

# 电商直播中的知识产权法律问题研究

李 丽

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年5月5日; 录用日期: 2025年5月19日; 发布日期: 2025年6月23日

## 摘 要

作为新兴的销售模式, 电商直播已成为推动经济快速发展的重要力量, 但由于其链路复杂化、主体多元化和客体新颖化的特点, 也带来了一系列关于知识产权保护方面的法律挑战。据此, 本文通过对电商直播中的法律问题现状进行了梳理, 从而厘清其具体存在的刑事风险和民事风险, 并对其风险成因进行分析, 最终提出了完善直播法律法规, 提高惩罚赔偿力度、健全电商直播知识产权侵权责任体系、加强平台自律监管、健全电商主播许可授予监督机制四点完善建议, 以期为促进电商直播行业实现有序、合法、规范的发展提供可行性参考与建议。

## 关键词

电商直播, 知识产权, 法律风险

# Research on Legal Issues of Intellectual Property Rights in E-Commerce Live Broadcasting

Li Li

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 5<sup>th</sup>, 2025; accepted: May 19<sup>th</sup>, 2025; published: Jun. 23<sup>rd</sup>, 2025

## Abstract

As an emerging sales mode, e-commerce live streaming has become an important force to promote rapid economic development, but due to its complex links, diversified subjects and innovative objects, it has also brought a series of legal challenges to the protection of intellectual property rights. Therefore, this article combs the status quo of legal issues in e-commerce live broadcasting, so as to clarify the specific criminal risks and civil risks, and analyzes the causes of their risks, and finally

puts forward four suggestions on improving the laws and regulations on live broadcasting, improving the degree of punishment and compensation, improving the tort liability system of intellectual property rights in e-commerce live broadcasting, strengthening self-discipline supervision of the platform, and improving the supervision mechanism for the granting of e-commerce anchor licenses, with a view to providing feasible references and suggestions for promoting the orderly, legal and standardized development of the e-commerce live broadcasting industry.

## Keywords

E-Commerce Live Broadcasting, Intellectual Property Right, Legal Risks

Copyright © 2025 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

直播电商是一种结合实时视频直播与电子商务的新型销售模式。商家、主播或品牌方通过互联网直播平台，以实时互动的形式向观众展示商品或服务，并引导用户下单购买。作为新兴的销售模式，电商直播融合了社交、娱乐、知识分享、文化企业等多元元素，既满足了消费者对于产品和服务的个性化需求，也对法律人提出了新的挑战——如何促进电商直播行业实现有序、规范地在法治轨道上发展？从直播前需要进行的版权审核、合同签署，到直播中涉及的内容创作、互动交流，再到直播后的数据信息保护、商品销售环节均可能诱发知识产权相关法律问题，甚至跳脱出知识产权领域，诱发更广泛的法律议题。电商网络直播相较于传统销售模式，涉及平台、商家、主播、消费者及机构等多方主体，各主体在其中的责任边界及权利义务的分配成为新的难题。同时，技术的迭代升级催生了新的权利客体，如人工智能主播、算法推荐等背景下的法律关系及研究对象均发生变迁[1]。这些挑战的形成，根源在于电商模式的迭代升级，以及人类社会网络化、智能化、数据化所带来的革命性变革。

## 2. 电商直播中的知识产权相关法律问题现状

随着电商直播行业的蓬勃发展，其所带来的法律挑战，尤其在知识产权保护方面，日益凸显。电商直播行业具有链路复杂化、主体多元化和客体新颖化的特点，且电商直播通常呈现为“画面 + 声音”的模式，因此著作权侵权、专利权侵权和商标权侵权风险多发，同时，网络经济的开放性、低风险性、虚拟性和低成本性为违法犯罪活动提供了机会，以网络直播为载体的侵犯知识产权犯罪也时有发生[2]。

### (一) 刑事风险

部分商家或主播为谋取超额经济利益，通过精准捕捉消费者的虚荣心，利用消费者期望以较低价格购买到正品的侥幸心理，销售大量的假冒注册商标的商品，甚至已具备成熟的犯罪产业链[3]。根据《北京市检察机关知识产权检察白皮书(2023)》显示，2023年，北京市检察机关办理涉网络直播、网店刑事案件54件，在侵犯知识产权刑事案件中占比18.75%。

