

人工刷量交易平台商业模式的正当性评判

作者：王展 | 姜哲 | 元柳芸

雇佣点击广告与平台奖励看广告的商业模式有什么区别?一文带你专业解读为何人工刷量商业模式构成不正当竞争

引言

近期亚马逊刷单封号事件¹甚嚣尘上，引发社会对刷量问题新一轮的广泛讨论。而上个月腾讯诉蚂蚁帮扶平台刷量不正当竞争纠纷案一审刚宣判²，该案中，被控平台以平台服务模式连接了发单用户和网赚用户，通过聚集大量网赚用户人工完成发单用户在其他平台上所需要的点赞、分享等点击、浏览或注册行为，以满足发单用户提升流量的需求，而被控平台从中收取手续费等以实现盈利。关于刷量黑灰产，此前有涉及机器刷量³或委托刷量⁴等不同类型的案例，但本案所关涉的人工刷量交易平台不正当竞争纠纷尚属全国首例，该案关于人工雇佣点击是否属于刷量存在争议，本文主要就人工刷量平台商业模式的正当性评判问题发表以下粗浅观点。

.....
如您需要了解我们的出版物，
请联系：

Publication@linkslaw.com

¹ <https://tech.ifeng.com/c/88sojaJl2>, 最后访问时间 2021 年 8 月 24 日。

² 上海市浦东新区人民法院(2020)沪 0115 民初 15598 号民事判决 https://mp.weixin.qq.com/s/CDTBr3AB2iq_lzfpisT6OQ

³ 机器刷量不正当竞争纠纷，如深圳市中级人民法院裁判的“腾讯公司诉深圳微时空信息技术有限公司不正当竞争纠纷案”【(2019)粤 03 民初 594 号】以及重庆市第五中级人民法院裁判的“腾讯公司诉数推网络科技有限公司、谭某不正当竞争纠纷案”【(2019)渝 05 民初 3618 号】，上述案件中法院均认定刷量行为构成虚假宣传。

⁴ 委托刷量合同纠纷，如北京互联网法院裁判的“常文韬诉许玲、第三人马锋刚网络服务合同案”【(2019)京 0491 民初 2547 号】，法院认定委托刷量的行为违背公序良俗故而无效；委托他人通过技术手段增加自己视频点击量不正当竞争纠纷，如上海知识产权法院裁判的“北京爱奇艺科技有限公司、杭州飞益信息科技有限公司等其他不正当竞争纠纷案”【(2019)沪 73 民终 4 号】，法院认定虚构视频点击量的行为构成虚假宣传。

一. 刷量行业—从机器刷量到人工刷量

随着互联网各市场主体对流量的追逐以及流量变现产业的强势发展，网络黑灰产发展出作弊性质的刷量业务，以满足市场对于流量的急迫需求。据相关数据统计，我国目前各类刷量平台已超过 1000 家，国内刷量产业的人员规模累计达到 900 多万人。⁵起初之时，各个社区平台上开始涌现大量的人工接单派单群，需求方以人际网络为渠道，雇佣真人“投手”完成刷量任务，也就是含金量最高的“人肉刷量”。“人肉刷量”是刷量产业中最高阶的流量造假手法，需求方雇佣大批网民来充当“投手”，齐心协力制造出以假乱真的“人肉流量”。

但是，“人肉流量”的接单者相对零散，刷量效率难以业务量的爆发式增长。为此，市场上又出现量产流量的“群控”刷量模式⁶，以弥补人工刷量效率低下的缺陷。因此，这种高精尖的刷量模式一直备受黑灰产从业者的青睐。⁷“群控”，也就是通过系统自动化集成的技术，实现由一台电脑控制多台手机、多个帐号的批量操作。但是，“群控”刷量模式又面临着被刷量产品企业方日益提升的人机对抗策略。因此，总体而言，通过人肉刷出来的流量其含金量较高，其用户 IP、帐号、设备真实且不聚集，即使被刷方采取及时对抗，识别起来也比较困难。

