

百度被訴壟斷案背後的思考

唐山市人人信息服務有限公司訴 北京百度網訊科技有限公司壟斷糾紛案評析

—佟姝—

案件來源

原告：唐山市人人信息服務有限公司（簡稱唐山人人公司）

被告：北京百度網訊科技有限公司（簡稱北京百度公司）

案由：壟斷糾紛

審理法院：北京市第一中級人民法院

案號：（2009）一中民初字第 845 號

當事人的訴辯焦點問題

原告唐山人人公司訴稱：原告是一家從事醫藥信息諮詢服務的公司，從 2008 年 3 月起，原告開始對被告經營的百度搜索進行競價排名的投入。2008 年 5 月，原告由於公司自身經營需要開始減少投入額。2008 年 7 月 10 日，原告發現自己所經營的全民醫藥網（www.qmyyw.com）的日訪問量驟減，以該日為分界點的前後兩個月的訪問量也出現大幅降低。2008 年 9 月 25 日，原告通過對谷歌搜索和百度搜索收錄情況進行查詢後發現，谷歌搜索對全民醫藥網（www.qmyyw.com）的收錄為 6690 頁，而百度搜索僅收錄了 4 頁，且百度搜索收錄這 4 頁的原因還是由於原告參與了百度搜索的競價排名。以上證據充分證明，由於原告於同一時期降低了對百度搜索競價排名的投入，被告即對全民醫藥網進行了全面屏蔽，從而導致了全民醫藥網（www.qmyyw.com）訪問量的大幅度降低。根據業界的相關報道及《反壟斷法》第十九條的規定，百度搜索已經具有了中國搜索引擎市場的支配地位。被告利用這種地位，對原告的網站進行屏蔽，給原告造成了巨大的經濟損失，並違反了《反壟斷法》

第十七條的規定，構成濫用市場支配地位強迫原告進行競價排名交易的行為。綜上，根據《反壟斷法》的相關規定，請求人民法院判令被告：1. 賠償原告經濟損失 1,106,000 元；2. 解除對全民醫藥網（www.qmyyw.com）的屏蔽並恢復全面收錄。後原告又向本院提交起訴意見的補充說明稱，由於原告現已將全民醫藥網的域名變更為（www.qmyy.com），原訴訟請求中要求解除對原域名（www.qmyyw.com）的屏蔽已無實際意義，故現請求法院判令被告解除對新域名（www.qmyy.com）的屏蔽。

被告北京百度公司辯稱：首先，被告確實對原告所擁有的全民醫藥網（www.qmyyw.com）採取了減少收錄的措施，實施該措施的原因是原告的網站設置了大量垃圾外鏈，搜索引擎自動對其進行了作弊處罰。但是，該項處罰措施針對的僅僅是百度搜索中的自然排名結果，與原告所稱的競價排名的投入毫無關係，亦不會影響原告競價排名的結果。其次，原告稱被告具有《反壟斷法》所稱的市場支配地位缺乏事實依據。被告提供的搜索引擎服務對於廣大網民來說是免費的，故與搜索引擎有關的服務不能構成《反壟斷法》所稱的相關市場。此外，原告所提供的關於被告市場佔有率的證據均僅僅涉及短暫的時間段，市場份額或者市場佔有率也不能作為評判是否具有市場支配地位的唯一標準。最後，關於原告在起訴意見中所提到的兩個域名：域名一（即 www.qmyyw.com）是由於存在大量“垃圾外鏈”而被被告減少了收錄，域名二（即 www.qmyy.com）在長達兩年多的時間里是沒有內容的，搜索引擎對於沒有內容的網站是不會進行收錄的。綜上，請求人民法院駁回原告的全部訴訟請求。

事實認定

根據原告的陳述，全民醫藥網曾先後使用過兩個域名，即域名一（www.qmyyw.com），該域名在 2008 年 10 月 6 日被原告停用，並於同日啓用新域名即域名二（www.qmyy.com），域名二（www.qmyy.com）在啓用前的兩年內並沒有內容。

2008 年 3 月 3 日，原告通過一次性繳費的方式開始參與百度搜索的競價排名。2008 年 5 月，原告因公司自身經營需要，開始降低競價排名的投入，至 2008 年 7 月，投入額降至最低。被告對上述事實不持異議。

