

状告“六个核桃”虚假宣传 官司输了,争论却还在继续

“经常用脑,多喝六个核桃”,这句广告语大家都不陌生,至于“六个核桃”到底补不补脑,浙江的张先生为此较了真,甚至将超市和生产商都告上了法庭。

男子将“六个核桃”告上法庭

浙江台州椒江区的张先生受“经常用脑,多喝六个核桃”的广告影响,觉得“六个核桃”可以增强智力、养生。今年4月,他在超市买了两箱标注“智汇养生”“益智状元”等字样的“六个核桃”。

一罐罐饮料喝下肚,张先生纳闷了:“六个核桃”真能补脑吗?“六个核桃”的主要配料是水、白砂糖和核桃仁。

查阅几本医药典籍后,张先生发现,核桃仁的功能主要是补肾、润肺、润肠等,并没有“补脑”“益脑”“健脑”等表述。于是,他将超市方和生产商养元智汇公司告上法庭,要求超市方和生产商退还货款,并赔偿经济损失1000元。

6月份,张先生的案子在椒江区人民法院经过多次诉前调解,但是,原告和被告态度都很强硬。7月份,这起案子正式立案。

不存在虚假宣传行为

庭审中,面对张先生的指责,超市方认为,超市是原包装进货并销售的,没有对“六个核桃”产品的外包装进行加工修饰,不存在虚假宣传行为。

养元智汇公司则辩称,“六个核桃”是一种普通饮料,虽然具有一定的营养功能,但不是保健饮品。同时,罗列了三条理由:“经常用脑,多喝六个核桃”的广告语,并未明示或暗示“六个核桃”具有保健功能;“六个核桃”产品已广受消费者知晓和认可,该广告语不会对消费者是否购买产品造成实质性影响;广告语经有关部门审核,不存在虚假宣传和误导消费者行为。

广告语不违反广告法相关规定

法院审理认为,“六个核桃”“智汇养生”“益智状元”,均系养元智汇公司享有注册商标专用权的商标,而非广告用语。涉案产品使用上述注册商标,不会使消费者在购买时产生该产品能“补脑”的错误认知。“经常用脑,多喝六个核桃”的广告语,已经过工商行政管理部门的认定,不违反广告法相关规定。

核桃仁是否能补脑,也成了案件的焦点。为此,法官王秀云还查阅了《本草纲目》《黄帝内经》等医药典籍,请教了中医学和营养学专家。

法官认为,虽然张先生查阅的资料并无明确记载核桃仁有补脑功效,但这并不意味着药典就肯定食用核桃仁不会起补脑作用。

中医学界认为,人体五脏密切相关,核桃仁有补肾、润肺等功用,人食用核桃仁后,补肾益精、润肺充气,有利于滋补大脑;在营养学界,也有专家认为核桃仁所含营养成分对大脑有益。张先生仅凭资料中的表述,就断定核桃仁不具备补脑、健脑功效,从而认为涉案产品存在虚假宣传,明显依据不足。

近日,椒江区人民法院公开宣判,以依据不足为由驳回张先生的诉讼请求。张先生未提出上诉。



这个世界需要这种较真的人

网友怎么看?
@清晨_love: 张先生喝了“六个核桃”确实补了脑,他能想出告厂家,说明喝了后起了作用。

@M时发型不乱: 你关心它补不补脑,我只关心它是不是真有六个核桃。

@希蓝希: 补脑这种事怎么衡量呢? 只要没有伤害身体就好了呀。每个广告都有夸张的设计,喝了加多宝也没有降火啊;用了飘柔头发照样毛躁;吃了德芙也没有尽享丝滑……那都应该去告了?

@MrL 这样一个人: 我喝雪碧也没感觉心情飞扬;我喝了王老吉,该上火还是上火;我开着雪佛兰也从没有挑战过极限;我用的祛痘洗面奶,十年过去了,脸上还是有痘痘;大吸力油烟机也并没有把我家沙发吸进去;好像方便面也没有那么丰盛……

@我家的CP最甜: 我一直不相信这玩意能补脑,会引起蛀牙倒是真的。

@YN期待: 这个世界还真需要这种较真的人。

@梦里客已醒: 他做了我们一直想做但不敢做的事。

赢了官司未必赢了人心

昨天,人民日报官微发表评论称,尽管在这场小小的民事诉讼当中,“六个核桃”的广告投放方没有花费太多时间和精力,就在法庭上取得了官司的胜利,但在舆论场上,与此相关的争议却并未随着法槌的落下一同得以止息。

