

深圳腾讯计算机系统公司腾讯科技（深圳）公司与数推网络科技有限公司 谭旺不正当竞争纠纷一审民事****

审 理 法 院:重庆市****

案 号:(2019)渝**民初3618号

裁 判 日 期:2020. 04****

案 由:民事/知识产权与竞争纠纷/不正当竞争纠纷

原告腾讯计算机公司和原告腾讯科技公司向本院提出诉讼,请求人民法院判令:1.两被告立即停止不正当竞争行为,包括立即停止对腾讯视频(v.qq.com)、天天快报(kuaihao.qq.com)、微信、腾讯微视(weishi.qq.com)内容的刷量、刷单行为,以及对其他与原告产品或服务相同或类似产品的刷量、刷单行为;2.两被告连带赔偿经济损失500万元;3.两被告在《法制日报》中缝以外版面刊登声明,消除影响(声明内容应经法院事先审核);4.两被告承担本案的诉讼费用及为维权产生的合理开支。事实与理由:

一、原告是互联网行业知名服务平台。原告成立于1998年11月,经过二十余年的发展已经是中国最大的互联网综合服务提供商之一,也是中国服务用户最多的互联网企业之一。原告旗下的服务产品包括社交和通信服务(如QQ及微信/WeChat)、社交网络平台QQ空间、QQ游戏平台、门户网站腾讯网、腾讯新闻客户端和网络视频服务腾讯视频等。其中,原告旗下的腾讯视频作为同时覆盖PC客户端、移动端、电视端的视频网站,已成为行业领先的视频媒体。原告旗下的天天快报,是以用户个人信息人工智能推荐个性化资讯的网站,可以通过智能计算为用户推荐其喜欢的内容。原告旗下的腾讯微视,是短视频创作与分享平台,自面世以来便受到用户的强烈喜爱,在短视频领域已然具有较大的影响力。微信是原告旗下一款即时通讯服务产品,已经覆盖中国大多数智能手机,月活跃用户达到8亿以上,产品内朋友圈、公众号已成为用户浏览阅读的日常必备功能。二、浏览量、点击量是互联网服务提供商内容展示排序和经营服务决策的重要依据。流量是互联网的生命,数据是互联网经营的重要支撑。浏览量、点击量对原告具有极大的商业价值,既是原告提供内容展示、排序的基础,也是原告与内容提供者确定合作策略的前提,更是互联网用户选择产品的重要判断因素。原告的计算机系统会实时统计腾讯视频网站的视频访问数据、天天快报的阅读点赞数据、腾讯微视的浏览点赞数据、微信公众号的阅读点赞数据,诸如访问次数、访问者IP地址、访问时长等。通过对数据的精准分析,原告可以预测并判断不同内容的受欢迎程度、不同区域访问者的观看爱好、观看时间段。据此优化原告的服务内容和服务方式,包括制定相应的推荐内容、广告合作和服务器布局等重要的经营决策事项。另外,视频、文章、公众号的供应商、广告合作商及用户,也会根据浏览量、点击量等数据确定与腾讯计算机公司的合作策略和方式。因此,数据的真实性成为互联网行业健康有序发展的基石,以浏览量、点击量、粉丝量等为代表的数字,对包括原告在内的所有互联网公司,以及涉及互联网的内容服务提供商、广告商等相关公司而言,都至关重要。三、两被告针对原告及原告同业竞争者的网络产品实施了有偿刷单、刷量行为。原告调查取证发现,被告数推网络公司登记运营的企鹅代刷网(www.jiweb.com)和被告谭旺登记运营的企鹅代刷网(www.qiehy.com)、金招代刷网(www.b22.qiehy.com)、

金招代刷网（www.jz.qiehy.com）、全媒体代刷网（www.diss.qiehy.com）都在从事界面、功能一致的刷量、刷单有偿服务。另外，被告谭旺登记运营的赚客营销网（www.souzhuanke.com）还专门设有针对上述代刷网站的刷量、刷单服务进行推广宣传的功能。而刷量、刷单的对象不仅包括原告旗下的腾讯视频、微信、天天快报、微信文章、QQ空间，还有与原告相竞争的其他互联网公司旗下产品，诸如今日头条、爱奇艺视频、抖音等。四、两被告针对原告以及原告同行的网络产品实施有偿刷单、刷量的行为，构成了对原告的不正当竞争行为。两被告的有偿刷单、刷量的行为，不仅仅针对原告的相关产品，也针对与原告具有竞争关系的其他同类型的产品。这两种行为均扰乱了市场竞争秩序，侵害了消费者的合法权益，损害了原告的合法权益，构成对原告的不正当竞争。两被告利用了技术手段，使原告及其他互联网主体提供的网络视频、文章的阅读量、点击量和用户的粉丝数量被人为地提升，误导了消费者，侵害了消费者的利益，同时，被告的行为误导原告对产品和特定用户的判断和决策，损害了原告的正常经营和合法权益，破坏了互联网竞争关系，构成《网络交易管理办法》第十九条规定的不正当竞争行为，以及构成《反不正当竞争法》第二条、第八条第二款、第十二条规定的不正当竞争行为。据此，为维护原告合法权益，原告特提起诉讼，请求人民法院判如所请。

