

## Archived documents for “Caixin Century calls foul on CCTV probe into Da Vinci furniture fraud”

### 公关陷阱

[财新《新世纪》](#) (2011-12-31)

[财新《新世纪》](#) 记者 高昱 王姗姗 龙周园 邓海 王晓庆 见习记者 靳晴

#### 300 万元公关合同

对方拿出一份准备好的 300 万元公关合同，分三次付清。黄志新明白那合同的条款跟价钱没的商量

2011 年 7 月 10 日播出的“达芬奇‘密码’”影响巨大，达芬奇家居深陷被动。手足无措之时，达芬奇的股东们想到的不是通过法律手段“讨公道”，他们更愿意相信“潜规则”。

“我们是新加坡人，在中国做生意，不认识什么有权位的官员。”达芬奇家居董事黄志新对财新《新世纪》记者回忆，7 月 11 日，经负责上海门店的小股东樊计超介绍，他们辗转找到一位名叫孙国军的北京某地产公司副总经理。

“7 月 14 日早上，孙国军给我打电话，说找到‘那帮人’了，让我赶紧过去。”黄志新说，“他告诉我，等会儿来的那帮人，你们什么都不用谈了，直接谈钱就行了，钱谈好了事情就摆平了。”

当天中午，黄志新先是见到两男一女，又由他们带到昆仑饭店对面的平安国际金融中心，见到了某香港上市公司总裁崔斌。崔在多家国内媒体担任过高层职务，在京城媒体圈能量巨大。

根据财新《新世纪》记者调查，崔斌与《每周质量报告》报道“达芬奇‘密码’”的暗访记者“李总”相识，两人曾于 2011 年 6 月一起参加了某企业组织的媒体赴美考察团。黄志新称，崔斌给他看了手机里一起旅游的照片。摆在黄面前的是一份准备好的 300 万元公关合同，要求分三次付清。他明白那合同的条款跟价钱“没的商量”。从当天下午两点见到崔斌，签完字后，崔派手下跟黄志新回公司盖章、拿第一期 120 万元的支票，“前后也就一个小时左右”。

这份“公关顾问服务合作合同”，乙方为“传媒中国网（北京赫立传媒广告有限公司）”，其义务是“与各大主流媒体深度沟通，尽全力帮助甲方北京达芬奇家居有限公司化解媒体的舆论监督，逐步帮助甲方平息事件的负面影响”。乙方主要公关服务内容包括：关键公关策略；核心媒体沟通（央视广告部主要人士与相关栏目组核心人士的沟通）；重点主流媒体专访（邀请中央级主流媒体与其他重点主

流媒体，对甲方进行专访澄清）；网络公关服务（面对铺天盖地的负面报道，乙方将提供网络公关服务，全力清除负面影响）。

公关合同的乙方授权代表陈金芳，是传媒中国网常务副总裁；7月14日取走的支票和8月18日达芬奇家居打出的第二笔120万元，收款方均为北京赫立传媒广告有限公司。据查，这是一家注册于2002年7月的小型民营广告公司，同时也是传媒中国网的主办单位之一，两者在同一地点办公。崔斌本人与合同的乙方并无法律关系。

### 唐英的450万“和解金”

达芬奇家居完成给唐英的“和解金”打款当晚，潘庄秀华终于见到了“央视的人”不过，真正进行公关顾问工作的还是崔斌。2011年7月14日付款当晚10点多，崔斌来到北京友谊商店顶楼的达芬奇家居办公室，与潘庄秀华见了面。

“我们最关心的是和央视的记者谈得怎么样了。”潘庄秀华和黄志新得到的答复是，“那边说了，要解决问题，你们和唐英的事情一定要摆平。”

“我们问怎么摆平？崔斌说唐英是有背景的，而且央视的人还讲，为了做这个事情也花了不少钱，所以达芬奇要埋单。”黄志新直接问要多少钱，“崔斌打了个电话过去，说他们要800万，赔款后，才可以安排见搞你们的人。”

接下去的两天，达芬奇北京门店经理、唐英的弟弟及双方律师开始了艰难的谈判，始终无法达成协议。

7月17日，央视播出“达芬奇‘密码’2”。第二天，双方迅速签订和解协议：达芬奇家居给付“和解金”450万元，不再追讨唐英所欠货款，唐英放弃对达芬奇索赔484万元的反诉要求。

7月19日下午，黄志新的妻子周彩文通过中国农业银行，分两笔给唐英在中国银行北京中关村南街支行的开户账户打去450万元。7月20日和21日，唐英和达芬奇家居分别到东城区法院申请撤回反诉和起诉，获得法院批准。

财新《新世纪》记者曾打电话联系唐英及其家人提出采访请求，对方一次表示听不明白，另一次一听是记者便挂断电话。

7月19日，也就是达芬奇家居完成给唐英的“和解金”打款当天晚上，潘庄秀华终于见到了“央视的人”——崔斌称呼这位“达芬奇‘密码’”的暗访记者“李总”为“李老师”。

## 谁拿了 15.52 万美元？

达芬奇家居向新闻出版总署、广电总局举报，指称央视《每周质量报告》记者李文学“故意编发虚假报道，徇私隐匿新闻事实，并联合唐英、崔斌对达芬奇进行敲诈勒索”

见面地点订在离友谊商店不远的金湖茶餐厅，后又改为较为僻静的瑞吉酒店。潘庄秀华回忆，自己一见面就问，“我们没造假，为什么你们要这样报啊？‘李老师’说，你们没造假不代表意大利厂家没造假，也不排除个别员工偷卖假货。”

“‘李老师’一直说还有 500 分钟视频，我害怕了。我不是做贼心虚，是真的两次报道 50 分钟都受不了。”潘庄秀华称，“‘李老师’还说那 500 分钟素材，可以接着报道，也可以不报。”

“李老师”未提钱。根据潘庄秀华的追述，但当天晚上回到公司，崔斌又对她说，“‘李老师’开条件了，要钱，帮忙摆平央视，不再做第三期报道。”

7月 25 日，潘庄秀华终于得到了答案：100 万元。因为达芬奇国内缺乏现金，潘要求从香港过账。两天后，她的手机收到一个中信银行国际的账号。

7月 28 日，黄志新给收款地址为香港金钟道 89 号力宝中心一楼的中信银行账户转去 15.52 万美元（折合人民币 100 万元），收款人为 Ma Zheng。

这前后，潘庄秀华称自己又见过四次“李老师”，每次崔斌都在场。一次是“李老师”约她，7月 21 日达芬奇家居网站登出 62 页的致消费者公开信，“‘李老师’很生气，要求我们马上撤下来，我们也马上撤掉了”；一次是她约“李老师”，在梅地亚酒店，“媒体还在报道，我们该怎么办？‘李老师’让我们安抚消费者，派销售员去客户家里派水果”；还有一次是“李老师”约她，“说上海工商的人到央视要那 500 分钟的视频，但他没给，在帮我们”。

最后一次潘庄秀华通过崔斌约“李老师”见面是 2011 年 9 月 2 日。此时，她已经拿到了意大利人偷拍的央视记者采访和电话视频。潘庄秀华态度明显有所不同。她一见面就提到，公司其他董事不认可给“李老师”的 100 万元，并拿出转款单据给李看，被崔斌当场打断，称“所有的，都是和我发生的联系，和他没有任何关系。你不用和‘李老师’讲了，这个和他没有任何关系”。

从三人谈话录音可以听出，“李老师”一开始被潘庄秀华反复拿 100 万说事弄得措手不及，说“怎么，怎么谈到这个问题来了？”在崔斌周旋之后，“李老师”开始强调，这是朋友之间办事，已经很帮达芬奇了。他对潘庄秀华说：“您家先生是法人，咱说实话，现在都还平平安安的，就是生意上受了点挫折，是不是？这事情

就是当时处理得非常好，如果不是这样，你说，潘先生最后被警察抓进去，这是会有牢狱之灾啊，搞不好就被拘役起来，这会变成什么结果？我和小崔是帮了你忙了，是不是？唐也不是我家的什么亲戚，但是你们听了我的意见，咱们赶快处理完，咱保一个平安，是不是？……潘总啊，生意可以做黄，人不能做黄啊。”

潘庄秀华旋即要求“给我们一些正面的报道”，“不是让你们乱报道，把‘上海工商局公布达芬奇调查结果，未发现造假行为’这样的客观陈述读一遍就行”。“李老师”没有正面回答，而是积极建言达芬奇不应再提造假门事件，要利用好将要举办的意大利精品家具展，“在宣传的时候，淡化达芬奇的色彩，强化家具品牌”。

