

深圳市腾讯计算机系统有限公司、腾讯科技(深圳)有限公司与哈尔滨祈福科技有限公司等****不正当竞争纠纷一审民事****

审 理 法 院:上海市****

案 号:(2020)沪****民初15598号

裁 判 日 期:2021.07****

案 由:民事/知识产权与竞争纠纷/不正当竞争纠纷

诉讼请求

两原告向本院提出诉讼请求:1.判令被告祈福公司立即停止涉案不正当竞争行为;2.判令被告祈福公司连续30日在《法制日报》《中国知识产权报》及新浪网首页(www.sina.com.cn)、蚂蚁帮扶网站(www.mayibangfu.com)首页显著位置上发表声明,消除影响;3.判令被告祈福公司赔偿原告经济损失及合理支出500万元,其中合理开支30万元(公证费46,500元、律师费253,500元);4.判令被告邓科研对被告祈福公司的前述第3项诉讼请求承担连带责任;5.判令被告以史为镜公司立即停止通过“聚侠网”(www.juxia.com)提供“蚂蚁帮扶”移动客户端应用的宣传及下载行为。诉讼过程中,两原告确认被告以史为镜公司已停止涉案不正当竞争行为,故申请撤回第5项诉讼请求。

两原告主张的事实和理由:两原告系微信平台服务的经营者。微信公众号服务是微信平台服务的重要组成部分,包括内容服务和广告服务等。两原告通过提供微信公众号广告服务实现流量资源的变现,同时将其一部分广告收益支付给流量主(指关注人数超过500人且申请开通“流量主”功能后提供广告展示位置的微信公众号运营者),作为对其生产优质文章内容带来流量的奖励。为保障微信生态系统的健康发展、提供良好的用户体验、维护微信平台内良好的市场竞争秩序和用户的合法权益,两原告作为平台经营者和管理者制定并公示了各种平台规则,明确禁止微信账号买卖及有偿辅助解封,运营者自行或协助他人以拟人程序、利诱其他用户参与、委托刷单等任何方式,实施非真实的点击、阅读、点赞、评价、刷单等操作,以及流量主采取以任何资源交换为目的引导用户来制造虚假或无效流量、点击量、下载量、曝光量等行为。被告祈福公司经营的蚂蚁平台,包括蚂蚁帮扶APP(Android版和苹果IOS版)、蚂蚁帮扶网页版(aliyunqifu.com/webLogin)、蚂蚁精帮APP(Android版和苹果IOS版)等产品,其主营业务模式是为网络用户之间的刷量交易提供平台服务。被告祈福公司实施了以下三类行为并从中获利:1.通过蚂蚁平台组织、诱导微信公众号进行广告刷量交易,帮助微信公众号运营者实施流量作弊的行为;2.通过蚂蚁平台组织、帮助、诱导微信账号买卖及微信账号辅助解封交易的行为;3.通过蚂蚁平台提供“推广工具”功能,帮助用户一键采集、编辑、分享、传播微信公众号文章内容,窃取微信公众号广告的正常交易机会,宣传推广蚂蚁平台的行为。两原告认为祈福公司的上述行为违反《中华人民共和国反不正当竞争法》(以下简称《反不正当竞争法》)第二条诚实信用的规定,其中组织、诱导微信公众号广告刷量交易行为同时违反了《反不正当竞争法》第八条第二款规定,属于帮助其他经营者进行虚假或引人误解的商业宣传;向用户提供“推广工具”的行为,同时违反了《反不正当竞争法》第十二条第二款第四项规定,属于利用技术手段实施的

妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或服务正常运行的不正当竞争行为。被告祈福公司为一人的有限责任公司，被告邓科研作为祈福公司的股东、法定代表人和网站负责人，在不能证明公司财产与其个人财产相独立的情况下，应与祈福公司承担连带责任。被告以史为镜公司通过其运营的聚侠网对蚂蚁帮扶应用产品功能及使用方法等进行大量宣传并提供下载服务，扩大了祈福公司实施的被诉不正当竞争行为的范围和后果，其行为亦构成侵权。

辩方观点

被告祈福公司、邓科研共同辩称：1. 祈福公司于2017年5月上线试运营蚂蚁平台，该平台系一个互帮互助的交易中介平台，其商业本质是付费请人看广告。祈福公司作为网络服务商仅为任务发布者提供网上交易平台，不直接参与交易，平台制定严格的任务《发布规则》及《接单规则》，禁止任何形式的虚假交易(包括刷单和刷量)，规定“对于一个任务，一个用户只能做一单”，平台的运营符合国家法律、法规和规章，符合互联网商业伦理道德。2. 祈福公司的被诉行为并未侵害两原告的合法权益，没有给两原告造成实际损失，不构成不正当竞争。首先，蚂蚁平台协助有付费推广需求的商家以节省投放广告费的方式快速实现商业目的，同时蚂蚁平台的用户(蚁民)可以利用零碎时间赚取合理佣金，让广告商的广告直接到达用户，去除中间商从中赚取差价的环节。其次，微信账号作为社交账号，系《[《中华人民共和国民法总则》第127条](#)规定的网络虚拟财产，对用户来说具有人格利益，用户享有其注册的微信账户的所有权，并有权对账户使用权进行交易。若两原告认为用户转让微信账户的行为违反了相关服务协议，可以依据协议约定追究用户的违约责任，而不应当把矛头指向祈福公司。再次，蚂蚁帮扶平台为用户提供推广工具，该工具在采集相关数据时，对数据本身不做修改，微信公众号中的广告不能同时显示是由于微信广告投放规则造成的，不是推广工具的原因，用户可以自行决定是否使用及如何使用推广工具，用户的使用行为与祈福公司并无关联。最后，祈福公司的平台经营行为与蚂蚁平台用户的行为，应区别来看、分别对待，祈福公司不存在应知或明知的帮助侵权行为，不能就此认定祈福公司实施了不正当竞争行为。3. 两原告未证明其实际损失及祈福公司获利，实际上祈福公司的获利仅为9,303.51 36,438.73元，因此，即便被诉行为构成不正当竞争，祈福公司承担的赔偿责任不应超过3.70万元。4. 祈福公司的行为未侵害两原告的名誉权和荣誉权，没有降低两原告的社会评价，故不应承担消除影响的民事责任。5. 2019年5月14日，祈福公司由四人投资的有限责任公司变更为一人投资的有限责任公司，邓科研系唯一股东；2020年4月21日，祈福公司再次变更为二人投资的有限责任公司，邓科研为股东之一。故邓科研应当仅对祈福公司在2019年5月14日至2020年4月21日期间的行为承担连带责任。

被告以史为镜公司辩称，涉案“聚侠网”是其运营的游戏媒体网站，用以发布游戏资讯、应用资讯，提供与游戏相关的下载服务。以史为镜公司系一家小微企业，涉诉之前成立仅半年时间，在2020年3月收到诉状后便立即删除了有关蚂蚁平台的相关内容，以史为镜公司未从中获得任何收益。以史为镜公司承诺在今后的经营中，进一步提升法律意识，加强对网站内容的审核，将对有明显侵权或潜在侵权可能的内容进行删除。

