

学习贯彻习近平法治思想

——案件新闻纵深——

本想“捡漏”反被“打眼”，三倍索赔缘何被拒？

□ 李 洁 童昱昕



漫画：穆 依

千元下单“回流货”

王先生今年四十出头，平日里最大的爱好就是收藏各种古玩意。从青瓷到铜器，这么多年来他在收藏这条路上没少花心思，也交了不少“学费”。用他自己的话说：“玩收藏的人，谁还没打过几回眼？可这回不一样，明显是被人骗了。”

2025年10月28日，王先生躺在沙发上刷抖音，大数据似乎读懂了他的喜好，频繁推送各类古玩直播间。他随手点进一个专门售卖铜器的直播间，只见，主播拿着一只铜磬对着灯光反复展示，口中滔滔不绝：“各位老铁看好了，这件可是正儿八经的回流物件，从日本那边收过来的，纯手工打造，每一条纹路都是匠人精心锤打出来的，是真正的‘老东西’！”说罢，主播用手指轻轻敲击磬面，一声清脆悠长的回响在直播间荡漾开来。“听这声音，老铜磬才有这种韵味，新的根本出不了这个音！”

屏幕上，那只铜磬外形古朴，通体呈深褐色，表面隐约可见斑驳的氧化层。磬面上刻有“天龙”“元祖”“手打”等字样。商品链接的标题里也注明了“回流的元祖级别磬”“纯手工制作”。王先生越看越心动——在日本的回流物中，带“元祖”字样的通常意味着年代早、级别高，收藏价值不菲。

曾经，他在犹豫中错失了一件铜器真品，懊悔了许久。这一次，他不想重蹈覆辙。在主播一声声“回流货”“老东西”的吆喝声中，王先生果断下单，支付了2600元。付款成功的那一刻，他甚至有点小兴奋，觉得自己这回真是“捡漏”了。

鉴定结果“新工艺”

一周后，快递如期而至。王先生特地洗净双手，像拆一件宝贝一样小心翼翼地打开层层包装袋。

然而，当铜磬真正捧在掌心，他的眉头却越皱越紧——铜器表面上虽

然做了仿旧的着色，但质感生硬，缺乏自然形成的包浆皮壳；边缘的锤击纹路过于均匀，更像是机器冲压而非手工锤打；底部的磨损痕迹也不自然，带有明显的做旧痕迹。他翻出自己收藏的一件清末老铜器作对比，无论是铜质的密度还是叩击后的余音长短，都相去甚远。

心里已有了七八分判断，但王先生仍抱有一丝侥幸：万一自己看走眼了呢？毕竟隔着屏幕看东西，总有些偏差。为求个明白，2025年11月20日，他将铜磬送往专业机构鉴定。一个半月后，鉴定机构出具结论，果然不出所料：这并非什么“回流老货”，而是现代新工艺制作的、表面做旧处理的仿制品，不具备收藏价值。

感觉被“套路”的王先生气愤不已：“这不是耍人吗？明明写着‘回流老货’，到头来是个新东西！”他立刻联系店铺客服，质问对方为何把新工艺品当“回流老货”卖。然而商家的回复让他更加窝火。客服先是表示“亲，我们的商品描述都是真实有效的呢”，在王先生出示鉴定报告后，对方却给出了另一套说辞：店铺卖的是自营手工艺品，从未承诺是古董文物；口中的“老的”，指的是东西系从日本回流、被人使用过的“旧物件”，并非指年代久远的文物。

双方各执一词，协商无果。王先生越想越咽不下这口气。3月1日，他一纸诉状将商家告上法庭，主张商家的行为构成消费欺诈，要求判令“退一赔三”。

两审驳赔“有缘由”

案件立案后，王先生是信心满满。在他看来，事情再清楚不过了——直播间里说得天花乱坠的“回流老货”，鉴定出来就是个现代仿品，这不是欺诈是什么？

可等到开庭审理时，情况远比他想象的复杂。

庭审中，王先生陈述了自己的购货经过，提交了订单截图、直播录屏、鉴定报告等证据，认为直播宣传与实物严重不符，“回流”“老东西”等表述足以让普通消费者误认为该铜器具有古董属性，是典型的误导和欺诈。

而店铺方则坚持辩称，出售的并非古玩，仅为手工艺品，所谓“老的”指的是“旧的、用过的”，并未承诺为古董或具有收藏价值的老物件。自己并未对铜磬的具体年代和历史价值作出明确保证，王先生作为常年收藏的“圈内人”，理应自行承担“打

【案后余思】

尊重“行规”，同时也不能放任“违规”

随着直播带货的兴起，曾经小众且充满神秘感的古玩收藏品交易，正大规模地从线下实体店延伸至线上直播间。“老宅寻宝”“民间捡漏”“大师孤品”“低价清仓”等传统古玩圈里的术语，如今成为各大直播间的吸引流量的营销热词。

然而，热度背后，虚假宣传、以假充真、以次充好、套路营销等问题层出不穷。许多消费者花费重金买下“传家宝”实为现代仿品，而在后续维权时，又往往陷入举证困难、追责无门、退款无路的窘境。