三人分手后，潘庄秀华与崔斌又有一次通话，潘再次受到“教育”：

**崔斌：**人家不会承认拿过你一分钱的，永远都不会承认的，你知道吧。你还当着我说，你怎么能这样说呢……你是通过我办的，本来我就说你直接给他，那就是彼此心照不宣的事情对不？你通过我办，那就和人家没有关系，人家永远都不会承认有这个问题对不对？

**潘庄秀华：**那我问你崔总，当时我们打到香港那个户头的那个钱……

**崔斌：**为什么要打到那啊，就是为了这个事情，大家要保密，不想要别人知道，不就这么简单嘛。

**潘庄秀华：**那不是这个李记者拿了吗？那你就让他们帮我们的哪。

**崔斌：**你要让人家帮你，人家没不帮你啊，人家今天来不就是来帮你吗……潘太，你们股东之间如何去分摊这个成本，和我没有任何关系，但是你不能说这个钱是他拿了，还是我拿了。这个钱你们出了就是出了……你打了，他来了，帮你完成了你想要做的事情，这就是你要的结果；帮你完成你想要的结果，这就是整个过程……我本来说让你们直接联系，我给你们创造场合直接联系，他不愿意，你也不愿意，是不是？你敢跟人家说你这个钱是行贿的钱吗？你敢说吗？

**潘庄秀华：**我不是说行贿，是他们……

**崔斌：**那是什么钱？

**潘庄秀华：**是他们要的嘛。

**崔斌：**那你是不是要给啊，你是不是愿意给啊，是不是还一定要通过中间人给啊……

通过一条未知人士发来的短信，潘庄秀华知道了“李老师”的大名——李文学。在“达芬奇‘密码’”片尾的职员表中，暗访记者的署名为“大学”。

李文学究竟拿没拿 100 万元？2011 年 11 月 14 日，达芬奇家居向中央电视台纪委进行了举报。11 月下旬，他们从央视纪委处获知，收款人 Ma Zheng，是与崔斌、李文学并无直接关系的马征，“北京赫立传媒广告有限公司的会计”。工商登记资料显示，马征是赫立传媒的两名股东之一兼总经理。

2011年12月9日，达芬奇家居又分别致函国家新闻出版总署、广电总局、中央电视台纪委和《每周质量报告》栏目组。在给新闻出版总署、广电总局的举报信中，达芬奇指称李文学作为央视《每周质量报告》的记者，故意编发虚假报道，徇私隐匿新闻事实，并利用职务之便，联合唐英、崔斌对达芬奇进行敲诈勒索，牟取巨额非法利益。在给央视的两封函件中，达芬奇希望央视纪委反馈11月14日举报的调查处理结果，并要求《每周质量报告》栏目组澄清相关事实，还达芬奇清白，并公开道歉。达芬奇家居称保留起诉央视侵害名誉权和赔偿全部经济损失的权利。

这些举报信附上了意大利生产厂商和意大利制造商保护协会出具的证明、央视记者朱锋采访卡布丽缇及同国内通电话的视频片段、上海广东工商海关等部门的调查结果，以及给唐英及崔斌指定账号的付款凭证，但没有拿出另一些涉及要钱和给钱的谈话及电话录音。

2011年12月12日和13日，财新《新世纪》记者先后致电中央电视台纪委和《每周质量报告》栏目组，并给中央电视台新闻中心发去采访函。从央视纪委得到的答复是已收到达芬奇举报，正在调查，尚未出结果。12月17日，《每周质量报告》栏目组相关负责人向财新《新世纪》记者转达几点：欢迎记者的关注和报道，但不便接受正式采访；部门自查认为，“达芬奇‘密码’”客观有据，并非虚假报道；对于工商、质检、海关等的调查结论，他们认为达芬奇可能转移了证据，导致工商部门的调查并不全面；对于暗访记者李文学“敲诈勒索”或“索贿”一事，李文学称为追踪报道，曾在崔斌介绍下，与潘庄秀华见过两面，但不承认收钱，栏目组认为达芬奇家居如有证据，可向公安机关报案。

### **1200万元打水漂**

达芬奇家居向北京市公安局经侦处报案，要求追究李崔孙等人涉嫌敲诈勒索和诈骗的刑事责任

给传媒中国网（北京赫立传媒广告有限公司）的240万元公关费（按合同规定，第三笔60万元的尾款应在2011年9月15日付清，但达芬奇拒绝给付），给唐英的450万元和解赔偿金，再加上“不能说”的15.52万美元，这合计790万元人民币是达芬奇为摆平麻烦支付的所有“租金”吗？不，连一半都不到。

达芬奇家居遵潜规则“病急乱投医”的投入远不止于此。潘庄秀华事后承认，在“达芬奇‘密码’”播出后的慌乱之中，他们又走了另一条“线”，再次求助最初的中间人孙国军。“他大口报价，以找权贵需要‘见面礼’和‘政府公关费’为由，前后索要了550万元人民币和800万港元（约合660万元人民币）”。

财新《新世纪》记者看到了有关汇款凭证：2011年7月21日，深圳达芬奇从深圳发展银行网上银行，向指定的中国工商银行北京国贸大厦支行开户账号跨行汇款50万元，收款人马桂珍；同日，达芬奇董事黄志新给香港汇丰银行的一个指定账号转账600万港元，收款人 Leung Kwo。7月27日，黄志新再次给 Leung Kwo 的这个账户转账200万港元。7月25日和8月5日，深圳达芬奇又分别给孙国军在深圳发展银行北京东四环支行的私人户头汇款300万元和200万元。

“到8月下旬，我与孙国军在达芬奇办公室见面约谈，他突然表示事件太复杂，他无能为力，我方知上当受骗。”潘庄秀华说。

11月15日，黄志新给孙国军打电话，以达芬奇家居董事会认为孙未按承诺为达芬奇做事为由，要求其在第二天下午4点前还款。电话录音里，孙国军说：“钱已经支付出去了，你再让我退回去，这个事情可能性不大……说实话，如果当时不找××部领导去协调，你们也走不到今天，工商局也不会放过你们……当时也没留个后手，就把钱都打出去了，一个打给香港，一个打给广东，自己拿到的基本没什么钱。”

黄志新强调这是董事会的最后通知，如不按期退款，后果自负，孙国军说道：“老黄，我已经很客气了。”

据记者确认，达芬奇家居已向北京市公安局经侦处报案，要求追究李崔孙等人涉嫌敲诈勒索和诈骗的刑事责任。

2011年12月23日，崔斌同意与财新《新世纪》记者见面。根据他的讲述，7月的某一天，他和赫立传媒负责人及几位老同事一起吃饭，电视上正在报道达芬奇的新闻。崔斌说认识央视《每周质量报告》的人，其中一位老同事正好受孙国军所托找关系，几方一拍即合做这单生意：由赫立传媒出面接单，崔斌算这个公关项目的合伙人，赫立传媒与他分成。崔斌说，目前赫立传媒还没给他钱。

关于达芬奇家居给唐英的450万元赔偿金，崔斌称，7月14日达芬奇与赫立传媒签订公关合同后，他联系了李文学，并向达芬奇传话“要求解决与唐英的纠纷”，但具体是否传递过“开价800万”的信息，崔说记不清了，和解金的具体谈判是达芬奇与唐英两方直接谈的，他没有参与。

关于达芬奇所诉经由他给李文学100万元，崔斌坚称无此事。他强调，这100万元是通过马征的香港户头打回赫立传媒的账上，属于公关合同收费，因为合同里有一条，300万元合同金额中未包括约见媒体负责人的费用。崔斌称，公关界

帮助危机公关甲方约见媒体负责人，“收费就是这个价码”，且赫立传媒为达芬奇提供的服务“能出具发票的已达 350 万元”。

但崔斌的说法漏洞明显。该份“公关顾问服务合作合同”中，乙方赫立传媒主要服务内容第二条是“核心媒体沟通”，要点即是央视广告部主要人士与相关栏目组核心人士的沟通。合同“服务费用”条款的第一条是：“本次合作乙方收取的服务费用总额度为 300 万元，本费用不含甲方支付给媒体广告费与媒体相关人员的公关费”——崔斌的辩解因此前后矛盾：如果按他的说法，这 100 万元属于不含在 300 万元合同金额以内的“甲方支付给媒体相关人员的公关费”，那等于说达芬奇还是通过他支付给了李文学 100 万公关费；如果他没有给李文学钱，那么，这 100 万元就是崔斌以支付给媒体相关人员公关费的名义，额外向达芬奇索要的钱款。

---

## “造假门”始末

[财新《新世纪》](#) (2011-12-31)

[财新《新世纪》](#) 记者 高昱 王姗姗 龙周园 邓海 王晓庆 见习记者 靳晴  
不远万里的背书

Munafò 说，“公平，我们专程飞来中国，只是希望获得公平”

出租车驶过北京友谊商店的大门口才停住，Stefano Vagelli 跳下后座，从条纹西裤里掏出皮夹，把两张百元大钞塞进副驾驶座车窗。在这栋四层建筑的顶楼小会议室里，三位上午刚从意大利飞来的同行正等待与他会合。

一年多前，位于北京建国门外的友谊商店，9000 多平方米营业面积中有近 5000 平方米被来自新加坡的达芬奇家居租下，销售以意大利品牌为主的国际顶级家具。Vagelli 供职的瑞瓦（Riva），在其中拥有一个 100 平方米的展厅。如果算上开设在上海、广州、深圳、重庆等地的其他 13 家达芬奇家具店，这家传代的意大利手工家具厂，2008 年-2010 年在中国市场的销售额分别达到 129.3 万、161.9 万和 174.2 万欧元。