两原告围绕诉讼请求依法提交了计算机软件著作权登记证书、工信部备案信息查询结果打印件、微信官网首页截屏打印件、共同运营确认书、(2019)深前证字第051283号公证书、《微信个人账号使用规范》《关于严厉打击恶意注册行为的公告》《微信号辅助解封常见问题》《针对引诱用户参与虚假辅助注册行为的治理公告》《微信公众平台服务协议》《微信开发平台开发者服务协议》、(2018)深盐证字第7960号公证书、(2019)沪卢证经字第5589号公证书、(2019)沪卢证经字第5590号公证书、(2019)沪卢证经字第5592号公证书、(2019)沪卢证经字第5593号公证书、(2019)沪卢证经字第5708 5711号公证书、国家企业信用信息公示系统查询结果打印件、(2020)沪卢证经字第62 66号公证书、(2020)沪卢证经字第254 256号公证书、(2020)沪张江证经字第6716号公证书、腾讯公司2019年年报、增值税专用发票复印件、相关媒体报道等证据。被告祈福公司和邓科研依法提交了相关媒体报道、(2020)黑哈北证内经字第00153号公证书、(2020)黑哈北证内经字第00163号公证书、蚂蚁帮扶和蚂蚁精帮平台公告截屏打印件等证据。

本院组织当事人进行了证据交换和质证。对当事人无异议的证据,本院予以确认并在卷佐证。对当事人有异议的(2020)黑哈北证内经字第00153号公证书本院认定如下:被告祈福公司欲证明2017年至2020年5月10日期间,蚂蚁精帮平台涉诉任务数,两原告对该份公证书的形式真实性、合法性和关联性予以认可,但不认可其内容真实性及证明目的,两原告认为该份公证书是根据涉诉平台的后台数据制作,而后台数据处于祈福公司的掌控之下,祈福公司可以进行修改,且该份公证书显示的相关数据与原告公证取证的数据不一致。本院认同两原告的质证意见,对该份证据不予采信。

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、两原告公司及微信平台的基本情况

原告腾讯计算机公司于1998年11月11日注册成立,企业类型为有限责任公司,注册资本6,500万元,经营范围包括计算机软、硬件的技术开发、销售、数据库及计算机网络服务、从事广告业务、第一类增值电信业务中的国内互联网虚拟专用网业务、第二类增值电信业务中的国内多方通信业务等。

原告腾讯科技公司于2000年2月24日注册成立,企业类型为有限责任公司(台港澳法人独资),注册资本200万美元,经营范围包括从事计算机软硬件的技术开发、销售自行开发的软件、计算机技术服务及信息服务、计算机硬件的研发等。

原告腾讯计算机公司主办的腾讯网(首页网址www.qq.com),是一个集新闻信息、互动社区、娱乐产品和基础服务为一体的综合门户网站。微信官网的域名为weixin.qq.com。

腾讯微信软件(forAndroid)V5.0与腾讯微信软件(forIOS)V5.0(以下合称微信软件)于2013年7月25日开发完成,2013年8月5日首次发表,著作权人为原告腾讯科技公司与腾讯计算机公司。2018年8月10日,两原告与案外人腾讯数码(天津)有限公司签署《共同运营确认书》,确认由三方共同运营微信产品和QQ产品,并共同对微信产品和QQ产品享有运营权利,就其他方侵害微信产品和QQ产品经营的行为,三方有权单独或共同提起诉讼维权,维权所得归提起诉讼的公司所有。截止2019年12月31日,微信及WeChat的合并月活跃账户数为11.648亿。

二、微信公众号服务及微信广告规则

《腾讯微信软件许可及服务协议》包括以下内容：7.1.1使用微信软件前，用户需要注册一个微信账号。微信账号可通过手机号码进行注册，并可在注册成功后绑定QQ号码、邮箱账号，使用微信账号需要遵守《QQ号码规则》《微信个人账号使用规范》等相关规定；7.1.2微信账号的所有权归腾讯公司所有，用户完成申请注册手续后，仅获得微信账号的使用权，且该使用权仅属于初始申请注册人。同时，初始申请注册人不得赠与、借用、租用、转让或售卖微信账号或者以其他方式许可非初始申请注册人使用微信账号。非初始申请注册人不得通过受赠、继承、承租、受让或者其他任何方式使用微信账号。

《微信个人账号使用规范》包括以下内容：1.2.3用户不得恶意注册使用微信账号，如频繁注册、批量注册微信账号、滥用多个微信账号、买卖微信账号及相关功能的行为；1.3.3解封异常：对于在申请自助解除封号过程中异常行为，如批量申请解封、通过机器指令申请解封、提交虚假资料、虚构好友关系以及利用第三方网赚平台解封等行为，腾讯将根据情节对解封账号进行再次封号或者永久封号处理；对违规辅助他人解封的账号进行短期或长期封号处理。

《关于严厉打击恶意注册行为的公告》包括以下内容：根据国家法律要求，使用互联网服务必须进行账号实名认证，但网络黑灰产为达到隐藏身份、逃避打击目的，盗用他人的身份信息或手机号码作为注册资料，注册大量虚假账号进行贩卖盈利，并由此衍生出垃圾营销、低俗、欺诈、虚假广告等多种恶意行为，严重破坏用户体验，影响平台的健康**态。……在2019年，我们共计对300多万个恶意注册的违规账号进行了处理，后续仍将持续进行严厉打击。

《微信公众平台服务协议》包括以下内容：1.2微信公众账号服务是腾讯向用户提供的信息发布、客户服务、企业管理以及与此相关的互联网技术服务。微信公众账号(亦可能简称为公众号)分为订阅号、服务号和企业号。微信用户关注订阅号或服务号后将成为该账号关注用户，关注企业号并成功进行身份验证后将成为企业号关注用户。微信公众账号可以通过微信公众平台为相关用户提供服务，包括群发信息、单发信息、用户消息处理等；6.2.2微信公众账号主体不得强制、诱导其他用户关注账号、点击链接页面或分享信息。

《微信公众平台运营规范》包括以下内容：3. 鉴于以下行为均属严重违规，影响用户体验，并可能给其他公众账号运营者、用户及平台带来损害，任何微信公众账号均不得以任何形式实施。否则，一经发现将根据违规程度对该公众账号采取相应的处理措施；3.12.4自行或协助他人以拟人程序、利诱其他用户参与、委托刷单平台等任何方式，实施非真实的点击、阅读、点赞、评价、刷单等操作，虚构、伪造、隐瞒包括但不限于阅读量、关注用户量、转发量、下载量、投诉量等各种数据信息的行为。

《微信开放平台开发者服务协议》包括以下内容：2.6.4你不得从事包括但不限于以下行为，也不得为以下行为提供便利(包括但不限于为你的用户的行为提供便利等)：……(16)以包括但不限于实物或虚拟物品奖励、胁迫、煽动用户分享等任何形式，实施强制、诱导其他用户关注账号、点击链接页面、打开应用程序APP或分享信息等强制、诱导行为的。

