

行业观察

“大字吸睛、小字免责”第一案明日开庭

420万元索赔,涉及商业秘密不公开审理

商业诋毁与不正当竞争的攻防战

“10户中国家庭,7户用公牛”——这句消费者耳熟能详的广告语,即将在法庭上接受审视。羊城晚报记者了解到,4月3日下午公牛集团与中山家的集团的这场诉讼,即将在慈溪市人民法院审理,而它背后的“大字吸睛、小字免责”营销模式,也将首次被推上司法审判的前台。

这起被业内称为“大字吸睛、小字免责第一案”的纠纷,指向一个核心问题:在广告法日趋严格的今天,头部企业那些朗朗上口的广告语,究竟还能不能“任性”地说。

“大字小字”广告现象引争议

这起纠纷最早进入公众视野,源于羊城晚报在2025年12月15日发布的一则报道,标题为《公牛集团VS家的公司:“大字吸睛、小字免责”广告语之战在电工行业率先打响》。

广告中占据显著位置的大字,用来突出商品功效、销量、折扣等吸引眼球的信息;而边缘位置的小字,则对大字信息作出补充和解释,意图消除可能带来的责任。而在2025年12月12日,市场监管总局发布《广告引证内容执法指南(征求意见稿)》,首次在官方文件中明确提及并规制“大字吸睛、小字免责”现象。

随后事件发酵,公牛集团表示,因家的电器多名销售人员在社交平台发布视频,质疑其“10户中国家庭,7户用公牛”广告语存在误导性宣传,已向法院提起诉讼,索赔金额高达420万元。一时间,“公牛向同行索赔400多万元”的话题在业内发酵,舆论的目光聚焦于一句广告语引发的连锁反应。

家的电器方面指出,公牛集团的广告语与实际情况不符——据行业数据,公牛在墙壁开关插座品类的市场份额约为30%,而非广告语暗示的70%。其以小字体添加的备注信息(数据来源于公牛连接业务)字体极小、不易察觉,涉嫌违反广告法关于“广告应当真实、准确,并清晰表明出处”的规定。家的电器创始人匡建在社交媒体账号上也直言,这“早已不是两家公司的纠纷,背后是两种价值观的较量:是继续用铺天盖地的广告语误导用户,还是回归本源,用扎实的技术和产品说服用户”。

多位法律界人士指出,头部企业在使用概括性、结论性数据时应极度审慎,数据支撑必须经得起法律和专业的严格检验。但也有声音认为,家的电器此举有“蹭流量”之嫌。匡建对此回应称,发声初衷源于维护公平竞争环境和消费者知情权,而非炒作。

两种声音的碰撞,折射出中小企业与头部企业在市场竞争中的微妙关系。

这场纠纷已不是单一诉讼,而是两起案件的交织。

首先是公牛集团诉家的电器的商业诋毁案件。

公牛集团指控家的电器有组织地通过20余个账号发布近300条视频,片面将双方产品进行非对称性对比,贬低其产品声誉。公牛方面认为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。

接下来,则是家的电器诉公牛集团的不正当竞争案件。

今年1月16日,中山市第二人民

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

其间还穿插了一段管辖权博弈。公牛集团向原告所在地慈溪市人民法院提起诉讼。家的电器提出管辖权异议,认为应由被告所在地中山市第二中级人民法院管辖。该异议被慈溪法院驳回后,家的电器已向宁波市中级人民法院提起上诉。

为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。

接下来,则是家的电器诉公牛集团的不正当竞争案件。

今年1月16日,中山市第二人民

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

其间还穿插了一段管辖权博弈。公牛集团向原告所在地慈溪市人民法院提起诉讼。家的电器提出管辖权异议,认为应由被告所在地中山市第二中级人民法院管辖。该异议被慈溪法院驳回后,家的电器已向宁波市中级人民法院提起上诉。

为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。

接下来,则是家的电器诉公牛集团的不正当竞争案件。

今年1月16日,中山市第二人民

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

其间还穿插了一段管辖权博弈。公牛集团向原告所在地慈溪市人民法院提起诉讼。家的电器提出管辖权异议,认为应由被告所在地中山市第二中级人民法院管辖。该异议被慈溪法院驳回后,家的电器已向宁波市中级人民法院提起上诉。