这是 2011 年 11 月 19 日，一个星期六的下午。北京友谊商店的达芬奇家居旗舰店里，顾客屈指可数。在铅晶质水晶灯的琥珀色暖光映照下，从限量版玳瑁镶嵌斗柜和 1827 年象牙琴键斯坦威古董钢琴旁穿过，乘员工电梯到顶层，是上海达芬奇家居股份有限公司设在北京的低矮逼仄的工作区。Tino Cappelletti，卡布丽缇（Cappelletti）总裁；Antonio Munafò，珍宝（Jumbo）总裁；Luca Baldi，布迪（Baldi）董事总经理；以及瑞瓦的总经理 Stefano Vagelli，四位意大利家

具品牌的话事人并肩坐到一起，面对财新《新世纪》记者神情严肃。他们首先一向记者出示名片和护照，证明自己并非达芬奇家居请来的“洋托”。

尽管从意大利专程带来了一名翻译，作为意大利商人代表的 **Antonio Munafò**，还是用英语一字一顿地宣告：“我再次重申，达芬奇在中国经营销售的意大利品牌家居产品，都是我们在意大利境内设计、生产、制造，并原装进口到中国的。达芬奇没有组织生产或销售过假冒我们品牌的家具。”

**Munafò** 表示，自己不仅是珍宝的总裁，也负责为其他意大利品牌代办达芬奇所订货物的质量检查与拼箱装船。“意大利有 **50** 到 **60** 个家具品牌（根据达芬奇家居提供的资料是 **59** 个，编者注）给予达芬奇在中国的代理权，其中大部分是独家代理（根据达芬奇家居提供的资料是 **29** 个，编者注），去年以来达芬奇采购的意大利家具超过 **5000** 万欧元。”他说，“作为家具厂商的负责人和达芬奇的供应商，我们对 7 月 10 日中央电视台的报道和之后发生的事情既担心又愤怒。”

“7 月 10 日的事件后，没有一个意大利客户离开达芬奇，因为我们很了解达芬奇。”**Munafò** 说，“公平，我们专程飞来中国，只是希望获得公平。”

意大利人不是第一次试图在媒体面前为达芬奇家居背书。2011 年 7 月 1 日-10 日，达芬奇家居在北京国贸商城举办一年一度的“意大利家居秋冬展”，19 个意大利厂商派出高层经理参加。8 日、9 日两天，**Antonio Munafò**、**Tino Cappelletti**、**Luca Baldi** 等人先后返回意大利，但 10 日中央电视台《每周质量报告》栏目播出“达芬奇‘密码’”后，他们闻讯又飞来北京。

7 月 13 日下午，13 个意大利厂商和 3 个美国厂商的代表陪同总经理潘庄秀华出席达芬奇家居情况说明会。会上，正当 **Stefano Vagelli** 发言为达芬奇证明清白之时，一位操东北口音、戴墨镜的男子站了起来，声称自己买了 1000 多万元的达芬奇家具，质疑新闻发布会开成了产品发布会，“都是假的，产品是假的，发布会也是假的”。

现场一片大乱。记者拥到主席台前，潘庄秀华情绪失控，在飙泪中匆匆离场。关于这场发布会，被记住的只是潘庄秀华痛哭中变形的脸，以及网络上流传的恶搞 MV“潘庄秀华的眼泪”。

卡布丽缇是“达芬奇造假门”的重灾区，不仅在央视报道中被消费者举报产品质量有问题，而且暗访记者发现，“达芬奇在东莞委托生产假冒的卡布丽缇家具”。面对财新《新世纪》记者，**Cappelletti** 是唯一使用意大利语的发言者，因为“说英语无法表达我的愤怒”。“我知道在中国、土耳其、俄罗斯、迪拜都有假冒的卡布

丽缇。如果达芬奇仿造假的卡布丽缇，受害最大的是我，但我知道达芬奇卖的卡布丽缇是真的，我知道他们每个月的销售额，我经常来中国看展厅、见顾客。”他说，“卡布丽缇 60 年来从未遇到过这样的事情，我愿意在中国法庭上出庭作证。那些指控达芬奇造假卖假的人，应该有同样的勇气站到我们面前，或者在法庭面前。”

拥有百年历史的家庭作坊布迪没有受到波及，但一头狮子卷发的 Luca Baldi 不愿放过机会为合作伙伴鸣不平：“我们都在 7 月 11 日、12 日飞来中国支持达芬奇，告诉大家这件事情不是真的，可惜没有人听我们讲。我父亲 84 岁了，他每天都问我：卢卡，中国那边的事情怎么样了？怎么会发生这样的事情？”

Stefano Vagelli 并非与他的三位同行一样专程从意大利飞到北京接受财新《新世纪》记者的采访，他正在中国例行拜访瑞瓦的消费者。“我们希望做家具，卖家具，我们不想再做采访。”他问记者：“在你们中国，我们该怎样做？”

### 挑战舆论公案

8 月 31 日，沸沸扬扬的“达芬奇造假门”首次有了官方调查结论。也在此时，潘庄秀华看到了几段来自意大利的视频，她决定反击

2011 年 11 月 21 日，广东卫视《广东早晨》栏目播出一条“名牌家具疑出自山寨厂”的新闻，称众多名牌家具产自顺德龙江镇一家无牌工厂，“不仅成本低，还使用劣质化学用品，对人体危害很大”。广东卫视暗访记者拍摄到厂内办公室有大量纸质订单，其中包括“达芬奇家居顺德分公司”的订单；工人及爆料者称，他们为一些名牌家具代工。当记者问是否包括达芬奇时，工人给予了肯定答复。这条新闻迅速被多家门户网站和电视台转播，有媒体将其与四个月前央视播出的“达芬奇‘密码’”联系起来，称“达芬奇再曝造假”。

11 月 24 日凌晨，达芬奇家居给所有出席过 7 月 13 日情况说明会的媒体记者邮箱发去一份声明，指自己遭虚假新闻诬陷，达芬奇从未在该加工厂采购过任何家具，也从未在顺德设立过任何分支机构，称广东卫视的新闻“造成了极恶劣的负面影响”，要求公开道歉。

更让外界关注的，是该声明倒数第二段的文字：“自 2011 年 7 月 10 日、7 月 17 日中央电视台《每周质量报告》栏目播出虚假的‘达芬奇密码’新闻以来，达芬奇一直在积极配合各地工商、海关、税务以及其指定审计机构的调查，妥善解决消费者的投诉。达芬奇期待中国政府行政机关做出公正的最终调查结论。达芬奇再次重申，达芬奇从未从事过中央电视台《每周质量报告》指控的造假行为。”

11月24日，“达芬奇称央视报道为虚假新闻”“达芬奇反扑央视”等标题登上不少媒体的新闻头条，更有微博惊呼“午夜诈尸”。被钉上耻辱柱沉寂三月的达芬奇家居，再次成为高光名词。

有必要回述一下这场舆论公案。2011年7月10日中午12点35分，中央电视台新闻频道《每周质量报告》播出“达芬奇‘密码’”。节目一开始，北京的唐女士自称花280多万元从达芬奇家居专卖店购买了40多件家具。这些昂贵的家具一进家门，唐女士就发现存在质量问题，随之对家具的意大利身份产生怀疑。央视记者历时半年暗访，终于在东莞长丰家具有限公司展厅里，发现有一张床与北京达芬奇专卖店里的卡布丽缇双人床几乎一模一样。“东莞长丰总经理”彭杰说，达芬奇销售的卡布丽缇家具“正是他们公司生产的”，并出示了深圳达芬奇家居公司给长丰付款的一张9000余元的电子回单。

在暗访偷拍的镜头中，彭杰介绍，从2006年开始东莞长丰就为达芬奇生产家具，品牌分别有卡布丽缇、好莱坞、瑞瓦，现在和达芬奇的年交易额5000万元。他还透露，达芬奇将这些家具从深圳口岸出港运往意大利，再运回上海报关进港，这些家具就有了全套的进口手续，成为达芬奇家居所说的100%意大利原装“国际超级品牌”家具。

节目反响强烈。达芬奇家居中国总部所在地上海，近70名工商执法人员和媒体记者，甚至在节目播出两小时前即到达达芬奇四家门店；之后几天，深圳、广州、北京、成都、重庆等地的工商、质检、海关、税务等部门迅速行动，达芬奇家居在当地门店的部分家具和仓库被查封，东莞工商部门也开始对长丰公司展开检查。

7月13日，漩涡中的达芬奇家居召开新闻发布会，坚称占达芬奇销售额80%以上的意大利产品全系原装进口，否认央视报道中有关卡布丽缇、瑞瓦等意大利品牌在东莞生产的指责。潘庄秀华只承认占其销售额12%左右的美国品牌家具属全球采购，有部分产地为印尼、菲律宾、越南、印度、中国等，在标识上仅注明“美国品牌、全球采购”，没有完整披露原产地信息，部分销售员在向消费者介绍情况时也存在混淆家具材质的问题。她解释东莞长丰是美国品牌好莱坞的代工厂，达芬奇家居2002年-2005年曾因推出“明确告知中国制造”的自有品牌“富尔敦”，与当时尚在深圳的长丰家具有过供货合作，但后来达芬奇放弃了“富尔敦”，央视采访中出示的账目是东莞长丰为其制作的展览挂件，双方并无家具生产交易。