微信广告官网规定：(1)微信广告的投放形式：微信广告的广告形态包括朋友圈广告、公众号广告和小程序广告，微信公众号广告以类似公众号文章内容形式在包括文章底部、文章中部、互选广告、视频

贴片、返佣商品CPS广告灯五个广告资源位进行展示的内容广告；(2)微信广告的投放方式，上述广告，除公众号的互选广告由广告主和流量主双向互选、自由达成广告合作外，其他广告位的广告均由微信广告自主投放系统根据广告主创建的投放计划(包括推广目标、广告位、定向投放人群、预算出价、投放时间等)向目标用户群定向投放；(3)微信广告的售卖策略：微信广告支持按曝光排期购买、按曝光竞价购买、按点击竞价购买和按单篇文章购买四种购买方式。除按单篇文章购买的公众号互选广告由广告主和流量主双方自主议价外，其他广告均以点击量或曝光量计算广告费；(4)微信广告流量主：公众号关注用户达到500人以上且符合平台运营规范的公众号运营者和满足开通门槛的小程序开发者可申请成为微信广告流量主，轻松实现流量变现，获取可持续收入。成为流量主需与腾讯公司订立《微信公众平台广告展示服务协议》。该协议第5条“反作弊和清廉条款”规定：5.1您保证遵守本服务的相关规定，在申请、使用本服务过程中不得出现如下行为：5.1.1制造无效流量(如：自行访问、鼓励访问、程序访问等)。5.1.2制造无效点击或展示①自己点击：用户本人或者煽动他人进行反复手动点击或打开页面；②强制和鼓励用户点击：以任何资源交换为目的引导用户点击或打开页面；③通过程序软件点击：通过作弊程序，自动点击或打开页面来增加无效数据。

2019年4月27日，腾讯公司通过“微信安全中心”发布《针对利诱用户参与虚假辅助注册行为的治理公告》，为保护用户权益、肃清平台环境，微信团队将继续加强对违法违规行为的打击，并重申了《微信个人账号使用规范》1.2.3、1.3.3中关于恶意为他人注册、解封微信账号进行辅助验证属于违规行为及处罚的有关规定，并对部分违规账号情况进行公示。

三、被告祈福公司及蚂蚁平台的基本情况

被告祈福公司于2015年1月23日注册成立，注册资本1,000万元，经营范围包括计算机软硬件开发、系统集成、网络工程、数据处理和存储服务及技术咨询、技术转让、技术服务；网络建设技术服务；通讯工程技术开发；节能环保技术开发；销售：计算机及外围设备、软硬件等。2017年5月，祈福公司上线蚂蚁帮扶平台，包括客户端APP及PC网页版，网址为www.mayibangfu.com。2019年12月，祈福公司上线运营蚂蚁精帮平台。祈福公司的企业类型原为自然人投资或控股的有限责任公司，股东包括被告邓科研在内的四人。2019年5月14日，祈福公司经核准变更为自然人独资的有限责任公司，邓科研为公司唯一股东。2020年4月21日，祈福公司经核准再次变更为自然人投资或控股的有限责任公司，股东为包括邓科研在内的二人。

庭审中，被告邓科研述称：(1)祈福公司拥有员工22人，办公面积约130平方米左右；(2)祈福公司主营业务包括从事APP开发、网站建设以及蚂蚁帮扶、蚂蚁精帮自营平台的运营；(3)祈福公司以收取服务费的方式实现盈利，即在平台任务发布时，会从中收取5% 15%的服务费，还有推荐置顶的增值服务也会收取相应费用。

2019年12月31日，ICP/IP地址/域名信息备案管理系统显示www.mayibangfu.com、www.mayijingbang.com、www.qifukeji.com、aliyunqifu.com等网站的主办单位系被告祈福公司，审核通过时间为2019年2月14日。

深圳市腾讯计算机系统有限公司、腾讯科技(深圳)有限公司与哈尔滨祈福科技有限公司等>***不正当竞争纠纷一审民事>***

(2019)沪卢证经字第5589号公证书记载：2019年12月13日，原告向上海市卢湾公证处申请保全证据公证，在PC端“蚂蚁帮扶”官网和“蚂蚁帮扶”网页版进行公证。“蚂蚁帮扶”官网(www.mayibangfu.com)首页载明“蚂蚁帮扶系自助互帮平台，商家发布需求，万计蚁民合力帮忙，协助商家快速实现商业目标，蚁民则利用零碎时间赚取合理佣金，平台担保交易公平，正规投票、转发、APP注册体验、产品、商务推广等，欢迎商家及广大网友加入平台”；“投票、关注、浏览、分享、转发……日常的微信动作就能轻松领钱啦！根据平台任务要求，做完任务上传截图，就会收到任务佣金，零碎的时间赚起来！帮你发大财，产品要推广，没有曝光渠道？没有好平台、推广费用巨大、蚂蚁帮扶万计蚁民来帮忙！八种方案高效省心总有一款适合你！”

“蚂蚁帮扶”网页版(www.aliyunqifu.com)登录方式仅显示微信授权创建账号并登陆。“蚂蚁帮扶”网页版主要功能包括“接单赚钱”“发布任务”“我的任务”“我的二维码”“金蚂奖”等。关于“接单赚钱”模块，平台用户可通过选择“注册、投票、关注、浏览、加粉、转发、发帖、评论、高价、特单、长单、电商、其他”13项任务类型，筛选任务来接单。每人每个任务只能接一单，接单后的任务在前端不再显示，按任务要求在20分钟内完成后上传截图验证才可重新抢单；关于“发布任务”模块，平台用户可以选择上述13项任务类型中的一种，选择“全部、安卓、苹果”中的一种支持设备，输入“标题”，设置“出价、数量、截止时间”，上传“审核图样”，输入“操作说明、文字验证、备注”以发布任务。对于发布的平台任务，蚂蚁帮扶采取人工预审制，审核时间为8：30～23：00。审核内容为任务是否符合国家法律法规，是否符合平台发布规则，是否存在错误，不对任务内容本身运营风险作出判断，任务本身的经营或其他潜在风险不在平台审核范围内。任务结束后数据保留30天，30天系统自动清除。加粉、金融理财类、微信账户收购类及管理判断存在交易风险的任务需缴纳最低2,000元保证金方可发布。发布任务需要支付相应服务费，非合作商服务费为成交额12%，最低1元，其他合作商服务费为成交额5%～10%不等，无最低费用限制；关于“我的任务”模块，发布任务的用户可以选择“推荐任务”（5元/小时）、“置顶任务”（15元/小时）、“置顶店铺”（6.78～30元/小时，周期越长单价越低），但置顶位置有限，置顶位置已满时需要等待；关于“金蚂奖”模块，蚂蚁帮扶平台设立“金蚂奖”，评选“每周之星 接单能手”“每周之星 赚钱能手”“每周之星 发单能手”“每周之星 组队能手”，对每个奖项前十名用户设立1至100元不等的奖励。截至2019年12月13日，历史榜单最长有128期。排名前十的发单用户每周至少发单3,000单以上，排名第一的用户最高可达23,120单/周；关于“合作商”模块，用户可付费成为合作商（普通合作商：40元/月；金牌合作商100元/月；白金合作商：200元/月），不同级别的合作商可享受不同比例的交易手续费、提现手续费减免（非合作商提现手续费15%，普通合作商提现手续费10%，依次递减）、最低服务费减免、额外的提现次数和免费推荐。合作商购买成功后不能退改；同级别续费，时间自动累计顺延；升级级别，原级别将失效，时间不顺延。

