

某某有限公司与某某有限公司等****不正当竞争纠纷一审民事****

审 理 法 院:上海市****

案 号:(2021)沪****民初32923号

裁 判 日 期:2023.09****

案 由:民事/知识产权与竞争纠纷/不正当竞争纠纷

原告某某公司1向本院提起诉讼,并在诉讼过程中变更诉讼请求为:1.判令三被告立即停止不正当竞争行为,包括(1)停止实施针对“某”产品()中粉丝量、阅读量、点赞量、评论量、转发量、视频播放量等数据的刷量行为(2)停止通过“某吧()”“某网()”“某商城()”“某社区()”等网站、网易“某吧”账号、知乎“某科技”账号等社交账号、“社区”App以及QQ、微信等网络社交工具宣传针对“某”产品的刷量业务(3)删除和下架其在“某商城()”“某社区()”及“社区”App上针对“某”产品刷量的侵权商品及链接;2.判令三被告共同赔偿原告经济损失及维权合理开支共计人民币1,000万元;3.判令三被告在《法治日报》显著位置连续七日刊登声明,为原告消除影响。

事实和理由:原告是某网站以及“某”App()的运营者,经过原告的精心运营,微博具有了较高的知名度和市场声誉。微博对用户粉丝量及博文阅读量、点赞量、评论量、转发量、视频播放量、超话/话题/新鲜事的阅读量等数据进行统计和展示(以下合称涉案数据)。涉案数据是评价用户及其所发布博文、视频、超话/话题/新鲜事的热度、知名度、受欢迎程度的直接标准,真实、可靠的涉案数据是微博获得用户流量和用户粘性的重要基础,真实、可靠的信息共享和互动是微博的核心价值所在。可见,微博内数据的真实性、可靠性决定了其商业价值的高低大小,原告对真实、可靠的微博数据享有相关竞争优势和合法权益。原告有赖于通过真实、可靠的数据对微博的运营、发展方向进行宏观决策,包括原告在内的市场主体可通过博主的粉丝量、博文的阅读量、点赞量等数据评判博主及博文的受关注程度、传播范围等,以此判断博主及博文的商业或社会价值,作为进行相关内容展示、与内容提供者确定合作策略等微观决策的依据。此外,涉案数据的真实性及可信度还是微博平台生态环境、商业规模、商业价值的重要评判依据。为更好的向某提供服务,维护微博平台整体声誉及竞争秩序,原告努力保障涉案数据的真实、清洁、可靠,在《微博服务使用协议》、《微博社区公约》等规范中明确禁止任何针对微博的刷量行为。

经查,被告某某公司2通过多种形式对其所经营的“微博刷量业务”进行宣传推广,并将流量引至其下单渠道以促成刷量交易,同时通过“搭建分站”以及“开通代理”等功能实现刷量业务的规模扩增。被告许某在涉案刷量行为实施期间一直作为被告某某公司2的法定代表人及唯一股东,且某吧()网站中明确收款的支付宝账户为许某所有,同时根据支付宝、财付通反馈的调查结果,前述涉案平台亦公示了被告黄某的收款账户。原告认为,三被告通过提供有偿刷量服务的方式帮助接受刷量服务者虚高相应的粉丝量、阅读量等数据,削弱了微博平台数据的真实性,破坏健康、有序的平台经济生态体系。三被告的行为不仅会导致社会公众对接受刷量服务者的相关公开数据产生过高的虚假认知,也会导致社会公众对未接受刷量服务者的相应数据产生相对偏低的虚假认知,直接损害赖于此类数据真实性而决策的相关主体利益,原

某某有限公司与某某有限公司等>***不正当竞争纠纷一审民事>***

告认为三被告共同实施了涉案不正当竞争行为，违反了《反不正当竞争法》[第八条第二款](#)的相关规定，故诉至法院，请求判如所请。

审理中，某某公司1明确主张许某于2015年9月5日至某某公司2成立时（即某某公司2成立前）单独实施了刷量行为，许某与某某公司2自某某公司2成立后共同实施了刷量行为，并主张黄某与某某公司2、许某共同实施了刷量行为。

辩方观点

被告某某公司2、许某共同辩称：1. 某某公司2与原告经营范围、经营模式均不同，两者不具有竞争关系，两被告实施的刷量代理行为是正常的互联网营销手段，并不属于[反不正当竞争法](#)列举的不正当竞争行为，故两被告的行为并未构成不正当竞争。而微博作为开放的社交平台，其和用户间并没有直接的商业合作关系，用户可以通过微博平台自由发表图片、文字、视频等内容，用户也有权提升自己的粉丝量、转发量、点赞量等，故相关数据的权益应归属于用户而非微博平台；此外，两被告仅在相关平台发布刷量业务信息，并未直接实施刷量行为，两被告在接受用户刷量委托后，两被告将相关订单转交专门的服务商进行操作，增加的粉丝量、点赞量等数据也是真实存在，并非通过技术手段对平台系统和产品进行破坏，且涉案刷量行为在结果上亦未达到妨碍、破坏微博平台的正常运营。

2. 即便涉案行为构成不正当竞争，两被告也未构成共同侵权，涉案平台的运营主体均为某某公司2，与许某无关，且原告也无证据证明许某在某某公司2之外单独实施刷量行为，即便涉案平台出现了许某的联系方式，也系许某的职务行为，相关法律责任应由某某公司2承担。此外，因涉案平台搭建时借鉴了黄某运营的网站且未能及时修改相关内容，故黄某的联系方式亦出现在了涉案平台，但两被告均未与黄某共同实施侵权行为。

3. 涉案行为已经停止，涉案平台业已关闭，涉案行为持续时间较短，原告也并未因涉案行为遭受巨额经济损失，其诉请的赔偿金额过高，就维权合理开支部分，其中律师费在另案中已得到全额支持，本案不应再予以支持，至于刊登声明消除影响，即便涉案行为被认定为构成不正当竞争，也应在与侵权相关的载体上进行刊登。

