



CHINA

中国网络假冒盗版问题新进展：立法、案例与实践

研究

www.ipkey.eu



Funded by the European Union
受欧盟资助



Directed by the European Commission, IP Key is implemented by the European Union Intellectual Property Office (EUIPO).

IP Key由欧盟委员会指导，欧盟知识产权局（EUIPO）实施。

目录

目录	1
缩略词	III
摘要	1
执行摘要	2
I. 研究背景与目标	2
II. 网络假冒盗版相关法律法规	2
III. 平台采取的新举措和面临的挑战	3
IV. 中国法院相关判决	3
V. 欧盟权利人的建议与意见	4
VI. 要点	4
VII. 结论	5
方法	6
第 1 章 网络假冒盗版相关法律法规	7
I. 中国立法、司法解释和法规进展情况	7
1. 《电子商务法》概述	7
2. 第一阶段协议	8
3. 《民法典》	8
4. 最高人民法院司法解释	9
5. 国家市场监督管理总局关于网络交易的管理条例	11
6. 市级行政法规和准则	12
7. 国家标准 - 《电子商务平台知识产权保护管理》(GB/T 39550-2020)	14
8. 行业规则和行为规范	14
9. 研究报告	15
II. 相比之下的欧盟立法与实践	15
1. 立法进展情况	15
2. 实行谅解备忘录	17
第 2 章 平台新举措和面临的挑战	18
I. 各大平台的新举措及进展情况	18
II. 平台 IP 保护与投诉规则	23
III. 直播平台面临的新挑战和新规则	23
第 3 章 中国法院相关判决	25
第 4 章 欧盟权利人的建议与意见	32
I. 一般看法	32
1. 《电子商务法》出台后平台治理规则和实践的变化	32
2. 存在的挑战和困难	32
3. 对平台举措的建议	33
II. 投诉渠道、材料及处理	33
1. 投诉渠道	33
2. 对投诉材料的要求及审查标准	33

3. 无侵权反通知	34
4. 信息公开与共享	34
III. 2019 至 2020 年趋势及数据	34
IV. 谅解备忘录	35
第 5 章 要点	36
1. 立法进展情况	36
2. 平台采取的积极防范措施	36
3. 平台规则	36
4. 利益相关者协作	37
5. 电商平台责任	37
6. 谅解备忘录	37
结论	38
附件	39
I. 援引的法律文件一览表	39
II. 审查案件一览表	39
III. 法律文件双语对照	39
IV. 访谈提纲	39

缩略词

AACA	阿里巴巴打假联盟
AI	人工智能
CNIPA	国家知识产权局
EC	欧盟委员会
EU	欧盟
IPR	知识产权
MoU	谅解备忘录
SAMR	国家市场监督管理总局
SPC	最高人民法院
SMEs	中小型企业
QBPC	中国外商投资企业协会优质品牌保护委员会

摘要

中国的电子商务市场是世界上最大、最活跃的电商市场之一。直播带货和社交媒体的蓬勃发展使电商环境更加复杂。技术发展以及复杂动态，使得所有利益相关者都面临具有挑战性的法律问题。本研究旨在通过分析立法发展过程、平台采取的自愿措施、最新案例和权利人的意见，确定和评估《电子商务法》出台后中国法律框架的变化及其在打击网络假冒盗版方面的影响。

执行摘要

I. 研究背景与目标

全球电子商务推动的技术升级对全球数字经济作出了巨大贡献。中国的电子商务市场是世界上最大、最活跃的电商市场之一。2019年，中国电商交易额达到34.81万亿元人民币（约合4.28万亿欧元），超过了欧美国家的总和。如今，中国的数字买家数量全球第一，超过7.1亿人。¹庞大的网民数量为中国电商市场的惊人增长奠定了基础。

过去两年，中国电商环境出现了新的转折点。新冠疫情期间，线下零售额大幅下降，许多线下零售商被迫转向线上。直播带货和社交媒体的蓬勃发展使电商环境更加复杂。社交电商平台和直播平台是新的购物首选方式。

电子商务的技术发展和动态，使得市场参与者和政策制定者都面临着巨大的挑战。《电子商务法》具有里程碑意义，搭建了完善的电商治理框架。制定该法是为了平衡多个市场主体的权益，促进电商市场的可持续发展。然而，该法相对才出台不久，实施细则方面尚不明确。

在此背景下，本研究旨在确定和评估《电子商务法》出台后中国法律框架的变化，及其在打击网络假冒盗版方面的影响。

2020年01月15日，中美两国达成《中美经贸协定》（以下简称“第一阶段协议”），明确解决了各电商平台上存在的盗版假冒问题。在第一阶段协议第E节中，中国通过提供有效的执法程序，对打击网络侵权行为做出了实质性承诺，并对多次未能遏制网络假冒或盗版行为的网络平台实施制裁。在第一阶段协议中所作承诺已经落实到新的立法、司法解释中，并在实践中对中国现行立法及其实施产生了重大影响。

本研究的重点放在中国《电子商务法》及相关准则在实施过程中的变化，包括第一阶段协议的执行情况、相关实施准则，以及所达到的实际效果。

除了上述几个方面外，本研究还分析了自愿措施，尤其是谅解备忘录方法，是根据以往研究成果制定的新方法，即“欧盟通过签署谅解备忘录打击网络销售假冒商品的经验教训”（以下简称“以往研究”）。研究还必须分析其结论和建议与实施谅解备忘录方法的相关性。

II. 网络假冒盗版相关法律法规

《电子商务法》是中国第一部单独立法，涵盖了电商平台运营的各个方面。该法搭建了电商治理框架，但在具体要求方面仍需不断完善。2019年11月后，细则和实践方面都有了一些明显改善。《民法典》、《最高人民法院司法解释》等多部行政法规相继出台，为平台经营者、权利

¹ E-commerce in China - statistics & facts, 马一涵（音译）“中国电子商务 - 统计和事实”。

<https://www.statista.com/topics/1007/e-commerce-in-china/>

人、平台供应商以及行政当局和法院提供了更加实用的指导。同时，涉及电子商务的案件也在大幅增长，有关内容见第3章中的详细分析。

继第一阶段协议后，最高人民法院发布了两项新的司法解释，即《关于审理涉电子商务平台知识产权民事案件的指导意见》（以下简称“指导意见”）和《关于涉网络知识产权侵权纠纷几个法律适用问题的批复》（以下简称“批复”）。两项司法解释都明确了下架通知和反通知的具体要求、认定恶意行为的考虑因素、平台是否采取了合理措施等，普遍认为在实践中对《电子商务法》的实施起到了有效的补充作用。尤其是，批复将《电子商务法》规定的权利人提起投诉或诉讼的15天时间，延长至不超过20个工作日的合理期限，使得境外权利人有必要的时间进行公证和认证。

此外，我们还注意到行政当局、省级法院和市有关部门出台了多项更加具体和实用的规程和准则。

III. 平台采取的新举措和面临的挑战

应该承认的是，各大电商平台在不断采取创新积极的措施，打击网络假冒和盗版问题。积极的意见是：

- (1) 大数据和基于人工智能的技术是支持跨不同平台举措的必要基础。几乎所有主要的平台都利用了筛选技术来阻止假冒产品进入平台，同时减少了必要的成本和人工工作量。
- (2) 正在形成社会治理结构。当假冒产品成为跨平台所有权利人和消费者的系统性问题时，谅解备忘录即是确保定期沟通和协作的常用解决方案。几乎所有平台都与各种利益相关者签署了谅解备忘录，包括但不限于政府当局、权利人和各行业协会。阿里巴巴进一步推出了“无疆计划”，赢得了广大消费者的 support。

我们还注意到下列各方面可能需要进一步完善：

- (1) 权利人参与其中一些平台计划时，准入渠道的透明性可能不如预期。
- (2) 尽管各种筛选技术不断发展，人工审核仍然不可或缺。尽管有各种筛选技术，侵权人也越来越狡猾和老练。而且，仍然有大量的侵权链接通过了机器筛选。平台可能仍然需要确保足够的人力来进行内容审查，并迅速采取必要的措施。
- (3) 在直播带货等新的商业模式中，打击假冒盗版仍然是一项挑战。截至2020年，各大直播电商平台尚未采取实质性的新举措和有效措施。
- (4) 很少有平台制定了专门针对中小型企业的规章或政策。

IV. 中国法院相关判决

截至2020年12月31日，自该年1月以来，涉及《电子商务法》和知识产权执法的判决共122起。电商平台作为被告/共同被告被起诉，但没有具体援引《电子商务法》的案例应该比这多得多。此外，有3起案例依据指导意见进行判决，1起依据批复。

根据统计数据，商标和版权仍然是涉及知识产权侵权最多的两类案件，而涉及专利的案件相对

较少，因为技术问题难以认定。阿里巴巴/淘宝/天猫是案例中最常涉及的平台，占近 60%。然而，电商平台很少被追究知识产权侵权责任。未充分通知是向投诉平台失败的主要原因之一。

V. 欧盟权利人的建议与意见

权利人承认，主要的电商平台通常已经建立了知识产权投诉系统。但对于直播带货平台和发展不够完善的电商平台来说，通过电子邮件投诉仍较为普遍，通常花费的时间也更长。

根据《电子商务法》及各项规章制度，电商平台总体上更新了平台规则，以反映法律要求。此举给权利人带来了定的确定性和统一性，因此通常是正向变化。但有权利人报告称，手续要求比较繁琐或严格，例如对权利证明的要求严格且机械，现在一些平台要求法院或行政判决结果作为初步的支持证据，相当繁琐。

在信息公开方面，各大平台通报投诉进展情况、定期发布统计数据等方面做得较好。但关于可以向权利人提供什么信息，并没有具体的规则，特别是由于对数据保护的关注日益增加。这可能有助于制定一套规则，规定在追查可疑的侵权活动时，哪些信息可以提供给权利人，而哪些信息只能在法院要求呈交时提供。此外，权利人也希望得到更多关于平台执行数据的反馈和报告。

关于侵权形式和类型，权利人一致认为侵权人越来越狡猾，越来越善于隐藏自己的罪行。如今，侵权不法分子有时会利用网上商店作为吸引用户流量的幌子，但实际却引导消费者通过社交媒体进行交易。在这种情况下，权利人不能再依靠电商平台上显示的销量和收入来计算损害赔偿。此外，投机取巧和仿冒行为也在增加。

权利人无法给出准确的投诉数量和成功率，但还是有希望让大多数认可成功率。其中两名受访者认为成功率大致在 90% 以上。但大多数成功的案例都是基于对纯假冒产品的投诉。除非提供法院或行政判决结果，声称类似商标或专利侵权的投诉成功率较低。

VI. 要点

1. 立法进展情况: 近两年来，《电子商务法》取得了重大进展，填补了在实施细则方面法的空白。在承诺加强知识产权保护的同时，现行法律法规还对恶意投诉进行了限制，并为平台供应商提供了禁令救济。
2. 各平台采取的积极防范措施: 应该承认，各大平台都采取了积极防范措施，而且大多行之有效。不过，权利人希望平台能够更定期共享更详细的统计数据和案例，有助于制定最佳做法，并了解权利人如何有助于提高这些积极防范措施的准确性和有效性。此外，建议电商平台经营者增加这些举措的公众曝光率，并公布参与方式。
3. 平台规则: 权利人承认，平台规则现在比以前更加具体，一些设计和规则过于具体，甚至死板。对于具有良好投诉跟踪记录的权利人而言，为他们制定一份白名单，并提供快速的投诉渠道和流程，可能会有所帮助。针对复杂和新出现的假冒盗版形式，这些规则和措施仍需改进。

-
- 4. 利益相关者协作: 利益相关者进行合作和协作是必然趋势。权利人希望获得更多数据和反馈,了解平台正在制定哪些主动措施及其运作方式,以便权利人知道如何参与和做出贡献。
 - 5. 谅解备忘录: 谅解备忘录有助于利益相关者建立信任关系、交流信息和最佳做法,但要采用欧盟的方法,还需要做更多的工作。

