

## 新广告法能否锁住“乱代言”

# 明星做代言 必须先使用



广告法修订草案25日提交第十二届全国人大常委会第十次会议审议。草案增加了广告荐证者的行为规范和法律责任,这意味着明星在代言时将有更多规范,不得为未使用过的商品和服务作证明。目前,楼盘、汽车、手机、饮料、皮包、服装、药品、食品几乎各类商品都在找明星代言,一出出的明星“代言风波”屡见不鲜,成为大家关注的焦点。业内人士表示,广告法的修改有利于进一步规范明星代言,但是执行起来尚有难度,需要进一步细化措施。

## 鲁迅郭沫若手稿亮相文博会分会场

本报讯(记者 霍晓蕙) 第五届山东文博会渐行渐近的消息,恰似文化艺术的秋波,点燃人们对这场盛宴的期待。记者获悉,作为文博会最重要分会场活动,“相约文博会·第二届济南艺术品博览会”将于28日在济南舜耕国际会展中心盛大开幕,迎接广大的济南市民和艺术爱好者。

记者从组委会了解到,第二届济南艺博会得到多家艺术机构及艺术家的大力支持,北京、上海、广州、武汉、杭州、宜兴、景德镇、辽宁、安徽等省市,以及我省的青岛、烟台、潍坊、淄博、青州、德州等地市和济南本地的艺术家、艺术机构、艺术品企业踊跃参展。参展的各类艺术品涵盖了从中国书画、油画、版画、雕塑、当代陶瓷、紫砂壶、木雕、仿古家具、铁壶、唐卡、麦秸画等艺术品种,还有古玩等多个种类的收藏品。

另外,本届艺博会还有几个亮点。第一个亮点是同期举办免费鉴宝活动;第二点是12辆世纪经典老爷车进行展览,这些老爷车均为原装,具有极高的收藏价值;第三个亮点是艺术品微拍,也就是艺术品微信拍卖;第四是景德镇陶瓷、紫砂等艺术名家将现场进行技艺展示;第五点是湖北日报传媒集团旗下楚天艺术集团及国内北京翰墨千秋移动艺术交易平台两大战略合作媒体加盟本届艺博会,带来很多重量级的艺术品。

此外,展会亮点纷呈。20世纪著名文学家(鲁迅、郭沫若、茅盾、巴金等)的手稿、版本、画像特展;中国书画名家邀请展,山东学院派陶瓷精品展,北京798青年雕塑家雕塑邀请展,山东实力派写实油画展,俄罗斯当代经典油画主题展,以及王雪涛、吴冠中真迹展等等,都是吸引眼球的高档艺术展览。展会将于31日结束。

## 66届艾美奖颁奖 “绝命毒师”封视帝



本报讯 北京时间8月26日,一年一度的电视界盛会——第66届美国黄金时段电视艾美奖逐一颁出。本届艾美奖入围作品由大量的续集和少量的新剧组成。

本届喜剧类最佳男主角获得者是吉姆·帕森斯,他在《生活大爆炸》中饰演“谢耳朵”。这已经是吉姆第四次获得艾美奖了。喜剧类最佳女主角则由茱莉亚·路易斯·戴维斯凭借《副总统》斩获。《绝命毒师》持续发威,剧情类最佳男主角由布莱恩·科兰斯顿获得,视后则是《傲骨贤妻》朱丽安娜·玛格丽丝。《绝命毒师》至今共获得58项艾美奖提名,今年获得16项,也拿下了含金量最高的五个大奖。(腾腾)

本报记者 邱伟

### 乱象 明星代言缺规范太混乱

广告“傍”上名人早已不是什么新鲜事儿,商家为了增强营销效果,瞅准名人、明星的影响力,可劲儿“追星”。现在打开电视、点开网络,形形色色的广告中铺天盖地都是明星。浙江卫视广告部一位工作人员告诉记者,据不完全统计,目前中国每天平均有1.8万次以上的电视广告中可以看到明星代言,明星代言感召力巨大,市场也越来越大,已经成为广告行业的一种普遍现象。