被告黄某未做答辩，亦未提交书面答辩状。

根据当事人陈述和经审查确认的证据，本院认定事实如下：

一、涉案企业登记和经营情况

某某公司1成立于2010年8月9日，经营范围包括计算机系统服务，数据处理服务，网络文化经营，互联网新闻信息服务等，系“新浪微博”网站（weibo.com）、“微博”安卓手机APP的运营主体。

某某公司2成立于2016年11月23日，经营范围包括从事网络科技领域内技术开发、技术咨询、技术服务，企业形象策划等。其唯一股东为许某。

二、“新浪微博”经营情况

（一）“新浪微博”的基本情况

某某有限公司与某某有限公司等>***不正当竞争纠纷一审民事>***

“新浪微博”于2009年上线，是用户在线创作、分享和发现内容的社交媒体平台，将公开、实时的自我表达方式与平台强大的社交互动、内容整合及分发功能相结合，同时能帮助广告和营销客户向某推销品牌、产品和服务。“新浪微博”曾在某某协会、工业和信息化部网络安全产业发展中心联合发布的2019年中国互联网企业100强榜单中排名第10。2020年4月某某中心发布的《第45次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2020年3月，微博使用率为42.5%，较2018年底上升0.2个百分点；截至2019年12月，经过新浪平台认证的政务机构微博为13.9万个。“新浪微博”2021年第二季度财报显示，该季度净营收5.745亿美元，广告和营销营收5.023亿美元，增值服务营收7,210万美元，运营利润1.932亿美元，2021年6月的月活跃用户数5.66亿，平均日活跃用户数2.46亿。

（二）“新浪微博”平台中与规制“刷量行为”的相关用户协议

“新浪微博”网站上公示有《微博服务使用协议》《微博商业行为规范办法》《微博投诉操作细则》《微博创作者广告共享计划常见问题》《微博认证规则》《微博热搜管理规则》《热门微博“小时榜”上榜规则》《微博话题榜规则》《微博V影响力榜规则》。其中，《微博服务使用协议》第4.5条约定：“为维护微博平台的稳定运营，确保用户体验质量，未经微博运营方事先书面许可，任何人不得擅自在微博平台上实施自动化行为或发布垃圾信息”；第4.5.1条约定：“自动化行为，是指未经微博运营方同意，用户自行或授权、协助第三方采用自动化手段或明显异于常人的、远高于正常用户频率地发布微博、评论、私信、头条文章或作出关注、点赞、抓取数据等的行为”。《微博商业行为规范办法》中“营销信息管理”部分第四条规定：“对于影响用户体验、扰乱微博社区秩序的营销行为，站方将严肃处理。主要表现为：……（三）从事刷评论、刷转发……”；“粉丝管理运营”部分第七条规定：“……（二）构成违规和参与虚假粉丝买卖的，站方强制移除违规帐号全部虚假粉丝，并处以禁被关注7-30天的处罚，若情节恶劣或后果严重，加重处罚直至关闭帐号”。《微博投诉操作细则》第三十八条规定：“作弊行为是指以自动化手段或明显异于常人的、远高于正常用户频率地发布微博、评论、私信、头条文章或作出关注、点赞、抓取数据等动作”；第三十九条规定：“为保证微博产品的正常运营，规范微博用户的行为，保障微博用户良好的用户体验，任何自动化的行为都要受到统一管理或处罚”。此外，上述其他规则中还分别规定了创作者要加入广告共享计划，或进行微博认证，或微博进入相关榜单需要满足粉丝量、阅读量、视频播放量、搜索量、评论量、点赞量等要求。

三、被诉不正当竞争行为

（一）被诉侵权网站的相关情况

ICP/IP地址/域名备案管理系统显示，网站首页地址为“”对应两个网站域名，包括“”和“”，网站名称“”，主办单位为“某某公司2”；网站首页地址为“”对应两个网站域名，包括“”和“”，网站名称“”，主办单位为“某某公司2”；知乎“”账号已认证官方账号，认证的机构主体为“某某公司2”。

（二）对被诉侵权行为的公证情况

1. 通过刷量的相关情况

某某有限公司与某某有限公司等>***不正当竞争纠纷一审民事>***

（1）取证微博账号及博文的初始情况

2021年8月5日，登录用户名为“”的微博账号，该账号显示“粉丝1”，依次发布微博“肥猪佩奇带你逛古堡、品苏格兰威士忌、游中世纪地牢~#爱丁堡#”（链接1；转发0，点赞0，评论0）、“爱丁堡2小时市内游经典路线规划，就找肥猪佩奇555~”（链接2；转发0，点赞0，评论0）、带“#肥猪旅游#”话题（阅读量0）的博文“自由行，就找肥猪旅游规划~”（链接3；阅读8）、“肥猪带你走上阿姆斯特丹博物馆之旅~走进伦勃朗、维米尔、梵高。”（链接4；转发0，点赞0，评论0）、带“#旅行规划师肥猪#”话题（阅读量0）的博文“带你畅西欧~”（链接5）；登录用户名为“王某2就是我”的微博账号，该账号显示“粉丝1018”；登录用户名为“抹茶皮肤刘壮壮”的微博账号，该账号显示“粉丝1”。

（2）通过“”刷量的情况

2021年8月5日，登录商城网站首页（网址为），点击进入“微博营销”浏览并下单购买，为“链接1”购买“微博一万转发多少钱（纯刷量），230元/10000次”“微博刷量评论在线下单，3元/100次”“微博真人互动服务点赞，1.2元/人”；为“链接2”购买“微博高质量转发下单平台，15元/100次”“微博高质量评论购买，15元/100次”；为“链接3”购买“短微博阅读，10元/1万”；为“#肥猪旅游#”话题购买“微博话题阅读，50元/100万”；为“肥猪佩奇555”账号购买“微博初级粉丝购买，18元/1000个”；为“王某2就是我”账号购买“微博高级粉丝怎么买，28元/1000个”。以上订单的付款均通过选择支付宝付款后，系统弹出支付宝二维码，扫码支付显示收款人为某某公司2。

