



网络平台存在大量推荐“野景点”而忽略危险性警示的“种草”帖

“此处危险，请勿入内”何以成了网红打卡地？

- 在多个社交平台与短视频平台上搜索“野景点”“野游”等关键词，发现有不少网红博主在推荐，有的强调“这里不是景区也没有门票”，有的强调“人少”“很出片”，但安全问题很少提及
网红博主受社会关注的程度较高，其行为的影响范围较大，因此，其在实施推荐行为时的注意义务也应当高于普通人，在损害事故发生后，与普通人相比，认定网红博主存在过错的可能性更大
监管整治“网红攻略”是平台的责任，平台应当定期以弹窗、首页推荐等形式提醒用户注意发布内容的合法性；对发布内容进行审核；可通过算法技术对发布的内容进行预先审核，建立有效的信息筛选和推荐机制，限制“网红攻略”的发布



本报见习记者 丁一 本报记者 赵雨

海崖高而陡峻，周围的岩石湿滑嶙峋，有些已经松动，脚下一打滑就可能摔倒，甚至掉进海里……这是辽宁省大连市刘女士近日向《法治日报》记者描述被某平台“种草”后去过的一个“网红打卡地”，现在想来仍然后怕。
随着旅游市场的升温，“网红打卡地”迎来越来越多的游客，而像刘女士这样被平台上的“种草”攻略吸引前往，到“网红打卡地”后发现并非旅游景区的也不在少数。这些非景区、“野景点”往往缺乏必要的安全保障设施，具有一定的危险性，容易发生意外事故。

根据公开消息，一名在江苏南京读大三的男生和同伴近日趁夜间进入南京西站打卡拍照，攀爬列车时被高压电弧灼伤，目前仍在医院救治，而他们深夜冒险的冲动，来自社交平台上博主“网红打卡地”的推荐，甚至有博主给出了如何进入站内的攻略。
多位专家接受《法治日报》记者采访时说，如果游客观看了博主在社交平台上发布的“野景点”攻略后，前去打卡发生伤亡，攻略的发布者可能面临承担侵权责任的法律风险，特别是受社会关注度较高的网红博主，其在实施推荐行为时的注意义务高于普通人，需审慎推荐旅游地。同时，一个个“野景点”的火爆，离不开背后平台的推送助澜，平台推荐机制影响相关“网红攻略”的传播，故应对“网红攻略”承担一定的审核义务。

根据攻略打卡“野景点”忽略安全容易发生危险

据刘女士回忆，她是看到某平台博主发布的“种草”帖后决定慕名前往，经过的道路“异常艰辛”——需要穿过曲折的丛林山路，翻越一个布满碎玻璃、木块等废弃建材的礁石堆，走过一片海滩才到达目的地。
刘女士发现，这是一个海崖，旁边竖着一块“此处危险，请勿入内”的警示牌，“去了才知道那里不是正规景点，没有任何防护措施，爬上去特别费劲，脚下一打滑就可能掉进海里，但上去拍照的人特别多”。
她跟其他游客聊天才知道，大家多是看到互联网平台上发布的“种草”帖才来的，但“种草”帖子没有提示任何可能存在的风险，也没有提醒“去的时间”——只有退潮时才能去，必须提前看好潮汐时间表，碰上涨潮就难以到达。

湖北武汉市民冯女士是一位“野游”爱好者，她喜欢周末短暂逃离城市，打卡那些尚未被太多人发现的“野景点”。但前不久根据社交平台上的一篇探险攻略文章前往某地冰臼群的经历，让她直呼“太危险了”。
“从攻略看，冰臼群景色很美，但因为地处一个河谷里，并不好找，我们到附近之后，向当地人反复打听才找到路。”冯女士说，下到河谷的那段小路特别危险，坑坑洼洼的，又陡又滑，中间有一个将近90度的斜坡，要手脚并用才能通过，“如果不是轻装上阵，还穿了防滑鞋，我感觉都会摔下去”。
危险的不只有通往河谷的山路，还有湿滑的冰臼群，人走在奇形怪状的石头上绝非易事，稍有不慎就会摔跤，她和同伴一边走一边爬，大家多多少少都有点挂彩。
返程后，冯女士翻看了该平台上不少关于这处冰臼群的“种草”帖，发现博主们都在尽力介绍这处冰臼群有多么壮观、美丽，值得一去，但少有博主在帖子中提及危险性警示。

