绝味鸭脖发低俗广告受罚 腾讯、天猫也将被追责

阅读提示

继对广告主长沙绝味食品营销有限公司和广告经营者长沙汇邦广告有限公司分别作出60万元的行政处罚决定后，12月26日，《中国消费者报》从长沙市工商行政管理局获悉：该局于12月26日分别向深圳市市场监督管理局和杭州市余杭区市场监督管理局发出案件移送函，要求深圳和杭州方面依法查处该违法广告的发布平台深圳腾讯有限公司和杭州天猫网络有限公司。

至此，有关“绝味”低俗广告的广告主、广告经营者、广告发布平台或将全部受到惩处。

低俗趣味营销惹麻烦

经长沙市工商局查实，绝味官方旗舰店系长沙绝味食品营销有限公司与浙江天猫网络有限公司签订协议在天猫购物平台开设的网络营销店铺。

微信公众平台系绝味食品股份有限公司与北京腾讯文化传媒有限公司签订协议开通的企业网络展示平台。

为了在2017年11月11日的促销活动日进行促销，绝味食品股份有限公司于2017年8月20日与长沙绝味食品营销有限公司签订了《委托合作协议》，由长沙绝味食品营销有限公司在授权期内负责绝味微信公众号的营运以及网络广告投放。长沙绝味食品营销有限公司为了在天猫旗舰店和微信公众号促销业务开展，在2017年8月20日同时授权绝味食品股份有限公司全资子公司湖南阿瑞食品有限公司负责“双十一”促销活动广告投放的相关事宜。2017年8月31日，湖南阿瑞食品有限公司与长沙汇邦广告有限公司签订了《广告设计发布合同》，约定由长沙汇邦广告有限公司全权负责“双十一”绝味天猫旗舰店和微信公众号的广告设计与发布，广告费30万元。

11月1日，长沙汇邦广告有限公司设计并推送了天猫旗舰店躺在床上脚戴镣铐分开双腿身着短裤的女性卡通图片，并配发“鲜嫩多汁，想要吗？”的文字，因该广告被舆论评价不尊重女性、性暗示等差评，11月2日该图片撤下；11月3日，长沙汇邦广告有限公司又在腾讯微信公众平台发布了以大卫雕像隐私处打上马赛克为背景的图片并配发了以夫妻、情侣口气暗示描述性行为的文字，该广告推出又引起了网络媒体的一致差评，11月6日，这则广告在舆论压力下撤下。