（3）通过“”网站刷量的情况

2021年8月5日，登录“社区”网站（网址为），选择并点击充值机加款下的“微信加款0手续费”，进入相关页面，展示了一个微信二维码，并附有加款方式说明“扫码加微信好友，加款方式一：1. 保存商品图片二维码。2. 打开微信扫一扫。3. 扫描二维码。4. 输入金额。5. 转账备注写社区编号（必须为编号，进入社区右上角可见）。6. 加款完成秒到账。加款方式二：1. 添加微信号dy58116为好友。2. 转账备注编号，秒到账”。按照页面提示信息选择支付宝支付方式进行多次充值。此外，充值界面的“充值说明”部分中还注明“如充值遇见问题请联系售后客服QQ：763335994”。随后返回“星星社区”网站首页，为“链接4”购买“手提评论（百起），100个”“手提转发（百起），100个”“特价点赞，100个”；为“#旅行规划师肥猪#”话题购买“普通话题阅读（大单），1,000万”“话题讨论，1000”；为“抹茶皮肤刘壮壮”账号购买“初级粉，1000”。

（4）购买刷量服务后的取证微博账号及博文的情况

2021年8月6日，登录新浪微博查看前述微博账号、博文及话题的数据，其中“肥猪佩奇555”账号显示“粉丝1032”，该账号发布的博文“肥猪佩奇带你逛古堡、品苏格兰威士忌、游中世纪地牢~#爱丁堡#”（链接1）显示“转发10324，点赞1，评论101”、“爱丁堡2小时市内游经典路线规划，就找肥猪佩奇555~”（链接2）显示“转发0，点赞0，评论103”、“#肥猪旅游#”话题显示“阅读1.2万”、“#肥猪旅游#自由行，就找肥猪旅游规划~”（链接3）显示“阅读量1.1万”、“肥猪带你走上阿姆斯特丹博物馆之旅~走进伦勃朗、维米尔、梵高。”（链接4）显示“转发101，点赞174，评论101”、“#旅行规划师肥猪

某某有限公司与某某有限公司等>***不正当竞争纠纷一审民事>***

#”话题显示“阅读2,080.7万，讨论量1482”；“王某2就是我”账号显示“粉丝2033”、“抹茶皮肤刘壮壮”账号显示“粉丝1035”。

前述过程均由某某公司1的代理人在公证员、公证处工作人员的监督下使用公证处办公电脑等设备完成，据此，北京市国信公证处出具（2021）京国信内经证字第07110号公证书。

2. 通过“社区APP”刷量的相关情况

（1）取证微博账号及博文的初始情况

2021年8月5日，登录用户名为“肥猪佩奇555”的微博账号，依次发布图文微博“爱丁堡一年只有一个月的夏天，人们都在尽情地享受短暂的夏天”（链接6；转发0，评论0，点赞0）、视频微博“中爪哇岛著名城市 日惹”（链接7；播放量0）。

（2）通过“社区APP”刷量的情况

2021年8月5日，进入“”主页（网址为），注册并登录后下载APP（安卓版），按照提示安装该APP（APP名称为“社区APP”），在“社区APP”输入社区域名“sumfhome.com”后进入“区”主界面，登录用户名为“baoquan123”的账号，在“我的 余额充值”中有“如充值遇见问题请联系售后客服QQ：763335994”的说明，另外“支付宝充值”中还公示了支付宝收款二维码“星星之光”（X亚晴）。按照界面提示信息分别通过支付宝付款和微信付款进行充值后，为“链接6”购买“表情赞，100个”“秒刷转发，1000个”；为“链接7”购买“视频播放（极速，1万）”。

（3）购买刷量服务后的取证微博账号及博文的情况

2021年8月6日，登录新浪微博查看前述微博账号发布的图文博文及视频博文的相关数据，图文微博“爱丁堡一年只有一个月的夏天，人们都在尽情地享受短暂的夏天”（链接6）显示“转发1073，评论0，点赞106（表情赞）”；视频微博“中爪哇岛著名城市 日惹”（链接7）显示“播放量1万”。

前述过程均由某某公司1的代理人在公证员、公证处工作人员的监督下使用公证处办公电脑、安卓手机等设备完成，据此，北京市国信公证处出具（2021）京国信内经证字第07111号公证书。

3. 通过微信下单刷量及搭建分站的相关情况

（1）取证微博账号及博文的初始情况

2021年8月24日，登录用户名为“肥猪佩奇555”的微博账号，显示“粉丝1032”，浏览该账号发布的相关图文微博，其中“疫情期间无法出国，肥猪只好带大家玩一些国内的小众玩法啦！来阿那亚戏剧节，看一场随着海上日出同步进行的戏剧，与来着全国各地的优秀艺术家们一同参与一场艺术的狂欢吧！#阿那亚戏剧节##旅行规划师肥猪##肥猪旅游#”显示“转发量0，点赞量0，评论量0”、“每个季节都有不一样的玩法噢！[春天]去寻找那一株红墙外的白玉兰吧”显示“转发量0，点赞量0，评论量0”、“看过动画片《大鱼》吗？《大鱼》的取景地，小众旅行之选，广东省梅州市大埔县花萼楼”显示“转发量0，点赞量0，评论量0”、“[秋天]骑车去郊外，误入一片金黄的芦苇地#旅行规划师肥猪#”显示“转发量0，点赞量0，评论量0”；视频微博“中爪哇岛著名城市 日惹”显示“播放量29”。