“超美网红景点全攻略”“太出片了，简直宝藏拍照地”……当下，在一些网络平台上，这样的旅行推荐语屡见不鲜。不少人选择旅行目的地时，也习惯先到网络平台上“考察”一番他人的出游经验。
记者在多个社交平台与短视频平台上搜索“野景点”“野游”等关键词，发现有不少网红博

主在推荐，有的强调“这里不是景区也没有门票”，有的强调“人少”“很出片”，但安全问题很少提及。
这种忽略危险性警示的“种草”帖很危险。
在几天前南京大三学生进入南京西站打卡拍照，攀爬列车时被高压电弧灼伤一事中，就有博主称南京西站属于废弃车站，但依旧保留着当年的样貌，有一股怀旧风。他们根据攻略指引去打卡，不料发生了悲剧。实际上，南京西站一直都在运营中。

1月24日，记者在某短视频平台上搜索南京西站打卡，平台提醒说“旅游出行，安全第一，请遵循当地旅游规定，谨慎进入危险地点”。
发生过危险不止这一次：2022年8月，四川省彭州市龙门山镇龙漕沟突发山洪，在此“野景点”游玩的游客被卷入山洪，7人遇难；2023年2月，两位“驴友”在北京怀柔慕棱箭扣长城时被困在悬崖边，一名救援队员在施救时突遇岩体坍塌不幸殉职；2023年8月，四川省雅安市一处被称为鱼鳞坝的“网红打卡地”突遇河道涨水，多人遇难……

一位资深户外玩家对记者说，这些“野景点”未经开发，往往会有一定的风险，不适合缺乏户外活动经验的游客。
曾是某大学登山协会会员的穆先生告诉记者：“这些未经开发的‘野景点’和开发成熟的风景区相比，整体安全水平较低，因为风景区排查过风险且有成熟的应急处理方案，有专业人员提供帮助。”

明知有重大危险仍推荐 推荐者或承担侵权责任

记者在社交平台上搜索发现，众多博主推荐“野景点”时纷纷冠以“网红打卡地”，还有博主推荐“探访废弃医院”“探访广东废弃机场”等，他们甚至会以“夜探”作为噱头，营造恐怖、刺激的气氛，吸引了不少网友的关注。
如果游客观看了博主在平台上发布的“野景点”攻略后，前去打卡发生伤亡，攻略的发布者是否需要承担责任？
受访专家表示，这种情况下，“网红打卡地”推荐者可能涉及侵害他人合法权益，面临承担侵权责任的法律风险。

北京市康达律师事务所高级合伙人栾燕认为，根据民法典侵权责任编的相关规定，推荐者是否承担责任，应综合其是否具有主观故意，是否因此营利，情节严重程度等各方面予以考量。
“如推荐者明知相关景点或旅游线路的重大危险情形，明知相关景点为未开发景点等仍以推荐，未进行相关风险提示的，则有可能被认定为对他人参与其攻略进行游玩而受到人身或财产损害具有过错或主观故意。”栾燕分析，若推荐者通过一定手段扩大该攻略的宣传或通过该攻略营利，则有可能被认定为具有营利目的、情节严重。推荐者基于前述情况，很可能被判承担一定的侵权责任。
中央财经大学法学院副教授王叶刚告诉记者，侵权责任的成立通常需要具备加害行为、损害后果、因果关系和过错。要想证明是因为看了“网

红打卡地”攻略才前往事发地观光并受到侵害，证明推荐者存在过错，这对于受害人来说有一定的难度，必须结合具体情况分析推荐者对于损害的发生是否存在注意义务。
在他看来，如果推荐者在攻略中推荐的行为或路线违反了法律规定，则应当认定其存在过错。否则可能需结合推荐者的职业、攻略的影响范围及受众群体等因素综合认定其是否存在过错。