而人工平刷量交易平台，从制定平台规范、设计并提供全流程交易服务、由人工参与审核任务、处理用户申诉，到提供促进刷量交易的各种功能服务，使得原本“居无定所”的网赚用户被吸引、聚集、稳定下来并可以持续地、高效地进行刷量交易，让原本散户式、小团队式刷量活动变成了有组织、有规范的平台式经营，大大扩大了参与刷量交易的网赚用户规模和刷量交易规模。人工刷量交易平台克服了零散的“人肉流量”和易被识别的“群控”模式的缺点，通过平台服务模式大量聚集从事刷量交易的网赚用户，为网赚用户提供了极大的交易便利，一方面解决了零散式、小团体式刷量交易效率低下、无法满足市场需求的困境，另一方面还能够避免类似群控方式机刷所面临的技术对抗。因此，此类人工刷量交易平台的商业模式既突破了零散“人刷”的局限性，又避免了“机刷”的技术对抗，大大提升了刷量交易的效率，备受黑灰产市场的青睐。

二. 通过雇佣点击方式产生的“人肉流量”，属于虚假流量

流量是各提供产品或服务的商家竞相争夺的市场资源，流量的基本单元是有实际消费潜力的消费者。为了快速获取消费者用户，一些应用程序在推广阶段通常会给与参与“邀新”任务的用户以现金奖励，鼓励此类用户利用自身关系链发展新用户。而对广告主而言，广告展示位则通常选取流量较大、且变现能力较强的位置，如流量稳定且能够“因地制宜”进行推广的第三方平台，当然，广告主需为此支付相当金额的广告费、推广服务等。在第三方平台为广告主进行推广时，因其本身并不生产内容，故第三方平台通常将广告放置在流量较大内容生产者的内容页面上。为了鼓励平台上的内容生产者创造更多优质内容，第三方平台往往会给与流量主相应的广告分成，以便起到为广告主引流的作用。

⁵ <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1681658520883353108&wfr=spider&for=pc>，最后访问时间 2021 年 8 月 24 日。

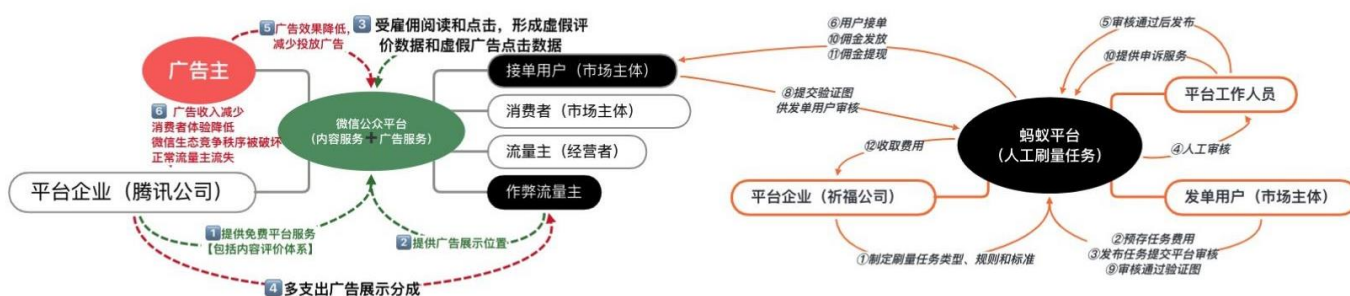
⁶ 参见常文韬诉许玲、第三人马锋刚网络服务合同纠纷案，北京互联网法院(2019)京 0491 民初 2547 号民事判决书。

⁷ “亿级流量诞生的背后：被‘圈养’的百万网民”，

<https://www.zhuanzhi.ai/document/5196511496daf2cf0b9a815601113253>，最后访问时间 2021 年 8 月 13 日。

