

## 虚假广告的危害与治理对策

文/王清和

笔者在看电视的时候看到了“背背佳”广告，觉得对方有点言过其实：孩子原来提不起的水桶，因为穿上了“背背佳”，立即就能提动了，原来的脊柱畸形一穿上“背背佳”马上就矫正了，明显存在虚假问题，后来，笔者通过调查发现，“背背佳”确实存在虚假广告问题：

### 1. 广告数据来源无依据

“背背佳”并未对售出的产品进行追踪，广告宣传中所谓的“400万受益人群”依据从何而来？据称，原来是销量！

“背背佳”是否进行过临床试验证明自己的产品确实有“可使后天性的适度骨骼变形恢复正常生理结构……”的功能，在哪些机构试验的，试验了多少人群？又有谁来公证？这些都无从说起。

### 2. 广告用语不合法

根据《广告法》规定，广告的内容必须真实有效，“背背佳”自称400万受益者，就应该向公众提供这些数据的科学真实来源，如果不能提供举证，就不能证明400万数字的来历，就违反了《广告法》。

### 3. 虚假宣传，误导消费者

“背背佳”不是医疗器材，却使用了可以影响生理结构这样的用语，而图片说明并没有详细标注适用的对象，容易让消费者产生误会，涉嫌误导消费者。“背背佳”在广告中宣称产品有神奇功效，而专家对“背背佳”的质量、功能等问题提出各种质疑，都没有得到满意的答复。

据《天府早报》报道，近百名购买“背背佳”的家长反映，孩子使用“背背佳”后，不但没有达到厂商所承诺的效果，反而让孩子的身体出现了一些或大或小的毛病，要求厂家退货。

对此，四川合泰律师事务所主任律师何佳林表示：“背背佳”在广告中确实说到了该产品有明显的疗效，使用后能使青少年背、腰挺直，拥有良好身姿，但如果确实使用后又没有明显效果，这就属于虚假广告，属于误导、欺诈消费者行为。

笔者经过思考认为：虚假广告的危害比较大，有必要予以重视。

### 一、虚假广告的危害分析

笔者对“背背佳”事件进行了认真的思考，对于虚假广告的危害总结出如下几点：

#### 1. 直接损害了消费者的经济利益

在全国知名品牌“背背佳”铺天盖地的广告宣传中，很多消费者被蒙蔽了双眼，在长达10年的销售过程中，厂家获取了大量的利润，无法估量。

从2003年至2006年，成都市第三人民医院和成都市中小学生脊柱侧弯流行病学调查小组医生耗资14万，对成都市中小学生脊柱侧弯展开了细致充分的调查。截至目前，他们出筛、普查了11万余中小小学生。在将近4年的普查中，专家们赫然发现了一个令人瞠目结舌的现象：至少有30%的中小小学生家长陷入“背背佳”误区，认为只要穿戴“背背佳”就可以纠正孩子的“驼背”。四川大学华西医院骨科副主任、博士生导师宋跃明教授证实：到医院看病的脊柱侧弯的孩子当中，起码有1/5的人使用过“背背佳”来纠正驼背，都是使用了一段时间无效后跑来找医生。

可见，上当受骗者不计其数，消费者经济损失巨大。

#### 2. 给人们造成社会诚信缺失感，危害了和谐社会的建设

经济利益固然重要，但也不能对社会负责置身事外，人民的身心健康比金钱更重要。“背背佳”充其量也就是有点帮助作用，绝没有治疗作用，在对有关产品使用无效后，青少年及其家长们会对社会产生一种不信任感，一种不安全感，一种否定感，社会诚信将难以建立，这对于我国的和谐社会建设的伤害是巨大的。

3. 延误治疗的最佳时机，造成更大的痛苦和经济损失（并非每一种商品的虚假广告都会产生这样的恶果）

专家们非常明确地说：从“背背佳”的功能看，它对脊柱侧弯是绝对无能为力。而且，如果没有医生指导，盲目戴“背背佳”纠正脊柱畸形，很可能延误病情，导致最后的手术。“一旦手术，费用就在七八万—十四五万元之间。此外，即便进行了手术，脊背变得僵硬弯曲受限不说，再长高的可能性也没有了。”所以，不管是30%被误导的家长还是1/5戴过“背背佳”的学生，医生们一旦得知后，都要求他们立即停止使用，以免延误治疗，造成更大的痛苦和经济损失。

### 二、治理青少年用品虚假广告的对策

笔者通过对“背背佳”事件、“锅王胡师傅”等事件的思考，提出了治理虚假广告的几点对策，供读者思考。

#### 1. 经济上严惩有关企业和有关各方

对于发布虚假广告的企业，应从经济上严惩，让其付出惨痛的教训，甚至破产倒闭；对于企业责任人、形象代言人、有关广告媒体、托儿、滥发质量和信誉认证证明的机构，都应该给以惩罚，使其得不偿失，并依法严办，该追究刑事责任的，应毫不手软，大力净化社会经济环境，提高社会的诚信度。

#### 2. 对于政府有关部门的失察，甚至是视而不见也应该予以反思

一种产品的虚假广告居然在全国播出达10年之久，不能不对我们的政府的失职行为进行反思！加强公务员的公仆意识教育，严惩失职人员，对于与有关企业勾结损害社会的腐败分子应追究其刑事责任。社会质量监督机构也应该发挥更加积极的作用。

#### 3. 加强防范意识和社会公德教育

加强公民的防范意识教育和社会公德教育，提高大家对各种商品，尤其是青少年用品的有关广告警惕，防止上当受骗，并积极对有嫌疑的广告提出质疑和举报，让虚假广告无处藏身。对于厂商的社会道德教育也应该予以重视，鼓励厂商积极从事社会精神文明建设，在追求经济利益的同时，一定要对社会负责，绝不触犯社会公德。

#### 4. 社会媒体的监督作用应予以加强

各种媒体在刊登或播出广告的时候，应该取得有关权威部门的证明和公证，严格审查，保证其所刊登或播出的广告为真实广告，并对有关广告产品进行调查，应该敢于提出疑问并予以披露、并请有关专家进行论证（作者单位：长春理工大学）

#### 相关链接

[市场经济下的商业道德困境及其解脱途径](#)  
[虚假广告的危害与治理对策](#)  
[遏制企业操纵会计利润的对策](#)  
[证券市场信息披露中注册会计师行为与制度约束](#)

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心