VII. 结论

在电商平台经营者和权利人不断制定和部署打击假冒盗版的新技术的同时,侵权人也从经验中吸取教训,想出新的投机取巧方式。还有一些问题仍未解决,而且随着技术的不断发展,这些问题甚至变得更加难以解决。权利人将期望并想要与平台和有关当局进行更多的信息共享和合作,以便在建立最佳做法方面采取一致行动,特别是在打击复杂和新出现的网络假冒盗版形式方面。

方法

在研究过程中，采用了以下研究方法：

1. 比较研究

通常采用比较研究的方法，将规则与其效果联系起来，通过比较异同来确定因果关系，消除不相关的因素。该方法为法律改革提供了不同的视角，预测立法和实践的走向。特别是在本研究中，我们主要将欧盟的实践作为一个比较对象，以帮助欧盟利益相关者了解中国的背景，并找出需要完善之处。这种比较研究方法还包括立法和相关准则，以及谅解备忘录等自愿举措。

2. 实证研究

(1) 定量数据描述性分析

定量数据研究有助于为进一步的定性研究建立参数，并确定改进的关键因素。此外，定量分析可能有助于将法律条文与效果联系起来，特别是法律的变化如何影响执法以及司法和行业实践。

(2) 定性数据分析

我们还采用了定性数据分析，以便更好地阐述历史、现状和影响。我们通过一对一访谈的方式咨询了5位权利人。

(3) 案例研究

我们特别关注具有里程碑意义、备受瞩目的案例，评估法律条文在具体情况下的适用情况。我们一直专注于涉及欧盟品牌商和其他利益相关者的案例和统计数据，并比较对在华经营的中外企业的不同判决（如有）。

中国作为一个大陆法系国家，其法律基础建立在法规之上。然而，随着案例指导制度的实施，越来越多的案例向公众开放，案例逐渐成为中国法律体系中不可或缺的一部分。具有里程碑意义的判例生动地展示了法律条文是如何解释和应用于实际案例的，并在面对类似案情时为利益相关者提供指导。案例研究对于了解现行有效的法律条文在实践中如何应用于知识产权司法案件很有用，并有助于找出对权利人（特别是欧盟品牌商）的权利在中国法院得到执行的可能性有负面影响的现行法律条文。

3. 方法的局限性

为妥善开展本研究，需要考虑的问题和/或风险可能包括：(1) 缺乏某些关键利益相关者的反馈意见；(2) 由于政府控制或利益相关者之间签订的保密协议，某些关键数据可能无法获得；(3) 所获得的文献、案例和数据可能不能充分反映小型平台或中小企业的做法，可能会产生潜在的偏见；(4) 新冠疫情的持续影响影响了与某些利益相关者的面对面访谈；(5) 在司法和行政案件中，由于时间短，这些新规还没有得到执行。

第1章 网络假冒盗版相关法律法规

《电子商务法》是中国第一部单独立法，涵盖了电商平台运营的各个方面。该法搭建了电商治理框架，但在具体要求方面仍需不断完善。2019年11月后，细则和实践方面都有了一些明显改善。《民法典》、《最高人民法院司法解释》等多部行政法规相继出台，为平台经营者、权利人、平台供应商以及行政当局和法院提供了更加实用的指导。同时，涉及电子商务的案件也在大幅增长，有关内容见第3章中的详细分析。

之前的研究列出了2019年之前和之后出台的所有法律，包括《电子商务法》。本文中，我们将重点介绍相关规则的新进展、变更和规范。

I. 中国立法、司法解释和法规进展情况

1. 《电子商务法》概述

《电子商务法》第9条对电商经营者、电商平台经营者和平台供应商进行了界定；第41-45条规定了电商平台经营者的义务，要求制定知识产权保护规则、下架通知机制、及时公布下架结果。遵守义务的电商平台经营者应适用安全港规则。第42条、45条规定了电商平台经营者承担连带责任的情形：电商平台经营者因未及时采取必要措施导致损害赔偿增加的，应与平台供应商承担连带责任。电商平台经营者知道或本应知道平台供应商侵犯知识产权，而未采取必要措施的，应当与平台供应商承担连带责任。第84条规定了电商平台经营者未履行第42条和第45条义务时所要承担的行政责任。

下架机制是这些条例的核心。为了与新的立法进展进行比较，下图为《电子商务法》规定的通知和下架机制。

图1 《电子商务法》规定通知和下架机制简要流程²

²2021年08月31日，国家市场监督管理总局公布了《电子商务法》修正案，建议将15天的回复时间延长至20个工作日。通过后，经修订的修改后《电子商务法》将与最高人民法院的司法解释保持一致。



虽然《电子商务法》被公认为是一个全面的监管框架，但仍然有批评的声音。该法规定，在收到平台供应商的无侵权反通知后，权利人可在 15 天内提出司法或行政投诉。反通知目的是给平台供应商提供一种武器，以应对不诚信的轻率投诉不过，在严格设定 15 天的期限时，缺乏回旋余地和对外国权利人的顾及，一直是其中一个关键的挑战问题。

准备正式的投诉材料会花费大量的时间，特别是对于需要对授权文件进行公证和合法化的外国权利人。因此，15 天的期限本质上要求权利人在发出下架通知之前就开始计划正式投诉，这对权利人来说是一种负担，并可能造成不必要的民事诉讼或行政投诉。

2. 第一阶段协议

尽管中美之间签署了第一阶段协议，但中国做出的承诺反映了外国权利人普遍关注的问题。

在第一阶段协议第 E 节第 1.13 条和第 1.14 条中，中国承诺通过提供有效的执法程序打击网络侵权行为，并对多次未能遏制网络假冒或盗版行为的网络平台实施制裁。

中国承诺：

- 提供适用于网络环境的执法程序，包括有效的通知与下架制度；
- 要求迅速下架；
- 对于善意提交的错误下架通知，免除相关责任；
- 将权利人在收到反通知后提出司法或行政投诉的期限延长至20个工作日；
- 通过要求为下架通知和反通知提供相关资料，并就恶意提交通知进行处罚，确保下架通知和反通知的有效性；
- 规定对于屡次未能遏制假冒或盗版商品销售的电商平台，可吊销其经营许可证。

在第一阶段协议中所作承诺已经落实到新的立法、司法解释中。

3. 《民法典》

《民法典》是中华人民共和国第一部也是唯一一部以“法典”命名的法律，在中国法制史上具

有里程碑意义。该法于 2020 年 05 月 28 日颁布，自 2021 年 01 月 01 日起施行，全面涵盖了民事活动和民事责任的各个方面，取代了以往许多独立的法律，如《民法通则》、《侵权法》、《合同法》等。

《民法典》没有专门提及电子商务方面的事宜，但第 1194 至 1197 条为网络服务商制定了新规定。除第 1196 条规定网络服务商在收到无侵权反通知后，如未在合理时间内收到正式投诉或诉讼通知，应及时终止采取措施外，大部分规定与《电子商务法》一致。与《电子商务法》规定的具体 15 天期限相比，《民法典》给权利人留了一定的回旋余地。

4. 最高人民法院司法解释

最高人民法院司法解释是制定法律规定的重要依据，为法律实施提供了有价值的参考。

2020 年 04 月 15 日，最高人民法院发布《关于全面加强知识产权司法保护的意见》，承诺完善电子商务领域侵权认定的司法审判标准：加强打击和整治网络侵犯知识产权行为，有效回应权利人在电子商务平台上的维权诉求。完善“通知-删除”等在内的电商平台治理规则，畅通权利人网络维权渠道。妥善审理网络侵犯知识产权纠纷和恶意投诉不正当竞争纠纷，既要依法免除错误下架通知善意提交者的责任，督促和引导电子商务平台积极履行法定义务，促进电子商务的健康发展，又要追究滥用权利、恶意投诉等行为人的法律责任，合理平衡各方利益。

继发布上述意见后，最高人民法院于 2020 年 09 月 10 日、14 日分别发布了两项新的司法解释，即《关于审理涉电子商务平台知识产权民事案件的指导意见》和《关于涉网络知识产权侵权纠纷几个法律适用问题的批复》。普遍认为这两项司法解释在实践中对《电子商务法》的实施起到了有效的补充作用。以下是对这两项司法解释的一些初步评估。

《关于审理涉电子商务平台知识产权民事案件的指导意见》（简称指导意见）

指导意见旨在促进电商经营活动规范、有序地健康发展。该指导意见是最高人民法院发布的第一项专门针对电子商务领域知识产权保护的司法解释，内容涵盖了电商平台知识产权保护的基本原则、一般规定、规则和措施，以及电商平台经营者的法律责任等。其中的多项条文与第一阶段协议关于打击电商平台盗版冒牌行为的要求相呼应。

指导意见的重点条文如下表所示。

表1：指导意见重点条文

条款	重点条文
第3条 确定必要措施的原则和 考虑因素	电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者侵害知识产权的，应当根据权利的性质、侵权的具体情形和技术条件，以及构成侵权的初步证据、服务类型，及时采取必要措施。采取的必要措施应当遵循合理审慎的原则，包括但不限于删除、屏蔽、断开链接等下架措施。平台内经营者多次、故意侵害知识产权的，电子商务平台经营者有权采取终止交易和服务的措施。
第4条	电子商务平台经营者可以根据知识产权权利类型、商品或者服

平台实施细则	务的特点等，制定平台内通知与声明机制的具体执行措施。但是，有关措施不能对当事人依法维护权利的行为设置不合理的条件或者障碍。
第5条 下架通知规定	向电子商务平台经营者发出的通知一般包括：知识产权权利证明及权利人的真实身份信息；能够实现准确定位的被诉侵权商品或者服务信息；构成侵权的初步证据；通知真实性的书面保证等。 通知涉及专利权的，电子商务平台经营者可以要求知识产权权利人提交技术特征或者设计特征对比的说明、实用新型或者外观设计专利权评价报告等材料。
第6条 认定恶意下架通知的因素	提交伪造、变造的权利证明；提交虚假侵权对比的鉴定意见、专家意见；明知权利状态不稳定仍发出通知；明知通知错误仍不及时撤回或者更正；反复提交错误通知等。
第7条 反通知规定	向电子商务平台经营者提交的不存在侵权行为的声明一般包括：平台内经营者的真实身份信息；能够实现准确定位、要求终止必要措施的商品或者服务信息；权属证明、授权证明等不存在侵权行为的初步证据；声明真实性的书面保证等 声明涉及专利权的，电子商务平台经营者可以要求平台内经营者提交技术特征或者设计特征对比的说明等材料。
第8条 认定恶意无侵权反通知的因素	提供伪造或者无效的权利证明、授权证明；声明包含虚假信息或者具有明显误导性；通知已经附有认定侵权的生效裁判或者行政处理决定，仍发出声明；明知声明内容错误，仍不及时撤回或者更正等
第9条 紧急情况下的禁令	因情况紧急，电子商务平台经营者不立即恢复商品链接、通知人不立即撤回通知或者停止发送通知等行为将会使其合法利益受到难以弥补的损害的，平台内经营者可以依据前款所述法律规定，向人民法院申请采取保全措施。
第10条 人民法院判断电子商务平台经营者是否采取了合理的措施，可以考量的因素	构成侵权的初步证据；侵权成立的可能性；侵权行为的影响范围；侵权行为的具体情节，包括是否存在恶意侵权、重复侵权情形；防止损害扩大的有效性；对平台内经营者利益可能的影响；电子商务平台的服务类型和技术条件等
第11条 法院认定电商平台经营者本应知道存在侵权行为的因素	<ul style="list-style-type: none"> • 未履行制定知识产权保护规则、审核平台内经营者经营资质等法定义务 • 未审核平台内店铺类型标注为“旗舰店”“品牌店”等字样的经营者的权利证明 • 未采取有效技术手段，过滤和拦截包含“高仿”“假货”等字样的侵权商品链接、被投诉成立后再次上架的侵权商品链接 • 其他未履行合理审查和注意义务的情形