(2019)沪卢证经字第5592号公证书记载：2019年12月13日，原告向上海市卢湾公证处申请保全证据公证，用安卓手机下载、安装“蚂蚁帮扶”安卓客户端(2.4.10)并进行相关操作，“蚂蚁帮扶”安卓端应用除具备“蚂蚁帮扶”网页版的所有功能外，还具有“保证金”“积分与级别”“提现”功能。关于“提现

深圳市腾讯计算机系统有限公司、腾讯科技(深圳)有限公司与哈尔滨祈福科技有限公司等>***不正当竞争纠纷一审民事>***

”功能，平台一级分销，提现时要给推荐人分红10%，任务币提现超过50元需要经过人工审核，审核时间为1个工作日。

(2019)沪卢证经字第5593号公证书记载：2019年12月13日，原告向上海市卢湾公证处申请保全证据公证，用IPHONE手机下载、安装“蚂蚁帮扶”IOS客户端并进行相关操作，“蚂蚁帮扶”IOS客户端与“蚂蚁帮扶”安卓客户端的应用功能基本相同。

(2019)沪卢证经字第5709号公证书记载：2019年12月30日，原告向上海市卢湾公证处申请保全证据公证，用IPHONE手机下载、安装“蚂蚁精帮”IOS客户端并进行相关操作：1. 识别“mayijingbang.com”网站上的二维码，跳转至AppStore下载并安装“蚂蚁精帮”APP，APP开发者为被告祈福公司。“蚂蚁精帮”与“蚂蚁帮扶”的功能基本相同，收费标准略有差异，并新增“团单”功能。在“蚂蚁精帮”进行任务币充值，实际到账任务币余额为充值金额扣除10%服务费。账单显示收费主体为被告祈福公司。“团单”功能由满足条件并获批团长资格的用户在“团单任务”模块下接单，设定派单单价后将任务的链接转发给团员，团员通过任务链接接单并提交验证图。团员提交的任务需经过团长审核，再由派单的商家审核。

(2019)沪卢证经字第5710号公证书记载：2019年12月30日，原告向上海市卢湾公证处申请保全证据公证，用安卓手机下载、安装“蚂蚁精帮”安卓客户端并进行相关操作。“蚂蚁精帮”安卓版本与IOS版本的基本模块和应用内容相同，“蚂蚁精帮”安卓端有“推广工具”功能，操作流程与“蚂蚁帮扶”安卓端的“推广工具”功能相同。

四、两原告指控的被告祈福公司不正当竞争行为

(一)通过蚂蚁平台组织、诱导微信公众号进行广告刷量交易，帮助微信公众号运营者实施流量作弊的行为

(2019)沪卢证经字第5708号公证书记载：2019年12月30日，原告的委托代理人在上海市卢湾公证处公证员与公证人员的监督下，登录“蚂蚁帮扶”网页版，通过支付宝扫码充值任务币77元，收款方显示为被告祈福公司。在“关注”类别下，编辑标题为“扫码关注微信公众号”的任务，点击发布，弹出窗口：“www.aliyunqifu.com显示任务将提交平台审核，请确保该任务符合发布规则，如被驳回，请按要求修改后再提交”，任务提交后显示“待审核”。后显示该任务“审核失败”，失败原因：“请在标题处添加公众名称”。修改标题为“扫码关注公众号佟琨科创模型”后重新提交，之后予以审核通过。在“浏览”类别下发布标题为“阅读公众号文章+关注公众号+点击文中和底部广告+点击在看”，提交后显示“待审核”。随后该任务显示“审核失败”，失败原因为“关注类别”，修改删除其中“关注公众号”的任务步骤后重新发布提交该任务。后显示该任务“审核失败”，失败原因为“XXXXXX重复发布”。登录昵称为“赚赚”的QQ账户与头像为蚂蚁帮扶的联系人“奇奇”沟通，沟通内容主要包含如下信息：“赚赚：我的两个任务不一样呀，一个是关注公众号，一个是要点广告的”“奇奇：是精帮平台还是帮扶”“赚赚：帮扶”“奇奇：重新提交就可以”，后重新发布提交该任务，之后予以审核通过。平台用户抢单后，上述“点击微信公众号文中广告”任务显示为“进行中”，接单用户上传验证图后，任务显示为“待审核”，发单用户审核后，显示为“已完成”。

(2020)沪卢证经字第63号公证书记载：2020年1月9日，原告的委托代理人在上海市卢湾公证处公证员与公证人员的监督下，使用委托代理人提供的华为手机及公证处无线网络，进行如下操作：1. 将华为手机进行重置手机的操作，分别下载、安装“微信”和“支付宝”；2. 打开微信使用代理人提供的账号进行登录，打开应用后点击“+”，打开“扫一扫”，扫描www.juxia.com网页面上展示的二维码后，跳转至蚂蚁帮扶安卓端应用下载界面，点击下载安装“蚂蚁帮扶”安卓端应用；3. 使用微信号“咪咿呦”首次注册使用蚂蚁帮扶并填写“名字要短”的邀请码，成为其的下线和战队成员，关注“加拿大留学宝典”微信公众号，点击该公众号文末的广告，将广告浏览页面截图后上传至“我的任务”栏，上传成功后页面显示“浏览公众号文末广告点击任务编号XXXXXX单价0.16元”，状态为“审核中”；4. 切换账号后查看“我的战队”栏目，显示战队共有2人，并附有说明“下线充值您将获得充值金额2%的奖励，下线提现您将获得提现金额10%”，消息显示当日有一笔收入提醒，类型为充值分红，收入金额0.02元。

(2020)沪卢证经字第65号公证书记载：2020年1月9日，原告的委托代理人在上海市卢湾公证处公证员与公证人员的监督下，使用委托代理人提供的华为手机及公证处无线网络，进行如下操作：1. 将华为手机进行重置手机的操作，下载、安装“微信”和“VIVO应用商店”；2. 点击“VIVO应用商店”图标，搜索“蚂蚁精帮”安卓客户端并下载安装，进行相关操作；3. 由已满足条件并获批团长资格的“哈哈”账号(ID: 97521)在“团单任务”模块下接单，设定派单单价后将任务的网页链接转发给团员。团员“猫粮总代理”通过任务链接接单并提交验证图。团员提交的任务需先经过团长审核，再由发单商家审核。