被告数推网络公司和被告谭旺共同答辩称，一、被告谭旺并非适格被告，即使原告诉请被告的不正当竞争行为成立，被告谭旺也不是本案的适格被告。公司人格独立和股东有限责任是我国公司法的基本原则，公司应以其财产对其债务承担全部责任，与股东的个人财产无关。同时，根据《中华人民共和国侵权责任法》第三十四条规定，用人单位的工作人员因执行工作任务造成他人损害的，由用人单位承担侵权责任，以及《中华人民共和国民法总则》第六十二条规定，法定代表人因执行职务造成他人损害的，由法人承担民事责任。被告谭旺在本案中的行为，都是执行被告数推网络公司事务的职务行为，因此责任应由被告数推网络公司承担，被告谭旺并不是适格被告。二、被告数推网络公司的经营行为不构成对原告的不正当竞争行为。（一）被告数推网络公司与原告经营范围、经营模式、盈利模式完全不同，不具有竞争关系。根据原告向法院提交的资料，原告运营社交平台、视频网站等，提供社交、通信等服务，收入来源于广告费、会员费等等。被告数推网络公司的业务主要为“网络推广”，被告的业务模式为安装了彩虹网站系统，该网站系统主要功能为代理各内容网站的“网络推广”业务。被告数推网络公司的收入产生于代理彩虹系统的“网络推广”业务产生的差价。（二）原告主张的所谓“刷量”行为不属于《反不正当竞争法》中明确列举的不正当竞争行为。从业务底层上看“刷量”业务，其实就是“网络推广”业务的一种，是互联网营销的一种手段。互联网内容的营销目的主要是为了提高其关注度，从而吸引更多的流量。因而，产生了排名广告、竞价广告、收费流量、头条或置顶等各种各样的网络推广方式，来人为地提高网络内容的流量。从这个角度看，“刷量”是一种广泛存在的合理且合法的网络商业行为。《反不正当竞争法》作为规范市场竞争秩序的法律，应当秉持谦抑的司法原则，对竞争行为保持有限干预，严格适用一般条款，以避免不适当或者过分干预而阻碍市场的自由竞争。被告利用技术手段提升点击量这种行为并不属于《反不正当竞争法》列举的情形。（三）被告数推网络公司并没有直接对原告实施不正当竞争侵权行为，被告数推网络公司只是网络推广业务的代理人，对于网络推广的方式不应承担责任。被告数推网络公司设立网站，其业务就是代理彩虹网站系统的网络推广业务。真正实施网络推广业务的是彩虹网站系统

，以及彩虹网站系统中捆绑合作的JQ、红兔、广达等从事网络推广业务的平台。此类网络平台在互联网上大量的、长期的存在，其宣称能有效的提高客户的流量，提高关注度。这些内容在各大网站，如“百度”、“新浪”、“腾讯”等知名网站上均存在有大量类似的服务与链接，被告作为代理人也无从考证。故即使原告认为被告数推网络公司代理的网络推广业务有可能存在不正当竞争，那么侵犯原告权利的也不是被告，而是相关的平台机构。（四）不能以打击不正当竞争的名义来造成新的不正当竞争。在科技领域，竞争与创新共同推动着科技的进步和发展，新的技术一定会带来新的商业模式和商业价值。行业的竞争与繁荣，也会产生原告这样的具有垄断地位的巨无霸，掌握着规则的话语权。“网络推广”业务，相对于传统行业里的广告营销，形式日渐丰富，产生了排名广告、竞价广告、收费流量、头条或置顶等诸多新的推广方式。被告代理“网络推广”业务，其结果也是帮助原告平台上的用户和内容提高关注度，这与原告利用其影响力开展各种有偿提高关注度业务一样，其本质是遏制竞争并造成另一种新的不正当竞争。三、被告不应承担赔偿责任，原告要求500万元的赔偿没有任何依据。（一）被告数推网络公司在得知自己的经营可能存在不正当竞争侵权行为后，于第一时间即2019年11月12日关停了案涉网站，并与原告方律师取得联系，积极寻求协商解决。（二）原告未证明其因被告行为受到的损失及与被告数推网络公司获益的因果关系。原告仅仅陈述了被告的行为会带来针对原告旗下的腾讯视频网站、天天快报二类产品平台中的少量内容被提升点击（流）量的结果，但是并未提供充分的证据证明给原告造成的损失。（三）被告并未从“刷量”行为获益，被告只从代理销售行为中微量获利。1、对于无效访问数据，被告既不能从委托方的报酬中获利，原告也无需向内容方付费。被告在原告内容平台上产生的业务次数本来就少，通过技术手段增加的点击量更少，再加上原告设置有相应手段可以甄别大部分增加的点击量，并予以剔除而无效，所以实际增加的点击量就极少了。2、被告通过“网络推广”业务代客“刷量”获利，其销售与原告有关的业务数量有限、获利极少。如腾讯视频播放量服务，总共只有127个；腾讯视频播放量服务，在经营期间共向外销售127条记录，大部分记录只购买了一份，进价为3元，销售价为7.6元，利润为4.6元，三个月总共获利不足千元。（四）根据原告的经营模式和盈利模式，包括通过计算机视频播放数量结算广告收入，被告通过其业务的开展，产生了提升原告视频网站视频播放量的结果，客观上可以增加原告的广告收入。四、被告不应承担消除影响的民事责任。被告销售的“网络推广”业务，其最终的服务并非公开进行，一般不会被第三方知悉。被告增加的访问量有限，相比于原告视频网站自身的访问量，更是沧海一粟，对原告的影响极其微小，并没有降低对原告的社会评价。从某种程度上看，还增加了原告的流量，提高了原告的社会影响力。综上，被告的行为并未对原告构成不正当竞争，不应承担赔偿责任和消除影响的民事责任。

