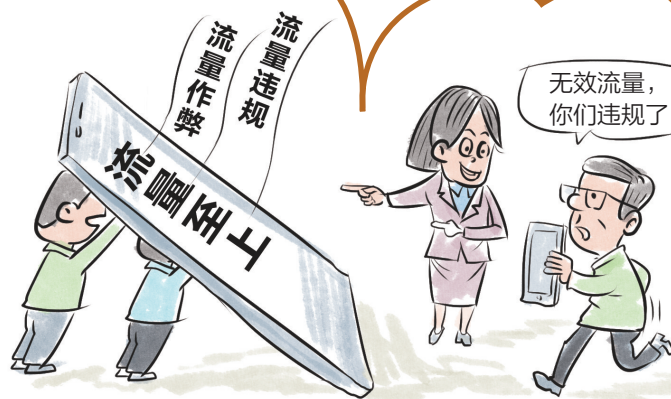




编者按:推广服务存在流量作弊,还要支付费用吗?“流量”属于网络虚拟财产吗?转链引流要赔吗?组织“刷量”、制造虚假流量,要承担怎样的法律后果呢?本期《海都故事绘》三个案例与流量纠纷有关,法院的公正判决,助力营造公平竞争、规范有序的市场环境。



推广服务存在流量作弊 广告公司无需支付费用

某广告公司从其“上家”某公关公司承接电商平台“双十一购物节”活动的广告发布业务后,与某科技公司签订《流量交易技术平台合作合同》,约定由科技公司为广告公司提供流量推广服务。该合同明确要求科技公司不得利用任何违法违规或其他不正当手段(包括但不限于刷机、业务作弊、点击作弊等行为)虚假构造合作内容的有效计费量,不得制造无效流量、无效点击、违规嵌入等。

此后,科技公司以其已按合同约定及时履行义务并严格按照广告公司要求提供推广服务为由,主张广告公司应向其支付推广费用,广告公司则以科技公司提供的推广服务存在流量作弊、流量违规情形为由予以拒绝。对此,科技公司诉至法院,要求广告公司支付推广费用。

法院审理

驳回科技公司的 全部诉讼请求

对此,北京三中院审理后认为,科技公司的主要合同义务及获得收入基础在于采用特定技术手段向媒体用户展示特定推广内容,并根据展示及媒体用户点击推广内容的流量获得分配收入。根据《流量交易技术平台合作合同》,科技公司应确保不出现流量作弊、流量违规情形,保证其提供的推广服务流量质量符合合同约定。但是,根据某电商平台及公关公司向法院提供的书面文件,综合相关案情可以认定科技公司提供的流量存在作弊行为。

据此,法院对此案终审后,判决驳回了科技公司的全部诉讼请求。

法官说法

提供流量质量不达标 应自行承担不利后果

法官庭后表示,当事人应当遵循诚信原则,根据合同的性质、目的和交易习惯履行通知、协助、保密等义务。本案中,科技公司作为广告服务提供方,未能履行合同约定的反作弊义务,导致提供流量质量不达标,应当自行承担不利后果。广告公司在明知禁止转包的情况下仍将业务转包给科技公司,虽不影响科技公司在本案合同中的权利义务关系及责任认定,但广告公司的行为有违诚信原则。在互联网广告业务中,流量质量是对广告服务提供方的核心要求,广告服务提供方必须严格遵守反作弊条款,避免使用虚假流量。

法官表示,相关流量服务合同应当明确验收标准及违约责任,以降低争议风险。对于广告需求方来说,选择合作伙伴需要审查其资质及履约能力,如果存在多层转包,应当提前取得上游许可,避免因违规转包而触发违约责任。在互联网广告业态中,各方应提高数据透明度,探索第三方监测机制,共同抵制流量造假,维护互联网健康生态。

(法治日报)

流量造假 后果很严重

海都故事绘

公众号内嵌第三方文章链接 编辑被告了



爱某公司运营有大量微信公众号,其业务模式为通过公众号运营获得流量,开通“流量主”功能获得微信每月定期发放的“流量主”收益。

赵某某为爱某公司公众号编辑,双方签订有《保密协议》,约定不得利用公司内部公众号资源转载引流私人账号。赵某某在职期间,未经爱某公司允许,在其负责运营的20个微信公众号内嵌入第三方微信公众号文章链接,同时在文章末尾以较大字体突出显示“展开继续阅读全文”字样。

