

电商平台商标侵权“通知-删除”规则的困境与完善

李佳佳

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年8月1日; 录用日期: 2025年8月19日; 发布日期: 2025年9月8日

摘要

电商平台商标侵权“通知-删除”规则是平衡权利人维权、平台合规与商家经营权益的核心制度, 但在实践中面临“有效通知认定标准模糊”“平台审核义务边界不清”“错误通知救济缺失”等困境。本文结合《电子商务法》《民法典》及《商标法》相关条款与司法案例, 分析规则运行的现实矛盾, 揭示困境成因, 并从细化通知标准、界定审核义务、完善追责机制三方面提出完善路径, 为电商平台商标保护与市场秩序规范提供参考。

关键词

商标侵权, 电商平台, “通知-删除”规则

The Dilemmas and Improvements of the “Notice-and-Takedown” Rule for Trademark Infringement on E-Commerce Platforms

Jiajia Li

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 1st, 2025; accepted: Aug. 19th, 2025; published: Sep. 8th, 2025

Abstract

The “notice-and-takedown” rule for trademark infringement on e-commerce platforms is a core system that balances the rights protection of right holders, platform compliance, and the operational rights and interests of merchants. However, in practice, it faces dilemmas such as “ambiguity in the

identification standards of valid notices”, “unclear boundaries of platforms’ review obligations”, and “lack of remedies for erroneous notices”. Combining relevant provisions of the *E-Commerce Law*, the *Civil Code*, and the *Trademark Law* as well as judicial cases, this paper analyzes the practical contradictions in the operation of the rule, reveals the causes of the dilemmas, and proposes improvement paths from three aspects: refining notice standards, defining review obligations, and improving the accountability mechanism, so as to provide reference for the protection of e-commerce platform trademarks and the regulation of market order.

Keywords

Trademark Infringement, E-Commerce Platforms, “Notice-and-Takedown” Rule

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

随着数字经济的发展，电商平台已成为商品交易的核心区域，而商标侵权，如销售假冒商品、使用近似商标误导消费者等逐渐成为扰乱市场秩序的突出问题。为平衡“权利人维权效率”与“平台经营自由”，我国《电子商务法》第 42~45 条确立了“通知-删除”规则，即权利人发现平台内商标侵权可向平台发送通知，平台经审核后应及时删除侵权内容，否则可能承担间接责任。这一规则被视为电商平台商标侵权间接责任的“安全港”，但其在实践中却陷入诸多争议。

司法实践中，“通知-删除”规则的适用分歧，例如对“有效通知”的认定标准截然不同，平台审核义务边界模糊等，这反映出规则适用的复杂性。此外，权利人滥用通知权恶意不正当竞争、平台因审核义务模糊而“过度审查”或“消极应对”等现象，进一步加剧了电商生态的失衡。

在此背景下，研究电商平台商标侵权“通知-删除”规则的困境与完善路径，不仅有助于厘清法律条款的解释边界，更能为司法实践与平台合规提供明确指引，具有重要的理论与现实意义。本文以商标侵权为特定研究对象，通过案例分析与规范解读，聚焦规则运行中的核心争议，探索制度优化方案。

2. 电商平台商标侵权“通知-删除”规则的制度逻辑与法律依据

2.1. 规则的核心内容与运行机制

“通知-删除”规则源于美国《数字千年版权法》(DMCA)的“避风港”原则(Safe Harbor Rules)，该原则主要是对网络服务提供者著作权侵权责任的免责。其核心逻辑是：原指著作权人发现他人涉嫌从事互联网侵犯其知识产权的行为，电商平台作为“信息存储空间服务提供者”，对平台内经营者的商标侵权行为不承担普遍审查义务，仅在“收到合格通知后未及时删除侵权内容”时承担过错责任[1]。“通知-删除”的基本流程为，首先权利人的合格通知，平台接到通知后进行审核，平台进行删除或断开链接，使得平台免于责任，最后，平台经营者发送反通知处理。可见，“通知-删除”规则源于著作权领域，现在已经扩展到商标等领域。网络服务提供者的义务以“转送通知-形式审查-必要措施-反通知处理”为核心链条，旨在平衡权利人保护、网络用户自由及平台技术能力，避免过度介入侵权实质争议，同时确保程序正义[2]。“通知-删除”作为一种私力救济制度，该规则不仅能保障权利人的合法权益获得及时救济，也减轻了网络服务商的侵权风险[3]。电商平台的纠纷解决机制则大概率具有高效率[4]，这一机制