《关于涉网络知识产权侵权纠纷几个法律适用问题的批复》（简称批复）

批复在指导意见的基础上，明确了网络服务商、电商平台处理网络用户和平台经营者提交无侵权诉讼请求的期限，对恶意提交无侵权诉讼请求适用惩罚性赔偿的条件，以及免除权利人善意

提交有误通知的民事责任等问题。下表列出了批复的重点条文。

表 2：批复重点条文

适用禁令	知识产权权利人主张其权利受到侵害并提出保全申请，要求网络服务提供者、电子商务平台经营者迅速采取删除、屏蔽、断开链接等下架措施的，人民法院应当依法审查并作出裁定。
连带责任	网络服务提供者、电子商务平台经营者收到知识产权权利人依法发出的通知后，应当及时将权利人的通知转送相关网络用户、平台内经营者，并根据构成侵权的初步证据和服务类型采取必要措施；未依法采取必要措施，权利人主张网络服务提供者、电子商务平台经营者对损害的扩大部分与网络用户、平台内经营者承担连带责任的，人民法院可以依法予以支持。
权利人提起正式投诉或诉讼的合理期限	在依法转送的不存在侵权行为的声明到达知识产权权利人后的合理期限内，网络服务提供者、电子商务平台经营者未收到权利人已经投诉或者提起诉讼通知的，应当及时终止所采取的删除、屏蔽、断开链接等下架措施。因办理公证、认证手续等权利人无法控制的特殊情况导致的延迟，不计入上述期限，但该期限最长不超过 20 个工作日。
惩罚性损害赔偿	因恶意提交声明导致电子商务平台经营者终止必要措施并造成知识产权权利人损害，权利人依照有关法律规定请求相应惩罚性赔偿的，人民法院可以依法予以支持。
善意的下架通知	知识产权权利人发出的通知内容与客观事实不符，但其在诉讼中主张该通知系善意提交并请求免责，且能够举证证明的，人民法院依法审查属实后应当予以支持。

批复将《电子商务法》规定的权利人提起投诉或诉讼的 15 天时间，延长至不超过 20 个工作日的合理期限，使得境外权利人有必要的时间进行公证和认证。这点与《民法典》和第一阶段协议第 1.13.2(c)条规定一致。

5. 国家市场监督管理总局关于网络交易的管理条例

通过直播频道观看和购买各种产品已经成为生活的一部分。新冠疫情期间，因为由于社交距离和隔离要求，实体零售商被迫转移到线上，进一步推动了通过直播和社交媒体平台进行网络营销的发展。随着直播营销活动的迅速普及和多样化，法律纠纷也急剧增加。

直播平台活动是否要受《电子商务法》的约束，这个问题已经存在很长一段时间了。2020 年以来，国家市场监督管理总局发布了多项行政法规，以规范和促进网络交易尤其是直播营销活动的健康发展。这些行政法规明确规定，通过直播带货开展网络营销活动的当事人，既构成电商平台经营者，也构成平台供应商，应当依照《电子商务法》的规定履行相关义务。有关规定具体如下：

《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》	网络平台为以网络直播形式销售商品或者提供服务的经营者提供网上经营场所、交易撮合、信息发布等服务，
-----------------------	--

2020年11月05日发布并生效	使交易双方或多方能够独立进行交易的，特别是网络平台通过网络直播为推广服务的经营者提供入驻功能，或为以网络直播形式推广商品或服务的经营者提供网络直播技术服务的，应当依照《电子商务法》履行电商平台经营者的责任和义务。
《网络交易监督管理办法》 2021年03月15日发布,2021年05月01日生效	<p>该办法制定了一系列具体细则，明确了网络交易平台经营者和商户在网络交易中的义务。尽管办法没有具体提及知识产权执法义务，但规定了上报商户身份信息和保存直播视频等方面的要求。这些要求在一定程度上可以帮助权利人找到侵权人并保全侵权证据。</p> <p>第20条规定，网络直播服务提供者对网络交易活动的直播视频保存时间自直播结束之日起不少于三年。</p> <p>第24条至第29条对平台经营者管理义务和责任的规定进行细化，包括：(1)网络交易平台经营者应当分别于每年1月和7月向住所地省级市场监督管理部门报送平台内经营者身份信息；(2)平台应建立对经营活动的检查和监控制度，及时报告违规行为；(3)平台不得干扰经营者在平台内的独立运营。</p>
《网络直播营销管理办法(试行)》 2021年04月23日发布,2021年05月25日生效	<p>第2条：从事网络直播营销活动，属于《中华人民共和国电子商务法》规定的“电子商务平台经营者”或“平台内经营者”定义的市场主体，应当依法履行相应的责任和义务。</p>
《关于进一步规范电子商务经营者登记工作的通知》 2021年05月11日公开征求意见稿	<p>该意见为电商经营者进行登记提供了指导意见。对仅通过网络开展经营活动的平台内经营者申请登记为个体工商户的，可以将电子商务平台为其提供的用于销售商品或者提供服务的网络经营场所登记为经营场所。经营者在同一平台有两个以上网络经营场所的，或已登记了一个平台经营场所后又进入另一个平台经营的，经营者可将多个网络经营场所在同一登记机关进行登记并标注在营业执照上，无需重复办理营业执照。已使用实体经营场所（不含集群登记地址）办理营业执照登记的经营者，可直接在营业执照上加标网络经营场所。</p>

6. 市级行政法规和准则

在国家法律法规的基础上，省级法院、电商活动和业务集中、蓬勃发展的当地市政部门陆续出台多项更加具体和实用的法规和准则。

名称	生效日期	发布机构	重点条文
《北京市电子商务领域专利侵权纠纷行政裁决办法》	2019年09月01日	北京市知识产权局	由于专利侵权认定复杂且困难，专利投诉一直是令电商平台经营者头痛的问题。

纠纷快速处理规程》(试行) ³			<p>题。</p> <p>该规程规定了，如果认为案件复杂的，可在征得投诉方与被投诉方书面同意后，将案件移交给北京市知识产权局进行快速处理。</p> <p>北京市知识产权局在收到电商平台移交的全部材料之日起五个工作日，如认为不符合规定的，将会把案件退回电商平台。市局认为符合规定的，将根据当事人意愿进行调解，并在五个工作日内制作调解协议书；无法达成调解协议的，市局将在立案之日起不超过四十五日结案，案件复杂的，可延长期限，但最多不超过十五日。</p>
《关于审理涉电子商务平台知识产权民事案件的指导意见》	2019年12月23日	浙江省高级人民法院	<p>这是自《电子商务法》实施以来第一份关于电子商务知识产权司法审理的全面指导文件。</p> <p>第7至17条[“通知-删除”规则]</p> <p>第18至24条[电商平台责任认定]</p> <p>第25至37条[虚假通知和恶意通知认定]</p> <p>知识产权权利人依据电子商务法第四十二条的规定，向电子商务平台经营者发出的通知一般包括：知识产权权利证明及权利人的真实身份信息；能够实现准确定位的被诉侵权商品或者服务信息；构成侵权的初步证据；通知真实性的书面保证等。</p> <p>平台内经营者依据电子商务法第四十三条的规定，向电子商务平台经营者提交的不存在侵权行为的声明一般包括：平台内经营者的真实身份信息；能够实现准确定位、要求终止必要措施的商品或</p>

³ Beijing's e-commerce rights protection is on the "fast track", 北京电商维权驶上“快车道”。

<http://ip.people.com.cn/n1/2019/0920/c179663-31363743.html>.

			者服务信息；权属证明、授权证明等不存在侵权行为的初步证据；声明真实性的书面保证等。
《上海市电子商务知识产权保护工作若干意见》	2021年06月08日发布 2021年07月15日生效	上海市知识产权局；上海市版权局；上海市商务委员会	<p>第3条：知识产权部门和版权管理部门应当会同商务部门对电子商务平台经营者建立完善知识产权保护规则提供指导，组织和支持开展面向电子商务领域知识产权保护的业务培训，对电子商务平台经营者处理疑难、复杂的知识产权纠纷予以指导。</p> <p>第6条：电子商务平台经营者应当建立知识产权投诉举报处理机制，健全身份认证、信息发布、纠纷处理等管理机制，制定知识产权保护规则，及时处理知识产权纠纷。</p> <p>第7条：电子商务平台经营者应当建立完善平台用户准入管理制度，在用户准入协议中明确并告知平台内经营者不得销售侵犯他人知识产权的商品或者提供侵犯他人知识产权的服务，禁止发布侵犯他人知识产权的商品和服务信息。</p> <p>对平台内店铺类型标注为“旗舰店”“品牌店”“专营店”“专卖店”等字样的经营者，电子商务平台经营者应当要求其提供并审核相关权利证明。</p>

7. 国家标准 - 《电子商务平台知识产权保护管理》(GB/T 39550-2020)

2020年11月09日，国家市场监督管理总局和国家知识产权局联合发布了首个关于电子商务知识产权执法的国家标准《电子商务平台知识产权保护管理》(GB/T 39550-2020)，该标准于2021年06月01日起生效。该标准规定了电商平台在信息管理、管理制度和知识产权争议解决、信息网络要求和组织知识产权管理等方面的规定和适用范围、责任和义务。该标准旨在为电商平台制定最佳做法，但不具有强制效力。

8. 行业规则和行为规范

行业协会发布的相关行为准则，对行业内各企业具有重要参考作用。自《电子商务法》实施以来，特别是受新冠疫情影响，网络直播购物迎来了一波热潮。针对网购直播中出现的违规行为，相关行业协会发布了以下相关规则。

规范	发布日期	发布机构	网络知识产权保护的意义
《视频直播购物运营和服务基本规范》(征求意见稿)	2020.06.11	中国商业联合会媒体购物专业委员会	该规范详细规定了有关直播购物的规定，包括直播购物业务管理和服务的基本要求、商品质量要求、经营者管理等。
《网络直播营销行为规范》	2020.6.24	中国广告协会	该规范对商家、主播、平台经营者、主播服务提供商以及参与网络直播营销的用户的行为进行了规范。
《电子商务直播培训评估规范》	2020.6.30	浙江省电子商务促进会	该规范是中国国内首个关于电商直播的标准，适用于浙江省教育培训机构对电商直播从业人员的培训和管理。

9. 研究报告

《关于电商领域知识产权法律责任的调研报告》⁴

浙江省作为阿里巴巴的注册地和经济相对发达的地区，无论是根据《电子商务法》还是其他知识产权法，都是涉电商平台案件的集中发生地。

2020年03月，浙江省高级人民法院发布《浙江省电子商务平台知识产权侵权案件实证研究》，该研究总结了此类案件的主要特点，并分析了法律责任认定的关键问题，包括如何解读通知下架机制、如何认定平台经营者的过错和责任、如何规范虚假恶意投诉。

该调研报告显示，通过分析2014年至2018年浙江法院受理的案件，案件数量呈直线上升趋势，平均增幅为88.46%。此外，很少有案例裁定电商平台经营者承担连带损害赔偿责任。许多权利人在确认侵权链接被删除后，会撤回对平台经营者的索赔。

《中国电子商务知识产权保护发展研究报告》(2020年)

2020年12月28日，国家知识产权局知识产权发展研究中心发布了《中国电子商务知识产权保护发展研究报告(2020)》(以下简称“2020年电商报告”)。该报告全面介绍了针对诸如通过直播销售产品等新兴电子商务和技术形式的法律、规则、指南、新的平台举措和做法，包括权利人、平台和反打假协会采取的自愿措施。

II. 相比之下的欧盟立法与实践

1. 立法进展情况

目前在电子商务领域应用的通知下架机制，最初是由美国和欧盟为打击网络环境中的侵权行为而推出的。在欧盟，通知下架机制可追溯到欧洲议会和理事会2000年06月08日的第