官方的初步结论随之而来。7月15日，上海市工商局发布消息，初步认定达芬奇家居存在三方面问题：部分产品不合格；大部分家具产品标志不规范；广告宣传使用绝对用语。但通报未提及达芬奇存在售假和产地造假问题。

7月14日，上海出入境检验检疫局公布，2011年上半年达芬奇家居共进口木制品、木家具110多批，大部分来自意大利、西班牙、美国等国外产地；有11批原产地为中国，其中10批属保税区“一日游”。从批次推算，2011年上半年上海口岸近10%的达芬奇家居“进口家具”为国产。

7月16日，上海海关披露，2011年以来达芬奇家居通过上海口岸申报进口186票商品，原产地包括意大利、中国、西班牙、越南、菲律宾、德国等十个国家。原产地申报为意大利的货物共计124票，占进口总值的87%；申报为中国的11票，占进口商品总值的3.5%。按商品总值计，2011年上半年上海口岸有3.5%的达芬奇进口家具原产中国。海关审核还显示，达芬奇申报进口商品的原产地与随附的运单、发票、启运地、装货港一致，海关方面因此认为，达芬奇的问题不是出在进出口方面，而是国内销售环节，“应充分尊重消费者的知情权，告知消费者准确、全面的信息”。

与此同时，中国家具协会理事长朱长岭在接受采访时表示，达芬奇不是生产厂家，而是销售代理商，“舆论的质疑其实存在一个常识问题”，很多国际品牌的产品产地都来源于世界不同的地方，产品从中国出口再进口，包括在保税区的“一日游”，都并不违法。

官方的初步调查与央视报道结论并不一致，不过舆论并未冷却。新华社发布海关调查结论的次日，7月17日，央视《每周质量报告》播出跟踪报道“达芬奇‘密码’2”，主持人援引说，达芬奇已涉嫌触犯法律，应当予以严惩，“按照《刑法》第一百四十四条生产、销售伪劣产品罪的规定，生产者、销售者在产品中掺杂、掺假，以假充真，以次充好或者以不合格产品冒充合格产品，销售金额200万元以上的，处15年有期徒刑或者无期徒刑，并处销售金额50%以上二倍以下罚金或者没收财产”。

人们对达芬奇家居的印象迅速定格——“假冒伪劣”的代名词。当月，达芬奇全国14家门店的销售锐减八成以上。根据其提供的数据，2011年7月-10月的销售收入从上年同期的1.9亿元减至2775万元，同比降幅高达85.5%，同期净利润也由3178万元逆转为亏损8457万元。另外，应上海市工商局的要求，达芬奇家居为消费者办理退货合计1.2亿元；已经箭在弦上的深圳中小板上市无限期推迟，商誉损失无法估量。

“经济损失还在其次，最让我们受不了的是人格尊严扫地。”潘庄秀华说，“我先生获得过两枚新加坡总统奖章，是新加坡视障及失聪励航学校的校董主席，视名誉高于生命。现在别人见到就说：‘潘先生，你（造假）怎么这么不小心啊’。有一天晚上他哭着对我说，就是家产不要，也要告到底。”

在朋友的劝阻下，潘氏夫妇没有在新加坡提起诉讼，也没有找国际媒体“讨还公道”，因为“这样只会激化不必要的矛盾”。

2011年8月31日，沸沸扬扬的“达芬奇造假门”终于有了官方调查结论。上海市工商局宣布，经查实，达芬奇公司代理的所有意大利品牌家具，海关申报材料合乎要求；赴广东等地的调查，未发现达芬奇在原产地有伪造行为。

也就在此时，潘庄秀华看到了七段来自意大利的视频。达芬奇决定反击。

### 意大利蹊跷

“你们确信那个达芬奇卖的确实就是偷拍的这个工厂里面这些东西，你们能保证吗？你们都不敢保证，那你叫我查这个东西我怎么敢保证”——央视驻意大利记者朱锋

这七段总长 100 多分钟的视频，拍摄的是中央电视台驻意大利记者朱锋到卡布丽缇采访的对话，以及他与国内《每周质量报告》同事通电话的过程。

“2011年4月19日，也就是意大利米兰家具展会结束的第二天，一位自称中国中央电视台记者的年轻人来到意大利坎图镇，要求采访卡布丽缇工厂的老板。”卡布丽缇家具总裁 Tino Cappelletti 对财新《新世纪》记者回忆说。

因为涉及中国业务，他邀请珍宝（Jumbo）总裁 Antonio Munafa 共同接待了这位记者。谈话中，记者称央视将会播出有关达芬奇家居售卖假冒卡布丽缇家具的报道。“我们当时很震惊，所以录了像。”Cappelletti 说。

央视记者给他们看了一些卡布丽缇家具照片，并说这些家具是中国国内仿造的。但 Cappelletti 辨认后指出，这家具是自己工厂生产的。“当时的情况有点尴尬。记者显然也有些震惊，开始用中文打电话，我们不知道他在讲什么。”

这位中国记者，就是后来在 2011 年 7 月 10 日“达芬奇‘密码’”中出镜的央视意大利驻站记者朱锋。意大利人提供的视频显示：朱锋反复询问照片中的产品是不是意大利生产的，Cappelletti 称达芬奇家居“从来都是 100% 卖我的产品”，并表示可以和记者一起去中国，认证这些家具的真伪。朱锋对卡布丽缇床头雕花材质提出疑问，意大利人表示，照片中床的雕花是用一种特别的树脂制作，这些树脂是通过欧盟认证的。

意方提供的视频中，意外录下了朱锋现场与北京几次通电话的过程，都是在纠结于国内同事是否确定达芬奇在销售假冒卡布丽缇家具。朱锋多次提到一位“李老师”，称“李老师”之前很确定地告诉他达芬奇在卖假货，希望他能得到意大利人

的确认。在听到卡布丽缇对达芬奇 100%的支持后，朱锋又被同事告知，售假的可能是“其他厂家”。

从视频中可以看出，朱锋明显有些不满了：

朱锋：你们确信那个达芬奇卖的确实就是偷拍的这个工厂里面这些东西，你们能保证吗？你们能保证这件事情吗？你们都不敢保证，那你叫我查这个东西我怎么敢保证？而且如果是万一播出去的话，对咱们……

朱锋：我想问一下，你们这个到底要做一个什么样的结论出来呢……你们得把情况都告诉我，我现在一头雾水，一会说他卖假货，一会又和我说他不卖假货，我只是想知道现在是什么样的情况……那你必须告诉我一个问题，你们为什么之前一直跟我说，达芬奇在卖假的东西。我实在不明白你们要跟我表达怎么一个意思？现在他们认为，我即使跟他们采访这个东西，然后你们拿回去，做出来达芬奇卖假货这么一个结论……你们之前告诉我的是，他们说这个东西不是他们生产的就 OK 了，然后你们又跟我说怀疑达芬奇在卖假的东西，然后你们又跟我说怀疑达芬奇在这边买（假货），然后现在你们又和我说这么一个版本。他已经有戒心了，他说怀疑我们在搞破坏你知道吗？怀疑我们要把达芬奇弄倒……那你们接下来做下去是一个什么样的效应呢？就是说这个东西是真的，达芬奇卖的是真的，对不对？

三个月后，这次采访在“达芬奇‘密码’”中出现的，是朱锋在工厂门口的几十秒钟出境和简单的解释：“掌门人卡布丽缇先生告诉我，这些雕花是由一种特殊的树脂材料做成，并非实木雕刻。”至于意方坚称相信达芬奇家居的内容，则选择性地消失了。

潘庄秀华回忆，米兰展会结束时，珍宝老板 Munafa 曾打电话给她丈夫潘东尼，问有没有委托央视记者去采访卡布丽缇。潘东尼回答没有，也没放在心里。5月 Munafa 来参加上海家具展会，把刻有那几段视频的光盘交给达芬奇家居董事张添福，但仍然没有引起注意。在被央视曝光后的慌乱中，也没有人想起过这几段视频的存在。

直到 8 月底，潘庄秀华突然想到 4 月间有央视记者在意大利做过采访，于是立即与张添福联系，拿到了这张光盘。

## 导火索

2011 年 7 月 10 日央视播出“达芬奇‘密码’”，次日，唐英即将反诉赔偿额从 150 万元提至 484 万元

央视《每周质量报告》对达芬奇家居的曝光始于消费者唐女士的投诉。事实上，在节目播出之前半年多，达芬奇家居与唐英家的民事纠纷，已经在北京市东城区法院审理了三次。

财新《新世纪》记者获得的法律文件、资料和当事人采访，勾勒出了纠纷的脉络。

2009年7月11日和12日，唐英夫妇在达芬奇家居展会上签订了总共91万余元的家具合同，并支付50万元预付款。9月8日，双方签署为唐英新家配套家具的销售协议，涉及家具30多件（套），唐英又支付了50万元预付款。两次购货总价达231万元。

