

明星艺人代言产品频频“翻车” 一句道歉就能全身而退？



● 新闻档案

景甜违法代言广告 被罚没722万

据广州市市场监督管理局5月28日消息,近日,广东省广州市市场监督管理部门对演员景甜违法广告代言行为依法作出行政处罚,罚没款合计722.12万元。

据悉,2021年底,广州市市场监管总局广告监测发现演员景甜为广州无限畅健康科技有限公司相关商品的广告代言涉嫌违反广告法有关规定,按工作流程将有关线索派发广东省广州市市场监督管理部门依法核查处理。

广州市市场监管局组织力量对相关线索进行核查,并由广州市天河区市场监管局立案调查。经查明,广州无限畅健康科技有限公司选用景甜为其生产经营的“果蔬类”食品作广告代言,相关“果蔬类”食品为普通食品,该公司无有效证据证实其具有“阻止油脂和糖分吸收”功效。景甜在应知法律法规规定普通食品不得进行治疗、保健等功效宣传,且未经有效途径对代言商品有关功效进行核实的情况下,仍以自身名义和形象在广告中宣称代言商品具有“阻止油脂和糖分吸收”功效,其行为已违反广告法有关规定。景甜上述广告代言违法所得共计257.9万元。广州市天河区市场监管局依据《中华人民共和国广告法》第六十一条的规定,对景甜作出没收违法所得,罚款464.22万元(罚没金额合计722.12万元)的行政处罚决定。央广

明星代言产品就像隐藏的地雷一样,时不时就炸。

这次炸雷的,是公众形象一直不错的演员胡军——他曾代言的“悟空理财”继前两年被指涉嫌欺诈后,近日爆出母公司玖富集团疑似跑路,“胡军 还钱”等话题登上热搜榜。

舆论声浪中,8月1日,胡军工作室官方微博发布致歉声明。不过,眼尖的网友发现,全文上下唯一致歉的部分是——为没有及时回复而致歉。

这样的表态,用户显然不买账。明星代言产品爆雷,一句道歉就能了事?代言人究竟需要为品牌和产品的问题承担何种责任? 羊晚

A 爆雷风波不少 致歉套路相似

在网络上检索“明星代言翻车”,案例接二连三。

“明星代言翻车后只做两件事:给受害者道歉,骂金主无耻。”有网友如是调侃。

8月1日,胡军工作室官方微博发布声明称,2018年接到玖富悟空理财的代言邀约后,胡军曾委托律师和专业团队对其资质进行过核实。胡军本人也注册成为该产品的用户,并在体验后签署了代言协议,履行了代言人的相关义务。

声明指出,双方的代言合约已于2020年6月正式结束。之后因相关要求,其产品在做出调整过程中出现清退缓慢等相关问题,胡军方面得知后一直在与相关部门积极沟通并尝试帮忙推进。声明还称,胡军及其团队对于因此事占用公共资源和没有第一时间做出回应致以最深的歉意。

互联网是有记忆的。类似的话,汪涵在2020年代言的网贷机构“爱钱进”出现争议后也曾说过:“多次联系平台,敦促他们尽快妥善地为大家解决问题。在做这些事情时,我未及时向大家通报,为此,向大家深深致歉!”

言下之意都是:我催了,但人家没办好。

B 最关键的问题 广告是否虚假

“一定要记住广告代言不是艺术活动,是法律活动。”就这类现象的频发,中国人民大学商法研究所所长、教授、博士生导师刘俊海告诉记者。

刘俊海介绍,关于明星代言人这一角色,广告法第二条中规定:“本法所称广告代言人,是指广告主以外的,在广告中以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明的自然人、法人或者其他组织。”所以,明星艺人作为广告代言人,实际上是对商家推销商品或者服务作推荐、作证明。

“明星作为广告代言人的时候,一定要做调查,既要背广告词,还得看广告词里的内容、商业模式是否真实、合法。这个广告是不是虚假广告,这是最重要的问题。”刘俊海说,如果广告本身没毛病——买这个产品有可能发财也可能承担投资风险,“我个人觉得艺人就没责任了”,如果有商家违约或者侵权了,受害人应该找商家索赔。

中国民法学研究会副秘书长、北京理工大学民法典研究中心主任孟强教授告诉记者,根据广告法规定,明星艺人如果没有参与公司和产品的制造销售,而只是进行代言,那么当产品出现问题时,需承担的责任是广告代言人的责任。

“广告代言人的责任,既可能是行政责任,也可能是民事责任。”孟强说,对于行政责任,根据广告法规定,如果广告代言人违反法律规定,在医疗、药品、医疗器械、保健食品广告中作推荐、证明,或者为其未使用过的商品、未接受过的服务作推荐、证明,或者明知或应知广告虚假仍在广告中对商品、服务作推荐、证明的,则面临由市场监督管理部门没收违法所得,并处违法所得一倍以上两倍以下罚款的行政责任。

对于民事责任,孟强介绍,根据广告法规定,商品或者服务的虚假广告造成消费者损害的,如果此类商品或服务关系到消费者的生命健康,则广告代言人应当与广告主承担连带责任;如果不是关乎消费者生命健康的一般商品或服务,那么当广告代言人明知或者应知广告虚假仍设计、制作、代理、发布或者作推荐、证明的,应当与广告主承担连带责任。

C 用户擦亮双眼 明星也请惜羽

事实上,在以往多数广告产品翻车”的风波中,作为代言人的明星艺人都得以全身而退,只有众多用户踩坑受挫。

孟强提醒,对于消费者而言,无论是医疗、药品、医疗器械、保健食品,还是金融产品或服务,抑或其他产品或服务,在选择和购买时,均应当从自身需求、产品或服务的性能和价格等方面出发进行理性选择,而不可盲目信赖明星代言、以明星代言取代自身判断。他表示,消费者首先应当考察生产者、销售者是否具有相应的资质,产品或服务是否具有相应的质量和品质;其次,消费者应当从自身的需求、资金和风险承受能力出发,选择适合自己的产品或服务;最后,消费者应当理性消费,在选择金融产品时,尤其要注意看产品收益是否在合理区间,避免过度投资、过度借贷。

“对于明星来说,如果选择为企业的产品或服务代言,应当严格遵守广告法规定,例如,不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明,不得明知或者应知广告虚假仍作推荐、证明。”孟强说,这就要求明星在接受代言前,应当进行适当的调查,检查验证所代言公司及其产品的相应资质、证书等,确保所代言产品和服务内容真实、符合监管要求。尤其是在代言涉及广大消费者生命健康安全的医疗、药品、医疗器械、保健食品等产品或服务时,明星应当格外审慎,亲身体验所代言的全部产品或服务的全过程,做好尽职调查。

孟强强调:“明星等公众人物应当爱惜羽毛,珍惜社会大众、粉丝团体对自己的信任 and 关注,不要为了赚取高额代言费就放松对自己的要求,甚至是违反广告法规定而进行代言,否则可能面临民事和行政责任的承担。”