

## “真假开心网”之争尘埃落定

## 开心网赢了官司输了市场

人人网利用“假开心网”成功狙击了开心网,减缓了开心网迅速扩张的势头,并在IPO上占得先机,这背后不容忽视的是资本的力量。

■ 本报记者 刘凌林 文

4月15日,人人网正式递交IPO申请,计划5月登陆纽约证券交易所,其IPO区间价为9—11美元,将有望以5亿美元募资总额创近年中资公司IPO融资之最,总市值约39.5亿美元。

而其竞争对手开心网,也在积极推进海外上市步伐,摆开与人人网争做“全球社交网站上市第一股”的架势。

就在这一关键时刻,两者之间纠缠长达两年之久的“真假开心网之争”近日尘埃落定。

虽然赢了官司,但竞争对手仅以40万元的代价,就“掳”走了原本应该被自己收归旗下的3000多万名用户,令开心网CEO程炳皓感到痛心。

## “真假开心网”之争终落槌

开心网(kaixin001.com)方面表示,对方假冒“开心网”,客观上使开心网损失了3000多万名用户,而法院只判决两家公司赔偿40万元,酌定的赔偿数额太低,根本无法弥补该公司的损失。

4月11日,两个开心网“kaixin001.com”、“kaixin.com”不正当竞争案在北京市高级人民法院进行了二审公开审理,并当庭做出判决,维持一审判决结果。北京高院第一次以视频直播的形式向社会公开案件庭审情况。

此案在去年10月,由北京市二中院做出一审判决,判定千橡互联及千橡网景公司侵权事实成立,责令其停止使用与开心网相同或近似的名称,但仍可沿用kaixin.com域名,同时向开心网(kaixin001.com)赔偿经济损失40万元。

对于一审的结果,开心网(kaixin001.com)董事长程炳皓在给员工的一封信中表示,“从2009年5月正式起诉千橡迄今,已经历时近一年半。在这段时间里,公司不但赢得了诉讼的初步胜利,也在其他各个方面取得了很大的发展。”

不过,开心网(kaixin001.com)认为一审法院认定千橡公司使用“kaixin.com”域名的行为不是不正当竞争行为,是认定事实和适用法律错误。

开心网(kaixin001.com)方面表示,对方假冒开心网,客观上使开心网损失了3000多万名用户,而法院只判决两家公司赔偿40万元,酌定的赔偿数额太低,根本无法弥补该公司的损失。

开心网公司向北京市高级人民法院上诉,继续坚持其在一审过程中提出的没有被支持的诉讼请求。提出被告停止使用“kaixin.com”域名、赔偿经济损失1000万元等五项诉讼请求。

开心网公布的数据显示,截至2009年8月底,该公司共获得广告销售收入近3448万元,而其注册用户数约为5345万名,综合算下来,原告获得每个用户的成本约为0.64元,据此得出1000万元的索赔请求。

开心网方面代理律师、北京市朗新律师事务所律师李云德认为,采用国际通行标准,以销售收入除以用户总数即每个用户的价值。“现在我们算下来每一个用户的成本已经接近两元。”

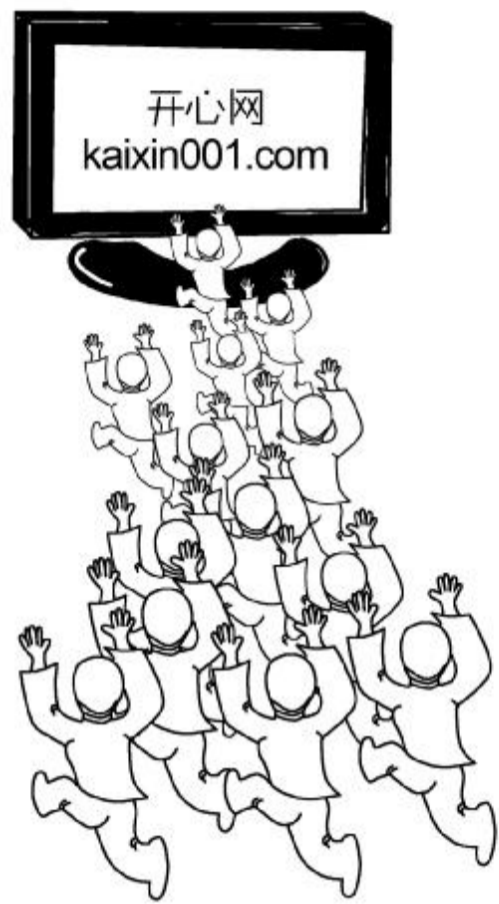
不过,法庭方面支持千橡互联及千橡网景公司方面的答辩意见,根据注册优先的原则,因为域名“kaixin.com”注册在前,因而千橡公司的行为不属于侵权或不正当竞争。另外,上诉方的计算公式没有计算成本,所以法庭也不予支持。