以网络直播售假犯罪为例，该类犯罪通过线上与线下相结合的行为方式进行，即先网上下单后物流传播的方式侵犯知识产权。典型表现形式为：犯罪嫌疑人在第三方短视频平台开设直播账号在互联网上直播销售侵权产品，并通过线下邮寄有形产品的方式进行交付。该种犯罪类型涉及的产品种类繁多，其中尤以销售侵犯商标权、著作权的商品为代表。典型案例如杭州警方所破获的一起直播售假案，涉案主播与团队长期直播销售带有专有设计和图案标识的奢侈品，通过极具指向性的代号进行介绍和展示，并

且对商标粘贴胶带进行特殊处理后售卖，最终以销售假冒注册商标的商品罪被判处有期徒刑并处罚金<sup>1</sup>。因此，在直播带货领域，若带货主播明知自己售卖的产品属于假冒注册商标的商品并进行销售，极易触犯侵犯知识产权类犯罪。

## (二) 民事风险

电商直播中的侵权风险体现在多方面，在民事上主要体现为直播内容侵犯他人著作权，直播商品侵犯他人商标权以及直播过程中可能存在不正当竞争情形。

### 1. 直播过程中侵犯他人著作权的情形

从宣传图片、背景音乐，到剪辑片段、介绍文案，直播过程中的每一个环节均可能涉及对他人著作权的侵犯。同时，智能主播的应用产生了“人工 + 机器”的选稿方式。该种“变装”及对其他主播风格的学习模仿亦可能构成对原作者著作权的侵害[4]。

### 2. 直播过程中侵犯他人商标权的情形

一些主播在介绍商品时，故意使用与知名品牌相似的名称或口号，在推广语中暗示与知名品牌的关系，在直播间布置装饰或主播服饰上使用他人注册商标，以使消费者产生混淆[5]。

### 3. 直播过程中的不正当竞争情形

电商直播领域的不正当竞争行为屡见不鲜，对行业的健康发展构成了严重威胁。一方面为获得流量、提升销量而抄袭模仿、有奖销售；另一方面为打击对手而虚假宣传、恶意比较、商业诋毁，或者操纵价格、低价销售以排挤竞争对手。需警惕的是，使用替换词等直播话术和定点直播等直播形式使得不正当竞争行为日益隐蔽，难发现、难取证[6]。

同时，在电商直播过程中，涉及主体多样，包括主播或MCN机构、卖家、平台，销售模式复杂，要确认各主体间的责任，需考察主播性质和主播带货模式。

## 3. 电商直播中知识产权侵权法律问题成因分析

### (一) 法律法规不健全

我国先后出台了《网络交易监督管理办法》《关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知》和《网络表演经纪机构管理办法》等文件，对网络直播行业进行了约束，但对网络直播中主体的法律地位、主体责任分配等还需进一步明确和细化；对网络直播知识产权侵权案件的赔偿规定，如补偿性赔偿、惩罚性赔偿或者法定赔偿金的适用规定还需进一步完善。

### (二) 平台监管不到位

网络直播平台对知识产权侵权行为的监管主要体现在对侵权主播的处罚、主播及电商企业资质认证以及协助权利人维权3个方面。目前，在对侵权主播的处罚方面，网络直播平台主要采取封禁其账号的方式，然而封禁时间较短，且很少永久封禁，导致网络主播的试错成本较低。在主播及电商企业资质认证方面，网络直播平台对主播资质认证往往较为宽松，只需上传身份信息即可进行直播，因此存在借用他人身份信息进行直播的乱象，导致发生知识产权侵权行为时，难以对实际侵权人进行规制；且网络直播平台仅在前注册时审核电商企业营业执照、ICP经营许可证及相关行业许可证，如食品流通许可证等，当网络主播进行带货直播时，并未要求企业上传商品质检报告，导致部分企业出现售卖他人知识产权商品的行为。在协助权利人维权方面，由于网络直播的随机性特点，网络主播对于权利人作品的使用或商品的销售可能仅限于某一场直播，权利人很难及时对网络主播侵权行为进行录音和录像，这就要求直播平台实现便捷、有效的举报及存证功能[7]。