2008 年 9 月 25 日，原告通過公證程序對 51.La 網站（www.51.La）頁面顯示情況進行了實時打印。從該網站中流量信息欄目中的內容可見，全民醫藥網（www.qmyyw.com）在 2008 年 7 月 9 日的訪問量為 2666IP，瀏覽量為 10331PV。2008 年 7 月 10 日，全民醫藥網（www.qmyyw.com）的訪問量為 701IP，瀏覽量為 6322PV。2008 年 7 月 11 日的訪問量為 626IP，瀏覽量為 6210PV。從 2008 年 6 月 10 日到 2008 年 7 月 9 日的訪問量為 88095IP，瀏覽量為 251684PV。從 2008 年 7 月 10 日到 2008 年 8 月 9 日的訪問量為 18340IP，瀏覽量為 123905PV。

2008 年 9 月 25 日，原告通過公證程序對谷歌（Google）搜索對於全民醫藥網（www.qmyyw.com）的搜索結果進行了實時打印，從打印情況可見，在搜索關鍵詞部分輸入“site:qmyyw.com”後，共有 6690 項自然排名部分的搜索結果符合查詢要求。同日，原告通過公證程序在百度搜索網站（www.baidu.com）的搜索關鍵詞部分輸入“site:qmyyw.com”後，共有 4 項自然排名部分的搜索結果符合查詢要求。

原告認為，根據其向法院提交的《中國證券報》2008 年 9 月 17 日第四版中題為《百度坐擁中國搜索市場近 2/3 份額》的文章內容¹及 2008 年 10 月 23 日在百度搜索網站（www.baidu.com）的“公司新聞”欄目下題為《百度 Q3 客戶數欲破 20 萬大關 付費搜索增長穩健》的文章內容²，北京百度公司已經佔據了“中國搜索引擎服務市場”二分之一以上的份額，應當認定其具有市場支配地位，由此，其濫用市場支配地位對原告的全民醫藥網（www.qmyyw.com）進行屏蔽的行為，應當為我

國《反壟斷法》所禁止。

在本案庭審過程中，被告承認在原告所訴爭的時間內，確曾在自然排名部分對全民醫藥網（www.qmyyw.com）採取了減少收錄的措施。但被告同時指出，根據其向法院提交的證據顯示，在百度搜索網站（www.baidu.com）“網頁搜索幫助—站長 FAQ”欄目下，已經對什麼是設置“垃圾外鏈”的行為，“垃圾外鏈”一旦被百度搜索引擎識別後可能受到的處罰等內容向社會公眾進行了明確的告知。而根據被告通過公證程序對 20 個網絡地址下的內容進行的查詢顯示，網絡中確實存在大量指向全民醫藥網（www.qmyyw.com）的“垃圾外鏈”，原告對於上述事實也沒有異議。被告正是基於全民醫藥網（www.qmyyw.com）存在大量垃圾外鏈的事實，才對其實施了減少收錄數量的反作弊措施。因此，被告的行為是正當的。

審理結果

北京市第一中級人民法院經審理後認為：根據現有證據，原告既未能舉證證明被告在“中國搜索引擎服務市場”中佔據了支配地位，也未能證明被告存在濫用市場支配地位的行為。相反，被告已經通過證據證明其對全民醫藥網（www.qmyyw.com）實施的減少收錄數量的措施係對其存在大量“垃圾外鏈”行為的處罰，被告的行為具有正當性。原告所訴被告濫用市場支配地位的主張缺乏事實與法律依據，對其提出的要求被告賠償經濟損失並解除對域名一（www.qmyyw.com）屏蔽的訴訟請求，不予支持。域名二（www.qmyy.com）由原告於 2008 年 10 月 6 日啓用，原告確認在此之前該域名並未指向任何網站，亦未提交證據證明被告對域名二所指向的網站也採取了減少收錄數量的措施。因此，原告針對域名二所提的訴訟請求並無可依據的事實和理由，對此不予支持。綜上，法院依據《民事訴訟法》及《反壟斷法》的相關規定，駁回原告唐山人人公司的全部訴訟請求。

評析

本案是《反壟斷法》正式實施後，我國法院較早受理，也是

北京法院作出判決的第一起壟斷糾紛案。由於本案涉及《反壟斷法》及互聯網應用技術,新法和新興技術領域的問題交織在一起,大大增加了案件審理的難度,同時也吸引了理論界和實務界的廣泛關注。

