

打击电信网络诈骗 筑牢反诈法治防线

□ 本报记者 申东

2026年8月,宁夏回族自治区高级人民法院发布5件依法惩治电信网络诈骗及其关联犯罪典型案例。案例涵盖利用“手机口”提供中转技术协助、利用黄金交易“洗白”电信诈骗资金、倒卖公民个人信息为诈骗提供源头支持等,反映出当前电信网络诈骗跨境化、链条化、科技化新特点,也充分彰显了宁夏法院纵深推进反诈全链条治理,全力守护人民群众人身、财产安全的坚定决心和鲜明态度。

《法治日报》记者近日从中选取3件典型案例,以案释法,普及反诈法律知识,筑牢反诈防骗法治防线。

为犯罪团伙提供技术帮助 建“手机口”中转同样构罪

2025年7月至10月,被告人马某某为非法获利,在明知他人利用信息网络实施犯罪的情况下,仍与上游犯罪人员取得联系,相互配合使用两部手机,搭建简易“手机口”设备转接通讯信号,伙同他人通过盗窃、收购等方式提供电话卡33张,帮助上线人员远程拨打诈骗电话。其中,由被告人马某某提供的两张电话卡致使被害人张某某被骗4.5万余元,被害人焦某某被骗1万余元。

法院经审理查明,被告人马某某明知他人利用信息网络实施犯罪,仍提供通讯传输帮助,致使被害人被骗资金共计10万余元,情节严重,构成帮助信息网络犯罪活动罪。2026年5月,吴忠市利通区人民法院以帮助信息网络犯罪活动罪判处被告人马某某有期徒刑九个月,并处罚金4000元。

“搭建‘手机口’是电信网络诈骗中行为人为诈骗犯罪团伙提供技术帮助的一种方式,具体来说,是用两部手机搭建‘语音桥梁’,一部手机通过App软件输入账号与密码,创建聊天房间,与境外诈骗分子对接;另一部插入盗窃、骗取来的本地电话卡,用以拨打国内受害人电话,两部手机之间则通过音频线或免提外放,实现语音中转。”承办法官告诉记者,该案是一起典型的利用“手机口”为电信网络诈骗犯罪团伙提供技术帮助的案

例。法官表示,本案被告人并未直接实施诈骗话术沟通、骗取钱财等行为,而是通过搭建简易通讯设备,收集大量电话卡,为上游诈骗团伙提供通信通道,处在犯罪链条的中游环节。这类行为为不法分子远程实施犯罪创造条件,大幅增加了溯源打击的难



度,同样构成犯罪。

明知“洗钱”仍然配合交易 两人协助变现转移被判刑

2024年7月25日,宁夏银川某商场某黄金销售专柜销售人员万某某获悉,微信昵称为“林某”的客户拟大额采购5千克金条,且不限制付款方式。

万某某随即向门店负责人南某某汇报,为获得经营业绩及相关收益,二人在明知“林某”意图借助黄金交易实施洗钱行为的情况下,主动配合“林某”完成违规交易筹备。其中,万某某负责对接,告知客户银行卡刷卡无交易限额,并使用个人账户先行收取1万元定金;南某某负责统筹金条调货,规划交易场地。

2024年7月27日、28日,“林某”指使“刷手”王某、刘某从重庆赶赴银川,南某某刻意安排商场四楼行政办公室作为隐秘交易场所,避开商场公开营业区域,并调配多台POS机具用于拆分刷卡支付。交易期间,王某先后使用4名无关人员名下异地银行卡支付

购金款项,累计交易金额达533万余元,所购金条全部交由同伙转移。经资金溯源核查,4张涉案银行卡分别串并全国多起电信网络诈骗案件,关联24名被害人,被骗资金合计357万余元。

法院经审理查明,被告人万某某与南某某均系贵金属销售门店从业人员,具备多年行业从业经历,能够清晰识别外地人员持多张银行卡大额购金、刻意规避公开交易场所等典型洗钱风险特征。但二人受门店业绩指标、个人销售提成等短期经济利益驱动,在明知交易资金来源于电信网络诈骗犯罪所得的前提下,主动为不法分子规避监管创造条件,协助其完成超500万元涉案款项的实物变现转移。

