

教你短视频“起号”快速涨粉?

警惕以“流量扶持”为饵诱导购课骗局

警戒线

有人两次被騙 假课堂被揭穿

2024年3月,王先生在搜索视频制作教程时,被一则剪辑课程广告吸引。通过扫描企业微信二维码,他联系到自称“平台官方客服”的人员。对方称正开展“创业者扶持计划”,学习官方课程后可轻松通过短视频变现。

在免费直播课中,客服声称“平台将提供流量扶持,十天赚回学费,无效退款”。王先生支付2997元课程费后,发现视频毫无流量,无法变现。申请退款时,客服推脱并诱导其再付799元升级会员。

王先生起疑,上网搜索案例时又误入假冒反诈网站,被所谓“测试金”骗走更多钱款。最终他选择报警。

“我们是短视频平台官方,现有扶持创业者计划,帮您快速起号、视频上热门!有意者扫码联系,学习短视频赚钱技巧。”“学费仅2997元,无二次收费,包教包收益。”

上述话术均来自犯罪团伙电脑,用于诱骗有意从事短视频行业的用户。该团伙以此手法诱使数千名被害人购买所谓运营课程,并以“升级SVIP赠送剪辑工具、享受每日保底收益”为

由,再次骗取“会员费”。

实际上,这些“专业”课程内容粗糙,多是从他处盗录或低价购得。付费后,先前承诺的免费推流、一对一指导、赠送工具等均未兑现。

近日,静安区检察院以诈骗罪、帮助信息网络犯罪活动罪,对该团伙中负责“推课”“开课”“售后”等环节的64名犯罪嫌疑人依法提起公诉。

团伙分工明确 诈骗链条清晰

根据王先生提供的线索,公安机关抓获一假冒官方客服卖课的诈骗团伙。该“课堂”由陈某、吴某、姜某等人建立并管理,下设“开课”与“售后”团队。

“开课团队”运营免费直播间,以保底收益和退款承诺诱骗用户支付学费,随后将学员移交“售后团队”。后者先以修改头像、发送“养

号技巧”等方式博取信任,再以“更高收益”诱骗学员充值SVIP。

经查,“开课团队”无资质、无真实教学,诈骗所得除成本外被瓜分;“售后团队”亦未兑现承诺,一旦学员质疑,便以话术拖延或视情况退款以免报警。

冒充官方客服 幕后推手扩张

检察机关审查发现,姜某与陈某共同负责财务管理。“售后团队”

独占SVIP费用,“开课团队”分得20%报名费,余款流向“推课团队”。检察官通过对姜某账户的“穿透式”审查,锁定10余个“推课团队”,成功追诉多名犯罪嫌疑人。

这些团队冒充官方客服,使用平台logo或“官方”字样命名,以“免费学习”“高收益”“流量扶持”为饵诱导用户观看直播课并购课。他们分布全国,多以“文化公司”“媒体工作室”为掩护,扩张迅速,部分业务员熟悉流程后另起炉灶。

2023年11月至2024年3月,陈某等人开设课堂,与“推课团队”合作骗取1700万余元;2024年2月至4月,又组建“团队”骗得280万余元。

犯罪事实清晰 64人被公诉

检察机关认定,该案系利用电信网络技术针对不特定多数人实施的诈骗,数额特别巨大。陈某、吴某、姜某等构成诈骗罪,其余人员为共犯,依法对64人提起公诉。

检察官会同审计人员,依据任职时间、分工等逐一核定涉案金额,当庭提出量刑建议。陈某等人此前还曾为其他“直播课堂”引流骗款24万余元,一并论处。日前,静安区检察院已陆续对该系列案件64名犯罪嫌疑人提起公诉。主犯吴某一审被判有期徒刑十二年六个月,并处罚金人民币35万元;姜某、陈某案件仍在审理中。

本报记者 郭剑烽 通讯员 顾家奇

少分200万卖房款? 小儿子告百岁老母

法院厘清亲情与契约难题,平息家庭纠纷

小儿子变更承租人,六子女分家产起风波

现年百岁的李奶奶在2002年丈夫去世后,为妥善处理遗产继承问题,与六名子女共同签署了一份家庭协议。协议约定,丈夫生前购置和租借的五处房屋应按六子女均分的原则进行分配,包括案涉甲处公房及乙处私房。

然而,2009年,小儿子明明在未征得其他家庭成员同意的情况下,擅自将甲处公房的承租人由父亲变更为自己。2021年,李奶奶将乙处私房出售,获款近3000万元。此后,她将卖房款均分为六份,分别支付五名子女各一份,但仅向明明支付了200万元。明明因此提起诉讼,要求李奶奶及其他子女共同支付卖房款差额200余万元。

李奶奶与其他子女认为,明明擅自变更甲处公房承租人的行为

俗话说,清官难断家务事。家庭纠纷往往牵扯复杂的恩怨情绪,外人难以简单判断是非曲直。近日,上海市第二中级人民法院(以下简称“上海二中院”)审结了一起百岁老人与子女之间的合同纠纷案件,当亲情遇上契约,法院该如何厘清这道难题?