一、“相關市場”的界定

“相關市場”是《反壟斷法》中最基本和最重要的一個概念,界定相關市場的目的是為了確定經營者進行競爭的市場範圍,在涉及濫用市場支配地位這一壟斷行為的案件中,相關市場的界定對於判定經營者的市場份額和其行為對市場競爭的影響等問題都具有重要的意義。

1. 本案例中“相關市場”的範圍

《反壟斷法》第十二條第二款規定,相關市場,是指經營者在一定時期內就特定商品或者服務進行競爭的商品或者服務範圍和地域範圍。因此,當經營者所提供的是服務時,相關市場包括相關服務市場和相關地域市場兩個方面。參照《國務院反壟斷委員會關於相關市場界定的指南》第三條的規定,相關服務市場,是根據服務的特性、用途及價格等因素,由需求者認為具有較為緊密替代關係的一組或一類服務所構成的市場。相關地域市場,是指需求者獲取具有較為緊密替代關係的服務的地理區域,這些區域表現出較強的競爭關係,可以作為經營者進行競爭的地域範圍。原告在本案中主張的相關市場是“中國搜索引擎服務市場”,對此我們認為,搜索引擎服務,是指服務商根據網絡用戶的搜索請求,利用一種互聯網應用軟件系統,在對相關網頁進行搜索和抓取後,經過一定的處理和組織,將查詢到的結果反饋給網絡用戶的互聯網信息查詢服務。雖然隨着互聯網技術的快速發展,除了搜索引擎服務外,網絡新聞服務、即時通訊服務、電子郵件服務、網絡金融服務等互聯網應用技術在廣大網絡用戶中也具有較高的使用率,但搜索引擎服務所具有的快速查找、定位並在短時間內使網絡用戶獲取海量信息的服務特點,是其他類型的互聯網應用服務所無法取代的,即作為互聯網信息查詢服務的搜索引擎服務與網絡新聞服務、即時通訊服務等其他互聯網服務並不屬於構成相關市場的具有緊密替代關係的一組或一類服務,即“搜索引擎服務”本身可以構成一個獨立的相關市場。同時,考慮到文化背景、語言習慣等因素,中國的網絡用戶選擇並可以獲取的具有較為緊密替代關

係的搜索引擎服務一般來源於中國境內,即中國境內相關服務的提供者會表現出較強的競爭關係。由此可見,“中國搜索引擎服務市場”是本案中《反壟斷法》意義上的“相關市場”。

2. “免費”服務能否構成《反壟斷法》意義上的相關市場

被告對於本案是否存在“相關市場”這一問題存在不同觀點,其主要理由是,由於搜索引擎服務相對於廣大網絡用戶而言是免費的,免費服務不是《反壟斷法》所約束的領域,因此,本案並不存在《反壟斷法》意義上的相關市場。被告的這一抗辯實際上來源於美國加利福尼亞北區法院在2007年3月16日曾經作出的一起同樣涉及搜索引擎問題的壟斷案件中³被告提出的同樣的抗辯事由。法院在該案中認為,要提起圖謀壟斷的訴訟請求,原告必須定義相關市場,而原告未能引用權威的觀點說明《反壟斷法》本身還涉及提供免費服務的領域。提供搜索功能可能會導致從其他資源中受益,但原告卻沒能說明有人向Google付費進行搜索。因此,搜索市場並不是《反壟斷法》立法目的下規定的“市場”。

對此我們認為,根據目前我國搜索引擎服務的現狀,網絡用戶在藉助關鍵詞並通過搜索引擎尋找自己所關注的網站或者網頁內容時,確實不需要向搜索引擎服務商支付相應的費用。但作為市場主體營銷策略的一種方式,部分產品或者服務的免費提供常常與其他產品或服務的收費密切結合在一起。搜索引擎服務商向網絡用戶提供的免費搜索服務不能等同於公益性的免費服務,它仍然可以通過吸引網絡用戶並藉助廣告等營銷方式來獲得現實或者潛在的商業利益。因此,被告以是否付費為標準衡量是否存在“相關市場”的觀點是不具備事實與法律依據的。

二、被告是否具有“中國搜索引擎服務市場”中的支配地位

我國《反壟斷法》第十八條規定,認定經營者具有市場支配地位,應當依據下列因素:該經營者在相關市場的市場份額,以及相關市場的競爭狀況;該經營者控制銷售市場或者原材料採購市場的能力;該經營者的財力和技術條件;其他經營者對該經營者在交易上的依賴程度;其他經營者進入相關市場的難易程度;與認定該經營者具有市場支配地位有關的其他因素。《反壟斷法》第十九條同時規定,在涉及一個經營者時,如其市場份額在相關市場當中達到二分之一時,可以推定其具有市場支配