通过“权利人民事维权 + 平台配合移除”的模式，在降低平台合规成本的同时，为权利人提供高效救济路径。

2.2. 商标侵权的特殊性对规则的影响

与著作权、专利侵权相比，商标侵权的“通知 - 删除”规则具有独特性，主要体现在以下几个点，首先是侵权判断的核心是“混淆可能性”，商标的核心功能是区分商品来源，根据《商标法》第 57 条第二款，侵权认定不仅要求“商标相同或近似”，还需证明“可能导致相关公众混淆”。因此，商标侵权通知需包含“混淆可能性”的初步证据(如商标知名度、商品类似程度、消费者实际混淆的例证)，而著作权通知仅需证明“作品权属与侵权链接”，专利通知侧重“权利稳定性与技术特征比对”。其次是侵权行为的隐蔽性与动态性，电商平台的商标侵权多表现为“销售假冒商品”“使用近似商标宣传”，且商品链接、宣传内容随市场变化动态更新，权利人难以一次性固定侵权证据，对“通知的及时性”与“平台的快速响应”要求更高。此外，商标侵权与平台内经营者权益的关联性更强，商标侵权通知直接影响商品上架，错误通知可能导致商家经营中断，因此对“通知的准确性”与“反通知的救济效率”要求更严格。

3. 商标侵权“通知删除”规则的实践困境

3.1. “合格通知”的认定标准模糊

《民法典》第 1195 条第 1 款第 2 句规定：“通知应当包括构成侵权的初步证据及权利人的真实身份信息。”“合格通知”是规则运行的起点，但其标准在司法实践中存在显著分歧，合格通知的讨论焦点在于何谓初步证据^[5]。例如“在阿里云计算有限公司与北京乐动卓越科技有限公司侵害作品信息网络传播权纠纷案”¹中，二审法院与一审法院就“合格通知”的认定存在核心分歧：一审法院认为乐动卓越通过邮件、快递等方式发送的包含权属证明、侵权 IP 地址的通知已满足基本形式要求，构成有效通知；而二审法院则强调，合格通知需能精准指向侵权内容，乐动卓越提供的客户端下载链接及模糊 IP 地址无法使阿里云准确定位侵权标的，且未充分说明侵权与服务器端的关联，故认定通知无效。判决相反的根源在于，对合格通知的核心要件理解不同：一审侧重通知的形式完整性与送达有效性，二审则聚焦通知内容与侵权标的关联性、对网络服务提供者(尤其是 IaaS 层服务商)技术定位能力的适配性，即通知需足以使服务提供者在其技术能力范围内识别并处理侵权行为，这一差异直接导致了裁判结果的对立。

同样，在商标权领域中，如果权利人发出的通知存在瑕疵，对此通知应当如何认定，还需进一步讨论。

3.2. 平台审核义务的边界不清

平台对通知的审核义务是判断其是否承担责任的核心，但“形式审核”与“实质审核”的界限始终不明，具体表现为审核义务的程度争议，即平台仅需审查通知“形式完整性”，还是需对“侵权事实的真实性”进行实质判断？例如，某平台收到通知称“商家销售假冒‘LV’包”，平台审核时是否需验证“LV 商标的知名度”、“被控商品是否确实假冒”？实践中，法院对“明显侵权”常要求平台承担更高审核义务，而对“非明显侵权”则认可形式审核，但“明显侵权”的判断标准仍不明确。

3.3. 错误通知的法律后果缺失

错误通知，包括恶意通知与过失通知，是商标侵权“通知 - 删除”规则运行中的突出问题，但现有法律对其规制不足。

¹北京知识产权法院(2017)京 73 民终字第 1194 号民事判决书。

首先，权利人的责任范围有限。《电子商务法》第 42 条仅规定“因错误通知造成平台内经营者损害的，权利人依法承担民事责任”，“民事责任”的表述模糊，未明确“恶意通知”的惩罚性赔偿，也未规定“过失通知”的补偿责任。《民法典》未对恶意通知作出规定，原因或许有二：一方面，电商以外的领域(尤以人身权益领域为典型)中，恶意通知问题相对较轻；而在电商领域，据浙江省高级人民法院联合课题组调研显示，部分市场主体存在利用通知机制进行不正当竞争的行为，表现为批量发送存疑通知、针对竞争对手的近似商标反复投诉等规模化滥用现象。另一方面，《民法典》对惩罚性赔偿的态度更为审慎，这也使得其未专门就恶意通知作出规范[6]。实践中，商家因错误通知导致商品下架、商誉受损，往往难以获得充分赔偿。