跳转后的文章内容与跳转前的文章内容十分相近,部分标题几乎一样。爱某公司主张其微信公众号运营收益大幅缩减,提交了“流量主”收益后台录屏、统计表格等予以证明,并请求法院判令赵某某向爱某公司支付公司应得利益及赔偿损失。

法院审理

员工转链引流 赔偿损失10万元

广州互联网法院审理认为,微信公众号属于网络虚拟财产,依法受法律保护。员工不得利用公司内部公众号资源转链引流私人账号。员工转链引流行为致使公司在相关微信公众号内积攒的粉丝、流量被分割,导致经济价值降低,侵害公司对其微信公众号享有的网络虚拟财产权益,应对公司的损失承担赔偿责任。法院判决赵某某向爱某公司赔偿损失10万元。宣判后,双方当事人均未上诉,该判决已发生法律效力。

法官说法

对用户诱导或强制 属流量劫持侵权

广州互联网法院综合审判二庭庭长邓丹云表示,本案从侵权法角度出发,明确了流量的本质是用户注意力的量化,属于网络虚拟财产权益,并进一步细化了流量劫持的侵权责任构成要件,明确流量劫持行为的违法性体现在使用技术手段破坏原有网络场景并对用户进行诱导或强制。“本案的判决有利于为流量权益提供更加全面的救济机制,引导良性竞争的市场秩序。”

(广东普法、羊城晚报)



组织“刷量”制造虚假流量 两公司被索赔450万

抖音平台系北京微某视界科技有限公司(以下简称“北京微某公司”)运营的短视频分享平台,据用户需求推送视频。被告杭州大某网络科技有限公司(以下简称“杭州大某公司”)设计、开发、运营针对抖音平台的“轻抖”服务产品(官网、APP和小程序等形式),其主营业务为组织用户发布和完成“涨粉”“引流”“互关车”等“刷量”任务,并在其中抽取技术服务费。被告爱某马(杭州)网络科技有限公司(以下简称“爱某马公司”)系“轻抖”服务产品的收款方。北京微某公司以二被告共同组织运营“轻抖”服务产品的行为构成不正当竞争为由,诉至法院,要求二被告停止侵权、消除影响并共同承担450万元的赔偿责任。

法院审理

判决两公司停止侵权 共同赔偿400万元

一审法院审理认为,数据的真实性是互联网行业健康有序发展的基础。为保证数据的真实性,原告北京微某公司在《“抖音”用户服务协议》及《抖音社区自律公约》中对于数据作弊行为作出了明确的禁止性约定。原告通过持续规范投入及运营产生并不断积累真实视频播放量、直播间人气、抖音用户粉丝数等整体数据。

杭州大某公司运营“轻抖”服务产品直接针对抖音APP进行了定制式运营,“轻抖”服务产品有明确的“任务”设置指引和“做任务”指引,通过“互关车”“互助房”等功能,不仅帮助“发任务”用户完成任务的设置,还帮助“接任务”的用户做成任务并拿到相应的佣金奖励,最终实现帮助“发任务”用户完成向目标视频增加播放量、点击量或目标账号增加粉丝量的目的。被诉行为的手段是帮助、指引流量需求方有偿发布需求任务,通过“盈利”为诱饵,诱导“接任务”用户伪装成正常用户完成“刷粉刷量”任务,其目的是满足“发任务”用户的需求,从而干扰原告直播平台的流量推荐算法,提升任务视频的曝光浏览量。被控行为属于《反不正当竞争法》第八条第二款规制的的不正当竞争行为。一审法院综合考虑二被告主观过错程度、侵权行为性质、情节、持续时间及原告为本案支出的合理费用等,最终判决二公司停止侵权、消除影响并共同承担400万元的赔偿责任。

一审宣判后,二被告不服提起上诉,浙江省杭州市中级人民法院经审理后依法判决驳回上诉,维持原判。

法官说法

被告“刷粉刷量” 构成不正当竞争

法官表示,本案原告依据《反不正当竞争法》第八条、第十二条提出诉求,无论援引哪一条款进行规制,原告所受侵害均为所主张的商业数据真实性及基于其数据所形成的竞争优势,即无论援引哪一条款进行评价,原告所受侵害均系同一法益。

本案是打击“刷粉刷量”等网络“黑灰产业”的典型案列。人民法院准确运用《反不正当竞争法》关于制止虚假宣传行为的法律规定,及时、有效规制了不正当竞争行为,对于引导、促进直播平台经营者及平台内主播诚信经营,共同维护健康直播业态,营造公平竞争、规范有序的市场环境,发挥了积极作用。

(中国审判)