为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。

接下来,则是家的电器诉公牛集团的不正当竞争案件。

今年1月16日,中山市第二人民

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

其间还穿插了一段管辖权博弈。公牛集团向原告所在地慈溪市人民法院提起诉讼。家的电器提出管辖权异议,认为应由被告所在地中山市第二中级人民法院管辖。该异议被慈溪法院驳回后,家的电器已向宁波市中级人民法院提起上诉。

为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。

接下来,则是家的电器诉公牛集团的不正当竞争案件。

今年1月16日,中山市第二人民

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

其间还穿插了一段管辖权博弈。公牛集团向原告所在地慈溪市人民法院提起诉讼。家的电器提出管辖权异议,认为应由被告所在地中山市第二中级人民法院管辖。该异议被慈溪法院驳回后,家的电器已向宁波市中级人民法院提起上诉。

为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。

接下来,则是家的电器诉公牛集团的不正当竞争案件。

今年1月16日,中山市第二人民

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

其间还穿插了一段管辖权博弈。公牛集团向原告所在地慈溪市人民法院提起诉讼。家的电器提出管辖权异议,认为应由被告所在地中山市第二中级人民法院管辖。该异议被慈溪法院驳回后,家的电器已向宁波市中级人民法院提起上诉。

为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。

接下来,则是家的电器诉公牛集团的不正当竞争案件。

今年1月16日,中山市第二人民

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

其间还穿插了一段管辖权博弈。公牛集团向原告所在地慈溪市人民法院提起诉讼。家的电器提出管辖权异议,认为应由被告所在地中山市第二中级人民法院管辖。该异议被慈溪法院驳回后,家的电器已向宁波市中级人民法院提起上诉。

为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。

接下来,则是家的电器诉公牛集团的不正当竞争案件。

今年1月16日,中山市第二人民

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

其间还穿插了一段管辖权博弈。公牛集团向原告所在地慈溪市人民法院提起诉讼。家的电器提出管辖权异议,认为应由被告所在地中山市第二中级人民法院管辖。该异议被慈溪法院驳回后,家的电器已向宁波市中级人民法院提起上诉。

为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。

接下来,则是家的电器诉公牛集团的不正当竞争案件。

今年1月16日,中山市第二人民

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

其间还穿插了一段管辖权博弈。公牛集团向原告所在地慈溪市人民法院提起诉讼。家的电器提出管辖权异议,认为应由被告所在地中山市第二中级人民法院管辖。该异议被慈溪法院驳回后,家的电器已向宁波市中级人民法院提起上诉。

为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。

接下来,则是家的电器诉公牛集团的不正当竞争案件。

今年1月16日,中山市第二人民

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

其间还穿插了一段管辖权博弈。公牛集团向原告所在地慈溪市人民法院提起诉讼。家的电器提出管辖权异议,认为应由被告所在地中山市第二中级人民法院管辖。该异议被慈溪法院驳回后,家的电器已向宁波市中级人民法院提起上诉。

为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。

接下来,则是家的电器诉公牛集团的不正当竞争案件。

今年1月16日,中山市第二人民

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

其间还穿插了一段管辖权博弈。公牛集团向原告所在地慈溪市人民法院提起诉讼。家的电器提出管辖权异议,认为应由被告所在地中山市第二中级人民法院管辖。该异议被慈溪法院驳回后,家的电器已向宁波市中级人民法院提起上诉。

为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。

接下来,则是家的电器诉公牛集团的不正当竞争案件。

今年1月16日,中山市第二人民

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

其间还穿插了一段管辖权博弈。公牛集团向原告所在地慈溪市人民法院提起诉讼。家的电器提出管辖权异议,认为应由被告所在地中山市第二中级人民法院管辖。该异议被慈溪法院驳回后,家的电器已向宁波市中级人民法院提起上诉。

为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。

接下来,则是家的电器诉公牛集团的不正当竞争案件。

今年1月16日,中山市第二人民

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

其间还穿插了一段管辖权博弈。公牛集团向原告所在地慈溪市人民法院提起诉讼。家的电器提出管辖权异议,认为应由被告所在地中山市第二中级人民法院管辖。该异议被慈溪法院驳回后,家的电器已向宁波市中级人民法院提起上诉。