（2）通过“AAA牛粉吧对接服务”刷量的情况

某某有限公司与某某有限公司等>***不正当竞争纠纷一审民事>***

2021年9月9日，进入“微信”APP查看与“AAA牛粉吧对接服务”的聊天记录，主要包括：8月26日，为微博账号“小猪佩XXXX”购买“初级粉1000”、为图文微博“疫情期间无法出国，肥猪只好带大家玩一些国内的小众玩法啦……”购买“真人套餐1【50转发+100评论+100赞】”、“每个季节都有不一样的玩法噢……”购买“真人套餐1【50转发+100评论+100赞】”、“看过动画片《大鱼》吗？《大鱼》的取景地，小众旅行之选……”购买“转发、评论、点赞各【100】”、“[秋天]骑车去郊外，误入一片金黄的芦苇地#旅行规划师肥猪#”购买“转发、评论、点赞各【100】”；为视频微博“中爪哇岛著名城市 日惹”购买“视频1万播放量”。

在付款时，“AAA牛粉吧对接服务”表示“支付宝亲1571551XXXX亚晴”“微信估计收不了”“收多了，提示敏感风险”。某某公司2为此次交易出具编号为07209566号的发票一张。

（3）购买刷量服务后的取证微博账号及博文的情况

2021年9月7日，登录用户名为“肥猪佩奇555”的微博账号，显示“粉丝2056”。查看图文微博“疫情期间无法出国，肥猪只好带大家玩一些国内的小众玩法啦……”显示“转发47，点赞97，评论97”、“每个季节都有不一样的玩法噢……”显示“转发48，点赞96，评论96”、“看过动画片《大鱼》吗？《大鱼》的取景地，小众旅行之选……”显示“转发1007，点赞1170，评论1001”、“[秋天]骑车去郊外，误入一片金黄的芦苇地#旅行规划师肥猪#”显示“转发1008，点赞1168，评论1001”；查看视频微博“中爪哇岛著名城市 日惹”显示“播放量2.1万”。

（4）取证搭建分站的相关情况

2021年9月7日，登录“”网站，在该网站“搭建分站”模块项下有“普及版分站”“专业版分站”“旗舰版分站”，开通价格分别为100元、120元、150元。随后，通过自助开通分站功能开通“旗舰版分站”并支付150元，站点名称设置为“小微下单平台”，域名为“xiaowei44.1189sq.cn”，该分站展示的客服微信号、QQ号、微博刷量商品链接、充值方式、支付宝二维码与“”网站所公示的信息一致（即与（2021）京国信内经证字第07110号公证书中关于“星星社区”网站的部分一致）。

前述过程均由某某公司1的代理人在公证员、公证处工作人员的监督下使用公证处办公电脑等设备完成，据此，北京市国信公证处出具（2021）京国信内经证字第08013号、（2021）京国信内经证字第08145号、（2021）京国信内经证字第09012号公证书。

4. 涉诉平台展示的联系方式、收款账户及与“刷量”相关的宣传

（1）网站

进入网站（网址为），浏览该网站内的相关文章，包括以下内容：2018年5月19日，该网站发布题为“购买微博账号怎么维护”等文章，并且在题为“指定联系方式，认准信息【防冒骗子】”的文章中称“联系微信：AAAAA新浪微博加粉丝【查找号：xumaowx推荐联系方式，响应快】”；2019年4月16日，发布题为“微博买5万粉多少钱”的文章称“牛粉吧成立8年以诚为本”；2019年5月22日，发布题为“淘宝直播高级观看人气（包月套餐）”的文章称“长期合作，欢迎下单，微信xumaowx”；2021年4月21日，发布

某某有限公司与某某有限公司等>***不正当竞争纠纷一审民事>***

题为“微博粉丝下单的链接平台（便捷平台）”的文章称“营销平台经营微博粉丝已经十余年，积累了大量的老客户”。

此外，该网站还展示了各类刷量商品名称和价格等信息，包括微博粉丝量、转发量、点赞量、评论量等共73个商品。并在数篇文章中展示了以下联系方式及收款账号：管理客服微信号niufenba、下单微信号xumaowx、下单微信号leijz2020；客服咨询QQ号1732931481、客服投诉QQ号26685XXXX3；联系电话1571551XXXX；以及“唯一收款支付宝户名（X亚晴）”的内容。

另，“”网站亦可从某某公司2运营的“帆客网”（网址为www.520fanke.com）的友情链接进入。

（2）网站

进入网站（网址为），浏览该网站内的相关文章，包括以下内容：2017年1月21日，该网站发布题为“如何注册成为会员”、“积分细则”的文章。此外，该网站还展示并销售各类刷量服务，包括微博初级粉丝购买、微博低级粉丝在线下单等共24个商品。

（3）网站

登录“”网站（网址为），浏览“微波业务”下的“橙V点亮”“个人认证”并点击“充值加款”下的标题可见“星星之光（X亚晴）”的支付宝收款二维码。该网站展示了各类微博刷量商品链接，包括粉丝量、转发量、阅读量、评论量等共55个商品。

（4）“社区APP”

使用安卓手机登录“区”网站（网址为），下载安卓版APP（安装后名称显示为“社区APP”），安装后进入“社区APP”，输入社区域名“sumfhome.com”，进入相应界面并登录账号，浏览相关微博刷量商品链接，包括微博粉丝量、转发量等，相关刷量商品的名称及定价与“星星社区”网站的相关公示一致，此外在充值界面还展示了“如充值遇到问题请联系售后客服QQ：763335994”。

（5）网易“”账号

登录“网易号”，查看订阅的“”网易号，浏览该账号发布的文章，包括以下内容：2019年4月3日，该账号发布题为“微博买粉丝的风险有哪些？能否规避？”的文章称“（全球买粉丝靠谱大平台）”；同年4月30日，发布题为“怎么购买新浪微博粉丝多少钱”的文章称“牛粉吧作为微博粉丝运营资深的服务商，熟悉微博粉丝运营方法和运营成本”“牛粉吧成立8年以诚为本”；同年5月13日，发布题为“微博一万粉丝多少钱？到哪里购买呢？”的文章称“牛粉吧成立8年以诚为本”。

