

# 电子商务平台知识产权保护问题研究

王湘淑

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月21日; 录用日期: 2024年4月24日; 发布日期: 2024年7月12日

## 摘要

随着电子商务平台的快速发展, 知识产权保护问题日益凸显。如何在保障快速便捷交易的情况下, 有效保护知识产权成为迫切需要解决的问题。本文从电子商务平台知识产权纠纷现状入手, 分析电子商务平台知识产权保护中存在的问题, 探讨完善电子商务平台知识产权保护的对策, 优化电子商务平台知识产权保护的法律保障机制, 以期推动其健康有序的发展。

## 关键词

电子商务平台, 知识产权, 知识产权保护

# Research on Intellectual Property Protection of E-Commerce Platform

Xiangshu Wang

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 21<sup>st</sup>, 2024; accepted: Apr. 24<sup>th</sup>, 2024; published: Jul. 12<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

With the rapid development of e-commerce platforms, the problem of intellectual property protection is increasingly prominent. How to effectively protect intellectual property rights in the case of ensuring fast and convenient transactions has become an urgent need to solve. This article starts with the current situation of intellectual property disputes on e-commerce platforms, analyzes the problems existing in the protection of intellectual property rights in the e-commerce platform, discusses countermeasures to improve the protection of intellectual property protection of the e-commerce platform, and optimize the legal protection mechanism of intellectual property protection of e-commerce platforms, so as to promote its health and orderly development.

## Keywords

### E-Commerce Platform, Intellectual Property Rights, Intellectual Property Protection

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

我国电子商务行业迅猛增长，给消费者带来了方便快捷的购物方式，并显著提升了消费者的消费体验。然而，这种快速发展也使知识产权保护面临诸多挑战。根据中国消费者协会发布的社会调查报告显示，电子商务领域最普遍的知识产权争议集中在商品不合格和假冒伪劣问题上，有 70.6% 的受访者反映在电商平台上曾购买到劣质商品，但只有 12.1% 的消费者能够成功维护自己的合法权益[1]。知识产权侵权问题频发已经成为阻碍电子商务平台健康发展的一大因素。电子商务平台知识产权保护问题不仅关系到企业的创新发展，还关系到国家的经济发展、社会的稳定以及消费者个人权益[2]。因此，加强电子商务平台知识产权保护具有非常重要的意义。

## 2. 电子商务平台知识产权纠纷现状

### 2.1. 纠纷数量迅速增长

电子商务平台交易具有跨时空、跨地域的特点，这使得在电商平台中侵犯知识产权的成本变低，但是用户维权、相关单位进行治理的难度变大，导致知识产权侵权行为屡禁不止。根据调查数据显示，近几年，网购所引发的合同争议案例数量有所增加，特别是在食品和数码电器类商品的纠纷中，占比超过了 60%。2020 年全国法院审结的各类知识产权案件共 44.7 万件，2023 年全国法院审结知识产权案件 49 万件，同比增长 1.8%，通过这些数据可知，全国涉及知识产权的案件在逐年增加。2022 年，浙江新收和审结涉网知识产权民事一审案件 18,505 件和 18,176 件，同比分别上升 26.13%、30.26%，全省涉大型电商平台知识产权案件收案量 7085 件，同比上升 20.19% [3]。2023 年抖音电商发布《2023 抖音电商知识产权保护报告》，报告中显示，2023 年平台风控模型主动抽检出 75 个盗版图书高危目标，向警方推送有效线索 12 条，落案 8 起，抓捕犯罪嫌疑人 25 人，涉案金额 1500 余万元，平台主动识别并处理盗版短剧资源商品超 1.5 万条，清退违规商家超 250 个，平台原创首发图片保护系统已删除盗图商品超 8 万件，累计保护商品图片超 5 万张，保护相关订单超一千万笔，对应 GMV 超 13 亿元[4]。以上数据反映了司法机关和电商平台在知识产权保护方面的努力，也从侧面反映了电子商务平台涉及知识产权的案例数量逐年增长。随着数字经济的发展，电子商务平台知识产权案件将会成为知识产权审判的重点领域[5]。