经开庭审理,北京市高院终审驳回了开心网公司要求“kaixin.com”这一域名停用的诉讼请求。

随着二审法院驳回开心网的上诉请求,这场进行了近两年之久“真假开心网”之争终于落槌。

## 3400万用户被“截流”

一审判决后,有业内人士认为,开心网赢了官司却输了市场,千橡公司输了官司却捡了个大便宜。“可以花40万买3400万用户,这样的投入产出没有哪个正常的互



王利博制图

## 相关链接

## 开心网上市

据消息人士称,开心网已经选定摩根大通和花旗银行作为其在美上市的承销商,摩根和花旗两机构拒绝对此信息发表评论。

此前开心网内部人士在接受采访时曾表示公司将于2011年赴美上市,所融资金主要用于广告模式的创新、社交产品的开发以及社交网络平台的建设方面。

开心网已经从2010年第二季度实现规模盈利,每个月盈利超过1000万元,2010年全年收入在3亿元左右,主要收入来源包括网络广告、用户增值服务及第三方组件运营等,其中网络广告占总营收的80%左右。

开心网创建于2008年3月,是中国最大的社交网站之一,截止到2010年8月,开心网注册用户已经超过8600万,平均每月超过5000万活跃用户登录。开心网网络广告盈利模式中,除了之前的植入式广告,2010年还正式推出自助广告系统,即广告主可以自主发布和管理广告内容,按照地域、年龄、身份等细化特征投放到潜在用户群中,并按效果付费,这将成为公司扩充盈利的重要方式。

## 网企业能够做到”。

4月25日下午,本报记者输入域名“kaixin.com”,发现在互联网上已经不能显示其网页了,页面跳转至人人网。

实际上,千橡公司在官司开始后,就开始了对开心网(kaixin.com)的整合。2010年11月,千橡开心网和人人网完成合并。这个过程中,人人网收获了大量用户,成为其由学生群体向其他群体扩张的重要一步。

千橡公司输了官司,但却赢得了用户。

2008年3月,从新浪高管位置辞职的程炳皓创办北京开心网信息技术有限公司(以下简称开心网公司),开发了开心网(kaixin001.com)。

开心网公司在注册域名时发现,kaixin.com域名已被他人注册,于是开心网的域名成了kaixin001.com。没有及时购得这个被抢注了的域名,让程炳皓在其后几年间追悔莫及。

作为一种新型社交网站,开心网(kaixin001.com)凭借“朋友买卖”、“争车位”等互动游戏产品迅速占领市场。截至当年9月份,统计数据显示开心网的流量已经赶上人人网。短短半年后,开心网注册用户即已突破500万人,每日页面浏览量超过1亿次,成为国内知名的社交网站。

开心网高速增长,让国内另一家经营社交网站校内网(即如今的人人网)的北京千橡互联科技发展有限公司(以下简称千橡互联公司)感到压力。

据透露,开心网迅速走红后,千橡互联公司董事长陈一舟曾找到程炳皓,提出以1亿元收购开心网,不过遭到程的拒绝。

2008年10月,千橡互联公司推

出与开心网公司的开心网(kaixin001.com)在中文名称、服务功能、网站布局、页面设置乃至域名也几乎完全相同的“开心网(kaixin.com)”。后来得知,这个山寨开心网是由千橡互联公司在花巨资购得kaixin.com域名后匆匆建起的。

由于两家开心网一时难辨真假,“正牌”开心网注册用户上升趋势明显减缓,大量的用户被误导投奔“假开心网”。

开心网公司后来在向法院提交的诉状称:“目前已经转移至千橡旗下人人网的注册用户达3400万。”

2009年5月,开心网公司以不正当竞争为由将千橡互联公司告上法庭,要求其停止使用“开心网”网名,停用使用kaixin.com域名,赔偿经济损失1000万元,公开赔礼道歉,并承担诉讼费用。

此案被称为中国互联网领域“反不正当竞争第一案”,备受各界关注。北京市第二中级人民法院甚至将此案列为该院2010年度十大案件之一。

经过多次开庭审理,2010年10月26日北京市第二中级人民法院做出一审判决:认定方千橡互联及其关联公司千橡网景侵权事实成立,不得再使用开心网相同或近似的名称,并赔偿开心网公司经济损失40万元,驳回开心网公司的其他诉讼请求。

一审判决后,有业内人士认为,开心网赢了官司却输了市场,千橡公司输了官司却捡了个大便宜。“可以花40万买3400万用户,这样的投入产出没有哪个正常的互联网企业能够做到”。