当事人双方各自围绕诉讼请求和抗辩意见提交了证据，本院组织双方当事人进行了证据交换和质证，确认双方当事人各自所举证据的真实性、合法性、关联性，并载卷佐证。

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、原告腾讯计算机公司和原告腾讯科技公司基本情况及相互关系

原告腾讯计算机公司于1998年11月11日在深圳成立，注册资本6500万元人民币，2004年6月在香港联合交易所主板上市。主要经营范围包括计算机软、硬件的设计、技术开发、销售（不含专营、专控、专卖商品及限制项目）；从事广告业务（法律、行政法规规定应进行广告经营审批等级的，另行办理审批登记

后方可经营）数据库及计算机网络服务；网络游戏出版运营；互联网新闻信息转载服务；利用信息网络经营音乐娱乐产品、游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）、艺术品、演出剧（节）目、动漫产品、表演，从事网络文化产品的展览、比赛活动；互联网视听节目服务；制作、复制、发行电视剧、动画片（制作须另申报），专题、专栏（不含时政新闻类），综艺等。

原告腾讯科技公司与被告腾讯计算机公司系关联公司，成立于2000年2月24日主要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、批发；电子产品设计服务；游戏游艺设备销售等。

根据原告腾讯计算机公司、原告腾讯科技公司，以及腾讯科技（北京）有限公司和腾讯科技（天津）有限公司共同出具的《授权许可和共同运营确认书》记载，以上四个公司联合发表声明，共同运营腾讯旗下“天天快报”、“腾讯视频”相关商品或服务，并有权单独或者共同提起诉讼维权，维权所得归提起诉讼的公司所有。

二、被告数推网络公司和被告谭旺基本情况及相互关系

被告数推网络公司成立于2019年7月29日，注册资本为50万元人民币，公司类型为有限责任公司（自然人独资）。该公司的主要经营范围包括计算机网络技术开发、技术转让、技术咨询；计算机软硬件、电子产品研发、技术转让、技术咨询、技术推广及销售；网站建设；设计、制作、代理、发布国内外广告；品牌推广；利用互联网销售日用百货、家用电器、体育用品、办公用品、工艺美术品（不含文物、象牙及其制品）、服装等。

被告谭旺系被告数推网络公司执行董事兼总经理，是该公司的唯一股东，认缴出资50万元人民币。

三、被告主办的涉案网站基本情况

根据国家工信部ICP/IP地址/域名信息备案管理系统信息查询显示，www.qiehy.com“企鹅代商网”（备案网站名称“或源”）网站和qiehy.com域名的备案主办单位和网站负责人为被告谭旺，网站备案号为渝I**备17003769号 3，审核通过时间是2017年12月25日。据查，被告谭旺利用qiehy.com域名，还开设有www.b22.qiehy.com“金招代刷网”、www.jz.qiehy.com“金招代刷网”、www.diss.qiehy.com“全媒体代刷网”关联分网站。

www.souzhuanke.com“搜篆客”网站和souzhuanke.com域名的备案主办单位和网站负责人为被告谭旺，网站备案号为渝I**备17003769号 1，审核通过时间是2017年12月25日。

www.jiyweb.com“企鹅代商网”[备案网站名称“数推（重庆）网络科技有限公司”]网站和jiyweb.com域名的备案主办单位是被告数推网络公司，网站负责人为被告谭旺，网站备案号为渝I**备19011382号 1，审核通过时间是2019年8月23日。

四、被告实施的行为

根据北京市方圆公证处分别于2019年9月18日、19日出具的（2019）经方园内经证字第27553、27556、27557、27567、27738、27767、27769号《公证书》及其附件记载的内容显示，被告通过其运营的涉案网站，借助他人网络营销平台，针对原告网站提供的产品或服务，包括“天天快报”“腾讯视频”“腾讯

微视”“QQ空间”“QQ名片赞”“微信”及“微信公众号”等，或者其他运营商网站的产品或服务，以虚假提高内容信息的点击量、点赞量、浏览量、阅读量、粉丝量为目的，向客户有偿销售并提供刷量服务。

（一）被告针对原告产品或服务提供刷量服务

1、涉及被告谭旺www.qiehy.com网站内容：第一，www.qiehy.com网站中存在爆音业务、微博业务、微信业务、视频业务、头条业务、百度系列、订阅粉丝、其他业务等业务分类；第二，该网站的服务包括有原告旗下天天快报、微信文章、微信公众号、腾讯微视、QQ空间、QQ名片、腾讯视频等产品服务；第三，该网站的客服QQ为小企鹅（账号：9*****），客服微信为zhuanke1251；第四，该网站在其分站信息页明确其分站的二级域名包括qiehy.com、souzhuanke.com、jiyweb.com。

针对腾讯视频播放量的刷量行为。首先，原告代理人打开被告www.qiehy.com网站，在该网站注册账号登陆，浏览点击刷量服务类别，在该网站账户中充值7.6元，弹出支付宝的二维码，扫码支付显示收款人为*旺，2019年9月18日14时27分完成支付。其次，打开原告腾讯视频，登陆查看此前上传的名称为“这是个啥呀”的视频作品，界面显示0次播放。再次，前往被告www.qiehy.com网站，选择在线下单中的腾讯视频播放量商品，1万次播放量支付7.6元，输入填写“这是个啥呀”视频的链接地址http://v.qq.com/x/page/x0928jfd11ihtml，完成下单。最后，原告于次日打开原告腾讯视频，登陆查看“这是个啥呀”视频界面，界面显示点击量增至14405次。

