

哈罗单车被技术“粘”上小广告

互联网领域不正当竞争频发 亟待法律予以平衡创新与规范

■ 案例关注

共享单车被黏上小贷广告

“为何手机收到开锁验证码的页面里都是小额贷款公司的名字？难道是哈罗单车在为这些公司打广告？”近日，许多哈罗单车用户都不约而同地发现了这个怪异的现象。

了解到用户的质疑后，哈罗单车所属的上海钧正网络科技有限公司（以下简称钧正公司）立即对这一现象展开了调查。然而，调查的结果却让钧正公司很震惊，原来是有一家利用技术手段，将小广告黏上哈罗单车的验证码页面。

据了解，哈罗单车是一款近年来比较红火的共享单车品牌，凭借快速复制拓展的市场执行能力、产品技术驱动的车辆运维效率及整体运营成本的优秀控制能力，哈罗单车从激烈的共享单车市场竞争中脱颖而出，目前已经发展成一家专业的移动出行平台。目前，哈罗单车注册用户超过2亿，已进入宁波、杭州、厦门、武汉、南京、长沙、青岛等300个城市，同时还进入260个景区为用户提供智能化共享单车服务。

而用户使用“哈罗单车”共享单车服务时，需要使用钧正公司提供的验证码。钧正公司根据用户的请求，通过手机短信的方式将验证码发送到用户手机。而此次发现小广告的平台正是验证码的页面。

将小广告投放到验证码页面的是一家提供智能通讯录（智能短信+智能陌电识别）、智能助理以及智能通讯营销效果平台等业务的移动科技公司。其中，智能短信服务是通过与手机厂商的合作，在手机中增加通知类文字手机短信的识别功能，将手机用户收到的通知类文字短信进行识别，并转换成卡片形式短信，进而可以在短信上添加广告链接，提供广告营销服务。

钧正公司发现，该科技公司在未经过自己许可的情况下，通过技术手段将哈罗单车发送到用户手机上的验证码文字短信转换为卡片形式短信，并且在卡片形式短信的下方增加了三个菜单：了解哈罗、天气预报、查看应用。而当用户

点击“了解哈罗”菜单时，会跳转到一个广告网页。广告页除了显示哈罗单车文字以及百度百科对哈罗单车的介绍以外，就是大量广告，其中绝大多数为互联网金融和贷款服务类业务广告，如360借条、助贷网、借钱快手等。点击这些广告，会进一步跳转到广告业务提供者页面。

钧正公司认为，移动科技公司未经自己许可，擅自将哈罗单车发送给用户打开共享单车的验证码文字短信转化为卡片形式短信，并在短信中插入带有链接的菜单，诱导用户点击链接跳转到移动科技公司所提供的广告页面，从而为第三方提供广告投放发布服务牟取利益的行为，擅自利用钧正公司花费巨大成本和投入人才建立的海量用户资源以及短信发送渠道，搭哈罗单车便车，不劳而获牟取非法利益，损害钧正公司和消费者合法利益，违反了《反不正当竞争法》第二条之规定。

“哈罗单车”是钧正公司具有一定影响力的产品、服务名称，移动科技公司上述行为易引人误认该广告页面是钧正公司所提供，与钧正公司具有特定联系，故该行为也违反《反不正当竞争法》第六条第一款第（一）项之规定。

钧正公司认为，移动科技公司实施上述行为完全系故意为之，主观恶意明显，哈罗出行的用户高达2亿，移动科技公司上述不正当行为为不仅非法获利巨大，而且还使得钧正公司用户对钧正公司产生误解。

为此，钧正公司将该移动科技公司告上法庭，索赔各项经济损失1000万元。同时要求判令移动科技公司立即停止不正当竞争行为，包括使用技术手段，擅自将钧正公司发给用户的手机文字短信转换为片式短信，并利用转换后的短信投放广告；在投放广告的广告页面中擅自使用哈罗单车或其他与钧正公司诸如“哈啰出行”“哈啰单车”等相近似的名称。

目前，该案已由上海市徐汇区人民法院受理，不日将开庭审理此案。据悉，该案也是全国首起利用技术手段在共享单车验证码页面嵌入广告的案件。



□法治报记者 陈颖婷

去年，因为给摩拜单车车座套上了印有广告的座套，一家信息技术公司因此被法院认定不正当竞争。而如今“搭便车”更具技术性。日前，哈罗单车将一科技公司告上法院，就是因为该公司利用技术手段，将小广告嵌套进哈罗单车的验证码页面中。这也是全国首起在共享单车领域利用技术手段“搭便车”的不正当竞争案件。目前，该案已被本市法院受理。

