



直播间“捡漏”变“打眼”，能否三倍索赔？



赵记说事儿



记者 赵云 通讯员 李洁 童昱昕

“各位老铁看好了，正宗回流老货，纯手工打造！”直播间里喊得震天响，古玩爱好者王先生心动下单，花2600元买回一件铜磬。可越看越不对劲，送去鉴定，结果让他火冒三丈：这哪是什么“回流老货”，分明就是个现代新工艺品！

“明显是欺诈，退一赔三！”王先生聘请了律师，从一审打到二审，非要讨个说法。可最后的判决结果，和他想的不一样。

当“捡漏”心态撞上古玩行规，直播间里“老东西”“回流货”等话术，到底算不算骗人？这起官司，给所有爱刷古玩直播的人敲了一记警钟。



“老东西”原是新工艺品

王先生是名80后，酷爱收藏古玩。去年8月，他刷直播时，发现某直播间正在售卖一件铜磬：“各位老铁看好了，正宗回流物件，从日本收过来的！纯手工打造，每条纹路都是匠人一锤一锤敲出来的，真正的老东西！”

王先生看到，铜磬表面呈深褐色，隐约可见斑驳的氧化层，磬面上刻着“天龙”“元祖”“手打”等字样，商品链接明显晃晃地标注着“回流的元祖级别磬”“纯手工制作”。

作为资深玩家，王先生知道日本回流物件里带“元祖”字样的通常意味着年代久远、品级较高。于是，他果断支付了2600元“捡漏”。

几天后，铜磬寄了过来，一打开包裹，王先生的眉头就皱了起来。铜磬表面虽做了仿旧着色，但质感生硬，缺乏老物件自然形成的包浆皮壳；边缘锤纹过于均匀，更像机器冲压而非手工捶打；底部磨损痕迹也不自然，明显是刻意做旧。

接着，王先生花了600元送去专业机构鉴定，结果不出所料：该铜磬“细节处缺乏岁月打磨痕迹，铜质较新，颜色均匀，无老铜器特有的斑驳锈迹和自然氧化色泽”，结论为“新工艺品”。

王先生火冒三丈，立刻找客服对质。对方先说“描述真实有效”，等他亮出鉴定报告，却改了口：“我们卖的是自营工艺品，从没承诺是古董。”

协商无果，今年1月，王先生对店铺经营者提起诉讼，要求退还购物款2600元、支付三倍赔偿金7800元并承担鉴定费600元。

在他看来，直播间里“回流老货”“纯手工”喊得震天响，正常人都觉得这是有年份的老物件，鉴定出来是新工艺品，这不是欺诈是什么？

是否欺诈成争议焦点

庭审中，王先生提交了订单截图、直播录屏、鉴定报告等证据，认为直播宣传与实物严重不符，“回流”“老东西”等表述足以让普通消费者误认为该铜磬具有古董属性，是典型的误导和欺诈。

被告公司辩称，其出售的并非古玩，仅为手工艺品，所谓“老的”指的是“旧的、用过的”，并未承诺为古董或具有收藏价值的老物件。公司同意退货退款，但拒绝三倍赔偿。

法院查明，该公司在淘宝网开设店铺，以“回流”“纯手工”“老东西”为宣传卖点，商品从他人处购得后转卖，部分商品附有运输单和海关进口报关单，但无法直接证明涉案铜磬的具体来源。公司法定代表人承认，该商品并非古玩，定价系自行确定。

本案的争议焦点在于，被告是否构成欺诈。法院认为，古玩收藏具有高风险、高回报的特点，交易对象是不确定性较高的特殊物品，行业长期存在“买卖全凭眼力，真假各安天命”的交易习惯，买方须凭借自身知识、经验和判断力评估真伪和价值，卖方因认知局限造成的“卖漏”与买方失误造成的“打眼”均属于正常风险，形成公平的风险自负机制。