第三方平台给与流量主分成的评价依据是“阅读数”、“粉丝数”及“转发数”等真实消费者行为数据。基于此，受利益驱使，网络上产生了一批企图通过非常规途径完成邀新任务、达成特定刷量目标的需求群体。

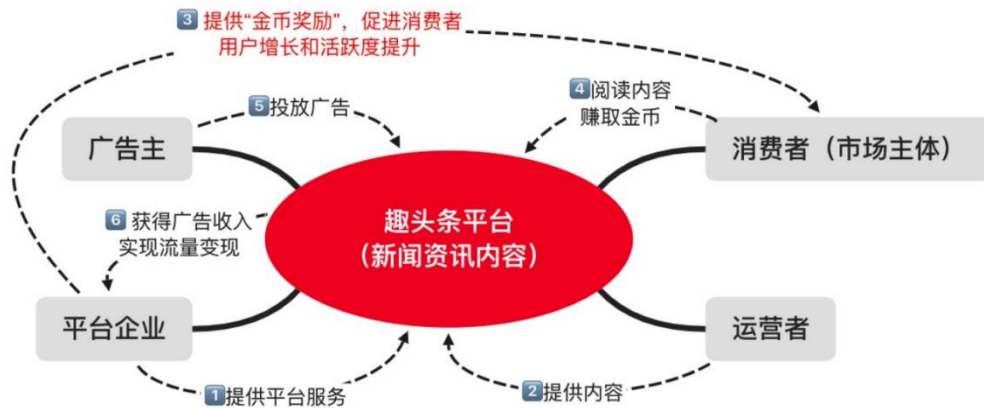
人工刷量交易平台聚集了发单用户，并根据不同需求对平台上的产品进行了针对性的设计，其对于发单用户的交易目的明知且鼓励。基于此交易目的而聚集的接单用户，也并非为普通的消费者用户。接单用户参与交易的主要目的是为完成交易所要求的点赞、分享等点击、浏览或注册行为，并以此获取佣金。也就是说，一方面接单用户通常会基于提高效率考量而迅速完成点击、浏览等任务，不会花时间停留在任务产品或服务内容上，另一方面并没有成为其所执行刷量任务的目标应用或流量主的消费者用户的主观意愿，故而此部分短时间内因利益驱使而聚集的所谓的“流量”也会迅速消失，其转化为被刷平台上的第三方应用或者广告主的真实新用户的概率极低。而真实流量中的消费者会基于兴趣点击、浏览特定网络内容或注册应用，因此其对网络内容或应用会施以一定程度的关注，这种常规范范围内的关注程度使得此类消费者群体有转化为第三方应用新用户或广告主消费者用户的较大可能，这也是正常市场预期范围内的转化率。综上所述，相对而言，雇佣点击产生的流量具有明显的转化率低、消失快等特点，因此即使反映这些“流量”的数据是人为而非机刷产生，但基于刷量交易之目的而通过雇佣点击产生的流量仍应属于虚假流量范畴。



蚂蚁帮扶平台妨碍、破坏微信公众平台正常经营活动的示意图

值得澄清的是，以趣头条、中青看点等应用中的金币任务也属于付费看广告，表面上看起来与人工刷量有相似之处，但实质上，两者存在本质不同。以趣头条为例，任务内容包括“阅读文章给金币”和“观看广告视频给金币”，这是趣头条平台上的消费奖励政策，用以激励用户使用其服务。趣头条平台本身提供内容服务，获得金币奖励的用户仍属于接受其内容服务的消费者。此外，对于“观看广告视频给金币”的任务，广告主直接与趣头条合作，对“用户为完成金币点击观看其广告”这一点明知且接受，即广告主对于趣头条平台上的流量转化率有一定预期。与此不同的是，人工刷量交易平台本身既不提供内容服务，也没有与之合作的广告主，因此人工刷量和趣头条、中青看点等付费看广告行为之间存在本质的区别。