2025年7月,银川市兴庆区人民法院以掩饰、隐瞒犯罪所得罪分别判处被告人万某某、南某某有期徒刑三年,各并处罚金3万元。

承办法官告诉记者,本案中,涉案两名被告人协助不法分子,让群众被骗赃款通过黄金实物交易完成转移,使得追赃挽损难度大幅增加。

承办法官提示,相关从业人员要以案为鉴,彻底摒弃唯业绩论、唯收益论的错误导向,厘清正常经营

创收与违法风险交易的边界,坚决克服侥幸心理与逐利冲动,严格遵守行业监管规定和法律法规,对大额异常交易坚决做到主动叫停,严格核验,及时上报。

倒卖他人信息牟利终触法 朋友“有样学样”同时获刑

2023年12月17日至2025年2月22日,被告人李某通过社交软件发布信息引流,寻找购买公民个人信息的“买家”,并通过社交软件与“买家”商洽,确定价格信息、信息需求等内容。随后被告人李某利用境外软件与上线人员联系,代为查询“买家”所需的公民个人信息,从中赚取差价牟利。

而在李某倒卖公民个人信息过程中,其朋友马某军发现有可利用图,便向李某“学习”了倒卖流程。2024年11月10日至19日,被告人马某军“有样学样”,同样利用社交软件发布信息引流,并与“买家”梁某等4人进行商洽,确定信息类型及价格。在此过程中,马某军共收取梁某等4人8600元,但实际上其并未进行查询,而是向梁某等人提供了虚假信息,随后便故意切断联系,逃避返还财物。

法院经审理查明,被告人马某军通过社交软件发布信息寻找购买公民个人信息的买家,收取被害人钱财后提供虚假信息,虚构事实,诈骗被害人财物;被告人李某通过社交软件发布信息寻找购买公民个人信息的买家后,通过上线人员查询买家所需的公民个人信息,从中赚取差价牟利,二人的行为分别构成诈骗罪和侵犯公民个人信息罪。

2025年6月,西吉县人民法院以诈骗罪判处被告人马某军有期徒刑七个月,缓刑一年,并处罚金3000元;以侵犯公民个人信息罪判处被告人李某拘役六个月,缓刑七个月,并处罚金3000元。

承办法官提示,公民个人信息受到法律严格保护,通过网络私下购买他人信息本身存在法律风险。网络上声称可以付费查询户籍、行踪、身份材料的广告大多属于违法圈套,不仅钱财极易被骗,自身也可能被牵连卷入违法活动。该案警示广大群众,要牢固树立个人信息保护意识,摒弃非法查询他人信息牟利的错误想法。

法官同时表示,该案也对网络平台治理提出现实要求,社交平台应当切实履行主体责任,强化广告与发帖内容审核力度,及时排查清理声称付费查询个人信息的违法引流网站,阻断违法信息传播扩散路径,从源头压缩网络黑灰产业的生存空间。

漫画/高岳

货车遗洒致人受伤 保险公司被判赔偿

□ 本报记者 唐荣 李文茜
□ 本报通讯员 刘津荣 张琳岚

当前,货运物流行业蓬勃发展,道路运输货物运输频次持续攀升,运输过程中货物遗洒、飘散引发的道路交通事故时有发生。对此,不少保险公司常以污染免责条款为由拒赔。

2026年6月,广东省深圳市南山区人民法院审结一起交通事故责任纠纷案,明确货车货物单纯物理遗洒不属于合同约定的污染免责范畴,判令保险公司依法承担赔偿责任。

2024年10月,因车载货物固定不牢,罗某驾驶的轻型货车在行驶途中,部分货物掉落散落路面。半小时后,李某驾驶电动自行车途经该路段,因避让不及,碾压散落货物后摔倒,造成右桡骨远端粉碎性骨折。经司法鉴定,李某伤情构成十级伤残。

交警部门调查后认定,罗某因载运货物固定不牢,物品遗洒路面,负此次事故的全部责任,李某无责任。

事后,李某将罗某及承保其车辆的保险公司诉至法院,索赔各项经济损失。保险公司主张,事故属于保险条款

约定的“污染免责”情形,即被保险机动车在正常使用或发生事故时,因油料、尾气、货物或其他污染物泄漏、飞溅、排放、散落等造成的第三人人员伤亡或财产损失,保险人不负责赔偿。

本案核心争议焦点为:货车货物物理性遗洒引发的交通事故,是否适用保险合同污染免责条款。法院认为,涉案事故责任认定事实清晰,程序合法、责任划分客观准确,依法予以采信。

法院指出,《公路安全保护条例》禁止车辆装载物掉落、遗洒、飘散,立法目的是防范货物脱离车辆引发道路通行安全隐患,对应的是物理性通行风险,损害后果多为车辆、人身物理损伤。而保险条款中约定的“污染免责”,核心指向油料、货物等物质泄漏、飞溅引发的化学性污染风险,会造成财产污损变质,环境破坏或特殊人身健康损害,二者在风险性质、危害机理、损害后果上存在本质区别。