### 2.2. 恶性侵权屡禁不止

电子商务平台具有匿名化和全球化的特征，这一特征使得侵权人总是能够轻而易举地隐藏身份，跨地域实施侵权行为，为追踪和打击侵权行为活动增加了难度。由于假冒伪劣商品的生产成本低，利润大，侵权者能够获得巨大的经济利益，这使得侵权人不断以身试法，冒险实施侵权行为[6]。虽然法律法规在不断的完善，电商平台也在采取各种技术手段来预防侵权行为，但是在实际的操作中，由于电子商务平台侵权行为查处难度大，电商平台上的商品信息是公开的并且可以跨地域进行流动，这导致侵权人能在

短时间内制造出盗版商品，这导致了权利人在进行侵权投诉时会涉及大量平台内甚至是跨平台的卖家，使得权利人维权难度增大，持续时间增长，维权过程通常成本高昂、程序复杂，并且有可能获得的赔偿不足以弥补损失，这就降低了权利人维权的积极性[7]。

### 2.3. 恶意投诉行为普遍存在

恶意投诉在电商平台表现为投诉人明知自己无权投诉或者投诉依据不足，仍然发出投诉通知，从而对被投诉人造成损害的行为。根据2020年最高人民法院发布的《关于审理涉电子商务平台知识产权民事案件的指导意见》，在判断是否存在“恶意”行为时，可以考虑以下几个因素：提供伪造或篡改的知识产权证明文件；提供虚假的侵权鉴定意见或专家意见；在明知知识产权状态不稳固的情况下仍发出侵权通知；在明知通知内容错误的情况下不及时撤回或更正；多次发出错误的通知等。根据《中华人民共和国电子商务法》第四十二条，对于恶意发出错误通知导致平台内经营者损失的情况，恶意投诉人应承担加倍的赔偿责任<sup>1</sup>。目前，从电商平台知识产权投诉的情况来看，恶意投诉主要有以下几种：1) 虚假知识产权侵权投诉，也就是恶意投诉者可能会捏造或者夸大知识产权侵权的证据，对竞争对手的商品或者内容提出虚假投诉，以期使竞争对手的商品下架或者影响其销售；2) 虚假商品质量投诉，也即是恶意投诉者虚造竞争对手的商品质量出现问题，损害其商业信誉和销量；3) 投诉虚假的服务问题，比如虚假的物流延迟、售后服务问题等，试图影响竞争对手的商誉；4) 恶意投诉者利用电商平台对投诉处理的规则和程序，通过大量的无效投诉占用电商平台的资源，影响平台的正常运营；5) 恶意投诉者可能会提供伪造的证据，比如修改过的照片、虚假的交易记录等，来支持其投诉。恶意投诉很有可能会导致电商平台对被投诉人处以不正当的处罚，从而对被投诉人造成损害，《淘宝网关于出售假冒商品实施细则》的第二十四条对出售假冒商品的行为规定了严厉的处罚措施。商家一旦被发现售假，除了必须立即删除相关商品信息外，还可能面临扣分、商品下架、删除商品、限制发布新品、冻结保证金、支付高额违约金，甚至账户被查封等后果。这些处罚不仅意味着被投诉者无法继续销售涉事商品，更可能导致其无法进行正常的经营活动，从而造成巨大的经济损失[8]。尽管被投诉者拥有申诉的权利，并有可能在申诉成功后迅速恢复营业，但如果申诉期间恰逢销售旺季，如“618”“双十一”等大促时段，短暂的受限也会对投诉者造成不可估量的损失。此外，销量排名的下滑还可能导致未来潜在交易机会的流失，这样的损失对被投诉者来说，无疑是难以挽回的。