### (三) 主播法治意识不强，行业准入门槛低

<sup>1</sup> 案例原型参见：中国日报网，<https://cn.chinadaily.com.cn/>。

网络主播素质良莠不齐，部分网络主播并无良好的专业背景，是当下网络直播知识产权侵权案件频发的重要原因之一。网络主播较少接受过专业法律培训，对知识产权概念模糊，并且部分网络主播面对金钱打赏的诱惑或为了增加用户关注度，极易突破法律和道德底线，以违法犯罪的方式开展直播活动。

电商主播主要分为职业主播和非职业主播。前者是指取得长期准入资格，专职从事电商直播带货服务的主播，后者是指未取得长期准入资格，不以直播带货为业的主播。行政机关的资格审查机制并不完善，使得行业准入较为宽松，导致一时间出现“人人皆可播，万物皆可带”的现象。对于职业电商主播而言，学习技能知识更多为满足公司的要求，大多流于形式，欠缺对话术能力、人设塑造能力、共情能力、紧急情况应对能力的专项培养，并未凸显出电商主播特殊的职业价值。对于非职业的电商主播而言，大多数人以此为副业，并未深入学习产品知识、法律规定、行业规范等知识，欠缺专业营销技巧便匆忙上岗，更容易触碰法律红线。

#### (四) 侵犯知识产权犯罪代价过小

虽然我国目前打击侵犯知识产权犯罪力度不断加大，但是侵犯知识产权犯罪仍然陷入“打不胜打、防不胜防”的局面。究其原因是因为我国对于侵犯知识产权犯罪的刑事处罚力度不够，侵犯知识产权的代价过小。即便在情节严重、金额较大或造成重大损失的情况下，对侵犯知识产权行为的最高量刑也只是三年以上七年以下有期徒刑并处罚金。知识产权是智力成果，其创造者往往要花费很大的心血和精力，有些甚至要投入巨大的研发资金才能有所产出。但是在利益及侥幸心理的诱惑下，侵犯知识产权者投入的成本比较知识产权创造投入的成本是少之又少，但却能获得高额的利润，这便是侵权者铤而走险的一个重要原因之一。

## 4. 电商直播中知识产权相关法律问题的对策与建议

### (一) 完善直播法律法规，提高惩罚赔偿力度

我国当前互联网立法仍处于探索阶段，司法实践中很多网络直播知识产权侵权案件判决标准不一，不能有效发挥法律的预测和强制作用。因此，立法部门可以考虑制定专门针对网络直播行业的法律法规，在专项立法中明确直播平台、网络主播的权利和义务，并确保相关条款的可操作性，为执法者和司法机关确立统一规范。首先，法律法规应将有关问题加以明确，如游戏画面的著作权归属和主播使用他人作品在何种程度属于合理使用范畴等问题。其次，由于网络直播知识产权侵权案件中，权利人的实际损失、侵权人的违法所得以及许可使用费往往难以计算，司法机关在办理网络直播知识产权侵权案件时，应当根据适用比例原则确定法定赔偿金，以及侵权人的恶意程度提高严重侵权行为人的违法成本，加强对网络直播知识产权侵权行为的处罚力度，以此激励权利人依法维护自身合法权益。

### (二) 加强平台自律监管

平台在电商直播中扮演了重要角色，更应加强自律监管。一要落实平台监管审核义务，依法核验直播运营主体信息并进行登记，对直播内容实施有效监管，发现侵权行为时及时采取技术手段限制直播或断开产品链接。二要完善知识产权保护制度，建立投诉举报受理机制、纠纷解决机制、信用评价机制，设立清晰、便捷的侵权投诉流程，对知识产权保护状况较差的商户或主播，依据平台规则给予警告或惩戒。三要规范直播信息保存流程，确保保存方式和时限的合规性，保障直播内容的完整性和可追溯性，在发生纠纷时提供证据支持<sup>[8]</sup>。

### (三) 健全电商主播许可授予监督机制

电商主播职业化、专业化趋势明显，行政机关可以完善电商主播的许可授予和许可监督机制，以实现电商主播全过程、各方面监管的目标，提高电商主播的综合素质。其一，健全许可授予机制，提高电商主播职业化能力。其二，完善许可监督机制，促进直播电商规范化管理。当前，行政机关重许可、轻

