

广告语用了“最”一定违法吗

□上海君澜
律师事务所
朱静亮

广告活动是商品生产者、服务提供者与消费者之间的一种经济活动。广告的根本目的是在于促进市场交易行为，没了广告，消费者就很难挑选到合适的商品。

但为了保护消费者以及其他商品生产者、服务提供者的权益，国家也需要通过法律对广告进行规范。

自 2015 年实施以来，新《广告法》对于净化广告市场，保护消费者的知情权和公平交易权起到了极为积极的作用。

根据相关部门的统计，“虚假广告”和“绝对化用语”，一直是广告违法行为处罚的重点。

“真实是广告的生命”，所以“虚假广告”必然是被处罚最多的，这也是符合人民大众认知的。但“绝对化用语”是什么，为什么违法，罚款金额甚至比“虚假广告”还高呢？

根据《广告法》第九条的规定，广告不得有使用“国家级”“最高级”“最佳”等用语情形。

比如说，如果广告中介绍自己是“最好的”“最优的”“唯一”“顶级”产品等等，就属于违反本条规定，一经查实商家就将被处二十万元以上一百万元以下的罚款。

《广告法》修订实施之初，网上风声鹤唳，甚至流传了“极限化用语”禁词表，将所有含“最”“一”“顶级”之类的词语通通列入其中。甚至有职业打假人在论坛上戏称，但凡广告中含有“最”的，一举报一个准。

笔者在网上浏览法律书籍时也曾发现，某本书的介绍中提到了“最高人民法院”，但是可能商家通过软件自动审查了相关介绍，其中的“最”字自动被星号替换了，不禁让人哑然失笑。

是不是在广告宣传中用了“最”就一定违法呢？笔者认为显然不是这样的。

对商家来说，当然希望告知消费者自己的商品是“最好”的，从而吸引其来购买。

但是任何产品的优劣都是相对的，即便目前来看“最好”的商品，随着时间的推移，必然会被后来者取代，所以绝对化用语不仅存在“虚假”成分，也可能引起商家之间的不正当竞争。

比如笔者曾经处理过的一个案例，通过 300 万份的消费者调查记录来宣传自己是某地最受欢迎商品，在真实性上确实有所依据，但政府部门认为如此宣传将引起消费者的误解，损害其他经营者的正当权益，因此认定为违法广告。

但是，所谓“绝对化用语”在广告中并非绝对不能使用，只要注意同时具备如下条件即可：一、具有真实性；二、不存在损害同行竞争的可能性。

此外，如果前述“绝对化用语”并不指向商品的时候，也不在法律禁止的范围。

在上述前提下，我们认为广告中是可以出现绝对化用语的，大概有如下几种情形：

首先是描述商品本身性能和用途。

笔者曾经处理过一个案例，被职业打假人举报的商品是一款细嘴胶水，包装上描述本商品喷头为 0.3MM，最适合用于细小表面的粘合。

这种情况下，我们以本描述仅是商家对于商品用途的一种建议，所以不存在绝对化用语的情形进行“辩护”，得到了政府部门的认可。

与此相类似的，还有“本产品最适合在冷冻后饮用”等表述。其次是自我比较。

如商家本身的评价用语确实属实，又是仅与自家商品进行比较，我们认为是合法的，如“本款冰淇淋是本店有史以来用料最贵的冰淇淋”。

再次是无指向性。

如果“绝对化用语”是用来描述广告代言人，或者介绍其他相关情况，而非直接指向商品，那么只要描述属实，绝对化用语也是可以用的。例如广告中描述代言人是“世界冠军”，书籍的作者是“最高人民法院法官”等，那么也不构成违法。

最后是愿景描述。很多广告中，商家都会描述致力于将企业打造成行业顶级水平，这只是描述商家的目标，并不是实际情况，因此也不违法。

除此之外，商家还需要注意区别，有些很像“绝对化用语”的词，却不一定是法律禁止的。如大家都知道描述笔芯粗细时，“极细”可能构成绝对化用语，但“特细”就不是绝对化用语了。

总之，商家还是要注意在合规的前提下，最大限度做出既有趣又有效的广告。

律师宣传的分寸

□浙江群恒
律师事务所
周玉文

作为刑事案件犯罪嫌疑人、被告人的辩护律师，通过自己的努力工作，使得侦查机关、检察机关或者人民法院认定该犯罪嫌疑人、被告人的行为不构成犯罪，最后撤销案件、不起诉或者判决无罪，无疑说明律师工作取得了成效，维护了委托人的合法权益，保证了法律的正确实施。

