

# 上海市第二中级人民法院 民事判决书

(2023)沪02民终11028号

上诉人（原审原告）：某钢铁有限公司，住所地XX省XX市XXXX。

法定代表人：张某某，该公司执行董事。

委托诉讼代理人：叶彤，北京海润天睿律师事务所律师。

委托诉讼代理人：刘敏，北京海润天睿律师事务所律师。

被上诉人（原审被告）：某电子商务股份有限公司，住所地XX市XX区XXXX。

法定代表人：朱某某，该公司董事长。

委托诉讼代理人：杨如意，上海上正恒泰律师事务所律师。

委托诉讼代理人：宋涵，上海上正恒泰律师事务所律师。

上诉人某钢铁有限公司（以下简称某钢铁公司）因与被上诉人某电子商务股份有限公司（以下简称某电子公司）侵权责任纠纷一案，不服上海市宝山区人民法院（2023）沪0113民初23152号民事判决，向本院提起上诉。本院于2023年10月7日立案后，依法组成合议庭，对本案进行了审理。于2024年2月6日，本院委托上海市虹口北外滩多元商事调解中心对本案进行调解。于2024年5月21日开庭审理本案，上诉人某钢铁公司委托诉讼代理人叶彤、刘敏，被上诉人某电子公司委托诉讼代理人杨如意、宋涵到庭参加诉讼。本案现已审理终结。

某钢铁公司上诉请求：撤销一审判决，改判某电子公司立即删除某网站、APP、数据平台等对外公开渠道中所有关于某钢铁公司的信息（包括名称、价格、产品等信息）予以删除。事实与理由：一、某电子公司实施了侵权行为，侵害某钢铁公司公

平参与市场竞争权利、名称权、商誉权等多项合法权益，且其明知侵权行为的违法性，存在主观过错，导致某钢铁公司遭受产品利润下降、交易机会损失、名誉受损等损失，某电子公司应当停止侵权并消除不良影响，删除网价。故一审判决事实认定和法律适用均存在错误。（一）某电子公司存在两种侵权行为，其一，对于某钢铁公司采取了一定保密措施的出厂价（即某钢铁公司与代理商之间的成交价格）和代理商价（即下游代理商的成交价格），未经某钢铁公司的同意擅自采集、加工，或者在未采集的情况下编造数据，信息来源不合法。其二，对于市场上公开的价格信息，某电子公司采集、加工过程不规范、不公允，以此形成并发布的网价不真实，欺骗误导公众。具体而言，就侵权行为一，某钢铁公司对出厂价和代理商价分别采取了如下的保密措施：对于出厂价，某钢铁公司仅通过在微信小群发布和电话告知的方式向代理商提供出厂价，其中，微信小群中只有代理商，入群有严格的身份核查；对于代理商价，某钢铁公司在2023年3月至2024年2月底期间，已通知其代理商停止向某电子公司提供某钢铁公司产品的价格信息。在某钢铁公司对出厂价和代理商价均已经采取了保密措施的情况下，某电子公司未与某钢铁公司及某钢铁公司代理商签订数据提供协议，某电子公司声称其采集了某钢铁公司产品的出厂价和代理商价，说明某电子公司必然是通过不正当的手段获取价格，侵犯了某钢铁公司的商业秘密。如果某电子公司并未通过不正当的手段获取相关价格，则说明某电子公司凭空捏造了虚假的出厂价和代理商价。无论是何种情形，均可说明某电子公司获取价格信息的手段不具备合法性和正当性。就侵权行为二，某电子公司采集、加工公开信息的过程不规范、不公允，具体而言包括如下问题：采集价格与市场价格不相符且错误，

采集加工过程存在将来源不明或者错误的价格作为某钢铁公司价格，采价范围不统一，采集样本不充分，采价范围包括托盘价和远期价等无法准确体现现货可交易价格的数据，混淆样本，采价人员身份不明且未提供核实身份记录，对不同钢铁企业的采集、加工标准不统一、不对等，人为拉大某钢铁公司与同区域、同档次企业网价的价差。因上述不规范行为所形成的网价必然不真实、不客观，不仅对其自身产品进行了虚假和引人误解的商业宣传，更帮助其他经营者进行虚假和引人误解的商业宣传，欺骗、误导公众，侵害了某钢铁公司公平参与市场竞争的权利。即便适用某电子公司证明其行为合法性的由国家发展和改革委员会发布的《重要商品和服务价格指数行为管理办法（试行）》（以下简称《价格指数办法》），某电子公司发布的数据质量也未达到该办法要求的完整性和可靠性。此外，某电子公司的行为还严重侵害了某钢铁公司的名称权和商誉权。就名称权侵权，某电子公司发布的虚假网价与某钢铁公司毫无关联，却命名为某钢铁的价格行情，强行与某钢铁公司绑定，故某电子公司以盗用某钢铁公司名称的方式侵害了某钢铁公司的名称权。就商誉权侵权，某电子公司发布错误、虚假的网价，使得某钢铁公司的网价不合理地低于同区域、同档次的某集团有限公司（以下简称某集团公司）的网价，误导公众以为某钢铁公司的产品在质量、工艺、服务等方面低于某集团公司，进而直接影响了某钢铁公司的商誉和行业内评价，侵害了某钢铁公司的商誉权。（二）损害结果方面，某电子公司的侵权行为导致某钢铁公司遭受交易机会损失，对某钢铁公司产品形象、品牌声誉、产品渠道发展、产品利润造成不利影响。具体表现在某钢铁公司与其客户签约阻力增加，过低的网价必然影响某钢铁公司产品在市场上的整体评价，进而影响市场需

求量，降低客户和潜在客户与某钢铁公司合作的意愿。代理商作为某钢铁公司的主要销售对象，其采购某钢铁公司产品的意愿也会随着市场反馈而降低。某钢铁公司因网价不准的问题而遭受的损失确实存在，即便数额难以明确，亦不影响对损害结果存在的认定。（三）因果关系方面，某电子公司发布的网价冠以某钢铁公司名称，致使某钢铁公司成为该网价的唯一指向对象和数据产品质量瑕疵后果的直接承受方，加之某电子公司在钢铁行业拥有庞大的用户群体和强大的影响力，故某电子公司的侵权行为与某钢铁公司的损失之间的因果关系不言自明。

（四）主观过错方面，某钢铁公司向某电子公司反映数据质量问题之前，某电子公司的主观过错是重大过失，某钢铁公司反映问题后，某电子公司拒绝停止侵害并消除影响，体现出故意的主观过错。二、某钢铁公司已经举证证明了某电子公司侵权事实的存在，即便某电子公司对其制作发布的数据产品享有数据财产权利，但该权利的行使不得作为侵犯他人合法权益的正当理由。以损害他人利益为代价发展所谓数字经济，不仅破坏了数据服务市场的秩序，还与国家政策导向相悖。本案的争议焦点是数据产品质量问题。某电子公司作为数据行业经营者，有义务遵循相关商业道德和行业规则，确保数据的准确性，严格控制数据产品质量。考量到互联网平台侵权的特殊性以及双方在市场中的地位和影响力不对等等因素，某钢铁公司仅需承担足以使得某钢铁公司相信某电子公司存在侵权行为的举证证明责任。在主要证据均由某电子公司控制的情况下，某钢铁公司作为网络服务外部使用者难以获取平台内部的算法信息，本身距离证据较远，且处于弱势地位。要求某钢铁公司举证某电子公司的每一个数据均存在质量问题，却未要求某电子公司对其主张的采价多样、算法科学的陈述加以证明，显然有失公

平。某电子公司已经提交的证据相互矛盾，暴露了其数据处理的不规范和不公允。某电子公司采集加工数据的过程不对外披露，也未就算法向相关监管部门备案，导致某电子公司的数据质量不受任何监督。而某电子公司陈述的其算法被认定为“上海标准”，无法代表实际操作的现实情况。某电子公司对其在本案诉讼中多次引用的“算法”“价格处理”等与某钢铁公司利益密切相关的内容，应当提交证据予以证明。某电子公司拒不提交，则应当根据《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》（以下简称《证据规定》）第四十八条第一款的规定，认定某钢铁公司提出的某电子公司网价不真实、不客观的主张为真。