### 2.4. 新兴行业的发展不断带来新问题

随着短视频和网络直播等新型网络平台的发展，电子商务领域获得了新的发展机会和动力。然而，这种快速发展也伴随着一系列新型电商知识产权问题的涌现。在社交电商和直播带货中，一些商家未经品牌商家授权就擅自使用其商标，尤其是在直播过程中，利用知名品牌的商标进行误导性宣传，极易使消费者产生混淆。此外，直播内容中可能存在未经授权的音乐、视频、图片等素材，这不仅侵犯了著作权人的权益，直播过程中产生的原创内容也面临着被其他用户或商家未经许可使用的风险。

直播等电商销售形式涉及主播、供应商和平台等多个主体，当产品出现质量问题或虚假宣传时，如何划分主播与平台之间的责任变得尤为复杂。目前，社交媒体和短视频平台尚未建立起像传统电商平台那样完善的知识产权投诉和争议解决机制。因此，当发生侵犯知识产权的事件时，被侵权人往往难以获得及时有效的处理方案，这无疑增加了知识产权保护的难度[9]。

<sup>1</sup> 《中华人民共和国电子商务法》第四十二条规定，知识产权权利人认为其知识产权受到侵害的，有权通知电子商务平台经营者采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施。通知应当包括构成侵权的初步证据。电子商务平台经营者接到通知后，应当及时采取必要措施，并将该通知转送平台经营者；未及时采取必要措施的，对损害的扩大部分与平台内经营者承担连带责任。因通知错误造成平台内经营者损害的，依法承担民事责任。恶意发出错误通知，造成平台内经营者损失的，加倍承担赔偿责任。

### 3. 电子商务平台知识产权保护的法律问题

#### 3.1. 立法不健全

国内针对电子商务的法律体系还不完善，现行的法律法规主要是针对网络信息，对于电子商务平台的商务行为，尤其是针对电子商务平台知识产权问题立法还是不够完善。《电子商务法》作为电子商务平台知识产权保护的主要法规，对于知识产权保护的很多重要问题未提及，且对涉及的问题细节未明确，如在反通知权中未规定主体，致使实践中除平台经营者、知识产权权利人之外的第三人在遭受损害采取措施的过程中反通知权运用困难。电子商务平台知识产权保护中的“避风港”制度非常重要，但是《电子商务法》对“知识产权权利人通知权产生时间”规定为权利受到侵害时，这一规定比较模糊不准确，在实践中缺乏客观的评价标准。根据《电子商务法》第四十三条，知识产权权利人在采取反通知措施之后，可以寻求权利救济，具体途径包括向相关部门提出投诉或者向法院提起诉讼。第六十条规定，电子商务领域内的争议可以通过多种方式解决，包括双方协商和解、请求消费者组织、行业协会或其他合法调解组织进行调解，以及向相关部门投诉，申请仲裁或者直接向法院提起诉讼。但对于权利人是否可以通过该条规定的争议解决渠道来进行调解并没有做明确的规定，第六十三条也没有提及知识产权权利人是否可以通过在线争议解决渠道来解决争议。有关电子商务平台知识产权保护的权利救济方面，立法还存在漏洞，需要进一步完善。

#### 3.2. 责任界定不清

在电子商务平台知识产权侵权案件中，电商平台和商家之间的责任难以明确划分。电商平台作为交易的平台提供者，其责任界定存在一定的争议。一方面，电商平台应当对平台内商家的行为承担一定的监管责任，确保其平台上的商品和内容不侵犯他人的知识产权，这包括建立和维护一个有效的投诉处理机制，以便权利人可以报告侵权行为，并采取相应的行动，同时电商平台应当定期审查商家上传的商品和内容，以此确保其不侵犯他人的知识产权。另一方面，电商平台也可能辩称自己只是交易平台，不直接参与商家和消费者直接的交易，因此不应当对商家的侵权行为承担法律责任。商家有责任确保其销售的商品或者提供的服务不侵犯他人的知识产权，如果商品或服务侵犯了他人的知识产权，商家应当承担相应的法律责任。在实际操作中，电商平台和商家的责任界定可能会有重叠，电商平台可能会因未能有效监管而承担一定的责任。此外，电商平台和商家之间的合同条款也可能影响责任的分配。消费者在电子商务交易中，有责任辨别商品的真伪，承担一定的注意义务，对于那些明显是侵权的商品，应当自觉去抵制，如果故意购买导致出现纠纷，故意购买的消费者也应当承担一定的责任。但是实践当中，如何认定消费者明知是侵权商品而故意购买成为一大难题，让故意购买的消费者承担责任难度变大。

