

元宇宙视域下的电商领域知识产权保护

易修宇

浙江理工大学法政学院、史量才新闻与传播学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年4月9日; 录用日期: 2024年4月22日; 发布日期: 2024年7月16日

摘 要

元宇宙是整合各项新型数字化技术的统摄性系统, “元宇宙+”是继“互联网+”后的新一轮信息化发展新业态, 会推动经济社会的优化升级与全新发展。电子商务是连接消费信息化与产业信息化的纽带, 电子商务具有庞大的消费基础与坚实的数字化条件, 电子商务与元宇宙的结合是最容易实现、也是最能爆发创新与产生竞争力的领域。但与此同时也产生诸多知识产权纠纷问题, 损害了国民的合法权益。因此, 要结合元宇宙特点, 完善电子商务中的知识产权保障机制, 完善知识产权主体、客体和内容及交易与利用制度, 加强监管和法律保护, 从而更好地发挥电子商务在国民生活中的作用, 促进电子商务行业可持续发展。

关键词

元宇宙, 电子商务, 知识产权

Protection of Intellectual Property Rights in the Field of E-Commerce from the Perspective of the Metaverse

Xiuyu Yi

School of Law and Politics, Shi Liangcai School of Journalism and Communication, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Apr. 9th, 2024; accepted: Apr. 22nd, 2024; published: Jul. 16th, 2024

Abstract

Metaverse is a controlling system that integrates various new digital technologies, and “meta-universe+” is a new round of information development after “Internet+”, which will promote

the optimization and upgrading of economic and social development. E-commerce is the link between consumer information and industrial information, e-commerce has a huge consumption foundation and solid digital conditions, the combination of e-commerce and the metaverse is the easiest to achieve, but also the most explosive innovation and competitiveness of the field. But at the same time, there are many intellectual property rights disputes, which damage the legitimate rights and interests of the people. Therefore, it is necessary to combine the characteristics of the metaverse, improve the protection mechanism of intellectual property rights in e-commerce, improve the subject, object and content of intellectual property rights and the transaction and utilization system, strengthen supervision and legal protection, so as to better play the role of e-commerce in national life and promote the sustainable development of e-commerce industry.

Keywords

Metaverse, E-Commerce, Intellectual Property Rights

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. 电商元宇宙浪潮的出现

2021 年，信息技术的创新成为了推动互联网和智能设备发展的关键力量，同时也为元宇宙的诞生提供了技术基础。这一年，被视为元宇宙时代的起点，众多因素如品牌宣传、资金注入、企业参与、技术进步、管理运营以及商业模式创新等，共同促进了元宇宙的迅猛发展。元宇宙，也称为 Metaverse，最初由尼尔·斯蒂芬森在其 1992 年的科幻小说《雪崩》中提出，描绘了一个人们能够通过数字化身在虚拟世界中生活的场景。它不仅代表着新型信息技术构建的虚拟与现实相结合的新经济社会形态，而且随着时间的推移，已经演变成一个包含各种虚拟现实技术的广义术语。

在电子商务领域，元宇宙技术的运用正在引领行业革新。电商元宇宙不只是在消费者层面增加了社交和娱乐的元素，提升了购物体验，而且在产业电商方面也推动了平台整合和产业链的数字化运作。它促进了消费电商和产业电商之间的协作[1]。数字经济与实体经济的融合，对资源配置的优化、产业转型升级乃至社会进步都起到了积极作用。元宇宙通过虚拟与现实的结合，深刻地改变了经济社会的组织和运作模式。无论是针对消费者的 C 端市场，还是针对企业的 B 端市场，或是 C 端与 B 端的结合，都极大地改善了电商的运营模式，提升了消费体验，优化了运营流程，提高了价值链的地位，激发了创新动力。电商元宇宙成功的构建了现实电商与虚拟电商融合的桥梁，既给现实电商赋予了更多可视化的外观形式，将虚拟体验融入现实购物中，也为虚拟产品的销售提供了更多有益模式，提高了整体效率。