去年宋丹丹代言的某儿童药品被爆出伤害儿童肝肾,代言人宋丹丹随后被卷入舆论漩涡备受指责,压力巨大的宋丹丹随后表示今后不再代言任何药品广告。宋丹丹不是第一个也不是最后一个因为代言的产品出问题而备受指责的明星。伴随着巨大的市场,由于监管的不完善,近年来多位明星屡陷“代言门”,前些年,从成龙代言某洗发水被查出批号不合格,到唐国强等代言不孕不育医院遭受质疑,再到郭德纲代言藏秘排油被曝涉嫌虚假宣传,一大批明星在收获广告代言的暴利之后,也将消费者带到了一个个消费误区和黑区。

### 现状 辨别力有限明星也叫屈

对于屡次出现的“代言门”事件,26日,多家经纪公司在接受记者采访时也是一肚子委屈。宋丹丹经纪公司告诉记者,对于明星和经纪公司来说,都不愿意自己代言的产品出现问题,当初在接广告时也是慎之又慎,但是因为不是专业人士,分辨能力有限,很难完全避免出现问题。“当初接那个药品广告时,我们对厂家及药检部门的审批做了详尽的调查,当时也没发现什么问题,但是最后还是发生了最不愿出现的情况。”

孙俪的助理告诉记者,为了尽可能避免问题的发生,孙俪近两年在接广告时尽量选择日常快销品,例如洗衣粉、婴儿车等等,对于专业性过强的产

品如药品、食品等领域则比较慎重,尽量避免。在接广告前公司都会对产品和厂家进行多方了解,要求商家出示质检证明和相关凭证,以表明产品的可信性。对于明星来说,能做到的也就是

这些,过于专业和严谨的考察和检测目前很难做到。

### 影响 让明星代言更谨慎

对于广告法修订草案关于明星不得为未使用过的商品和服务作证明的规定,业内人士都给予了认可。法律人士告诉记者,2013年,全国人大常委会表决通过关于修改消费者权益保护法的决定,规定明星代言广告如涉及虚假宣传,将与商家一起承担连带责任。这次广告法修订草案对广告荐证者的法律责任再次予以明确和强调,同时更加细化和具体。

这次广告法修订草案规定,广告荐证者在广告中对商品、服务作推荐、证明,应当依据事实,并符合广告法和有关法律、行政法规规定。广告荐证者不得为其未使用过的商品或未接受过的服务作证明。法律人士表示,上述条文意味着今后明星代言相关产品,必须自己先使用,否则不得代言。明星做虚假广告,将承担法律责任。相比过去,监管和处罚更为严格,细化的法律条款严格明确代言人的事前事后责任,会倒逼其依法代言,有助于遏制目前明星代言的乱象。

### 执行 靠明星使用发现问题难度大

虽然业内人士对本次广告法修订草案给予了高度评价,不过不少网友和业内人士对于如何执行仍颇为担忧。“明星如何证明自己使用过代言的产品,是口头说说还是有公证的书面材料,这个需要进一步细化。”浙江卫视广告部的工作人员表示,电视台对于明星代言风波深恶痛绝,一直希望能让这个行业走上规范,对于这次草案的新规,业内都很关注。但是他研究了目前的草案,比较担心如何执行。即使明星提供了使用过该产品的书面材料,但不同的产品需要不同的时间去验证效果和安全性,一刀切的证明材料究竟有多大的可信度值得商榷,如果对不同产品的试用期和效果分门别类进行规定,这个工作量太大了,操作起来难度很大。

对于让明星使用代言产品的规定,不少网友也表示了不同意见。“宋丹丹代言儿童药品,她一个成人使用后能发现什么问题?汪东城给卫生巾代言自己如何使用?给不孕不育医院代言,怎么接受服务?试用商品,试用多久算是合格?比如,一款汽车发动机有设计缺陷,明星代言前要用多久才能测试出这种缺陷?挖掘机的性能,也不是一个明星使用之后就证明得了的?”多数网友建议,明星误导了消费者该受处罚,但是,在明星犯错之前,落实监管才是王道。

链接

### 国外明星代言如“走钢丝”

在美国,明星代言广告属于证人广告范畴,美国对于证人广告有着明确的规定:凡是证言性质的广告,内容必须有真人真事为证,即向消费者推荐产品或服务的证人,无论是明星、名人还是专家或普通人,都必须是产品的真实使用者,否则按虚假广告处理。就是说名人必须是其所代言产品的直接受益者或使用者,而且广告中有关产品效果的部分必须有事实依据,否则就会被重罚。