被告举示的网络订单和个人支付宝订单记录印证了上述刷量行为。被告的支付宝订单可见，2019年9月18日14时27分收入7.6元。被告网站的订单记录可见，订单ID为234969，商品名称腾讯视频播放量（1万）24小时匀速到账，下单数据http://v.qq.com/x/page/x0928jfd11ihtml，分数/金额为1/7.6，添加时间2019 9 1814:36:20。被告提供的其在“红兔网络营销平台”（www.ht4rz.com）订单记录可见，ID为5681，目标地址http://v.qq.com/x/page/x0928jfd11ihtml（1260877487【腾讯视频播放量】），数量10000，费用3，提交时间2019/9/1814:41:20，状态已完成。

针对天天快报文章阅读量的刷量行为。首先，原告代理人打开被告www.qiehy.com网站，在该网站注册账号登录，点击浏览刷量服务类别。在该网站账户中充值8元，弹出微信支付的二维码，扫码支付显示收款人为*旺，支付完成时间为2019年9月18日14时38分。其次，登陆原告腾讯内容开放平台，查看此前个人上传的名称为“忧从中来，不可断绝”的文章，界面显示10次阅读量。再次，前往被告www.qiehy.com网站，选择在线下单中的天天快报文章阅读商品，输入填写“忧从中来，不可断绝”文章的链接地址http://kuaibao.qq.com/s/20190912A0chQ100，完成下单。最后，原告于次日打开原告“天天快报”，查看“忧从中来，不可断绝”文章界面，界面显示点击量变为10341次。

被告举示的网络订单和个人微信订单记录印证了上述刷量行为。被告微信订单可见，2019年9月18日14时38分收入8元。被告提供的其在“广达平台”用户订单记录可见，编号为E361905，目标地址http://kuaibao.qq.com/s/20190912A0chQ100，执行数量10000，已完成数量10000，提交时间2019/9/1815:28，完成时间2019/9/1816:33。

2、涉及被告谭旺www.b22.qiehy.com、www.jz.qiehy.com、www.diss.qiehy.com关联分网站的内容

在公证员监督下，原告代理人就被告www.b22.qiehy.com、www.jz.qiehy.com、www.diss.qiehy.com三个网站，执行了与前述针对被告www.qiehy.com网站公证步骤相同的操作。上述三个网站的网页界面、服务类别和内容、客服QQ和微信、分站信息与前述被告www.qiehy.com网站内容一致。原告同样分别进行了“腾讯视频”和“天天快报”的刷量服务购买活动，其视频或者文章链接地址、下单时间、支付费用等与被告提交的网络订单和个人微信、支付宝订单记录相吻合。

3、涉及被告数推网络公司www.jiyweb.com网站的内容

同样如此，被告数推网络公司www.jiyweb.com网站与前述被告谭旺的四个网站在网页界面、提供的服务、客服QQ和微信、分站信息等方面均表现出一致的内容和服务，且网站收款人亦为被告谭旺。

综上，被告谭旺名下www.qiehy.com、www.b22.qiehy.com、www.jz.qiehy.com、www.diss.qiehy.com网站和被告数推网络公司名下www.jiyweb.com网站均存在对原告旗下产品或服务的刷取数据量行为。

（二）被告针对其他运营商网站产品提供刷量服务

首先，从上述被告五个网站运营情况看，存在被告提供有关爆音业务、微博业务、视频业务、头条业务、百度系列、订阅粉丝等分类业务；其次，从被告举示的其在E时代平台下单情况可见，被告还提供有优酷视频、爱奇艺、乐视视频、芒果TV、ACFUN视频、美拍视频等其他顶级网站产品的刷量服务；再次，从被告举示“红兔”“JQ”“广达”“彩虹系统”网络营销平台等上游网站界面可见，这些网站提供针对一些顶级互联网产品或服务的刷量服务，覆盖了大量知名网络产品。

综上，现有证据表明，被告谭旺名下的www.qiehy.com、www.b22.qiehy.com、www.jz.qiehy.com、www.diss.qiehy.com网站，以及被告数推网络公司名下的www.jiyweb.com网站，存在获取上游网站包括顶级网站产品或服务的刷量业务，针对其他互联网知名产品或服务提供刷量服务。

（三）被告在其网站上推广宣传刷量行为

1、根据对被告经营的www.qiehy.com、www.b22.qiehy.com、www.jz.qiehy.com、www.diss.qiehy.com网站网页公证记载，以上四个网站均设有“分站介绍”板块，板块以问答方式进行宣介，其内容摘要如下——

“问：什么是企鹅代商网的分站、主站？答：分站就是和我们一样的网站，拥有和我们一样的大部分功能；问：如何搭建？多少钱？能使用多长时间？答：付款给我们客服，一条龙搭建，目前普通分站6.88元，高级分站40元，主站100元，永久使用时间（授权200永久使用）；问：能赚钱吗？搭建后如何赚钱？答：保证回本赚钱！客户访问你的分站并下单，你就有提成，你也可以直接以代理价格帮别人下单；分站后台有完整的消费信息和余额信息，您可以提现到支付宝微信或者QQ钱包；问：需要我自己供货吗？哪来货源？答：所有商品全部对接主站，无需您当心（注：担心）货源，所有订单我们来处理；问：可以自己上架商品吗？可以修改售价吗？答：所有分站暂时都不支持上架商品和修改价格，接下来的更新会添加；问：这个和卡盟一样吗？有什么区别？答：完全不同，利润更高，货源更精，无需注册，无需预存，在线支付，卡密下单，更直接。”

