



北京晚报

听起来高端的“央视上榜品牌”“CCTV展播品牌”，原来都是假的。中央广播电视总台总经理室声明，从未颁发也未授权任何机构或组织向企业颁发“央视上榜品牌”“CCTV展播品牌”等称号、牌匾或证书。记者调查发现，仍有商家或企业拿此类称号“贴金”，这背后还隐藏着一条花钱打广告“办证”、打擦边球的利益链条。

市场
线上线下“上榜”不少

根据声明内容，诸如“央视广告品牌”“中央电视台榜上有名”“CCTV广告支持”等称号，央视也从未颁发过。线上线下市场情况如何？

记者打开某知名电商平台，输入“央视上榜品牌”检索，很快出现一些商品。这些商品包括日化产品、家装产品，甚至轮胎产品。一款重4斤、售价12.8元的洗衣液，其产品瓶身上部注明“CCTV央视上榜品牌”。一款售价236元的金属踢脚线，其产品介绍页面标明“CCTV展播品牌”。一款智能门锁，其产品页面宣称是“CCTV 2017央视强势播出”。此外，还有某轮胎品牌，看起来更“权威”——不仅在页面介绍中标明是“CCTV央视上榜品牌”，还展示出一张《CCTV广告播出证明》，其中包括该品牌轮胎播出的时间、频道以及广告播出ID号。

线下也有类似情况。记者近日走访京城多个家装建材市场，发现多数品牌和商家并未用“央视上榜”等词汇宣传，但也有个别品牌和商家使用了类似称号。北五环外、立汤路旁的北七家建材批发市场内，有一座“国际五金城”。该市场主要售卖地板、五金水暖管、太阳能、散热器等产品。市场一层一家水暖管件店门口，摆放着一张长约80厘米、宽约50厘米的宣传板，上面写了产品品牌、服务热线、“质保百年”等信息，宣传板右上方，标明该产品是“CCTV展播品牌”。商场二层，某品牌散热器门店内，两名顾客正在咨询购买暖气片。店面进门墙壁上，用红色大字宣传暖气片是“央视上榜品牌”“国家标准参编单位”。在天花板上安装的数盏射灯照射下，宣传语很是显眼。

除了直白的“央视上榜品牌”，还有一些商家用了更“新鲜”的表述。“看暖气片吗？”同楼层的另一家门店，工作人员热情地打着招呼。记者走进店内，发现该品牌散热器同样与央视“缘分不浅”。墙壁上的宣传字样标明，这个品牌是“CCTV发现之旅《工匠精神》受邀企业”。

这些宣称自己是央视“上榜”或“展播”的品牌，真在央视播出广告或者“上榜”吗？

号称“百年质保”“CCTV展播品牌”的管路系统，门店工作人员介绍，品牌来自浙江。然而记者拨打宣传板上的全国服务电话，客服表示企业在安徽，且确认该品牌登上过央视，是“CCTV展播品牌”。这家企业一名市场经理的微信头像上，也宣称品牌是“CCTV展播品牌”。而对于其他疑问，店面工作人员不愿意正面回应，显得有些不耐烦，只表示自己“手里有事”，忙于工作。

宣传是“CCTV发现之旅《工匠精神》受邀企业”的暖气片企业，店员介绍了品牌产地、产品特性以及质保等优势。当记者表示，有看到其他上过央视

「央视上榜品牌」
都是噱头？

调查 浑水摸鱼自我“拔高”

的品牌散热器时，店员很快指向自家墙壁上的标语，“这不也是嘛”。他介绍，自己售卖的品牌也与央视有渊源，“现在不都是这样宣传的吗？主要还是要看产品的材料……”记者在该品牌官网上发现，同样有店内宣传的内容。不过，在公开报道或公开资料中，并未查到有类似内容。

在进门处写上“央视上榜品牌”的散热器品牌，其“上榜”背后则显得有些“底气不足”。记者以代理商身份想要了解该产品情况，拨通客服电话。听闻来意后，接线人员确认，这个品牌的确是“央视上榜品牌”“国家标准参编单位”。而后，一名自称是品牌北京区域的经理在简单询问了一些情况后，介绍了产品价格和物流等方式。记者询问