⁴ 浙江高院联合课题组。“Research Report on IP Legal Liabilities in the E-Commerce Field”《关于电商领域知识产权法律责任的调研报告》。<https://www.chinacourt.org/index.php/article/detail/2020/03/id/4871104.shtml>

2000/31/EC 号指令⁵ (简称“电子商务指令”), 该指令旨在通过确保信息社会服务在欧盟成员国之间的自由流通, 促进内部市场的正常运作。

根据电子商务指令, 服务提供商的作用只能是传输来自第三方的信息和通过通信网络提供访问。服务提供商未发起传输, 未选择传输的接收方, 或者未选择或修改所传输的信息的, 无需就第三方非法内容承担责任。⁶服务提供商提供缓存设施的, 无需就第三方非法内容承担责任, 但前提是服务提供商: 未修改信息; 遵守获取信息的条件和更新信息的规则; 不干扰合法使用技术来获取信息使用情况的数据; 当被告知信息已从网络中删除、当对信息的访问被禁止或当主管当局已下令删除时, 迅速采取行动, 取消对所储存信息的访问。⁷存储服务接受方提供或应其要求提供的信息的服务提供商, 如实际不了解非法活动或信息和关于损害赔偿要求的情况, 也不知道明显存在非法活动或信息的事实或情况, 或在获得此类情况或信息后, 迅速采取行动删除或禁止访问信息, 则不承担责任。⁸

自电子商务指令发布以来, 数字技术和商业模式发生了重大变化。以下是欧盟最近的立法进展情况。从这些立法可用看出, 相关部门期望实施更加适度、更有针对性的义务和责任, 特别是对大型网络平台施加更大的注意义务和责任。

新规中引入了 2019 年 04 月 17 日关于数字化单一市场版权及相关权利的第(EU)2019/790 号指令, 以及经修订的第 96/9/EC 号指令和第 2001/29/EC 号指令 (简称“数字化单一市场版权指令”), 提高网络内容共享服务提供商的注意义务水平。从本质上讲, 网络内容共享服务提供商必须主动获得权利人的授权。如果未获授权, 在线内容共享服务提供商应尽最大努力确保特定版权作品无法被访问, 并在收到权利人提供充分证明的通知后, 迅速采取行动禁止访问该内容或从网站上删除该内容。成员国须在 2021 年 06 月前, 按该指令规定的转换。

欧盟委员会 (EC) 提出了两项与数字市场有关的立法提案: 《数字服务法》和《数字市场法》。欧洲议会和成员国仍在讨论和审议这两项提案。

《数字服务法》全面和实质性地改进了监管网络平台的措施, 明确了责任和免除责任的情况, 使平台经营者更具有确定性。具体来说, 该法推出了一些新举措, 如用户在网上标记非法商品、服务或内容的机制, 以及平台与“可信标记者”进行合作的机制。此外, 该法还对网络市场的商业用户的可追溯性规定了新的义务, 以帮助查明非法商品的卖家。该法甚至还加强了对用户量超过 10% 欧盟人口的网络平台的注意和公众监督义务。⁹

而《数字市场法》作为“把关者”的网络平台制定了规则, 目的是防止把关者对企业和消费者施加不公平的条件, 并确保重要数字化服务的开放性。¹⁰

⁵ 欧盟委员会。欧洲议会和欧盟理事会 2000 年 06 月 08 日第 2000/31/EC 号指令。 <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2000/31/oj>

⁶ 2000 年电子商务指令第 12 条, https://www.legislation.gov.uk/eudr/2000/31/pdfs/eudr_20000031_adopted_en.pdf。

⁷ 2000 年电子商务指令第 13 条, https://www.legislation.gov.uk/eudr/2000/31/pdfs/eudr_20000031_adopted_en.pdf。

⁸ 2000 年电子商务指令第 14 条, https://www.legislation.gov.uk/eudr/2000/31/pdfs/eudr_20000031_adopted_en.pdf。

⁹ European Commission. The Digital Services Act. 欧盟委员会。《数字服务法》。

https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_en#new-rules-in-a-nutshell

¹⁰ Digital Markets Act: Ensuring fair and open digital markets. 《数字市场法》: 确保数字市场公平开放。

https://ec.europa.eu/cyprus/news_20201216_2_en

2. 实行谅解备忘录

当新的侵权技术和形式不断涌现时，现有的法律和案件可能不足以寻找最佳的反假冒做法，并且已经过时。该问题不仅仅是任何特定平台或权利人单独面临的问题，而是随着电子商务市场的蓬勃发展而形成的一个系统性问题。

谅解备忘录被认为是系统解决这一问题的有效方法。通过将所有利益相关者聚集起来，并在谅解备忘录框架内对其进行问责，可以通过呼吁采取超出现有法律最低要求的更加积极的防范措施来推进利益相关方的合作并提高平台的义务。

存在很多问题，需要不断提高平台的义务。

关于通过互联网销售假冒商品的谅解备忘录是欧盟委员会促成的一项自愿协议。该备忘录于在 2011 年 05 月首次发布，后来于 2016 年进行修订，以防止假冒商品出现在网络市场。¹¹目前，签署该谅解备忘录的共有 14 位权利人、包括阿里巴巴在内的 8 家网络平台和 8 家商业协会。2018 年，各方又签署了一份关于网络广告的谅解备忘录。

欧盟委员会定期审查谅解备忘录的情况和成效。最新报告于 2020 年 08 月发布，即《关于打击互联网上销售假冒商品的谅解备忘录运作情况的报告》¹²。该报告回顾了 2017 年 06 月至 2019 年 10 月期间的做法。下一份报告将介绍新冠疫情期间的最新情况。

该报告收集了以下 6 个方面的意见和建议：(1) 通过网络平台采取的积极防范措施；(2) 通知下架流程；(3) 重复侵权人；(4) 合作，包括共享信息；(5) 与海关和其他执法机构进行合作；(6) 消费者信心和信息保护。大多数签署方对谅解备忘录下进行的合作持肯定态度，但对可以进一步开展的工作持保留意见。

主要意见和建议总结：

- 尽管不断努力进行打击，假冒和盗版商品仍然很普遍，而且大部分可以在网上找到。与网络平台的合作及信息交流可能达不到谅解备忘录所订的承诺。
- 可以将谅解备忘录看成一个实验室，测试哪些可能是打击网络侵权和盗版的最佳做法。如果搜索引擎、支付服务、社交媒体和运货商等更多元化的各方能加入谅解备忘录，在各个方面进行合作，可能会有所帮助。
- 定期举行会议，就新趋势、挑战和最佳做法交换信息，是备忘录继续有效运作的基石。

欧盟在备忘录方面的经验对推进电商平台治理具有重要借鉴意义。欧盟利益相关者面临的挑战和主要关注点与中国大致一致。

¹¹ 《关于通过互联网销售假冒商品的谅解备忘录》。

https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/intellectual-property/enforcement/memorandum-understanding-sale-counterfeit-goods-internet_en

¹² 欧盟委员会。《关于打击互联网上销售假冒商品的谅解备忘录运作情况的报告》。

<https://ec.europa.eu/docsroom/documents/42701>

第2章 平台新举措和面临的挑战

《电子商务法》第7条规定：国家建立符合电子商务特点的协同管理体系，推动形成有关部门、电子商务行业组织、电子商务经营者、消费者等共同参与的电子商务市场治理体系。

应该承认的是，各大电子商务平台响应2019年11月中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于强化知识产权保护的意见》提出的加强技术支持、凝聚各方力量的建议，在不断采取创新积极的措施，打击网络假冒和盗版问题。

I. 各大平台的新举措及进展情况

2020年电商报告总结了各平台部署的系统性措施和技术性措施及相关进展情况。在系统措施方面，各大平台普遍加强了检测和响应机制，以控制产品和供应商的准入。比如，京东“红网”在审查供应商背景时，可能会交叉检查数据库中的供应商信誉信息，并阻止高风险供应商入驻平台。红网系统还可以拦截可疑的侵权或假冒品牌上传特定商品的链接，防止供应商滥用知名品牌来吸引用户流量。在技术措施方面，大趋势是平台利用人工智能技术、大数据、云计算、区块链技术等，实现对平台的主动和自动监控。

以下是2019年至今各大电商平台的新举措汇总。我们希望提供更多详情，说明这些举措的运作方式及所要达到的目标。

表3 主要电商平台新知识产权保护举措汇总表

平台	举措	进展情况
阿里巴巴	<p>1. 无疆计划¹³</p> <p>该革命性的举措于2020年01月正式启动，与高德等50多家试点品牌权利人合作，包括阿迪达斯、捷豹、历峰、奔富、博士音响、维多利亚秘密等外国权利人。</p> <p>该计划在普通消费者的帮助下，将网上打假与清理线下侵权商店联系起来。在高德的支持下，权利人可以在高德地图上标记正品和授权的线下商店，并在品牌搜索中优先考虑授权商店。消费者发现某品牌的线下门店可疑时，可以将现场照片和地点上传到淘宝网和支付宝上的网上线索举报平台。此类线索可能由阿里</p>	<p>截至2020年底，无疆计划已覆盖30个省份，标记了2万多家授权门店，参与提交线索的志愿者超3万人。</p> <p>截至2020年12月，已有187名国内外权利人参与了“鹊桥计划”。未来，阿里巴巴的目标是升级算法，以检测高度相似的侵权商品样品变异，并将变异发送给权利人进行确认。一旦认定为侵权，这些变异商品也将被自动监控和屏蔽。</p>

¹³“Boundless Initiative”“无疆计划”。

https://m.21jingji.com/article/20200107/herald/95b81bea373ea154125998efaf4c4b4b_zaker.html

	<p>巴巴流程中心进行初步处理，然后转发给权利人进行认证。举报有用线索的消费者可以获得公共服务积分。</p> <p>2. 中小企业 SIMP'Ali 计划和支持中心¹⁴</p> <p>2019 年，阿里巴巴启动中小企业支持计划。2020 年的一项针对中小企业的研究发现，相对于大企业所面临的普遍问题，中小企业由于缺乏知识产权保护经验和不同的执法需求，可能需要专门、有针对性的执法方案。</p> <p>阿里巴巴于 2020 年启动了中小企业支持中心，旨在为中小企业提供有针对性的支持和指导意见。</p> <p>3. 鹳桥计划</p> <p>阿里巴巴推出了一项合作计划，权利人可以向阿里巴巴提交侵权产品的样品。然后，阿里巴巴将把样品整合到算法中，在整个平台上进行自动检测。当供应商在网上发布此类产品时，算法将立即发送警报并屏蔽产品。</p>	
京东	<p>1. 红网¹⁵</p> <p>京东红网系统可交叉检查数据库中的供应商信誉信息，并阻止高风险供应商入驻平台。</p> <p>红网系统还可以拦截可疑的侵权或假冒品牌上传特定商品的链接，防止供应商滥用知名品牌来吸引用户流量。这样，就可以为知名品牌和商号提供有针对性的保护。到目前为止，该系统已经保护了 2100 个知名品牌。</p> <p>2. 轻舟知识产权平台¹⁶</p> <p>京东于 2020 年 02 月推出该平台，提供一站式知识产权服务和保护平台，涵盖证据保全、知识产权注册、知识产权交易、侵权投诉等。</p>	

¹⁴ “Improving the business environment of small and medium sized enterprises”，“改善中小企业营商环境”。

https://www.sohu.com/a/458331860_100191050

¹⁵ “Jingdong Red Net has protected intellectual property rights of over 2100 brands”，“京东红网系统保护了 2100 多个品牌的知识产权”。 <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1687492575616369946&wfr=spider&for=pc>

