

# “名画”“骨折卖”还能保值增值？直播“套路”老年人

律师说法

### 直播购物“名家字画”若为假货 平台需承担连带赔偿责任

对于打着“名家字画”“名表藏品”等旗号，实则售卖与描述不符商品的行为，上海泰兵(北京)律师事务所的刘馨远律师在接受羊城晚报记者采访时表示，这类直播行为涉嫌违法，是典型的虚假宣传。这些主播不仅要承担民事赔偿责任，还可能涉嫌金额达到3000元以上，还可能构成诈骗罪。

对于涉及欺诈的销售行为，刘馨远表示，直播平台也需承担连带赔偿责任。根据《网络直播营销管理办法》，直播间运营者和直播营销人员发布的内容如果构成商业广告，应当履行广告发布者、广告经营者或广告代理人的责任和义务。这意味着平台需要确保宣传内容的真实性，不得发布虚假或误导性信息。

消费者在购买假货或遭遇虚假宣传时，应该如何进行索赔和追回损失？刘馨远提醒消费者，首先要固定当时直播产品的宣传和承诺内容，以及自己的消费记录证据。做好证据准备后，可以依法向商家或当地市场监督管理部门进行投诉举报。

尽管用户多次举报和媒体多次曝光此类现象，直播购物骗局仍屡禁不止。背后存在多重因素，比如直播的即时性和互动性使得监管复杂，监管部门难以实时监控；部分商家和主播为追求高额回报，不惜销售假冒伪劣产品；部分消费者对商品真伪识别能力有限，容易受到主播诱导和直播氛围影响；一些直播平台对主播和商品审核不严格，对违规行为的惩处力度不足，使问题主播和商品得以继续存在。

针对主播打着“名家字画”“名表藏品”等旗号，实则售卖与描述完全不符的商品，记者采访了某视频平台的工作人员，该工作人员明确表态：“平台高度重视维护消费者权益尤其是中老年用户权益，打击违法违规行为。”

记者了解到，该平台对名家字画的虚假宣传以及山寨社团、离岸社团“大师”等消费欺诈行为采取了严厉打击措施。对于存在此类问题的商家或创作者，平台会根据商家虚假宣传细则等规定对商品进行封禁处理，并视违规情节的严重程度，采取包括但不限于停业整顿、扣除保证金、清退店铺等措施。同时，对达人采取佣金冻结、电商权限关停等措施，并有权追究相应法律责任。

为了更好地维护消费者权益，该平台近期发布了关于新增《虚假宣传：品质虚假实施细则》的意见征集通知，明确了“品质虚假”的定义、违规示例以及处理措施。营销平台经营者应当根据消费者的要求提供直播间运营者、直播营销人员相关信息以及相关经营活动记录等必要信息。

直播间运营者、直播营销人员发布的直播内容构成商业广告的，应当依照《中华人民共和国广告法》的有关规定履行广告发布者、广告经营者或者广告代理人的义务。针对老年人权益保护这方面，《条例》第十五条明确：经营者不得通过虚假或者引人误解的宣传，虚构或者夸大商品或者服务的疗效、保健、养生等功效，诱导老年人等消费者购买明显不符合其实际需求的商品或者服务。

相关链接

### 消费者权益保护新规本月施行 规范直播带货等新业态监管

#### “消费陷阱”如何预防？

消费行为谁来呵护？值得一提的是，自今年7月1日起，消费者权益保护法的第一部配套行政法规《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》(以下简称《条例》)正式施行，进一步完善了我国消费者权益保护法律体系。

《条例》对直播带货进行了规范。第十四条明确：经营者通过网络直播等方式提供商品或者服务的，应当依法履行消费者权益保护相关义务。

直播营销平台经营者应当建立健全消费者权益保护制度，明确消费争议解决机制。发生消费争议的，直播

### 老人半年花了50万 购置“名画”“名表”竟为假货？

近日，范女士向羊城晚报记者爆料称，她的父亲在某直播间受骗，半年来购买手表、字画等物品共花费超过50万元。她说：“我爸爸在直播间买的那些所谓的艺术名画和名表，直播间的营销话术说这些东西价格低，有收藏价值，将来能高价回收，但其实很多都是假货。”

范女士展示了父亲在该直播平台的多个商家处购买的订单截图。据她介绍，父亲曾在名为“沁元文化”的店铺购买了接近7万元的产品。她发现问题始于一次收到“粗糙包装”的商品后，这引发了她的警觉。

随后，她查看了父亲的平台账户，整理出了其在直播间购买的各种产品，其中不乏“齐白石真迹”字画以及“百达斐丽”手表，还有所谓的鉴定证书。但范女士经过求证，发现大师真迹是赝品，鉴定证书也是伪造的。

