



严勇杰 绘

原告：他们已经侵权卖了3307台 被告：销量是“刷”的，实际只卖了15台 法院：“刷单”对原告真实销售造成了间接损害，也得算

双“十一”即将来临，“剁手”族们也都忙着精挑细选，往购物车里加东西了。销售量高了，下单的人可能也会多起来，但信用高、销量高的店铺真的是好选择？

昨天，浙江合创律师事务所律师黄靖靖向记者说起她近期经手的一个案子：原告一家公司起诉被告另一家公司侵权其专利产品并在网上低价销售。庭审中，被告却拿出一摞证据，证明3307台的销量中只有15台是真实销售出去的，其余全是虚假交易，是“刷”出来的。

号称卖了3307台，实际只卖了15台

宁波的A公司是一项补水仪相关实用新型专利的专利权人。去年年底，A公司发现，宁波的B公司在其网店内销售一款补水仪，侵犯了己方专利。

A公司向公证处申请证据保全公证。公证书显示，网店由B公司开设，公证网页显示该产品成交量为3307台。A公司据此提起上诉，要求被告立即停止侵权行为，赔偿经济损失。

法庭上，B公司先辩称不存在侵权，对该专利产品不知情，被控侵权产品实际销售量很少，并主张现有技术抗辩，请求驳回原告诉讼请求。

令人没想到的是，B公司对公证书显示内容的客观性有异议，说公证书体现的产品销量有3307台，但是实际的销量仅有15台。

为此，B公司出具了一份证据：有网页销售记录、银行汇付款记录等，用来证明成交数量3307台中大部分是属于“刷单”，并没有实际成交，实际成交数量仅为15台。

但A公司提出，即使存在“刷单”，也对原告专利产品市场造成与刷单数量相应的损害。

法院认定被告公司大量“刷单”

法院经审查认为，被告的B公司提供的第二份证据中，因网页销售记录、交易对象、银行汇付款记录（被告汇款给买家）、网络聊天记录在时间、对象、数量、金额上吻合，故对被告所称的“刷单”3292个的事实予以认定。

法院认为，电商平台上的虚假交易（即“刷单”）有违民事行为诚实信用的原则，又以不正当的手段欺诈了消费者，损害了其他市场经营者的竞争利益，属于违法行为。

在专利侵权诉讼中，不能因为被告“刷单”行为具有非法性而全盘否定“刷单”的事实，需在证据上严格审核查明该事实；另一方面，“刷单”事实如成立也不能单纯地从数量上扣减侵权产品销量以确定原告损失及被告获利，而应从案件具体情况出发，综合确定对被告民事赔偿责任的影响。

综合分析本案案情，法院认为，被告“刷单”行为，以虚假交易为手段，以吸引消费者误认购买为目的。虽然在被告获利上相对减少，但该行为依然对原告造成了真实销售量之上的损害，使得原告对专利产品的市场推广受到不利影响，分流了目标消费者的注意力。

也因为被告侵权产品相对原告专利产品仅为约1/4的售价，大幅降低了浏览电商网站的消费者对专利产品售价的认可度。从逻辑上必然会间接地造成原告专利产品销量受损的事实，而且该销量排名及相关综合排名在电商平台上长期存在，也使得原告遭受了长期的间接损失。该部分损失显而易见地与被告恶意“刷单”相关联，并与“刷单”数量正相关，应由被告承担相应的赔偿责任。

最后，法院判决：被告立即停止侵权行为，立即停止销售、许诺销售侵害原告专利权的侵权产品，并于判决生效后十日内销毁库存侵权产品；被告赔偿原告经济损失7万元。

律师 “刷单”常见，但因举证困难而难以维权

“平时，我们也经常接到怀疑同行、竞争对手恶意‘刷单’的咨询、案子。‘刷单’的行为也的确很常见。可是，‘谁起诉、谁举证’，由于举证难，权利被侵害人往往难以维权。”黄靖靖律师说，这起案子的特别之处在于，被告为了减少侵权损失的赔偿，主动承认并举证自己刷单。

她解释，“刷单”就是在电商平台上以虚假交易形式使得店铺销量上升以吸引消费者购买的行为，该行为违反诚信原则，不具有合法性。“刷单”会产生诸多不良法律后果：对电商平台，该行为不符合电商平台交易规则，构成违约；对同业经营者，会构成不正当竞争；对消费者，则构成欺诈，损害消费者权益。

以本案为例，在产品专利侵权案件中，刷单数量虽然不计入真实销量，但法院会根据刷单量酌定较高的赔偿。

业内人士提醒，消费者网购时多以卖家信用度高、产品销量为重要参考要素，但现在网络刷单行为屡见不鲜。网购时，不仅仅要看产品销量，更应注意查看产品历史交易细节，比如评论、单笔成交量。

记者 王颖 通讯员 宋培玉

宁波银行专栏

宁波银行践行普惠金融 大力服务实体经济

宁波银行近日发布了业绩亮丽的2017年三季度报告，在普惠金融领域、服务实体经济方面，宁波银行同样交出了一份成绩优异的答卷。

数据显示，截至2017年9月末，宁波银行小微企业贷款余额超过1400亿元，前三季度累计发放涉农贷款超过180亿元。

普惠金融的要义，在于让每个人有金融需求时，都能及时地、有尊严地以合适的价格获得高质量的金融服务。宁波银行秉承“门当户对”的经营策略，将服务小微企业作为自身发展的使命，将个人银行作为业务发展重心，着力在小微企业金融服务、社区金融服务、电子银行服务、公益慈善活动等领域推进普惠工作，将普惠金融的价值理念融入战略规划、业务发展、绩效考核等方面，确保普惠金融各项工作扎实推进与落实。

宁波银行不断完善普惠金融产品，强化综合性的全面金融服务，普惠金融产品已形成融资授信、现金管理和电子渠道三大类别产品服务体系，通过产品提升服务能力，不断践行普惠金融理念，增强服务实体经济的能力。

在小微企业金融服务领域，宁波银行聚焦小微企业及小微企业主客户，不断探索解决小微企业“融资难、融资贵、融资急”等问题，创新推出“快审快贷”、“转贷融”、“税务贷”、“捷算卡”等特色产品，努力提升小微企业金融服务质量，推动实体经济发展。

在个人金融服务领域，宁波银行针对

特定人群设计并推广普惠金融产品，深入社区、市场、工厂、学校、乡村开展普惠金融和消费者权益保护知识宣传。

在支农助农领域，宁波银行创新农村金融服务，推广特色金融产品，推广免抵押、免担保的“路路通”小额信贷产品，加大支农信贷投放，加强对农村经济的支持力度。

在电子银行领域，宁波银行打造升级网上银行、手机银行、微信银行和自助银行四类渠道，提供开户“零”距离、转账“零”限制、取现“零”等待和信贷“零”门槛四大优势服务，持续提升金融服务的可得性。

在社会公益领域，宁波银行组织开展慈善捐赠、结对助学、敬老助孤、定点扶贫多种形式的公益活动，曾连续三届获得宁波市“十大最具爱心捐赠企业”称号，连续两届荣获中华慈善总会颁发的“中华慈善突出贡献奖（单位奖）”。

在金融管理部门指导下，宁波银行继续将普惠金融理念作为自身可持续发展的内生动力，以普惠金融理念指引整体经营活动，把实现商业利益和帮扶弱势群体统一起来，努力探寻经济效益和社会效益的平衡点，不断增强服务实体经济的能力，不断满足人民日益增长的美好生活的金融需求。