（6）知乎“”账号

登录“知乎”网站，浏览知乎“”账号的回答记录，其自2020年9月22日起，先后在若干个与微博刷量相关的问题中发布回答介绍“微博刷量商品名称及收费信息”的相关内容。

前述过程均由某某公司1的代理人在公证员、公证处工作人员的监督下使用公证处办公电脑等设备完成，据此，北京市信德公证处出具（2021）京信德内经证字第1722号、（2021）京信德内经证字第1723号公证书。

四、涉案账号的实名情况及被诉行为损害后果

（一）涉案账号的实名情况

根据某某公司1申请，本院依法核查了部分涉案收款账户及联系方式的实名认证信息，具体情况如下：

1. 实名认证信息为许某的账号

网站：管理客服微信号niufenba（更名后为nfenba）、下单微信号xumaowx（更名后为xumaott）、下单微信号leijs2020；客服（咨询）QQ号1732931481、客服（投诉）QQ号26685XXXX3；联系电话1571551XX XX；支付宝昵称“157155136692亚晴”

2. 实名认证信息为黄某的账号

网站充值微信号dy58116（更名后为daxie78）、星星社区网站售后客服QQ号（同时系“社区APP”售后客服QQ号）763335994

3. 某某公司2、许某对涉案“网易号”“知乎号”的意见

审理中，某某公司2确认网易“牛粉吧”账号系由其所有并运营；但某某公司2否认知乎“帆客科技”认证账号由其所有并运营，其述称该知乎认证账号系其出借营业执照给案外人并由案外人注册运营。

（二）与被诉行为损害后果相关的情况

根据某某公司1申请，本院依法调取了部分涉案账户的流水记录，具体情况如下：

1. 许某名下账户的流水

微信号niufenba（更名后为nfenba），2020年1月16日至2022年3月7日期间，共发生17003笔交易，涉及收入交易7992笔，收入金额547,136.99元；

微信号xumaowx（更名后为xumaott），2017年8月2日至2022年3月8日期间，共发生21189笔交易，涉及收入交易13348笔，收入金额2,484,239.44元；

微信号leijs2020，2021年1月6日至2022年3月7日期间，共发生2589笔交易，涉及收入交易2144笔，收入金额149,309.44元，其中2021年6月15日收取高级粉刷量费用20元（该笔费用对应（2021）京国信内经证字第08145号公证书）；

QQ号1732931481，2017年8月2日至2021年9月15日期间，共发生446笔交易，涉及收入交易195笔，收入金额7,492.06元；

QQ号26685XXXX3，2017年11月18日至2019年3月10日期间，共发生23笔交易，涉及收入交易23笔，收入金额为人民币210元；

支付宝157155136692亚晴，2019年5月26日至2022年3月4日，共发生317笔交易，涉及收入交易164笔，收入金额80,493.46元，其中2021年6月15日收取2个真人套餐1【50转发+100评论+100赞】、2个“转发、点赞、评论各1000”“视频播放量1万”“初级粉”的刷量费用共623元（该笔费用对应（2021）京国信内经证字第08145号公证书）。

2. 黄某名下账户的流水

微信号dy58116（更名后为daxie78），2019年3月27日至2022年1月11日期间，共发生4164笔交易，涉及收入交易3519笔，收入金额379,975.98元；

QQ号763335994（浦东判决书中涉及该账号），2017年8月3日至2022年3月2日期间，共发生446笔交易，涉及收入交易246笔，收入金额3,955.53元。

七、其他情况

某某公司2的“单位参加城镇社会保险基本情况”显示“2022年5月的缴费人数2人”；许某的“参保人员城镇职工基本养老保险缴费情况”显示“近60个月缴费单位包括某某公司3等4家单位”。

某某公司1主张其为本案支出合理开支包括律师费10万元、公证费42,000元，并提供了相关凭据。

另查明，某某公司1就黄某及案外人某某公司4（以下简称某某公司4）实施的微博刷量行为向上海市浦东新区人民法院提起诉讼，该案明确其审理范围不包括黄某与某某公司2、许某共同实施的微博刷量行为，还明确判决确定的某某公司1的维权合理开支（包括律师费、公证费）系为该案件单独支出。

以上事实有附卷证据以及庭审陈述等在案佐证。

根据原、被告的诉辩意见及本院查明的事实，本案的争议焦点主要在于：一、涉案被诉侵权行为是否构成不正当竞争；二、若被诉侵权行为构成不正当竞争，相应民事责任的承担主体及承担方式。

一、涉案被诉行为是否构成不正当竞争

（一）某某公司1是否有权提起本案诉讼

微博是某某公司1合法运营的社交媒体平台，以文字、图片、视频等多媒体形式，实现信息的即时分享、传播互动。微博作为社交媒体平台，吸引了大量用户在微博中进行分享、互动，在此过程中形成了如用户粉丝量、博文阅读量、点赞量等大量数据。本院认为，就单一数据个体而言，其一般归属于特定用户所有，然当海量的数据形成数据集合后，由于该些数据集合很大程度展现了用户及其所发布博文、视频、超话等内容的热度、知名度及受欢迎程度，亦是评价微博平台生态环境、商业规模、商业价值的重要依据，加之互联网经济的一个重要因素是流量，而所谓流量通常表现为用户数量、用户浏览量等相关数据指标，流量越高则意味着更高的关注度和更大的财产价值。本案中，微博平台凭借前述数据集合已形成拥有庞大用户群体的生态系统，具有较高的市场知名度和良好的商业信誉，即微博平台能够从这些数据集合中获取商业收益、建立竞争优势。故某某公司1对经其运营维护的微博平台上的相关数据享有合法权益，其因此获得的流量和与之相关的正当商业利益及竞争优势应受到法律保护，即某某公司1有权提起本案诉讼。