¹⁶ 请访问 <http://www.qingzhouip.com>

<p>微信</p>	<p>1. 签署多份谅解备忘录¹⁷</p> <p>2019 年 10 月 29 日，微信分别与北京出版界反盗版联盟、国际出版商版权保护联盟（IPCC）、中国行业媒体版权保护联盟签署了多份知识产权战略合作谅解备忘录。谅解备忘录主要围绕图书、教科书、报纸、期刊等出版物的侵权信息以及投诉响应机制建立定期沟通与协作。</p> <p>2. 针对微信视频账号采取的措施</p> <p>微信视频账号是微信推出的一项新功能，用户可以发布视频、与好友互动。微信建立了一个知名品牌和商号的数据库，并对数据库中的所有账户名称进行交叉检查。此外，微信还有关键词提醒系统，即在审核用户视频内容时，有可疑关键词跳出，视频内容将被转发进行人工确认。</p> <p>3. 新冠疫情期间成立的特别工作组</p> <p>在新冠疫情隔离期间，人们对观影、读书娱乐和在家上学的依赖程度较高，为网络侵权开了一个窗口。微信成立特别工作组来处理侵权视频和在线电子书。</p>	<p>通过特别工作组，3 万多部电影和电视剧以及 2 万多本电子书因网络侵权而被下架。</p>
<p>抖音（海外 TikTok）</p>	<p>原创内容联盟</p> <p>2020 年 02 月，抖音与 12426 版权监测中心、北京版权监控中心合作成立原创内容联盟。该联盟在 20 个平台上免费提供侵权监测和执法服务。</p> <p>成立电商部门¹⁸</p> <p>2020 年 06 月，抖音宣布成立电商部门，标志着其正式进军电商市场。</p>	<p>自 2021 年初以来，抖音共受理了 38918 起版权侵权投诉，下架了 23215 条侵权视频。在日常检查中，抖音下架了超过 72 万条涉嫌侵权视频。</p> <p>抖音还永久关停 2429 个账号，处罚了 14 万多个版权侵权账号。</p> <p>超过 3 万名原创内容制作者加入原创内容联盟，这有助于进行投诉。</p> <p>目前还没有关于下架侵权商品的最新消息或数字。</p>

¹⁷ “WeChat releases 2020 IP Protection Report”，“微信发布 2020 年知识产权保护报告。”

http://www.h21.cn/news/202011/newsif_13405.html

¹⁸ “Douyin officially set up e-commerce department; more fierce e-commerce competition in 2020”，“抖音正式成立电商部门；2020 年电商竞争更加激烈”。 <http://app.myzaker.com/news/article.php?pk=5eeb083b8e9f096e59372054>

<p>拼多多</p>	<p>1. 签署谅解备忘录¹⁹</p> <p>2019年11月，拼多多与中国出版协会签署了知识产权保护合作协议，旨在完善知识产权保护合作机制，协助打击盗版侵权行为，促进电子商务图书销售，共同促进出版业健康有序发展。</p> <p>2020年04月，拼多多与SIPA签署了知识产权合作谅解备忘录。拼多多和SIPA承诺，将共同支持平台经营者进行知识产权备案，提高经营者的知识产权保护意识，并在这方面提供更多指导。</p> <p>2. 支持平台治理的人工智能技术²⁰</p> <p>2020年03月15日，拼多多发布《消费者权益保护年度报告（2019）》，其中提及了平台治理的各种技术。</p>	<p>该报告显示，拼多多运用大数据风控系统结合人工审核，屏蔽了97%的未上线涉嫌侵权链接，关停了8.8万多家涉嫌违法店铺。2019年，平台已向全国各级执法机关移交线索1000余条。全年，平台向各级执法机关移交线索1000余条，协助警方抓获了200多名嫌疑人，涉案金额超过1亿元。</p>
<p>小红书</p>	<p>1. THEMIS 系统</p> <p>2019年起，小红书建立了涵盖多流程、多视角的知识产权保护THEMIS系统。该系统搭载了大数据和人工智能技术，对虚假评论、高风险投诉和可疑用户流量进行监测，从而检测假冒商店。²¹</p> <p>2. 熊猫计划²²</p> <p>2021年01月25日，小红书发布了2020年品牌知识产权保护工作的进展情况。2020年，小红书通过人工智能筛查、人工审核和志愿举报相结合的三层机制，向权利人提供了3万多条涉嫌侵权产品的线索。同日，小红书宣布启动一项特别的熊猫计划。</p>	

¹⁹ “Join hands with Shanghai Intellectual Property Office to upgrade Pinduoduo’s intellectual property protection system”, “携手上海市知识产权局，升级拼多多知识产权保护体系”。

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1665021968160915489&wfr=spider&for=pc>

²⁰ “Pinduoduo released annual report on consumer protection (2019), with R & D of 3.87 billion yuan”, “拼多多发布消费者保护年报（2019），研发投入38.7亿元。”

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1661413259074276619&wfr=spider&for=pc>

²¹ “Xiaohongshu and International Trademark Association will jointly promote the protection of authentic products”, “小红书与国际商标协会共同推进正品保护”。 <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1647353316256282518&wfr=spider&for=pc>

²² 请访问 <https://www.dsbcn.com/137910.html>; <https://finance.sina.com.cn/tech/2021-02-01/doc-ikftpnny3193302.shtml>

	小红书以庞大的社区群体和消费者内容分享著称，同时也被营销人员和侵权人钻了空子。该计划旨在协助品牌企业清除造假者和营销人员而非真正的消费者发布的虚假评论，并下架发布虚假评论以吸引用户流量和市场假冒产品的账号。每个月都会公布计划的进展情况。	
美团 ²³	<p>美团是领先的生活方式和外卖网络平台。</p> <p>2020年04月29日，美团与上海市黄浦区市场监督管理局签署了一份知识产权保护合作谅解备忘录。</p> <p>目前无法获得该备忘录的具体内容。</p>	

根据上述汇总表，我们得出两个积极的看法：

(1) 基于大数据和人工智能的技术是支持跨不同平台计划的必要基石。

几乎所有主要的平台都利用了筛选技术来阻止假冒产品进入平台，同时减少了必要的成本和人工工作量。此外，阿里巴巴和京东都为权利人推出了一站式知识产权保护平台，方便权利人通过区块链技术进行注册备案和保全证据。而区块链技术可以将原创作品以视频和图像的形式存储到区块链平台，并进行相应的加密，保证产品的可追溯性，为未来真品交易提供加密环境。

(2) 正在形成社会治理结构。所有利益相关者之间通过谅解备忘录进行定期沟通和合作变得越来越普遍。

几乎所有平台都与所有利益相关方签署了谅解备忘录，包括但不限于政府当局、权利人和行业协会。阿里巴巴进一步推出了“无疆计划”，赢得了广大消费者的 support。

近年来，短视频这类新兴媒体宣传方式在各大电商平台迅速发展。阿里巴巴为此制定了“视频版权保护计划”。随着微信视频号应用范围的扩大，微信平台的知识产权保护范围也有所扩大，保护力度也有所增强。

尽管有这些积极的变化，我们也注意到存在下列情况：

(1) 权利人参与其中一些平台计划时，准入渠道的透明性可能不如预期。

接受采访的权利人很少提到这些新举措，这表明这些举措可能仍然只惠及少数权利人。虽然

²³ “Huangpu: create a new situation of Internet intellectual property protection”, “黄浦：开创互联网知识产权保护新局面”。
<http://www.shzgh.org/zscq/mtjj/n2512/u1ai25810.html>

有少数几篇文章提到各平台每年发布的知识产权保护报告，但这些报告的原始文本和统计数据仍然很难找到。我们将在第六章中提供权利人的更多建议与意见。

(2) 尽管各种筛选技术不断发展，人工审核仍然不可或缺。

尽管有各种筛选技术，侵权人也越来越狡猾和老练。而且，仍然有大量的侵权链接通过了机器筛选。平台可能仍然需要确保足够的人力来进行内容审查，并迅速采取必要的措施。

(3) 在直播带货等新的商业模式中，打击假冒盗版仍然是一项挑战。截至 2020 年，各大直播电商平台尚未采取新举措和有效措施。

(4) 除了阿里巴巴，我们发现其他各大平台都没有制定专门针对中小型企业的规章或政策。

II. 平台知识产权保护与投诉规则

各平台普遍细化了平台知识产权保护和投诉规则，以履行《电子商务法》规定的义务。执业细则大多是在 2019 年或 2020 年发布的。

最高人民法院意见和批复明确了关于恶意投诉、无侵权声明以及认定平台经营者是否采取合理措施的因素等方面的要求。具体而言，批复将权利人对无侵权声明的 15 天硬性期限改为 20 个工作日的合理期限，不包括必要的公证和认证时间。这一变化符合《民法典》对网络侵权的一般要求。

然而，在这些司法解释出台之后，各大平台似乎并没有再次更新知识产权保护和投诉规则。各大平台的执业细则大多仍将 15 天作为权利人回应无侵权声明的期限。

III. 直播平台面临的新挑战和新规则

直播带货平台是否会构成电商平台，以及是否应承担《电子商务法》规定的义务，在很长一段时间内一直都没有定论。2021 年 05 月 25 日起施行的《网络直播营销管理办法（试行）》，明确了网络直播营销平台必须遵守《电子商务法》。

然而，直播带货的特点造成了新的侵权风险，使得靠传统技术进行监测和证据保全变得非常困难。

首先，照片和/或视频直播推销比单纯地展示产品介绍页面要复杂得多。直播频道销售的产品是正品，但未经授权使用受版权保护的背景音乐，也可能是侵权行为。平台如何在采取相应措施的同时，为权利人提供充分、及时的保护，将是一个实际问题。

其次，对权利人来说，提前监测、保全证据并迅速采取行动也很有难度。进行推销的产品可能在直播前公布，也可能不公布，因此很难追溯。从时间上来讲，直播通常安排在晚上，而非工作时间。需要额外的计划和工作量来定期做监测，并在必要时通过公证保存证据。

第三点，对于直播带货而言，误投诉可能比下架链接造成的伤害更大。产品销售几乎是在顷刻间完成的，或者是在很短的时间内集中完成的。在直播过程中立即关闭直播频道，但后来发现投诉有误的，将在很短的时间内造成流量和收入的损失。

目前，直播平台仍普遍使用电子邮件接收和处理投诉。与通过直播的快速传播内容相比，这种投诉方式传统且缓慢。此外，顶级直播平台也没有制定全面的知识产权投诉规则。

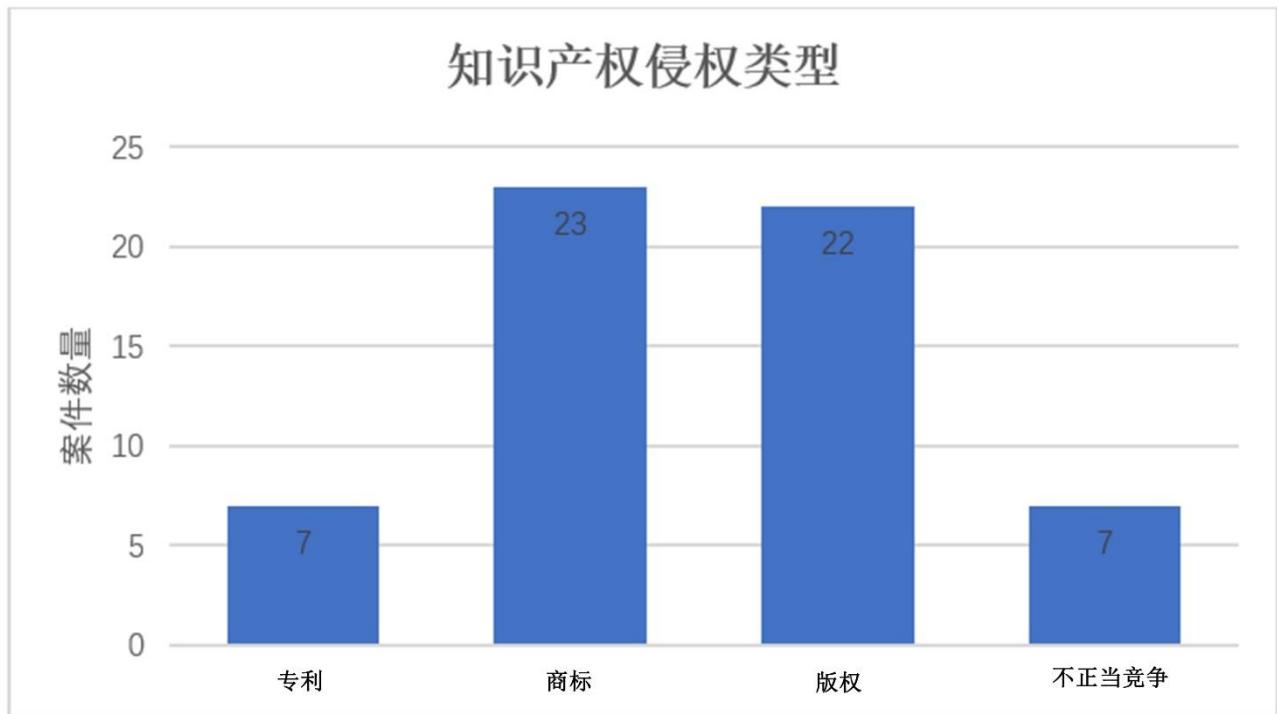
第3章 中国法院相关判决

从2020年01月截至2020年12月31日，共发布122起援引《电子商务法》且涉及知识产权和不正当竞争的判决。电商平台作为被告/共同被告被起诉，但没有具体援引《电子商务法》的案例应该比这多得多。