已构成违约,导致其他子女无法主张该房屋相关权益,因此李奶奶不应再继续按协议支付卖房款。他们指出,明明已实际获得甲处公房的使用权及200万元卖房款,总体利益并未受损。李奶奶表示不愿再支付剩余款项,其余子女也均同意放弃对甲处公房的权利主张。明明则辩称,甲处公房与乙处私房属不同性质,应分别结算,以甲处公房并非产权房、没有市场价值为由,不同意在本案中一并处理。

一审法院认为家庭协议有效,明明有权分得六分之一卖房款,而甲处公房问题应另案处理,故判决李奶奶向明明支付差额200余万

元。判决后,明明与李奶奶均不服,上诉至上海二中院。

法院:遵循整体分配原则,驳回小儿子上诉

在二审审理过程中,合议庭了解到,李奶奶又以明明为被告在一审法院提起分割甲处公房的诉讼。由于甲处公房的特殊性质,为了确定房屋的市场价值,李奶奶在该案诉讼中申请了对甲处公房进行评估,该案正在等待评估结果。

就本案而言,合议庭认为,明明在未经家庭协议签订人员同意的情况下,在协议所涉房屋尚未全部完成处分前就将甲处公房的承

租人变更为自己,已明显违反协议约定。家庭协议所涉五处房屋的再分配,应遵循整体分配的原则,因为这一协议是各方对整体利益均衡分配的考量结果,而非单独对于某一处房屋的处理。明明在不同意分配甲处公房的基础上仅起诉要求获得乙处私房卖房款差额,缺乏相应依据。

在明明违反约定后,李奶奶仍愿意支付明明卖房款200万元,从而使得各方总体获得的利益符合家庭协议确定的整体利益均衡分配的原则。李奶奶及其他子女主张在不分配甲处公房权利的基础上,不再向小儿子明明支付乙处私房卖房款,理由尚属合理,也便于最终解决各方的争议。因此,二审驳回了小儿子明明的诉讼请求。

此后,李奶奶向一审法院撤回了对甲处公房分割的起诉,这起百岁老人与子女之间的家庭纠纷最终得以平息。 本报记者 陈佳琳

本报讯(通讯员 张晓晨 记者 孙云)外卖骑手小潘骑电动自行车被一辆突然掉头的出租车撞倒后,坐在路边等待民警来处理时,又突然出现呼吸急促、四肢僵硬、全身发麻症状。幸好,民警凭经验立刻判断出小潘是突发呼吸性碱中毒,当即找来塑料袋,让小潘脱掉头盔戴上塑料袋,在袋子中大口呼吸,将呼出的二氧化碳重新吸回体内,很快缓解了症状。

事发当天中午,小潘骑电动自行车在徐汇区夏泰浜路上正常行驶,前方一辆出租车突然掉头,他避让不及,撞上出租车后倒地受伤。出租车司机苏某将小潘扶至路边后报警。不久,徐汇公安分局交警支队民警何龙赶到现场处理事故。

当何龙正在询问事故情况时,突然听到小潘的求助声:“我不行了,快打120!”何龙看见小潘出现呼吸急促、四肢僵硬、全身发麻的症状,判断小潘突发呼吸性碱中毒,赶紧询问出租车司机苏某“车上有没有塑料袋”。苏某找来塑料袋后,何龙一边让小潘脱掉头盔,给他头部套上塑料袋,一边不停地安抚“不要紧张,呼吸,放松!”

经过一番深呼吸,小潘的状况有所好转,手脚不再僵硬。此时,外卖站点的站长也赶到了,他分析说,小潘刚满18岁,入行没多久,第一次碰到交通事故,经验不足,导致情绪激动、紧张,可能因此引发了呼吸性碱中毒。何龙经过现场调查,依法对事故进行了定责,并关照小潘后续再去医院检查一下。小潘对交警的帮助十分感谢。

骑手被车撞伤突发疾病 交警安抚情绪果断施救

进价10元卖百元,涉案超90万元

男子销售假冒“手机壳界爱马仕”获刑

本报讯(记者 赵菊玲 通讯员 钱宇文)CASETIFY品牌手机壳凭借个性设计与潮流属性,成为年轻人追捧的时尚单品。作为“手机壳界的爱马仕”,一款正品CASETIFY手机壳售价动辄数百元,一些不法分子眼红其中利益,便动起了“歪脑筋”。近日,长宁区检察院就办理了一起销售假冒CASETIFY手机壳牟取暴利的案件。

2024年5月,李女士在某网店购买了一款CASETIFY手机壳。收货后,她发现商品包装简陋、做工粗糙,怀疑买到了假货,遂向警方

报案。公安机关接报后立即展开侦查,并委托品牌方进行鉴定。经鉴定,确认该手机壳为假冒注册商标的商品。

2024年11月,涉案网店实际经营者陈某某被抓获归案。经查,陈某某在2022年至2024年间,借用他人身份注册并经营某网店,销售假冒CASETIFY品牌的手机壳等产品。陈某某到案后交代,自己以10元左右的价格采购假货,再以10—100元不等的价格进行售卖。“我都是在网上找一些CASETIFY品牌的手机壳照片放在商品链接上,一般不会有人来问真假,因为

价格比官方低很多。”为提升店铺人气,他还找人刷单冲销量,短短两年,店铺销量就突破百万件。截至案发,涉案网店销售假冒CASETIFY品牌手机壳金额达90余万元。案发后,陈某某主动赔偿商标权利人人民币12万元,并获对方谅解。

长宁区检察院审查本案认为,被告人陈某某销售明知是假冒注册商标的商品,情节特别严重,其行为已触犯《刑法》第二百一十四条,应当以销售假冒注册商标的商品罪追究其刑事责任。鉴于陈某某到案后如实供述罪

行,自愿认罪认罚,并退赔违法所得人民币2万元,依法可以从轻处罚。近日,法院以销售假冒注册商标的商品罪判处被告人陈某某有期徒刑三年,缓刑三年,并处罚金人民币2万元。

检察机关提醒

销售明知是假冒注册商标的商品,不仅严重侵犯知识产权、扰乱市场秩序,情节严重的还将构成刑事犯罪。此外,消费者选购品牌商品时,应认准和购买官方正品,增强品牌保护意识;商家更需敬畏法律,莫让暴利蒙蔽双眼。