本案中,货物散落造成路面通行障碍,无任何化学污染及次生污染损害,保险公司将单纯货物物理散落纳入污染免责范围,属于不当扩大格式免责条款的适用范围。同时,案涉免责义

内容置于条款末尾,保险公司未通过加粗、标色等醒目方式向投保人履行提示义务,亦未就该扩大化免责内容向投保人作出明确解释说明。依据民法典相关规定,提供格式条款的一方未履行提示或者说明义务,致使对方没有注意或者理解与其有重大利害关系的条款的,对方可以主张该条款不成为合同的内容。对格式条款的理解发生争议的,应当按照通常理解予以解释。对格式条款有两种以上解释的,应当作出有利于提供格式条款一方的解释。据此,法院认定相关污染免责条款对双方不产生法律效力。

综上,法院判决保险公司在交强险和商业三者险限额内向李某赔付30万余元,目前该判决已生效。

承办法官提醒,守法运输既是对自身权益负责,也是对他人的生命安全负责。

驾驶人出车前务必仔细检查货物的捆绑、遮盖是否牢固,严禁超载超限车辆上路行驶,行车途中应谨慎驾驶,尽量避免急刹、急转弯等不当操作。运输途中如不慎发生货物遗洒,驾驶人应立即安全停车,妥善处理或报警求助,切勿“一走了之”,给后方车辆、行人带来交通安全隐患。

网约车乘客“开门杀”引发纠纷

法院判决保险公司不能以“乘客不属于被保险人”拒赔

□ 本报记者 王春
□ 本报通讯员 刘丽萍

近年来,网约车已成为公众日常出行的重要选择,但随之而来的“开门杀”事故时有发生。这类事故往往牵涉驾驶员、乘客、保险公司、网约车平台等多方主体,责任划分常成为争议焦点。《法治日报》记者近日了解到,浙江省杭州市临平区人民法院审结一起网约车“开门杀”致人死亡的责任纠纷案件,明确了多方法律主体的赔偿责任边界。

2024年12月,网约车驾驶员王某在设有禁停标志的路段违规停车。乘客张某开门时与电动自行车发生碰撞,致使电动自行车驾驶人受伤,后因抢救无效死亡。公安交警部门认定,王某与张某对案涉事故均应承担相应责任,电动自行车驾驶人无责任。

法院查明,案涉车辆登记在杭州某汽车租赁有限公司名下,并分别在两家保险公司投保了交强险和商业三者险。

车辆由王某接入某科技公司运营的网约车平台从事网约车营运服务,但事发时王某尚未取得网约车营运资质。

受害人的法定继承人将王某、张某、租赁公司、两家保险公司及网约车平台一并诉至法院。法院判决,保险公司在交强险和商业三者险限额内赔付100万元;保险不足以赔付的部分为40万余元,由驾驶员、乘客、网约车平台按各自过错承担相应的责任,租赁公司不承担责任。

法官表示,本案是共享出行新业态背景下“开门杀”事故责任认定的典型案例,核心在于厘清不同主体的责任边界与赔偿顺位。

对于这类案件,民事赔偿责任比例需结合行为人的注意义务高低、过错程度、对损害结果的原因力大小综合判定。营运驾驶员以载客为职业,对他人安全负有更高注意义务。本案中驾驶员王某违规停车在先,又未尽到提醒乘客注意开门安全的义务,过错程度大于乘客,酌定驾驶员承担相较于乘客更高赔偿責任比例。

保险公司不能以“乘客不属于被保险人”拒赔。根据道路交通事故损害赔偿司法解释相关规定,机动车乘车人开致他人损害,属于机动车一方责任,承保交强险、商业三者险的保险人应依法赔付,不得以乘车人不属于被保险人为由拒绝赔偿。平台未尽审核义务须承担相应责任。网约车平台作为运营商,对签约车辆及驾驶员负有准入审核、监管义务。本案中,平台允许未取得营运资质的驾驶员入驻平台从事营运,存在明显管理疏漏,不能仅以“信息中介”自居而推卸责任。车辆租赁公司无过错,不承担赔偿责任。

法官提醒,道路安全无小事,开门需谨慎。驾驶员务必遵守交规,规范停靠;乘客应牢记“荷式开门法”,用远离车门的手开门,开门前注意转头观察后方非机动车和行人。平台需常态化审核驾驶员资质,开展交通安全培训,落实安全监管义务。只有各方共同守好安全底线,才能实现出行便利与公共安全良性平衡。

婚礼前医美被烫伤,维权牵出无资质注射

法院认定医美机构构成欺诈

□ 本报记者 张海燕
□ 本报通讯员 曹慧娟 胡君阳

一名消费者在婚礼前接受光子嫩肤项目时,右肩被烫伤,还因此被迫更改婚纱款式。医美机构需承担何种责任?消费者能否以全部金额为基数主张“退一赔三”?