产品是否真是“央视上榜品牌”，其在短暂停顿后，表示上榜品牌的称号没问题，“我们敢这么说，那肯定是存在的”。

如果代理该品牌产品，能否在店内使用“央视上榜品牌”等宣传文字呢？这名经理回应称可以，“只要是我们宣传的，那都是合适的”。随后，记者登录该品牌官网发现，在公司介绍和招商加盟的“品牌优势”等部分，并未见到提及产品是“央视上榜品牌”。

中央广播电视总台总经理室一名工作人员向记者确认了声明内容。他表示，从来都没有颁发过上述称号或荣誉，其个人也没听过“某某受邀企业”的项目，有可能是不上星的小频道里的栏目。“这些称号、荣誉，不是我们正式授权的。”

央视上榜单

链条

花钱“拿证”打擦边球

随着调查深入，记者发现市场上有一条花钱打广告而后“拿证”、打擦边球的利益链条。在网络平台输入“央视牌匾”，很快弹出多个商家。一家名为“央视品牌展播”的商家，在宣传中直接写明“央视广告、中央电视台央视广告播出牌匾、品牌背书”。随后，记者以某农业品牌负责人身份联系，其表示自己在的公司是“专门负责广告业务的运营服务商”。

在对产品领域、特性和需求简单了解后，这名商家推荐记者可以考虑在农业频道刊播广告，性价比高。据其介绍，以五秒钟的电视广告为例，连播五天仅需6800元。“这个价格包含了制作费、配音等，没有其他额外费用。播出时间基本是晚上11点半左右，需要一次性打款到公司账户。”

6800元，几乎是“一条龙”的价格。“6800元，除了广告片，还包含一个在央视播出广告的证明牌匾证书，还可以安排签约仪式。”商家说，每个广告播出后，都会有一个广告播出ID号，“类似于身份证号一样，都是正规的”。

在这名商家口中，一旦广告在央视播出，后续可用来给品牌或企业宣传“贴金”。“我看到市场上一些客户做的，播完之后他们来做宣传，或者打条幅。例如‘CCTV展播品牌’这样的形式。”他说，只要花钱播出，获得播出证明牌匾后，牌匾可以放到实体门店中做宣传。不过，对于网络等其他宣传则建议谨慎，“只做事实性陈述，不能夸张”。

“有的人说品牌是‘央视上榜品牌’，这是上谁的榜呢？还是要符合事实，你播出广告就属于展播。”这名商家说，即使在央视播出了广告，在宣传时也最好别用“央视上榜品牌”“央视推荐品牌”等内容，“用‘央视展播品牌’或‘CCTV展播品牌’没问题，保险一些”。

中央广播电视总台总经理室工作人员表示，如果某公司有总台央视正规广告代理证，是可以帮助客户投放广告的，但这属于用户与广告公司之间的关系，“跟总台没有关系。类似声明中的称号、牌匾等，都是未经总台授权的，他们也无权授权这些”。他提醒，即便能播广告，但线下的某些东西“不是我们正式出具授权书的，我们这边都不认”。总经理室此前也与市场监管部门多次配合核实此类称号、牌匾资料手续等工作，“这种肯定是不合法的，也是要处罚的”。

声音

情节严重或触犯法律

“傍央视，看起来是宣传噱头，本质上是浮躁逐利，对自己的品牌不自信。”中国广告协会法律与道德工作委员会专家委员、中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍说。拿从未授权或者是虚假的称号、牌匾、证书来宣传企业产品，是典型的欺诈行为，涉嫌虚假宣传，也侵害了消费者的知情权。情节严重的话，可能涉及侵害市场竞争秩序，涉嫌违法广告，甚至触犯非法经营罪。

朱巍提醒，治理类似涉及单位机构的称号背书、颁奖荣誉等的广告宣传，广告经营者和发布者一定要全流程加强监管，认真审核背后资质，相关部门也有监管机制。同时，对于日常有不少合作公司或者广告招商业务的单位机构来说，除了及时发声明澄清之外，也要强化对品牌和授权的管控。



唐昊/制图