

明星代言频“翻车” 为何鲜见被罚？

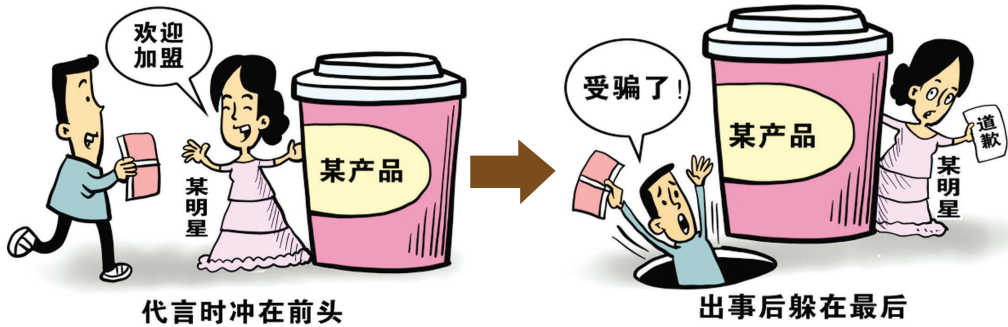
有的明星以“体验官”等头衔规避代言风险，方便关键时刻“甩锅”；业界专家表示，对于明星代言应加强监管

据新华社电

“知名影星倾情推荐”“某某明星也在用的投资理财平台”……一段时间以来，多起明星代言“翻车”事件引发关注，涉及消费、投资等诸多领域。

面对消费者维权和社会质疑，收取代言费动辄数十万元甚至上千万元的明星多回应：万分抱歉、已经解约、敦促解决、下不为例……代言明星尽管在当时陷入巨大舆论风波，最终往往不了了之。有的明星以“体验官”等头衔规避代言风险，方便关键时刻“甩锅”。

业界专家表示，对于明星代言应加强监管，完善法律，加大执法力度。



新华社发

明星代言频“翻车” 多以道歉回应

近年来，频“翻车”的明星代言包括涉嫌虚假宣传、有质量问题的生活用品，收了加盟费就跑路、涉嫌诈骗的餐饮品牌，甚至还有涉案金额动辄数亿元的爆雷理财平台……

去年8月，湖北十堰市的程先生想加盟一家奶茶连锁店。“实地考察时，总部公司办公区域满墙贴的都是代言人的广告，让人感觉这个品牌就是和代言人‘捆绑销售’。”程先生告诉记者，当时销售人员介绍，该品牌是某档卫视常青树综

艺节目的衍生IP，品牌代言人是常年主持该节目的知名主持人。负责接待的周经理说，从9月开始，代言人会每个月到各大城市的旗舰店做一日店长，“品牌不可能做不起来”。抱着这样的想法，程先生投资了20余万元。但后来发现，加盟时公司提出的投入千万元用于品牌营销，在综艺节目中

今年4月底，著名影星代言的网红燕窝品牌“小仙炖”，宣传的即食燕窝原料、干燕窝含量、商品产地等10项指标与真实情况不符，被有关部门处以20万元罚款。今年2月，一知名主持人被投资者以财产损害赔偿纠纷诉至法院。2018年，该主持人曾为网络投资平台“网利宝”录制多条视频广告进行宣传。2019年，“网利宝”爆雷，截至立案侦查，“网利宝”累计成交金额高达259.7亿元，借贷余额30.3亿元，波及4万余

名出借人。此外，还有品牌加盟涉嫌诈骗“跑路”。今年5月，著名女影星代言的奶茶品牌“茶芝兰”涉嫌诈骗，涉案金额高达7亿元。代言明星工作室发声明，称已与该品牌解约，并向消费者致歉。自2014年以来，明星代言的互联网投资理财平台爆雷事件高达十余起，其中“网信理财”爆雷金额达750亿元。记者发现，在代言产品出现问题后，明星的回应如出一辙：一纸“解约”或“道歉”声明。

业界专家表示 应加强监管加大执法力度

值得注意的是，由于屡屡发生代言风波，一些明星采取各种方式规避风险。有业内人士告诉记者，除了代言以外，有的明星会选择“体验官”“大使”等头衔，甚至不设头衔，只在广告拍摄中出现。

“明星不直接以代言人身份出现，一旦产品涉嫌违规违法，明星就更容易规避可能产生的连带责任。”朱树荣说。

一些专家表示，明星代言屡屡“翻车”，有执法难的问题。但明星代言“翻车”之后，不能以一句“对不起”就撇清责任。

今年1月，北京朝阳区金融纠纷调解中心发布公告，其中明确要求P2P网贷机构广告代言人要配合落实风险化解责任。公告指出，演艺人员、公众人物在接到部分网贷平台的代言邀请后，对于平台利用其影响力吸引投资人购买非法金融产品，没有合理审查、作出不实宣传带来的负面影响，负有不可推卸的责任。

4月，中国银保监会

消费者权益保护局发布2021年第二期风险提示，明确提示，代言人和金融产品供给主体应依法合规履行责任。明星等公众人物代言，应当遵守广告法等法律法规。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。