达芬奇家居提供的材料显示，唐英这两批共订购了51件（套）家具，除两件达芬奇库存的自有品牌“富尔敦”地毯，其余49件中有41件为意大利品牌，另外8件为美国品牌。美国品牌涉及金额25.8万元，分别为Henredon、Theodore Alexander、Althorp、Hancock & Moore品牌，其中有价值近9万元的四件原产越南和菲律宾。“基本上买的都是意大利家具”。

此后，达芬奇家居分四次送货至唐英家。其间，因达芬奇一方运输延误，部分家具推迟交付月余。2009年12月22日至2010年1月6日，达芬奇家居集中送去价值156万余元的定制家具，除一只主卧书椅（2010年2月4日送货）和一只阳台扶手椅（未送货），达芬奇家居基本交齐订货。

唐英对延迟到货很不满意，且认为到货家具质量、规格等存在问题，“包装简陋、规格错误、质量低劣、气味刺鼻，根本不会是欧洲标准所能造成的”。双方交涉后，达芬奇家居从2010年1月6日送货当天至22日，将已送货物中约价值110万元的家具收回，表示愿为唐家替换，并于1月12日退回了50万元定金以示歉意。唐英到达芬奇门店，挑选了价值93.5万元的一批家具，“过春节借用”。

对于这批“借用的家具”，唐英在答辩状中称为临时借用，“达芬奇方面承诺尽快交付符合要求的家具”；达芬奇家居则称其为“试用”，如果唐英满意可按报价购买，如不满意可以全部无条件退货退款。达芬奇对这批“借货”给唐英开出的特别优惠价为五折，合计47.4万余元。

此后，达芬奇家居多次致函致电唐家，敦促其做出付款还是退货的选择；而唐家认为拿到的家具不满意，要求达芬奇继续送货，换到满意才能付款。

争执还在继续，唐英夫妇于2010年7月再次来到达芬奇的展会，又挑中了价值300多万元的家具，要求送到家里。达芬奇再次提出，由于唐家所付订金加货款

仅 50 万元，而拿到的家具价值已近 200 万元，应当按协议规定先交付货款再送新货。达芬奇家居的新加坡籍董事黄志新曾去唐英居住的某会所当面协商，但没有达成协议。

“辞行时，唐英的丈夫说，他认识央视《每周质量报告》的记者，如果不满足他的要求，就有办法把达芬奇家居搞垮。”黄志新说，“那是唐家第一次明确威胁达芬奇家居”，但当时他并没有在意，因为做生意常会遇到些不愉快的事情，以为“只是顾客不高兴”。

黄志新决定“曲线救国”，答应送新货，同时把唐家不喜欢的家具搬出来。2010 年 7 月 13 日，搬出一些家具之后，唐英夫妇意识到达芬奇的意图，开始阻止搬货，并叫来了小区保安。达芬奇转而要求唐英签订一份“货到立即付款”的合同，又遭到拒绝。黄志新告诉财新《新世纪》记者，这一次搬货取回了价值 66.4918 万元的家具，将原本 100 多万的货款损失减低到 87 万元。

唐英对达芬奇家居的这次“抢货”非常愤怒，在反诉状中指称，达芬奇竟然用欺骗手段，谎称将全部交货，将临时使用的家具基本收回，使自己一家陷入没有家具可用的窘境。

2010 年 9 月 14 日，《北京晨报》刊登了记者接到唐家投诉后采写的新闻“消费者投诉：200 万达芬奇家具，异味裂痕明显”。报道见报当天，达芬奇家居向北京市东城区人民法院递交起诉状，要求唐英结算 87 万元货款。此后的 10 月 15 日，《京华时报》以“达芬奇家具被索赔百万”为题，也对这场纠纷进行了报道。

当年 11 月 8 日，唐英向东城区法院递交反诉状，称达芬奇家居“违约、欺诈消费者，虚构家具原产地，误导消费者，以假充真，以次充好，以不合格产品冒充合格产品，为保护自己合法权益，维护社会公义”，唐英请求法院判令被反诉人（达芬奇）“双倍返还反诉人定金，即人民币 150 万元”。

对于这场诉讼，北京东城区法院曾经三次开庭审理。在 2010 年 11 月 24 日第三次审理后，因质量鉴定机构始终不能确定，司法进程放缓。

也正是在 2010 年底 2011 年初，央视《每日质量报告》从唐英手里获得投诉线索，着手筹备报道。2011 年 7 月 10 日，央视播出“达芬奇‘密码’”。次日，唐英向东城区法院递交《诉讼请求变更申请书》，将反诉请求的赔偿额从 150 万元提升至 484.0888 万元。

**被暗访的“总经理”彭杰**

“李总”离开后再无音信，彭杰不知道自己为拿到 2200 万大单而说和做的一切已被偷拍，更没想到，四个月后，“大买卖”带来的是噩梦

在“达芬奇‘密码’”中，证明达芬奇家居造假的最有力的证人，就是令人印象深刻的“东莞长丰家具公司总经理”彭杰。2011 年 11 月 27 日，财新《新世纪》记者赶到深圳，在真正的东莞长丰总经理黄文聪陪同下，通过电话采访了至今没有露面的彭杰。

“他们前后一共来了两次，第一次是在 2011 年春节前，马上就要放假了。来之前他们先打了一个电话到厂里，当时已经是晚上 8 点多，我刚好有事来公司坐一下，顺手就接了起来……”

2011 年 1 月末的一个晚上，24 岁的彭杰接到一个咨询电话，对方自称手里有一个很大的工程项目，想订购达芬奇家居经销的那类欧式家具。“他问长丰是否有生产欧式家具，并且反复提到达芬奇，当时我回答他说，‘我们有，可以来工厂看一下’，然后对方马上就约了第二天在厂里见面。”

彭杰其实是一名跑单员。黄文聪介绍说，彭杰并不属于每月可以在长丰领取固定薪水的受聘员工。在东莞一带家具制造业集中的乡镇，像彭杰这样的跑单员往往是“自由身”，可以灵活服务于任何一家有需求的企业，平时所赚取的就是 1%-3% 的项目提成。

“为取信于客户，跑单员往往会在名片上将职务印为某某家具厂的‘业务经理’，但绝不会给自己加官三级。”黄文聪说。他和彭杰都表示，彭曾带央视暗访记者见过黄文聪，央视记者并非不知道谁才是东莞长丰真正的总经理。

关于《每周质量报告》如何找到的东莞长丰，“达芬奇‘密码’”一文的编辑肖博在 2011 年 7 月 24 日北京电视台播出的演播室访谈“揭穿‘达芬奇’的秘密”中曾回忆，他们怀疑达芬奇在国内有加工厂生产假冒意大利家具，先是派两名暗访记者在达芬奇上海总库房蹲守了两个多星期，一无所获。北京栏目组这时得到一个线报，深圳一家叫金凤凰的家具公司曾为达芬奇做过代工。暗访记者赶到深圳，金凤凰的人称，2004、2005 年曾经给达芬奇生产过家具，2006 年之后停止了。线索又断了，记者将目标转向拥有 3000 多家家具厂的东莞，“大海捞针”，走访了上百家家具厂，最终筛查出有四五家企业生产与达芬奇门店里意大利家具相似度极高的产品，当时已是 2011 年 1 月 25 日。

据彭杰描述，如约而至的“大客户”，头有点秃顶，个子高高的，东北口音，自称“李总”。在“李总”的身边还有一位戴眼镜的男士，自称是“李总”的助手。

“针对企业的暗访，最方便的手段就是假扮成客户。越大的客户，只要扮得像，就越容易博得对方奉迎和配合，于是也越有机会套取公司运营机密。”肖博这样总结《每周质量报告》的暗访经验。

双方刚一见面，“李总”就主动向彭杰出示了一份用 A4 纸影印的文件，以及一两份户型图。

“文件的标题大概是关于河北某地老干部局别墅项目的通知，他把文件拿在手里，就给我看了下。”彭杰被告知这个项目有 20 套别墅，全部需要配家具。这确实是个大单子。

“他自我介绍说是项目的负责人，名片刚好派光了。我感觉他形象挺像老板的，而且还带了助手。”彭杰说，对“李总”的姓名、所在公司名称以及任职情况等个人信息，自己一无所知。

“他对我们展厅里的欧式家具表现出很强的兴趣，特别是在一张雕花大床前，他站得最久，还问了价格。”彭杰回忆说，“李总”提出的要求是，“一定要欧式、高端、上档次”。

“他说去北京达芬奇门店看过，就是想要他们卖场的那种家具，认为我们的家具正是他想要的，说我们做的跟达芬奇很像。”彭杰表示，自己当时并不知道那张雕花大床仿的就是卡布丽缇的款式，但他听说过长丰代工的一个美国品牌好莱坞，是要运到达芬奇门店进行销售。

参观完展厅后，“李总”以“先要向领导汇报”为由告辞，结束了第一次暗访。临行前他交待彭杰要对这个项目先保密，说这个别墅项目规模很大，需要提防别人抢单。

彭杰并不确信仅凭这次短暂接触，客户真会回来与自己签下这笔大单。但是“李总”心中却已认定——彭杰就是他们寻找多时的“猎物”。

“这个人年轻气盛，而且很有表现的欲望，很愿意去表达自己的能力很强……”肖博在北京电视台访谈节目中说，“对于暗访记者来说，愿意去表达的人，会成为一个更好的采访对象，因为他愿意把他好的一面都表达在你面前，去吸引你的关注。”而这恰恰就是肖博和“李总”眼中的彭杰。

