

把女人当牲口？奥迪二手车广告犯众怒

律师称一汽·大众奥迪二手车公司已经涉嫌违法

今日女报/凤网记者 陈炜

一名婆婆打断了正在举行的婚礼，急匆匆走向新娘，不顾新娘疼痛，先捏鼻子，再揪耳朵后，最后甚至扯开新娘的嘴巴“看牙口”。在一系列检验后，婆婆才满意地冲着新郎点点头……这样的视频，最后居然打出了“重要决定必须谨慎，奥迪二手车在线4S店，官方认证才放心”的广告语。

从7月17日开始，这条视频广告在网上引发热议，其内容是否涉及歧视、物化女性成为了众人关注的焦点。汽车做广告为何频拿女性说事，当今日女报/凤网记者走访调查后，才发现这样的行为不但惹众怒，其实已经涉嫌违法。



扫一扫
看更多报道

■链接
雷诺广告引来女性“讨伐”

近日，雷诺发布了一条最新广告宣传片，在这条广告中，一位身着时髦的女性车主正在涂抹与其驾驶的雷诺 Twingo 车型一样颜色的指甲油，随后又用该指甲油修补了不小心刮蹭到的车身。广告语为“让你的指甲与车身一同闪耀”。

这样的广告创意遭到法国一些女性的口诛笔伐。法国女权运动组织领导者 Marie-Noelle Bas 指出，雷诺正暗示着女性群体在驾驶方面存在先天弱势，“这则广告中存在性别偏见，它将女性的社会角色框定在了一个狭窄的范围内，从而造成刻板印象。”说白了就是，这个女权组织认为雷诺的广告是在暗示女性驾车不靠谱。



广告歧视女性，车商道歉

早前，福特公司印度分公司的一组广告在当地引发了巨大争议，被指涉嫌歧视女性。

这一组名为“把你的担忧放在福特 Figo 的超大的后备厢里”的广告，一共三张漫画版的图片。第一张是三个火爆女郎被捆绑和封住嘴巴之后被扔到了福特车的后备厢，第二张被扔到后备厢的是美国的娱乐明星卡戴珊三姐妹。

在印度最近性犯罪案件泛滥，民间强烈呼吁保护妇女权益的社会背景下，这组广告之所以引发了印度社会的强烈反应，主要是因为新德里黑公交轮奸案之后，印度的性犯罪丑闻不断，印度社会有关保护女性权益的呼声也是不断高涨，福特公司不得不为此道歉。

■消息

长沙交警刑拘13名“危险司机”

今日女报/凤网讯 记者陈炜/“百日会战”结束不久，长沙交警岳麓大队又将发力。7月13日，长沙交警岳麓大队依法对近期查获的4名涉嫌交通肇事犯罪、9名涉嫌危险驾驶犯罪人员进行传唤，并依法采取刑事拘留强制措施。

据悉，6月以来，长沙交警共查获无证驾驶1329起、涉酒驾驶1847起（其中醉酒驾驶250起）；以交通肇事罪立案14起，危险驾驶罪立案333起。

■律师说法 奥迪二手车广告涉嫌违法

李桂梅 湖南纳维律师事务所律师

李桂梅表示，在这则广告里，虽然婆婆检查儿媳妇是否有整容，可以隐喻为检查二手车是否有大事故后的修复。但是，婆婆的举动是把新娘子当牲口，在古代买牲口或买奴隶才会这样检查身体，这很明显是性别歧视，不尊重女性。

■专家分析 涉嫌歧视女性的负面营销必遭唾弃

周晓彤 湖南省社科院社会学研究员

周晓彤认为，将挑媳妇比喻为选二手车……先不管广告中的影像是否涉嫌性别歧视，单是这些“潜台词”就已经涉嫌侮辱女性。

此外，在广告中，婆婆可以随意抓拉媳妇的鼻子耳朵嘴巴甚至扒胸，像买牲口一样检查牙口捏来捏去，而且是在亲朋好友的众目睽睽之下，居然没有人觉得有问题，而媳妇被侵犯后还要笑脸相迎。这样的画风，不光侮辱了妇女，而且对婆媳关系污名化，