例如，范女士的父亲收到的一幅《钟馗福威图》，商家直接将画折叠后寄出，导致画面上出现了不少人为的褶皱。所谓的授权书仅是一张打印纸，上面只有一个名为“文化宣传部”的印章，且没有具体的名字和日期。关于该“中国书画收藏鉴定中心”出具的鉴定书，不仅没有明确的鉴定机构名称，在正规网站上也查询不到相关编号。

范女士坦言：“字画鉴定其实是一个非常漫长的过程，但这些所谓的鉴定明显就是在欺骗消费者。收藏证书是商家自己打印的，印章也是商家自己盖的，他们声称在雅昌有备案，实际上根本查不到。而正规机构的备案信息都可以在企查查等网站上查到。”

目前，范女士面临着“追款难”的问题。由于父亲在多家商家处购买的产品金额分散，部分商家已经关闭店铺，导致她面临取证难、维权成本高、维权时间长等困境。在这种情况下，她只能想办法尽快追回较大金额的损失。

令范女士感到沮丧的是，“父亲似乎被洗脑了。即使告诉他这些人专门骗取老年人的钱财，新华社也曝光过类似的事情，他却不信，还坚持认为我在阻碍他的投资，影响他为他后代留下保值增值的财富。有时候，他甚至考虑借钱继续购买类似的产品。”

当前，范女士已向该视频平台反映了这一问题。平台客服已经介入，帮助范女士协调退款事宜，她也收到了部分退回的款项，还有一些订单正在核实中。对此，范女士建议消费者要加强维权意识，积极寻求外界和平台帮助；也希望平台能加强监管责任，加强对主播和店铺的审核，及时清退违规直播。同时，平台应积极向老年人推送“反诈”信息，帮助他们增强防范意识。

### 平台打击消费欺诈行为 书画直播乱象犹存

台对违规账号进行清退，并表示将加大监管力度，打击造假行为，保护消费者权益。

值得一提的是，尽管直播平台持续打击类似的行为，但字画直播带货乱象仍然存在。在采访中，有业内人士坦言，字画作为艺术品，其真伪不仅与作品本身相关，还与其来历、历史背景等有关。在直播平台上，很多主播和销售商可能从各种渠道获取商品，这些渠道的真实性和合法性难以一一验证。平台在审核产品时，往往无法实地考察每一件商品的真实性。

此外，虽然现代技术能够帮助鉴定艺术品的真伪，但直播中的视频质量和实时性要求，限制了平台对产品的详细审核和验证过程。即使有些平台采用了图像识别技术或第三方鉴定机构的服务，也难以在直播的快节奏环境下实时进行。

对于老人为何容易上当，不少子女提到几个共同点：防范意识不强、轻信直播话术、贪小便宜心理、和家人沟通少、性格固执等原因。一位受访者提到：“老人特别害怕孤独，花了大量的时间在网络上，把购物当作是某种心理慰藉。如果还能在这个过程中积累财富，会让他们觉得自己仍有价值。”

今年3-15期间，也有媒体曝光“直播带货假大师”的骗局和套路。例如，某直播间售卖的3000元“张大千画作”实际上是流水线印刷品。一些主播兜售廉价字画，把作者包装成“大师”或“名家”，但所谓的身份和头衔经不起细查。事件引发关注后，相关平

消费探照灯  
图受访者提供  
羊城晚报记者 詹淑真

价值几十万的名家真迹限时打折，仅售几千元？还能终身售后、终身回收？如果你在直播间看到这样的产品介绍，会心动吗？随着网络直播的兴起，各类商品通过直播平台迅速进入消费者视野。然而，直播带货也暗藏陷阱。一些不法分子抓住中老年人弱点，在直播间以“名画”之名售卖假冒伪劣商品。许多老年人深陷其中，不仅花费大量金钱购买所谓的“名画”，还面临着维权难的困境。这个虚假的发财梦，正成为许多老年人挥之不去的噩梦。



范女士父亲收到的《钟馗福威图》，画上有明显的人为褶皱，且所谓的“授权书”为打印纸，缺失名字时间等重要信息



范女士父亲买的名表，商家开了一张金额高达39.8万元的“发票”。但这张缺少正规的发票号码信息，不符合正规发票的基本要求

近日，记者在多个视频平台观看了多场书画直播。发现直播间内，部分主播展示作品时会强调“大师”的履历和收藏证书，以及有收藏价值、会组织拍卖会等内容。在某直播间，主播在介绍一幅“徐悲鸿的画作”时，就称其在漂洋过海的运输过程中有损毁，现仅售3000元可“捡漏”。

