编造悲情故事直播带货

退休阿姨爱心消费遇骗局，主播、商家“退一赔三”

刘阿姨退休多年，偶然在某平台直播间听到主播讲述帮助留守儿童上学、为困难家庭儿童治病等故事，对此深信不疑。为帮助主播口中的“可怜人”，刘阿姨两年来累计在该直播间花费数万元购物。后刘阿姨得知这些故事均为主播演绎，并非真实事件，认为自己上当受骗，遂诉讼维权。近日，上海二中院对该案作出终审判决，认定主播、商家构成欺诈，共同承担“退一赔三”的赔偿责任。



同情主播，花 10 余万元购物

2021 年，刘阿姨在某平台观看视频时，偶然刷到一直播间，主播“郑某”正在讲述困境家庭的悲惨故事。刘阿姨被“苦情戏”所吸引，并信以为真，为帮助直播间中提到的困难家庭，多次在该直播间下单购物。

此后，刘阿姨还添加了“郑某”微信，持续关注帮扶进展。“郑某”在与刘阿姨的微信对话中则继续以“讲故事”的方式予以回应。

两年间，刘阿姨关注了“郑某”在各平台的账号，总计花费 10 万余元购买其带货商品。“郑某”则多次在直播前通过微信提醒刘阿姨观看。

后刘阿姨在浏览社交媒体时，看到了揭露以虚构剧情直播带货为套路的视频，意识到自己可能受骗上当，遂联系“郑某”要求退货退款并赔偿，但“郑某”未予回应。刘阿姨故而决定通过法律途径维权。

本案为刘阿姨针对在“郑某”直播间购买的 2 件玉手镯所提起的诉讼，要求主播、直播间运营者、玉器商家返还购物款 6600 元，并赔偿购物款 3 倍金额 19800 元。

主播因虚构故事被判退一赔三

一审法院经审理查明，案涉直播账号的注册人为曹某，刘阿姨购物期间的出镜主播为高某，高某长期以“郑某”身份在该直播间直播带货。

本案中，根据刘阿姨与高某的微信沟通记录可知，双方在沟通过程中提及多个人名及称呼，上述部分人名或称呼是高某在直播时所演绎及讲述的故事人物，具有演绎色彩；另外，根据高某另案中提供的《经纪合同》可知，其曾与某传媒公司签署经纪合同，合同约定的核心条款内容即为其作为网络主播，利用线上平台，进行网络演艺、线下商演、线上及线下商品销售等活动，演艺形式多样化，包括个人直播间互动演艺、众筹、线上演唱会等。因此，高某确实存在利用其网络主播身份，实施跨平台、长期、多样化形式的演绎销售商品行为。

刘阿姨购买案涉商品的时间为 2021 年 8 月 30 日至次日，结合直播平台提供的《情况说明》，案涉直播间确曾因涉嫌表演炒作，存在欺骗、嘲讽、挑衅、谩骂等不友善内容被处以中断播放的处罚。因此，一审法院认定刘阿姨购买案涉商品，确系因高某作为案涉直播间主播以“郑某”身份通过剧本演绎、虚构故事情节的方式诱导所致，高某作为主播销售案涉商品时，并未就相关内容为剧本故事演绎对消费者进行过明确告知。

综上，一审法院确认，高某对案涉商品所采用的销售方式，使刘阿姨陷入错误认识并做出购买决定，构成消费欺诈。一审法院判决，玉器商家应退货退款，高某、曹某、玉器商家共同赔偿刘阿姨 3 倍购物款。

一审判决后，高某、曹某不服，向上海二中院提起上诉，认为其不应承担三倍赔偿责任。

终审认定主播行为构成欺诈

上海二中院认为，本案争议焦点为高某、曹某应否向刘阿姨承担惩罚性赔偿责任。

首先，关于高某于案涉直播间的营销行为是否构成消费欺诈。认定消费欺诈，应审查经营者是否故意告知消费者虚假情况或者故意隐瞒真实情况，诱使消费者陷入错误认识并作出不真实的意思表示。

本案中，虽刘阿姨未提交高某在该平台的直播视频，但结合平台对案涉第一笔商品交易所涉直播间的处罚记录、刘阿姨与高某于案涉交易发生日前后的微信聊天记录、高某于案涉直播前发布的视频内容、另案生效裁判等，可以认定高某在案涉直播间长期以“郑某”身份采用剧本式演绎的营销方式，虚构人物关系，编造安全危机、救助弱势群体等故事情节，借此获取消费者的同情、信任和情感认同。且没有证据证明高某、曹某以显著方式标明相关剧情系作品演绎。

刘阿姨在微信聊天中反复表达对相关人物的担心，案涉订单也显示为“郑某”推荐购买，足以认定刘阿姨是在误认为相关剧情为真实事件的情况下陷入错误认识并作出购买意思表示。该种以虚构悲情故事诱使消费者基于同情和爱心作出购买决定的营销手段，挑战社会伦理底线、骗取公众爱心、损害消费者利益，不利于平台经济健康发展和良好营商环境优化，违反诚实信用原则及消费者权益保护法相关规定，应认定构成消费欺诈。