2011 年 2 月下旬，过完春节长假两周后，“李总”带着助理又出现在东莞清溪镇。

根据肖博的回忆，栏目组在准备会上制定了二度采访方案：对彭杰“一方面要接着捧，另一方面要吓唬他”。

为了“接着捧”，“李总”与彭杰展开了更进一步的项目商谈——他让彭杰按自己提供的户型图开始配方案。彭杰很快拿出一份报价在 111 万元的单套别墅家具配备方案。以“李总”所说的 20 套别墅的规模，项目的总报价超过 2200 万元。

“我给家具厂跑单也有两三年了，以前做的单，总价连二三十万元都看不到。”超过 2200 万元的大单摆在眼前，彭杰既兴奋又忐忑。

2 月 23 日，“李总”将一份“董事长”对家具配置方案提出的修改意见转至彭杰邮箱。主要内容是指示继续砍价，要对 20 套别墅提出差异化配置方案，“首长卧室应与其他房间的配置拉开档次”，同时提出项目“较为敏感”，应注意保密工作。此外，所有产品需要在 7 月 1 日之前交货，时间紧任务重，配置方案中应详细标明家具所使用的材质。

“领导”指示要砍价、要优化方案，这给了“李总”充分的理由增加与彭杰接触的机会；“保密”和“标明家具使用材质”，则为下一步展开产品材质调查“埋线”。之后三四天里，“李总”几次约彭杰在厂里谈生意，对项目推进表现出了充分的诚意。

“他说自己早上起不来，所以每天都是过了中午来厂里，每次都是坐一会就走。他解释说自己血糖高，不能长时间工作，每天多多少少还有一些进展。”彭杰强调说，“我给他做的方案，用的都是我们展厅里那些长丰自有品牌的古典欧式家具。”

因为“时间紧任务重”，“李总”提出要进入生产车间，考察一下工厂的生产能力。服务热情的彭杰于是就做起了导游，其中还特别讲解了这些古典欧式家具的制作工艺，包括雕花部分是用高分子树脂材料而非实木。

“看完生产车间，他说这还不足以证明我们能做出跟达芬奇家居品质相同的家具。”彭杰开始发现，眼前的这个大客户越来越让自己难以招架——从考察批量生产的能力，转到要求订购与意大利进口家具品质上一样的产品。

“他反复跟我提到达芬奇，因为当时已经谈到价格了，他说‘你这东西有点贵，我没办法跟老板交待，要是达芬奇的家具，那还算合理’，然后问我们能不能生产……”24 岁的跑单员彭杰一步步走上对方设定的轨道。

“我当时想，离拿下大订单只差一步之遥，李总不断拿达芬奇的意大利家具与我们生产的欧式家具做比较，我就干脆说就是我们帮达芬奇生产的。”彭杰说，“因为我们生产的产品（指为好莱坞代工的家具）确实有在达芬奇卖，我当时觉得这就是稍微夸了下口。”

据黄文聪说，在那之前，东莞长丰与卡布丽缇惟一的关联是他曾买过一个卡布丽缇的五斗柜，供仿造拆解。但他认为那不算侵犯知识产权，因为自己会做修改，他还为这些修改申请了专利。

但在“李总”追问下，彭杰点头认下达芬奇展厅的卡布丽缇家具是“我们帮达芬奇做的”。在“达芬奇‘密码’”片中，记者先用旁白抛出疑问——“这位总经理的坦诚还是让我们产生了几分怀疑，难道达芬奇宣称的国际超级品牌的意大利卡布丽缇家具，真的是国内这家名不见经传的家具公司生产的？”

“李总”要求彭杰为自己的话拿出“真凭实据”。“我为了能做成这单生意，就带他去见了黄连聪。”彭杰说。

29岁的黄连聪，帮哥哥黄文聪打理海外客户的订单业务。因为是家族式小企业，黄连聪在厂里一直没有正式职务，在“达芬奇‘密码’”中，他的身份被显示为“财务经理”，他所在的办公室被显示为“财务室”。

央视播出的电视画面中，随后出现了电脑屏幕上的一张电子回单。这份由深圳达芬奇家居贸易有限公司通过民生银行账户向长丰支付货款的电子回单，显示的转账时间为2010年2月，距记者暗访已经过去一年，结算金额显示仅有9795元。

“我记得他们有两个人，在我这边聊了十几分钟。他的那个助理一直凑在我旁边，不断地问我‘还有什么证据’……”在长丰，很多对外业务往来的单据都是黄连聪经手，就存在他本人使用的这台电脑里，“跑单员”彭杰则完全没有查看权限。

听说彭杰带来这么重要的客户，黄连聪当然不敢怠慢，叫了同事帮忙，最终查出这张回单。与之相应的一份“预付账款明细账”上显示，这笔业务是达芬奇家居委托长丰加工展会所需的布艺布板及挂件。

电子回单的画面一经显示，《每周质量报告》记者马上在片中表态称，因为有了这一证据，从而让自己“彻底打消了此前的怀疑”。

但彭杰和黄连聪回忆说，“李总”当时还是觉得“这数额看上去很小”，用这张单子显示的金额和合作项目来证明实力实在有些牵强。彭杰和黄连聪又为“李总”找来

一些印有达芬奇家居新加坡公司抬头以及地址的 PI（形式发票）报价单、订单、产品装箱单。

黄连聪称，“达芬奇‘密码’”中显示的这些单据，所指向的客户是达芬奇代理的美国品牌好莱坞，长丰曾为好莱坞的几个产品系列做过代工。这些好莱坞家具最后被摆进达芬奇家居的展厅。

2011年11月28日，财新《新世纪》记者在深圳见到了好莱坞公司在中国大陆的“采买”负责人陈锐湘。他进一步解释说，好莱坞因为是“进口家具、全球采购”的身份，在东莞的家具企业完成代工后，即使是在国内销售，也还是要“先出关，再进关”。

“所以我们的货从深圳出关，通常会运往达芬奇在新加坡或香港的公司。”陈锐湘告诉财新《新世纪》记者，发往两个港口的区别在于，前者是投放达芬奇在东南亚地区的门店；发至香港的货则供应中国市场，会由达芬奇负责转运至上海港，由那边的仓库转到国内门店。

为什么好莱坞与长丰之间的业务往来单据中，会显示有达芬奇新加坡公司的名称及地址？黄连聪解释说，在东莞，像长丰这样的家具厂，做外单生意时主流的报价方式是选用“离岸价格”。这意味着生产企业还要负责联络物流货柜、完成报关，直至产品装船出港才算完成一份订单业务。从流程上，长丰需要事先从好莱坞拿到收货地址——也就是达芬奇新加坡公司和香港公司的地址，用来完成出港相关表格的填写，“因此在公司内部使用的单据表格上，为操作方便而预先写上最终收货地址也不足为奇”。

看完这些证据之后，“李总”终于表示不再怀疑长丰的生产能力。

一行人回到会客室，“李总”又抛出一个问题：“这20套别墅配下来要2000多万元，在客户面前如果简单说这是国内生产的，恐怕不好交待，有没有什么办法可以提高一下这批家具的附加值？”

“李总”将话题顺势拎回至达芬奇家居，开始拉着彭杰分析，“如何才能让客户面前，让这批货可以像达芬奇的意大利家具那样，也能卖个好价钱”。

“他就问是否能够通过出口转内销这种手段来增加附加值，他还叫他助手去注册一个运输公司这一类的事。”彭杰称，“李总”很明确的表示，提高附加值一事“不需要长丰负责”，只是想找自己讨论“如果能把家具转至意大利再转回国内，这事该怎么弄”。

“他坐在那里，不仅跟我、也跟他的助手在交流，我自然一直要附和他的观点，顺着他的思路说怎么做出口。”彭杰说。

“大买卖”眼看着很有戏了，可“李总”离开后再无音信，彭杰有些懊恼。他并不知道自己为拿到大单而说和做的一切已经被偷拍，更没想到，四个月後，这笔“大买卖”给他带来的是噩梦——节目播出当天，不知道等待自己是什么的彭杰选择了逃亡。

2011年7月21日，广东省工商局在其官网上发布《关于达芬奇事件的情况介绍》，称东莞市工商局对东莞长丰的办公及生产场所进行了全面检查，现场发现的发票及银行回单显示，当事人曾与上海达芬奇家居的深圳子公司有两批布板挂架的业务往来，销售金额分别为9795元及12921.4元。除此之外，并未发现长丰与达芬奇家居存在业务往来的合同、发票以及银行资金往来。

另据本刊查证，东莞长丰与达芬奇家居的间接关系——2010年至2011年6月为好莱坞品牌代工过两个系列的家具，合计结算金额为47.2万美元，合330万元人民币，距“达芬奇‘密码’”中所称东莞长丰为达芬奇每年生产5000万元卡布丽缇、好莱坞、瑞瓦品牌家具差别巨大。