其次，平台的责任缺失。平台对错误通知是否承担审核义务？例如，权利人发送明显虚假的通知，平台未发现并删除商品，商家损失应由谁承担？现有法律未明确平台对“通知真实性”的审查责任，导致平台可能因“怕担责”而对通知“照单全收”，加剧错误通知的危害。最后，商家的救济路径不畅。反通知规则的实操性不足，如平台收到反通知后，往往要求商家“提供商标使用授权书等严格证据”，否则拒绝恢复链接；且“暂停删除”的期限常短于权利人起诉所需时间，导致商家商品长期下架，经营损失扩大。

4. 困境的成因分析

4.1. 法律条款的模糊性与立法技术考量

《电子商务法》第 42 条仅原则性规定“通知应包含构成侵权的初步证据”，但未细化商标侵权中“初步证据”的具体要素，如是否需包含混淆可能性分析，导致司法适用时法官自由裁量权过大，出现同案不同判。其次，民事责任的规定也含糊不清，未明确承担何种责任。这种立法上的“模糊性”并非完全的立法疏漏，而是蕴含着“建设性模糊”的立法智慧——在数字经济快速发展、技术迭代日新月异的背景下，过于僵化的条款可能限制平台技术创新与商业模式探索，保留一定的解释空间可使法律更好地适配技术与业态创新需求。此外，条款制定时主要针对传统货架电商，未预见直播电商等新业态的兴起，对“非链接型侵权”“平台角色多元化”等问题缺乏规范，规则滞后于实践发展。另外，《电子商务法》《民法典》对通知的具体要件的规定不够详细，初步证据、权利人的真实身份信息应该包含何种要件未规定，内容模糊。

4.2. 主体利益的失衡及商标权的特性制约

“通知 - 删除”规则涉及权利人、平台、平台内经营者三方利益，现有机制未能实现平衡。权利人追求“高效维权”，倾向放宽通知标准，甚至存在滥用通知权不正当竞争的现象，如针对竞争对手的近似商标反复投诉；平台追求“降低合规成本”，倾向收紧通知标准，但过度严苛可能导致“维权门槛过高”，放纵侵权行为；平台内经营者，尤其是中小商家缺乏话语权，面对错误通知往往难以快速救济，经营权益易受损害。三方利益缺乏协调机制，导致规则运行易陷入侵权防控不足或经营限制过度的失衡状态。另外，商标权自身的特性制约也是一个主要原因，商标权的“动态性”与“地域性”也加剧了规则适用的难度：商标的知名度随市场推广变化，导致“混淆可能性”的判断标准动态调整；跨境电商中，商标权具有地域性(如在我国未注册的境外商标不受保护)，平台审核时需区分“境内外商标”，增加了审核复杂度。

5. 制度创新路径

5.1. 细化“有效通知”的认定标准

明确商标侵权通知需包含“三要素”，统一司法适用。

首先是权属证据,商标注册证(需在有效期内)、权利人身份证明(如商标许可使用证明);其次是侵权事实证据,侵权商品的链接、截图或直播回放(需明确指向具体侵权行为),以及被控标识与权利人商标的比对说明,如相同点、近似点;最后是混淆可能性的初步证据,权利人商标的知名度证据,如销售数据、媒体报道、被控商品与权利人商品的类似程度,如是否属于同一品类、消费者混淆的例证,如用户评价中误认品牌的截图。对“相同商标 + 相同商品”的明显侵权,可适当简化要求,但需注明“商品类别与商标核定使用范围一致”;对“近似商标”或“跨类使用”,则必须提供混淆可能性分析,否则通知无效。