(2020)沪卢证经字第66号公证书记载：2020年1月9日，原告的委托代理人在上海市卢湾公证处公证员与公证人员的监督下，使用该处计算机和网络进行如下操作：1. 打开360浏览器并清除上网痕迹，在地址栏中输入www.baidu.com，进入百度搜索页面；2. 在搜索地址栏中输入“mayibangfu.com”，按“Enter”键，进入新页面；3. 点击登录微信，弹出二维码窗口，使用移动端已登录账号的“微信”应用中的“扫一扫”功能，扫描该二维码，进入“蚂蚁帮扶”网页版，对页面显示的全部任务进行保全公证。经统计，蚂蚁帮扶平台上的刷量任务，大体可归为两类：第一类(主要集中于“注册”“投票”“高价”类别)刷的是各类应用的新注册用户数，帮助发单用户完成邀新任务，从应用商家举办的营销推广活动中薅取红包等现金利益；第二类(主要集中于“浏览”“关注”类别)刷的主要是微信平台上自媒体的粉丝数、阅读量及与阅读量相关的广告曝光次数等数据，帮助发单用户从微信平台处获取广告收入/平台补贴。除微信公众平台外，还涉及小红书、淘宝、抖音等平台。其中，“浏览”类别下有关微信公众号广告刷量的任务约占一半。

(2020)沪卢证经字第254号公证书记载：2020年3月9日，原告向上海卢湾公证处申请保全公证，对“蚂蚁帮扶”网页版内容进行公证。查看“金蚂奖”模块下“发单能手”的当期榜单及第120-129期历史榜单，通过浏览榜单中用户的店铺、进行中及已下架全部任务的任务详情，当期第一名用户“安静”，历史榜单中多次位列第一名，发布任务7,821个，总成交数804,011单；当期第三名用户“代刷公众号僵尸粉”，历史榜单中多次榜上有名，发布任务651个，总成交数159,622单；当期第五名用户“偷懒的小懒猪”，历史榜单中多次榜上有名，发布任务605个，总成交数144,007单。

(2020)沪张江证经字第6716号公证书记载：2020年7月13日，原告向上海市张江公证处申请证据保全公证，对蚂蚁帮扶网页版内容进行公证：查看“金蚂奖”模块下“发单能手”的当期榜单及第138 147期历史榜单，用户“安静”以每周超过10,000单的发单数蝉联“发单能手”榜单的第一名，累计发布任务9,535个，总成交数1,031,219单。所发布人数涉及十几个公众号，任务备注写道“一定要关注公众号，否则不通过，每天都发布相同的阅读任务，不要取消关注……”。

(二)通过蚂蚁平台组织、诱导微信账号买卖、微信账号辅助解封交易

(2019)沪卢证经字第5708号公证书还记载以下内容：在“蚂蚁帮扶”网页版中“接单赚钱”界面查看“特单”及“高价”下的任务，数百个任务中共有32个涉及微信账号买卖的任务，单价区间为10~260元，剩余单数2~16不等；17个涉及微信账号辅助解封的任务，单价区间为3~80元，剩余单数2~9不等；点击“微信辅助秒结”任务，任务备注“本店的辅助都是辅助长期未登录的帐号解除限制，任务操作超级简单，只要符合都可以做，速速来吧，秒邀请，秒审核，你秒拿钱”，操作步骤“1.符合全部条件就可以做任务，一分钟任务，任务超级简单；2.截图用QQ识别二维码进群联系客服做任务”。点击“微信辅助秒审核”任务，任务备注“微信辅助解封不是注册各位大佬看好条件职业骗子就不要来了拒绝以后找我要钱的都滚远点”，操作步骤“1.看好条件；2.操作流程；3.添加客服说明蚂蚁帮扶平台的；4.协助客服完成操作；5.成功后客服给编码；6.添加QQ客服”；点击“抢单”，弹出窗口“您的积分等级不足，不能接单此价格的任务，请达到相应等级后再来接单！请在个人中心查看积分相关规则，点击可查看《积分与等级》”。

在“发布任务”界面发布“特单”任务，标题为“收购微信帐号”，提交后显示“待审核”。稍后，显示该任务“审核失败”，失败原因为“请缴纳保证金2,000元以上再发布，写清多长时间的微信号”。通过昵称为“赚赚”的QQ账户与上述联系人“奇奇”沟通，沟通内容主要包含如下信息：“赚赚：还有收购微信号的任务，接单里面很多都是没交保证金就能发布的，为啥我发这个任务就要交保证金才让我发”“奇奇：有的是交了保证金发布后申退的所以您才看见没有交；有的是等级达到免交保证金级别”。

诉讼过程中，原告确认被告祈福公司的该被诉行为已停止。

(三)通过蚂蚁平台向用户提供“推广工具”功能

(2020)沪卢证经字第255号公证书记载：2020年3月9日，原告向上海市卢湾公证处申请证据保全公证，原告的委托代理人使用该处计算机及网络接入互联网，登录微信官网查看相关内容。微信公众平台通过“群发撞库流程”保护机制保护原创作品，即当其他用户在微信公众平台转载已进行原创声明的文章时，除非已被原创者添加进白名单，否则无法直接发送文章内容而只能“以分享卡片形式转发或按照约定的转载样式群发”。

(2020)沪卢证经字第256号公证书记载：2020年3月9日，原告的委托代理人向上海市卢湾公证处申请保全公证，使用其华为手机和该处无线网络，进行如下操作：1.登录百度搜索页面，在搜索栏中输入“聚侠网蚂蚁帮扶”进行搜索并下载、安装蚂蚁帮扶应用软件，蚂蚁精帮安卓端“推广工具”功能目前支持对微信、网易、好奇心日报、搜狐四个平台的文章进行编辑。编辑方式为两种：一是通过点击“编辑文章”

界面内微信、网易、好奇心日报、搜狐等的图标进入相应APP选择文章，二是通过直接复制链接粘贴到上方的编辑栏打开。用户选择微信中文章后，推广工具将一键采集微信公众号文章的文字、图片、排版格式、超链接(不包括原文中的微信公众号广告、打赏作者、用户留言等)，自动在文章首尾强制嵌入含有蚂蚁平台注册下载二维码和用户邀请码的宣传图片。用户可对采集后的文章内容进行删除编辑；编辑后点击“分享”按钮，编辑后的文章即被发布到“mayi.shantuibao.cn”网站上，支持一键分享至“微信好友”“微信朋友圈”“微信收藏”。点击页面中的作者超链接，显示404。

诉讼过程中，原告确认被告祈福公司的该被诉行为已停止。

五、与本案有关的其他事实

两原告述称，被告祈福公司曾在2017年2月10日注册微信公众号“mayibangfu”(gh_519a171c1206)，后因用户投诉及平台审核，发现该公众号存在自行或协助他人以拟人程序，利诱其他用户参与、转发、下载或委托刷单等行为，该账号已于2017年7月20日被封禁。

蚂蚁帮扶及蚂蚁精帮客户端于2020年5月7日发布公告，内容为“平台暂停账号买卖及辅助解封类任务，微信公众号广告任务亦暂停发布，已经发布的请在5月9日前自行下架处理，逾期平台将会强制下架。另外推广工具功能调整，编辑及分享功能暂停使用，给您造成了不便，敬请谅解！”祈福公司述称，该公告在上述客户端展示约一周时间。

