

# 陈冠希代言香水广告疑涉“性暗示”

## 偏偏是他，偏偏代言的是这种产品，网民纷纷质疑

### 网络广告立法、审查、监管啥时到位

■本报记者 郑夏忆

“前几天在网上看到陈冠希代言的一款香水广告，其中摸、蹭、抱、嗅等亲密接触桥段一个也不少。由因不雅照事件而被爆炒过的人物代言这种广告，不是一种性暗示吗？这种涉及性暗示的广告能在网络上播出吗？”近日，从事广告行业的高先生向记者表达了自己的不解：网络广告的审查、监管形同虚设？

网友质疑：

这样的广告能播吗？

记者在这款香水宣传官网的“陈老师教室”板块中看到，3则广告不时出现男女亲密动作，其中一群女人将一个男人拥进浴室、将香水喷在下半身的画面都让人浮想联翩，而陈冠希说的一些含有暗喻性质的广告词：“凡事要有节制，原因，你懂的”“没有女人能抵得住它的诱惑”等，迅速吸引了网友们的眼球。

在该品牌的新浪微博上，网友对话题人物陈冠希复出后代言的这一系列广告纷纷发表评论。@广告人席壮伟说：请陈老师代言，有意思！这视频比电视广告

尺度大不少呢！@林武生说：一群女人冲进浴室里围着一个男人，这不是摆明着有暗喻性质吗！@inness\_Yan说：多么适合“冠希老师”的一则广告啊，简直是为他量身定做的！

另外，在天涯论坛上，网友们也纷纷热议该系列广告，网友“加菲史努比”评论道：弱弱地问一句，这广告能播吗？

**律师说法：**

**网络广告管理上有法律空白**

“网络广告也要受《广告法》制约。”浙江一墨律师事务所律师陈晓璐表示，现行《广告法》是1994年制定的，所涉及的内容范围比较窄，由于互联网的发展和网络广告的特殊性，至今还没有对网络广告做专门的规定，势必会出现一些管理上的法律空白。

陈晓璐说，网络上还有许多广告宣传采用的形式是以电子布告牌、电子白板、电子论坛、网络聊天室、留言板等交互形式为上网用户提供信息发布条件”的“电子公告服务”，那么就需要遵循《互联网电子公告服务管理规定》。无论是《广告法》还是《互联网电子公告服务管理规定》，都有禁止“含有淫秽、迷信、恐怖、暴力、丑恶的内容”的规定。但，怎样

才算是“性暗示”，法律上没有做具体的解释。

省律协民商专业委员会主任叶明律师告诉记者，网络广告与传统的电视、纸质媒体广告不同，虽然也有相应规定，但其发布媒介主体的多样性使得监管存在一定难度。如果在互联网上发现违法广告，仍然可以通过工商部门投诉反映，对其进行整改或查处。

**工商部门：**

**网络广告监管难度较大**

省工商行政管理局广告处调研员王刚说，目前对于互联网的管理是多部门联合执法，工商部门对网络广告的内容进行监管，但由于网络广告发布主体难寻，监管难度较大。

“根据有关规定，广告中凡是以性暗示、性挑逗的语言来描述性行为、性方式、性过程，或是直接暴露和描写人体性部位的内容都属于网络低俗内容，工商部门将予以监管、查处。”王刚表示，对网友普遍反映的这一系列广告，工商部门将进行调查，如果出现低俗内容，工商部门将联合通信管理部门责令发布人整改、删除违规内容，严重的将作停止接入互联网或关闭网站处理。



陈冠希在该款香水品牌发布会上。

# “达芬奇”默默流泪 众记者穷追猛打

## 情况介绍会草草收场

### 律师：工商、质检等应“挺身而出”

■本报记者 陈梦吉 江南 沈洁琼

7月10日有媒体曝光，国内高端家具品牌达芬奇家居实为“国产洋品牌”。昨日下午，达芬奇家居情况介绍会在北京举行，并在上海、杭州、成都、广州、深圳、重庆等地设立了分会场，邀请当地媒体记者参加。

达芬奇家居有限公司CEO潘庄秀华在情况介绍会上哭诉：“达芬奇代理的所有意大利品牌均为在意大利生产的原装进口产品，但我们代理的美国家居品牌如好莱坞，都是全球采购，不会100%在美国生产。如果消费者购买的是美国品牌，不排除有中国制造的可能。”

在这场一个多小时的情况介绍会上，潘庄秀华数度情绪失控落泪。律师表示，在这件事情上，监管部门也应“挺身而出”。

**是相信央视还是相信达芬奇？**

情况介绍会上，被曝光质量问题的意大利供货商一再强调，公司所有产品都在意大利本土生产，绝不存在像媒体怀疑的那样、是由达芬奇委托国内厂家生产后再出口转内销。

而针对消费者对达芬奇部分产品并非实木的质疑，供货商代表强调：我认为消费者有两个误区，一是100%实木不等于质量高，二是意大利生产不等于100%实木。”然而，无论是供货商代表，还是达



情况介绍会上，潘庄秀华数度情绪失控落泪。  
新华社 李方宇 摄

芬奇CEO，都没有提供任何实际证据证明，产品为意大利原装进口。

“我现在关心的是中央电视台播的对还是你们说的对。我担心的是我的老婆孩子使用这个产品有没有问题。”在北京的情况介绍会现场，一名消费者愤怒地打断了供应商代表的发言，称自己花费1000多万元购买了达芬奇家居产品，希望达芬奇给个说法。

“我将承受所有来自消费者的责问。”潘庄秀华承诺。然而，到底将如何承受，潘

庄秀华完全没有提及。

在该消费者愤怒离场后，潘庄秀华失控落泪，并将话题转移至她本人的奋斗史、供应商对她的私人信任以及达芬奇在企业社会责任方面的贡献。“我希望媒体和消费者能给我们达芬奇1000多名员工一个机会，让我们继续提供更好的服务。”潘庄秀华哭着说。

然而，面对媒体关于产品质量的一再追问，潘庄秀华均未给出正面回应。

(下转6版)

杭州市医疗纠纷调委会“年报”显示：“医生的责任感更体现在下班前一小时”

详细报道见今日3版



www.hzbank.com.cn 客户服务热线: 96523