三、一审存在多处程序违法，剥夺了某钢铁公司正当的诉讼权利。首先，一审法院无正当理由即驳回某钢铁公司关于具有专门知识的人出席庭前会议的申请。因本案的审理涉及钢铁行业的专业知识和交易习惯，某钢铁公司根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》（以下简称《民诉法解释》）第一百二十二条的规定，向一审法院申请由某钢铁行业商会副会长王某某作为具有专门知识的人员出席庭前会议，以助阐明案件事实。在相关材料备齐的情况下，一审法院拒绝王某某出席庭前会议。其次，一审法院无视某钢铁公司提交的行为保全申请，既未采取任何保全措施，亦未裁定驳回申请。某钢铁公司于2023年6月26日向一审法院申请行为保全，责令某电子公司停止发布某钢铁公司产品价格数据。根据《中华人民共和国民事诉讼法》（以下简称《民事诉讼法》）第一百零三条的规定，法院应当裁定采取保全措施或者裁定驳回申请，但一审法院并未予以回应。最后，在某钢铁公司明确表示撤诉并且按照一审法院要求承诺不再起诉的情况下，一审法院以已经投入审理成本为由，在开庭之后四天内仓

促出具判决，有违某钢铁公司对诉讼权利的处分。综上，某钢铁公司根据《中华人民共和国民法典》（以下简称《民法典》）第一千一百六十五条第一款的规定认为，某电子公司无法定事由，亦无某钢铁公司的同意，擅自获取、处理某钢铁公司产品价格，以及某电子公司公布的某钢铁公司网价不真实、不客观、不公允，损害了某钢铁公司作为市场主体的公平竞争机会，对某钢铁公司的生产经营造成了严重的不利影响，依法应当承担民事责任。

某电子公司辩称，不同意某钢铁公司的上诉请求。某电子公司发布的市场行情价格是采集在市场流通的钢材现货可交易价格的基础上，经过筛选、核查、异常值排除、标准化处理等步骤后形成的数据产品，体现该数据处理的《八步流程工作法》企业标准获评“上海标准”，为此某电子公司在一审审理中已经向法院提交了相关材料予以说明。反而是某钢铁公司就其提出的某电子公司侵权一节未能根据侵权的四要件进行充分举证。首先，针对某电子公司未经许可或者授权采集某钢铁公司的出厂价问题。某钢铁公司并未明确说明出厂价的内涵、范围、呈现形式、载体，亦未举证证明其针对出厂价采取了保密措施。某电子公司采集的是某钢铁公司产品的单一价格信息，提供的对象是不特定的市场用户。由于销售方必须公开向市场用户报价才能达成交易商品的目的，故价格信息天然地具有公开透明的特点。在钢材交易市场中，因为参与现货交易的市场主体众多，且竞争充分，并未形成交易壁垒。即便是某钢铁公司在二审中向法院提交其部分经销商不再向某电子公司披露某钢铁公司产品价格信息的《情况说明》，但是上述经销商实际上仍然正常对外公开发布某钢铁公司产品的价格信息，并未采取保密措施。某钢铁公司主张某电子公司需要经过授权或者许

可才能采集其价格信息并无依据。在双方签订《合作协议》之前，某电子公司就已经常态化地发布包含某钢铁公司产品在内的某地建筑钢材市场价格行情的数据产品。在《合作协议》解除后，某电子公司也继续发布该数据产品。该数据产品针对的是某电子公司运营平台的百万会员和付费用户，而非单独为服务某钢铁公司而提供。故某电子公司发布数据产品的行为与双方之间的《合作协议》无关，某电子公司无需经过某钢铁公司的授权或者许可。其次，某钢铁公司并未举证证明某电子公司公布的数据不合法、不客观即存在数据产品质量问题。如前所述，某电子公司采集、加工数据，制作数据产品以科学的方法论为依据，某电子公司已经向法院提交材料说明数据产品质量不存在问题。反而是某钢铁公司并未提交有效的证据证明其提出的主张，某钢铁公司的举证都是以对比某集团公司得出结论，该对比不论从对比对象、对比维度、产品销售地区等层面均无法说明某电子公司的数据产品存在质量问题。某电子公司作为数据平台经营方，以数据产品盈利，保障数据产品的质量是某电子公司得以获得市场份额和收益的首要因素。而是否选择某电子公司发布的数据产品是市场主体的意思自治行为，某电子公司并未强制消费者购买或者形成市场垄断。故某电子公司当前的经营情况恰恰可以证明某电子公司的数据产品并不存在质量问题。至于算法，某电子公司的算法根据相关规定无需向监管部门备案。某电子公司已经就算法的运行模式和包含的计算方法向法院提交说明材料，该材料属于某电子公司的商业秘密，无需向某钢铁公司公开并质证。最后，关于损害后果，某钢铁公司就其主张的多种形式的损害后果均未举证证明，其也无法说明实际上已经遭受了何种损害。综上，一审判决事实认定清楚，适用法律正确，应予维持。

某钢铁公司向一审法院起诉请求：某电子公司立即将某网站、APP、数据平台等对外公开渠道中所有关于某钢铁公司的信息（包括名称、价格、产品等信息）予以删除。

一审法院认定事实：

#### 一、某电子公司的主体信息及经营模式

某电子公司系成立于2000年4月30日的股份有限公司（上市、自然人投资或控股），经营范围包括：软件销售；软件开发；金属材料销售；广告设计、代理；广告发布；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；市场营销策划；信息技术咨询服务；信息系统集成服务；工业互联网数据服务；互联网数据服务；大数据服务；数据处理服务等。

某电子公司是从事钢铁行业商业信息及其增值服务的互联网平台综合运营商，通过其运营的某网站、APP等数据平台公布各类钢材价格信息，为客户提供钢铁交易及相关商业信息服务。网站设立钢材、炉料、特钢等频道，每个频道又按照区域、品种进行细分，每天为客户提供钢铁价格行情等信息内容，具体包括品名、规格、材质、钢厂/产地，价格（元/吨），涨跌，备注（计价方式），库存状况等。

某电子公司为采集钢铁价格信息，组建了专业的资讯采集团队。信息采集人员根据公司对采集数量、规模、区域分布的要求，建立自己的采集样本库。信息采集对象主要有钢铁生产企业、贸易商等，某电子公司在向采集对象询问价格信息的过程中，同时为其提供市场行情、市场分析等各项服务。某电子公司的信息服务采用会员制。收费会员可以查看最新钢铁价格信息，非收费的注册会员可以查看一个月以前的钢铁价格信息。

#### 二、某钢铁公司的主体信息

某钢铁公司系成立于 2003 年 7 月 16 日的有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资），经营范围为特种钢生产，经销钢材。

某钢铁公司将生产的钢材产品对外销售，字号为“某地某某”或“某某钢铁”。

### 三、双方的关系

1. 2020 年 11 月 18 日，某钢铁公司、某电子公司签订《合作协议》，合同约定的内容包括：某电子公司利用其运营的网站、APP、数据平台等，为某钢铁公司提供数据服务和品牌推广；某电子公司采集某钢铁公司的价格、成交等信息并在网站上公布；某钢铁公司在某电子公司网站建筑钢材价格行情表里面显示名称为“某某钢铁”；战略合作协议暂定五年，某钢铁公司应每年向某电子公司支付 140 万元。

某钢铁公司向某电子公司支付了《合作协议》项下首年的服务费 140 万元。

一审审理中，某钢铁公司、某电子公司均认可《合作协议》已于 2021 年 11 月 30 日解除。

2. 2021 年 5 月 24 日起，某钢铁公司与某电子公司多次沟通。某钢铁公司表示某电子公司公布的某钢铁公司产品价格与某集团公司的产品价格差价太大，怀疑某电子公司公布的价格数据不属实，要求某电子公司将某钢铁公司的产品价格数据下架。

3. 目前，某电子公司仍在某网站、APP、数据平台上公布“某地某某”或“某某钢铁”的钢材产品的品名、价格、涨跌、规格等信息，并实时更新。

一审法院于 2023 年 8 月 11 日召集庭前会议并针对双方的诉辩意见提出如下几点事实争议：一、某电子公司发布的系何

种数据，与某钢铁公司主张的数据有何差别。二、某电子公司发布某钢铁公司产品信息是否合法，是否有程序或实体方面的要求。三、某钢铁公司受到何种不利影响或损害。四、某钢铁公司是否有产品价格发布机制或体系，是否对价格信息采取保密手段。

