

# 大肆销售游戏账号,还帮未成年人绕开防沉迷

## 法院判了:构成不正当竞争,赔偿80万元

本报记者 俞可薇 通讯员 钟法

网络游戏防沉迷实名认证系统,是守护未成年人作息与身心健康的法定防线。然而,有人为牟利竟侵蚀这道防线。近日,宁波市中级人民法院审结了一起不正当竞争纠纷案,明确被告某游戏公司帮助买家绕开实名认证的行为构成不正当竞争,判决其赔偿原告经济损失及维权合理开支共计80万元。

据悉,B站代理游戏超过500款,并投入大量技术、财力和人力,搭建账号实名制体系,运营未成年人防沉迷系统。然而,某游戏公司却在某电商平台开设店铺,售卖二十余款B服热门游戏账号,部分链接的拼单量超过50万件。更恶劣的是,为帮助未成年人买家绕开B站的实名认证和手机验证要求,被告还向未成年买家提供虚拟手机号,并配套可接收短信验证码的“接码平台”。买家无需提供任何真实身份信息,即可完成账号绑定并登录游戏。

B站运营方认为,某游戏公司的行为违背诚实信用原则和行业公认的商业道

德,损害了平台和消费者的合法权益,遂诉至法院,要求被告某游戏公司停止侵权、登报道歉并赔偿500万元。

被告辩称,自己与B站不存在值得保护的竞争利益,所售游戏账号和虚拟手机号均通过合法渠道收购,不构成不正当竞争。

法院经审理认为,结合法律规定、行业主管部门要求及网络游戏行业商业惯例,账号实名制、禁止账号交易、对未成年人采取防沉迷保护,是行业内公认的商业道德。B站运营方投入成本落实上述制度,对其平台管理和运行秩序享有合法权益。

被告作为游戏行业从业者,理应知晓这些规则,却以营利为目的,大规模销售B服游戏账号,并提供虚拟手机号和接码平台帮助买家绕开实名认证,主观恶意明显。该行为不仅导致B站注册用户减少、增值服务交易机会流失,增加平台的监管和运营成本,还危害游戏用户的信息安全,破坏游戏匹配机制和运营平衡。

更严重的是,未成年人可通过购买账

号直接绕过防沉迷系统,损害了未成年人合法权益,扰乱了市场竞争秩序。综上,法院认定被告某游戏公司构成不正当竞争。

综合考虑被告行为的性质、规模、持续时间,以及原告为制止侵权支出的公证费、律师费、差旅费等合理维权开支,法院酌情判定被告某游戏公司赔偿原告B站运营方经济损失及合理维权费用共计80万元。因被告某游戏公司已主动下架相关游戏账号销售链接,且原告B站运营方未能举证证明被告存在其他侵权渠道及商誉受损事实,法院对原告的其他诉讼请求未予支持。一审判决后,双方均未上诉,判决已生效。

### 法官提醒:

网络游戏行业从业者应恪守商业道德和法律规定,坚守账号实名制、防沉迷保护等底线。平台方应持续强化技术防控,加大黑产治理力度,共同维护健康有序的网络游戏市场环境。广大消费者也应拒绝买卖游戏账号,自觉抵制网络黑灰产,守护个人信息安全。

# 承诺成年男士 1年增高10厘米 美容店构成欺诈 被判退一赔三

《中国消费者报》孙蔚

美容机构承诺能为成年人实现大幅增高等有违生理规律的效果,收取费用后却无法达成,责任应如何认定?日前,北京市第三中级人民法院审结的一起服务合同纠纷案,为此类问题提供了明确的司法裁判标准。

32岁的王某结识了从事美容养生服务的经营者张某。张某称,通过一套包含特定调理、口服补充及仪器辅助的综合服务方案,可以在1年内使王某的身高增长10厘米。对于一个早已过了骨骼生长期的成年男性而言,这一承诺极具吸引力。于是,王某向张某支付了2万元的费用。

双方虽未签订书面合同,但通过手写服务单、收据及付款记录,确立了事实上的服务合同关系,服务单上明确载明了长高10厘米的目标及相应费用。

此后,张某为王某提供了数次服务。然而,随着约定服务周期届满,王某沮丧地发现,自己并未如张某所承诺的那样出现显著的身高变化。王某深感被欺骗,要求张某退还费用被拒绝。为维护自身权益,2025年1月,王某选择诉诸法律,请求法院判令张某退还其支付的服务费,并依据消费者权益保护法主张三倍赔偿。