（二）被诉侵权行为及造成的后果

本案中，被诉侵权行为的实施主要包括以下路径：（1）“都玩商城”网站（网址为www.chinadww.com）、“星星社区”网站（网址为www.sumfhome.com）展示了微博刷量业务（包括粉丝量、阅读量、点赞量、转发量等）及收费标准，且用户可以通过前述两个平台以在线下单的方式有偿获取相关微博刷量服务。（2）“星星社区”网站向某提供“社区”APP的下载渠道，用户下载“社区”APP后可以进入域名为“sumfhome.com”的站点，该站点展示的微博刷量业务及在线下单功能与“星星社区”网站相同；且“星星社区”网站还允许用户付费搭建分站，即用户可以通过其自行搭建的分站为微博刷量业务引流并从中获利。

某某有限公司与某某有限公司等>***不正当竞争纠纷一审民事>***

，而用户自行搭建的分站展示的内容及具备的在线下单功能与“星星社区”网站相同。（3）“牛粉吧”网站（网址为www.niufenba.com）展示了微博刷量业务及收费信息，并展示了微信号、QQ号、手机号等联系方式供用户联络并获取相应的微博刷量服务。（4）“帆客网”（网址为www.520fanke.com）展示了与微博刷量等内容相关的文章，且该网站提供链接供用户跳转至“牛粉吧”网站。（5）网易“牛粉吧”账号发布了与微博刷量相关的文章，并展示了微博刷量业务的刷量商品名称及收费信息。（6）知乎“帆客科技”账号在知乎网上若干个与微博刷量相关的问题的回答中展示了关于微博刷量商品的名称及收费信息的相关内容。

根据[反不正当竞争法](#)的相关规定，经营者不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。现某某公司2及许某辩称其帮助用户增加的粉丝量、点赞量等数据是真实的，本院认为，数据的真实性并非仅指其“量”的真实性，更应当是指其“质”的真实性，即相关数据指标的变化应出于平台真实用户的真实意愿，而非通过实施刷量等作弊行为获得的虚假变动。故本院对某某公司2及许某的该项辩称意见，不予采信。本院认定，前述被诉侵权行为系通过组织虚假交易的方式，虚构了用户粉丝量、博文阅读量、点赞量、评论量、转发量等数据，帮助相关用户通过滋生大量无效流量的方式，损害了包括微博平台运营方在内的各方主体的合法权益，亦破坏了正常的市场竞争秩序，就其造成的损害后果，本院具体评析如下：

1. 被诉侵权行为损害了微博平台运营方的权益

被诉侵权行为帮助购买了刷量服务的账户、话题、博文等进行数据造假，使得实际未达到相关指标要求的微博账号、话题、博文等获得微博官方认证、登上热门榜单等利益，以致相关综合评价指标失去客观性和公正性，破坏微博认证产品制度和付费产品生态，造成微博产品规则无法正常运行。此外，刷量行为还造成大量虚假的数据指标被写入微博、以致微博内原有的真实数据被稀释，降低了用户对微博数据的信任度，进而损害微博平台在用户中的可信度。

2. 被诉侵权行为损害了微博平台用户的权益

一方面，购买了刷量服务的相关主体依托虚假数据通过微博创作者引力计划、微博创作者广告共享计划等获得相应的广告分成收益、扰乱微博内容激励项目，破坏了微博平台的生态氛围，即本不应获得资源扶持的用户挤占了他人获得的扶持机会、高质量创作者因此流失，大量的微博创作者不再深耕优质内容，转而从刷量行为谋求不正当的利益和竞争优势，最终导致微博产品正向激励机制失灵，引发“劣币驱逐良币”的局面。另一方面，刷量行为导致的虚假数据使本不应获得推荐的内容被推荐、本不是热点的内容成为了热点内容，使得用户对微博平台展示的文章质量、信息热点等产生虚假认知，造成用户获取大量无效、低质的信息。

3. 被诉侵权行为损害了微博平台其他参与者的权益

如前所述，微博平台作为具有较高影响力和知名度的社交平台，大量广告商会选择在微博平台投放广告进行宣传。然由于刷量行为并不代表微博用户真实的访问意愿，自然也不会带来相应的商业交易机会，

某某有限公司与某某有限公司等>***不正当竞争纠纷一审民事>***

因刷量行为产生的虚假访问数据，会严重干扰广告商对微博广告产品价值及市场前景的判断，广告商会因虚构的无效流量而支付更多的广告费，不仅导致其商业利益的减损，更会误导其做出错误的商业决策。

4. 被诉侵权行为损害了互联网产业整体竞争秩序

良性的互联网产品生态链通常是优质的内容吸引用户关注，随后互联网产品关注度上升进而吸引更多用户关注，最终获得流量和价值的双赢。而刷量行为则割裂了这一正向的产业生态链，其通过造假作弊方式制造了大量无效流量以获取不正当的竞争优势，若对该类行为不加以遏制，将会破坏诚信运营、公平竞争的市场秩序，损害整个互联网产业生态、造成市场激励机制失灵，最终影响社会公众的长远利益。

（三）各被诉侵权行为的持续时间及实施主体

1. 许某及某某公司2

某某公司1主张许某于2015年9月5日至某某公司2成立时（即某某公司2成立前）单独实施了刷量行为，然其仅提供了百度贴吧中相关贴文的截图，并未提供其他相关证据予以佐证，鉴于前述单一截图无法形成完整的证据链，故本院对某某公司1的该主张不予支持。