然而，由于元宇宙缺乏实体结构，电子商务在知识产权的创造、应用、保护和管理等方面面临着挑战。近年来，随着电子商务的发展，知识产权的滥用和各类维权纠纷频繁出现。本文旨在探讨分析元宇宙环境下的典型知识产权问题，并提出相应的解决策略。

2. 电商在产权保障机制中的法律定位与权力来源

2.1. 以《电子商务法》为核心

《电子商务法》的实施，为我国电商平台上的知识产权保护提供了坚实的法律支撑。该法律不仅确立了平台经营者、消费者和知识产权权利人等多方利益的平衡机制，还推动了电商平台的规范化和健康

发展。

该法首先以第 7 条规定倡导了一个多元主体参与的治理体系,这是对多元治理理念的一种肯定,并以 41 条要求各主体加强合作[2]。然后以第 42~45 条进行具体保护措施构建,第 42 条至第 44 条则围绕电商平台经营者,明确了在知识产权治理中各方的责任和义务,如采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施来制止侵权行为,包括平台经营者、平台内经营者和知识产权权利人。第 45 条进一步规定,如果电商平台经营者明知或应知存在知识产权侵权行为,必须及时采取措施,否则将承担连带责任。

这些规定重点强调了电商平台经营者在网络交易环境中的治理作用,要求他们承担更多主动治理的责任。例如,平台经营者可以自行制定知识产权保护规则,执行治理措施,这不仅是他们的权力,也是法定的责任。“通知-删除”规则是这种治理的一个重要组成部分,因为它要求平台在未能及时采取措施时承担责任,以避免《数字千禧版权法》中的“避风港”免责机制的滥用。放到元宇宙领域,作为主动搭建虚拟空间平台以促进销售的电商平台主体,也应当在承担知识产权侵权中承担更多的责任,这也是符合我国立法体系现状要求的[3]。

2.2. 其他相关法律

除了《电子商务法》以外,我国还有一系列可以适用于网络知识产权侵权责任的相关立法,它们围绕《电子商务法》为核心,从多个角度规定了知识产权侵权保护的问题的处理方案。

《民法典》中的侵权责任编章节,特别是第 1194 条至第 1197 条,为网络侵权责任设定了一般性规范,并对原《侵权责任法》中的相关内容进行了更新。这些更新主要包括:网络服务提供者的转通知义务得到明确;根据服务类型的不同,网络服务提供者可以采取必要措施,这一点为新型网络服务提供了法律适用的解释空间;权利人若错误通知,需承担相应责任,以遏制恶意投诉;要求权利人和网络用户在通知和声明中提供初步证据和真实身份信息;赋予网络用户反通知的权利,以平衡权利人的通知权利,并为被投诉人提供抗辩机会;将终止措施的等待期限改为“合理期限”,这相对于《电子商务法》中的 15 天等待期更为灵活;明确网络服务提供者的责任主观要件为“知道或者应当知道”。

此外,2013 年修订的《信息网络传播权保护条例》及其司法解释为四类网络服务提供者设定了详细的侵权规则和免责机制,即所谓的“避风港规则”。同年修订的《消费者权益保护法》新增的第 44 条为网络交易平台在消费者权益保护领域的民事责任设定了规则。《食品安全法》等其他法律也包含了相关规定。这些法律共同构成了规制网络平台知识产权责任的基本规则体系,并与《电子商务法》中的知识产权保护制度形成了复杂的法律体系关联[4]。

3. 电商元宇宙知识产权保护的相关问题

3.1. 著作权方面

元宇宙的发展,特别是其虚拟与现实相结合的特性,对著作权法带来了新的挑战和问题。首先,当现实世界的作品被转化为虚拟世界中的 NFT 时,会出现一系列著作权相关的问题。例如,确定谁有权将现实作品转化为 NFT,以及如何处理著作权保护期满的作品[5]。此外,需要考虑的还有著作权许可的期限问题,特别是当有限期许可的作品以 NFT 形式在网络上无限期流通时,可能会引发法律冲突。NFT 交易平台在这一过程中扮演的角色也需要明确,包括它们在著作权保护方面的责任和义务。

