”的后果。“特别是对于明星来说，背后基本上都有一个团队，代言前对品牌背景、工商处罚相关信息、涉诉情况等进行调查难度并不大，代言‘翻车’后若以‘不懂法’‘不清楚’来逃避责任显然是说不过去的。”

徐文海表示，现实中对于明星代言“翻车”是否有连带责任确实存在认定难问题，比如如何界定明星尽到了事前注意义务，又或是如何判定明星不存在明知广告存在虚假成分还去代言的主观恶意等。对此，他建议，一是可以参考环境侵权、劳动纠纷、医疗纠纷等案件的举证责任倒置，一旦代言产品出现问题，可以要求明星举证证明自己履行了注意义务；二是行业协会、行业规范以及市场本身也能发挥重要作用，倒逼明星更加审慎地对待自己的代言行为。

据新华社电

## 百名红色讲解员 宣讲党史

本报讯(记者 陈辛华)为庆祝中国共产党成立100周年,山西省“百名红色讲解员讲百年党史”宣讲活动,5月18日在主分会场同时启动。

“百名红色讲解员讲百年党史”宣讲活动,由山西省文化和旅游厅主办,以“1+3”的模式开展,省文旅厅机关为主会场,运城、忻州和长治3地为分会场。4个会场的首场宣讲,邀请了全省20名红色故事讲解员,其中有全国红色故事讲解大赛优秀选手、全国红色旅游五好讲解员,也有山西省红色故事讲解员大赛金牌讲解员,讲述中国共产党团结带领人民进行革命、建设、改革伟大实践的故事。

宣讲活动包括讲述在山西这方热土上凝铸的太行精神、吕梁精神、大寨精神、右玉精神等党的精神谱系和党史故事,让红色文化资源成为开展党史学习教育的生动鲜活教材。“百名红色讲解员讲百年党史”宣讲活动,将继续走进党政机关、学校、部队、企业等单位,用感人的语言、朴素的形式,讲好党史中的真理故事、革命故事、人民故事、奋斗故事。

## 经典诵读 声绕晋祠

本报讯(记者 陈辛华)“建党百年,红动太原,文物赋彩——书声琅琅,诵读经典”主题活动,5月18日在晋祠博物馆举行。

诵读经典活动由太原市文物局、山西广播电视台主办,晋祠博物馆职工、山西省朗诵艺术协会艺术家以及我市多所小学的近三百名师生代表,共同带来精彩的诵读表演。诵读者精神饱满,回顾红色经典,传承爱国情怀。《为党歌唱》深情化在声音里,《晋祠赋》道不尽晋水源头千古事,《晋祠,晋祠!》礼赞山西新篇章,《中华颂》讴歌中华文化源远流长。晋祠博物馆还向各学校赠送了《晋祠旅游文物丛书》《晋祠歌吟集》《晋祠联匾额》《晋祠药用植物》等书籍。

## 游山西读历史 到基层开讲座

本报讯(记者 陈辛华)“游山西,读历史”文源讲坛主题活动,5月18日上午走进张壁古堡文化研究院,一场讲座通过南北朝时杰出将领斛律光的故事,讲解山西为何能成为中华各民族深度融合、团结共存的典型地区。文源讲坛主题活动,是“永远跟党走”2021全省群众文化活动之一。

5月14日至18日,“游山西,读历史”文源讲坛主题活动先后走进朔州市、忻州市五寨县、晋中市介休市,活动以山西省图书馆文化志愿服务队为主体,结合三地在民族融合史方面相连相通的特点,开展6场讲座及研学探访活动,把优质公共文化服务品牌送到基层。

三晋文化研究会李树梁担任主讲嘉宾和研学导师。5月15日上午,在广武汉墓遗址,结合实景和现场的浮雕所反映的历史故事,李树梁讲解了广武的历史渊源和战争风云,下午以《斛律金、〈敕勒歌〉与南北朝》为题的讲座,在朔州市图书馆学术报告厅开讲。5月16日,主题为《北魏王朝的终结者——乱世枭雄尔朱荣》的讲座,在五寨县图书馆举办,回顾了尔朱荣氏族在尔朱川的战斗和生活,普及了北魏末年风云变幻的历史。讲座后,文化志愿者和研学团队,实地探访武王城遗址、明代靖边楼遗址、大小武州城遗址等。