记者发现，为规避监管，一些主播使用模糊用语、谐音词等避开关键词，快速上架并撤下链接，不设置直播回放。比如主播会说某集团的董事长王某也购买了该名家的画，此外，这些直播间严格控制评论区，有观众质疑直播间卖的是假画、在雅昌官网查不到备案信息时，会被踢出直播间。

“维权退款难”是消费者共同的痛点。很多时候，人们事后才发现家中老人购买了类似产品，已过售后期。此外，消费

### 深耕行业廿五载 夯基蓄能再出发

# 国台酒综合实力位居贵州白酒前三

文/陈华永 图/品牌提供

国台酒，作为中国酱香型白酒的杰出代表，历经二十五载风雨，已从茅台镇一个名不见经传的小酒企，成长为政府授牌的茅台镇第二大酿酒企业，并稳居贵州白酒前三。

最新权威数据显示：2023年9月，经中国酒类流通协会“华樽杯”第十五届企业品牌价值评议组委会评测，国台以2062.68亿元的品牌价值，蝉联中国白酒第十名、贵州白酒第三名。虽然这两年白酒行业处于深度调整期，但国台通过这20多年的积淀与发展，加上强大的战略定力赋能，正在穿越行业周期，不断推进企业高质量发展，朝着“中国新名酒”目标迈进。

近几年，国台提出“数智国台开新篇，打造中国新名酒，酿好酒、酒好喝、喝好酒，数智国台美酒新体验”的企业主张和行动。本文从行业发展规律、产区价值、智能酿造、发展蓝图等方面解码国台的发展之基、动力之源，以飨读者。



## 一 行业实力：品牌价值破2000亿

自1999年天士力响应国家西部大开发战略，在茅台镇投资建厂以来，国台酒便踏上了稳健发展的征途。面对白酒行业的起伏，国台酒始终坚守品质，以稳健的步伐穿越行业周期。最新权威数据显示，2023年9月，在中国酒类流通协会“华樽杯”第十五届企业品牌价值评议中，国台酒以2062.68亿元的品牌价值，蝉联中国白酒品牌价值第十名，同时在贵州白酒品牌中位列第三，彰显了其深厚的市场影响力和品牌认可度。

国台酒的成长之路，经历了从学习、理解到实践、创新的多个阶段。在行业调整期，国台酒不急不躁，专注于酿酒与存酒，为后续的爆发式增长奠定了坚实基础。自2008年起，国台酒进入快速发展轨道，确立了“贵州国台酒·酱香新领袖”的品牌定位，实现了销售与品牌的双重飞跃。

2011年，是国台的智能化元年，也是国台文化体系构建的关键之年。是年，天士力数智健康产业集团董事长、国台创始人、国台酒业集团终身荣誉董事长、创新生产

力总师闫希军创造性提出国台酒的“通文化”，至此，国台逐渐构建以“通”为核心的企业文化，形成“四好一通”的国台酒文化论。越是关键时刻，越要保持定力。今年年初，在国台2024年全国经销商大会上，天士力控股集团董事局主席、国台酒业集团董事长闫希军表示：“白酒行业需要长期主义，不急功近利、不好高骛远，形势好的时候顺势而进，调整的时候顺势求变，是天士力、国台一以贯之的发展原则和思想方法。”

## 二 产区主力：茅台镇第二大酿酒企业

国台酒之所以能够在激烈的市场竞争中脱颖而出，离不开茅台镇得天独厚的产区优势。茅台镇作为中国酱香型白酒的核心产区，拥有独特的气候、水质、土壤和微生物环境，为酿造高品质酱香酒提供了无可比拟的自然条件。

离开了茅台镇酿造不出茅台酒。同样，离开了茅台镇也酿造不出

国台酒。国台总结提炼出了“四大正宗”概念为其赋能。即“产地正宗、原料正宗、工艺正宗、品质正宗”。

国台承诺：每一瓶国台国标酒，全部产自中国酱酒核心产区茅台镇；百分之百的红缨子糯高粱酿造；严格秉承“12987”正宗大曲酱香酿造工艺，确保每一滴酒都是原汁原味的真实年份酱香酒。

目前，国台拥有多个生产基地，规划年产正宗大曲酱香白酒5.6万吨，储存年份基酒8万余吨。每一瓶国台国标酒都产自茅台镇核心产区，采用百分之百的红缨子糯高粱为原料，严格遵循“12987”正宗大曲酱香酿造工艺，确保每一滴酒都是原汁原味的真实年份酱香酒。

## 三 创新动力：智能酿造铸就品质竞争力

创新是引领发展的第一动力，是竞争能力的核心要素。作为贵州重点白酒企业，国台已经找到路径：推进数智化，塑造新质生产力，实现高质量发展。按照中国式现代化发展要求，发展现代产业和现代企业。