其次,关于在虚拟世界中创作的作品,需要明确这些作品的性质和权利归属。例如,如果作品是使用电商平台开发者提供的工具在虚拟世界中创作的,那么这些作品的权利归属是由平台控制还是由创作者拥有?这涉及到开放性和透明性原则与平台控制之间的矛盾。目前,这些问题大多尚处于初步阶段,缺

乏统一的解决方案。

3.2. 商标方面

随着元宇宙概念的兴起，传统电商巨头如淘宝、京东等纷纷投身于这一新兴领域。他们不仅在沉浸式体验和数字人扩展上下功夫，商标注册也成为了企业间的新战场。据天眼查数据，与“元宇宙”相关的商标申请已近 1.6 万件，2021 年申请最多，达到 1.4 万件。然而，许多互联网公司提交的元宇宙概念商标被驳回复审，一些初审通过的商标也被宣告无效。在申请者名单中，不乏腾讯、阿里巴巴、字节跳动等行业巨头。目前，尚无企业成功注册含“元宇宙”字眼的商标，部分申请已遭驳回。

元宇宙中的商标保护并不是指保护“元宇宙”三字，而是保护现实品牌在虚拟世界中的商业活动。企业可以在现有品牌基础上，针对元宇宙相关产业进行深度布局，或延伸出相关子品牌，或创建全新的元宇宙品牌。

对于这一新兴领域，官方持谨慎态度。国家知识产权局指出，元宇宙作为新技术，不应被个体独占，以免引起公众误解。商标注册的驳回理由包括易引起误认、缺乏显著性、非使用目的注册、可能产生不良影响等。商标的注册取决于其显著性，而“元宇宙”与相关商品和服务的联系过于广泛，不宜作为商标注册。

此外，一些与元宇宙无关的公司也试图通过注册“知名公司名+元宇宙相关词汇”的商标来获利。官方已明确反对此类“蹭热点”和恶意注册行为，根据《商标法》，不以使用为目的的恶意注册应被驳回。必须完善法律进一步打击攀附热点的投机者行为。

在虚拟商品商标注册方面，我国《类似商品和服务区分表(2022)》尚未包含相关类别。若要为 NFT 虚拟商品申请商标，需从商品本质出发，如将 NFT 美术作品注册在“可下载的影像文件”类别下。国际上，欧盟视 NFT 为重要的品牌识别和知识产权保护工具。EUIPO 发布了虚拟商品和 NFT 分类指南，将“通过 NFT 验证的可下载的数字文件”纳入尼斯分类第 9 类。韩国亦更新了商标法，将虚拟商品归类于第 9 类，并简化了虚拟商品的指定方式[6]。综上，元宇宙技术和架构尚未成熟，企业在深入应用上面临挑战。不成熟的商标注册想法正在蔓延，而元宇宙商标的争夺仍在进行中。

3.3. 专利方面

3.3.1. 外观设计

外观设计领域当前面临的两大问题引人注目：首先，是否可以为虚拟世界中的场景、物品和用户界面申请外观设计专利；其次，现实世界的外观设计权利能否扩展至虚拟世界。在中国，法律虽然提供了对局部外观的保护，但对图形用户界面(GUI)的保护还存在限制。目前的法律法规还没有明确“非实体物产品设计”是否可以申请外观设计专利。根据现有的专利法框架，GUI 必须与显示设备紧密结合，即使是通过虚线表示的应用了 GUI 的实物产品，其类型也会影响申请的保护范围。