2026年8月,《法治日报》记者获悉一起医疗美容服务合同纠纷案。案件由上海市浦东新区人民法院一审审理,判令医美机构退还消费者服务费,并以无资质医师操作的项目金额为基数进行三倍赔偿,同时赔偿相应医疗费及精神损害抚慰金,二审法院于2026年7月10日维持原判。

2022年起,魏女士陆续在某医美机构消费5万余元,接受了多项医美服务。2024年9月,婚期临近,她再次前往该机构进行身体光子嫩肤,却在操作中被工作人员烫伤右肩。此后,医美机构一直未能提供修复方案。直至婚礼前夕,魏女士身上的伤痕仍未完全消退。为此,她不得临时更换婚纱款式。

在后续维权过程中,魏女士发现,该医美机构中一位为她进行过填充注射治疗的医师并不具备医疗美容主治医师资质,此外,该机构还存在超范围使用医疗器械、病历书写和保管不规范等情况。于是,魏女士向相关部门进行投诉。随后,该医美机构因被查实确实存在违规行为,被处以行政处罚。

因双方就赔偿事宜协商未果,魏女士将某医美机构诉至法院,要求解除合同、退还全部消费金额5万余元,并以全部金额为基数,主张三倍惩罚性赔偿16万余元,同时要求赔偿医疗费及精神损害抚慰金。

对此,医美机构辩称,同意解除合同,自愿退还魏女士全部消费金额,但涉事的无资质医师仅独立开展了一次注射治疗,且其他操作均经消费者同意,不构成欺诈。不应承担三倍赔偿,关于医疗费和精神损害抚慰金的主张也缺乏相应依据。

一审法院经审理,对双方均同意解除合同,医美机构自愿退还魏女士全部消费金额5万余元予以确认。

关于欺诈认定,一审法院指出,应结合机构是否隐瞒真实情况,主观上是否存在故意,是否致使消费者陷入错误认识并作出错误意思表示三方面综合判断。

《医疗美容服务管理办法》规定,医疗美容服务实行主治医师负责制,医疗美容项目必须由主治医师负责或在其指导下实施。一审法院认为,某医美机构明知规定却安排无资质医师独立开展填充注射,属于故意隐瞒重要事实,构成欺诈。但欺诈应限定在该具体项目范围内,应以相关项目4600元的金额为基数,按三倍标准赔偿1.38万元。

针对医疗费和精神损害抚慰金,法院认为,工作人员的操作与烫伤存在直接因果关系,某医美机构应赔偿由此产生的合理损失。同时,婚礼作为人生重大时刻,承载着特殊情感与纪念意义,因某医美机构操作不当,为原告带来难以弥补的遗憾,造成一定精神损害,遂判决确认魏女士与某医美机构之间的医疗美容服务合同解除。某医美机构退还魏女士服务费5万余元并赔偿1.38万元,同时赔偿魏女士医疗费500元、精神损害抚慰金2000元。

对于该医美机构超范围使用医疗器械、病历书写不规范等行为,一审法院认为,该机构已受到行政处罚,在民事法律关系上,这类行为属于服务瑕疵,尚不足以构成消费欺诈。

一审法院作出判决后,魏女士不服,提起上诉,上海市第一中级人民法院于2026年7月10日维持原判。

浦东法院陆家嘴人民法庭法官曾乐认为,医美机构应依法诚信经营,确保服务与宣传、合同一致。存在无资质服务、虚假宣传等欺诈行为的,消费者可依法主张惩罚性赔偿,但机构违规不等于必然构成欺诈。法院将综合欺诈故意、隐瞒虚构事实及消费者是否因此作出错误意思表示等因素进行判断。

曾乐同时提醒消费者,医疗美容本质上属于医疗行为,选择服务时一定要重点核

对此,消费者还需对项目内容、风险及效果预期进行充分了解,切勿冲动消费;对效果承诺、诊疗方案等细节,应通过合同、知情同意书等书面形式进行固定,并妥善保存付款凭证、病历资料、术前术后照片及沟通记录,以便发生争议时有