作为天士力投资的企业，国台天然烙上了天士力的创新基因，将创新精神和创新方法贯穿其中，实现了从传统酿造到智能酿造再到数智国台的创新升级。

25年来，国台始终坚持“秉承传统不泥古，科学创新不离宗”的发展理念，推动企业高质量发展。近十多年来，国台智能酿造历经十余年六次迭代，建造了贯穿从高粱种植、机械制曲到智能生产等环节的智能酿造产业链。

目前，国台将传统的“12987”酿酒工艺已经细化为30道工序，269个环节，率先在酱酒行业里提出一千多项工艺指标标准。尤其在2023年《国台智能酿造标准体系》正式发布，是全国第一份酱酒智能酿造标准体系。以标准之尺打造品质之城，从机械替代，到更智能的酿造系统，国台走好了智能化探索的每一步。

当然，国台在智能酿造方面取得的成就，也得到了政府和行业专家的高度认可和点赞。

2023年11月24日，工业和信息化部等

五部门公布了2023年度智能制造示范工厂揭榜单位和优秀场景名单，国台获评“2023年度智能制造示范工厂”揭榜单位，成为贵州白酒首家国家级智能制造示范工厂。

“中国白酒企业的创新一定是在传承的基础上开展，不仅实现生产效率提升，更实现白酒品质的跃升。”中国白酒专家、江南大学原副校长徐岩点赞国台：“国台在机械制曲、智能制酒、智能化储酒方面都给行业做了很好的标杆。”

国台的创新，是为了酿造更好的酒，是为了追求标准更一致、批次更稳定、质量更恒定，以及相对更健康。过去10多年的实践证明，采用数智化技术，促进白酒产业转型升级，在方向上是正确的，在措施上是可行的，在效益上是显著的。

有专家调研国台后认为，“在中国白酒这个高度传统的产业形态中，国台能把智能化发展到如今的程度非常不容易，这是新质生产力在白酒行业的实际体现。”

闫凯境表示，锚定“中国新名酒”建设目标，国台将突出守正创新、突出底线思维、突出自我革新，强化科技创新驱动，持续推进新型工业化，以实现智能化制造、数字化供应链、网络化市场、自中心创造、区块链组织。通过数智生产力的打造，形成新质生产力，力争给行业提供一个传统白酒走新型工业化的参考样本。

## 四 发展定力：朝着“新名酒”目标迈进

在2024贵州白酒企业发展座谈会上，闫希军表示，近几年，国台提出：“数智国台开新篇，打造中国新名酒，酿好酒、酒好喝、喝好酒，数智国台美酒新体验”的企业主张和行动。

酿好酒，酒好喝、喝好酒，是闫希军谋划的三件大事。

酿好酒，就是把酒酿好。国台将继续坚持“秉承传统不泥古，科学创新不离宗”的发展理念，利用现代科学技术，深入解析传统工艺，酿出跟传统酿造一样的好酒。

酒好喝，就是酿出好喝的酒。酒体在于设计，品质在于基酒，风味在于勾调，感官在于品评。国台将继续在质量好、喝着好、体验好、文化好“四好”方面下苦功夫，做好文章。

国台深知，行业调整期，产业发展更需要提质、加大研发投入。这几年国台不断在科研方面取得突破，持续提升国台酒产品品质。从2019年开展的“红外光谱技术在酱香型白酒质量控制方面的应用”到2023年开展的“酱香型白酒发酵过程微生物调控及品质提升关键技术与应用”，连续多年，这些科研项目均得到了以

中国工程院院士孙宝国领衔的鉴定委员会一致通过鉴定。

喝好酒，就是深化品牌内涵挖掘，用故事讲好品牌，升级数智美酒新体验场景。这方面国台也是动作频频。2023年，国台参与与婚宴等各类宴席高达6万场、96.5万桌，影响了960多万消费者。此外，冠名龙舟赛、中国高尔夫球赛，到足球、篮球、羽毛球赛事，国台打造出了品质美酒+运动美学的亮丽名片。

闫希军表示，国台努力推动健康饮酒、文明饮酒到文化饮酒。基于对酒文化的长期思考，国台提出酒文化的核心内涵是“通”，逐步构建了尊天道、守地道、达人道的“通之道”文化哲学思想体系。将“通”的思想融入产品、品牌主张和消费者价值，确立“通之道”国台酒的文化价值和身份，通过产品与消费者互动和链接。

数智国台开新篇，打造中国新名酒。国台将在新的发展范式、新的生产方式、新的营销模式、新的合作机制等方面努力，让越来越多的新认识国台、认同国台、认同国台，并爱上国台，继续朝着“中国新名酒”目标前进。