针对上述事实争议，经一审庭审查明，一审法院对于上述争议事实作如下认定：一、某钢铁公司所指的数据系其产品的出厂价格，某电子公司所发布数据系指某钢铁公司产品在某地区范围内市场流通中的实际可成交价格（或价格水平）。二、某钢铁公司认为其系产品出厂价格的数据所有者，某电子公司使用、发布相关信息需要得到某钢铁公司明确授权或同意，但并未提供具体法律依据；某电子公司认为其一方面没有直接采集某钢铁公司产品的出厂价格信息，另一方面其公布钢铁产品的流通价格信息系根据国家发改委颁布的《价格指数办法》所实施的自主经营行为，不需要征得产品生产者的同意。三、某钢铁公司自认目前并没有商誉受损或产品销售价格下降等实际损害的证据。四、某钢铁公司自述其产品价格系通过销售微信群发布，或通过电话直接向客户报价，并无专门针对价格的保密措施。

一审法院认为，本案首先需要厘清单一信息或单一数据和数据产品的区别与联系。单一信息或数据若未经整理加工则一般不应认为是信息数字化领域所称的数据，而仅仅是社会活动中产生的信息。数据产品是对特定信息或数据进行收集、整理、制作等人为加工后形成的智力成果，是在信息数字化领域相关法律法规予以保护的无形物，是一种生产要素。数据产品需要大量的单一信息或其他形式的数据产品作为样本或参数才能制作形成。根据某钢铁公司的自述，其对于自身产品的出厂

价格系通过微信联络群或电话等方式定向发布，该价格信息并未经特别加工制作而形成，故该数据应当认定为一般商品的公开信息，属单一信息，尚不构成信息数字化领域的数据产品。某电子公司发布的钢铁产品价格信息系经其收集、加工而成的流通市场价格数据，并非某钢铁公司的出厂价格，故某钢铁公司、某电子公司各自所称的价格数据并非同一概念，也非同一数据。

其次，需要分析某钢铁公司享有何种权利、受到何种损害。如前所述，某钢铁公司通过微信群及电话发布的产品价格系一般的产品信息，尚不构成交易数据，也未经加工制作，故某钢铁公司不具有相关法律法规意义上的数据权利，其主张数据所有权受侵害无事实和法律依据，一审法院对此不予采信。另外，根据相关法律规定，任何组织、个人收集数据，应当采取合法、正当的方式，不得窃取或以其他非法方式获得数据。某钢铁公司产品的出厂价格系公开市场中自然可流通的信息，并不涉及产品成本、工艺、交易细节等商业秘密，通常而言，市场主体自行采集、使用该类公开信息并不构成违法或侵权。此外，某钢铁公司一审庭审中亦自述并无商誉或产品销量受影响的直接证据。因此，某钢铁公司主张其数据所有权受侵害，企业经营受到不利影响等意见，一审法院不予采信。

再次，需判断某电子公司发布数据产品的行为是否合理合法。相关法律法规和产业政策都指出，国家保护个人、组织与数据有关的权益，鼓励数据依法合理有效利用，保障数据依法有序自由流动，促进以数据为关键要素的数字经济发展。某电子公司作为专业的数据服务企业，与具体商品行业及市场主体相对独立，且具备稳定、专业的组织架构和人员，具备完善的信息采集、指数计算发布及内控管理等规范流程，故在无违法

经营证据或相关监管部门无否定性评价的情况下，应认定某电子公司的数据发布行为合法。某电子公司的经营方式必然包括采集、加工、使用海量的市场信息，并据此生产专业的数据产品，此系某电子公司自主合法经营范畴。本案中，某钢铁公司在无证据证明某电子公司非法采集信息、违法经营的情况下，要求某电子公司撤销或下架涉及某钢铁公司产品的相关信息，反而会影响某电子公司数据产品的完整度、可信度，对某电子公司的正常经营造成实质性影响，一审法院对此不能支持。

最后，本案引申出的问题是数据产品会对市场主体产生何种影响以及如何合理规制可能存在的负面作用。数字经济和数据产业的发展可以有力地促进商品流通，构建公开、透明的统一大市场，有效提升市场资源配置效率，理论上可以惠及所有市场主体。在数据产品真实性、可靠性较高的情况下，会对相关行业或地区的发展产生助推作用，不能以部分市场主体的负面感受来评价数据产品，故从市场整体与局部主体的关系来看，也不能支持某钢铁公司的诉讼请求。一审法院注意到某钢铁公司反复提出对某电子公司数据产品的真实性存疑，且提及与其他同类数据服务企业与某电子公司的不同之处。一审法院认为，数据产品应当接受市场整体检验而非部分主体的独立评价，而且数据产品的内核涉及相关企业的商业秘密，一般情况下并无公开的义务。因此对于数据产品质量的异议可通过市场竞争等方式检验，对于要求数据服务企业适当公开透明、防止形成垄断、防止不正当竞争等或可通过行业监管、立法制约等方式进行指导和规制，此非本案审理范围，亦非一审法院职权范围，不多评述。

综上，一审法院认为某钢铁公司以其数据权利受侵犯为由，要求某电子公司将某网站、APP、数据平台等对外公开渠道

中所有关于某钢铁公司的信息（包括名称、价格、产品等信息）予以删除的诉讼请求，并无事实和法律依据，不能支持。

一审法院判决：驳回某钢铁公司的全部诉讼请求。一审案件受理费 80 元，由某钢铁公司负担。

本院二审期间，某钢铁公司和某电子公司均向本院提交了证据。本院组织当事人进行了证据交换和质证。

某钢铁公司向本院提交了以下五组证据：

第一组包括证据一到证据七：一、某商贸有限责任公司出具的《情况说明》；二、某贸易有限公司出具的《情况说明》；三、某 1 物资有限公司出具的《情况说明》；四、某 1 实业有限公司出具的《情况说明》；五、某商贸有限责任公司出具的《情况说明》；六、某 2 实业有限公司出具的《情况说明》；七、某 2 物资有限公司出具的《情况说明》。这组证据旨在证明自 2023 年 3 月 25 日起，某钢铁公司全部 8 家一级经销商中的 7 家不再向某电子公司提供某钢铁公司产品价格，某电子公司不能采集某钢铁公司产品的主要销售价格。其公布的网价来源不明，但冠以某钢铁公司的品牌名称，致使公众对某钢铁公司产品价格产生误解，严重侵犯了某钢铁公司的合法权益。

第二组为证据八：某钢铁公司咨询国家发改委价格检测中心的录音光盘和文字版。该证据旨在证明价格指数和价格并非同一概念，价格指数不显示企业名称和产品品牌，某电子公司发布的冠以某钢铁公司品牌名称的产品价格信息，属于价格而非指数。某电子公司未经某钢铁公司授权发布某钢铁公司产品价格的行为，严重侵害了某钢铁公司的合法权益，《价格指数办法》无法为该行为具备正当性提供依据。

第三组包括证据九到证据十六：九、2024年3月19日至2024年3月21日《某钢铁公司与某集团公司市场价及网价对比表》及价格采集记录；十、2024年3月20日某集团公司非代理商关于主流价格微信群聊天截屏；十一、2022年8月11日某钢铁公司签订的《钢材销售合同（锁价）》两份；十二、《2022年8月11日钢厂价格对标汇总表》及视频；十三、《关于川、渝、黔区域建筑钢材产品合作客户的告知函》；十四、“轧钢之家”微信公众号发布的《重磅！云南钢厂集体发布公告！》；十五、知乎网发布的钢铁网站排行榜；十六、“价格行情”和“行情”百度百科解释截屏。这组证据旨在证明某电子公司采集、加工价格信息的过程不规范、不公允、不合法，以此为依据形成并发布的某钢铁公司网价不具备完整性、可靠性和真实性，构成编造虚假网价、操纵网价、虚假宣传等违法违规行为，某电子公司发布的网价已经遭到了行业内多家钢材生产企业的抵制。

第四组包括证据十七到二十：十七、中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会于2017年12月29日发布，于2018年7月1日实施的《中华人民共和国国家标准 GB/T35295-2017 信息技术大数据术语》；十八、国家市场监督管理总局、中国国家标准化管理委员会于2018年8月7日发布、于2019年1月1日实施的《中华人民共和国国家标准 GB/T36344-2018 信息技术数据质量评价指标》；十九、数据中心联盟发布的《数据流通行业自律公约》（v. 2.0）；二十、中国电子技术标准化研究院、全国信息技术标准化技术委员会大数据标准工作组于2018年3月发布的《大数据标准化白皮书（2018版）》。这组证据旨在证明数据准确性是大数据行业公认的商业道德，某电子公司发布不真实、不客观网价行为，误