因此，古玩交易中卖方的告知义务较一般商品交易有所减弱，不

能强求明确告知产地、生产日期等细节。但若卖方对材质、年代等作出明确保证或承诺，且事后被证明属于故意虚假陈述，则可能构成欺诈。

本案中，被告宣传用语为“老东西”等模糊概念，未明确承诺铜磬为古玩或对年代、历史价值作出具体保证。原告作为古玩收藏爱好者，应对隐含风险有充分预判。现有证据尚不足以证明被告故意告知原告虚假情况、诱使其作出错误意思表示，故不构成民法上的欺诈。

法院同时认定，涉案铜磬经鉴定确为新工艺品，与被告宣传的“老东西”不符，原告要求退货退款的诉求于法有据。鉴定费600元系为查明商品属性所必需，且在合理范围内，应由被告承担。

据此，法院作出一审判决：被告退还原告购物款2600元，原告同时退还铜磬，被告支付原告鉴定费600元；驳回原告三倍惩罚性赔偿的诉讼请求。

王先生不服，提起上诉。二审法院审理后认为，在案证据尚不足以证明店铺经营者故意告知王先生虚假情况、诱使其作出错误意思表示，商家的宣传用语虽有夸大和模糊之嫌，但尚未达到民事欺诈的法定认定标准，遂裁定驳回上诉，维持原判。

尊重“行规”不等于放任“违规”

随着直播带货的兴起，曾经小众且充满神秘感的古玩交易，正大规模从线下实体店延伸至线上直播间。“老宅寻宝”“民间捡漏”“大师孤品”等传统古玩圈术语，如今成为各大直播间吸引流量的营销热词。

然而，热度背后，虚假宣传、以假充真、以次充好、套路营销等问题层出不穷。许多消费者花费重金买下的“传家宝”实为现代仿品，而在后续维权时，往往陷入举证困难、追责无门、退款无路的窘境。

针对这一新兴领域的乱象，法官提醒，网络交易的虚拟性进一步放大了信息不对称的风险。消费者在参与此类交易时，必须充分认识到古玩行业的特殊性，不宜将普通商品的“退一赔三”规则简单套用。

古玩行业素有“买卖全凭眼力，真假各安天命”的惯例。在传统语境下，交易品真伪全凭买卖双方知识储备与鉴赏能力来判断。这意味着，主动参与古玩交易的买家，通常被视为自愿接纳了该行业的高风险属性。因此，在法律实践中，不能简单地将“货不对板”等同于法律意义上的欺诈。法律守护诚信交易，但不会为心存侥幸、疏于甄别的“捡漏”心态兜底。

当然，尊重“行规”不等于放任“违规”。法官同时指出，行规并非无良商家的“挡箭牌”，模糊话术也绝非逃避责任的“护身符”。若商家为促成交易，对器物的具体年代、材质、作者等核心要素作出明确保证或承诺，而事后被证明故意虚假陈述，就属于法律明令禁止的“真欺诈”。在这种情况下，消费者有权主张自身权益。但值得注意的是，消费者若主张欺诈，须承担相应的举证责任。若卖方作出明确保真承诺，消费者应要求其以书面或醒目方式进行约定，否则事后维权将面临极大的举证困难。

这起案件也给经营者敲响了警钟：诚信宣传是立业之本。在直播营销中，应避免使用夸大、模糊的用语，切莫因贪图一时之利而引发纠纷。

归根结底，对于广大古玩收藏爱好者而言，摒弃侥幸心理、拒绝冲动消费，是规避风险的关键。古玩收藏专业性极强，消费者切勿轻信直播间里天花乱坠的夸大宣传和剧本式营销，要时刻警惕价格严重背离市场行情的所谓“老物件”。须知，真正的收藏良机，从来不存在于喧嚣的叫卖声中，而蕴藏在扎实的专业知识储备与理性的价值判断之中。在按下购买键之前，多一分审慎，便能让自己少留一分遗憾。



LING ZI
LING WEI

—岭藏山海 滋养真味—



扫码了解更多温岭甄选农产



岭 滋 岭 味

温岭农产品区域公用品牌

广告