■妇联声音 广告既伤害女性，也亵渎男性审美、品行

邱梦丹 湖南省妇联权益部部长

这样的广告出现，伤害的不仅是女性，也是对男性审美的低估和品行的亵渎，不仅会遭到女性的一致指控，拥有基本修养的男性同样不会买账。

与其想尽办法利用女性身体，甚至不惜抹黑女性形象推销二手车，还不如把自己的产品做好，而不是以冒犯尊严的方式让人们想起来就气愤。

广告中婆婆摆出“OK”手势后，儿子长舒一口气、儿媳笑脸相迎的场景，似乎暗示着两人的婚姻

李桂梅认为，根据《中华人民共和国宪法》、《中华人民共和国妇女权益保障法》的规定，妇女在政治的、经济的、文化的、社会的和家庭的生活等各方面享有同男子平等的权利；而根据我国新《广告法》的相关规定，广告不得含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容。所以，一汽·大众奥迪二手车公司已经涉嫌违法。

更是对整个社会公序良俗的挑战。

周晓彤表示，即便营销需要更有创意，但也不能挑战法律和道德底线。追求没有社会责任感的知名度与影响力，无益于提升品牌美誉度。即使借着恶俗手段带来“名”，也留不住长期用户。

周晓彤说，品牌如果不能坚守住自己的社会责任，总想给人挖坑，可能最后自己不小心掉进了坑里。相信很多准备买车的女性看到这个广告后，肯定会在这段时间内或者永远也不会购买该品牌的汽车。

幸福不由他们决定，而全凭长辈的喜恶。由此，这种对女性的歧视昭然若揭。

市场经济条件下，商家追逐经济利益没错，但广告作为一种特殊的传播媒介，同时也会折射出社会现实，仿佛一面镜子，由此捕捉商家乃至社会的观念和立场。

可是，这则广告却将新娘隐喻为二手车、将挑媳妇隐喻为选二手车，这明显是将女性物化、侮辱女性。如果长此以往，汽车企业文化只会在歧路上越走越远。



奥迪二手车广告，观众看着就生气

7月18日，今日女报/凤网记者通过“新浪微博”搜索浏览奥迪二手车。发现在这条广告，已经播放了数十万次，而且网友留言特别多。

网友“帅出一片天地”说：“现实中，只有贩卖牲口和奴隶时才会看牙口，现在居然把这一举动放在婚礼上，而对象居然是结婚的儿媳，这个广告甚至把女性等同于二手车！”

网友“海风轻轻吹”认为：“因为这个广告，我要对奥迪一生黑。负面营销我能接受，但拿歧视女性做文章，大企业内部的价值观和内涵就是这样？”

奥迪本地车商：顾客反应强烈

“我也看到这个广告了，广告内容像把女性当成了商品，在反复检查。这种反常的行为让人看了很不舒服”。7月18日晚，长沙永通一汽奥迪4S店销售顾问陈国文（化名）在接受今日女报/凤网记者电话采访时如是说。

陈国文说，这则广告其实已经出来一段时间，“之前有顾客也提过我们怎么会拍这样一则广告，但这是总公司的策划和安排，我们并不知情。”

随后，记者欲联系该4S店总经理，陈国文在几番推脱后，以“总经理在外出差”为由，拒绝介绍。同时，陈国文还一再表示，自己的说法只代表他

面对这则广告，网友们的留言纷纷指责奥迪，不过也有少数人对此不以为意。有网友认为这则广告被过分解读，网友“玩车教授 Jacky”说：“男性喜欢女性、爱女性、呵护女性，和女性在一起是最快乐时光，所以才把自己心爱的汽车比喻为女性，这是汽车拟人化，而不是女性拟物化。”

因为讨论激烈，已有不少网民到奥迪官方微博下发表言论，记者翻看留言，发现几乎都是对奥迪的负面评价。不少网友要求奥迪公开道歉，但奥迪至今没有做出任何回应。

个人观点，不代表公司意见。

记者了解到，这则广告最早于今年5月发布在视频网站上，直到最近才被曝出。随后，记者通过客服及网站多次与奥迪公司联系，对方均未给予正面回应。

截至7月19日今日女报/凤网发稿前，一汽·大众奥迪二手车新浪官方微博也尚未对此事给予回应。同时，官方微博还关闭了用户评论功能。