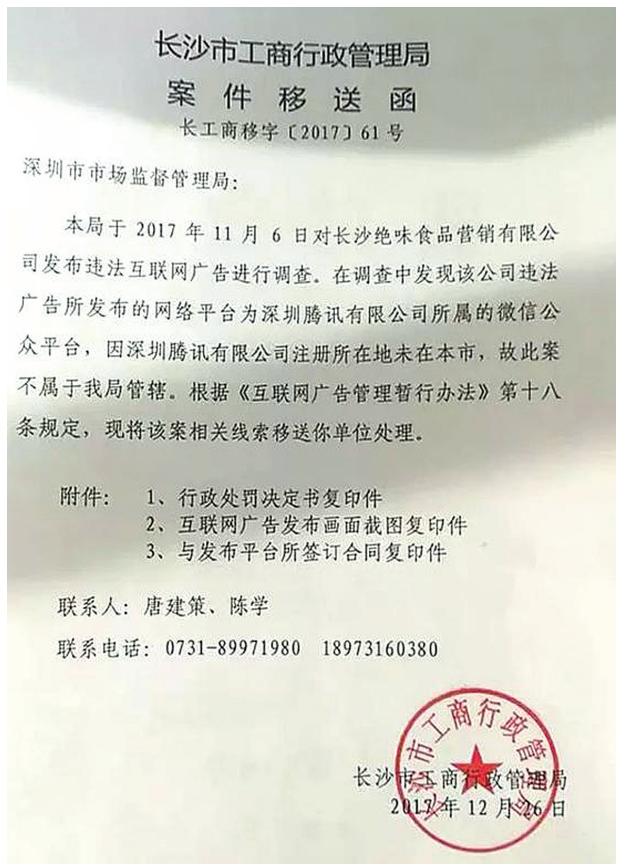
已开出两张60万元罚单

长沙市工商局认为，长沙绝味食品营销有限公司和长沙汇邦广告有限公司在不同的网络平台上所发布的网络广告图片媚俗，文字低俗，其内容均违反了《中华人民共和国广告法》第九条第（七）项相关禁止性规定，应依据《中华人民共和国广告法》第五十七条之规定进行处罚。12月18日，长沙市工商局分别向长沙绝味食品营销有限公司和长沙汇邦广告有限公司下达《行政处罚听证告知书》，两者均不申请听证，在法定期限内未提出陈述申辩意见。12月22日，长沙市工商局分别向长沙绝味食品营销有限公司和长沙汇邦广告有限公司下达行政处罚决定：责令两单位停止发布违法广告；分别处罚款60万元。

媒体和发布平台被追责

此外，长沙市工商局在调查和查处“绝味”低俗广告时发现，该违法广告所发布的网络平台分别为深圳腾讯有限公司所属的微信公众平台和杭州天猫网络有限公司所属的天猫购物平台。根据《互联网广告管理暂行办法》第十八条之规定，遂将案件分别移送深圳市市场监督管理局和杭州市余杭区市场监督管理局。（中消）

《中国消费者报》提供的图片显示，深圳腾讯有限公司和杭州天猫网络有限公司也被追责



长沙市工商行政管理局
案 件 移 送 函
长工商移字〔2017〕61号

深圳市市场监督管理局：

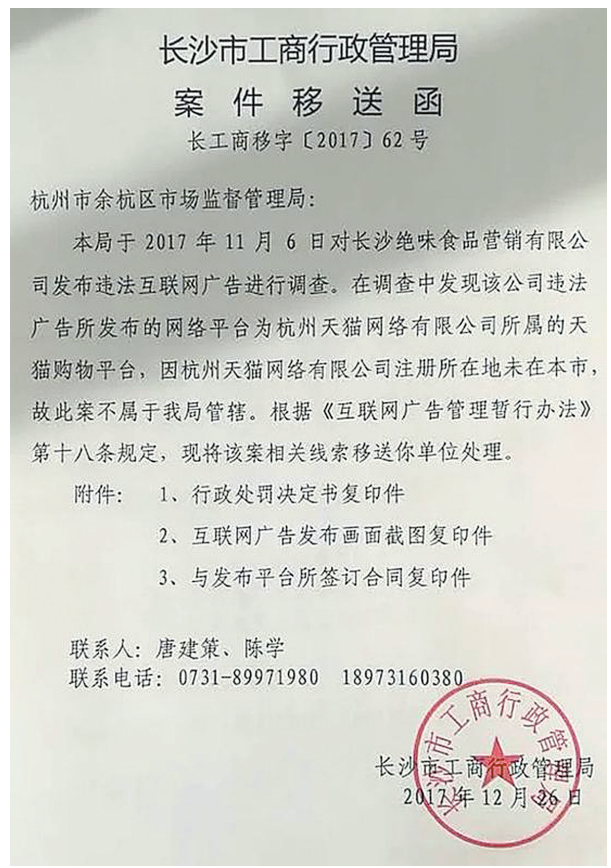
本局于2017年11月6日对长沙绝味食品营销有限公司发布违法互联网广告进行调查。在调查中发现该公司违法广告所发布的网络平台为深圳腾讯有限公司所属的微信公众平台，因深圳腾讯有限公司注册所在地未在本市，故此案不属于我局管辖。根据《互联网广告管理暂行办法》第十八条规定，现将该案相关线索移送你单位处理。