从美团网因涉不正当竞争被罚，金山毒霸篡改2345网址主页、摩拜单车被套广告座套、哈罗单车被技术嵌套广告……记者在采访中了解到，随着互联网的发展，互联网行业竞争加剧，新型互联网不正当竞争行为的案件呈爆发趋势。各种“搭便车”的不正当行为如雨后春笋般出现。最新修改的反不正当竞争法也针对互联网不正当竞争行为进行规范。法律专家表示，对于互联网领域，在拥抱新技术时不得突破法律底线。



哈罗单车上搭便车的推送广告 记者 王湧 摄

■ 专家声音

互联网已成不正当竞争的“高发地”

上海大学知识产权学院院长许春明教授指出，传统的不正当竞争行为都发生在线下。1993年，我国颁布实施反不正当竞争法，规定了11种典型的不正当行为。但随着社会的发展，商业模式的变化，大量的不正当竞争行为已经从线下转到了线上，尤其是电子商务和移动互联网的应用，使得不正当竞争行为主要集中在了互联网领域。从司法实践来看，法院受理的大多数不正当竞争案件都涉及互联网。

与传统的不正当竞争行为相比，互联网的不正当竞争行为有两大特点：第一是隐蔽性，此类案件具有更大的隐蔽性，不易被察觉；第二，技术性比较强，案件中

的侵权方往往是利用了一种新的技术。

他举例说：“一种去广告播放器可以把视频网站的影视剧广告片头去掉，这是一种技术的应用，但这种行为最终还是被法院认定构成不正当竞争，因为它破坏了原先形成的商业模式，导致原本靠广告获得收益的网站得不到广告收益，而大量的流量用户流入了去广告播放器的网站，这就是一种技术性非常强的不正当竞争行为。”

他认为，法院在审理中必须把握这种技术导向，技术的运用是否构成不正当竞争需要有一个技术与法律相结合的认定。这给行政执法带来一定的困难。同时，对权利人来说，要主张权利，取证也会变得更困难，

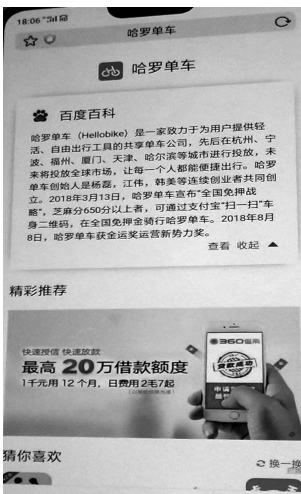
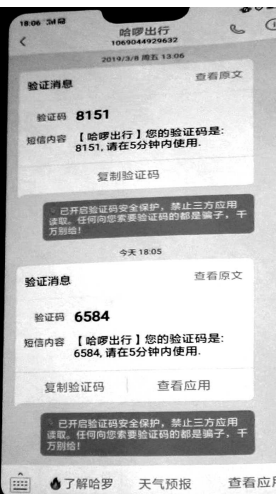
拥抱新技术但不得突破法律底线

许春明教授表示，一般来说，新技术的应用和新的商业模式的采用是中性的，不应当有任何负面的评价，更应该是鼓励。但是新模式新技术的应用也是有法律底线的，不能违背市场竞争的基本原则，即反不正当竞争法第二条中所规定的，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。“这是一个基本竞争原则，任何新技术在运用中不得违背这一基本原则，违背这一原则，就构成了不正当竞争。”许春明教授进一步解释，“用通俗的话来说就是，不正当地运用了他人的影响、他人的竞争优势，也就是所谓的‘搭便车’，来获得不正当的竞争优势和利益，这种行为在反不正当竞争法上就被认为不正当竞争行为。”

据了解，修订后的反不正当竞争法新增了互联网条款。由于互联网领域的不正当竞争行为，一部分属于传

统不正当竞争行为在互联网领域的延伸，一部分则属于互联网领域中特有的、利用技术手段进行的不正当竞争行为。对于前者，反不正当竞争法已经在相应条款中增加了新情况，对于后者，该法专设一条进行规制，对在互联网领域中，已经出现的不正当竞争行为，作出明确的规定。

但许春明教授也坦言，相比日新月异、层出不穷的新技术和新模式，法律总是显得滞后。在司法实践中，往往采用反不正当竞争法第二条这一一般条款来规制。在许春明教授看来，立法很难就发展中的新技术作出超前的规定。可是法院完全可以用原则性的法律条款去规范新技术引发的不正当竞争行为。而对于互联网上的不正当竞争行为，更多的需要在司法和行政执法上去把握平衡，要宽严相济，既要鼓励拥抱新技术，新模式的发展，又不能让它突破法律的底线。



◀ 哈罗单车用户手机收到的开锁验证码页面里都是小额贷款广告信息



(续转A3—B3中缝)