“除民事责任外，推荐者还可能面临承担行政责任和刑事责任的法律风险。例如，推荐者的行为造成了公共秩序混乱，依照治安管理处罚法可能面临行政处罚。推荐者的行为恶劣，造成严重社会危害的，依照刑法可能被认定为犯罪，面临刑事处罚。”王叶刚说。
记者还注意到，在社交平台上推荐所谓“网红打卡地”攻略的博主，有的是粉丝量较少的素人博主，有的则是拥有几十万甚至上百万粉丝的网红博主。

那么，两者需要承担的责任一样吗？
在王叶刚看来，网红博主受社会关注的程度较高，其行为的影响范围较大，因此，其在实施推荐行为时的注意义务也应当高于普通人，在损害事故发生后，与普通人相比，认定网红博主存在过错的可能性更大。

“一方面，网红博主粉丝众多，影响范围更广，对其要求的注意义务应更严格，而普通人发帖的曝光率低，影响范围小，对其责任的认定不应过于严苛。另一方面，网红博主发布同质内容多，尤其是专职的旅游博主，对于非常规旅游行为和路线存在的风险理应为了解，应有更高的注意义务。而普通人掌握的专业知识少，对风险并不敏感，对其责任的认定同样不应过于严苛。”王叶刚说。

平台具有一定审核义务 通过技术手段重点监测

连接博主和网友的是网络平台。
记者登录多个社交平台注意到，目前有的平台在游记类帖子中会标注“危险行为，请勿模仿”“可能含有无防护危险行为，请在专业指导下进行”等提醒，有的平台则不会有任何提示。一些帖子下，大量网友留言询问具体位置，称想去打卡。
那么，社交平台对于这类“种草”“野景点”的行为负有怎样的责任？
受访专家认为，一个个“野景点”的火爆，离不开背后平台的推送助澜。当“第一次进废弃矿洞是种什么体验”等词条出现在平台首页，很难说不是其推荐机制在起作用。
某短视频平台内容审核员张莱(化名)向记者透露，其工作更多是审查视频或文字中是否存在违法信息和不良信息，而不是检验信息的真实性。
“有些‘种草’内容故意把本不让进的地方说成景点，把照片上的警示牌修掉，还把危险的地方描绘得特别安全，这个性质就不一样了。博主不是为了分享美景或记录生活，而是想要通过虚假宣传鼓动别人去，这种信息一旦发布肯定要处理的。”张莱说，但内容审核的压力非常

大，每天审几千条视频是常态，仅识别违反平台审核规则的内容就已经忙到顾不上吃饭了。如果再去辨别内容真伪，判断信息发布者的意图，恐怕不用睡觉了。
张莱介绍说，因此平台也在积极鼓励用户举报有问题的内容，收到举报后会及时核实并进行处理。

在栾燕看来，平台对用户发布的内容具有一定的审查义务，其推荐机制也会影响相关攻略的传播，故具有一定提示风险的义务，如未必要提示义务或在收到投诉举报信息后未能及时核实、下架相关攻略，应当承担侵权责任。
“建议平台通过技术手段设置相应关键词并进行重点监测，畅通网友问题反馈渠道，加强相关内容审核，对不符合规定或未尽提示义务的攻略及时进行下架处理。”栾燕说。

西南政法大学民商法学院教授黄忠告告诉记者，网络平台通常对“网红打卡地”攻略无实质审查义务，除非平台已经知道或者应当知道该类攻略存在对人身、财产的危险后，仍未采取必要措施避免损害发生，否则就不应承担侵权责任。

“平台可能需要承担违反安全保障义务的侵权责任。根据民法典和电子商务法相关规定，平台经营者未尽到合理、谨慎的安全保障义务，造成他人损害的，应当承担侵权责任。此种责任亦属于过错责任，若平台已尽到安全保障义务，对“网红打卡地”攻略可能导致的危险作出了提示，对已发现的不合规的攻略采取限流、删除等必要措施，对损害结果无过错的，则无须承担责任。”王叶刚说。