5.2. 构建“梯度化”的平台审核义务

根据侵权行为的“明显程度”,界定平台的审核义务。

对于明显侵权(如销售与驰名商标完全相同的低价商品),平台需承担“重点监控 + 快速删除”义务,可通过关键词过滤,如屏蔽“高仿 LV”等词汇、价格异常监测等技术手段进行针对性排查,具体措施可根据平台资源配置灵活调整,收到通知后在合理技术范围内 24 小时内删除链接;非明显侵权(如近似商标、跨类使用),平台仅需进行形式审核(如检查通知是否包含三要素),无需实质判断侵权与否,收到符合要求的通知后 48 小时内删除链接;新业态侵权,如直播中使用侵权商标,平台需对“直播间标题、主播口播内容”进行关键词监控,如设置商标黑名单,收到针对直播侵权的通知后,应立即暂停直播并要求主播整改,同时留存直播回放作为证据。

5.3. 完善错误通知的救济与追责机制

明确权利人的赔偿责任。对恶意通知,权利人需赔偿商家的经营损失,如下架期间的利润损失、商誉损失,及平台的处理成本;对过失通知,例如因疏忽提交错误证据,需根据过错程度承担部分赔偿责任。强化平台的审慎审核义务。平台对“明显虚假的通知”未审查发现,导致商家损失的,需承担补充责任;平台应建立“错误通知黑名单”,对多次恶意通知的权利人限制其通知权。优化反通知与恢复机制。商家提交反通知时,平台应在 24 小时内暂停删除商品链接;反通知需包含“不侵权的初步证据”,如商标使用授权书、商品来源合法证明,平台审核后应在 3 日内决定是否恢复链接(复杂情形可适当延长,但需书面说明理由);若权利人在 15 日内未起诉,平台必须立即恢复链接,并可要求权利人赔偿商家的下架损失。

5.4. 适配新业态: 规则的场景化调整

针对直播电商等新业态,补充以下规则。

明确“非链接型侵权”的通知要素。针对直播中商标侵权的通知,需包含“直播间 ID、侵权时间点、侵权行为描述(如主播口播内容、展示的标识)”,平台收到后应立即暂停直播并要求整改;界定多方主体责任:平台对高流量头部主播直播间需建立“人工抽检 + AI 监测”双重审核机制(如每日抽检比例不低于 20%),对普通主播可主要依赖 AI 自动监测;主播对其宣传内容的商标合法性负有审慎注意义务,明知或应知侵权仍宣传的需承担连带责任;MCN 机构作为主播管理方,对签约主播的商标使用行为负有培训与审核义务,未尽到义务的需承担补充责任。

建立技术适配的监测体系。鼓励平台引入 AI 视频帧截图比对技术,对直播画面中的商标标识进行实时识别,与商标数据库进行比对预警;开发“商标风险等级”动态评估系统,根据商标知名度、侵权历史数据等设置风险阈值,对高风险直播间触发强化审核。

6. 结论

电商平台商标侵权“通知 - 删除”规则的困境,本质是法律滞后性、利益失衡与业态创新共同作用

的结果。解决这些问题，需从细化规则、平衡利益、适配新业态三方面入手：通过明确“有效通知”的三要素标准、构建梯度化审核义务，解决司法适用混乱；通过完善错误通知的救济与追责，平衡三方主体权益；通过场景化调整规则，回应直播电商等新业态的挑战。

唯有如此，才能使“通知-删除”规则既高效保护商标权，又避免权利滥用，同时为平台与商家提供稳定的行为预期，最终促进电商市场的公平竞争与健康发展。

参考文献

- [1] 周学峰. “通知-移除”规则的应然定位与相关制度构造[J]. 比较法研究, 2019(6): 21-35.
- [2] 程啸. 论我国《民法典》网络侵权责任中的通知规则[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2020, 73(6): 137-149.
- [3] 魏宁. 电子商务中“通知-删除”规则滥用的规制——以平台自治与法律实施为视角[J]. 南大法学, 2022(5): 93-107.
- [4] 龙小宁. 《电子商务法》“通知-删除”条款的经济分析[J/OL]. 科技·知产财经, 2020(6): 14-18. https://www.ipeconomy.cn/index.php/index/news/magazine_details/id/2093.html, 2025-07-21.
- [5] 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[EB/OL]. <https://www.sdcourt.gov.cn/bzzhfy/373833/373879/5982263/index.html>, 2025-07-22.
- [6] 徐伟. 《民法典》中网络侵权制度的新发展[J]. 法治研究, 2020(4): 97-110.