

捡到14万定制项链后扔了 要赔吗?

法院:未妥善保管导致项链灭失存在重大过失,承担折价赔偿责任!

□ 记者 季张颖 通讯员 石娇

捡到项链后又丢弃,失主要求照价赔偿

2022年8月4日,贾某购入某品牌定制项链一条,价值142400元。2023年10月5日上午6时39分,贾某及朋友一行人在经过某商场3楼扶梯平台时,其所佩戴的项链掉落在扶梯口处。当日6时56分,被告林某及其女友途经3楼扶梯平台,发现遗落在原地的项链,随即捡走,二人边查看边带离现场。贾某发现项链遗失后,到派出所报案。后因调解无效,贾某诉至法院,请求被告林某及其女友返还其项链。

贾某表示,根据在派出所的询问笔录所载,林某及其女友称“看到项链是黄色的,以为是黄金的,就随手装在口袋里带走了”“2023年10月5日凌晨被我捡回家了”。可见被告认可拾得原告遗失项链的事实。现被告在拾得原告遗失项链后,又以已经丢弃为由,拒不返还,严重侵害原告的合法权益,故要求被告返还原物,若不能返还,则需照价赔偿。

林某及其女友辩称:首先,自己捡到项链后以为不值钱,扔在了小区草坪,但目前无法证明项链之后又被谁捡走。其次,根据贾某陈述,是通过国内买手委托国外第三方购买,没有相应产品合格证书及材质证书,因此不能证明案涉项链为原告所述品牌,不认可贾某主张的项链价值。就算项链原价,在2022年购入,2023年丢失时已过了1年2个月之久,存在折旧,且案涉品牌价格不稳定,波动较大。

14万元重金定制的项链被不慎掉落在商场扶梯口,后被途经的一对情侣捡到。人虽找到,可情侣辩称已将项链丢弃,双方因调解无效最终闹上公堂。近日,闵行区人民法院审结了这起因拾得他人贵重项链后随意丢弃引发的返还原物纠纷。法院审理后认为,被告拾得项链后未妥善保管导致案涉项链灭失,被告对此存在重大过失。因此,被告应当承担相应民事责任,在无法返还原物的情况下,应对原告的损失承担折价赔偿责任,最终酌定赔偿4.5万元。

现在林某及女友愿意出于人道主义补偿贾某1万元。

法院:被告存在重大过失,应承担折价赔偿责任

闵行法院经审理认定事实和双方证据,围绕争议焦点作出如下认定:

首先,法院认为,林某及女友在拾得项链后,本应返还原物人或送交有关部门并妥善保管,但他们私自将该项链带至家中,并自认已将项链丢弃在小区草坪。现有证据证明两人拾得项链后未妥善保管导致案涉项链灭失,对此存在重大过失。因此,应当承担相应民事责任,在无法返还原物的情况下,应对贾某的损失承担折价赔偿责任。

对于项链的损失如何确定的问题,法院认为,贾某提供的关于案涉项链价值的微信聊天记录、照片、转账记录等证据,能够形成证据链,并达到民事诉讼证据高度盖然性的证明标准,贾某购买项链花费了142400元。但考虑到案涉物品为定制品,从国外代购,存在代购费用支出,且原告已佩戴一年有余,亦存在折旧。

最终,法院综合事实、结合双方证据,酌定被告应当赔偿原告损失45000元。后贾某上诉,二审法院驳回上诉,维持原判。案件现已生效。

【法官说法】

法律上的“遗失物”系动产所有人或占有人非基于其意愿导致遗落他处而失去控制的物品。我国民法典规定,拾得遗失物后,拾得人应当返还失主,若不予归还,则是一种拒不履行法定义务的行为。由此可见,拾金不昧不仅是传统美德,更是法律义务。因此,对于拾得的物品,除非失主自认放弃,或者根据生活常理可认定为无主物,否则拾得人均不能取得所有权。根据民法典,拾得人在

遗失物送交有关部门前,有关部门在遗失物被领取前,应妥善保管。因故意或者重大过失致使遗失物毁损、灭失的,应当承担民事责任。从刑事责任的角度看,以非法占有为目的,非法占有代保管的财物、遗忘物、埋藏物,拒不归还的,视财产价值可能会涉嫌构成侵占罪。因此,法律赋予拾得人保管、及时通知、返还或送交的义务。拾得人拒不交还遗失物是一种拒不履行法定义务的行为,已经构成对失主所有权的侵害,应向失主返还原物或者给予赔偿。

离职后,员工名下的网红账号属于谁?