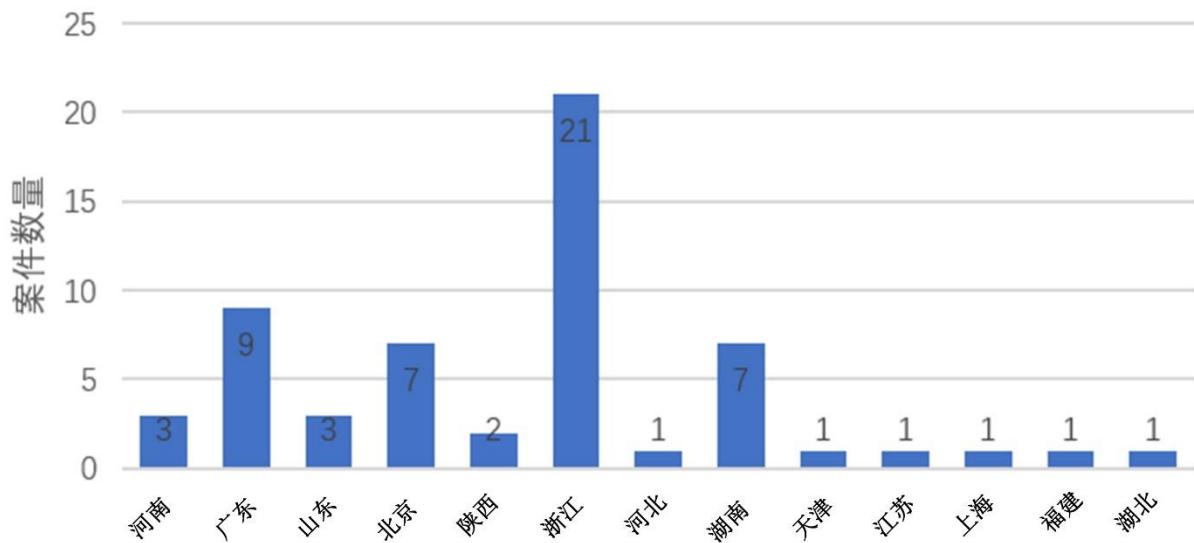
此外，2020年01月第一阶段协议生效后，执行指导意见的案例有3起，执行批复的案例有1起。我们对各种数据库进行了交叉检查，并对新案件进行了梳理，特别关注自上次研究以来发布的判决。电商平台上出现的假冒盗版行为，中国法院追究其法律责任的案件也应引起重视。

我们将案件按问题进行分类，如涉及不同类型知识产权的案件、涉及不同地域的案件、涉及网络平台责任的案件等。我们还总结汇编了一些案例的关键事实和裁决，并以图表的形式呈现，得出了关于司法/执法做法趋势的结论。

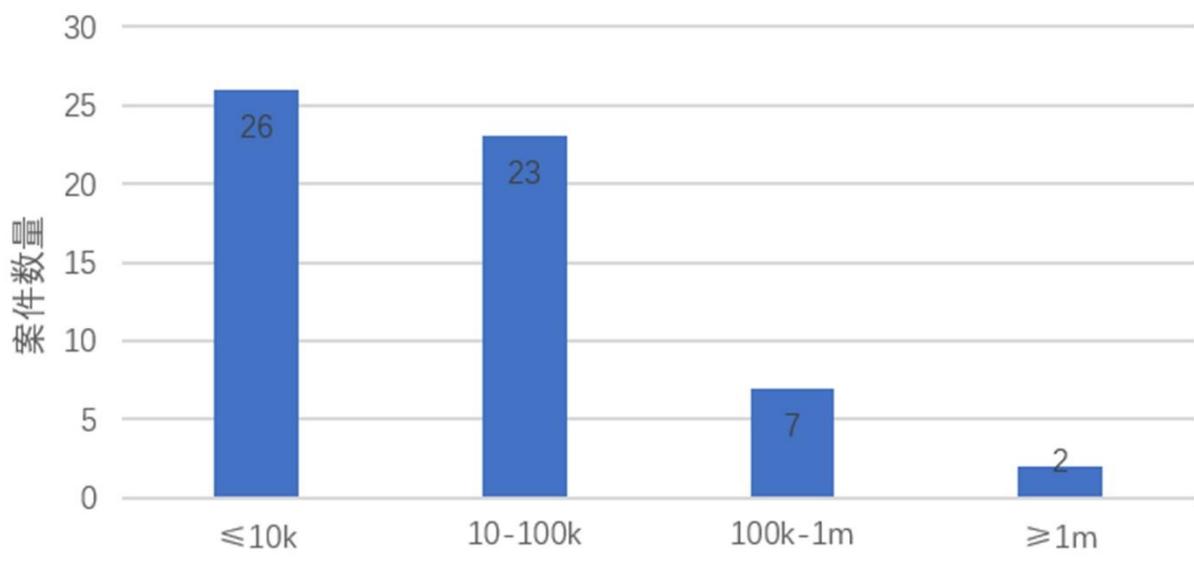
首先，下面是我们审查过的58个案例的统计概况。



地区

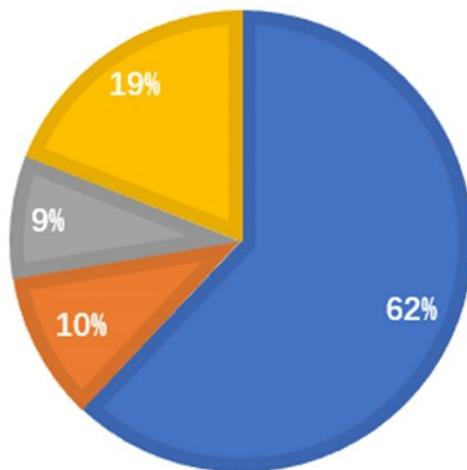


判决赔偿金额 (人民币)



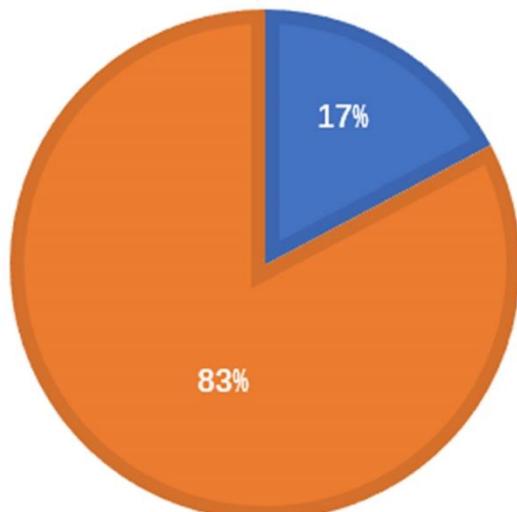
涉案平台

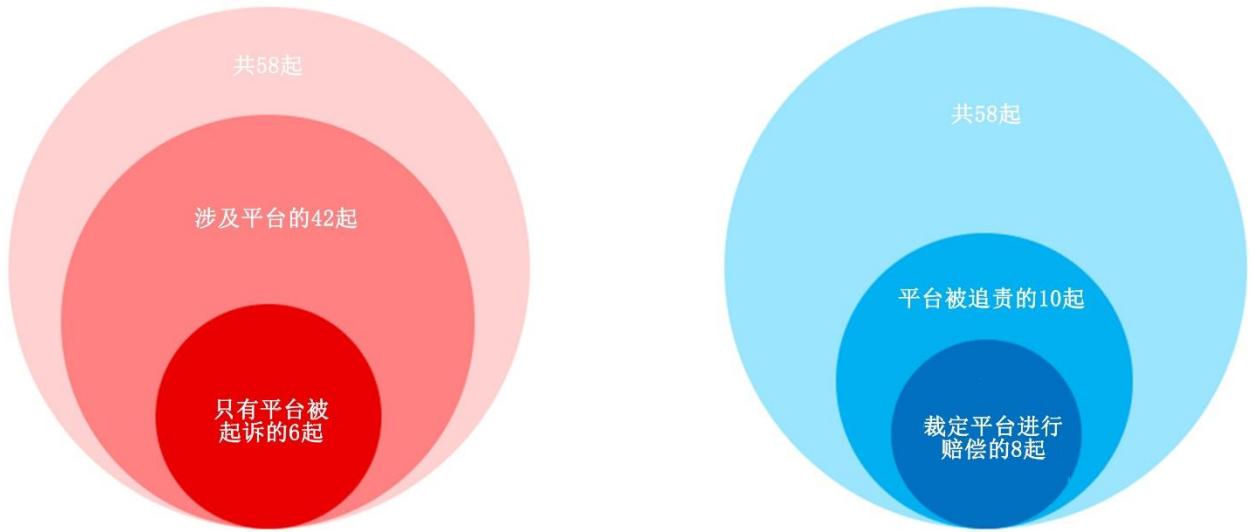
■ 阿里巴巴/淘宝/天猫 (36起) ■ 京东 (5起) ■ 海拍客 (6起) ■ 其他 (11起)



平台责任

■ 平台有责任 (10起) ■ 平台无责任 (48起)





从上图可以看出：

- (1) 商标和版权仍然是涉及知识产权侵权最多的两类案件，而涉及专利的案件相对较少，因为技术问题难以认定。
- (2) 阿里巴巴/淘宝/天猫是案例中最常涉及的平台，占近 60%。因此，在阿里巴巴/淘宝/天猫经营实体所在的浙江省，法院审理的案件数量相对较高。
- (3) 虽然电商平台经常作为共同被告被起诉，但却很少被追究知识产权侵权责任。正如浙江省高级人民法院在其《电子商务领域知识产权法律责任研究报告》²⁴（“调研报告”）中所评论的，原告起诉平台通常是为了督促其停止侵权行为或出于管辖目的，其中近一半会撤回或放弃了对平台提出索赔。（阿里巴巴）被判赔偿的案例只有一起，但都是由于其未经授权在其平台上使用他人版权作品而直接侵权。

其次，该调研报告主要讨论了近期执行指导意见和批复的 4 起案例。执行指导意见的案例有 3 起，如下表 4 所示。执行批复的案例有 1 起，详见表 5。在讨论司法做法中的重大问题/情况时，还引用了一些其他案例。