其次，关于曹某作为直播间运营者、高某作为直播营销人员应否对欺诈行为承担惩罚性赔偿责任。

本案中，高某在案涉直播间以“郑某”这一具有一定影响力的身份对案涉商品作推荐，符合广告代言人的主体特征；曹某作为案涉直播间运营者，组织、发布直播营销内容，构成广告发布者。据规定，发布虚假广告，欺骗、误导消费者，使购买商品或者接受服务的消费者的合法权益受到损害的，由广告主依法承担民事责任。其广告经营者、广告发布者、广告代言人，明知或者应知广告虚假仍设计、制作、代理、发布或者作推荐、证明的，应当与广告主承担连带责任。

现相关直播内容构成虚假或者引人误解的广告，广告主、案涉商品的销售方依法应承担惩罚性赔偿责任；而高某直接实施剧情演绎和推荐行为，对广告虚假性显属明知；曹某亦未举证证明其已尽审核、标注、制止义务，应认定其明知或者应知案涉广告虚假仍予发布。对于高某、曹某称其系“代播”，且已标明商品实际销售者的辩解，法院认为，鉴于其正是通过剧本式演绎的营销方式虚构商品来源与背景，误导消费者作出购买行为，消费者显然未能辨别其并非实际销售者，故对其辩称不予采信。故高某、曹某应就案涉商品货款的 3 倍赔偿责任与玉器商家承担连带责任。

综上，上海二中院判决驳回上诉，维持原判。

晨报记者 张益维 实习生 许嘉颖
通讯员 章晓琳

假红头文件布局 高价补品设套

徐汇警方双线出击精准劝阻，牢牢守护老年人“养老钱”

近期，徐汇公安分局漕河泾派出所民警在社区走访、警银联动中，成功消除两起新型涉老诈骗隐患，精准劝阻，及时止损，牢牢守住群众的“养老钱”。

陌生红头文件寄到家

10月 12 日，漕河泾派出所社区民警杨智斌在辖区常态化走访摸排时，多名居民向她反映了一件怪事。

“杨警官，我收到一封北京寄来的信，地址、名字都不对，里面还有红头文件，说可以扫码退费，能不能扫啊？”居民带着疑惑向民警求助。

敏锐的反诈直觉让杨智斌立刻警觉：近期并无官方统一邮寄退费文件的相关政策，陌生信件 + 红头文件 + 扫码退费，是典型新型诈骗套路。她当即回应居民：“大家千万不要扫！这种都是仿冒官方文件的新型骗局，一扫码个人信息、银行卡信息就可能泄露，极容易被骗！”

为防止风险扩散，杨智斌第一时间联动居委、物业，对小区开展全覆盖排查、逐户上门提醒。同时依托社区警情通报会，对楼组长、退休老党员开展集中宣讲。“现在骗子手段越来越真，连红头文件都敢伪造，大家一定要转告家里老人，陌生信件不轻信、陌生二维码不扫码、陌生退费不转账。”

民警同步指导居民安装启用 “金护”及国家反诈 AI 防护功能，通过提前预警、靠前宣传，成功将这一波新型信件诈骗风险扼杀在萌芽状态，辖区无一名群众受骗。

执意取现 20 万买“海参”

就在社区反诈宣传火热开展的同时，一场 20 万元大额养老诈骗拦截战，在警银联动机制下及时打响。

10 月 16 日，辖区银行工作人员发现异常：市民王阿婆执意要支取 20 万元现金。工作人员耐心询问用途，王阿婆言辞含糊、神色紧张，只反复说：“我老伴生病住院，急需用钱，你们不用多问。”面对老人不愿细说、情绪执拗的反常状态，银行工作人员高度警惕，随即启动警银联动预警，第一时间向漕河泾派出所上报异常警情。

社区民警金虹翔接报后火速处置，一边联系老人子女核实，一边上门劝阻。通过细致沟通，民警终于摸清真相：王阿婆无意中走进小区附近一家理疗店消费，被店员不断洗脑，轻信所谓“稀缺野生海参、治病养生”的话术，打算花 22 万元高价购买，已经先行支付 2 万元定金，还准备取出 20 万尾款继续交易。

“阿姨，真正的名贵滋补品，不会通过理疗店私下高价兜售！”金虹翔耐心普法，“这类线下理疗店高价卖‘神药、神补品’，是专门忽悠老年人的经典套路，没有资质、没有保障，最后只会人财两空！”民警结合真实案例，逐条拆解骗局，细数私下大额交易、无凭证交易的各类风险。

起初固执己见的王阿婆，在民警真诚耐心的劝说、女儿的一旁劝导下，终于清醒过来：“我真是糊涂了，我就觉得他们对我特别亲切，差点花了冤枉钱！”

为全力挽回群众损失，民警立刻联系涉事理疗店工作人员，严肃开展警告教育。在警方的依法处置与严肃震慑下，店家认识到问题严重性，当场将 2 万元定金全额退还王女士，成功为群众挽回全部损失，彻底杜绝 20 万元大额被骗风险。

成功劝阻后，徐汇警方并未就此止步。为从源头根除隐患，警方联合市场监管部门，对涉事理疗店开展联合执法核查，全面核查经营资质、经营范围及营销方式，对违规经营行为依法整改、严肃处置，净化辖区养老消费环境。

晨报记者 陈泉
通讯员 顾婧妮