趣头条平台商业模式



三. 互联网行业及相关行政部门等对刷量行为一贯持否定打击态度

基于前述人工刷量带来的流量的虚假性，互联网各类平台均明确禁止平台用户从事刷量行为，除微信平台外，知乎、Bilibili、大众点评、小红书、百家号等平台，都明确在平台规则中将诱导用户点击、诱导用户关注等刷量行为纳入平台治理的范围。如《知乎社区管理规定(试行)》第二条第3款，“发布垃圾广告信息：用户以推广曝光为目的，发布影响用户体验、扰乱知乎社区秩序的内容，或进行相关行为。包括但不限于以下几种形式：……2、购买机器注册帐号，或人工操控帐号的关注，伪造在社区内的影响力；3、购买机器注册帐号，或人工操控帐号点击赞同，谋求回答的不正当曝光”。再如《哔哩哔哩创作公约》第十六条，“非官方工具抽奖无法保证抽奖的真实性，我们提倡使用官方抽奖工具。在内容上，我们更希望UP主们带来更加优质的内容，通过作品公平竞争。我们将对以下含有以下行为的稿件进行限流，包括但不限于：……(二)利用互动有奖或其他不正当手段诱导用户参与互动，从而影响稿件数据。(例如评论、弹幕、点赞、投币、收藏、分享等数据)”。此外，在打击手段上，平台也在采取多维度的综合治理手段，如小红书相关负责人称，“小红书会继续加强社区反作弊团队的技术和数据建设，同时联合警方持续打击刷量作弊……随着打击的深入，除了机器刷量外，对行业内公认难度大的人肉刷量的识别能力也在快速提升...”⁸

除行业普遍对刷量行为进行打击外，相关行政部门也对刷量持严厉打击态度。根据国家互联网信息办公室发布的《网络信息内容生态治理规定》第二十四条规定，“网络信息内容服务使用者和网络信息内容生产者、网络信息内容服务平台不得通过人工方式或者技术手段实施流量造假、流量劫持以及虚假注册帐号、非法交易账号、操纵用户账号等行为，破坏网络生态秩序”。近期国家市场监督管理总局公布的《禁止网络不正当竞争行为规定(公开征求意见稿)》中，第九条亦明确了经营者不得采取“虚构用户评价、收藏量、点赞量……等流量数据”等方式，对经营者自身或者其商品的销售状况、交

⁸ <http://www.sh.chinanews.com.cn/swzx/2019-07-18/60010.shtml>, 最后访问时间 2021 年 8 月 24 日。
http://www.xinhuanet.com/tech/2020-01/08/c_1125436153.htm, 最后访问时间 2021 年 8 月 24 日。

易信息、经营数据、用户评价等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者或者相关公众。

9

此外，最高人民法院今年5月份召开新闻发布会，在介绍2018年以来互联网审判工作情况和发布互联网典型案例的同时，提出人民法院将通过案件裁判严惩网络刷单炒作信用、身份盗用、“薅羊毛”等网络灰黑产业及不诚信行为。¹⁰

四. 人工刷量交易平台的商业模式属于寄生经营性质，干扰和破坏了被寄生平台发展的流量经营基础，违背了商业道德

在互联网行业中，经营者通常选择的商业模式包括：一是直接竞争下的**替代模式**，例如同样提供网络视频服务的爱奇艺和 bilibili；二是**共生模式**，是指彼此互相补偿和互惠互利，例如平台企业与平台内经营者之间的关系；三是**寄生模式**，例如，提供视频网站的广告屏蔽软件、提供购物平台的比价软件等。

其中，**寄生经营是指寄生经营者依赖于平台企业的经营而产生和发展，并从平台企业获利的平台关系**。寄生经营者在平台上寄生并在平台中获取目标用户与流量，以较低的成本获取较大的利益，通常情况下对平台企业商业模式产生负面影响。