地位。

認定經營者是否具有市場支配地位,原則上應當根據《反壟斷法》第十八條所規定的市場份額、競爭狀況、控制銷售市場和原材料市場的能力等因素進行判斷。當然,在經營者的市場份額能夠予以準確確定的情況下,也可以根據《反壟斷法》第十九條的規定進行市場支配地位的推定。《反壟斷法》之所以規定了可以以市場份額為依據對經營者是否具有市場支配地位進行推定,是因為市場份額這一因素與競爭狀況、經營者控制銷售市場和原材料市場的能力等因素相比,更容易通過經濟分析的方式進行比較精確的計算從而具有較強的客觀性。因此,當反壟斷民事訴訟中的原告選擇適用上述推定條款來證明被告具有市場支配地位時,應當就其對被告市場份額的計算或者證明方式提供充分的證據予以支持。

原告在本案中主張,其提供的新聞報道或文章中的內容顯示:被告所佔市場份額已經遠遠超過了二分之一,足以證明其具有市場支配地位。可以看出,原告選擇適用了《反壟斷法》第十九條的規定,通過市場份額來推定被告具有市場支配地位,在這種情況下,原告應當對被告市場份額的計算或者證明方式提供充分的證據予以支持。原告所提交的兩篇文章中雖然都提及了被告的市場份額,但是,上述兩文中所提到的“市場份額”所依據的相關市場的範圍與本案中所定義的相關市場的範圍是否一致無法確定,而相關市場範圍的大小與市場份額的計算直接相關,所以,我們不能確定文章中市場份額的計算是以範圍相同的相關市場為依據;其次,原告對於文章中市場份額的計算方式、方法及有關基礎性數據均沒有提供證據予以支持,未能使法院確信該市場份額的確定源於科學、客觀的分析。由於原告所提供的證據內容自身所存在的缺陷及缺乏有力的佐證,僅憑現有證據,不足以證明被告確實已經佔據“中國搜索引擎服務市場”二分之一以上的市場份額,即不足以證明被告獲得了市場支配地位。

三、被告是否有“濫用市場支配地位”的行為

1. 與本案有關的互聯網應用技術問題

本案中的被告北京百度公司是一家主要提供搜索引擎服務的網絡服務商,所以,本案涉及的技术問題多圍繞的是搜索引擎的工作原理、搜索引擎的反作弊機制等內容。

在目前的互聯網服務領域,各個服務商所使用的搜索結果的排名算法規則、反作弊機制的實施均沒有統一的標準或者行業規範。百度搜索的結果排名方式有兩種:競價排名與自然排名。競價排名是搜索引擎服務商的一種營利模式,客戶付款的數額與排名的順序直接相關,付款數額越多排名順序越靠前。自然排名是一種非營利搜索服務模式,被收錄網站無需交納任何費用,具體的排名順序由搜索引擎服務商所設定的算法規則決定。競價排名與自然排名是相互獨立的兩個服務系統。

百度搜索自然排名的算法規則涉及內容權值(即網頁內容與關鍵詞的關聯度)和超鏈權值(即網頁獲得的鏈接數量)兩項因素。網頁內容與關鍵詞的相關程度越高,網頁內容獲得的鏈接數量越多,該網頁在排名結果中的次序就會越靠前。而所謂的“超鏈作弊”,是指通過人為設置大量與網頁內容無關的鏈接(即所謂“垃圾外鏈”),提高網站或網頁在自然排名中的位次的行為。如果一個網站存在“垃圾外鏈”,該網站在百度搜索自然排名中的位置將會受到影響。當“垃圾外鏈”被搜索引擎的反作弊機制識別後,搜索引擎將會自動對其進行處罰。目前,百度搜索的處罰方式有兩種:一為降低作弊網站的超鏈權值,即把作弊網站中屬於作弊部分的超鏈權值去除,並根據其作弊行為的嚴重性額外扣除一定的超鏈權值;二為減少作弊網站網頁的收錄數量,即減少作弊網站被搜索引擎收錄的網頁數量,嚴重的情況下甚至會不收錄作弊網站。

