

两大头部企业“扯头花”近4年

家居设计软件行业产权保护和创新亟待加强

日前,最高人民法院就杭州群核信息技术有限公司(以下简称“群核科技”)侵害了广东三维家信息科技有限公司(以下简称“三维家”)计算机软件著作权及不正当竞争纠纷案作出终审判决,最终驳回群核科技上诉,维持原判,三维家获得胜诉。

由于双方两家公司均是家居设计软件领域的头部企业,彼此之间这起拉锯近4年的侵权纠纷在行业内引起不小的讨论波澜。针对此次诉讼结果,记者近日通过电话、邮件等方式分别向群核科技、三维家等方面发起采访。截至发稿前,两家公司暂未作出正式回应。

■新快报记者 梁茹欣



■VCG图

关注

家居建材消费纠纷成投诉热点 工期延误、货不对板乱象频现

新快报讯 记者梁茹欣报道 近日,中国消费者协会发布“2023年上半年全国消协组织受理投诉情况分析”。数据显示,今年上半年,全国消协组织共受理消费者投诉615365件,家装建材行业投诉成为其中热点问题之一。

从整体来看,投诉量最多的是售后服务问题、合同问题,以及质量问题,占比分别为36.77%、23.68%、19.04%。与2022年上半年相比,今年上半年售后服务、价格问题投诉比重上升较多,合同、质量问题投诉比重下降明显,其余类投诉变化幅度较小。

在家居建材领域,前6个月房屋及建材类投诉量为16342件,投诉比重为2.66%,在商品大类方面位居第六位;房屋装修及物业服务类投诉量为10344件,投诉比重1.68%,在服务大类方面排名第八位。在具体商品投诉中,家具类投诉量为13935件,同比上升11.44%,投诉量居第八位。

中国消费者协会针对家装建材行业投诉情况分析称,今年以来,随着家装建材行业蓬勃发展,相关领域消费纠纷也大量增加。家装领域消费纠纷普遍存在案件复杂、调解难度大等特点。一是装修工期延误,如经营者不按合同约定时间交付家具产品或不按约定时间施工。二是全屋定制家具货不对板,如家具成品的尺寸、款式、颜色与合同约定和设计图不符。三是家装材料以次充好,以普通材料冒充环保材料。如宣称家装材料为“欧标”,但实际上并无相关具体标准。四是家具建材卖场以约定或单方声明排除法定责任。如卖场内商家跑路,卖场以消费者未直接与其签订购买合同为由,拒绝承担柜台出租者义务。

1 家居设计软件部分代码是否受保护?

根据三维家公开的终审判决书节选内容,法院判定,群核科技侵害了“三维家家居web3D设计软件V2.0”中7个涉案权利软件著作权,要求群核科技赔偿三维家经济损失21万元、合理维权费用6万元,合计27万元。据悉,三维家于2015年3月对外发布该软件并进行了计算机软件著作权登记。而涉案的七个权利代码文件为实现线框图功能的核心代码,能够绘制场景的线框图。

记者梳理时间线发现,两家公司围绕软件著作权侵权及不正当竞争等方面展开数次诉讼交锋,最早可以追溯到2019年8月。当时,群核科技通过发明人及专利权人刘某对其授予专利号“201510075889.4”独占许可的方式对三维家发起相关诉讼。

2020年1月,三维家起诉群核科技软

件著作权侵权及不正当竞争。三维家方面主张,群核科技旗下平台酷家乐推出的在线设计软件直接抄袭、复制、使用三维家权利代码,并通过信息网络向公众提供代码且未表明三维家的开发者身份,涉嫌擅自修改软件源代码等。2022年3月,广州知识产权法院一审判决群核科技侵权事实成立。2022年7月,群核科技不服一审判决结果,上诉至最高人民法院。2023年6月28日,最高人民法院维持一审判决。

随着信息技术发展,软件著作权侵权纠纷愈加普遍。今年3月,最高人民法院知识产权法庭年度报告(2022)发布。报告显示,2022年新收的2956件民事二审实体案件中,计算机软件纠纷有648件,占比约21.92%。拉长时间线来看,2019—2022年受理的8436件民事二审实体案件中,计算机软件纠纷1743件,占比