导公众，其对数据产品质量问题以及由此引发的后果在主观上存在严重过错。

第五组包括证据二十一到二十三：二十一、某钢铁公司与某物资工贸有限公司签订的《采购协议》；二十二、某新能源科技有限公司出具的《情况说明》及附表；二十三、某钢铁公司销售经理贺某某与某集团公司代理商微信聊天记录。这组证据旨在证明某电子公司发布的某钢铁公司网价不真实、不客观导致某钢铁公司下游客户交易量和利润受损，损害了某钢铁公司与客户的合作关系，导致某钢铁公司遭受交易机会方面的损失。

针对某钢铁公司提交的证据，某电子公司的质证意见为：针对证据一到七，不认可证据的真实性、合法性、关联性和证明目的。七份《情况说明》仅加盖了出具单位的公章，单位负责人及材料制作者并未签名或盖章，不符合《民事诉讼法解释》关于单位向人民法院提供证明材料的规定，不应当作为证据被采纳。某钢铁公司的一级代理商并非某电子公司的唯一价格来源方，故即便一级代理商停止提供价格也无法证明某电子公司网价来源不明。针对证据八，认可真实性，不认可关联性，无法实现证明目的。在某钢铁公司未区分绝对价格水平和绝对价格两个概念的情况下，发改委的回复内容不应当被采纳。针对证据九到十六，不认可证据的真实性、合法性、关联性和证明目的，该组证据无法证明某电子公司发布的价格不准确、不客观、不合理，更无法证明某电子公司采集、加工价格信息的过程存在某钢铁公司主张的违规行为。针对证据十七到二十，认可证据的真实性和合法性，不认可关联性和证明目的，该组证据无法证明某电子公司存在发布不准确价格的事实和主观层面的故意或重大过失。针对证据二十一到二十三，不认可证据的

真实性、合法性、关联性和证明目的，该组证据无法证明某钢铁公司的利益受损，更无法证明因果关系存在。

某电子公司向本院提交了以下证据：一、价格行情百度百科词条，旨在证明某钢铁公司截取部分内容系故意误导法庭判断的举证行为。二、2024年2月某钢铁公司在公开微信群中对外公开发布出厂价格的截图；三、某钢铁公司7家代理商相关报价截图。上述证据二到三旨在证明某钢铁公司仍旧通过400余人的微信群对外公开报价，其出厂价格为公开信息，不构成商业秘密。2023年3月25日后，某钢铁公司的7家经销商仍然对外正常提供报价，某钢铁公司二审提交的由经销商出具的《情况说明》与客观事实不符，某电子公司通过公开渠道采集某钢铁公司钢材价格信息，无需某钢铁公司授权许可。四、某集团公司在不同区域的价格发布和调整政策，旨在证明某集团公司在不同区域存在不同的价格体系，某钢铁公司将某集团公司单一价格信息不分区域地与某电子公司采集的特定区域主流价格信息进行对比，无法证明某电子公司采集信息不准。五、2024年3月19日至2024年3月21日某电子公司发布的与某钢铁网发布的某钢铁公司和某集团公司的网价对比表以及对应的截图，旨在证明某钢铁公司认可的某钢铁网网价和某电子公司发布的网价差异很小，某电子公司的网价系经过标准化处理市场主流价格后发布，不存在某钢铁公司主张的随意加价行为。

针对某电子公司提交的证据，某钢铁公司的质证意见为：针对证据一，认可真实性、合法性、关联性，不认可证明目的。该证据内容同时包含“阿里巴巴价格行情”和“价格行情”，其中“价格行情”部分与某钢铁公司提交的证据十六内容相同，恰可实现某钢铁公司的证明目的。针对证据二，不认

可真实性、合法性、关联性、证明目的。该证据混淆了报价和出厂价，报价为要约，出厂价是钢厂与客户签订的合同上载明的实际成交价。针对证据三，不认可真实性、合法性、关联性、证明目的。某电子公司未提交原始载体以供核对。品牌信息不明，无法证明系某钢铁公司产品的报价。发布报价人员身份不明，发布人员名称与代理商名称不相关。报价时间不明，未能体现具体的年份信息。针对证据四，不认可真实性、合法性、关联性、证明目的。某电子公司未提交原件以供核对。本案主要就某地区的价格存在争议，某电子公司提交某集团公司在其他区域的报价与本案无关联。该证据显示的某集团公司在某地区的价格政策，与某电子公司提供的采价证据相互矛盾，恰可证明某集团公司的报价和实际成交价存在较大差异，而某电子公司仅采集报价而不采集实际成交价，导致网价与市场价相差甚远。针对证据五，不认可真实性、合法性、关联性、证明目的。某电子公司用其他网站的价格与自身网价对比无法证明其网价形成的过程和结果具备合法性、真实性、客观性。某钢铁公司的产品在某钢铁网的网价与本案无关，某钢铁公司向某电子公司主张损失是基于某电子公司在行业内的巨大影响力，导致某钢铁公司的产品在广泛范围内遭受负面影响，而某钢铁网在体量和行业影响力方面均无法同某电子公司相比。此外，某钢铁公司并不认可某钢铁网发布的全部某钢铁公司网价。该证据可以说明其他同类网站发布的网价会受某电子公司发布网价的影响，某电子公司发布不真实的网价会使得对某钢铁公司的负面评价在其他同类网站上扩大。

对于某钢铁公司、某电子公司提交的证据的认证意见，本院在说理部分结合案情一并予以阐述。

二审期间，本院委托上海市虹口北外滩多元商事调解中心对双方进行诉中商事调解，最终双方未能达成一致调解意见。在本案的委托调解程序中，上海市虹口北外滩多元商事调解中心就本案相关争议法律问题出具了《专家意见报告》。本院摘录如下部分内容：一、某钢铁公司起诉要求删除的内容其实是某电子公司对某钢铁公司产品在流通市场公开价格信息进行处理之后的结果，这些公开价格信息一方面不属于某钢铁公司通过某些法定方式所确定的不可公开价格信息，另一方面也不全部是某钢铁公司直接销售的价格信息。二、某电子公司发布的数据是对某钢铁公司产品名称的沿用，并未使用某钢铁公司的名称，不侵犯某钢铁公司的名称权。三、鉴于本案为侵权责任纠纷，故原则上应由某钢铁公司承担举证责任。四、鉴于本案二审阶段，某钢铁公司在二审谈话中主张某电子公司实施的不正当竞争行为侵犯了其公平参与市场竞争的权利，从该角度出发，某钢铁公司应尽如下举证义务：一是某电子公司实施了侵权行为——从数据准确性角度，就同一商品，某钢铁公司的实际成交数据与某电子公司发布的某钢铁公司成交数据在同一时间范围内、在同等条件下存在不合理的差异；二是某电子公司具有过错——从数据处理角度，某电子公司处理数据存在违法或者其他严重不合理的情形，例如未采取合法、正当的方式获取数据等；三是某钢铁公司公平参与市场竞争的权利遭受损害，例如失去商业交易机会、交易利润降低等；四是某电子公司的行为与某钢铁公司公平参与市场竞争的权利遭受损害之间具有因果关系。五、对于数据信息服务（含价格指数服务）的行为规范，应该以促进实体行业与数据信息服务行业的良性有序健康发展为准绳。从这个角度出发，某电子公司如能确保价格指数的完整性和可靠性，则其价格指数的发布有利于钢铁行

业的有序良性竞争，有利于钢铁制品市场体系的完善，而某钢铁公司更多可以通过优化其产品质量与性能、产品价格销售策略与产品市场体系与相对方形成良性发展的生态圈，来形成多方共赢。

双方当事人就《专家意见报告》发表了如下意见。某钢铁公司认为，第一，该报告未就某电子公司的数据质量问题进行审查论证。第二，专家作为调解组织的委派人员，仅有权就本案的相关事实进行论证，无权对一审法院认定的内容作出评价。第三，关于某电子公司采集信息的范围认定错误，某电子公司除了采集市场上的公开信息，还采集了某钢铁公司采取了一定保密措施的出厂价、代理商价等信息。第四，对于举证证明责任的分配，专家作为非法律专业人士，对于举证责任分配这一专业问题无权作出判断。第五，对于名称权，报告未对其提出的以公司名称命名和对公司名称引用两个概念作出区分。第六，报告采用的个体指数、类指数、总指数的分类方式，无任何法律或者学理依据，某钢铁公司从未认可某电子公司发布的某钢铁公司价格数据属于个体指数。某电子公司则认可《专家意见报告》的真实性、合法性、关联性，认为该意见既涉及对行业运作原理和机制的判断，又包括对法律适用的专业意见，可以作为二审审理的参考和依据。