监管或者只许可、不监管的现象比较普遍，许可授予的门槛比较高，但经营者一旦取得许可后，便对其放松了管理。因此，行政机关应当健全许可监督制度，一方面，可以发挥社会监督作用，引入社会公众、行业组织、专家学者参与，对在直播中发现电商主播违背职业要求的行为及时向有关机关反馈，行政机关对收到的投诉、举报应当及时处理并说明理由，以限制行政机关在行政许可中的自由裁量权。另一方面，加强行政机关内部上下级之间的工作巡查机制，上级机关不定期对下级行政机关实施许可的工作进行抽查，促进内部许可监督工作有效衔接，规避“权力型”许可监督模式的弊端。行政机关通过对违法违规、举报投诉等情况进行调查核实，综合各因素判断该电商主播是否具有继续·公共管理 662024 年第 11 期从事该职业资格，对于符合《行政许可法》第六十九条、第七十条所规定的情形，由相应行政机关依照法定程序办理撤销、注销职业资格许可手续，或者依据《行政处罚法》作出暂扣、吊销职业资格证件的行政处罚，若构成犯罪的，依法追究刑事责任。

#### (四) 健全电商直播知识产权侵权责任体系

电商直播从业者应树立合法经营观念，恪守法律规范底线[9]。在著作权方面，使用直播素材应取得合法授权，避免侵犯他人版权。使用智能化“变装”软件、机器人直播软件等新型直播技术时，应特别注意著作权侵权风险。在商标保护方面，直播间待售商品、背景装潢及主播服饰等方面的商标使用应当合规，在广告宣传及商品推介时应避免使用与知名品牌相似的名称或口号。在维护市场竞争秩序方面，主播应真实、客观地介绍商品，避免作虚假或者引人误解的商业宣传，不得进行恶意比较或商业诋毁。

## 5. 结语

电商直播作为一种新兴销售模式，凭借其快捷便利及实时互动的特性，广受社会欢迎。然而，这一模式也引发了一系列新问题，尤其是在知识产权保护方面带来了诸多挑战。在刑事层面上，若是电商直播的商家或主播明知销售的是假冒注册商标的商品而销售，则可能触犯知识产权类犯罪；在民事层面上主要表现为直播内容、直播商品以及直播过程存在着侵犯他人著作权、侵犯他人商标权和不正当竞争情形的民事风险。究其原因，不难分析出因为法律法规的不健全、行业法规的不完善、行业准入门槛低、平台监管不到位导致了以上风险的生成，据此，对于以上法律风险，本文提出完善直播行业法律法规、提高行业准入门槛、加强平台监管能力等方法，以期为电商直播行业的健康发展提供一份可行性参考。

## 参考文献

- [1] 孙艳丽, 黄玉芬. 人工智能背景下电商直播的法律规制路径分析[J]. 北京工业职业技术学院学报, 2025, 24(2): 91-94.
- [2] 王军. 网络知识产权犯罪惩治问题探究——以“直播经济”为视角[J]. 山西省政法管理干部学院学报, 2023, 36(1): 67-70, 83.
- [3] 冯悦. 浅析直播带货模式下网络主播的涉罪风险及治理对策[J]. 市场周刊, 2025, 38(12): 164-167.
- [4] 王文敏. 网络直播平台的著作权侵权风险与规制路径研究[J]. 时代法学, 2024, 22(5): 17-28.
- [5] 孙志峰. 网络直播带货侵犯注册商标专用权的法律探析[J]. 中华商标, 2022(3): 69-72.
- [6] 常茹萍. 直播带货中不正当竞争行为的法律规制[J]. 山西省政法管理干部学院学报, 2023, 36(2): 54-57.
- [7] 余立立, 胡神松. 网络直播知识产权风险多元化治理研究[J]. 科技创业月刊, 2023, 36(11): 73-77.
- [8] 陈璟. “直播带货”的法治化监管路径探索[J]. 学术前沿, 2020(17): 124-127.
- [9] 汪怡. 浅议“直播带货”存在的法律问题及完善建议[J]. 全国流通经济, 2020(33): 9-11.