表 4 执行指导意见的司法案件概况

案号	关键信息
(2020)鲁15民初229号	<p>法院：山东省聊城市中级人民法院</p> <p>原告：王兴川</p> <p>被告：上海寻梦信息科技有限公司</p> <p>涉案电商平台：拼多多</p> <p>事实：《第九只兔子：一百次努力，不如一次正确的选择》一书的著作权归原告所有。原告发现盗版书籍在被告平台上出售。原告向被告平台发送了版权警告通知。被告平台通</p>

²⁴ 浙江省高级人民法院 2020 年 03 月 27 日发布的 Research Report on IPR Legal Liability in E-commerce Field 《关于电商领域知识产权法律责任的调研报告》，请访问

<https://www.chinacourt.org/article/detail/2020/03/id/4871104.shtml>。

	过内部函件向其平台上的供应商转发警告通知。 判决： 被告侵犯了原告的著作权，应承担赔偿责任。 裁判结果： 被告寻梦公司须赔偿原告王兴川人民币 1 万元。	
(2020)浙0110民初7982号	法院：浙江省杭州市余杭区人民法院	法院援引条款：第 8 条，以认定被告是否“恶意”
原告： 南京惠农千重浪农业科技有限公司 被告： 世科姆作物科技（无锡）有限公司 涉案电商平台： 淘宝		
事实： 被告提交鉴定报告，谎称原告产品为假冒产品。被告向淘宝投诉原告产品，构成恶意投诉。 判决： 被告的行为属于不正当竞争，应承担损害赔偿的民事责任。 裁判结果： 世科姆作物科技（无锡）有限公司须赔偿南京惠农千重浪农业科技有限公司人民币 20 万元。		
(2020)浙0110民初9076号	法院：浙江省杭州市余杭区人民法院	法院援引条款：第 8 条，以认定被告是否“恶意”
原告： 广州市增城氧菓达农资经营部 被告： 广东茂名绿银农化有限公司 涉案电商平台： 淘宝		
事实： 被告提交鉴定报告，谎称原告产品为假冒产品。被告向淘宝投诉原告产品，构成恶意投诉。 判决： 被告的行为属于不正当竞争，应承担损害赔偿的民事责任。 裁判结果： 广东茂名绿银农化有限公司须赔偿广州市增城氧菓达农资经营部人民币 20 万元。		

表 5 执行批复的案件详情

案号	关键信息	
(2020)京01民终7220号	法院：北京市第一中级人民法院	被告援引条款：第 3 条（法院支持）
原告： 北京微播视界科技有限公司 被告： 北京百度网讯科技有限公司、潘玲 涉案电商平台： 百度		
事实： 百度作为网络服务提供商，并未拖延下架涉事文章。且百度应当事人要求，在诉讼中公开了涉案百度文章的注册信息，履行了法定义务。 判决： 驳回上诉，维持原判。		

结合以上案例和我们审查过的其他案例，有几点值得注意的地方：

- (1) 涉及电商平台的知识产权侵权案件数量逐年增加。根据调研报告，仅浙江省 2014 年至 2018 年相关案例就从 445 起激增至 5613 起，年增长率达 88.46%。此外，《电子商务法》实施一年后的 2020 年，涉及电子商务法的知识产权侵权案件超过 100 起，而前一份研究报告仅记录了 33 起。这表明，《电子商务法》在过去的一年里积极实施，越来越多的利益相关者依靠《电子商务法》来保护自己的知识产权。
- (2) 只有很少数电商平台被追究了知识产权侵权的连带责任，平台是否采取了合理、谨慎的措施是此类案件的关键考量因素。在蓝河营养品有限公司（简称“蓝河公司”）诉 B2B 平台 Hipac.cn 经营者杭州洋驼网络科技有限公司（简称“洋驼公司”）的系列案件中，洋驼公司辩称，蓝河公司递交的信函中没有确切的侵权人信息，因此属于无效投诉。但因洋驼公司并未与蓝河公司进一步确认侵权人信息，法院驳回了洋驼公司的抗辩。相反地，在蓝河公司诉拼多多经营者上海寻梦信息科技有限公司（简称“寻梦公司”）的另一起案件中，由于寻梦公司要求蓝河公司补充侵权链接信息，但蓝

色河未给予回复，因此平台被免责。一般来说，各大平台都建立了较为完善的知识产权保护规则和成熟的下架程序，很少被追究责任，这大大降低了共同侵权的风险。

- (3) 未充分通知是向投诉平台失败的主要原因之一。从上文的蓝河公司案例中可以看出，蓝河公司并未提供侵权链接供平台采取行动。在“陈玉水诉寻梦公司和马宁儿”的另一起案件中，由于陈玉水未提交侵权的初始证据，也没有胜诉。第三个案例是“云南昆泰广大贸易有限公司（简称“昆泰公司”）诉淘宝和陆伟群案”。淘宝要求昆泰公司提供物流信息，以证明其收到了涉案商品。但昆泰公司未给予回应，因此法院裁定淘宝认为昆泰公司的通知无效没有过错。这提醒利益相关者，他们应严格遵循指导意见中规定的下架通知指南，在通知中载入足够的信息，还应根据平台要求，补充任何缺失的信息。否则，投诉可能无法被平台受理和及时处理。
- (4) 在保护知识产权方面，一般不要求平台采取主动措施。在“浙江凡迈科技有限公司诉西咸新区空港新城万家红百货店”一案中，法院在判决书中明确表示，平台没有义务主动采取措施对平台上的商品是否侵犯知识产权进行审查和监督。在另一起案件“中国建筑出版传媒有限公司诉寻梦公司案”中，法院认为，由于网络信息数量庞大，电子商务监管机制应主要侧重于事中监测和事后补救，因此，要求平台主动删除潜在的侵权链接是没有法律依据的。因此，一般情况下，平台在收到下架通知后采取必要措施即可。

尽管如此，平台仍需履行指导意见中规定的“合理注意”义务，包括建立知识产权保护规则、过滤“优质假冒产品”等关键词，否则将被认定存在“本应知道”侵权行为。

- (5) 司法解释明确了构成恶意通知的因素。实际上，竞争对手利用平台知识产权保护规则，对网络经营者提起投诉，将竞品甚至网店从平台上架的情况屡见不鲜。如果是恶意提交此类下架通知，肯定会对网络经营者造成损害，尤其是在春节等大高销量窗口期之前发出通知。为解决这一问题，指导意见第8条规定了一些认定是否为恶意通知的准则。

在表4所列的第二、三起案件中，被告向平台提交虚假的鉴定报告，被认定为恶意通知。在这两起案件中，被告明知正品上有“SipstarPlus”等字样，但仍出具鉴定报告，声称正品上没有此类字样，因此平台上销售的商品为假货。

在另一起案件中，法院就该问题提供了更多的见解。恶意通知案件通常是出于不正当竞争目的，这表示符合条件的被告通常是竞争对手。但在“天津市嘉瑞宝金属制品有限公司诉徐桂珍、赵振全、邓艳辉等案”中，法院认为立案代理人也负有责任。法院认为，这是一起典型的被告伪造版权文件提交的恶意通知。邓艳辉作为立案代理人，应当非常熟悉投诉立案规则及可能产生的后果，但其未对委托书的真实性及委托人身份进行核实，因此没有采取合理的谨慎。此外，邓艳辉明知赵振全系原告竞争对手，但仍然接受了赵振全的聘用，并以徐桂珍的名义提起诉讼，而徐桂珍协助了赵振全的侵权行为，因此应该承担连带责任。

- (6) 可以采取保全措施（禁令）对抗恶意通知。由于案件比较复杂，有时无法通过向平台提交回复信件来更正恶意通知。2019年9月，杭州市余杭区人民法院首次允许采取保全措施，责令被告立即停止向淘宝网投诉原告的知识产权侵权行为。从案例报告可以看出²⁵，被告对原告提出了23起投诉，导致原告淘宝店内12个热门商品的链接被下架。经审查，法院支持原告请求，因为法院认为原告的请求有法律和事实依据，如果不采取保全措施，将造成不可弥补的损失。该做法是依据指导意见第9条，规定网络经营者有权在紧急情况下向法院申请采取保全措施（如恢复商品链接、撤回通知或停止发送通知等）。

²⁵案例报告请访问 http://www.yuhang.gov.cn/art/2019/9/25/art_1532133_38386867.html。

(7) 直播平台已纳入《电子商务法》的监管范围。

近年来，中国直播行业发展迅猛，市场销量大增。因为直播是一种新事物，《电子商务法》并未明确将直播活动及相关平台纳入监管范围。但《网络交易监督管理办法》和《网络直播营销管理办法（试行）》自 2021 年 05 月施行以来，情况发生了变化。《网络交易监督管理办法》第 2 条明确规定，网络社交、网络直播等信息网络活动中销售商品或提供服务的经营活动，适用本办法。第 7 条还提供了一些网络交易平台服务的示例，如为直播提供网络营业场所、产品浏览、订单生成和在线支付。

在北京海淀区法院近期审理的一起案件中，直播平台首次被认定为电子商务平台。根据报告中记录的案件详情²⁶，法院认定中国流行的直播平台抖音属于电子商务平台，因为用户可以在该平台上进行网络营销活动，并在直播过程中显示产品信息，用户需要在抖音上使用购物车连接到另一平台完成交易，并可以使用其抖音账号查看购买订单。

法院进一步明确了此类直播平台应承担的合理义务。法院认为，对事前审查措施不宜过于严格，应考虑其他因素，如是否有准入规则和营销规则，平台是否履行了对商品和经营者证照的审查义务、是否有限制商品清单、知识产权保护规则和投诉机制，平台是否在接到通知后采取了必要措施并积极协助权利人行使权力等等。鉴于上述情况，法院认定抖音已经履行了事前审查和提醒的义务，并在事后及时采取了行动，因此在此案中不承担赔偿责任。此案目前正在上诉中，二审是否会维持原判，我们拭目以待。

²⁶ 案例报告请访问 <https://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1749990115/684ebae3020013jtr。>

第4章 欧盟权利人的建议与意见

权利人是电商市场的重要参与者，对《电子商务法》的实际运作有着亲身体验。

在本研究中，我们对5位权利人进行了深入的访谈，他们来自不同的行业，如专业化工产品、音乐娱乐和消费产品。不幸的是，到目前为止，我们还没有收到平台的反馈，因此无法提供平台的观点。

访谈以附件所示提纲进行，内容包括一般意见、投诉渠道、材料和处理、2019至2020年具体数据，以及关于谅解备忘录的评论。我们将提供的具体建议和意见及数据总结如下。

I. 一般看法

1. 《电子商务法》出台后平台治理规则和实践的变化

大多数接受访谈的权利人承认，总体上发生了积极的变化，包括投诉规则和程序更明确、对供应商身份和认证的审查更严格、处理速度更快、技术提供了更积极的防范措施，以及权利人与平台进行沟通的协作框架更具活力。

积极变化的具体实例：（1）拼多多现在会邀请权利人帮助审查供应商，并确认授权是否真实；（2）阿里巴巴的监控范围从造假扩展到盗版图像，节省了知识产权权利人的时间和成本。

我们还听到一些反馈称，平台规则变得更加具体和标准化，但有些设计和规则可能会限制权利人的观点，我们将在下一节中进行概述。

2. 存在的挑战和困难

在电商平台经营者和权利人不断制定和部署打击假冒盗版的新技术的同时，侵权人也从经验中吸取教训，想出新的投机取巧方式。还有一些问题仍未解决，而且随着技术的不断发展，这些问题甚至变得更加难以解决。

受访者表示，不断演变的侵权活动带来了各种挑战。面对这些挑战，需要平台经营者和权利人共同努力，及时发现新出现的侵权行为，并相应升级平台规则、自动筛选技术和算法。

挑战：

- (1) 许多侵权人将正品和假冒品混在一起出售。即使是权利人也很难区分两者。
- (2) 社交电商和直播平台上的假冒和盗版商品也是令人头痛的问题。与传统电商平台相比，侵权活动更难追踪。权利人需要这些新形式平台的合作和支持来保全证据。监测直播平台并保全证据具有挑战性。