二审法院认定,属职务行为注册运营的账号使用权归公司所有

□ 记者 夏天
通讯员 童雨舟 王梦茜

一员工以个人身份信息实名注册自媒体账号,利用公司提供的资源拍摄视频宣传公司,并成功吸引了一批“粉丝”。员工离职后继续使用该账号,为此公司主张对该账号的使用权。近日,上海市第一中级人民法院审理了这起账号使用权纠纷案件,最终二审认定劳动者注册、运营账号均属于职务行为,其本人与账号价值未构成不可分的人身属性关联,遂判决驳回上诉,涉案账号使用权归公司所有,劳动者需配合公司完成账号移交手续。

离职后她把账号“玩”得大幅“掉粉”

李琳(化名)是鲜果公司(化名)的一名员工,担任企划高级主管的她主要工作内容是商品宣传。为宣传产品,李琳于2018年3月用自己的个人信息实名注册了两个新媒体账号。一个用来发布私人生活视频;对于另一个“生鲜美味”账号,她向公司申请了资源投入。公司许可后,李琳即通过企业微信建立了工作群聊,在群聊中组织其他工作人员讨论选题、策划文案、调配公司资源。

同年4月开始,“生鲜美味”账号就在团队的运作下发

布了一系列视频,这些视频均在公司拍摄,其中并未出现李琳的个人形象,而是由团队成员轮流戴面具出镜,很快就吸引了一批固定“粉丝”。

一年多后,李琳与公司解除了劳动关系,公司要求李琳完成“生鲜美味”账号运营的交接。李琳虽在离职后的社交媒体中表示将把该账号归还给公司,但并未实际履行,而是改了账号名称,还在账号中发布了其他类型的视频。失去了团队运营的账号,“粉丝”量、视频传播、点赞率都大幅下降,账号的价值受到了贬损。鲜果公司因此向法院提起诉讼,请求法院确认该账号的使用权属于公司。

一审法院判决该账号使用权归鲜果公司。李琳不服一审判决,上诉至上海一中院。

二审:涉案账号的使用权应归公司

李琳称,涉案账号以个人身份信息实名注册,由自己掌握密码实际控制,账号运营由其自主决定,并非是工作劳动成果,公司对账号主张权利没有法律依据。

法院经审理后认为,首先,李琳通过企业微信对账号的运营进行了主导,也得到了其他员工的配合。因此,公司虽未事先委托李琳注册账号,但李琳

的目的是创新拓展本职工作,将账号用于公司商品宣传,其在注册后也得到了公司内部的许可追认。因此,李琳注册涉案账号属于得到公司追认的职务行为。且从李琳注册的两个账号发布的内容来看,从注册之初就呈现出明显的差别,清晰反映出了涉案账号与其私人生活账号的不同定位与规划。

其次,该账号发布的视频均由公司团队人员协作完成,发布内容需经过集体讨论,并非由李琳个人决定,也不是为了李琳的个人利益。该账号价值与其发布的视频形成了密不可分整体,账号的价值来源于劳动者在工作中集体创造出来的成果。

此外,账号的价值来自于生鲜美食视频,而该部分内容中从未直接展现李琳本人形象,用户也无法从视频内容中建立对李琳个人的关注。账号在脱离公司团队运营后,“粉丝”量、视频传播、点赞率大幅下降,造成了价值的严重贬损。可见,账号价值的产生依赖于公司的团队制作。因此,账号价值与李琳之间并没有构成不可分的人身属性关联,可以认定账号使用权归属于真实的价值创造主体,即鲜果公司。

综上,上海一中院判决涉案账号使用权归公司所有,李琳需配合公司将涉案账号的注册主体信息变更至公司名下。

【法官说法】

上海一中院立案庭民事审判团队协助负责人、本案审判长兼主审法官李兴提醒,如今,新兴的自媒体视频网络账号通过使用并吸引“粉丝”,拥有了一定的市场影响力后,即产生了直接或间接的经济价值,构成了法律意义上的虚拟财产。此类网络平台账号具有很强的人

身属性,其内容创作与用户吸引力很大一部分依赖于主播达人的劳动、智力与个人魅力,同时也依赖于背后的团队协作与物质提供。

自媒体账号使用权归属的判断是一个复杂的过程,在不同的案件事实中会有不同的认定结果。对于自媒体账号的归属,建议员

工个人与公司之间就账号权属、运营管理权利、合同结束后账号的交接和权属等细节提前做好约定,尽量避免之后可能产生的纠纷。另外,在注册申请自媒体账号时,要仔细研究各平台的相关协议与注册的手续与信息,以提前规避风险,保护自身权益。