被告以史为镜公司于2019年11月13日注册成立，企业类型为有限责任公司(自然人投资或控股)，注册资本100万元，经营范围包括从事网络技术、信息技术、计算机技术、电子产品技术、通信设备技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，计算机系统集成，通讯建设工程施工，计算机网络工程等。ICP/IP地址/域名信息备案管理系统显示聚侠网(www.juxia.com)的主办单位系以史为镜公司，审核通过时间为2019年11月27日。诉讼过程中，两原告确认聚侠网已删除被诉侵权的相关内容。

另查明，原告腾讯计算机公司为(2019)沪卢证经字第5708 5711号公证书向上海市卢湾公证处支付公证费12,000元，为(2019)沪卢证经字第5589、5590、5592、5593号公证书支付公证费12,000元，为(2020)沪卢证经字第62 66号公证书支付公证费15,000元，为(2020)沪卢证经字第254 256号公证书支付公证费6,000元，共计支付公证费45,000元。

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、涉案被诉行为是否构成不正当竞争；二、若被诉行为构成不正当竞争，相应民事责任的承担。本院分述如下：

一、涉案被诉行为是否构成不正当竞争

(一)关于两原告主张祈福公司组织、诱导微信公众号广告刷量交易，帮助微信公众号运营者实施流量作弊的行为

1、广告刷量行为构成虚假宣传不正当竞争

本院认为

本院认为，两原告作为微信软件的共同著作权人及运营商，其对真实、清洁、可靠的微信软件涉案数据所产生的衍生性商业价值，具有正当合法利益。两原告为研发、推广和运行微信服务付出了巨大的人力

、物力和财力，目前微信平台已形成拥有庞大用户群体的微信生态系统，具有较高的市场知名度和良好的商业信誉，两原告由此获得网络用户注意力和与此相关的正当商业利益及竞争优势应当受到法律保护。互联网经济是注意力经济，用户注意力体现为用户数量以及用户所浏览页面数量等相关数据指标亦即流量，流量越高则意味着更高的关注度和更大的财产价值。针对本案所涉的广告刷量行为，本院具体评析如下：

首先，本案所涉的广告刷量行为滋生大量无效流量，导致相关微信公众号的访问数据虚假。本案中，两原告指控蚂蚁平台中明确指向微信公众号刷量行为的任务类型主要有两种，分别为关注类与浏览点击类。关注类涉及微信公众平台“流量主”功能，即微信公众号关注人数超过500便可在微信公众号文章中插入广告并获取相应的广告分成，而浏览点击类则涉及在微信公众号文章中广告位置停留或点击广告(微信公众号运营者因此可取得广告分成)。被告祈福公司辩称在蚂蚁平台上的接单用户皆为真实存在的微信用户，接单用户的点击行为均是一人一单，所以产生的流量为真实。对此，本院认为，微信公众号经营者借助微信平台向广大消费者即微信用户提供内容服务，其关注人数或浏览点击次数等访问数据应当是微信用户基于对公众号文章内容的喜好而自愿产生的关注或浏览点击行为。“内容为王”的规则是微信公众号平台运营的基础，微信公众号通过优质内容吸引用户关注，关注度高的公众号更容易传播、促进优质内容进一步扩展。然而部分微信公众号运营者通过付费方式购买用户的关注或浏览点击而产生的流量并非基于对公众号内容的真实关注，仅仅只是为了广告分成等收益，并不能真实反映该些微信公众号的关注度和浏览量，此种访问流量系无效流量，由此形成的访问数据属于虚假信息。

其次，广告刷量行为会使得相关公众对相关微信公众号的文章质量、微信广告的关注度等产生虚假认知，产生了欺骗、误导相关公众的客观后果。具体包括：一是误导、欺骗微信用户。对微信用户而言，公众号的关注人数、文章的阅读数量等数据在一定程度上反映了公众号的影响力和文章内容的质量高低。部分微信用户很有可能基于该虚假数据而选择关注、浏览与其预期不相符的公众号，虚假数据对微信用户的访问行为会产生实质性影响，直接损害微信用户的知情权、自主选择权等消费者权益。从长远来看，该种情形也会消耗微信用户对于两原告的信心和微信平台的关注意愿。二是误导、欺骗相关广告商。一方面，广告商会因虚构的无效流量而支付更多的广告费，直接损害广告商的合法利益，导致其商业利益的减损。另一方面，刷量行为并不代表微信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，因刷量行为产生的虚假访问数据，会严重干扰广告商对微信广告产品价值及市场前景的判断，误导其做出错误的商业决策。三是误导、欺骗两原告。刷量行为破坏了两原告对于公众号访问数据的采集、计算基础及激励规则。两原告所运营的微信公众平台的收入来源主要为广告商为在公众号中投放广告而支付的广告费，两原告会对关注度高的流量主按照访问数据提供一定比例的广告分成，以此作为对其创作优质内容的激励。该等广告分成的前提条件是访问数据的真实有效性，若访问数据虚假，则两原告基于错误认知而支付的广告分成涉嫌被欺诈。虽然短期内两原告可能因为刷量行为而从广告商处获得更高的广告收益，但因此种流量并不会为广告商带来相应的商业交易机会，反而会影响广告商投放广告的积极性，进而导致两原告广告客户的流失、广告收入的减损。同时，刷量行为还会严重影响微信用户的使用体验，降低微信用户对微信产品的粘性，损害了两原告通过大量投入而获取的网络用户注意力的互联网市场竞争优势。

最后，刷量行为严重破坏了互联网产业的整体竞争秩序。良性的互联网产品生态链应该是优质的内容——吸引用户关注——互联网产品关注度上升——

吸引更多用户关注，最终获得流量和价值的双赢。而广告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，获取不正当的竞争优势，长此以往将使所有市场参与主体不再深耕优质内容，而是通过刷量方式参与市场竞争，如果不加以遏制，则最终无效流量将会破坏整个互联网产业生态，让整个产业都呈现出一派虚假繁荣，却没有任何实质的进步和提升。

综上，根据《反不正当竞争法》第八条第一款的规定，“经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者”。该法第二条明确此中的“商品”亦包括“服务”。本案中，相关微信公众号运营者通过“雇佣点击/诱导点击”的广告刷量行为虚构访问数据，并从中赚取微信平台的广告分成与发布任务成本之间的差价牟利的行为，侵害了微信用户、广告商和两原告等市场主体的合法权益，破坏了公平的市场竞争秩序，构成虚假宣传不正当竞争行为。