经过一审、二审,近日北京市第三中级人民法院从法律与科学常理的双重维度,对此案作出终审判决。

首先,法院对案涉承诺内容的合理性进行了审查。王某在接受服务时已是年满32周岁的成年人。通过非医疗性的、生活美容或养生调理手段,在一两年内实现10厘米增高,缺乏权威的医学理论支持和广泛的实践验证基础。张某的承诺带有强烈超常性和诱惑性,真实性存疑。

其次,法院明确了该承诺在合同语境下的法律属性。张某并非仅表达一种美好愿望或模糊目标,而是将长高10厘米这一具体、可量化的结果,与明确服务期限、数万元对价直接挂钩,实质上已构成了对服务效果的保证或允诺,并直接影响王某作出购买决策。

关于张某是否存在主观故意,法院认为,张某作为一名长期从事美容养生服务的经营者,理应具备与其业务相关专业知识和医学常识,或至少负有审慎核实其所宣传效果是否具备科学性的义务。但在未能提供权威科学依据和可靠实证材料的情况下,张某仍向消费者作出不切实际的承诺,其主观上存在应当知道承诺可能虚假但仍作出的放任故意,甚至存在为促成交易而故意虚构事实的直接故意。

据此,北京市三中院判决张某的行为构成欺诈,应承担退一赔三的惩罚性赔偿责任,即退还王某已支付的该项目服务费2万元,并另支付三倍赔偿金6万元,合计8万元。

### 法官说法:

消费者要具备科学常识和判断力,对违背生理规律的“奇迹”保持警惕;对于经营者作出的关键效果承诺,务必通过合同、有明确约定的聊天记录等方式进行证据固定,一旦发生争议,这些都将成为维护自身合法权益的有力武器。

## 环比大幅回升

中国汽车工业协会近日发布数据显示,2026年3月,我国汽车产销分别完成291.7万辆和289.9万辆,环比分别增长74.4%和60.6%。其中新能源汽车产销量分别为123.1万辆和125.2万辆。

新华社 王鹏



# 玻璃杯未用先炸伤手,是质量问题还是使用不当?

## 法院运用经验法则判商家赔偿

通讯员 陈露佳 王艳华 傅春阳

近日,慈溪市人民法院审理了一起因网购玻璃杯自爆致人受伤的侵权责任纠纷案件,法院运用日常生活经验法则认定涉案玻璃杯存在质量缺陷,并据此判决销售者承担相应赔偿责任。

汪先生(化名)在某网店购买了一只玻璃茶杯。收到货后,汪先生在茶杯未加水、空置状态下准备拿取时,玻璃杯突然炸裂,导致其左手受伤。事发后,汪先生立即前往医院治疗,经诊断为环指屈指浅肌腱损伤、尺侧指动脉指神经损伤。经司法鉴定,汪先生伤后误工期90日、护理期30日、营养期30日。汪先生认为该网店销售的产品存在严重质量问题,向法院起诉,要求网店经营者某电子科技有限公司(以下简称“被告公司”)承担赔偿责任。

庭审中,被告公司表示,玻璃杯破裂与汪先生使用不当有关。同时,仅从汪先生提供的现场监控视频中,无法看清玻璃杯的品牌或标签,而且公司的产品均有相关质量检测报告,并无质量问题和缺陷。

法院审理认为,本案争议焦点为玻璃杯炸裂系产品质量问题还是原告使用不当所致。结合监控视频与日常生活经验分析,法院认为,破碎玻璃杯的银色金属部分与原告购买页面显示的玻璃杯特征一致,可以认定该玻璃杯为被告公司所售产品;其次,玻璃杯炸裂发生在被拿起瞬间,玻璃杯距桌面极近,若因原告使用不当导致杯子与桌面发生磕碰损坏,则不会产生爆裂声响,且磕碰产生的玻璃碎片无较大冲击力;而且,原告右手持杯却左手受伤,符合玻璃杯自爆产生冲击力致碎片击伤的常理,地面碎片大范围扩散,原告

手部肌腱与神经损伤的伤情,均与普通磕碰破裂的后果不符。综上,法院推定原告伤势系玻璃杯质量问题自爆所致。综合原告的各项损失,一审判决,被告公司赔偿原告汪先生3.4万元。判决后,原、被告均未提起上诉,案件现已生效。

### 法官说法:

当消费者因产品缺陷遭受人身或财产损害时,应及时保护好现场,留存破损产品、包装、购买凭证、现场视频或照片等关键证据,并及时就医保存病历、诊断证明、医疗费用票据等材料依法维权。消费者可以向生产厂家或销售商要求赔偿。产品缺陷由生产者造成的,销售者赔偿后,有权向生产者追偿。因销售者的过错使产品存在缺陷的,生产者赔偿后,有权向销售者追偿。