

亲子跑摔骨折 家长将主办方告上法庭

法院：格式条款不能免除安全保障义务

□ 记者 季张颖 通讯员 王硕

一次本该温馨愉快的亲子跑步活动，却因意外摔倒骨折住进了医院。想找主办方讨个说法，却被告知：“你已经签了免责书，我们没有任何责任。”近期，闵行区人民法院审结了一起违反安全保障义务责任纠纷的案件。

亲子接力跑突 发意外骨折

2023年9月，黄先生通过某服饰公司的小程序，报名参加了该公司在一商场周围举办的亲子接力跑活动。

然而，就在活动当天，黄先生在参与亲子折返跑项目时却意外摔倒，导致骨折。经司法鉴定，黄先生伤后及后续手术需相应的休息、营养和护理期。黄先生认为，服饰公司和所在商场未尽到安全保障义务，故诉至法院。

黄先生诉称：两被告在举办案涉比赛活动时，未能尽到安全保障义务，应承担侵权责任。服饰公司所选择的跑道是商场地砖，这种地砖光滑缺乏摩擦力与抓地力，且在他摔倒后服饰公司及所在商场也未对其采取及时、专业、有效的现场救治措施。

对此，被告服饰公司辩称：服饰公司在活动报名阶段已提示原告活动潜在风险及注意事项，并在活动开始前设置活动围栏、组织热身等方式尽到安全保障义务。

原告在活动期间因其个人原因导致的人身伤害责任不应由其承担。原告在报名参加亲子活动时，已阅读并同意了《免责声明书》。原告在知晓上述内容的情况下参加活动，说明原告已确认本次活动主办方设施功能正常且起到了安全保障义务。

被告商场辩称：本次趣味性亲子活动由服饰公司组织，不属于激烈的体育比赛，且涉事的商场施工符合规范和要求，场地内的设施设备都是合理维护的，在正常步行下，不存在安全隐患。

法院：主办方担三成责

法院审理后认为，本案争议焦点在于，服饰公司、所涉商场是否尽到安全保障义务，各方应就原告的损害承担何种责任。

服饰公司作为案涉亲子接力跑活动的组织者，负有对活动场地、活动形式、参与人员安全的全面保障义务。案涉活动为有明确赛程、竞速规则、排名与奖品激励的亲子折返跑，属于具有一定速度要求与竞技性的活动，参与者为追求成绩通常会全力奔跑，活动本

身即伴随较高的摔倒风险。服饰公司将该竞速类活动直接安排在硬质地砖铺设的公共商场地面开展，未对场地硬度、奔跑防滑与防摔保护进行充分评估，也未设置防滑垫、缓冲防护等针对性防范措施，未对参与者进行充分的赛前安全告知与风险提示，在活动场地选择、风险预判、现场防护三个关键环节均存在明显疏漏，客观上增加了参与者摔倒受伤的可能性，与原告损害后果之间存在法律上的因果关系，依法应认定为未尽到安全保障义务，应当承担相应的侵权责任。

服饰公司主张原告在线签署了免责声明书，但无证据证明其向原告有过醒目告知，提示等。该格式条款不能免除其安全保障义务。

此外，原告作为成年人，快速奔跑过程中未结合自身运动状况谨慎参与，其自身对损害发生存在主要过错，应自行承担主要责任。

综合双方过错程度，法院认定原告自行承担70%责任，服饰公司承担30%赔偿责任；商场仅为场地管理者，未参与活动组织管理，不承担责任。

双方均未上诉，该判决已生效，被告已履行付款义务。

说别人“割韭菜”，还骂买家“蠢”

法院判了：赔钱，道歉！

□ 记者 陈颖婷 通讯员 陈卫锋

在网上骂竞争对手“割韭菜”、把对方产品跟违禁品扯上关系，甚至嘲讽买过产品的客户都是“蠢0（蛋）”——这些“过火”的言论，到底算正当评价，还是商业诋毁？近日，上海市浦东新区人民法院审结了一起商业诋毁案，给喜欢“嘴上不饶人”的经营者敲响了警钟。

合作没谈拢，转头就开“骂”