本案中，自2016年某某公司2成立后，某某公司2陆续登记备案并运营了“都玩商城”网站、“星星社区”网站、“社区”APP中的域名为“sumfhome.com”的站点、“帆客网”网站、“牛粉吧”网站、网易“牛粉吧”账号。其中，“都玩商城”网站、“星星社区”网站、“牛粉吧”网站及网易“牛粉吧”账号还陆续发布文章宣称“牛粉吧成立8年以诚为本”“牛粉吧营销平台经营微博粉丝已经十余年，积累了大量的老客户”等内容，本院认为，前述内容显系某某公司2为说明其公司运营稳定且在微博刷量业务领域具有丰富的经验之用，即该等宣传帮助某某公司2在在微博刷量业务领域获取了一定的竞争优势，故即便如某某公司2所称前述内容仅为宣传并不符合实际情况，然一方面某某公司2未能提供相反证据予以推翻，另一方面，某某公司2已然从该等宣传中获取了相当的利益，故其理应承担因此产生的不利后果。

关于知乎“帆客科技”账号，虽某某公司2辩称该账号并非由其注册并运营，然根据“知乎”网站展示的相关信息可知该账号属于“已认证官方账号”“机构主体：某某公司2”，且即便某某公司2的该项辩称意见属实，其出借公司营业执照供案外人注册账号的行为亦属不当，本院同时考虑到该账号展示的内容或回答均涉及微博刷量的相关内容，与某某公司2从事的微博刷量业务具有高度关联性，故本院认定知乎“帆客科技”账号由某某公司2所有并运营。

至于许某，虽其辩称其联系方式展示于涉案平台系履行职务所致，但本院同时关注到，许某作为某某公司2的法人及唯一股东，其名下大量微信号、QQ号、手机号等联系方式展示在多个涉诉平台并用于联系刷量业务、收取刷量服务费，加之在案证据亦表明在在微博刷量过程中存在由许某通过个人账户收取服务费后由某某公司2开具发票的情况。

综上，本院认定许某自2016年11月23日某某公司2成立后与某某公司2共同从事微博刷量业务。

2. 黄某

本案中，“星星社区”网站及“社区”APP中的域名为“sumfhome.com”的站点均展示了黄某的微信号用于收款以及黄某的QQ号作为客服联系方式，虽某某公司2及许某辩称黄某的联系方式出现在涉诉平台

某某有限公司与某某有限公司等>***不正当竞争纠纷一审民事>***

系因某某公司2复制了黄某的网站所致，并非其与黄某共同实施了被诉侵权行为。本院认为，本案中，许某认可其与黄某相识，且根据他案查明之事实，黄某亦曾从事微博刷量业务，即使某某公司2及许某的辩称意见属实，然在案证据显示黄某的相关账号并非仅作为联系方式进行展示，其微信号被明确标注为收款之用，鉴于收款账户作为收取业务报酬的重要信息，相关经营主体对于收款账号的正确与否理应施以更高的注意义务，且本院还关注到在某某公司2提交的许某与黄某的转账往来记录中，某某公司2将其中一笔往来记录明确备注为“刷量收入”，即黄某客观上亦参与了刷量收入的收益分配，故本院对某某公司2及许某的该项辩称意见不予采信。

综上，本院认定黄某在某某公司2成立后参与了某某公司2及许某从事的微博刷量业务。

（四）原、被告是否构成同业竞争者

某某公司2及许某辩称，某某公司2与某某公司1的经营范围、经营模式不同，不具有竞争关系的意见。本院认为，[反不正当竞争法](#)意义上的竞争关系包括直接竞争关系和间接竞争关系，[反不正当竞争法](#)维护具有直接竞争关系的竞争者之间的正当竞争，也维护整个市场的竞争秩序。特别是在互联网经济领域，商业运营模式较传统经济有较大变化，行业界限区分日益模糊，即使经营者之间不存在直接的竞争关系，经营者也因破坏其他经营者的竞争优势与其产生了竞争关系。本案中，某某公司2提供的微博刷量服务与某某公司1运营的微博平台在业务上虽不相同、不具有直接竞争关系，但二者的经营领域、服务对象等基本相同，且某某公司2经营的微博刷量业务高度依赖并直接作用于微博平台，如前所述，微博刷量业务滋生的大量虚假流量破坏的是微博平台上本应真实可靠的数据，而真实可靠的数据则是某某公司1所依赖的核心竞争优势。综上，本院对某某公司2及许某的该项辩称意见不予采信，本院认定某某公司1与某某公司2等属于同业竞争的关系。

至于某某公司2及许某还辩称其未直接实施被诉微博刷量行为，而是将刷量订单转托给专门从事刷量的服务商完成，其仅是刷量代理。本案中，某某公司2及许某并未提供相关证据证明该主张，退而言之，即便某某公司2及许某所述属实，其在涉案平台大量展示并提供微博刷量业务下单的行为亦从客观上起到了提供刷量服务的作用，即便该刷量服务确由案外人提供、某某公司2及许某收取的费用部分用于支付给案外人进行实际刷量服务，本院认为，该项支出亦应认定为某某公司2及许某实施微博刷量行为的“侵权成本”，并不会改变某某公司2及许某收取刷量服务费用、提供刷量服务的性质。故本院对某某公司2及许某的该项抗辩意见，亦不予采信。

综上所述，某某公司2、许某及黄某在本案中实施的微博刷量行为构成帮助其他经营者虚假宣传的不正当竞争。

二、若被诉行为构成不正当竞争，相应民事责任的承担主体及承担方式

鉴于某某公司2、许某、黄某构成帮助其他经营者虚假宣传的不正当竞争，故应当承担停止侵权、消除影响、赔偿损失等民事责任。

某某公司2和许某分工配合，共同实施了微博刷量的不正当竞争行为，且许某作为某某公司2的唯一自然人股东，在其不能证明双方财产相互独立的情况下，结合本案查明之事实，许某应与某某公司2就某某

某某有限公司与某某有限公司等>***不正当竞争纠纷一审民事>***

公司2成立后的微博刷量行为承担共同侵权责任。至于黄某，其在某某公司2成立后参与了某某公司2及许某实施的微博刷量业务，鉴于在案证据无法证明黄某的参与程度，本院将酌情判定黄某应当承担的相应责任。