为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。

接下来,则是家的电器诉公牛集团的不正当竞争案件。

今年1月16日,中山市第二人民

法院受理了家的电器对公牛集团的反诉。家的电器认为,公牛集团“10户中国家庭,7户用公牛”广告语在跨品类场景中广泛使用时,未明确限定数据适用范围与统计依据,易导致消费者对公牛集团多品类产品的市场占有率产生误解,涉嫌违反广告法,构成不正当竞争。

其间还穿插了一段管辖权博弈。公牛集团向原告所在地慈溪市人民法院提起诉讼。家的电器提出管辖权异议,认为应由被告所在地中山市第二中级人民法院管辖。该异议被慈溪法院驳回后,家的电器已向宁波市中级人民法院提起上诉。

为,这已构成《中华人民共和国反不正当竞争法》所规制的“商业诋毁”,索赔经济损失420万元及合理开支近6万元,并要求删除相关视频、公开道歉。



樱桃红了(下)

插图:采采

经过樱桃的卖力宣传,粉丝们纷纷表示要组团前往西樊村,旅游观光、采摘樱桃。第一个来西樊村采风的是大卫和他的彩友们,他们随即被小山村的自然风光吸引,既饱了眼福,又享了口福,还发动车到场的彩友,把近几期的彩票奖金用来购买西樊村的大樱桃。

更为强大的阵容是樱桃的粉丝团,来了一批又一批,络绎不绝。西樊村万亩樱桃园摇身一变成为网红打卡地,一树树的艳红、一篮篮的鲜红,加之青山绿水环绕,桃红柳绿相映,让人流连忘返。一份份订单像雪花一样飘来,一辆辆保鲜车辆往来穿梭,西樊村樱桃滞销的问题终于解决了。樱桃的老父亲逢人就夸:“俺

闺女真是能干的丫头,这直播太管用了!”乡亲们听了,纷纷竖起大拇指。

大卫喝了两杯樱桃父亲酿的樱桃酒,脸颊微红地说:“樱桃,我向你道歉!只要心里有爱有阳光,在哪里都能发光发亮,我支持你做主播!”

樱桃粲然一笑,忽然想起一事:“村里的孩子上学不方便,需要到山下的学校去,咱们一块捐资助建一所小学校吧。”

“好嘞,我发动彩友团,把这一年的彩票中奖奖金积攒起来,捐出来,众人拾柴火焰高,大家一起努力吧。”大卫牵起樱桃温热的小手,走进那片生机勃勃的樱桃园。

(刘琪瑞)

佛山彩民喜中快乐8大奖508万元

文/羊城晚报记者 黄颖琳 通讯员 袁苏华 插图/采采

记者从佛山市福彩中心获悉,中国福利彩票快乐8游戏第2026067期开奖,当期全国中出“选十中十”3注,其中1注花落佛山市顺德区44131450福彩销售站点。中奖彩票是一张“选十”复式彩票,中得1注“选十中十”、10注“选十中九”,总奖金508万元。

近日,大奖得主王先生来到佛山市福利彩票发行中心办理兑奖手续。谈

及中奖感受,他依旧难掩激动:“原来中大奖这么紧张,我一直紧紧握着彩票,生怕弄丢了!我平时比较喜欢复式投注,不过一定要理性投注,才能真正收获购彩的乐趣。”

这份大奖惊喜不仅让王先生欣喜不已,也让中奖站点热闹起来。据悉,此次中出大奖的44131450福彩销售站点于2023年通过公开征召开设,站点负责人邓女士坚持诚信经营,热心公

益事业,赢得周边市民的认可与信赖。“这是我们站点首次中出大奖,特别幸运,也希望这份好运能传递给更多购彩者。”邓女士开心地说。

每一张福利彩票都汇聚着彩民的爱心,每一次随手公益都是对公益事业的支持。公益同心,与善同行,让我们怀揣对美好生活的共同期许,一起传递爱与温暖,让公益之花处处绽放。

小号走热 连号出现

——析福彩玩法走势

双色球:02、09、15、16、24、32后区:04、10、12。
福彩3D:01、04、09。(源源)