2、根据对被告www.souzhuanke.com（搜篆客或赚客营销）网站网页公证可见，该网站中专门设有刷量服务板块，在板块内有大量文章对被告涉案网站进行刷量推广宣传。比如，“抖音怎么上热门？抖音热

门怎么买？”“爆音刷粉丝是什么？怎么刷？”“快手在线刷播放量平台那个好？”等文章。在这些文章的上方有“仿站价格低至300元，建站更简单”“定制设计开发网站”的宣传语，有“点击咨询”按键；在这些文章标题下方有www.qiehy.com（企鹅代刷网）的链接键，有“如果您是需要一个电商行业刷量业务的下单平台，点击进入www.qiehy.com”“全网业务都可以刷刷刷”“我要代理（1手刷量货源）”等宣传语。还有“自助下单（电商刷量业务）”模块，以及该模块下设置的“淘宝业务、京东业务、小红薯、拼多多、网易考拉、天猫业务、飞猪业务、闭鱼业务、极有家”、“全网最低价微信文章刷阅读”等链接按键。此外，该网站的QQ、微信客服号码与本案所涉其他四个网站的QQ、微信客服号码一致。

五、被告从事有偿刷量服务的获益情况

关于二被告通过为客户提供刷量服务获取收益的情况，根据被告举示的其在上游网站的订单记录、涉案网站的订单记录，以及微信、支付宝账户记录显示，从上游网站可见，针对“天天快报”的点击量收费为4元/万次，针对“腾讯视频”的点击量收费为3元/万次。从被告运营的涉案网站可见，针对“天天快报”的点击量收费为8元/万次，针对“腾讯视频”的点击量收费为7.6元/万次。自2019年9月13日至10月6日25天内，针对“腾讯视频”的刷量订单有127条。从被告举示的2019年6月至11月支付宝账单可见，被告谭旺的收入近5.5万元。从2019年6月至11月微信账单可见，被告谭旺的收入近6万元。除此以外，被告支付宝、微信账单中还存在大量通过二维码扫码支付产生的其他订单。被告谭旺陈述，由于被告数推网络公司未开通收款账户，所以被告数推网络公司的收入均转入被告谭旺个人账户。

六、与本案有关的其他情况

两原告还举示了网站宣传文章、平台公告、起诉状与判决书，拟对原告经营网站的流量分成、补贴机制，网站平台推广、排名机制，以及因刷量产生的虚假数据及其危害后果进行说明。

被告谭旺举示了微信聊天记录，拟证明其在2019年1月3日用“小企鹅【在处理】”QQ账号询问上游代刷系统客服关于代刷系统的事宜，而后开始利用该系统建站，代理服务。

此外，原告为本案诉讼向本院支付诉讼财产保全费5000元；向中国大地财产保险股份有限公司重庆分公司支付诉讼财产保全担保费5000元；向北京市方圆公证处支付公证费22140元；与重庆坤源衡泰律师事务所签订《民事法律委托合同》，约定律师服务费15万元，且已实际支付。

另查明，经本院核实及原、被告双方确认，被告谭旺在本案中涉及的网站已于2019年11月12日关停。

本院认为，本案系不正当竞争纠纷案件。依据双方当事人的诉辩意见，本院将围绕争议焦点逐一评析如下：

一、关于提供虚假刷量服务行为是否构成不正当竞争

本案诉争的行为是，被告接受针对原告互联网产品或服务及其他互联网经营者的产品或服务进行有偿虚假刷量服务委托后，将刷量订单转交给彩虹系统等专门从事刷量服务的网络营销平台服务商完成，提供互联网产品或服务的虚高或虚假数据，赚取客户缴费与网络营销平台服务商收费之间的差价。对于被告的行为是否构成不正当竞争，本院从两个方面进行分析：

（一）被告提供虚假刷量服务是否符合《[中华人民共和国反不正当竞争法](#)》[第十二条](#)规定的不正当竞争行为特征

《中华人民共和国反不正当竞争法》第十二条规定：“经营者利用网络从事生产经营活动，应当遵守本法的各项规定。经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施下列妨碍、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行为：（一）未经其他经营者同意，在其合法提供的网络产品或者服务中，插入链接、强制进行目标跳转；（二）误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载其他经营者合法提供的网络产品或者服务；（三）恶意对其他经营者合法提供的网络产品或者服务实施不兼容；（四）其他妨碍、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行为。”根据该规定，原告需要举证证明被告在行为上“利用技术手段”，在结果上“妨碍、破坏”原告“合法提供的网络产品或者服务正常运行”。在本案中，刷量行为的直接实施者并非被告，且原、被告双方均未能举证证明刷量行为是通过何种“技术手段”来实现的，此其一；其二，原告指控被告的不正当竞争包括两种情形，一种是对原告产品或服务的刷量行为，另一种是对与原告有竞争关系的产品或服务的刷量行为。对于后者，因为不涉及到原告的产品或服务，不直接与原告发生利益冲突，对于“妨碍、破坏”其“合法提供的网络产品或者服务”性质也难以认定。