本院经审理查明，一审查明的事实属实，本院予以确认。

根据双方当事人一审和二审提交的证据以及所作陈述，本院查明以下事实：首先，关于某电子公司采集价格的方法、渠道、对象。某电子公司主要通过部分钢厂公众号和微信群中收集、电话询问、销售合同披露三种方式采集价格，价格的提供方主要包括钢厂、贸易商、终端客户、现货交易平台等。其中，就某电子公司采集某钢铁公司产品价格的渠道，某电子公

司在二审中确认其从某钢铁公司对外发布出厂价的百余人微信群中采集过某钢铁公司产品的出厂价。其次，关于某钢铁公司对外报价的方式即价格发布机制。某钢铁公司主要通过以下两种方式发布其出厂价格。一是通过微信群发布，某钢铁公司每日主动在无入群资格审核的以客户为主的上百人的微信群，以及仅某钢铁公司与一级经销商组成的微信群中发布出厂价格。二是通过电话直接告知特定客户。最后，关于某钢铁公司对于产品价格采取保密措施的主要方法。一是某钢铁公司告知一级代理商禁止向特定第三人披露价格，二是在某钢铁公司与终端客户签署的直销合同中订入相关保密条款。

本院另查明，某电子公司属于商务部典型统计调查企业，经过国际证监会组织（IOSCO）认证，分别与国家发改委价格检测中心、国家统计局、国务院发展研究中心展开大数据合作，出台的价格指数编制准则获评“上海标准”。获评国家数据局2024年“数据要素×”典型案例。

本院再查明，某电子公司（甲方）与某钢铁公司（乙方）于2020年11月18日签订的《合作协议》第1条约定“甲方在乙方产品主要销售区域全国的建筑钢材市场行情中采集乙方的价格、成交等信息，但需在乙方产品进入市场两个月之后且确保后续资源稳定供给，乙方要为甲方提供在当地稳定的产品经销商，并满足下表要求的情况下，甲方必须每天采集乙方的价格并及时地在网站上公布”。

本院又查明，某钢铁公司于2023年8月9日向一审法院提交《专家证人出庭作证申请书》，该申请书中载明申请的依据是《民事诉讼法》第八十二条，申请书后附相关人员的身份信息和承诺书。某钢铁公司于2023年6月26日向一审法院提交《申请书》，请求一审法院责令某电子公司停止在其运营的某

网站、APP、数据平台等对外公开渠道中发布所有关于某钢铁公司的信息（包括名称、价格、产品等信息）。某钢铁公司于2023年8月22日向一审法院提交《撤诉申请书》。

本院认为，企业数据的保护与个人数据、公共数据的保护不同，应遵循依法、合理、正当、有效利用的原则。数据处理者对市场中采集加工的，不涉及个人信息和公共利益的企业数据，享有依法依规持有、使用、获得收益的权益。数据处理者的数据加工使用权与数据来源者的数据资源持有权并不必然存在冲突。企业产品的价格数据通常情况下具有公开属性。数据来源者没有充分证据证明其对产品的价格数据采取保密措施，数据处理者无法从市场中获取，以其数据权益具有优先性为由，主张排除数据处理者采集、加工、使用的，人民法院不予支持。

本案中，某钢铁公司主张某电子公司侵害了其多种权利。其中，关于数据权益被侵害一节，某钢铁公司主张某电子公司未经其同意，采集、使用其价格数据的行为，侵害了某钢铁公司作为数据来源者的数据权益。本院认为，某钢铁公司的出厂价属于企业公开数据，不涉及商业秘密。某钢铁公司作为数据来源者，对于出厂价享有数据资源持有权。该权益并不优先于某电子公司作为数据处理者享有的数据加工使用权。对于某电子公司正当采集和合理使用的行为，某钢铁公司负有容忍义务。因此，某电子公司采集、使用、加工数据的行为并未侵害某钢铁公司的数据权益，本院对某钢铁公司的该主张不予支持。此外，某钢铁公司主张其公平参与市场竞争权利、商誉权、名称权亦被某电子公司侵害，一审法院存在程序错误等观点，本院均难以支持，具体理由分述如下。

#### 一、关于数据权益的侵权责任认定

某电子公司是否侵害了某钢铁公司的数据权益，需要从各主体享有的数据权益内容、侵权行为、损害后果、主观过错和因果关系等方面展开分析。

#### （一）本案涉及的数据权益

《民法典》第一百二十七条明确对数据权益进行保护。

《中华人民共和国数据安全法》第三条第一款规定，数据是指任何以电子或者其他方式对信息的记录。由此可见，数据是对反映客观事物内容的信息进行记载和表现，是信息的载体。本案涉及的某钢铁公司产品出厂价和代理商价、某电子公司发布的网络价格、钢材交易链上的交易合同价格等均可归入数据的范畴，承载着数据权益。

现行法律对数据权益进行了部分规范，例如针对承载着个人信息的数据，《中华人民共和国个人信息保护法》规定了知情同意规则等。然而，数据在现实中存在多种类型。根据持有主体的不同，数据分为公共数据、企业数据、个人数据等。根据数据加工程度的不同，数据分为原始数据、数据衍生产品等。根据访问权限的不同，数据分为公开数据、半公开数据、非公开数据等。现行规范不能完全覆盖所有类型数据的权益保护问题。数据的生命周期涉及收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开等诸多环节，涉及多方主体的权益。作为一种新型、内容具有复合性的民事权益，数据权益并不简单等同于物权、知识产权等既有权利，故平面化的单一赋权方式未必适用于数据确权。

《中共中央、国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》（即“数据二十条”）为了促进数据合规高效地流通使用，对数据来源者、数据处理者等各参与主体的数据权益进行了明确，设置了数据资源持有权、数据加工使用

权、数据产品经营权等数据权益，采用分级分类确权授权的方式建立数据产权结构性分置制度，为数据权益系统性的保护提供了指引。相关概念的确定和权利配置方式可为本案的处理提供重要参照。

本案中，某电子公司作为数据处理者，采集汇总包括某钢铁公司产品的出厂价、代理商价在内的原始数据，经过内部算法技术对原始数据进行加工，从而产出数据衍生产品。

关于原始数据中的出厂价。某钢铁公司作为钢材的生产销售商，出厂价是其在经营主营业务过程中产生的数据，故某钢铁公司对出厂价享有数据资源持有权，既可自行对数据进行加工使用，也可从数据的流通交易中获取收益。判断某电子公司采集、加工、使用出厂价是否需要某钢铁公司的同意，本质是分析某钢铁公司对于出厂价的数据资源持有权，是否可以限制或者排除某电子公司对于出厂价的数据加工使用权。换言之，同一数据上的数据来源者权利和数据处理者权利是否存在冲突，如果存在冲突，则应该优先保护谁。

关于原始数据中的代理商价。根据某钢铁公司的表述，该数据是在某钢铁公司产品出厂后的下游交易链条中产生，并无证据显示某钢铁公司直接参与了该数据的产生、发布，故难以认定某钢铁公司对于代理商价享有何种可能产生排他性或者限制他人采集使用的数据权益。因此就代理商价而言，无需探讨某电子公司的采集、加工、使用可能侵犯某钢铁公司数据权益的问题。

关于数据衍生产品。某电子公司采集相关原始价格数据后，通过算法进行计算，从而得出的网络价格，系某电子公司生产的数据衍生产品，某电子公司对其享有数据产品经营权。某钢铁公司在本案中并未主张其就数据衍生产品享有数据权

益，而是主张该数据衍生产品存在数据质量问题，其公平参与市场竞争的权利、商誉权、名称权受损，本院在后续关于其他权利的侵权责任认定部分另行分析。

（二）某电子公司是否存在侵害某钢铁公司数据权益的行为

某钢铁公司数据权益的客体是其产品的出厂价数据，在涉案的钢铁交易链条中属于原始数据。针对此项数据，某电子公司进行了采集、加工、使用，属于数据处理者，其行使了数据加工使用权；而某钢铁公司则属于数据来源者，享有数据资源持有权。综合分析数据类型、采集方式等案件具体情况，本院认为，就出厂价数据，某钢铁公司和某电子公司可同时行使各自数据权益，某电子公司的采集、加工、使用行为并不会侵害某钢铁公司的数据来源者权益，主要理由如下。