针对这一新兴领域的乱象，网络交易的虚拟性进一步放大了信息不对称的风险。消费者在参与此类交易时，必须充分认识到古玩行业的特殊性，不宜将普通商品的“退一赔三”规则简单套用。

古玩行业素有“买卖全凭眼力、真假各安天命”的惯例，在传统语境下，交易真伪全凭买卖双方的知识储备、鉴赏能

力和实践经验来判断。交易双方都有判断失误的风险。卖家低价出货的“卖漏”、买家看走眼的“打眼”，都属于行业常态。

参与古玩交易的买家，通常被视为自愿接纳了该行业的高风险属性。因此，在法律实践中，不能简单地将“货不对板”等同于法律意义上的欺诈。法律守护诚信交易，但不会为心存侥幸、疏于甄别的“捡漏”心态兜底。

当然，尊重“行规”不等于放任“违规”。若商家为促成交易，积极对器物具体年代、材质等核心要素作出明确保证或承诺，事后证明系故意的虚假陈述时，就属于法律所禁止的“真欺诈”。

在这种情况下，消费者有权主张自身权益。但值得注意的是，消费者若主张欺诈，须承担相应的举证责任

一审判决：驳回了王先生三倍赔偿的诉请。

王先生不服，提起了上诉。台州中院二审审理后认为，在古玩交易中，卖方的告知义务相较于普通商品买卖有所减弱。除非卖家对商品的产地、年代等核心要素作出了明确且虚假的保证，否则不宜轻易认定欺诈。在案证据尚不足以证明店铺经营者故意告知王先生虚假情况、诱使其作出错误意思表示。商家的宣传用语虽有夸大和模糊之嫌，但尚未达到民事欺诈的法定认定标准，遂裁定驳回上诉，维持原判。

目前，该案已生效，买家已退货。

案里说民生

花上万元报名“直播陪跑”服务，本想专业团队指导下快速入局直播赛道，但实际却只拿到了录播课和一份讲稿。交出去的费用还能要回来吗？近日，北京市房山区人民法院审结了一起“直播陪跑”服务合同纠纷案件，判决培训公司退还学员杨女士服务费7788元。

“直播陪跑”服务未达预期，费用能退吗？

□ 张晓婷

法规的强制性规定，合法有效，双方均应依约履行。杨女士足额支付服务费后，公司应按照合同约定提供服务。双方合同约定了多项“直播陪跑”服务内容，不仅包括提供录播课程，还包括实时答疑、互动交流 and 教学指导。但合同履行过程中，公司仅发送了部分培训资料，开展了少量直播复盘和答疑，且在90天服务期内，因杨女士对服务效果提出质疑便将其移出沟通群，此后未再就直播专业问题提供任何指导，未全面履行合同义务。

法院认为，“直播陪跑”服务建立在双方的信任基础之上，具有较强的人身属性，不适宜强制履行。公司将

杨女士移出群聊，以实际行动表明不再继续履行合同；杨女士也明确提出解除合同，双方合同目的已无法实现，故案涉合同应予解除。

法院认为，合同解除后，尚未履行的，终止履行；已经履行的，根据履行情况和合同性质，当事人有权请求恢复原状、采取其他补救措施并赔偿损失。因杨女士未能提供充分证据证明公司存在虚假宣传，法院结合公司已提供服务的实际内容、服务周期及合同性质，根据公平及等价有偿原则，酌定公司退还杨女士服务费7788元。

目前，该判决已生效。

【法官提示】

理性看待直播创业 切勿轻信宣传噱头

随着直播经济蓬勃发展，“人设打造”“直播带货”“主播成长训练营”等各类直播运营服务项目层出不穷。“直播陪跑”服务本是相关机构通过策略指导、实操辅助、数据复盘等方式帮助从业者快速掌握直播技能，实现独立直播的专业服务。但部分机构抓住人们渴望直播创业致富的心理，以“零基础起号”“低投入高回报”等噱头诱导消费，提供的合同内容条款模糊，标准不明，实际履约时服务大打折扣，敷衍提供指导，甚至以踢群、失联等方式逃避责任，损害消费者合法权益。

直播领域相关服务经营者应当依法合规经营，严格按照合同约定的内容和标准提供服务，不得进行虚假或引人误解的宣传，面对消费者的合理质疑与诉求，应积极沟通协商。

消费者要理性看待直播创业风口，切勿轻信“快速变现”“稳赚不赔”等宣传噱头。报名前要仔细核查机构经营资质，认真阅读服务合同条款，对服务内容、服务质量标准、服务周期、退费条件等核心事项明确约定。同时注意留存聊天记录、付款凭证等证据，依法维护自身合法权益。

构建青少年法治教育新格局

□ 牛敬良 陈 思

观察与思考

青少年是祖国的未来、民族的希望。《中央宣传部、司法部关于开展法治宣传教育的第九个五年规划（2026—2030年）》明确要求，把法治教育纳入国民教育体系，加强青少年法治宣传教育。但一段时期以来，部分地区仍存在教育形式单一、普法内容虚化、家校社协同衔接不畅等短板。经笔者分析，当前青少年法治教育主要存在以下三个薄弱环节：