尽管如此，从被告接受客户委托有偿提供虚假刷量服务，并将委托订单交与他人代为实施刷量，直至完成刷量的整个过程来看，客户对于被告是否具有相关的技术手段和能力，能否独立完成刷量任务，是否借助他人技术手段或者网络平台实现刷量既不知情，也不关心。只要刷量任务完成，达到刷量的目的，就能满足客户的需求，达到客户订立合同的目的，被告与客户之间的合同义务也就履行完毕。至于被告转交他人采用何种技术手段完成刷量，本院认为，在没有获得互联网经营者允许情况下，为故意躲避互联网经营者监管，必然会采取互联网领域现有的插入、搭载、链接或者劫持等技术手段来暗中实施刷量行为，这是不言自明的。另一方面，客户委托被告，被告委托或者转让他人实施刷量行为，是一个分阶段连续实施的过程。在被告接受客户委托前后，被告已经在网络技术手段方面做足准备，这个可以从被告在其经营网站上教授如何利用域名建立二级网站，如何代理刷量，利用刷量赚钱，回答客户有关刷量疑问和刷量技巧等问题方面得到印证。由此可见，被告从接受客户委托刷量时，为客户有偿提供虚假刷量服务就已经开始实施。

因此，被告有偿提供虚假刷量服务行为特征，符合《中华人民共和国反不正当竞争法》第十二条（四）项关于“其他妨碍、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行为”的规定，应受反不正当竞争法调整。

（二）虚假刷量行为是否损害社会公共利益，损害互联网经营者、用户和消费者的合法权益

1、虚假刷量行为是否违背诚实信用原则和商业道德

在市场经济中，鼓励正当的市场竞争，有助于实现经济的良性发展。在具有竞争关系的经营者之间发生竞争时，应当遵循诚实信用，恪守商业道德。诚实信用原则既是法律确立的民事主体在民事活动中应当遵守的最基本的行为准则，也是民事主体在商业活动中应当遵从的道德规范。商业道德要按照特定商业领域中市场交易参与者即经济人的伦理标准来加以评判，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，但具体到个案中的商业道德，应当结合案件具体情形来分析判定。在市场经营活动中，为规范特定领域的竞争行为和维护竞争秩序，主管机关有时会结合其行业特点和竞争需求，在总结归纳

其行业内竞争现象的基础上，以行业协会或部门规章等形式制定行业内的从业规范，以约束行业内的企业行为或者为其提供行为指引。这些行业性规范常常反映和体现了行业内的商业道德标准，可以成为人民法院发现和认定行业通常行为标准的重要渊源之一。国家工商行政管理总局2014年颁发的《[网络交易管理办法](#)》[第十九条](#)规定：“网络商品经营者、有关服务经营者销售商品或者服务，应当遵守《[反不正当竞争法](#)》等法律的规定，不得以不正当竞争方式损害其他经营者的合法权益、扰乱社会经济秩序。同时，不得利用网络技术手段或者载体等方式，从事下列不正当竞争行为：……（四）以虚构交易、删除不利评价等形式，为自己或他人提升商业信誉……”因此，不得以虚构交易的形式来提升自己或他人商业信誉，已经成为互联网经营者的商业道德和行为准则。本案中，被告对原告产品或服务或者与其相竞争的产品或服务提供有偿刷量服务，提供虚高或虚假数据，不正当地利用他人已经取得的市场地位和商誉，为自己谋取商业机会和利益，扰乱正常公平的市场竞争秩序，破坏良性的市场竞争关系，违背了诚实信用原则和商业道德，其不正当性显而易见。

被告抗辩称，刷量服务是互联网自由和创新精神的体现，限制刷量会限制竞争和打击创新。本院认为，互联网发展不仅有赖于竞争和创新，也鼓励竞争和创新，没有竞争，就没有创新，创新也可以刺激竞争，反哺竞争，使竞争真正成为互联网发展的源动力。但这种竞争是有序的竞争，良性的竞争，只有符合法律规定，遵从商业道德的竞争，才能促进互联网技术进步，促进互联网产业深度发展。判断有偿刷量行为是否属于正当的竞争和创新，应当以有利于建立公平的竞争秩序，符合用户和消费者合法权益和社会公共利益为准则，借助互联网技术成果或者网络平台，甚至是互联网经营者的地位和商誉，提供虚高或虚假数据，来达到提升互联网产品或服务及其内容信息的关注度和影响力，是借口技术进步创新之名，行干涉他人正当商业模式和经营，扰乱正常公平竞争秩序，破坏良性竞争关系之实。本案中，被告以技术创新为名，对原告产品或服务及与其有竞争关系的产品或服务通过有偿刷量方式进行干预，既不符合互联网提倡的竞争和创新之精神，也不符合互联网领域业已形成的商业道德规范，更不符合《[中华人民共和国反不正当竞争法](#)》[第二条](#)所确立的诚实信用原则。因此，本院对被告此一抗辩理由，不予支持。