关于停止侵权，就本案查明的各被诉侵权行为表现的路径而言，双方当庭确认“都玩商城”网站、“星星社区”网站、“社区”APP中的域名为“sumfhome.com”的站点、“帆客网”网站、“牛粉吧”网站均已无法访问；网易“牛粉吧”账号未再展示微博刷量的相关内容；知乎“帆客科技”账号已无法被检索到。但鉴于本案被诉侵权行为仍可以通过微信、QQ等私密途径继续实施，且某某公司2及许某在本案诉讼过程中为诉讼之便亦可登录被诉侵权网站后台调取相关数据，即涉案刷量平台存在随时恢复运营的可能性，考虑到停止侵权存在向后效力，本院认为仍有判决停止侵权的必要。

关于消除影响，根据相关法律规定，其应当与侵权行为产生影响的范围相适应，鉴于被诉侵权行为发生在互联网，具有持续时间长、影响范围广的特点，且被诉侵权行为不仅损害了包括某某公司1在内的各个主体和社会公众的利益，亦破坏了诚信运营、公平竞争的市场秩序，结合微博平台知名度高、市场影响力大等因素，本院认为某某公司1主张三被告在《法治日报》显著位置刊登声明以消除影响的诉请并无不当，至于时长，本院酌定刊登一日。

关于赔偿损失，本院根据某某公司1的申请调取了部分涉案QQ号、微信号、支付宝账号的交易记录，但该交易记录无法明确哪些是微博刷量的收入，且未涵盖全部的交易方式和时间范围，即本案原告的实际损失和被告的侵权获利均无法确定。故本院根据原告的请求，依照法定赔偿方式，并综合考虑以下因素予以酌定：1. 某某公司1及“新浪微博”的知名度和影响力；2. 被诉侵权行为的模式、性质、持续时间及对“新浪微博”的影响，包括（1）多个涉案平台长期、大量宣传被诉侵权行为，且公证书显示存在多个刷量商品链接供用户选择，相关用户亦可通过在线下单的方式获取刷量服务，即涉案刷量服务具有易获取性的特点（2）部分涉案平台允许用户自行搭建分站引流引起集聚效应（3）公证下单刷量服务后，相关数据在短时间内获得了大幅增长，可知在实施涉案刷量行为时人工参与程度较低，即涉诉刷量行以较低的侵权成本即可产生较高的侵权获利（4）有效甄别并涤除刷量行为滋生的大量虚假数据存在难度，不排除前述刷量所得的虚假数据已经帮助相关用户获得了不当的利益和竞争优势；3. 某某公司2、许某及黄某的主观过错程度，鉴于某某公司1在微博平台公示的各项使用协议、用户服务协议既正向规定了粉丝量、阅读量、点赞量等数据对于用户参与如榜单评选、账号认证等活动的重要性，亦负向规定了禁止用户实施虚假粉丝买卖、刷评论、刷转发等作弊行为及相应的后果，故某某公司2等对实施被诉侵权行为属于“明知不应为而为之”；4. 部分涉案支付宝、财付通账号的交易情况。

至于某某公司1主张的公证费和律师费，系其为制止侵权行为而支付的合理开支，虽某某公司2及许某辩称前述维权合理开支已在他案中获得全额支持，然根据本院查明之事实，某某公司1在他案中所获相关赔偿系其为另案维权单独支出，与本案无涉。本院认为，某某公司1在本案中提供了公证费及律师费的相关凭据，且所主张的金额亦属合理，依法应予支持。

某某有限公司与某某有限公司等>***不正当竞争纠纷一审民事>***

综上，本院酌定赔偿金额及维权合理开支为2,000,000元，黄某就其中的200,000元与某某公司2及许某承担连带赔偿责任。

被告黄某经本院合法传唤，无正当理由拒不到庭参加诉讼，应视为其放弃质证和抗辩的权利，因此产生的不利后果由其自行承担。

本院认为

综上，依照《[中华人民共和国民法典](#)》第一百七十九条第一款第一项、第八项、第十项第三款、[第一千一百六十八条](#)、《[中华人民共和国反不正当竞争法](#)》[第八条第二款](#)、[第十七条](#)，《[最高人民法院关于适用〈中华人民共和国反不正当竞争法〉若干问题的解释](#)》[第二十三条](#)、《[中华人民共和国公司法](#)》[第六十三条](#)，《[中华人民共和国民事诉讼法](#)》[第一百四十七条](#)的规定，判决如下：

裁判结果

一、被告某某公司2、许某、黄某于本判决生效之日起立即停止对原告某某公司1的涉案不正当竞争行为；

二、被告某某公司2、许某、黄某于本判决生效之日起十五日内在《法治日报》上发布声明（除中缝外，内容须经本院审核），以消除因其不正当竞争行为对原告某某公司1造成的不良影响；如不履行，本院将在相关媒体上公布本判决的主要内容，所需费用由被告某某公司2、许某、黄某共同承担；

三、被告某某公司2、许某于本判决生效之日起十日内共同赔偿原告某某公司1经济损失及维权开支2,000,000元；

四、被告黄某就上述第三项中的200,000元与被告某某公司2、许某承担连带赔偿责任。

如果未按本判决指定的期间履行给付金钱义务，应当依照《[中华人民共和国民事诉讼法](#)》[第二百六十条](#)规定，加倍支付迟延履行期间的债务利息。

案件受理费81,800元、财产保全费5,000元，合计86,800元，由原告某某公司1负担35,320元，被告某某公司2、许某负担46,332元，被告黄某负担5,148元；公告费560元，由被告黄某负担。

权利告知

如不服本判决，可在判决书送达之日起十五日内，向本院递交上诉状，并按对方当事人的人数提出副本，上诉于上海知识产权法院。

审判人员

某某有限公司与某某有限公司等****不正当竞争纠纷一审民事****



扫一扫，手机阅读更方便