寄生模式有如下特点：其一，依附于其他平台，以其他平台的商业模式为前提，其客户主要来源于其他平台；其二，利用其他平台的用户、流量、资源和声誉获取商业利益和增加竞争优势，属于“搭便车”行为；其三，对其他平台企业的商业模式通常会产生直接的干扰和影响。

而人工刷量交易平台的商业模式围绕刷量交易展开，刷量交易产生的契机通常是第三方平台对于平台引流或流量变现有特殊贡献的平台用户予以奖励的机制，因此，为刷量交易提供平台服务的平台亦属于依附第三方平台上述奖励机制的经营主体，且在人工刷量交易平台上网赚用户与其所依附的第三方平台用户深度重合。其次，人工刷量交易平台在依附第三方平台经营活动的情况下，主要以从每单刷量交易中向发单用户和网赚用户双方收取服务费的方式获取商业利益，不断提高平台自身的规模和盈利，增加自身竞争优势，属于“搭便车”行为。再者，网赚用户都是基于盈利目的进行刷量交易，其中的**接单用户通常难以转化为第三方平台有变现潜力的优质消费者用户，却在消耗第三方平台或广告主基于上述奖励机制付出的推广费用**，而人工刷量交易平台的经营活动扩大了刷量交易的规模，因此人工刷量交易平台对其所依附的第三方平台而言有害无利。综上，平台满足寄生模式的特点，其商业模式属典型的“寄生经营”性质。

人工刷量交易平台属典型的寄生经营模式，因此其诸多经营行为本应当对其所寄生的第三方企业及市场上其他主体利益负有更高注意义务，避免造成较大损害。但实际上，人工刷量交易平台的相关经营行为均围绕刷量交易展开，制造大量网络虚假流量，对特定平台企业制定的禁止相关行为的平台

⁹ http://www.moj.gov.cn/pub/sfbgw/zlk/202108/t20210817_434868.html，最后访问时间 2021 年 8 月 24 日。

¹⁰ http://food.cnr.cn/focus/20210601/t20210601_525501204.shtml，最后访问时间 2021 年 8 月 24 日。

规则视而不见，亦无视行业和行政部门等对于虚假流量的治理、打击，仍聚集大量网赚用户行流量作弊行为，给整个行业输入以“作弊”方式薅取利益、获取竞争优势的不良风气。因此，刷量行为干扰了其他平台正常的经营行为，破坏了网络生态秩序，违背了商业道德。

五. 从利益衡平角度看，人工刷量交易平台商业模式无任何创新价值，且损害了其他经营者、消费者利益及市场竞争秩序

首先，人工刷量交易平台商业模式本身无任何创新价值。从市场效率的角度来看，人工刷量交易平台为网赚用户提供了一个获取收入的渠道，从表面上看增加了网赚用户的福利，但实际上它只是将常规情况下第三方平台用户本应当获得的奖励转移给网赚用户，本身并没有降低任何市场成本。相反，相较于普通用户通过内容生产或实际交易意愿获取奖励收益，网赚用户却是纯粹通过制造虚假流量从普通用户处抢夺利益，是一种浪费社会资源的体现，给市场生产效率带来负面影响，降低社会整体福利。甚至对于网赚用户自己而言，其所从事的雇佣点击交易仅是以看似合法有效的形式去替代被打击整治的机器刷量，手段低效而成果无用。