广东工商的调查，证明电视节目里的那个彭杰说了谎。财新《新世纪》记者问黄文聪是否记恨彭杰，黄文聪摇摇头说：“他也是受害者，他已经很可怜了，精神崩溃了几个月，还吃过一次安眠药自杀。他只是个孩子。”

---

## 达芬奇冤不冤

[财新《新世纪》](#) (2011-12-31)

[财新《新世纪》](#) 记者 高昱 王姗姗 龙周园 邓海 王晓庆 见习记者 靳晴

达芬奇家居由潘东尼和潘庄秀华夫妇1994年在新加坡投资设立，专营意大利奢华家居产品的销售代理。2000年11月，达芬奇进入中国，注册成立达芬奇贸易（上海）有限公司，2010年6月更名为达芬奇家居股份有限公司，并准备在国内资本市场上市。

达芬奇家居是阿玛尼、范思哲等59个意大利品牌，拉夫·劳伦等15个美国品牌以及部分德国、西班牙家具品牌在中国的销售代理，在中国开创和引领了顶级家居用品市场。2004年4月达芬奇在京首家卖场开业当天，即销售1800万元：

一张卡布丽缇的石床 22 万元，一套 Vidal Grau 的沙发 30 万元，曾让见多识广的北京富人也望而咋舌，甚至让同行也认为离谱。

2008-2010 年，达芬奇家居营收分别达到 2.67 亿元、4.16 亿元和 6.04 亿元，税后利润也从 5532 万元稳步攀升至 8304 万元，净利润率一直保持在两位数。

在几家国际时尚大牌给财新《新世纪》记者发来的信函中，对达芬奇家居的评价均相当高。范思哲家居总经理 Massimiliano 写道：“2005 年我们进入中国市场后立刻意识到，需要寻找一个可靠的合作伙伴以帮助我们实现目标：拥有良好的信誉和顾客信任。那时候中国有很多假冒和仿制范思哲的产品。我们遇到了达芬奇公司并与其展开合作……我们相信达芬奇，我们明白事情的真相，而这些真相足够让我们继续支持达芬奇。”蓝色情人（Blumarine）的家居业务总经理 Giacomo 则表示：“我们认为央视的报道十分做作，没有可靠证据，我们现在比任何时候都要支持达芬奇，并且相信我们会赢得这场‘战争’！”

### 监管者的声音

在媒体聚光灯下，工商、海关、质检等部门对达芬奇“造假门”进行反复彻查。据达芬奇总部所在地和调查牵头方上海市工商局 8 月 31 日调查结论，达芬奇家居代理的所有意大利品牌家具，海关申报材料合乎要求；赴广东等地的调查，未发现达芬奇在原产地有伪造行为——无论是官方调查结论，还是意大利品牌商的背书，都确认了其代理高端品牌家居产品来源真实，占其代理产品 80% 以上的意大利品牌家具确为原装进口，此前媒体将达芬奇经销的意大利家具说成由东莞家具厂商打造，进而推论其产品大量造假，并不符合事实。

事实上，在此之前的 8 月 11 日，华寅会计师事务所上海分所也出具了一份稽查报告，这是其受上海浦江海关委托，对达芬奇家居 2011 年 2 月-2011 年 7 月从上海外高桥保税区仓库进口货物和 2008-2010 年达芬奇的阿玛尼品牌商品采购进口情况进行的“一横一纵”式审核，结果显示原产地申报真实，达芬奇与品牌公司的往来账应付货款记录也同报关金额一致，少数批次的价格和数量略有出入，合计还多申报数千美元。

2011 年 12 月 23 日，沉寂多时的达芬奇“造假门”终于有了官方处理决定。上海市工商局向达芬奇家居发出行政处罚决定书，指出达芬奇家居存在三点“违法问题”：一是封存扣留的 190 件卡布丽缇家具，经权威机构鉴定，有 5 个品种 7 件家具的部分指标不合格；二是标签标注不规范，对所经销商品标签中“主要用料”一栏，笼统标注为“木”“金属+布”等，美国品牌产地标注为“美国品牌、全球采购”；三是广告宣传不规范，其网站使用了顶级化的广告用语。上海市工商局检查总队最终决定没收这 7 件家具，并处其货值双倍罚款，计 133.42 万元。

公众几乎没有注意到，“达芬奇造假门”最初的指控——售假造假并未被行政机关调查结论所支持，因此，舆论普遍认为“造假贩子达芬奇”所受处罚过轻，对达芬奇家居高调不服上海市工商局的处罚感到不可理解。

事实上，2011年10月18日和11月12日，达芬奇曾两次致函上海市工商局，在承认标签标注和广告宣传不规范的同时，不认可自己经销的产品质量有问题。12月2日，上海市工商局就拟做出的处罚决定通知达芬奇后，12月14日召开的听证会上，达芬奇再次陈述申辩。在此之前，关于《每周质量报告》和其他媒体报道的家具质量不合格问题，达芬奇方面和卡布丽缇、珍宝公司总裁也向财新《新世纪》记者做了回应（见下表）。

### 重庆案例

即使确如达芬奇及品牌生产商所言，行政机关对其少数商品质量不合格的判定值得商榷，作为在华经营十年、年销售超过6亿元的高端家居代理商，达芬奇家居也非无懈可击。随着各地工商部门为期半年的严格调查，据财新《新世纪》记者了解，达芬奇家居在个案上确也存在有意向消费者隐瞒家具产地的现象。

2011年9月19日，重庆达芬奇贸易有限公司接到重庆市工商局江北分局的《行政处罚听证告知书》，该局就“消费者何昌秋举报达芬奇欺诈”进行调查后，拟做出处罚。

2009年7月10日，重庆达芬奇与消费者何昌秋签署家具购销合同，在合同附件《重庆李小姐美式家具报价清单》中，有手写加列“品牌产地”一项，美国品牌家具产地均填写为“美国”。但达芬奇家居提供的相关报关资料显示，何昌秋所购有涉及7个美国品牌的12件商品，原产地并非美国，其中2件产自中国，6件产自菲律宾，4件产自越南。

江北分局在听证告知书中表示，根据《重庆市消费者权益保护条例》第17条，初步认定达芬奇此行为涉嫌伪造产品产地，欺诈消费者。告知书还指出，“达芬奇上海总部2009年9月10日发给重庆达芬奇的电子邮件内容反映，你公司有意对消费者隐瞒家具属国内生产一事，恶意欺诈，性质恶劣”，决定从重处罚，没收违法所得，并处四倍罚金。

达芬奇公司律师辩称，重庆店销售员当时在消费者一再要求下，确实手写了“品牌产地”的备注，但按照国家质量技术监督局的相关规定，所谓伪造产地，是特指在“产品标识”上标注虚假的产品产地行为，报价清单不足为据。

9月21日，达芬奇家居向江北工商分局提出申请书，不认同“伪造产地、欺诈消费者”的处罚认定。据财新《新世纪》记者向江北分局查询，该局一位负责人称，《行政处罚听证告知书》的意思就是举报调查完毕后准备给予这样的行政处罚，被举报人可进行陈述、申辩，申请举行听证。到本刊发稿时，尚无此案举行听证的信息公布。

对于重庆消费者举报，中国消费者协会副会长、中国人民大学商法研究所所长刘俊海教授对财新表示，“与合同不符的行为，就是违反约定的行为”。

### “好莱坞”虚实

在财新《新世纪》记者的调查中，还发现了达芬奇家居一处颇具规模的夸大宣传“灰区”，即在达芬奇家居和东莞长丰的故事中不断被提及的“好莱坞”。

“达芬奇‘密码’”中有一封好莱坞跟单员 Ada Xiong 于 2010 年 6 月 28 日发给 Terrance（指东莞长丰黄连聪）的邮件，叮嘱长丰今后用于估价的 PI（形式发票）地址不要写达芬奇，而要改为好莱坞。其中还提到“老板娘”说价格贵了，可以通过减小使用实木和手工雕刻及使用倒膜的办法，重新调查价格。“达芬奇‘密码’2”中，甚至直接称“达芬奇下属的好莱坞公司”。

潘庄秀华对财新《新世纪》记者表示，邮件中提及的“老板娘”，指的应该她就是，但达芬奇家居及其各股东与美国好莱坞没有股权关系，后者系由她丈夫的一个多年朋友和生意合作伙伴在 2010 年初创立。不过她承认，目前好莱坞在全世界只有达芬奇家居一个买家。

根据达芬奇方面提供的数据，2010 年至 2011 年 6 月，达芬奇代理的好莱坞品牌家具共销售 1848.5 万元，占达芬奇同期总营收（10.3792 亿元）的 1.8%。

2011 年 11 月 26 日，财新《新世纪》记者采访了好莱坞品牌的创始人——52 岁的美国人 Philip Nifong。Nifong 称，成立好莱坞是他和设计师 Joel Schorr 一起想到的主意，最初是想在美国卖家具，“但美国市场近几年一直不太好，所以我们将新品牌的目标转向亚洲”。Nifong 在家居行业从业 30 多年，其中在美国家具品牌 Thomasville 的时间长达 25 年，Schorr 也在这家公司的亚洲市场工作多年。2010 年 1 月 20 日，好莱坞在美国北卡罗莱纳州的 High Point 市完成注册。Nifong 向财新《新世纪》记者证实，好莱坞从创业至今，销售环节一直只有一家代理，即达芬奇家居。