在国际层面，对非实体物产品设计的保护更为开放。例如，美国专利商标局(USPTO)在 2022 年 4 月发布的公众意见摘要中，强烈支持将投影、全息图以及虚拟与增强现实(PHVAR)的外观设计纳入保护范围。USPTO 还在考虑设立专门的外观专利代理人考试，预示着美国可能会显著增加外观专利的数量，特别是与 PHVAR 相关的设计。新加坡在 2017 年 10 月将可注册设计专利的范围扩大到“非实体物产品设计”。日本在 2020 年 4 月扩展了外观设计的保护范围，包括虚拟现实技术使用的投影图像等设计。韩国在 2021 年 10 月也扩大了图像设计的保护，包括功能性增强现实或虚拟现实技术的投影图像设计。

总的来说，尽管中国在外观设计保护方面取得了进步，但对虚拟世界中应用的法律明确性和完善性仍有待提高。同时，其他国家和地区的积极探索和保护范围的扩大为中国提供了宝贵的立法和实践经验。

随着技术进步和虚拟世界的发展，外观设计的法律保护将成为知识产权领域的重要议题。

3.3.2. 发明和实用新型

元宇宙的融合发展趋势，对于专利领域带来了前所未有的挑战。首先，随着虚拟商品专利申请的激增，如何评判其创新性成为了一个新的考验。以 Nike 的虚拟运动鞋为例，这一产品在 NFT 交易平台 OpenSea 上极为成功，一经推出即售出数千双，单价高达近十万元人民币。尽管该产品在美国已获得专利授权，但在中国，其专利申请仍在审查阶段，对于其创新性的判断仍需要进一步的研究。

其次，元宇宙中虚拟货币的复杂性日益增加，尤其是与法律法规的冲突。许多虚拟商品的专利申请，如同 Nike 的案例，都集中在商品交易上，而这些交易通常通过虚拟货币完成。在中国，由于《中国人民银行法》等法律法规的限制，许多涉及虚拟货币的专利申请无法获得授权。然而，这些申请在其他国家可能已经获得了批准，这种国际审查标准的差异，以及市场对这类专利的强烈需求，促使申请人不断探索和挑战我国的审查标准[7]。因此，有必要进行深入研究，以统一和明确审查标准。

4. 电商元宇宙中知识产权制度的变革与改善措施

4.1. 知识产权主体范围的界定

在确定谁有权将现实作品转化为虚拟知识产权客体的问题上，一方面，可以虚拟表演者为例。例如，在淘宝的元宇宙直播间，主播们利用虚拟形象进行销售。尽管《著作权法》提供了表演者权等邻接权的保护，但它并未明确规定虚拟表演及其表演者的权利。这一法律空白与元宇宙中虚拟表演者的现实存在不符。因此，随着虚拟表演产业的发展和文化生活的繁荣，迫切需要在《著作权法》的修订中明确虚拟表演者的权利[8]。

另一方面，在电商元宇宙中，若要维持虚拟社会的秩序，往往会通过让用户在其中搭建自己的个人虚拟角色并储存虚拟代币的形式，而这一网络虚拟财产如果符合知识产权保护的条件，也应当受到法律的保护。

此外，关于人工智能能否作为电商元宇宙知识产权主体的问题，可以考虑基于意思自治原则进行处理，如建立一个以人工智能使用者为主体的知识产权体系。

4.2. 知识产权客体范围的延伸

在电商元宇宙知识产权客体范围的问题上，特别是在虚拟商品和服务的商标注册与保护方面，传统的《商标法》显得力不从心，亟需改革以适应新的市场需求。2022 年 1 月，国务院发布的《“十四五”数字经济发展规划》便是对此的积极回应，提出了创新“云生活”服务，推动人工智能、虚拟现实等技术与日常生活的深度融合，从而提升消费品质。为了更好地适应数字经济的发展，必须对《类似商品和服务区分表》进行修订，纳入与虚拟商品相关的新类别。