#### 3.3. 实践难度大

随着电子商务的迅猛扩张，电商平台规模日益庞大，汇聚了海量的商家和商品。这种巨大的规模导致平台难以对每一个商家和商品进行详尽的检查和审核，从而使得侵权行为往往难以被及时发现和制止，给监管单位带来了极大的挑战。在电商平台上，侵权行为的发生往往非常迅速，侵权证据很容易在短时间内消失，使得权利人难以及时核实和确认电子证据。即便能够获取到证据，对电子数据的合法性和真实性进行鉴定也是一项复杂且艰巨的任务[10]。

此外，由于电子商务平台经营具有虚拟性的特点，知识产权侵权行为人的行为地域分散性极强，如果他们不使用实名制登录网站，那么获取其真实信息的难度将会非常大，导致很难准确确定侵权人。与传统的侵权方式相比，电子商务侵权的形式更加多样化和复杂化，往往涉及专业技术领域。因此，在取

证和鉴定过程中需要更长的时间，也需要权利人投入更多的时间和成本，这进一步加大了电子商务领域知识产权保护的难度。

## 4. 电子商务平台知识产权保护的完善建议

### 4.1. 健全相关法律和细则的规定

对《著作权法》《商标法》《专利法》等现有的与知识产权相关的法律法规进行修订和完善，增加对电子商务平台知识产权保护的特殊规定，以适应电子商务的发展，例如，明确电子商务平台在知识产权保护中的监管责任，包括对侵权行为的监测、投诉处理机制。《电子商务法》需要对平台内知识产权侵权的认定、被告的确认、证据的审查和固定等方面进行明确和调整。鉴于电子商务平台的特点，需要重新考虑在知识产权侵权案件中如何确定合适的管辖法院，例如，可以根据消费者的收货地址、卖家的发货地址或平台运营商的居住地来选择管辖法院。如果这些标准仍然无法确定管辖法院，可以将原告所在地的法院作为管辖法院。

在《电子商务法》中，还需要明确哪些主体可以行使反通知权，赋予电子商务平台、平台经营者、知识产权权利人以及其他受到损害的个体反通知权，以确保所有受影响的第三方都能有效行使这一权利。同时，应当对知识产权权利人行使通知权的起始时间和具体条件作出合理规定。

对于权利受到侵犯的当事人，除了投诉和诉讼外，还应当允许消费者组织、行业协会和其他合法调解组织介入调解侵权纠纷。鉴于电子商务平台知识产权侵权案件往往涉及跨地域，应当建立专门的在线争议解决机制，通过在线审判来处理案件。这样，通过丰富权利救济渠道，可以减轻法院系统的压力，并提高处理知识产权侵权案件的效率。

### 4.2. 明确责任划分

明确电商平台在知识产权保护中的监管责任，包括对侵权行为的监测、投诉处理机制的建立和完善，电商平台应当定期审查商家上传的商品和内容，以确保其不侵犯他人的知识产权，例如电商平台可以利用人工智能和大数据技术，对上架的商品进行自动筛查，及时发现并下架侵权商品。商家应当进行尽职调查，确保其商品的合法性，遵守平台的规定和相关法律法规。平台和商家所签的合同中，应当明确各自的职责，当侵权案件发生时，按照发生原因各自承担相应的责任。消费者在购买商品时，有责任辨别商品的真伪，避免购买到侵权商品，同时消费者也应当提高对知识产权的认识，自觉抵制侵权商品。如果消费者明知某商品侵犯知识产权但仍然故意购买，这种行为可能会构成故意侵犯知识产权，在这种情况下，消费者可能需要承担停止侵权、消除影响、赔偿损失等法律责任。此外消费者若未尽到应有的注意义务，导致购买到侵权商品，也有可能承担一定的责任<sup>[11]</sup>。