朱树荣建议，对于明星代言应加强监管，加大执法力度。“依据现有法律，对出现代言问题的明星处以实质性的处罚。”同时，对于现行广告法中对明星代言违法违规品牌难以举证认定的部分进行补充完善，“比如，要求明星在代言之前尽到对产品、企业资质等审查的义务，产品亲自试用，留下视频证据等。”

天津社科院法学研究所副研究员王焱表示，明星应加强自律，应提升自身的社会责任感，谨慎选择代言产品。消费者在选择商品、尤其进行金融消费或品牌投资时，需要谨慎甄别，避免上当受骗。

代言利益很大 “翻车”成本不高鲜见被罚

根据广告法，关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告，给消费者造成损害的，其广告代言人应当与广告主承担连带责任。其他商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，广告代言人明知或者应知广告虚假仍作推荐、证明的，应当与广告主承担连带责任。

广告法还规定，广告代言人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，如有违反，可

由工商行政管理部门没收违法所得，并处违法所得一倍以上二倍以下的罚款。明知或者应知广告虚假仍在广告中对商品、服务作推荐、证明的情况，处罚同上。

法律专家表示，按照广告法，明星代言的产品或者服务出现问题，根据具体情况，有些是需要承担责任的。但记者调查发现，不少明星代言虽然“翻车”，但受到处罚的并不多。

今年多起明星代言风波

中，公开可查有一例受到行政处罚：北京市海淀区市场监管局认为，一男性综艺明星在广告中利用自身知名度为女性内衣作推荐，属于广告代言行为，且未使用过该商品，并在广告文案中发布有辱女性尊严的文案，被处以累计罚款87万余元的行政处罚。

更多的“翻车”明星，除了当时陷入舆论风波，多数都没有受到实质性惩罚。如去年8月，一女明星因代言“中晋系”投资理财产品被起诉。上

海市第二中院二审认为，难以认定该女星明知或应知广告内容虚假，也无证据证明其牵涉在集资诈骗罪中，故未支持“中晋系”集资诈骗案中一位投资者的赔偿请求。

北京安理(天津)律师事务所律师朱树荣表示，对于明星来说，代言的风险其实是很小的。“代言的收益实在是太高了，产品好则名利双收，产品出现问题，也仅仅是形象受损，获得的收益并不会受到影响。”

课上减负提效 课后“留人留心”

“双减”落地一个多月，记者实探天津部分中小学现状

据《新华每日电讯》

作业少了，辅导班停了，课后活动丰富了……今年9月，“双减”为全国中小学生送上了一份特别的开学礼。“双减”政策落地实施一个多月，带来了不少新气象，学生和家长欣喜之余，也不禁提出疑问，“双减”后的学习质量如何保证？“双减”到底如何让教育“返璞归真”？

放学后，孩子们在干啥？

下午四点半，天津市第二新华中学八年级的贺国桓没有回家，而是早早来到无人机教室，和小伙伴们围坐在电脑前，进行模块化编程。学生们的讨论声和无人机的引擎声填满了整间教室，一架架无人机从出发点平稳起飞，在空中自如地翻了几个

跟头后，稳稳地落在了终点。

新学期开始后，贺国桓的课后生活一下子丰富了起来。“以前放学回家后我一般自己做作业，在家里没有同学一起探讨，缺少学习的氛围。现在我在学校可以快速完成作业，还可以上自己喜欢的素拓课。”

教师陈群燕除了教八年级的物理课，也是素拓课“生活与物理”的授课老师，在陈群燕看来，素拓课对学

生专业课的学习有很强的促进作用。“物理是一门和生活联系紧密的学科，对学生的实验能力有一定要求，我们在课堂上讲授理论，素拓课上让学生动手做实验，把理论和生活相结合，让学生爱上物理。”

15分钟的作业够吗？

“双减”政策要求，全面

压减作业总量和时长，减轻学生过重作业负担；大力提升教育教学质量，确保学生在校内学足学好。

“过去学生为写作业发愁，现在老师为留作业发愁。”天津市第二新华中学九年级的数学老师兼年级组长孙玥为留作业专门建立了一款小程序，每个学科的老师把每天的作业内容和预计完成时长填写进小程序中，孙玥进行总体把

控，保证学生每天的作业总时长控制在90分钟以内，平均每科作业在15分钟左右。

孙玥表示，作业量减少，确实对老师提出了更高的要求，老师必须提高作业设计的科学性，让孩子们每一次练习都能产生最大的效用。

为此，老师们加强研讨，根据每个学生自身的学习情况，分层留作业，让不同的学生进行不同难度的练习。

此外，“答疑辅导”是课后服务的重要内容，学生们在学校完成大部分作业，老师则第一时间从作业的反馈来了解学生对知识的掌握情况，从而有针对性地为每个学生进行辅导。

不少老师表示，新学期刚刚过去一个月左右，学生的学习效果还无法进行数据化的呈现，但学生的学习热情和学习效率确实得到了提升。