#### 1. 某钢铁公司的出厂价数据属于企业公开数据

根据本院查明的事实可知，对于出厂价，某钢铁公司对外的报价方式中包括在微信群中定期主动报送。报价微信群主要是以客户为主的人数达到数百人的微信群，和与一级经销商组建的人数在十至三十人左右的微信群。其中数百人的微信群并未设置入群资格审查和身份限制。虽然某钢铁公司后续否认在数百人微信群中报价，但是并未提交证据推翻其在先陈述，故本院对某钢铁公司的否认不予采纳。除了报价媒介具有公开性外，某钢铁公司在报价时并未禁止群成员对外再传播出厂价，故钢铁行业的各参与主体即便不在微信群中也可获取某钢铁公司的出厂价。何况，企业的价格数据通常具有公开透明、自由流通的特点，某钢铁公司认为出厂价数据是商业秘密，有违市场的常识常理，本院难以认同。因此，可以认定某钢铁公司的出厂价数据属于企业公开数据。

## 2. 某钢铁公司并未对出厂价数据设置事前保密措施

某钢铁公司在发布出厂价数据时，既未声明报价仅限于微信群成员或者禁止报价在微信群外的再传播，亦未设置访问出厂价数据的技术限制措施。即便采信某钢铁公司部分一级经销商出具的《情况说明》证据，也难以认定某钢铁公司对价格数据采取了保密措施。《情况说明》的内容表明，某钢铁公司在本案纠纷发生后，要求部分一级经销商不再向某电子公司提供出厂价数据。暂且不论该单方声明是否可对经销商产生法律上的约束力，某电子公司仍可从数百人的微信群、微信群中的群成员或者其他未作声明的经销商处获取出厂价。故某钢铁公司主张的保密措施属于事后的阻断措施，并不能有效阻隔某电子公司获取某钢铁公司的出厂价数据。

3. 在《合作协议》签订前和履行中阶段，某钢铁公司的行为表明其对于某电子公司采集、加工、使用出厂价数据存在合理预期，足以让某电子公司对此产生合理信赖

某电子公司在《合作协议》签署前，在其运营的网站和平台上即发布了冠以某钢铁公司产品名称的数据衍生产品，即某钢铁公司产品的网络价格。《合作协议》中关于某电子公司数据采集的约定，也并非授权许可数据采集，而是约定某电子公司负有积极地在全国市场范围内采集某钢铁公司产品数据的合同义务。某钢铁公司在合同关系成立前和履行中均未对某电子公司采集数据的授权许可问题向某电子公司提出异议，故某电子公司有理由相信某钢铁公司早已知晓其采集并使用了某钢铁公司的出厂价，且某钢铁公司对此持默许的态度。某钢铁公司在二审中陈述，若某电子公司发布的数据衍生产品真实且客观，其不会提起本案诉讼。该陈述内容亦可以从侧面说明某钢铁公司对于其出厂价数据被采集、加工、使用存在合理预期。

#### 4. 某电子公司采集方式适当

某电子公司采集某钢铁公司出厂价的方式是否适当，主要从采集行为是否侵害了某钢铁公司对于出厂价的在先权利的角度进行判断。某钢铁公司主张出厂价属于其商业秘密。根据《中华人民共和国反不正当竞争法》（以下简称《反不正当竞争法》）第九条第四款的规定，商业秘密是指不为公众所知悉、具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的技术信息、经营信息等商业信息。然而，如前所述，某钢铁公司对于出厂价并未采取有效的保密措施，故出厂价不具备商业秘密要求的秘密性和保密性，不属于某钢铁公司的商业秘密。某电子公司通过公开渠道采集出厂价，并未实施诸如破坏计算机信息系统安全的暴力采集行为，故可以认定某电子公司采集某钢铁公司出厂价的方式适当。

#### 5. 某电子公司使用方式合理

关于某电子公司加工、使用某钢铁公司出厂价数据是否合理，需要从某电子公司是否损害了某钢铁公司对于出厂价数据的核心利益角度进行判断。目前，出厂价数据对于某钢铁公司而言，是钢材产品交易中的副产品。没有证据证明某钢铁公司直接通过交易出厂价而获利。然而某电子公司并不从事钢材产品的交易，而是加工、使用出厂价等原始数据形成数据衍生产品，通过提供数据衍生产品服务盈利，故某钢铁公司和某电子公司对于出厂价数据的期待利益不同，某电子公司的加工、使用行为并未影响某钢铁公司对于出厂价的核心利益，更为重要的是也未影响到国家利益和社会公共利益，故应当认定为对出厂价的使用在合理范围之内。

#### 6. 数据应当在流通中释放最优价值

作为新型生产要素，数据不同于传统的生产要素，它无需依附于客观可视的物理实体，具有非消耗性、非排他性、非稀缺性和易复制性的特点。数据不必然受制于传统民法的权能拘束，易于流通，可被多方主体复制和利用，重复使用并不必然造成数据自身价值的折损。持有并使用数据固然是数据价值实现的基本方式，但实现数据价值最大化的方式是数据的汇集、流通和再利用。从目前国际上有关数据的立法来看，企业间数据共享已成为趋势。本案中，某电子公司对出厂价数据的加工和使用，并未剥夺某钢铁公司对于出厂价数据的持有，反而是汇集并释放了出厂价数据的价值。倘若将某钢铁公司对于企业公开数据的数据资源持有权解释为具有排他性的绝对支配权，为他人的加工和使用设置门槛，则会阻碍数据的流通和使用，人为地制造“数据孤岛”，不利于数据要素潜能的激活和数字经济的发展。

综合考量上述因素，本院认为，本案中某钢铁公司的数据资源持有权和某电子公司的数据加工使用权之间并不存在权利冲突，自然也谈不上优先保护何种权利的问题。某钢铁公司作为数据来源者，不能要求某电子公司停止对其公开企业数据的采集、加工、使用。某电子公司的采集、加工、使用行为也并未侵害某钢铁公司对其出厂价的数据权益。

（三）某电子公司侵害某钢铁公司数据权益的损害结果、主观过错、因果关系要件均无法成立

某钢铁公司对于其发布的出厂价数据享有数据资源持有权，该权益的权能包括要求第三人不得干扰其对数据资源的稳定持有状态和秩序。权益受损一方面可能是经济损失，另一方面也可能表现为该状态或秩序被打破。本案中，因为某钢铁公司的出厂价数据属于企业公开数据，某钢铁公司对于数据资源

的持有并不排他，某电子公司正当获取和合理使用的行为并未事实上影响或者剥夺某钢铁公司对于出厂价数据的持有状态，某电子公司也未对某钢铁公司造成相应的经济损失，故某电子公司并未损害某钢铁公司的数据资源持有权。因此，难以认定某电子公司的数据采集、加工、使用行为对某钢铁公司造成了损害后果。

主观过错的认定需要以行为人知道或者应当知道其实施的客观行为具备违法性为前提。本案中，根据前述分析可知，某钢铁公司的行为足以令某电子公司对某钢铁公司默许其采集、加工、使用出厂价产生合理信赖，且某钢铁公司在纠纷产生前并未就某电子公司的上述行为提出异议，故某电子公司不存在通过实施采集、加工、使用出厂价数据侵害某钢铁公司数据权益的主观过错。

因果关系的成立建立在侵权行为和损害结果均客观存在的前提下，本案中侵犯数据权益的行为和损害结果均不存在，故因果关系当然不成立。

综上所述，某电子公司就某钢铁公司出厂价行使数据加工使用权并未侵害某钢铁公司的数据资源持有权等数据权益，两种权益的行使互不干涉，某钢铁公司提出的数据来源者权益优先的主张，并无合理依据，本院不予采纳。

## 二、关于某钢铁公司主张其他权利的侵权责任认定

某钢铁公司提出，某电子公司发布的冠以某钢铁公司品牌名称的网络价格不真实、不客观、不公允，该数据衍生产品存在数据质量问题，同时侵害了某钢铁公司作为市场参与者的公平竞争权、作为商事主体的商誉权和作为法人的名称权。尽管某钢铁公司主张的三种权利客体不同，但前述主张中的侵权行为指向是同一的，即某电子公司发布的数据衍生产品存在数据

质量问题。因此，应首先判断数据质量问题是否客观存在，再从侵权四要件论证的角度分别判断某电子公司是否需要承担侵权责任。

#### （一）某电子公司数据衍生产品是否存在质量问题

某电子公司在处理原始数据和发布数据衍生产品的过程中应当遵守诚实信用原则，履行保障数据质量的基本注意义务。尤其是在数据衍生产品与某钢铁公司的品牌名称直接关联的情况下，数据衍生产品的质量对某钢铁公司产品交易链上的各参与主体均会产生影响，某电子公司应当就数据衍生产品质量问题对相应的主体承担责任。根据本案中查明的相关情况，尚难以认定某电子公司的数据衍生产品存在数据质量问题，主要理由如下。