其次，人工刷量交易平台的商业模式对多方市场主体都造成损害。流量承载了商业利益，而反映流量的数据则向外界传递了与商业利益息息相关的信息，如产品质量、商誉等。不同的市场主体会基于这些流量数据信息作出相应的市场行为。当虚假流量数据大量进入市场，将冲淡真实流量数据，造成市场信息传导错误，进而扭曲市场机制，各方市场主体的市场行为决策也会相应受到干扰和影响，进而遭受损害，具体来说：一则对于第三方平台企业而言，刷量交易下产生的虚假数据使其无法获得真实的市场反馈，以致其为推广特定产品或内容而付出的推广资金流入低效率的虚假流量领域，无法起到预期推广作用；二则对于第三方平台上的消费者用户而言，某产品或服务若是通过人工刷量的方式对外呈现虚假数据，会对消费者产生误导作用，使消费者耗时浏览内容质量与其数据优异程度不相符的文章、网页等；三则对于第三方平台上的平台内经营者而言，网赚用户通过刷量交易可以基于虚假流量数据从平台或广告主处获得奖励或分成，抢夺了原本属于诚实经营的平台内经营者的交易机会和应当获得的利益，破坏了平台内公平的竞争秩序，亦有可能逼迫原本正当经营的流量主转向虚假流量购买，平台内的竞争秩序进一步被破坏。

六. 结论

信息时代的自由市场允许及鼓励经营者在相同或不同的商业模式下充分竞争，因此，就单纯的商业模式而言，通常不具有可责性。但是，人工刷量交易平台依附于平台企业的流量分成机制，从每单刷量交易中收取服务费赚取商业利益，属于典型的寄生经营商业模式。正因为人工刷量交易平台的寄生经营模式对其所寄生的平台企业的依赖性和损害性，相比其他商业模式，除遵守一般的商业道德和诚信原则外，还应当负有更高的注意义务，尊重被寄生平台的市场选择(通常反映在平台规则内容中)，不得干扰和破坏被寄生平台的正常经营活动。

在该标准下，人工刷量交易平台通过雇佣点击的方式产生了大量虚假流量，对第三方平台企业制定的禁止相关行为的平台规则视而不见，亦无视行业和行政部门等对刷量的治理和打击，干扰和破坏

了第三方平台的流量经营，违背了商业道德。从利益衡量的角度，人工刷量交易平台的商业模式并无任何创新，而且促使虚假流量涌入市场，冲淡真实的流量数据，对于第三方平台经营者、第三方平台的消费者用户和第三方平台内经营者都产生了干扰和影响，损害了整个互联网行业生态发展的基础，超越了寄生经营行为正当的行为边界，人工刷量交易整体应当纳入互联网黑灰产范畴，对其应作否定性评价，在具体法律适用上，鉴于这种平台商业模式区别于一般的机器刷量模式，并非利用技术手段直接妨碍和破坏被寄生平台的经营活动，无法适用反不正当竞争法第十二条互联网专条进行规制，所以一般可按第八条第二款帮助他人进行虚假或引人误解的商业宣传进行规制，特殊情形下亦可适用一般条款进行规制。

如您希望就相关问题进一步交流, 请联系:



王展
+86 21 3135 8705
james.wang@llinkslaw.com



姜哲
+86 755 3391 7629
denny.jiang@llinkslaw.com

如您希望就其他问题进一步交流或有其他业务咨询需求, 请随时与我们联系: master@llinkslaw.com

上海

上海市银城中路 68 号
时代金融中心 19 楼
T: +86 21 3135 8666
F: +86 21 3135 8600

北京

北京市建国门北大街 8 号
华润大厦 4 楼
T: +86 10 8519 2266
F: +86 10 8519 2929

深圳

深圳市南山区科苑南路 2666 号
中国华润大厦 18 楼
T: +86 755 3391 7666
F: +86 755 3391 7668

香港

香港中环遮打道 18 号
历山大厦 32 楼 3201 室
T: +852 2592 1978
F: +852 2868 0883

伦敦

1/F, 3 More London Riverside
London SE1 2RE
T: +44 (0)20 3283 4337
D: +44 (0)20 3283 4323



www.llinkslaw.com



Wechat: **LlinksLaw**

本土化资源 国际化视野

免责声明:

本出版物仅供一般性参考, 并无意提供任何法律或其他建议。我们明示不对任何依赖本出版物的任何内容而采取或不采取行动所导致的后果承担责任。我们保留所有对本出版物的权利。

© 通力律师事务所 2021