2、祈福公司的被诉行为构成帮助他人进行虚假宣传的不正当竞争行为

首先，祈福公司属于受《反不正当竞争法》规制的与两原告存在竞争关系的经营者。根据《反不正当竞争法》第二条有关经营者的规定，经营者的确定并不要求原、被告属同一行业或服务类别，只要是从事商品经营或者盈利性服务的市场主体，就可成为经营者。对于两原告微信平台运营者而言，其参与市场竞争的方式不仅仅是提供平台产品，还包括以平台产品为基础构建的健康、有序、互信、共赢的商业生态系统。对于祈福公司而言，其通过蚂蚁平台向微信公众号、微信用户提供刷量交易平台并收取相应服务费的方式实现盈利。两原告在经营微信平台过程中极力维护平台数据的清洁性、真实性，努力构建平台使用者对微信平台数据的信任和需求，努力保障微信功能与服务的正常运行。祈福公司的经营活动，一方面有赖于相关公众对两原告搜集、统计、展示、分析数据的信任，有赖于相关公众对可信任数据的需求，另一方面恰恰直接破坏两原告努力构建的微信平台软件数据的信任体系，打击相关公众对可信任数据的需求。可见，两原告与被告祈福公司存在直接的竞争利益冲突，存在反不正当竞争法意义上的竞争关系。

其次，祈福公司的被诉行为属于《反不正当竞争法》第八条第二款规制的“帮助他人虚假宣传”不正当竞争行为，具有不正当性与可责性。上述条款规定，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。本案中，根据已查明之事实可知，祈福公司运营的蚂蚁平台虽不直接从事微信公众号的刷量活动，但却为此类活动提供机会、场所撮合交易，向发单用户和接单用户收取一定比例服务费或提现手续费，以此实现盈利。早在2017年2月，祈福公司的微信公众号“蚂蚁帮扶”即因存在协助他人利诱其他用户参与或委托刷单等行为而被封禁，祈福公司理应知道涉案被诉行为已为两原告所禁止。此外，祈福公司在蚂蚁平台设置人工审核环节，知道平台中存在大量浏览、点击微信公众号文章及广告的任务，但祈福公司仍然允许其平台上架大量此类任务，并通过设立“金蚂奖”“团单模式”鼓励用户大量发单与接单。祈福公司作为市场竞争者，其主观上知道或应当知道两原告的市场知名度、经营模式、微信各项功能、用途以及服务协议等，客观上实施了被诉行为，如果对祈福公司的被诉行为不予以

制止,将会导致依靠虚假流量支撑而缺乏实质性内容的互联网产品肆意流行,这显然不利于消费者合法权益和社会整体福祉的增加。故祈福公司被诉行为符合《反不正当竞争法》第八条第二款所规定的构成要件,属于“帮助他人进行虚假宣传”的不正当竞争行为。

两原告还主张祈福公司的前述被诉行为同时也违反了我国《反不正当竞争法》第二条诚实信用的规定。对此,本院认为,我国《反不正当竞争法》采取的是一般条款与列举性规定相结合的立法模式,一般条款的适用能够确保法律对于新发展和新需求的适应性,确保法律调整的灵活性和及时性,因此,一般条款是认定法律未列举行为的开放性依据,具有概括适用于未列举情形和保持开放性的功能,一般情况下,一个行为只有既不是《反不正当竞争法》第二章列举的不正当竞争行为,也无其他专门法对该种行为作出特别规定的情形下才能适用《反不正当竞争法》的一般条款。就涉案被诉行为,本院已根据《反不正当竞争法》第八条第二款作出法律评价,故不再作重复评价。

(二)关于两原告主张祈福公司组织、诱导微信账号买卖和微信账号辅助解封交易的行为

两原告认为祈福公司通过蚂蚁平台组织、诱导微信账号买卖和微信账号辅助解封交易的行为属于《反不正当竞争法》第二条规定的违反诚实信用的不正当竞争行为。对此本院认为,《反不正当竞争法》第二条规定“经营者在生产经营活动中,应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则,遵守法律和商业道德。”最高人民法院在申请再审人山东省食品进出口公司、山东山孚集团有限公司、山东山孚日水有限公司与被申请人青岛圣克达诚贸易有限公司、马达庆不正当竞争纠纷案中认为,在规范市场竞争秩序的反不正当竞争法意义上,诚实信用原则更多的是以公认的商业道德的形式体现出来的;公认的商业道德是指特定商业领域普遍认知和接受的行为标准,具有公认性和一般性。最高人民法院通过该案的审理确定了这一条款的适用标准,即要求同时具备以下三个条件:(1)法律对该种竞争行为未作出特别规定;(2)其他经营者的合法权益确因该竞争行为受到实际损害;(3)该种竞争行为因确属违反诚实信用原则和公认的商业道德而具有不正当性或者说可责性。本案中,由于纠纷发生在互联网领域,因此公认的商业道德应该包括互联网行业惯例、通行做法以及互联网相关公约等表现形式。

关于微信账号买卖行为。为预防和打击违法违规行为,方便查证确认用户身份、规范用户行为,根据我国《互联网用户账号名称管理规定》第二条和第五条的规定,我国互联网行业主管部门对互联网信息服务中用户账号的注册采取了“后台实名、前台自愿”的实名制管理,而账号买卖必然导致账号实名制管理目的的落空,因此,禁止账号买卖是我国互联网信息服务行业经营者普遍遵守的商业道德。此外,《腾讯微信软件许可及服务协议》《微信个人账号使用规范》等微信平台规则也明确禁止微信账号买卖行为。

关于微信账号辅助解封行为。为了打击利用微信账号实施的违法违规行为,同时避免误伤正常微信用户,两原告对发生登录异常、解封异常等操作异常的微信账号采取限制登录功能的措施,需要好友为其辅助解封。《微信个人账号使用规范》第1.3.3款明确禁止用户虚构好友关系解封、利用第三方网赚平台解封等行为。虽然微信平台的规范仅约束微信平台与微信用户,不限制公众行为,但客观上看,若放任微信账号辅助解封交易的行为泛滥,将同放任微信账号买卖行为一样,导致账号实名制管理目的的落空,也为利

用微信账号从事刷量、欺诈等网络黑灰产业提供更多账号资源。因此，对违反微信平台规定的微信账号辅助解封行为，本院予以否定性评价。

本案中，祈福公司运营的蚂蚁平台在制定平台发布规则和审核标准时明确提及微信账号买卖与辅助解封等交易，同时明确微信账号买卖需要支付一定金额的保证金，并对接单用户的积分与等级作出限制性规定，由此可见蚂蚁平台对平台用户从事微信账号买卖、辅助解封交易系明知且持积极态度，具有主观故意。同时，该行为对两原告的正常经营管理造成阻碍，增加了两原告对微信平台的管理成本。综上，祈福公司实施的该被诉行为客观上违反了互联网领域公认的商业道德，主观上明显具有过错，并造成一定的损害结果。据此，本院认定祈福公司组织、诱导微信账号买卖和微信账号辅助解封交易的行为属于违反诚实信用原则和公认的商业道德的不正当竞争行为。