目前，我国的商标注册系统尚未涵盖虚拟商品和服务，而国际上，如《尼斯分类表》已经开始适应这一变化。因此，为了不落后于元宇宙技术的发展步伐，我国需要尽快更新《类似商品和服务区分表》，加入虚拟商品和服务的分类，为商标法的更新铺平道路。

此外，随着虚拟商品和服务商标申请与注册制度的引入，还需制定新的规则来界定虚拟商品或服务的相似性，以及它们与现实世界中商品或服务的关联性。由于虚拟商品和服务的独特性，它们在元宇宙中的应用场景应成为判断是否容易引起混淆的重要因素[9]。

最后，知识产权保护的范围扩展不仅限于虚拟商品和服务，还包括数据产品、人工智能生成的作品和发明。现行法律对这些新型客体的保护规定不足，需要进一步研究如何将它们纳入保护体系，同时保障公众的自由接入和使用权利，实现专有权保护与公共利益之间的平衡。

4.3. 知识产权内容的扩张与限制

在电商元宇宙时代，知识产权的定义已经远远超出了传统的界限。现在，它不仅涵盖了著作权、专利权和商标权等传统领域，还扩展到了数字内容和网络世界。从现状来看，《民法典》《著作权法》和《电子商务法》，已经开始适应这些变化。例如，《著作权法》2020年的修订进一步加强了数字复制权和技术保护措施。

尽管如此，我国在元宇宙环境下的知识产权保护法规与美国的《数字千年版权法》相比，仍显不足。如域名作为网络技术的关键组成部分，其知识产权保护主要针对恶意注册和使用他人商标，尤其是知名品牌，虽然已有相关规定和解决方案，但法律层面的完善仍然是必要的。在数据和人工智能技术的发展方面，建立数据确权和人工智能产物的知识产权保护机制则当务之急。建议对商业数据和公益数据进行区分，前者应重视市场交易，而后者应促进共享和流通。同时，对于人工智能产物的知识产权，应考虑保留公共领域的原则，避免过度扩张权利^[10]。

我们不应简单地将电商元宇宙中的内容都模糊的归入第九类计算机软件著作权保护之下。相反，我们需要采取一种跨越现实与虚拟界限的新视角来审视这些权利。元宇宙中的商品和服务应当与现实世界中的相对应，确保知识产权的保护基于其在现实世界中的权利基础。这意味着，无论是在现实世界还是在元宇宙中，知识产权的保护都应当得到相同程度的重视。总的来说，随着数字技术的发展，知识产权的范围和应用也在不断演进。

4.4. 知识产权的交易与利用

在元宇宙时代，知识产权的交易与利用不仅是实现其价值的关键途径，更是推动立法目的实现的重要手段。根据2021年9月中共中央和国务院发布的《知识产权强国建设纲要(2021~2025年)》，中国致力于构建一个既能激励创新发展，又能确保知识产权价值得到充分体现的市场运行机制^[11]。此外，《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》也强调了在数字经济、智能制造等领域推动产业知识产权联盟的重要性。

传统的知识产权交易和利用规则已经面临挑战。数字化知识产权，如NFT数字作品，提供了一种全新的交易和利用方式，但同时也暴露出现有法规的不足。为了更好地适应这种新兴的交易形式，需要对现有规则进行改进和完善。

例如，NFT数字作品的交易和利用，不仅需要考虑著作权的保护，还需要平衡创作者、NFT平台和买家之间的利益。这就要求我们建立一套基本规则，既要保护著作权，又要确保交易的公平性和透明性。在这方面，已有学者提出了包括“穿透式监管”在内的多种建议，以期改进版权许可机制，明晰版权交易规则。

为了促进数字化作品的交易和利用，我们需要从实践中总结经验，制定符合数字时代特点的交易规则，这些规则应当遵循保护著作权的原则，并协调各方利益，以实现知识产权的最大价值。