### 4.3. 提升司法处理能力

在电子商务平台中，侵权证据往往是以电子形式存在，如商品图片、交易记录等。相关法律法规中应当明确电子证据的法律地位和认定标准，确保在司法过程中电子证据的合法性和有效性，例如，通过法律规定电子证据的获取、固定和鉴定程序，确保电子证据的可靠性和真实性。建立和完善证据保全机制，允许权利人在侵权行为发生时，通过法律途径及时保全相关证据，例如，法院可以签发临时禁令，要求电商平台暂停销售侵权商品，以便于被侵权人收集证据。政府应当加强对电子商务平台的监管，可以设立专门部门，负责电子商务领域的知识产权执法工作，定期检查电商平台是否存在侵权行为，并采取相应的执法措施，加大对侵权行为的打击力度。同时针对电子商务平台知识产权跨地域侵权的特点，不同地区的政府部门可以加强协作，建立信息共享和联合执法机制，实现各区域部门之间的资源整合和

信息互通，提升执法效率。

## 5. 总结

电子商务平台知识产权保护问题关系到这个行业的健康发展。本文通过对电子商务平台知识产权保护问题进行研究，指出了存在的问题，通过健全相关的法律法规和细则规定、明确知识产权责任划分以及提升司法处理能力等措施帮助解决电子商务平台知识产权保护中存在的问题，有助于促进电子商务行业的健康发展，保护知识产权权利人的合法权益。然而电子商务平台知识产权保护是一个不断发展且复杂的问题，目前的研究还存在一定的不足之处，未来还需要进行不断的研究和探索，营造良好的发展环境，更好地保护知识产权，促进电子商务平台的创新和公平竞争。

## 参考文献

- [1] 中国消费者协会. 《电子商务法》消费者认知情况调查报告[EB/OL]. [https://www.cqn.com.cn/ms/content/2018-12/26/content\\_6613145.htm](https://www.cqn.com.cn/ms/content/2018-12/26/content_6613145.htm), 2024-04-20.
- [2] 朱家佳. 论我国电子商务中知识产权现状及保护[J]. 科技与创新, 2016(1): 27+29.
- [3] 许小茜. 关于电子商务平台知识产权保护的法律研究[J]. 秦智, 2023(6): 158-160.
- [4] 抖音电商. 2023 抖音电商知识产权保护报告[EB/OL]. <https://www.doc88.com/p-77487648877623.html>, 2024-04-26.
- [5] 石静娜. 电子商务平台知识产权保护问题研究[J]. 河南科技, 2022, 41(4): 131-135.
- [6] 李梦艳. 谈《电子商务法》中的知识产权保护规则——以电商平台为视角[J]. 法制与社会, 2020(18): 5-6+10.
- [7] 李小草. 《电子商务法》电商平台知识产权保护规定的法体系适用研究[J]. 法律适用, 2020(13): 124-135.
- [8] 熊英. 电子商务平台经营者知识产权保护义务与责任分析——以《电子商务法》规定为限[J]. 中国市场监管研究, 2019(4): 10-15.
- [9] 薛虹. 中国电子商务平台知识产权保护制度深度剖析与国际比较[J]. 法学杂志, 2020, 41(9): 13-23.
- [10] 张科. 电子商务知识产权民事诉讼证据问题研究[J]. 新经济, 2022(5): 51-55.
- [11] 杨立新. 电子商务交易领域的知识产权侵权责任规则[J]. 现代法学, 2019, 41(2): 77-90.