而律师在平时依据自己的法律知识和办案情况，对外进行一定的宣传交流，本身也是值得鼓励的。

但律师宣传自己和案例，要注意分寸的拿捏，否则可能惹来麻烦，起到适得其反的效果。

前不久某律师事务所的官方微信发文，宣传了本所律师成功办理的一起刑事案件：

律师受委托为一名涉嫌强奸醉酒女同学的犯罪嫌疑人陈某担任辩护人。

律师自侦查阶段受委托介入案件，通过调查了解到，犯罪嫌疑人陈某和同校王姓女生通过交往并确立情侣关系，2019 年底的一天晚上，王女应陈某之约，二人在酒吧饮酒至次日凌晨，王女喝了不少酒且达到醉酒程度。陈某在酒店和醉酒的王某发生了关系。事后，因王某报警，控告陈某强奸而案发。

律师进行了大量的调查工作，调取了陈某和王某的微信聊天记录，以证明他们之间是情侣关系，案发前两人关系亲密，陈某在校表现良好的事实，还取得了被害人王某的《谅解书》。在此基础上，律师经过缜密分析向

检察机关提出辩护意见认为：陈某虽然未经被害人同意与其发生性关系，但根据其二人关系的认识，误认为对方是默许与其发生关系的。

陈某事后认识到自己的错误，也真诚道歉并取得了谅解，社会关系已经修复，属于情节显著轻微，危害不大，可以不认为是犯罪。

而检察机关也采纳了律师的辩护意见，作出了不起诉处理。

这无疑是一起成功的案件，具有交流乃至宣传的价值。

但是，律所将该案的核心简化为“趁醉下手女同学不算强奸”并进行宣传，很快引发了公众的质疑。

众所周知，犯罪是严重侵害法益的行为，有许多行为人的行为虽然没有构成犯罪，在律师介入后得以出罪，但并不等于其行为就是正当的、没有危害的，只是危害轻一些，没有达到必须追究刑责的临界点而已。

而向社会大众进行宣传，主要应指出这种行为的危害性和对法益的侵犯，对这种行为也不能不该有丝毫的赞许或者认可。

就本案来说，在公共舆论宣传的场合，就必须指出陈某行为的错误和不当，而不是过分强调其出罪的结果，用一些简单化的描述替犯罪嫌疑人开脱。

笔者认为，律师如果是在法律人的业务研讨场合，大可以畅所欲言、百无禁忌，但如果是面对社会大众进行宣传，那么就一定要考虑社会效果，凡是有可能产生不良社会效果的宣传都应当注意避免。

签合同前应注意审查

□上海通乾
律师事务所
朱慧 武慧琳

无论个人、企业或是其他法人，均逃不开与他人“签合同”，最常见的包括个人生活中的劳动合同、房屋买卖合同、租赁合同等。合同是当事人之间的法律，当遇到需要“签合同”的情况时，在落笔签字或盖章之前，谨慎审查合同内容是保护自身权利的必要步骤。根据我们多年的从业经验，我们认为在合同审查中尤其应注意下列问题：

1.不同谈判地位采用不同的合同审查思维。

合同是当事各方协商一致的产物，但合同条款的审查思维及最终确定很大程度上取决于当事人的谈判地位。

谈判地位占优的一方，当然要在合同审查过程中尽可能发挥优势，但如果谈判地位较弱，则需要坚持底线思维，确保己方的基本利益，以期实现订立合同的目的。

2.审查时区分商务条款和法律条款。

商务条款即合同的数量、标的、产品规格等，而如争议管辖、适用法律则是法律条款。如此区分的意义在于，可以有选择性地确定审查重点，例如在续签合同时，可主要针对商务条款进行审查，从而节

省各方的成本。不过商务条款和法律条款的区分也不是绝对的，有时也会交织在一起。

3.审查时不能局限于合同的现有格局。

在对现有合同内容进行审查时，很容易就事论事，似乎将现有合同中对己方不利的条款改好就行了。但如果审查合同时没有全局观念，很容易一叶障目，导致遗漏合同中的重大条款。如卖方提供的买卖合同中没有交货期，如果买方在签订合同时没有买卖合同的整体观念，仅局限于已有的合同内容，就很容易遗漏该条款，导致买方最终在合同的履行中难以维护自身权利。

4.重视对文字细节的把握。

合同是由文字组成的，合同中的文字可以说是一字千金。有时相差一个字，就涉及金额上百万元。

举例来说，合同约定逾期交货的“日”违约金为合同总价款的千分之三，但如果漏掉了这个“日”字，相差就非常大了。因此，在审查合同时必须注意每一个细节。

由此可见，“签合同”绝不能随性而为，征求律师的专业审查意见是必不可少的。



资料图片