(三)关于两原告主张祈福公司向用户提供“推广工具”的行为

两原告认为祈福公司提供的“推广工具”系一个以内容采集为主的工具，可以复制微信平台的文章内容、将编辑后的文章以外链形式分享至微信等平台，该工具具有帮助用户侵犯著作权的高度可能性，使得用户在付出鲜少创新劳动的情况下，提供了与微信公众号原文高度同质化的内容，减少原文的流量和原文中微信公众号广告的交易机会，属于《反不正当竞争法》第十二条第四项规定的“妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行”的不正当竞争行为。对此，本院认为，人民法院在适用《反不正当竞争法》第十二条第四项“互联网专条”的兜底条款认定不正当竞争行为时，应评判被诉行为是否符合以下四项条件：1. 被诉行为系利用技术手段干扰他人网络产品或服务正常运行的行为；2. 被诉行为不属于该条明确列举的互联网不正当竞争行为；3. 反不正当竞争法保护的法益因被诉行为受到实际损害；4. 被诉行为基于互联网商业伦理具有不正当性。在法益损害的判定中，应将互联网市场秩序、互联网经营者利益和网络用户利益进行“三元叠加”的综合考量。

本案中，根据已查明之事实可知，被诉行为系利用技术手段将微信公众号中的文章内容予以擅自编辑或转发，其侵犯的客体系微信公众号中的文章内容，而该部分法益属著作权法保护的范畴，故对两原告的该主张本院难以支持。

二、相应民事责任的承担

根据《中华人民共和国民法典》第一百七十九条的规定以及《反不正当竞争法》第十七条的规定，被告祈福公司就涉案不正当竞争行为，依法应承担停止侵害(不正当竞争)、赔偿损失、消除影响的民事责任。

关于停止不正当竞争行为。鉴于被告祈福公司的部分涉案不正当竞争行为在诉讼过程中仍在持续，故本院对祈福公司的停止不正当竞争行为的义务予以明确，即祈福公司应停止实施涉案不正当竞争行为的各个环节。

关于赔偿损失的民事责任。根据《反不正当竞争法》第十七条规定，经营者违反本法规定，给他人造成损害的，应当依法承担民事责任。权利人因被侵权所受到的实际损失、侵权人因侵权所获得的利益难以确定的，由人民法院根据侵权行为的情节判决给予权利人五百万元以下的赔偿。本案中，因两原告就被告

祈福公司的不正当竞争行为所受到的实际损失，以及被告祈福公司因实施不正当竞争行为所获利益难以通过相应证据予以直接证实，本院综合考虑以下因素确定赔偿数额：1. 两原告经营的微信平台为知名网络平台，真实、清洁、可靠的数据是两原告运营微信软件获得用户流量和用户粘性的重要基础，在此基础上形成的信息共享和互动是微信平台的核心价值所在；2. 祈福公司的网站宣传和组织、帮助刷量等不正当竞争行为实际操作过程，均体现出祈福公司明知会产生不实访问数据却仍故意为之的主观心理状态，且其以付费方式诱导不特定网络用户点击刷量，主观过错程度明显；3. 祈福公司运营的蚂蚁平台市场规模较大，其发单与接单数量较多，侵权行为对微信平台生态健康的危害后果较为严重；4. 祈福公司实施涉案不正当竞争行为的时间跨度长，侵权行为多样化，且在诉讼过程中依然持续开展组织、帮助刷量的被诉不正当竞争行为；5. 涉案不正当竞争行为具有较强欺骗性、隐蔽性，且取证难度大，导致维权成本明显增加。结合本案的难易程度、原告律师的执业成本，原告主张律师费尚属合理，同时本院也将因制止侵权行为所支出的公证费一并纳入赔偿数额。

关于消除影响的民事责任。鉴于被告祈福公司的侵权行为不仅产生了帮助他人虚假宣传的不良后果，而且导致相关公众对微信平台所展示数据的可信度产生负面评价、降低信任度，因此祈福公司有必要为涉案不正当竞争行为承担消除影响的法律责任。两原告主张判令被告祈福公司在《法制日报》《中国知识产权报》及新浪网首页(www.sina.com.cn)、蚂蚁帮扶网站(www.mayibangfu.com)首页显著位置上发表声明，消除影响。对此本院认为，被告祈福公司刊登声明、消除影响的范围应当与其不正当竞争行为产生不良社会影响范围基本相当，《法制日报》《中国知识产权报》及新浪网均为具有全国影响力的媒体，择其一刊登声明即可；蚂蚁帮扶网站是祈福公司的自营网站，亦是其实施涉案不正当竞争行为的主要场所，亦有必要在该网站刊登声明、消除影响。

关于被告邓科研是否应当对祈福公司的涉案不正当竞争行为承担连带责任。根据《[中华人民共和国公司法](#)》第六十三条规定，一人有限责任公司的股东不能证明公司财产独立于股东自己财产的，应当对公司债务承担连带责任。依照该条款规定，对于一人有限责任的股东财产与公司财产是否构成混同，其举证义务在于股东一方。本案中，在案证据显示，祈福公司在2019年5月14日至2020年4月21日期间为一人有限责任公司，被告邓科研在此期间系祈福公司的唯一股东。此期间处于祈福公司实施涉案不正当竞争行为的时间跨度内，因此，邓科研负有证明在此期间其财产独立于祈福公司的举证义务，但邓科研并未提交相应证据，无法证明其与祈福公司的财产相互独立、互不混同，故邓科研应对其作为唯一股东期间的祈福公司的债务承担连带责任。

诉讼过程中，两原告以被告史为镜公司已停止涉案不正当竞争行为为由申请撤回要求其停止侵权的诉讼请求，该申请系两原告对其诉讼权利的自由处分，与法不悖，本院予以准许。被告以史为镜公司经法院合法传唤无正当理由拒不到庭，视为放弃相关诉讼权利，应自行承担相应法律后果。

综上，为维护互联网领域正常公平的竞争秩序，引领互联网经营者规范经营行为，积极营造良性竞争的生态环境，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、

深圳市腾讯计算机系统有限公司、腾讯科技(深圳)有限公司与哈尔滨祈福科技有限公司等****不正当竞争纠纷一审民事****

《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条、第八条第二款、第十七条第一款、第四款、《中华人民共和国民事诉讼法》第一百四十四条之规定，判决如下：

裁判结果

一、被告哈尔滨祈福科技有限公司于本判决生效之日起立即停止实施涉案不正当竞争行为；

二、被告哈尔滨祈福科技有限公司于本判决生效之日起三十日內在《法制日报》的非中缝版面(连续三日)、蚂蚁帮扶网站(www.mayibangfu.com)的首页(连续十日)刊登声明、消除影响(声明的内容需经本院审核)；

三、被告哈尔滨祈福科技有限公司于本判决生效之日起十日内赔偿原告深圳市腾讯计算机系统有限公司、腾讯科技(深圳)有限公司经济损失和为制止侵权行为而支付的合理开支共计300万元；

四、被告邓科研对被告哈尔滨祈福科技有限公司的上述赔偿款项在80万元范围内承担连带责任；

五、驳回原告深圳市腾讯计算机系统有限公司、腾讯科技(深圳)有限公司的其他诉讼请求。

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》第二百五十三条的规定，加倍支付迟延履行期间的债务利息。

案件受理费46,800元、保全费5,000元，由原告深圳市腾讯计算机系统有限公司、腾讯科技(深圳)有限公司负担9,360元，被告哈尔滨祈福科技有限公司负担42,440元。

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



扫一扫，手机阅读更方便