对于这样的结果,开心网(kaixin001.com)并不甘心。

终审的结果出来后,李云德告诉记者,将在与开心网方面沟通后决定是否向全国高院提起申诉。

## 不正当竞争源起资本逐利

人人网当初推出“假开心网”的做法不论是否道德,都已为自己赢得了宝贵的战机。

“真假开心网之争”背后是利益纠纷。

人人网和开心网被认为是中国版Facebook的有力竞争者,这场“真假开心网官司”便是最好的注脚。开心网(kaixin001.com)的迅速崛起,使其成为人人网最大的竞争对手,两家国内最大社交网站的“恩怨情仇”还将在法庭外继续升级。

据第三方数据显示,2008年10月,开心网的流量和用户数量已经接近校内网,而后者号称是国内的最大社交网站,并且广受用户和业界关注。

开心网宣布将赴美上市后,人人网也加速推进其上市步伐,并抢在开心网之前上市,志在抢夺中国社交网站头把交椅。

人人网前身是2005年在美国留学的王兴创立的校内网,2006年校内网被千橡集团收购,2009年更名为人人网,由校园SNS向白领及其它市场扩张。

据人人网招股说明书显示,2011年3月底,激活用户总数为1.16亿,月度独立登录用户数为3100万。

人人网预计5月份正式挂牌上市,而开心网虽然没有抢到先机,但其赴美上市没有停止,据悉,已经聘请花旗集团和摩根大通担任其IPO募股承销商。

业内人士指出,人人网利用“假开心网”成功狙击了开心网,减缓了开心网迅速扩张的势头,并在IPO上占得先机,这背后不容忽视的是资本的力量。

人人网第一大机构股东为软银旗下子公司。人人网一旦成功上市,按照持有34.2%股份,软银持股的市值将达13.509亿美元。较其当初的4.8亿美元的投资,软银净赚8.709亿美元,将成为人人网上市的最大风投资赢家。

上述业内人士指出,人人网当初推出“假开心网”的做法不论是否道德,都已为自己赢得了宝贵的战机。

对于这场“真假开心网”案例,北京市高院二庭副庭长程永顺接受本报记者采访时表示,近年来,有关互联网的纠纷案逐渐增多,在通过法律主张权利过程中,由于互联网的快速发展,使得我国法律法规跟不上其发展变化步伐。对于如何规范是否侵权没有明显的界限。另外,我国法律大原则,在具体案件中,依据的难度大。

“对互联网企业,一方面要保护各种权利,又不能限制其发展,就需要通过法律的规范,使各种利益关系找到平衡点。”程永顺说。

## 追踪报道

## 苏宁“阳光包”变味

■ 本报记者 许意强 文

服务收费透明化,在竞争激烈的中国家电市场真的可行吗?

4月15日的《中国企业报》专题报道了苏宁电器在服务收费上的类金融模式,苏宁的“阳光包”延保服务已经成为企业的另一个利润增长点。

企业向来是无利不起早,为了实现企业在服务性业务上的利润增长,《中国企业报》记者在采访过程中发现,江苏、广东、北京等省市的苏宁电器,每周均会对销售门店的各品牌家电导购员,强制下达“阳光包”延保服务的销售指标,并进行罚款奖励。此外,苏宁还通过售后服务体系推销“阳光包”延保。

不少家电品牌的导购员迫于任务指标和罚款的压力,在众多消费者购买家电时没有额外购买“收费服务”习惯时,只能通过“价格包装”等隐性促销手段,变相销售“延保”服务,或引发新的“不透明消费”或“强制消费”。

## 强制摊派销售任务

多位苏宁电器导购员向《中国企业报》记者透露:“基本上,苏宁每周都会向各个家电品牌的导购员下达‘阳光包’销售任务,一周1000元或1500元的销售指标。完不成了就会受到处罚。轻的是上大班,从苏宁早上开店一直工作到晚上关店,12—13个小时。重的则是罚款,一次200元,交给苏宁柜组长。还有一些门店干脆不让导购员所在的品牌参加门店的全场性买赠促销,变相施压。”

一位目前仍在苏宁工作的家电导购员介绍:“无论是罚款,还是上大班,全是口头通知。为了这份工作,只能服从苏宁柜长管理。虽然苏宁各个门店的任务和处罚不一样,但为了完成上面下达的任务,苏宁会通过各种处罚手段迫使我们完成。”

上述导购员还透露:“其实,我们知道顾客大多不会买延保,为了完成任务,只能拿出‘买产品送服务’的说法销售。一般只卖给顾客一年阳光包,价格在25—100元左右,都在我们的价格调控范围内。”

不过,有家电企业人士告诉《中国企业报》记者:“目前苏宁的导购员,大多是厂家直接派驻,与苏宁并没有劳动关系,苏宁只是代管。”