4.5. 知识产权侵权及其法律责任

在数字化时代，知识产权保护面临着前所未有的挑战。随着技术的快速发展，侵权行为呈现出新的特征和复杂性，这要求我们从技术、法律和司法实践等多个层面采取综合措施，以加强对知识产权侵权的打击力度，有效地威慑和预防侵权行为的发生。以下三个方面尤其值得关注：

建立知识产权侵权检测系统：技术手段对于解决技术问题至关重要。通过引入数字化知识产权侵权检测系统，可以及时发现侵权行为并固定证据。2019年发布的《关于强化知识产权保护的意见》中提出的侵权假冒线索智能检测系统，旨在提高打击侵权行为的效率和精准度。这种系统能够利用数字技术进

行动态跟踪，及时揭露侵权行为，从而加强知识产权的保护。

完善数字知识产权侵权的法律规则：新型的侵权行为，如元宇宙中的著作权和商标侵权，以及数据和人工智能产生的智力成果侵权，尚未在现行法律中得到充分规定。因此，需要从立法和司法层面出发，明确数字环境下侵权行为的构成要件和法律责任，同时完善反不正当竞争和反垄断法规，以适应新经济形态下的需求。

推进智慧法院建设：数字时代对知识产权司法保护提出了新要求，智慧法院的建设是其中的关键。通过运用区块链等先进技术，可以提高法院处理案件的效率。智慧法院不仅能够提升司法效率，还能够在数字环境下更好地处理知识产权案件。因此，建设智慧法院，提高司法装备的现代化和智能化水平，是实现有效知识产权司法保护的重要途径。

总之，随着数字技术的发展，知识产权保护需要创新和适应新的环境。通过建立智能检测系统、完善法律规则和推进智慧法院建设，可以更有效地保护知识产权，促进创新和公平竞争。

6. 结语

元宇宙时代的到来将使得电子商务领域虚拟商品和空间的应用在生活中越来越常见，成为各界拓展商业市场的全新领域。这一趋势预示着商业活动的新纪元，同时也对现有的知识产权法律框架提出了挑战。为了保障知识产权在数字化转型中的有效性，我们必须对立法和司法体系进行深刻的革新。这不仅涉及到法律条文的更新，还包括司法实践的适应性改进，确保知识产权在虚拟空间中得到同等的尊重和保护。这样的法律改革将为我国在全球数字经济竞争中的领先地位提供法律支持，同时也为知识产权的全面强化奠定基础。随着技术的不断进步，我们的法律体系也应该与时俱进，以满足元宇宙时代的需求，为电子商务进一步发展打造坚实的法律后盾。

参考文献

- [1] 李莲. 元宇宙著作权的刑法规制问题研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 华东政法大学, 2023.
- [2] 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.
- [3] 庞诗颖. 元宇宙视域下中国电子商务高质量发展的路径研究[J]. 中小企业管理与科技, 2023(23): 157-159.
- [4] 程龙宇. 元宇宙视域下我国电商金融服务的跃迁与风险研究[J]. 中国商论, 2023(17): 108-111.
- [5] 杨勇, 窦尔翔, 蔡文青. 元宇宙电子商务的运行机理、风险与治理[J]. 电子政务, 2022(7): 16-29.
- [6] 黄少卿. 元宇宙的产权安排与社会分红[J]. 读书, 2024(3): 21-29.
- [7] 张钦昱. 元宇宙治理的法治特点与边界[J]. 新疆师范大学学报(哲学社会科学版), 2023, 44(5): 67-80.
- [8] 冯晓青. 数字环境下知识产权制度面临的挑战、问题及对策研究[J]. 社会科学战线, 2023, 39(9): 198-212.
- [9] 浙江省高级人民法院联合课题组. 关于电商领域知识产权法律责任的调研报告[J]. 人民司法, 2020(7): 65-73.
- [10] 陈传勇. 论电子商务平台知识产权治理措施之制度风险及其规避[J]. 西部法学评论, 2020(5): 67-77.
- [11] 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.