Nifong 在创业之前，向潘氏夫妇谈了自己的想法。“我们是几十年的好朋友，当他提出想用自己多年在家具业的经验打造一个自己的品牌时，我们立刻表示只要

品质、设计和价格理想，达芬奇会全力支持他。”根据潘庄秀华的解释，“全力支持”是指达芬奇会帮助好莱坞做保底销售。

此外，潘庄秀华还向 Nifong 推荐了原深圳达芬奇采购部的陈锐湘，也是自己的远房表弟。“达芬奇六七年前尝试创立过一个叫富尔敦的本土家具品牌，而陈锐湘当时的采购经验，给他在广东地区积累了很多家具代工资源。”

2010 年 11 月 2 日，好莱坞在深圳注册了一家名为“欧美屋设计咨询经营部”的个体经营机构，法人代表为陈锐湘，用以在广东地区业务流程的跟进。陈锐湘称，自己于 2010 年 3 月从达芬奇离职，转到好莱坞工作。好莱坞系“美国品牌、全球采购”，在美国本土没有自己的工厂，也没有代工厂，目前主要在中国、印度、越南寻找合适的厂家做贴牌代工。其中，中国大陆经常合作的代工厂有五六家，其产量在好莱坞的总产量中占 30%，印度的代工厂数额目前已经迅速超过了中国，有八到十家。

因为采取包销模式，达芬奇家居在经销好莱坞时利润颇丰。潘东尼向财新《新世纪》记者透露，好莱坞给达芬奇家居的价格是代工及物流成本加 10%-15%；也就是说，作为品牌商的好莱坞拿到净利润是 10%-15%；而作为渠道商的达芬奇，则一般在此基础上加价 1 倍进行销售。

2011 年 7 月之前，在达芬奇家居的网站上，成立仅年余、全球仅一家代理商的美国好莱坞，被列为达芬奇代理的 31 个“国际超级家居品牌”之一。

对于达芬奇家居在包装好莱坞品牌时的夸大宣传，中国消费者协会律师团团长邱宝昌认为，所谓“国际超级品牌”，一方面可以是约定俗成且已家喻户晓的品牌，另一方面则可由权威机构调研认定，如果消费者认为商家的广告宣传侵害了自己权益，可依据《广告法》实施起诉。

---

## 达芬奇案中案

[财新《新世纪》](#) (2011-12-31)

[财新《新世纪》](#) 记者 高昱 王姗姗 龙周园 邓海 王晓庆 见习记者 靳晴

一场原本普通的消费者与商家纠纷，一方付了部分预付款，但对到货商品不满；一方未收足货款，面对总是不满意的客户，要求先付款再送货。谁是谁非，已进入司法程序。然而，消费者找到电视台投诉，媒体周密部署，化装暗访，商家随即陷入“造假售假”的舆论漩涡。

这就是轰动一时的“达芬奇造假门”故事，但远不是故事的全部。

---

## 上海罚达芬奇家居 133 万

[新京报 \(2011-12-24\)](#)

上海工商局发出处罚书；达芬奇要告其违法行政

本报讯（记者廖爱玲）达芬奇家居陷入“造假门”5 个多月之后，上海工商局昨日向达芬奇家居股份有限公司发出行政处罚决定书，没收部分不合格家具，罚款 **133.42** 万元。不过，达芬奇家居这次态度强硬，在官方微博上对处罚提出两点质疑并直言“不服”，声称要告状上海工商，追究其违法行政的法律责任。

处罚未提及达芬奇产地造假

今年 7 月 10 日央视《每周质量报告》报道，达芬奇公司销售的“卡布丽缇”等家具并不像宣称的那样是 100%意大利生产，一部分由国内东莞厂家贴牌生产。

时隔 5 个多月后，上海市工商局于昨天向达芬奇家居股份有限公司发出行政处罚决定书，根据《产品质量法》规定，达芬奇经销的“卡布丽缇”家具未配有中文说明书、不符合国家强制性标准，部分产品经检测有部分指标不合格的行为，决定没收不合格产品，并处 **133.42** 万元罚款。

记者注意到，对于消费者比较关注、也是媒体聚焦的达芬奇是否存在伪造原产地的问题，处罚书里并没有涉及。

达芬奇称“不服”

就在处罚公布不久后，达芬奇家居于 18 时 12 分、18 时 34 分、18 时 45 分，通过官方微博连发 3 条信息，回应上海工商的处罚。

在微博上达芬奇坚称“从未造假”，并且直言“不服上海市工商局的行政处罚决定，将依法对该局提起行政诉讼，追究违法行政的法律责任”。

达芬奇此次对上海工商的处罚提出了两点质疑：一是认为行政处罚缺乏法律依据。二是认为检测程序不合法。

昨晚 10 时，达芬奇新闻发言人黄志新在电话里向记者确认了此事，并称已经把这些意见跟上海工商沟通过，目前正在准备相关诉讼资料，“这个是公司董事会拿出的一个统一的意见”。他说对工商指出的家具标签标注、广告宣传问题都已整改，但后来咨询专业人士发现了工商对不合格家具的认定标准和程序存在问题，所以才有诉讼的想法。

---

## 达芬奇不服罚 上海工商应诉

[新京报](#) (2011-12-25)

针对“133.42 万”行政处罚，达芬奇称将提起行政诉讼，上海工商表示将依法应诉

### ■ “被罚 133 万 达芬奇‘不服’”追踪

本报讯（记者廖爱玲）在上海工商发出 133.42 万元罚单，达芬奇却直言“不服”后，昨天上海市工商局在微博回应达芬奇的质疑，表示部分产品不合格是依据法定权威检测机构的鉴定而作出的结论，工商将依法应诉。

而达芬奇随后又针锋相对地对工商说法逐条再回应，双方通过微博互相批驳，打起“口水仗”。

上海工商

无中文说明书就是违法

12 月 23 日，上海市工商局向达芬奇家居股份有限公司发出行政处罚决定书，指出其“卡布丽缇”家具未配中文说明书、不符合国家强制性标准，部分产品有部分指标不合格。但达芬奇家居质疑该行政处罚缺乏法律依据，且检测程序不合法，表示将依法对该局提起行政诉讼（本报 12 月 24 日报道）。

昨日下午，上海市工商局通过微博“上海工商”先后发出 4 条信息回应质疑，指出在中国市场销售进口家具，必须配有产品中文说明书，这是国家强制性标准。达芬奇已承认没给消费者配备中文说明书，这是违法行为，必须受到法律处罚。而判定部分产品质量不合格，是依据国家法定权威检测机构出具的鉴定结论作出。对达芬奇要提起的行政诉讼，上海工商表示将依法应诉。

达芬奇

缺说明“不应行政处罚”

不过，对上海工商的回应，达芬奇家居并不买账。昨晚 7 时 30 分，它又在官方微博针锋相对地逐条再“反驳”。达芬奇称从未回避任何法律责任，将严格按照要求提供中文说明书。但上海工商援引《产品质量法》第 39 条“以不合格产品冒充合格产品”处罚，“缺乏中文说明书”就成了不合格产品，不符合法律逻辑，按照《产品质量法》缺少中文说明应该是由工商责令改正，而不应课以行政处罚。

同时，昨天凌晨达芬奇正式给众媒体发出的公开声明称：“上海市工商局的调查结论证明，根本不存在此前《每周质量报告》报道的产地造假问题，该报道系虚假报道”。

为何不回应推荐性国家标准不得作为处罚依据的质疑？

听证会上为何拒绝要求鉴定机构出庭的请求？

——达芬奇一连发出了好几个反问，表示要向法庭提交证据以揭示真相。

判定部分产品质量不合格，是依据国家法定权威检测机构出具的鉴定结论作出，不是达芬奇自己可以解释的。

——对于达芬奇公司提出行政诉讼，上海工商称“将依法应诉，相信法院会作出公正判决”。

---

中央电视台《每周质量报告》记者李文学严正声明

中国网络电视台 (2012-01-01)

中央电视台《每周质量报告》记者李文学严正声明

一、2011 年 7 月 10 日、17 日央视《每周质量报告》栏目相继播出了[《达芬奇密码》](#)、[《达芬奇密码 2》](#) 两期节目，本人系该节目调查记者，节目披露了达芬奇家居部分产品存在产地造假、原材料造假、虚假宣传等欺诈消费者的行为。同时也报道了上海、广东等地工商部门、上海检验检疫部门的执法查处过程，本人对上述内容的真实性负责，不存在与他人勾结、陷害达芬奇家居的行为。

二、潘庄秀华接受相关媒体采访时妄称给本人 100 万元，完全是诬陷和诽谤，本人正在收集相关证据材料，将通过法律手段维护合法权益。

三、潘庄秀华称向有关公司支付所谓公关费用与本人无关。

四、要求潘庄秀华等人立即停止诽谤和诬陷等违法行为，消除影响，赔礼道歉。

最后，请大家认真地再看一遍我这两期节目的视频，我在用事实说话！