

日报, 以及邮件等方式向其订阅用户推送了“蚂蚁微贷公司新增清算组成员应君”的信息, 并将该等信息的风险级别列为“警示信息”。蚂蚁金服方面认为, 该信息与客观数据和事实均不相符, 故而以涉嫌不正当竞争将企查查告上了法庭, 并提出了民事诉讼以及诉前行为保全的申请。

杭州互联网法院在受理案件后组织双方进行听证, 最终法院裁定企查查公司立即停止发送相关信息的行为, 以及立即进行事实澄清的行为具有紧迫性和必要性, 发布了法院成立近 2 年来的第一个诉前行为保全。

此次企查查与天眼查间的纠纷, 据北京海淀法院通报, 天眼查广告语“查公司、查老板、查关系”应受法律保护。企查查与天眼查为同行业竞争者, 企查查在宣传产品及服务时非但未进行避让, 反而使用相同以及类似用语。结合天眼查与企查查均系企业信息查询服务“头部”企业, 企查查被申请行为的持续情况, 以及在听证过程中明确不予停止部分行为等因素, 如不作出行为保全裁定将导致天眼查受到难以弥补的损害。

企查查抗辩称“三查”系描述产品和服务功能的有限表达, 双方广告画面完全不同, 不会使用户产生混淆等。对此, 法院也有明确意见认为, 广告是市场经营主体在经营活动中宣传推广产品或服务、提升知名度的重要途径。对于经营者所独创的简洁凝练、明白易懂、朗朗上口并能体现其产品特色的广告语, 经过其使用宣传而获得显著性特征, 相关公众能够通过广告语识别产品

据 QuestMobile 数据显示, 天眼查活跃用户量保持在千万级水平,

并长期是企查查 3 倍以上。

来源时, 该广告语可以成为指代产品来源的商业标识, 相应市场主体对该广告语享有应受法律保护的权益。

《新民周刊》查询企查查网站发现, 截至发稿前, 其官网的广告依旧是“查公司、查老板、查关系”。商标法律顾问柯晓军对《新民周刊》表示, 虽然他还没看到此次禁令的法律文书, 但一般情况下是不可以不执行的。这意味着, 即使企查查申请了复议, 复议期间也不影响禁令生效。

天眼查领跑国内商查行业

回顾商业信息查询的市场发现, 天眼查、企查查、启信宝等均成立于 2014 年。2016 年之前, 整个市场还在培育发展阶段, 呈现“三足鼎立”的状态, 自 2017 年, 这种市场格局被打破, 天眼查“一枝独秀”的地位逐步凸显。

2017 年底, 天眼查开启商业化之后当年就实现了盈利, 并于 2017 年 3 月获得了由国家发改委和财政部等五大部委共同设立的国家发展基金

领投的 1.3 亿元 A 轮融资。2019 年 4 月, 央行重启征信备案, 天眼查还成为首批获得资质的三家企业之一。随后, 天眼查又获得华为手机预装“超级 App”身份, 从一开始 P30 全线扩展到 Mate 系列和 P 系列全线, 与商务人群的定位非常符合。

虽然广告语被抄袭分流了一部分用户, 但天眼查的行业老大地位依旧十分稳固。据 QuestMobile 数据显示, 天眼查活跃用户量保持在千万级水平, 并长期是企查查 3 倍以上。即使是 2020 年春节低谷期, 天眼查月活用户为 865 万, 是企查查的 3.63 倍。就在春节前, 天眼查的月活用户甚至比企查查多了 820 万。

事实上, 天眼查并未局限于“查公司、查老板、查关系”, 而是随着业务场景的不断深化, 围绕着“开公司”, 在企业服务领域, 支持企业在“不出门、不接触”的情况下完成工商代办、商标注册、财税代办等业务, 广告语也随之升级为“查公司, 开公司, 就用天眼查”。

此次北京海淀法院高调宣布支持天眼查, 对企查查实施诉讼禁令, 再次传递了国家保护知识产权、净化营商环境的决心和态度, 明确了特定广告语作为商业标识的可保护性, 对于用心做品牌、做产品的企业来说, 是一个非常积极利好的信号。对于起步较晚的国内商查领域, 也是一个积极信号, 使其有更好的发展前景。[E]

下图: 双方广告语对比。