法院的判决,固然在法律上驳回了张先生的索赔要求,为“六个核桃”的广告投放方免除了可能违法的忧虑,但在社会责任与商业道德层面,张先生提出的主张却并非全无意义。“经常用脑,多喝六个核桃”——如此简洁、直白的广告语,在任何广告的看着者看来,都直接指向着核桃在各种民间传言、偏方中具备的所谓“补脑”功效,也正因此如此,张先生才会将核桃是否具备“补脑”的功效看做问题的关键。

对于那些口口相传的传言、偏方而言,传播者说几句“核桃补脑”不过是随口一提,信不信由你,自然不必承担也没法承担什么责任,但是,当一家大型饮料企业,在正规媒体上斥巨资投放大量广告暗示这一理念时,事情的性质便发生了变化。

事实上,自从“六个核桃”上市以来,围绕这款饮料及其背后的公司展开的争议,就几乎没在舆论场上中断过,“虚假宣传”的指控只不过是其负面信息的一部分。《楚天都市报》的报道指出,一罐“六个核桃”饮料50%的成本都在易拉罐上;《长江商报》则在2017年底曝光了六个核桃为谋上市狠砸18.95亿广告费,是其研发投入103倍的消息。在这样的局面之下,负面信息缠身的“六个核桃”即便打赢了官司,也很难说完全赢得了人心。对此,涉事企业还应反求诸己,认真反思其经营策略,以诚意赢得市场,否则前路恐怕依然难免坎坷。

(本报综合)

道路封闭施工公示

为保障田东路排水畅通,改善片区排水环境。将在宋龙路(铁达燃气附近)实施排水管道铺设,采取封闭施工,预计全封闭施工时间为5天(9月20日-9月25日),经过上述道路的车辆请绕行。施工期间给市民出行带来不便敬请谅解。

特此公示!
株洲市荷塘区住房和城乡建设局
株洲市公安局交通警察支队荷塘大队

瞄准智能家居,“国声声学”要打造“新国货” 第二届中国动力谷十大消费品牌系列报道⑤

在耳机、音箱等声学产品领域占据不小的市场份额后,湖南国声声学科技股份有限公司(以下简称“国声声学”)选择更进一步——深挖智能家居市场,打造出一系列“小而美”的智能家居产品。

最近,“国声声学”研发的一款智能可充电便携式小风扇,已经在公司单列了产品生产线,预计不久后就能与消费者正式见面。

这并非该公司开发的首款智能家居产品。从与小米公司合作“小爱”智能音箱,抢占智能家居入口开始,“国声声学”就已经向这一领域发力。投入市场的智能暖风机,到今年已进化到第三代。

更令人期待的是,对标戴森公司的“网红吹风机”而研发的智能吹风机,也将于近期推向市场。后续,该公司还将逐步推出智能扫地机器人等产品。

为何走上这条“小而美”的道路?该公司相关负责人介绍,目前传统家电企业也在快速切入智能家居风口,但大多是原有的空调、电视机等产品技术升级,“国声声学”想要“后起赶超”,就得另辟赛道。他们的选择,是对标“海外巨头”的高端家电产品,依托“国声声学”过硬的研发技术,为用户带来体验更优、价格厚道的国货精品。

当前,移动互联网已处于成熟期,新的万物互联与智能化时代正在走来,大数据和人工智能将成为技术的主流,“国声声学”正在赶搭万物互联的快车。

“和已经率先布局智能互联的企业相比,我们实力不足,但我们有自己的优势,可以走不同的道路。”“国声声学”相关负责人介绍,技术方面,公司将在芯片平台、传感器技术、音频技术、结构技术、声学技术、通用基础技术以及前沿科学7大板块中布局,在声学技术领域不断突破自身极限。同时,研究成果将在智能耳机、智能音箱、智能助听、智能家居等产品中应用,为市民提供意想不到的全新服务。

比如,现在仍需要语音唤醒的智能音箱,未来将实现自动提醒,并根据用户习惯自动推送信息等。

目前,“国声声学”旗下分别有湖南国声和湖南全康两大承接载体平台,并拥有东莞、炎陵两大生产基地和深圳、成都两大研发中心。未来,将依托研发的新产品,孵育更多载体平台或子公司。

(记者 伍靖雯 通讯员 谭小洋)

□《为比较电梯加装方案,她考察了20多个小区》后续 小区加装电梯终于动工了 老人高兴得派起了喜糖



保利高尚小区已经开工的加装电梯
记者 周嵩 摄

为了申请加装电梯,保利高尚小区的王应平老人,7次上门到一户业主家中做工作,终于争取到全体业主同意,为了选定电梯加装方案,她先后考察了20多个小区(详见本报5月14日报道)。