##### 1. 在案证据不足以证明涉案数据衍生产品存在数据质量问题

本案中，某钢铁公司主张某电子公司公布的冠以某钢铁公司品牌名称的数据衍生产品存在质量问题。对此，某钢铁公司需承担证明责任。考虑到可直接证明某电子公司数据质量的算法由某电子公司控制，且属于某电子公司的商业秘密，某钢铁公司至少应提交能对某电子公司数据衍生产品质量产生足够怀疑的初步证据。至于某钢铁公司主张的本案应当采用举证责任倒置，本院认为，举证责任倒置将实质上产生与免除某钢铁公司举证责任相接近的效果，对证明责任和侵权责任的承担均产生直接影响，须由法律明确予以规定。故本院对某钢铁公司的该节主张不予采纳。

关于某钢铁公司主张某电子公司存在数据质量问题，本院结合其提交的证据及证明力进行评析。

其一，某钢铁公司的论证方式存在欠缺。某钢铁公司主要通过将自身产品的相关数据与某集团公司产品的相关数据进行对比的形式，试图证明某电子公司的数据处理存在采集价格与市场价不相符，采集数据的范围、频次、渠道不统一，采集样本不充分，数据来源不明，数据的选择和调整标准不统一等问题，以至于发布的数据衍生产品存在与客观情况不相符的质量问题。对此，本院认为，即便采纳某钢铁公司提交的证据，也不足以对数据衍生产品质量问题产生足够怀疑。具体而言，某钢铁公司仅选择与某集团公司的相关数据进行对比，对比对象单一，可比性不足。虽然两家公司在经营地、产品种类等方面存在一定的相似度，但尚无证据表明两家公司的钢材质量、生产成本、销售渠道、交易行情等相同或高度相似，故该对比方式的论证基础即存在欠缺。

其二，对比数据的可靠性、真实性、代表性难以确认。某钢铁公司列出的自身产品市场价，包括市场代理商厂发主流价、非代理商主流价，需要汇总相关产品在特定期间内在市面上存在的全部价格，经过计算，得出所谓的主流价。但是某钢铁公司直接将极个别代理商或者非代理商的单次报价作为主流价，与常理相悖。至于某集团公司产品的主流价，某钢铁公司并未提交全部的数据来源，遑论有效证明该价格可以客观反映某集团公司产品的市场主流价格。而市场成交价，某钢铁公司并未提交相应的买卖合同加以证明该价格的真实性。此外，某钢铁公司选取的对比时间有限，且对比结果缺少规律性。故某钢铁公司提供的证据不足以初步证明某电子公司发布的冠以某钢铁公司品牌名称的数据衍生产品可能存在长期、普遍、明显的失真问题。

其三，相关证据的关联性存在欠缺。某钢铁公司通过列举某电子公司公布的数据衍生产品受到多家钢铁企业抵制，某钢铁公司订立的合同不参考某电子公司发布的冠以某钢铁公司品牌名称的数据衍生产品等事实，来证明某电子公司存在数据衍生产品质量问题。对此，本院认为，并无证据证明某电子公司的数据衍生产品已经形成了市场垄断，在钢材交易中具备强制使用或参照的市场地位。数据衍生产品的使用与否是相关主体的意思自治，无法直接证明某电子公司数据衍生产品存在质量问题。

其四，如前述分析，某电子公司对于数据衍生产品享有数据产品经营权。数据衍生产品对于某电子公司而言，是创造营收、形成市场影响力的主要竞争力。某电子公司保持竞争力的重要方法是保证数据衍生产品的质量，从而赢得市场的选择和信赖。如果某电子公司的数据衍生产品长期存在如某钢铁公司所说严重质量问题，就意味着其核心竞争力与市场评价的下降，众多钢铁交易链中的参与者将以“用脚投票”的方式对某电子公司作出评价。因此，一审法院认为某电子公司数据衍生产品的质量可以通过市场竞争的方式进行检验，具备合理性。

最后，根据本院已经查明的事实，某电子公司属于商务部典型统计调查企业，经过国际证监会组织（IOSCO）认证，分别与国家发改委价格检测中心等展开大数据合作，出台的价格指数编制准则获评“上海标准”等，亦可以印证其数据质量的可靠程度具有高度盖然性。

## 2. 本案中无需启动对某电子公司算法的主动审查

某钢铁公司主张某电子公司算法未备案，不接受任何监督的事实可以证明其数据衍生产品存在数据质量问题。并据此在二审中申请法院主动调查某电子公司算法。

首先，关于某电子公司算法备案的问题。本院认为，根据国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部、国家市场监督管理总局发布的《互联网信息服务算法推荐管理规定》第二十四条第一款的规定，具有舆论属性或者社会动员能力的算法推荐服务提供者应当在提供服务之日起十个工作日内通过互联网信息服务算法备案系统填报服务提供者的名称、服务形式、应用领域、算法类型、算法自评估报告、拟公示内容等信息，履行备案手续。就何为具有舆论属性或者社会动员能力，国家互联网信息办公室和公安部发布的《具有舆论属性或社会动员能力的互联网信息服务安全评估规定》第二条进行了列举。本案所涉算法不具有舆论属性或社会动员能力，故无需备案。在无需备案的情况下，算法不披露与数据质量问题之间不具备关联性，故本院对某钢铁公司的该主张不予采纳。

其次，关于某钢铁公司向法院申请调查某电子公司算法的问题。本院认为，在某钢铁公司未能初步举证某电子公司数据衍生产品存在质量问题的情况下，考量到某电子公司已经提交了算法运行的说明，该申请缺乏必要性，本院予以驳回。

最后，某电子公司不存在《证据规定》第九十五条规定的控制证据无正当理由拒不提交的证明妨碍情形，故某钢铁公司主张的应当采纳其提出的某电子公司数据衍生产品存在质量问题的主张为真，无事实和法律依据，本院不予采纳。

综上，某钢铁公司提交的证据无法对数据衍生产品的质量存在问题产生足够怀疑的效果，结合某电子公司提交的数据衍

生产品生产过程的说明，本院认为，某钢铁公司提出的某电子公司存在数据质量问题的主张没有充分事实依据。

（二）关于公平参与市场竞争权利、商誉权、名称权的侵权责任能否成立

1. 无法认定某电子公司存在侵害前述三种权利的行为

关于侵权行为的认定，本院认为根据某钢铁公司主张的三种不同权利分别进行分析。

（1）某钢铁公司公平参与市场竞争权利

某钢铁公司主要依据《反不正当竞争法》第八条来主张侵权责任，该主张成立的前提是某钢铁公司与某电子公司之间存在竞争关系。对此，本院认为，某钢铁公司与某电子公司的主营业务不同，在交易环节中的角色亦不相同，并不成立直接竞争关系。而公平参与市场竞争的权利是由《反不正当竞争法》保护的原则性权利。某钢铁公司应当举证证明某电子公司的被诉侵权行为影响了其正常的市场经营，破坏了钢材交易市场的竞争秩序。其中的典型表现是某电子公司的侵权行为对某钢铁公司造成了实质性的替代，即降低某钢铁公司原本的市场份额，削减某钢铁公司的竞争优势。然而，某钢铁公司提供由下游经销商在本案二审中出具的说明等证据，不能够直接证明其主营业务的开展被实际影响。

至于某钢铁公司提及的《反不正当竞争法》第八条，该条规定的是经营者禁止作虚假或者引人误解的商业宣传。商业宣传行为包括商业广告和商业广告之外的商业宣传。其中，后者主要包括在营业场所内对商品进行演示说明、上门推销、召开宣传会等。本案中，某电子公司发布数据衍生产品的行为属于正常的经营行为，并不属于对商品的商业宣传行为。此外，该条规定的商业宣传行为是指内容虚假或者引人误解，欺骗、误

导消费者，或者有欺骗、误导消费者的可能。本案中即便将某电子公司发布数据衍生产品的行为扩大解释为商业宣传行为，根据前述分析，没有充分证据证明某电子公司的数据衍生产品存在质量问题，故不存在内容虚假或者引人误解的情形，更未欺骗、误导消费者。