附件：1、行政处罚决定书复印件
2、互联网广告发布画面截图复印件
3、与发布平台所签订合同复印件

联系人：唐建策、陈学
联系电话：0731-89971980 18973160380

长沙市工商行政管理局
2017年12月26日

长沙市工商局向深圳市市场监督管理局发出的案件移送函



长沙市工商行政管理局
案 件 移 送 函
长工商移字〔2017〕62号

杭州市余杭区市场监督管理局：

本局于2017年11月6日对长沙绝味食品营销有限公司发布违法互联网广告进行调查。在调查中发现该公司违法广告所发布的网络平台为杭州天猫网络有限公司所属的天猫购物平台，因杭州天猫网络有限公司注册所在地未在本市，故此案不属于我局管辖。根据《互联网广告管理暂行办法》第十八条规定，现将该案相关线索移送你单位处理。

附件：1、行政处罚决定书复印件
2、互联网广告发布画面截图复印件
3、与发布平台所签订合同复印件

联系人：唐建策、陈学
联系电话：0731-89971980 18973160380

长沙市工商行政管理局
2017年12月26日

长沙市工商局向杭州市余杭区市场监督管理局发出的案件移送函

博出位的广告走不远

餐饮中的网红品牌“叫了个鸡”，在今年10月份，被媒体爆出被上海市工商行政执法部门处以50万元罚款，加上绝味鸭脖事件，这两个案例在餐饮界震动不小，大家纷纷谴责：自媒体宣传“底线”何在？随着自媒体的兴盛和“网红餐饮”的兴起，博眼球的文案和设计开始涌现。什么样的文风才不是给自己挖坑？博出位的广告能走多远？

实际上，带有情色暗示的广告已经有上百年历史，比如文案界的标杆杜蕾斯就以“一骑绝尘”的姿态，制造了许多话题。在餐饮行业，也有不少企业在店招、宣传等上打情色擦边球，比如“我只做鸭”“叫了只鸡”等。可如何把握好诙谐与媚俗之间的度呢？

文案应该和产品本身相关。河南省餐饮与饭店行业协会副会长、河南省酒业商会会长钱波认为，对于企业来说，文案和其他推广内容，都应该和产品本身内容相关。他举例说，杜蕾斯的推广内容是和产品本身相关的，而对于餐饮企业来说模仿杜蕾斯，和“黄色”等结合，则跨度太大，肯定不合适。另外，店名也是宣传的一部分，应该慎重考虑。他认为，在自媒体盛行时代，各品牌在推广时各想奇招，可这一切都应该有底线。企业用无底线的营销，追求无底线的知名度，无疑会触犯相关法律。

餐饮企业若要走长远，不能只靠媚俗。在郑州大学副教授、广告系主任颜景毅看来，首先餐饮品牌违反广告法的行为是不可取的，应该惩罚。他认为，做此广告的人并不是不懂法，因为无论是法规、职业道德或职业底线，都不允许这种广告存在。为什么会出现这样媚俗的广告呢？颜景毅认为，因为其能够博得人们的关注。发布这种广告有可能是企业原本就准备接受处罚，知道处罚不足以让其伤筋动骨，经济损失并不大。但被罚之后，企业反而被更多媒体关注，进而放大效应，成为第二轮传播。颜景毅说，这种行为对于企业来说，短期利益可能受影响，也可能不受影响，但从品牌的角度讲，其品牌美誉度肯定受到损害。餐饮企业若要走长远，只靠媚俗的品牌推广是不行的，任何推广内容，都应和产品本身的性能相关。

另外，有些店面靠媚俗名称博出位，人们可以容忍其有一定的诙谐性，但要走得长远，仍需靠产品质量。

自媒体也要遵循广告法。在河南予瑞律师事务所李华阳律师看来，广告法已对推广宣传作了明确规定，比如《中华人民共和国广告法》第九条规定广告不得有下列情形：（七）妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；（八）含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容。在他看来，对于宣传用语是否违背社会良好风尚，法律上并没有量化，但应用社会主义道德观去判断。对于市民来说，如果认为企业宣传用语、店招等有违相关法律法规，则可以向当地工商部门进行投诉。另外，他还建议，在自媒体盛行的当下，作为企业在自媒体推广上应加强法律意识，合法创作宣传广告内容，树立良好的社会形象。（豫商）