祝福广场

爱的表白·幸福宣言·生日祝福
锦洪广告:020-87566523,13622244208

结婚启事

饶磊先生与陈美妍女士于2026年04月02日正式结为夫妇。特此登报,敬告亲友,亦作留念。



彩票开奖公告栏		开奖时间:2026年4月1日		广东省体育彩票中心 广东省福利彩票发行中心 授权发布					
快乐8 第2026081期									
本期销售金额:11400982元 广东省销售金额:1200488元(未计深圳市)									
中奖号码									
01	02	08	09	11	20	32	34	39	
42	43	53	54	55	58	59	63	66	67
开奖规则									
一等奖	每注金额(元)	二等奖	每注金额(元)	三等奖	每注金额(元)	四等奖	每注金额(元)	五等奖	每注金额(元)
选十中十	0	选七中七	8500	选六中六	3000	选五中五	300	选四中四	30
选十中九	8000	选七中六	300	选六中五	30	选五中四	4	选四中三	2
选十中八	720	选七中五	30	选六中四	10	选五中三	3	选四中二	2
选十中七	80	选七中四	4	选六中三	3	选五中二	2	选四中一	1
选十中六	5	选七中三	2	选六中二	2	选五中一	1	选四中零	0
选十中五	3	选七中二	2880	选六中一	2	选五中零	0	选四中零	0
选十中四	2	选七中一	30	选六中零	0	选五中零	0	选四中零	0
选十中三	250000	选六中零	10	选五中零	0	选四中零	0	选三中	3
选十中二	2000	选六中零	3	选五中零	0	选四中零	0	选二中	19
选十中一	225	选六中零	1000	选五中零	0	选四中零	0	选一中	4.5
选十中零	22	选五中四	20	选五中三	3	选四中三	5	选四中	93
选九中五	5	选五中三	3	选五中二	3	选四中二	5	选三中	52
选九中四	3	选五中二	3	选五中一	3	选四中一	3	选二中	19
选九中三	5	选五中一	3	选四中四	93	选三中	52	选一中	4.5
选九中二	2	选四中三	5	选三中	52	选二中	19	选中零	0
选九中一	50000	选四中二	3	选二中	19	选中一	4.5	选中零	0
选九中零	800	选四中一	3	选中一	4.5	选中零	0	选中零	0
选八中七	800	选三中三	52	选中零	0	选中零	0	选中零	0
选八中六	80	选三中二	3	选中零	0	选中零	0	选中零	0
选八中五	10	选三中一	19	选中零	0	选中零	0	选中零	0
选八中四	3	选二中二	19	选中零	0	选中零	0	选中零	0
选八中三	3	选二中一	4.5	选中零	0	选中零	0	选中零	0
选八中二	2	选中一	4.5	选中零	0	选中零	0	选中零	0
选八中一	2	选中零	0	选中零	0	选中零	0	选中零	0
选八中零	2	选中零	0	选中零	0	选中零	0	选中零	0
浮动奖金池累计金额:20642835.06元 固定奖金池累计金额:43954169.48元 本期开奖截止日为2026年6月1日,逾期未兑视为弃奖,以福彩中心公告为准。									

3D 第2026081期

中奖号码	百位	十位	个位
奖等	8	2	7
单选	1104	1040	346
组选3	0	346	173
组选6	2640	173	10
1D	435	10	63
2D	63	104	470
通选1	0	470	21
通选2	9	21	0
包选三全中	0	693	8500
包选三组中	0	173	3000
包选六全中	1	606	86
包选六组中	2	86	16
和数17	190	16	0

本期销售金额:3452628元;中奖总金额:1619789元;奖金总额:35450848元。兑奖期限:自开奖之日起60个自然日内,逾期未兑视为弃奖,弃奖奖金纳入彩票公益金,以福彩中心公告为准。

排列3排列5 第26081期

中奖情况	全国销量(元)	本省销量(元)	全国中奖注数	本省中奖注数	单注奖金(元)
排3直选	9981	494	1040	346	173
排3组选3	50752694	2600378	0	0	346
排3组选6	51262	1776	173	10	63
排5直选	24609218	177	10000	0	0

本期全国销售金额:321281232元。745020716.12元奖金滚入下期奖池。本期兑奖截止日为2026年6月1日,逾期作弃奖处理。

超级大乐透 第26034期

前区号码	后区号码		
11 12 25 26 27	08 11		
本期中奖情况			
奖级	中奖注数	单注奖金(元)	应派奖金合计(元)
一等奖	基本 6	6785341	40712046
二等奖	追加 2	5428273	10856546
三等奖	基本 215	59275	12744125
四等奖	追加 46	47420	2181320
五等奖	1590	5000	7950000
六等奖	24083	300	7224900
七等奖	80642	150	12096300
八等奖	981905	15	14728