也达到两成以上。

值得一提的是,在软件著作权侵权案件中,往往存在着直接举证难度大等问题。此次判决也给出了堪称“教科书式”的结果,即部分代码在具有独创性、构成相对完整的表达的前提下可视为作品的认定。在二审过程中,群核科技曾主张涉案代码属于三维家软件产品中的部分代码,不能独立运行因此无法独立实现功能,不属于著作权法所称作品。

而最高人民法院在终审判决书中明确,“涉案权利代码由七个代码文件组成,是涉案软件重要的组成部分,同时,该部分代码亦可以较为完整地实现涉案软件的线框图功能,可以认定为创作完成的作品,三维家公司作为在作品上署名的人,在无相反证据的情况下,有权利就涉案权利代码主张著作权”。

2 知识产权纠纷贯穿市场竞争始终

从企业发展时间轴来看,这数次的官司诉讼几乎贯穿两家公司发展的重要节点。在2019年首次诉讼交锋中,三维家、群核科技于当年10月分别完成C轮、E轮融资,彼时三维家融资金额超过5亿元,群核科技的估值金额也超过10亿美元。

2021年,成立10年的群核科技曾多次冲击上市,但均铩羽而归。当年6月,群核科技向美国证券交易委员会递交招股书。同年11月,群核科技再度传出从

美国改道香港上市的消息,但最终依旧不了了之。此前,群核科技在招股书上披露,公司在2019年、2020年和2021年第一季度的营收分别为2.82亿元、3.53亿元及1.01亿元,毛利率分别是69%、68%和66%。尽管营收有所增长,但群核科技一直处于持续亏损状态中,从2019年至2021年3月底,该公司已经累计净亏6.74亿元。对此,群核科技在财报中称,系研发、销售和营销费用高投入所致。

同样头顶国产家居工业软件独角兽光环的三维家,也时常出现在资本市场上。自2013年成立以来,该企业曾获得阿里巴巴、软银中国、红星美凯龙、广发证券等资本的青睐,其技术应用范围涵盖了定制、卫浴、瓷砖、顶墙、铝门窗、整木等领域。今年6月,在三维家宣布胜诉的同时,其刚刚完成D轮融资,投资方为国科投资、汇川技术,投后估值将达近6亿美元。

3 提升技术创新或成行业出路

一直以来,家居行业存在着生产端供应链效率低下、销售端获客难成本高等问题,行业整体数字化成为了家居企业降本增效的关键。而相较其他行业的工业软件发展进程,家居业的工业软件变革一直稍显缓慢。随着年轻一代成为市场消费主力,设计风格多样、满足定制化需求及省心省力逐渐成为他们的消费新诉求,整家定制趋势应时而起,多品类融合销售也对于家居企业的设计效果呈现提出了更高的要求。

相应的,具备云原生、易用、好用等优势家居设计软件渐渐受到市场追捧,其中便包括以群核科技、三维家等企业为代表推出的3D云设计软件。与此

同时,该市场展现出巨大的发展潜力。根据公开市场调研数据测算,2022年我国家居设计软件市场规模达104亿元,在工业软件市场规模中的占比为3.9%;预计2031年将达382亿元,2022—2031年年均复合增长率均达15.6%。

不过,按照业内普遍认可的说法,这类企业单纯靠软件服务如效果图软件,很难实现规模化盈利,其竞争焦点近些年也逐渐转向到能否实现设计生产一体化及前后端打通上。而除了酷家乐、三维家以外,该赛道上还涌现了打扮家、设计云、爱福窝、修塔塔、圆方软件等企业。另外,家装品牌、电商平台等近年来也通过自行研发或与其他企业合作等方

式推出相应设计软件。如近期淘宝新上线AI装修产品“真能造”,可免费给用户生成10种风格的装修设计图。

对此,艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅向新快报记者指出,家居设计软件赛道参与者众多,头部竞争日趋激烈。从一定意义上讲,企业之间通过官司诉讼等方式,以此消耗对方的精力和时间,也成为他们在市场竞争中的一种手段。但从促进行业可持续健康发展角度出发,只有通过技术的持续性研发投入创新,满足和解决消费者的需求痛点,从而打出专属自身的产品特色、拓宽好市场,才是这些企业在未来竞争中的根本出路。



扫码了解更多“家·生活”资讯