对此,北京大成律师事务所律师张立杰指出:“苏宁对于厂派导购员有没有处罚权,需要看其与厂家有没有签订过相关协议。不过,由于厂商属于利益共同体,一般来说厂家会默许商家的上述行为。”不过,张立杰律师也指出:“对于销售任务的计划,商家应与导购员进行商量,不能单方面强制指派,否则就不合适。”

对于苏宁对导购员的罚款没有收据一事,张立杰则表示:“苏宁这么做,肯定知道这种做法有问题。不过,导购员之间可以联合形成证据链,也可以通过手机录音、录像等方式收集证据。”

对于向导购员下达阳光包任务一事,苏宁电器书面回复给《中国企业报》的表述为:“‘阳光包’销售任务也是我司部分门店激励销售人员的一种措施,我们鼓励每一位销售人员在销售电器时客观地向有需求的顾客推荐延保产品,顾客自由选择是否购买‘阳光包’。”苏宁方面还表示,公司要求所有销售人员在消费者购买苏宁阳光包后都必须1:1配发阳光包延长保修证书。

## 造成用户不透明消费

消费者在苏宁购买附带阳光包服务的家电后会领到两张发票,一张是家电的销售发票,一张是延保服务的发票。

对此,上述家电导购员告诉《中国企业报》记者:“这是因为我们进行的价格包装,原本一台吸尘器最低成交价是750元,但为了完成阳光包的任务(25元/份),我们就会跟顾客说吸尘器最低775元,额外还送一年的延保。这样,又卖了产品也完成了阳光包的任务。”如果说价格包装是个朝三暮四的数字游戏的话,有些苏宁的服务人员则选择了更极端的方法推销服务产品。北京的袁先生则向《中国企业报》记者说,“就因为要推销阳光包业务,苏宁的服务人员告诉我,刚装好的海尔液晶电视质量不皮实,保险起见还是买份阳光包,这简直就是是在误导、恐吓消费者。”

据悉,袁先生在苏宁电器四季青桥店购买了一台海尔电视,苏宁服务人员在上门安装后向其推销阳光包,并不惜以诋毁海尔产品质量方式,希望袁先生购买阳光包。最终,袁先生还是相信海尔质量而拒绝了苏宁服务人员。

中国消费者协会一位工作人员则指出,“厂商在产品销售过程中一定要遵循公开透明的原则,任何消费项目一定要提前告知消费者,不能通过价格包装或者买赠促销等方式来误导消费。”

苏宁电器在回复《中国企业报》记者的采访时说,“阳光包”是苏宁在经过深入调研后推出的更符合中国市场的延保产品。

在延保年限方面,苏宁将延保期限从原来的1年拓展为1—3年,消费者选择更广;在责任保障方面,“阳光包”首创整机和主要零部件均延长保修的模式,而其他主要商家提供的延保仅按照整机进行延长保修。

比如一台液晶电视厂家整机保修1年,主要零部件(液晶屏)3年,若买了1年或2年的其他商家的延保,若在第2或第3年要是屏坏了,顾客是享受不到延保的,因为屏仍在厂家保修期内,若是在第4年坏了,顾客仍享受不了延保服务,因为消费者购买的1年或2年的延保已过期。但屏是液晶电视维修起来最贵的部件,“阳光包”是分别给予整机和主要零部件延保保障,即该顾客可以在第4年和第5年都可以享受到免费的延保服务。

家电问题专家孙玉琢指出,“消费者在购买延保服务时,一定要知道,我国消费者权益保护法明确规定,家电服务是谁销售谁负责。”服务对企业来说是一把双刃剑,言而有信对企业是加分,如果在管理细节上出现差池,则会和企业的初衷南辕北辙。

苏宁在“阳光包”延保服务中还存在哪些问题,本报还将跟踪报道。

## 北京市海淀区卫生局公告

赵德芳(身份证号:152624198211153977):经查,你自2009年8月下旬至2010年11月23日未取得《医疗机构执业许可证》擅自执业。本行机关已于2010年12月23日做出京海卫医罚字(2010)311号行政处罚决定,现依法向你公告送达京海卫医罚字(2010)311号行政处罚决定书。黄贵学(身份证号:422224196912271735):经查,你自2010年12月2日至2010年12月20日未取得《医疗机构执业许可证》擅自执业。本行机关已于2011年3月10日做出京海卫医罚字(2011)33号行政处罚决定,现依法向你公告送达京海卫医罚字(2011)33号行政处罚决定书。自发出公告之日起,经过60日即视为送达。送达后,你逾期不履行处罚决定,又不申请行政复议或行政诉讼的,本机关将依法申请人民法院强制执行。

本行机关联系地址:北京市海淀区甘家口12号  
联系人:周洋 密密 电话:88364581

北京市海淀区卫生局  
2011年4月26日