2、提供虚假刷量服务是否损害互联网经营者或用户和消费者合法权益

首先，原告对自身的互联网经营模式及其提供的互联网产品或服务享有合法的权益。在互联网领域，“流量为王”不仅仅是互联网经营者的经营口号，更是互联网经营者不断追求的经营目标。互联网经营者之间竞争核心就是获取流量并变现，流量越大，经营者获利越大。流量的本质是用户，用户的核心是用户的判断和选择行为，影响用户判断和选择的最关键最重要因素是数据，点击量是最重要的数据之一。为了争夺流量，互联网经营者想方设法吸引和获取优质内容，并将优质内容进行重点推送或推荐，这就形成了经营者设定以点击量为基础的系列激励制度和奖励规则，比如内容信息排名、排序或者置顶等。同时，经营者也会以点击量及其增长度等指标为基础，进一步确定推广内容和方向，吸引用户，聚合资源，提高网站影响力。因此，在高度发达的交互式信息流通领域，创造良性的互联网生态环境，应当也必须建立在真实的数据基础之上，否则作为互联网两端的经营者和用户来讲，作出正确决策与选择，维护合法权益和实现正当利益必将受到负面的影响和不可逆的损害。原告即是在此种正当价值追求和互联网良性生态环境下，逐步建立其有影响力和号召力的商业模式，自然对其商业模式及其互联网产品或服务享有合法的权益。

其次，对互联网产品或服务的进行虚假刷量，提供无效访问数据，置互联网经营者于虚假宣传的不当境地，影响互联网经营者的经营决策，必然增加互联网经营者的经营成本。互联网产品或服务的浏览量、访问量等数据，不仅仅是互联网经营者提供产品或服务的真实反映，从受众角度看，它还是互联网经营者对其产品或服务的宣传行为，只不过这种宣传是一种被动宣传。被告提供虚假刷量服务，导致原告互联网产品或服务访问量虚高，误导原告将本不应优先推荐的产品或服务及其内容信息错误地优先推送，从经济学角度看，这将迫使原告根据激励制度和奖励规则额外增加经营成本，影响原告经营决策，降低原告服务质量。另一方面，提供虚假刷量服务极易误导用户和消费者对原告产品或服务作出错误抉择，长此以往，必然发生用户和消费者降低对原告及其产品或服务的信用评价，原告的合法权益必将遭受损害。

原告设立激励制度和奖励规则，是建立在真实数据之上，这些数据包括浏览量、访问量、点击量、阅读量，以及“粉丝”数量等等，是计算机系统根据用户对原告产品或服务及其内容信息的如实记录并自动生成，基本能够反映用户或者消费者对于原告产品或服务及其内容信息的真实需求和信任度。如若不遵守诚实信用原则，提供虚高或者虚假数据，表面上提高了原告产品或服务及其内容信息的关注度，扩大了影响，其实质是对原告商业模式的非法干预，对原告建立并正常运行的制度和规则的破坏，是对原告合法利益的损害，也是无视终端用户和消费者的真实意愿和信任，陷互联网产品或服务的用户和消费者，以及互联网信息受众于被蒙蔽和欺骗的境地，是对用户和消费者合法权益的严重损害。因此，被告实施刷量行为，导致数据虚高，既不符合我国反不正当竞争立法精神，违背诚实信用原则，也是包括原告在内的广大互联网经营者不能接受和容忍的。

再次，对原告产品或服务或与其有竞争关系的产品或服务进行虚假刷量，侵害了消费者的知情权和选择权。《[中华人民共和国消费者权益保护法](#)》[第八条](#)规定：“消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。消费者有权根据商品或者服务的不同情况，要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务，或者服务的内容、规格、费用等有关情况”。《[中华人民共和国电子商务法](#)》[第十七条](#)规定：“电子商务经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权。电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者”。同时，《[中华人民共和国反不正当竞争法](#)》[第八条](#)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。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”。由此可知，我国法律法规在不同层面都赋予网络用户和消费者对互联网产品或服务享有知情权和选择权。实施对特定互联网产品或服务的刷量行为，以虚高或虚假数据欺骗和误导用户和消费者，是对用户和消费者的知情权和选择权的侵害。

最后，对互联网经营者产品或服务或者与其有竞争关系的产品或服务进行虚假刷量，扰乱了正常公平的市场竞争秩序，破坏了互联网经营者间的良性竞争关系。无论被告实施对原告互联网产品或服务及其内容信息，还是对其他互联网经营者的互联网产品或服务及其内容信息提供虚假刷量服务，被告的行为都是对包括原告在内的互联网经营者赖以生存和发展的商业模式的非法干预，对行之有效的管理制度和规则予

以非法破坏，也可能使个别互联网经营者获得不正当的市场竞争优势。虽然被告并未直接与原告发生市场竞争关系，但被告间接地参与到包括原告在内的互联网经营者之间竞争关系之中，其不正当刷量行为助推了不良甚至恶性竞争，这与反不正当竞争法所确立的，通过合法、公平的市场竞争方式促进社会经济发展的理念，所要维护的正常公平的市场竞争秩序背道而驰。

综上所述，本院认为，被告针对原告互联网产品或服务及其内容信息，以及其他互联网经营者的互联网产品或服务，有偿提供虚假刷量服务行为，应当纳入反不正当竞争法予以规制，适用《中华人民共和国反不正当竞争法》第十二条第（四）项关于“其他妨碍、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行为”的规定，认定其为不正当竞争行为。