一是法治宣传教育组织形式相对单一。目前的普法方式主要以传统模式为主，如开展讲座、摆放展板、发放宣传资料等，缺少沉浸式体验式场景设计，青少年主动学法内在兴趣挖掘不够充分，导致普法实际效果与预期目标存在差距。跨部门统筹协调不足，普法资源整合不充分，偏远区域、城乡接合部等重点区域普法覆盖率有待提升。

二是普法内容与青少年实际风险贴合不紧。部分内容更滞滞后，对帮信罪、网络欺凌、套路贷、新型伪装毒品等青少年日常高频涉及的新型违法风险针对性警示教育不足，难以适配当前复杂的成长法治环境。内容分层设计不够精细，未匹配不同年龄段认知特点，低龄段内容偏晦涩、高龄段内容偏浅显，整体教育适配性不强。

三是家校社法治教育衔接机制不够顺畅。部分家长存在“重学业、轻品行”的认知误区，忽视对孩子的法治观念引导，对孩子的思想动态、交友情况、网络行为监管缺失，发现孩子出现不良行为苗头时，回避问题、不主动对接学校，错失抓早抓小的最佳干预时机。家庭日常引导与校园法治教育衔接脱节，社会层面的法治教育资源也未有效嵌入家校协同链条。

加强青少年法治教育，是落实立德树人根本任务、筑牢全民法治素养根基、护航未成年人健康成长，以法治力量培养担当民族复兴大任时代新人的基础性、战略性工程。为此，笔者建议：

一是着力增强青少年法治宣传教育实效性。在用好用传统法治宣传教育方式的基础上，深化全媒体法治传播体系建设，运用微视频、微电影、微短剧、动漫等青少年喜闻乐见的形式，推广模拟法庭、庭审观摩等沉浸式普法场景，探索AI法治互动等新型载体，持续增强普法传播力、影响力、感染力，推动法治副校长配备全覆盖并实现有效履职，为校园法治教育提供稳定的专业司法支撑。用好评价牵引，将法治素养纳入学生综合素质评价体系，实现普法过程与成长评价的深度融合。

二是精准丰富青少年法治宣传内容。持续深化未成年人保护法、预防未成年人犯罪法、民法典等法律的普及宣讲，明确不良行为与违法犯罪的法律边界，聚焦个人信息保护、防范电信网络诈骗、网络游戏沉迷、网络谣言、网络暴力、“饭圈”乱象等青少年身边高频涉网风险场景，系统开展网络治理相关法律法规宣传，帮助青少年精准识别网络空间隐形陷阱，推动清朗网络生态与青少年健康成长双向护航。做好生态环境法典普法宣传，强化依法保护鸟类等野生动植物的专题教育引导，让青少年在贴近自然的实践场景中建立生态法治思维。

三是协同构建青少年法治教育新格局。以青少年身心特点和成长需求为导向，构建课堂主导、家庭协同、司法助力、社会联动的青少年法治教育格局。把社会主义核心价值观观教育贯穿普法全过程，加强正面引导，帮助青少年养成自尊自爱自律的行为准则，稳步提升青少年综合法治素养。聚焦重点群体，针对留守、单亲、监护缺失家庭开展入户一对一法治指导，引导家长落实监护责任。建立由教育部门牵头，公检法司、共青团共同参与的青少年法治教育协同专班，明确各单位年度普法责任清单，从机制层面破解重复普法、资源分散问题，系统推进法治教育，为青少年健康成长筑牢全链条法治屏障。

（作者单位：吉林省四平市中级人民法院）



漫画：穆 依

杨女士在浏览短视频时，被某公司的直播运营服务内容所吸引。直播间内，看到该公司重点推介的“短视频直播初升高学习方法赛道”的发展前景，杨女士较为动心，与公司负责人线上连线沟通，随即签订了《直播线上陪跑课程服务协议》。

双方协议约定，该公司作为杨女士短视频直播顾问，为杨女士提供为期90天的教育类短视频账号起号、直播、带货等全流程服务，涵盖系统课程视频、全品类商务产品合作、直播内容定制、话术搭建、直播答疑等内容。杨女士依约支付了服务费12980元。

合同履行过程中，杨女士发现服务内容与合同约定不符，公司仅建立一个沟通群，发布录播课程供

自学，另附一份直播讲稿要求背诵，未提供其他培训服务，首次直播效果也不理想。杨女士在群内对服务效果提出质疑后，被直接移出微信群。

杨女士认为，某公司未按合同履行服务，且存在虚假宣传服务效果的情况，因此，起诉至北京市房山区人民法院，要求解除服务协议并全额退还服务费12980元。

某公司辩称，已向杨女士提供自制的系统直播课程，在杨女士直播前为她提供了直播讲稿并提示直播注意事项，协助杨女士完成首次直播并复盘指导，已履行合同义务，不同意退款。

房山区法院经审理后认为，案涉《直播线上陪跑课程服务协议》是双方真实意思表示，内容不违反法律、行政