经过工程审批、施工许可等一系列流程后,昨天,保利高尚小区加装的电梯开工了。“费了九牛二虎之力,终于有了好结果。”昨天上午,在开工现场,笑容满面的王应平老人,正在给小区居民派发喜糖。

“我们家住在6楼,父亲今年85岁了,因为没有电梯,上下楼不方便,一直住在河东,很少到这边来。”小区业主李先生告诉

记者,自己的岳母也70多岁了,因为年纪大、楼层太高,出门很不方便,跟自己住在一起时,经常两三天才下一次楼。“加装了电梯后,肯定会方便很多。”

据了解,该小区居住的大部分都是老年人,其中有好几位居民,年龄都在80岁以上,由于出行不便,常年不出门。

李先生介绍,目前,保利高尚小区还只有一个单元申请加装电梯,其他单元的业主们虽然有想法,但卡在全体业主同意这一关。“希望大家能早日达成一致意见,给居住在小区的老年人带来便利。”李先生说。

(记者 周嵩 实习生 江雪)

清除楼宇“花猫脸” 荷塘区向违规户外广告牌“宣战”

作为荷塘区地标之一的红旗广场,沿线最近显得清爽许多。比如原本“花脸猫”似的伟大国际广场外墙,晃眼的广告牌、发光字不见了。举目望去,让人心情舒畅。

“但哪怕是一个月前,这沿线杂乱

无章的高空广告牌,都让我们‘抬不起头’。”荷塘区城管局相关负责人介绍,这一次他们全力推进建筑物外墙立面、屋顶的违规广告和发光字治理,就从最难的红旗广场开始。

违规私设的户外广告牌长期盘踞

昨天下午5点半,车行至红旗广场,记者发现,周边的建筑外墙像是卸去了一身负担。“你看,这沿线的发光字招牌都不见了,抬头也不会觉得晃眼。”区城管局相关负责人指着西北角的伟大国际广场对记者说。

但就在一个多月前,广场上的一幢幢建筑物外墙还堆叠着大型违法广告牌,与周边整洁的市容环境形成鲜明对比。尤其是建筑上的发光字招牌,白天黑夜常亮,不时有附近居民住户投诉。

人性化执法,设置集约式户外广告牌

“攻下最难的地方,后续推进全面治理,就水到渠道了。”荷塘区城管局负责人说。

但真要做起来,没有这么容易。区城管大队负责人联系项目物业、广告牌业主,上门沟通不下10次,但反对拆除的声音始终没有减少。

“实际上,我们可以依法强拆,但这样做的效果不一定好,不能确保长效管理。”区城管大队负责人介绍。

这些户外广告牌都是商家业主私设,有的存在了数年甚至十年之久。此前并非没人管,那为何管不下来?究其原因,是这些广告牌挂靠商业项目内,产权特殊,多年来始终无法拆除。直到《株洲市城市综合管理条例》《株洲市城市户外广告和牌匾控制规划(2018-2035)》相继出台,明确了建筑物立面广告的设置要求。有了法规依据,让红旗广场重现天际线,成了荷塘区城管部门的重点目标。



荷塘区城管大队拆除违规户外广告
通讯员供图

将逐条道路攻破,全面恢复清爽天际线

良性举措,自然得到了项目方、业主商家的认同。今年8月28日,在荷塘区城管大队组织下,开始了对伟大国际广场沿线违规户外广告牌的集中整治。

“正是这次行动,让我们意识到这些户外广告牌的安全隐患。”昨日,伟大国际广场一名业主告诉记者。原来,这些私设的招牌没有按规定进行养护、维修,几乎个个都出现了锈迹,甚至有几块招牌的支架锈蚀严重,摇摇欲坠,“一旦坠倒,后果难以想象。”

一块、两块、三块……随着工作逐日推进,伟大国际广场上的18块违规户外广告牌,已有15块完成拆除。还有3块,业主承诺于本月底完成自拆。

和城管部门设想的一样,这个“老大难”问题解决了,后续的动作也就顺畅了,对角线上的银泰财富广场上,原本悬在高处的一个个私设的户外广告牌,也在陆续落下。

日前,国家住建部发布全国规范城市户外广告设施管理工作试点城市名单,全国共9个城市入选,我市是全省唯一入选的城市。由此,荷塘区继续发力,目前对辖区新华路、红旗路、新塘路、红港路等路段的违规招牌、广告牌全面摸排,发现630处,截至昨日已拆除387处。

目前,该局已确定“逐条道路攻破”的实施方案,从本月起对这些违规户外广告牌,已有15块完成拆除。还有3块,业主承诺于本月底完成自拆。

(记者 伍靖雯 通讯员 刘欢 任晓磊)