-
- (3) 侵权人想出了更隐蔽的侵权方式，难以被传统技术和算法检测到，使得电商平台经营者很难做出有效的判定。侵权人现在使用带有商标或其他非法内容的照片和视频来推销产品。一些平台尚未采用技术自动检测和删除这些照片和视频，甚至认为此类使用属于非商标性使用。
 - (4) “打地鼠”的问题仍然存在。权利人希望电商平台经营者制定更严格的供应商准入和审查规则，这样，店铺被关闭的供应商可能就无法轻易注册新店铺。此外，如果无法解决身份审查问题，三振出局规则或一振出局规则（即如果发现有三项或一项侵权行为，店铺将被永久关闭）将没有任何价值。
 - (5) 目前还没有明确的规则或系统来监管假冒盗版链上的其他重要参与者，比如物流公司，他们可能更有能力发现虚假邮件并帮助跟踪货物。

3. 对平台举措的建议

在平台举措方面，权利人大多认为，电商平台经营者或多或少都采取了积极防范措施来打击假冒和盗版产品。权利人希望平台经营者能够定期公布和共享新举措的进展情况。此外，权利人愿意向平台提供正品特征、确认假冒产品的诀窍以及用于标识正品品牌的关键词，以便平台将这些信息整合到算法中，提高自动检测的有效性。

II. 投诉渠道、材料及处理

1. 投诉渠道

权利人承认，领先的电商平台通常建立了知识产权投诉制度。但对于直播带货平台和发展不够完善的电商平台来说，通过电子邮件投诉仍较为普遍，通常花费的时间也更长。

其中一个受访者是专注于集体音乐版权管理和执法的国际行业协会，给出了强烈的负面评论，即如果电商平台无法进行人工介入，执法就会变得困难。虽然采用自动筛选和监测技术在一定程度上帮助平台首先防止非法内容上线，但投诉立案和审查标准过于死板，缺乏必要的人工介入。在有需要时，权利人没有机会与处理投诉的工作人员直接沟通，也没有标准的沟通渠道来提出投诉。

2. 对投诉材料的要求及审查标准

根据《电子商务法》和各项法规和指导意见，电商平台总体上更新了平台规则，体现法律要求。此类规则使权利人在一定程度上明确了提出投诉的要求和审查标准，因此通常是积极的规则。

但有权利人报告称，手续要求比较繁琐或严格，例如：

- (1) 对权利证明的要求严格且机械。

例如，当侵权人窃取商业营销照片坐享其成时，一些平台规则可能要求权利人出示版权登

记证明。然而，权利人通常有很多商业照片，而且更新很快。要求权利人对每一张用于营销活动的商业照片进行版权登记，既不切实际，也没有必要。

此外，如属国际商标，平台需要官方登记证明，不接受国家知识产权局的网络备案。这也是不方便且不必要的。

- (2) 一些平台现在要求提供法院或行政判决结果作为初步支持性证据。这对权利人来说相当麻烦，而且违背了快速有效的线上下架的意图。权利人建议，不应要求提供法院或行政判决结果，特别是当假冒行为很明显时。
- (3) 平台有时会质疑权利人获得的侵权产品样品的真实性，迫使权利人以更高的成本和更长的时间对涉嫌侵权的产品进行公证购买。

在审查标准方面，权利人希望各大平台经营者对证据进行适当和必要的实质性审查，而不是仅仅依赖现有的法院或行政判决结果。

3. 无侵权反通知

根据《电子商务法》的规定，各大平台均建立了反通知机制，并给权利人反驳反通知的机会。平台在将反通知转发给权利人前，通常会先审核反通知和无侵权声明的佐证。

无侵权反通知的共同理由通常是产品经正式授权，或者使用的商标、内容或技术没有侵权。成功送达反通知书的投诉个案相对较少。

最高人民法院指导意见第8条和批复第4条规定，对恶意提交无侵权反通知的，须承担惩罚性损害赔偿责任，但这条规定施行的时间很短，受访的权利人都尚未采用过。

4. 信息公开与共享

平台设有专门的知识产权投诉制度的，通常会及时与权利人共享投诉的进展和状态。但对于其他仍靠邮件处理投诉的平台来说，很难系统地显示所有投诉结果。

在具体案件的信息共享方面，权利人可能希望平台提供侵权人的信息，作为其他法律诉讼的证据。目前，关于可以向权利人提供什么信息，并没有具体的规则，特别是由于对数据保护的关注日益增加。这可能有助于制定一套规则，规定在追查可疑的侵权活动时，哪些信息可以提供给权利人，而哪些信息只能在法院要求呈交时提供。

在公开披露方面，各大平台可能会发布年度审查报告，其中包含平台举措的数据和进展情况。然而，数据和进度报告相当笼统。权利人希望从平台获得更多共享信息。

III. 2019 至 2020 年趋势及数据

一般来说，商标权和版权仍然是大多数投诉的主要因由。涉及专利权的投诉仍然很困难。

关于侵权形式和类型，权利人一致认为侵权人越来越狡猾，越来越善于隐藏自己的罪行。如今，侵权不法分子有时会利用网上商店作为吸引用户流量的幌子，但实际却引导消费者通过社交媒体进行交易。在这种情况下，权利人不能再依靠电商平台上显示的销量和收入来计算损害赔偿。此外，投机取巧和仿冒行为也在增加。侵权人可能使用相同或者相似的型号、包装、商业照片进行促销，这些同样会损害权利人，但却未有效处理相关问题。

权利人无法给出准确的投诉数量和成功率，但还是有希望让大多数认可成功率。其中两名受访者认为成功率大致在 90% 以上。但大多数成功的案例都是基于对纯假冒产品的投诉。除非提供法院或行政判决结果，否则声称存在类似商标的投诉成功率会更低。

至于平均回复时间，不同的权利人可能得到回复的时间不同。头部平台的回复速度更快，但仍有一些投诉案件需要更长时间，甚至几周才能处理，尤其是在 11 月 11 日、12 月 12 日或 06 月 18 日等购物节前后。权利人希望平台进一步缩短回复时间，并对最长回复时间设定更明确的期限。

IV. 谅解备忘录

本文所采访的欧盟权利人，均不是关于通过互联网销售假冒商品的谅解备忘录的 14 个签署方之一，因此无法对欧盟的谅解备忘录经验给出直接评议意见。但其中三个是阿里巴巴打假联盟（AACCA）成员，四个是中国外商投资企业协会优质品牌保护委员会（QBPC）成员，均有组织层面签署谅解备忘录的共同做法。

权利人普遍承认，签署谅解备忘录是与各种利益相关者建立定期沟通渠道、共享最佳做法和提供建议和意见的好方法。尽管如此，中国签署的谅解备忘录似乎大多是框架协议，以促进信息交流和合作，但没有明确的关键绩效指标（KPI）供签署方从数量或质量上审查和评估执行状况。

第5章 要点

通过梳理现有的立法、平台举措、案例研究、利益相关者的反馈意见，我们对本文要点进行了以下总结。

1. 立法进展情况

近两年来，《电子商务法》取得了重大进展，填补了在实施细则方面法的空白。最高人民法院指导意见和批复明确了下架通知和反通知的具体要求、认定是否恶意时应考虑的因素，以及平台是否采取了合理措施等。各项行政法规和指导意见明确规定，提供商品销售的直播平台应构成电子商务平台，因此这些新型平台应受《电子商务法》的监管。

立法构建是为了构建平衡对称的电子商务治理体系。在承诺加强知识产权保护的同时，现行法律法规还对恶意投诉进行了限制，并为平台供应商提供了禁令救济。原因可能是，恶意投诉在中国仍被认为是一个大问题。仍然有很大比例的投诉是基于不真实的权利基础提出的，或者是以击败竞争对手的轻率方式提出的。

2. 平台采取的积极防范措施

应该承认，各大平台都采取了积极防范措施，而且大多行之有效。不过，权利人希望平台能够更定期共享更详细的统计数据和案例，有助于制定最佳做法，并了解权利人如何有助于提高这些积极防范措施的准确性和有效性。

到目前为止，主要的平台可能会不时地发布一些一般性的数据，但对于较小的平台，几乎找不到什么信息。此外，即使对于主要平台及其举措，参与这些举措的途径可能也不够明显。我们相信，所有权利人都有兴趣了解这些举措的准入要求及其运作方式。

3. 平台规则

权利人承认，平台规则现在比以前更加具体，一些设计和规则过于具体，甚至死板。对于具有良好投诉跟踪记录的权利人而言，为他们制定一份白名单，并提供快速的投诉渠道和流程，可能会有所帮助。

到目前为止，我们没有看到专门为中小企业设计的充分保障措施。只有少数平台设有专门的渠道供中小企业投诉，而大多数系统的设计并没有解决中小企业的主要问题。同样，也很难听到小型电商平台提出的意见。

针对复杂和新出现的假冒盗版形式，这些规则和措施仍需改进。此外，权利人希望在直播平台上看到更具体的知识产权执法规则。

4. 利益相关者协作

利益相关者进行合作和协作是必然趋势。权利人希望获得更多数据和反馈，了解平台正在制定哪些主动措施及其运作方式，以便权利人知道如何参与和做出贡献。平台能够更好地提供跨平台的大数据和分析，而权利人在处理针对特定品牌、技术或内容的假冒或盗版时，有更准确的理解和经验。平台可以整合权利人提供的信息和关键词，整合到平台算法中，增强积极防范措施的有效性。

目前，关于可以向权利人提供什么信息，并没有具体的规则，特别是由于对数据保护的关注日益增加。这可能有助于制定一套规则，规定在追查可疑的侵权活动时，哪些信息可以提供给权利人，而哪些信息只能在法院要求呈交时提供。

5. 电商平台责任

根据统计数据，商标和版权仍然是涉及知识产权侵权最多的案件，而涉及专利的案件相对较少，因为技术问题难以认定。阿里巴巴/淘宝/天猫是案例中最常涉及的平台，占近 60%。然而，电子商务平台几乎不承担知识产权侵权的责任。未充分通知是向投诉平台失败的主要原因之一。

6. 谅解备忘录

目前已经有由商业协会、监督机构、权利人和平台签署的各种谅解备忘录。谅解备忘录有助于利益相关者建立信任关系、交流信息和最佳做法。在某些谅解备忘录框架下，参与者还可以从当地机构和平台获得更多资源。

我们同意先前研究提出的建议，其中包括一份谅解备忘录促进组织的备选方案清单。不过，我们也注意到目前在执行欧盟办法方面所面临的挑战。中国的大多数谅解备忘录似乎仍处于初步阶段，因此没有设置关键绩效指标或定期跟踪机制来定性和定量地评估实施效果，也没有促进或监督机构来跟踪实施情况。

在中国签署的大多数谅解备忘录文本未公开，因此无法进行文件审查和比较。

结论

自 2019 年《电子商务法》实施以来，电子商务市场、技术、法律治理框架均取得了重大进展。

各种新的法律、法规和政策有助于明确法律要求，为利益相关者提供一定的确定性，并指导平台建立具体的规则和程序。此外，各大平台不断制定积极防范措施，因此法律的有效性和努力的成果应该得到肯定。

在电商平台经营者和权利人不断制定和部署打击假冒盗版的新技术的同时，侵权人也从经验中吸取教训，想出新的投机取巧方式。还有一些问题仍未解决，而且随着技术的不断发展，这些问题甚至变得更加难以解决。权利人将期望并想要与平台和有关当局进行更多的信息共享和合作，以便在建立最佳做法方面采取一致行动，特别是在打击复杂和新出现的网络假冒盗版形式方面。

谅解备忘录有助于利益相关者建立信任关系、交流信息和最佳做法，但要采用欧盟的方法，还需要做更多的工作。

附件

- I. 援引的法律文件一览表
- II. 审查案件一览表
- III. 法律文件双语对照
- IV. 访谈提纲