刷视频买车「四驱」到手变「两驱」

法官:二手车经营者不得以虚假宣传误导消费者

□ 本报记者 潘从武
□ 本报通讯员 沙塔娜特·邓散拜依

随着短视频平台深度融入日常生活,刷视频买车已成为不少消费者的便捷之选。然而,屏幕背后的车辆真实状况往往难以一眼看穿。2026年9月,《法治日报》记者获悉,新疆维吾尔自治区高级人民法院伊犁哈萨克自治州分院二审审结一起二手车买卖合同纠纷案。

2024年12月,吾某在某短视频平台看到叶某发布的一则二手车售卖广告,随即与叶某取得联系。双方达成口头购车合意,约定吾某以3.5万元的价格购买某品牌二手车,并另支付1000元委托叶某加装车用加气设备。该车登记在某汽车公司名下,汽车公司授权叶某可出售公司名下汽车,并可代签订合同。

同年,吾某通过微信分三次付清了全部购车款及加装费用。2025年1月16日,吾某前往某汽车公司办理过户手续,并与叶某签订了《二手车转让合同》。合同明确载明:案涉车辆为四驱车型,发动机及变速箱在非人为损坏情况下,提供1万公里或3个月的质保期。

车辆交付后,2025年3月,吾某发现该车里程数据与宣传内容不符,且发动机存在严重烧机油故障。吾某便联系叶某,要求履行质保维修义务,但叶某未予处理。同年3月,吾某委托第三方专业检测机构对车辆进行鉴定,结果显示案涉车辆实际为两驱车型,发动机还存在烧机油的固有故障。吾某多次向叶某及某汽车公司主张维修、退换车辆等权利,对方均以各种理由推诿拒绝。同年7月30日,吾某向尼勒克县人民法院提起诉讼,要求撤销合同,退还购车款。

一审法院经审理认为,叶某在合同订立及履行过程中,故意隐瞒车辆真实配置,将实际为两驱的案涉车辆虚假陈述为四驱车型,且未告知车辆存在严重烧机油的质量故障,其行为已构成民事欺诈。根据民法典第一百四十八条规定,一方以欺诈手段,使对方在违背真实意思的情况下实施的民事法律行为,受欺诈方有权请求人民法院或者仲裁机构予以撤销。2026年2月9日,一审法院判决撤销《二手车转让合同》,二被告向吾某退还购车款,吾某向二被告退还案涉车辆。

叶某、某汽车公司不服,于2026年2月13日向新疆高院伊犁州分院提起上诉。

二审法院经审理认为,根据消费者权益保护法第二十条“经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传”,以及第二十三条第二款“经营者提供的机动车、计算机、电视机、电冰箱、空调器、洗衣机等耐用商品或者装饰装修等服务,消费者自接受商品或者服务之日起六个月内发现瑕疵,发生争议的,由经营者承担有关瑕疵的举证责任”之规定,某汽车公司作为案涉车辆的登记所有人和销售方,对于车辆的核心配置参数负有核验和如实告知的法定义务。本案中,某汽车公司未能举证证明车辆配置符合合同约定,而吾某提供了充分证据证实车辆核心配置与约定严重不符,某汽车公司应承担举证不能的不利后果。某汽车公司虚构车辆四驱配置,隐瞒真实车况,诱使买受人作出购车意思表示,构成欺诈,所签合同依法应予撤销。一审法院认定事实清楚,适用法律正确。

2026年7月20日,二审法院判决驳回上诉,维持原判。

二审承办法官告诉记者,当前,短视频平台已成为二手车营销的重要渠道,但“眼见未必为实”。作为二手车经营者,必须恪守诚信底线,对所售车辆的真实状况负有主动核验、全面告知的法定义务。特别是通过短视频等线上方式营销时,经营者应确保宣传内容客观真实,对车辆核心配置、里程数据、车况瑕疵等关键信息必须准确呈现,不得借“代为发布”“不知情”等理由逃避责任,更不得以虚假宣传误导消费者。

同时,消费者通过短视频等线上渠道购车时,应增强风险防范意识,尽量选择信誉良好的经营者和正规交易平台,妥善保存车辆宣传资料、聊天记录、付款凭证等证据,将广告宣传中的承诺及车辆核心配置条款逐一写入书面合同。切勿轻信口头承诺或“私下优惠”。若发现所购车辆与实际宣传严重不符,应及时通过行政投诉或诉讼途径维权。