原告是一家做成人用品线上销售和互联网服务的科技公司，持有合法商标和产品合格报告。被告是一家经营同类业务的网络公司，双方是直接竞争对手。

2020年被告公司的法定代表人朱某某曾主动联系原告，想谈合作。但因为模式差异，合作没谈成。

到了2023年9月至11月，朱某某和被告公司开始在微博、微信公众号上对原告密集“开火”——宣称原告产品成本极低，是“割韭菜”；还说买过原告产品的客户都是“蠢0”。原告科技公司表示，两个被告还把该公司的产品和违禁品、“三无”产品不当关联，顺带推荐其他品牌。此外，被告还促使合作博主在一定期限内不准接原告的推广。

原告公司气愤之下，把被告公司和朱某某一并告到法院，索赔经济损失及维权开支共21.58万元。

对此，两被告认为，涉案言论是针对原告产品及经营行为发表的客观评价，均基于其多年的行业经验及市场观察，属于正当的商业监督与舆论批评，不构成商业诋毁。

法院：这叫商业诋毁，不是正当评论

浦东法院经审理后认为，经营者享有商业评价的权利与

自由。正当的商业评论有利于市场信息的公开与交流，有利于维护消费者的知情权，但相关言论尺度应在合理边界之内，不得损害其他经营者的商誉，扰乱公平竞争的市场秩序。因此，正当商业评论应当具备事实基础可靠、主观目的正当、表达方式妥当、行为后果积极四个要件。本案中，两被告在缺乏依据的情况下宣称原告产品成本低廉，并通过对原告产品的消费者进行侮辱性评价以及不当使用原告商品宣传图片进行扩大化地负面评价，导致相关公众对原告产品质量产生质疑，此类言论已经超过正当商业评价的边界，理应予以规制。

被告网络公司对朱某某发布的部分涉案微博进行转发评论，且该公司在其微信公众号发布的信息内容相互呼应、指向一致，朱某某作为公司法定代表人及控股股东，其个人账户与公司账号行为高度关联，法院据此认定两被告基于共同意思联络实施了涉案诋毁行为，构成共同侵权。

综合侵权情节、传播范围、主观过错及损失情况，浦东法院判令两被告共同赔偿原告经济损失及合理维权费用共计2万元，并就涉案不正当竞争行为在涉案微博、微信公众号上连续7天刊登声明以消除影响。

【法官说法】

法官表示，在市场竞争中，经营者可对同业产品进行客观、公允评价，但不得捏造、传播虚假或误导性信息，不得使用侮辱性、贬损性言辞误导公众。以“评论”为名歪曲事实、打压对手，损害他人商业信誉与商品声誉的，构成商业诋毁，应承担相应法律责任。法定代表人利用个人账户与公司账号共同实施诋毁行为，可认定存在意思联络，个人与公司需承担连带责任。

过户后才知承重墙被拆，还能“退房”吗？

法院：卖方应退还购房款，并赔偿相应损失

□ 记者 王蔚然
通讯员 陆艺楷

房屋承重墙被擅自拆除，原房主卖房时却刻意隐瞒，若将承重墙恢复原状，房屋布局将与看房时大不相同。不知情的买方，能否要求解除购房合同？近期，宝山区人民法院审结一起房屋买卖合同纠纷案。

2023年3月，姚女士经中介公司介绍，与曹先生签订《房地产买卖合同》，以206万元购得曹先生名下的一套房屋，并顺利完成过户与交付。然而不久后，她却意外收到了执法部门出具的

《责令改正通知书》，要求其限期恢复房屋承重结构，这才得知原房主曹先生曾擅自将房屋两处承重墙拆除。同时，姚女士还了解到，双方在签订房屋买卖合同后、房屋变更登记交付前，执法部门已接到举报并上门检查，确认房屋存在前述情况，但曹先生却并未告知姚女士。

姚女士认为，曹先生在交易过程中，刻意隐瞒房屋承重墙被拆除的重要信息，其行为已经构成欺诈。承重墙按要求恢复后，房屋布局又与看房时有明显差别。于是，姚女士诉至法院，请求解除购房合同、退还购房款，并判令曹先生赔偿其

相应损失。曹先生则辩称，双方已完成过户，交易已经完成，不同意姚女士的诉请。

法院经审理认为，执法部门上门现场检查时，曹先生尚未交付房屋，却未将该情况如实告知姚女士，明显违背了诚信义务。现执法部门要求恢复承重墙，恢复后的房屋布局与看房时发生明显变化，这意味着曹先生所隐瞒的房屋重要信息，足以对姚女士决定是否购买该房屋产生重大影响。

据此，法院判决解除双方购房合同，曹先生退还购房款，并赔偿姚女士相应损失。判决后，双方均服判息诉，该案判决已生效。