综上分析，本院难以认定某电子公司存在侵害某钢铁公司公平参与市场竞争权利的行为。

### （2）某钢铁公司的商誉权

根据《反不正当竞争法》第十一条的规定，经营者不得编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商业声誉。首先，本案中并没有证据证明某电子公司发布的数据衍生产品与某钢铁公司产品价格的客观实际情况存在严重不相符的情形，或对某钢铁公司产品的消费者产生了误导。其次，某钢铁公司并未举证证明其企业形象、市场评价在某电子公司数据衍生产品的发布前后出现了何种重大差异。故本院无法认定某电子公司具有侵害某钢铁公司商誉权的行为。

### （3）某钢铁公司的名称权

《民法典》第一千零一十三条和第一千零一十四条规定了法人的名称权。本案中，某钢铁公司主张某电子公司存在盗用其名称的侵权行为。对此，本院认为，盗用是指未经名称权人同意或者授权，擅自以名称权人的名称实施有害于他人或者社会的行为。判断盗用是否存在的关键是侵权人的行为是否让他人误以为名称权人同意或者授权侵权人以其名义从事民事活动。本案中，某电子公司发布的针对某钢铁公司的数据衍生产品虽然冠以某钢铁公司名称，但是某电子公司是以自身的名义经营数据衍生产品，并未使得该数据衍生产品的交易相对方误

以为是某钢铁公司向其提供数据衍生产品。故某钢铁公司主张的盗用情形并不存在。

此外，虽然某电子公司发布的数据衍生产品冠以某钢铁公司的品牌名称，但是某电子公司使用某钢铁公司的名称并不涉及单独使用名称直接获利的情形。而是通过将产品名称与数据衍生产品绑定，直观地描述某钢铁公司产品在钢材市场中的价格情况和走向，故某电子公司使用某钢铁公司的名称是对客观事实的描述，属于合理使用的范围，并不存在违法侵害某钢铁公司的名称权的情形。

2. 前述三种权利侵权责任的损害结果、主观过错、因果关系要件均不成立

关于公平参与市场竞争权利、商誉权、名称权被损害的后果。某钢铁公司主张某电子公司数据衍生产品质量问题导致其下游的交易量和利润受损，损害了某钢铁公司与客户的关系，导致某钢铁公司的交易机会损失。对此，本院认为，对于实际损失，某钢铁公司应当举证证明某电子公司在公布冠以某钢铁公司品牌名称的数据衍生产品前后，其经销商或客户流失、订单量下滑、合同价磋商或出厂报价被影响等客观事实的存在。然而，某钢铁公司的举证均不能直接反映出其正常经营被影响，故本院对某钢铁公司主张的损害结果不予采纳。

关于主观过错。某钢铁公司主张在其告知某电子公司数据衍生产品质量问题之前，某电子公司存在重大过失。告知后，某电子公司仍然发布失真的数据衍生产品体现了主观故意。本院认为，即便是某钢铁公司告知了某电子公司数据质量存在问题，根据前述分析，该问题并未实际存在。某钢铁公司的单方告知并不意味着某电子公司存在明知其行为侵害了某钢铁公司合法权益而仍然为之的主观故意，或者未履行必要的注意义务

的重大过失。更何况前已述及，某电子公司作为数据衍生产品的发布平台，数据的准确性关乎企业发展，其主观上没有发布失真数据的动机。因此，故某钢铁公司主张某电子公司存在主观过错不成立。

至于因果关系，因侵权行为和损害结果均不成立，因果关系自然无从提起。

综上，某钢铁公司主张的某电子公司存在数据衍生产品质量问题并无证据证明实际存在，某钢铁公司主张的公平参与市场竞争权利、商誉权、名称权均未受到某电子公司被诉侵权行为的侵害，一审法院认定某电子公司未侵权的结果并无不当，本院予以维持。

### 三、关于一审程序是否存在违法的认定

关于某钢铁公司主张的一审法院程序违法问题，本院经审查，认为某钢铁公司的该主张无事实和法律依据，故不予采纳。

第一，关于某钢铁公司主张的一审法院拒绝其申请具有专门知识的人出席庭前会议的问题。根据《民诉法解释》第一百二十二条规定，应当由法院作出是否准许某钢铁公司的上述申请的决定。法院可以从该具有专门知识的人出席庭审对查明案件事实的必要性角度进行判断，从而决定是否准许该申请。一审法院综合考量后未准许该申请，并不构成程序违法。

第二，关于一审法院未准许某钢铁公司申请行为保全的问题。《民事诉讼法》第一百零三条第一款规定，人民法院对于可能因当事人一方的行为或者其他原因，使判决难以执行或者造成当事人其他损害的案件，根据对方当事人的申请，可以裁定对其财产进行保全、责令其作出一定行为或者禁止其作出一定行为；当事人没有提出申请的，人民法院在必要时也可以裁

定采取保全措施。申请人应提交初步证据表明申请人的合法权益正在或者将要受到被申请人的侵害，如不采取行为保全将给申请人造成损害或者损害扩大，法院经审查后方可裁定对被申请人采取行为保全措施。本案中，某钢铁公司在申请行为保全时，并未提交证据证明行为保全的必要性和紧迫性，故一审法院根据事实和法律不予准许该申请，并无程序违法问题。

第三，关于一审法院不准许某钢铁公司撤诉的问题。《民事诉讼法》第一百四十八条第一款规定，宣判前，原告申请撤诉的，是否准许，由人民法院裁定。故本案中，即便某钢铁公司申请了撤回一审起诉，但是否准许由一审法院决定。一审法院综合案件审理情况和案件的争议性质等多方面因素，并未准许某钢铁公司的撤诉申请，以判决形式结案，符合法律规定，并无程序违法之处。

综上，某钢铁公司的上诉理由均不能成立，应予驳回。一审判决认定事实清楚，结果正确，应予维持。据此，依照《中华人民共和国民法典》第一百二十七条、第一千零一十三条、第一千零一十四条、第一千一百六十五条第一款、第一千一百六十七条，《中华人民共和国数据安全法》第三条第一款，

《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条、第九条第四款、第十一条，《中华人民共和国民事诉讼法》第一百零三条第一款、第一百四十八条第一款、第一百七十七条第一款第一项，

《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》第一百二十二条规定，判决如下：

驳回上诉，维持原判。

二审案件受理费 80 元，由上诉人某钢铁有限公司负担。

本判决为终审判决。

审 判 长      张 新

审 判 员 李非易

审 判 员 杨怡鸣

二〇二四年六月十九日

法官助理 刘子娴

书 记 员 李炳瑶

附：相关法律条文

### 一、《中华人民共和国民法典》

第一百二十七条法律对数据、网络虚拟财产的保护有规定的，依照其规定。

第一千零一十三条法人、非法人组织享有名称权，有权依法决定、使用、变更、转让或者许可他人使用自己的名称。

第一千零一十四条任何组织或者个人不得以干涉、盗用、假冒等方式侵害他人的姓名权或者名称权。

第一千一百六十五条行为人因过错侵害他人民事权益造成损害的，应当承担侵权责任。

.....

第一千一百六十七条侵权行为危及他人人身、财产安全的，被侵权人有权请求侵权人承担停止侵害、排除妨碍、消除危险等侵权责任。

### 二、《中华人民共和国数据安全法》

第三条本法所称数据，是指任何以电子或者其他方式对信息的记录。

.....

### 三、《中华人民共和国反不正当竞争法》

第八条经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

经营者不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。

第九条……

本法所称的商业秘密，是指不为公众所知悉、具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的技术信息、经营信息等商业信息。

第十一条经营者不得编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。

四、《中华人民共和国民事诉讼法》

第一百零三条人民法院对于可能因当事人一方的行为或者其他原因，使判决难以执行或者造成当事人其他损害的案件，根据对方当事人的申请，可以裁定对其财产进行保全、责令其作出一定行为或者禁止其作出一定行为；当事人没有提出申请的，人民法院在必要时也可以裁定采取保全措施。

……

第一百四十八条宣判前，原告申请撤诉的，是否准许，由人民法院裁定。

……

第一百七十七条第二审人民法院对上诉案件，经过审理，按照下列情形，分别处理：

（一）原判决、裁定认定事实清楚，适用法律正确的，以判决、裁定方式驳回上诉，维持原判决、裁定；

……

五、《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》

第一百二十二条当事人可以依照民事诉讼法第八十二条的规定，在举证期限届满前申请一至二名具有专门知识的人出

庭，代表当事人对鉴定意见进行质证，或者对案件事实所涉及的专业问题提出意见。

具有专门知识的人在法庭上就专业问题提出的意见，视为当事人的陈述。

人民法院准许当事人申请的，相关费用由提出申请的当事人负担。