王叶刚认为，监管整治“网红打卡地”乱象是平台的责任，平台应当定期以弹窗、首页推荐等方式向平台用户进行法治宣传，提醒用户注意发布内容的合法性；平台可通过算法技术对发布的内容进行预先审核，建立有效的信息筛选和推荐机制，限制违规“网红打卡地”攻略的发布。

“平台应对风险内容进行提示，对于可能存在风险的行为或旅游路线，应在明显区域标注提示语，提醒用户仔细辨别风险，保障自身安全。”王叶刚说，此外，平台还要畅通信息反馈渠道，借助用户力量发现存在风险的推荐内容，主动及时删除违规“网红打卡地”攻略，例如在事故新闻报道后，或接到用户的举报投诉后，及时对相关攻略采取删除、限流或标注风险警示等措施。

同时，也有受访专家指出，如果游客在明知参与特定活动存在一定风险的情况下，仍自愿参与其中，在这种情况下，游客一般要自己承担相应的损失。如果有相关组织者，则组织者应当承担相应的责任。
“具有完全民事行为能力的成年人应对自身行为及其后果有较为准确的判断，并承担因该行为产生的后果。根据民法典自愿原则，游客明知景点存在重大安全隐患仍前往的，属于因自身过错导致损害发生，自身应对损害后果承担主要责任，甚至全部责任。”栾燕提醒说。

□ 本报记者 周孝清 □ 本报通讯员 陈德鑫

宽敞明亮的办公场所，积极向上的企业文化，激情响亮的宣传口号，让每个走进这家公司的人都觉得这是一家有潜力的科技公司。但谁也没想到，在科技公司的伪装之下，竟隐藏着一个特大电信网络诈骗团伙。

2023年12月以来，江西省九江市浔阳区警方循线追踪，重拳出击，对这起电信网络诈骗案发起全面打击，打掉特大电信网络诈骗团伙1个，捣毁诈骗窝点3个，抓获违法犯罪嫌疑人89名。

专门找短视频博主下手

小李是一名短视频美食博主，依靠高质量的视频创作吸引了不少粉丝。
2023年10月，一名自称某短视频官方客服的人添加了小李的社交账号。“客服”告诉她，短视频平台检测其发布的视频定位不准，自动将小李的主页标签由“美食”更改成“限流”，并将更改标签后的主页截图发给了小李。

短视频流量变现是小李的主要收入来源，对方的说法让她惊慌失措。此时，“客服”趁势推荐小李成为短视频官方扶助商家，不仅可以解除“限流”状态，还可以获得平台推广、涨粉等福利。

为了经营好自己的短视频账号，小李向“客服”支付了990元，成为平台的扶助商家。过了一段时间，小李发现“客服”承诺的平台推广、涨粉等福利均没有兑现，每次向“客服”讨要说法，对方均以“正在办理”“还在走程序”等借口搪塞。多次沟通未果后，小李也不想为了几百元而得罪短视频平台，从而影响自己经营短视频账号，只好自认倒霉。

有过类似经历的短视频博主不止小李一人，而是数以万计。其背后，是诈骗分子冒充平台客服，以非法篡改短视频博主主页标签为手段，紧抓短视频博主对“限流”的畏惧心理，同时许诺“推广”“涨粉”等福利，引诱博主购买虚假套餐，从而达到诈骗钱财的目的。

包装成“公司”进行运作

2023年12月，九江市公安局浔阳分局在对涉网犯罪线索进行研判分析时，发现某科技公司可能涉嫌电信网络诈骗违法犯罪。

浔阳警方高度重视，立即抽调精干警力成立专案组，合力开展案件攻坚。专案组民警夜以继日、连续作战，采取网上、网下同步侦查模式，深挖相关案件线索。专案组多警种协作配合，刑侦、网安、反诈中心等部门穷尽人力，在无边网络中查找该团伙的蛛丝马迹。

数以万计的碎片化信息慢慢在专案组汇集，一个特大电信网络诈骗不法团伙逐渐浮出水面。

该团伙将自己包装成“科技公司”，进行公司化运作，设置销售经理、技术经理、销售主管、业务员等岗位，组织严密、架构清晰、层级分明。他们以某短视频平台博主为主要诈骗对象，“业务”辐射全国各地，犯罪手段迭代升级，灵活多变，欺骗性强。