二、被告数推网络公司与被告谭旺的有偿提供虚假刷量行为是否构成共同侵权，以及责任承担形式的问题

（一）被告谭旺是否本案适格被告

基于被告数推网络公司系一人独资公司，被告谭旺是该公司唯一股东的实际情况，无论被告谭旺作为法定代表人履行职务，代表被告数推网络公司并利用公司注册备案网站实施有偿刷量行为，还是被告谭旺个人利用其注册备案网站实施有偿刷量行为，被告谭旺实施提供有偿刷量服务行为时，其身份在公司人格和自然人之间已然发生混同，本院根据被告数推网络公司成立之前，被告谭旺已经存在有偿刷量行为的事实，并结合涉及被告所有网站有偿刷量服务价款均通过被告谭旺个人账户收取的情况，认定二被告主观上存在共同实施不正当竞争行为的意思联络，客观上分工合作，构成共同侵权。根据《中华人民共和国侵权责任法》第八条关于“二人以上共同实施侵权行为，造成他人损害的，应当承担连带责任”和第十五条关于“承担侵权责任的方式有停止侵害、赔偿损失、消除影响等”的规定，二被告依法应承担连带责任。被告谭旺辩称其未实施虚假刷量行为，不是本案适格被告的理由不成立，本院不予支持。

（二）关于被告承担法律责任形式和原告经济损失的确定

根据原、被告陈述，二被告虽已经关停了涉案网站，但鉴于被告有偿提供虚假刷量服务对原告的商业模式和正常营运秩序的危害，以及对原告产品或服务损害的严重性，同时考虑到被告存在对原告以外的其他互联网经营者的网络产品或服务实施有偿提供虚假刷量服务行为，有必要预防、警示和遏制类似涉案不正当竞争行为的重现，本院仍将支持原告有关停止侵害的诉讼请求。

关于如何确定原告经济损失的问题。根据《中华人民共和国反不正当竞争法》第十七条第一款关于“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”和第三款关于“因不正当竞争行为受到损害的经营者的赔偿数额，按照其因被侵权所受到的实际损失确定；实际损失难以计算的，按照侵权人因侵权所获得的利益确定”的规定，本案中，因原告就被告的不正当竞争行为所受到的实际损失，以及被告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，本院将综合以下因素确定赔偿数额：

1. 被告提供虚假刷量服务行为所针对对象的知名度。被告提供虚假刷量服务行为针对腾讯视频、微信、天天快报等知名网络产品；2. 被告提供虚假刷量服务行为所针对对象的广度。被告提供虚假刷量服务行为所涉产品或服务，不仅仅包括原告旗下产品或服务，还涵盖其他互联网知名产品或服务；3. 被告提供虚假刷量服务行为实施的时间跨度。被告谭旺在2017年12月25日就已开始运营刷量网站，直到2019年11月被诉后

才关停网站，时间长达两年；4. 被告提供虚假刷量服务行为的规模化和组织化。被告谭旺在2017年成立网站后，利用域名qiehy.com开设大量分站，且在2019年7月还专门成立被告数推网络公司，利用被告数推网络公司专门从事刷量业务；5. 被告提供虚假刷量服务行为支付较高的推广费。被告在庭审中承认其在5个月内2次向同一人转账推广费6万元，且支持其刷量业务的上游企业多达12家；6. 被告提供虚假刷量服务业务的利润高。本案证据显示被告刷量业务每单进价3元，卖出7.6元，利润高达153%；7. 被告提供虚假刷量服务行为的主观恶意明显。被告谭旺作为相关行业从业人员，明知该行为的违法性，却为获得高额利润而长期从事该行为，且不断开设网站分站，专门成立公司从事涉案行为，侵权恶意非常明显。此外，原告为维权已经支付了律师费、公证费、保全费、保全担保费共计182,140元。综上，本院酌情确定被告数推网络公司与被告谭旺连带赔偿原告经济损失及为制止侵权支付的合理费用共计120万元。

关于原告请求被告消除影响的主张，本院鉴于被告有偿提供虚假刷量服务行为的不正当性及对原告合法权益的损害，支持原告该项诉讼请求，以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。同时，对于原告诉请要求被告停止“刷单”不正当竞争行为，因原告没有相应的事实依据，本院予以驳回。

依照《[中华人民共和国反不正当竞争法](#)》[第二条](#)、[第十二条](#)、[第十七条第一款、第三款](#)、《[中华人民共和国侵权责任法](#)》[第八条](#)、[第十五条](#)，以及《[中华人民共和国民事诉讼法](#)》[第一百四十二条](#)之规定，判决如下：

一、被告数推（重庆）网络科技有限公司和被告谭旺自本判决生效之日起立即停止不正当竞争行为，即停止在其主办网站上针对原告深圳市腾讯计算机系统有限公司和原告腾讯科技（深圳）有限公司互联网产品或服务及其内容信息提供虚假刷量服务；

二、被告数推（重庆）网络科技有限公司和被告谭旺于本判决生效之日起十日内连带赔偿原告深圳市腾讯计算机系统有限公司和原告腾讯科技（深圳）有限公司经济损失及为制止不正当竞争行为支出的合理费用共计120万元；

三、被告数推（重庆）网络科技有限公司和被告谭旺于本判决生效之日起三十日內在《法制日报》上刊登声明（内容须经本院审查），消除影响；

四、驳回原告深圳市腾讯计算机系统有限公司和原告腾讯科技（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](#)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，由原告深圳市腾讯计算机系统有限公司和原告腾讯科技（深圳）有限公司共同承担6,800元，被告数推（重庆）网络科技有限公司、被告谭旺共同负担40,000元；诉讼财产保全费5000元，由被告数推（重庆）网络科技有限公司、被告谭旺共同负担。

如不服本判决，可以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，上诉于重庆市高级人民法院。

（此页无正文）



扫一扫，手机阅读更方便