2. 被告是否存在濫用行為

《反壟斷法》並不禁止企業通過自身的發展形成規模經濟,從而佔據一定的市場支配地位,《反壟斷法》禁止的是佔據市場支配地位的企業所實施的,能夠影響市場結構,破壞市場競爭秩序的行為和措施。如果經營者所實施的行為具有正當理由,也沒有產生破壞市場競爭秩序的後果,則不構成《反壟斷法》所禁止的濫用行為。

被告雖然承認對原告所擁有的全民醫藥網(www.qmyyw.com)的自然排名結果實施了減少收錄數量的技術措施,但辯稱自己的行為具有正當理由,即該行為是對全民醫藥網(www.qmyyw.com)存在“垃圾外鏈”行為進行的處罰。我們認為,首先,被告在其網站的相關頁面上所登載的《百度搜索幫助—站長FAQ》中的內容,實際上已經在一定程度上向社會公眾公佈了

百度搜索引擎的算法規則及針對作弊行為的處罰方式,原告完全有途徑瞭解百度搜索反對網站設置“垃圾外鏈”的行為,並會對這種行為實施處罰。而且,其處罰措施針對的是所有設置了“垃圾外鏈”的被搜索網站,而非單獨指向全民醫藥網(www.qmyyw.com)。其次,原告經營的全民醫藥網(www.qmyyw.com)也確實存在“垃圾外鏈”。由此可見,全民醫藥網(www.qmyyw.com)被百度搜索減少收錄的原因是其網站本身存在的“垃圾外鏈”被搜索引擎識別後,搜索引擎的反作弊機制對其進行了“減少收錄數量”的處罰措施所致。由於上述反作弊機制的實施是爲了使搜索結果更爲真實和可靠,從而保證廣大搜索引擎用戶的利益,同時,現有證據亦無法證明被告採取的上述措施對原告而言存在歧視性或者脅迫性,故被告基於全民醫藥網(www.qmyyw.com)存在大量“垃圾外鏈”的事實而對其實施了減少自然排名部分收錄數量的技術措施是正當的。

對於原告所稱由於其減少了对百度搜索競價排名的投入,故被告對全民醫藥網(www.qmyyw.com)實施了減少自然排名部分收錄數量的處罰措施的觀點,我們認爲,競價排名與自然排名屬於兩種排名方式,是完全獨立的兩個技術服務系統,只有競價排名與客戶付款的數額具有直接關係,自然排名部分的位次以及被收錄的數量與客戶是否參與競價排名或競價排名投入的多少均無關聯性。此外,原告也未能舉證證明被告係因原告降低了對競價排名部分的投入而減少了對全民醫藥網(www.qmyyw.com)自然排名部分的收錄數量。因此,原告以其減少競價排名投入而推定自然排名的結果也受到了影響的主張是沒有事實依據的。

由於原告既未能證明被告具有市場支配地位,也未能證明被告存在濫用市場支配地位的行為;相反,被告已經通過證據證明其對全民醫藥網(www.qmyyw.com)實施的減少收錄數量的措施係對其存在大量“垃圾外鏈”行為的處罰,其行為是正當的,所以,法院最終駁回了原告全部的訴訟請求。■

作者:北京市第一中級人民法院知識產權庭法官

領先……正望諮詢公司自 2007 年度的調查開始,採用任意一天內該搜索引擎使用的人次數佔所有搜索引擎所使用的人次數的比例來定義該搜索引擎的市場份額。正望諮詢公司表示,此次調查於 2008 年 8 月份採用計算機輔助電話調查(CATI)方式進行,共完成有效樣本 4150 個……涵蓋了中國東、中、西部總計 18 個主要城市,對經濟區域和網民人口數均具有較高的代表性。”

² 該文指出:“根據第三方的統計數據顯示,2007 年中國搜索引擎廣告整體市場規模已經達到 27.3 億元人民幣,而 2008 年搜索引擎廣告市場規模將比 2007 年增長 80% 以上。……在分析師看來,作爲全球最大的中文搜索引擎,百度已經在搜索引擎市場穩穩佔據 70% 以上市場份額,並且是全國所有互聯網站中單一品牌用戶到達率最高的公司,這讓客戶在百度平臺上的推廣近乎擴大到‘中國全體網民’,因而也是百度付費搜索業務一直保持快速增長的重要原因。”

³ KINDERSTART.COM,LLC v. GOOGLE, INC. Case No. C 06-2057 JF(RS).

¹ 該文指出:“北京正望諮詢有限公司昨日(2008 年 9 月 16 日)發佈的中國搜索引擎市場調查結果顯示,百度以 65.8% 的市場份額遙遙