该团伙通过非法途径购买短视频博主相关信息，从中挑选适合诈骗的对象，特别是那些有一定从业年限、正处于事业上升期的短视频博主，他们大多以短视频平台为生，靠发布视频或直播带货赚取收益。有意思的是，该团伙为了更好地隐藏违法犯罪行为，从不诈骗地址在九江地区的短视频博主。

该团伙还专门为短视频博主精心制定诈骗话术，包括怎么快速取得博主的信任，什么时候开始推销虚假套餐，面对什么类型的博主说什么话，话术本里都有详细的指引。他们还会根据实施诈骗过程中遇到的问题，不断更新话术本，提高诈骗的成功率。

在实施诈骗的关键环节，由“业务员”非法篡改短视频博主主页标签，而后冒充短视频官方客服，使用同一话术通过社交账号联系短视频博主，让短视频博主误以为自己的短视频账号被限流，取得博主信任后，便向其推销900元至2380元的服务套餐，谎称可以帮助商家解除“限流”状态并达到引流、涨粉的目标。

短视频博主付款后，“业务员”就将博主推送给“售后”对接，“售后”自有一套应对的方法。一旦博主发现并没有达到引流、涨粉的目标，向“售后”询问时，“售后”就以“正在办理”“还在走程序”等借口搪塞。大多数博主在“售后”多次敷衍之后，因为损失不大而选择不了了之；少数博主坚持向“售后”讨要说法，“售后”就为博主低价购买网络流量，提升一些博主视频的播放量，实际没有任何宣传效果。如果遇到极少数博主以报警、曝光说法维权的，“售后”则会选择全额退款，以达到防止博主报警的目的。

据统计，该团伙每月“成交量”超过1000单，受害短视频博主逾万人，给广大短视频博主造成极大损失，严重损害网络环境，社会影响恶劣。

团伙核心成员全部落网

该不法团伙的组织架构在案情分析室的白板上越来越清晰，犯罪所得资金的动向渐渐明了，一个个犯罪证据相继固定。
经过近一个月的缜密侦查，专案组揭开了该特大电信网络诈骗不法团伙核心成员的神秘面纱，基本摸清了该团伙的组织架构、人员构成、办公场所等情况。鉴于此案涉案人员众多、组织庞大，为彻底摧毁这个特大电信网络诈骗不法团伙，专案组民警多次实地摸排该团伙所属公司及人员情况，精心制定行动总方案。

2024年1月9日上午，专案组集合180余名警力蓄势待发，各抓捕小组分赴该团伙3个窝点同时收网，共抓获违法犯罪嫌疑人89名，团伙核心成员全部落网。

让专案组惊奇的是，该不法团伙核心成员均对违法犯罪行为供认不讳，但底层员工却大喊“冤枉”，他们认为自己是正规“科技公司”的员工，并没有违法侵权行为，而是在从事“新型数字经济”事业。
其实，这正是该不法团伙使的“障眼法”。为了蒙蔽基层员工，打消员工从事电信网络诈骗的心理顾虑，防止团伙内部出现问题，他们精心设计、捏造事实，把名下的“科技公司”描绘成“数字科技发展前沿企业”，编造光明的“行业前景”，并刻意打造积极向上的“企业文化”，公司多处贴有“同一个团队，同一个梦想”“态度决定一切，行动决定未来”等励志标语。同时该团伙还用设置业绩目标、开展业绩评比的方式激励员工，超额完成业绩的员工还有丰厚的经济回报，那些业绩排名靠前的优秀员工还会在公司的培训会上分享“先进经验”，就这样，一个个劳动者被诱骗至“伪科技公司”，纷纷沉浸在完成业绩的喜悦中，沦为电诈团伙的帮凶。

法网恢恢，疏而不漏。目前，89名犯罪嫌疑人均被公安机关依法采取刑事强制措施，案件正在进一步侦办中。

数以万计短视频博主遭遇“限流”诈骗

特大电信网络诈骗团伙伪装成“科技公司”推荐“涨粉套餐”牟利