

# 电商平台知识产权恶意投诉行为的规制研究

胡怀升

江苏大学法学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年10月28日; 录用日期: 2025年11月12日; 发布日期: 2025年12月10日

## 摘要

随着电子商务产业的迅猛发展与数字贸易的深度渗透, 电商平台中滥用通知删除规则发起知识产权恶意投诉的行为愈发猖獗, 已成为扰乱市场公平竞争秩序的突出症结。我国《电子商务法》第四十二条虽以立法形式确立了该规则的适用框架, 但实践中暴露出显著制度缺陷: 一方面, 平台审查义务边界模糊, 现行立法界定的“合理审查义务”缺乏具象化标准——既未区分形式审查与实质审查的适用场景, 也未针对著作权、商标权等不同权利类型设定差异化尺度, 致使平台陷入“审查过松担责、过严增负”的两难; 另一方面, 恶意认定与举证责任存在结构性失衡: “主观恶意”作为核心要件缺乏法定认定标准, 且举证责任过度倾斜于被投诉人, 其需同时证明“自身不侵权”与“投诉人恶意”, 而关键证据多由投诉人或平台掌控, 信息不对称加剧维权困境。故此, 亟需对通知删除规则系统性优化, 通过明确审查标准、细化恶意情形、合理分配举证责任强化事前规制效能, 进而维护网络交易秩序, 保障电子商务健康发展。

## 关键词

电子商务, 知识产权, 恶意投诉

# Study on the Regulation of Malicious Intellectual Property Complaint Behaviors on E-Commerce Platforms

Huaisheng Hu

School of Law, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: October 28, 2025; accepted: November 12, 2025; published: December 10, 2025

## Abstract

With the rapid development of the e-commerce industry and the in-depth penetration of digital

文章引用: 胡怀升. 电商平台知识产权恶意投诉行为的规制研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 1386-1392.

DOI: 10.12677/ecl.2025.14124003

trade, the behavior of abusing the notice-and-take-down rule to initiate malicious intellectual property complaints on e-commerce platforms has become increasingly rampant, emerging as a prominent problem that disrupts the order of fair market competition. Although Article 42 of China's E-Commerce Law has established the application framework of this rule in the form of legislation, significant institutional defects have been exposed in practice. On the one hand, the boundaries of platforms' review obligations are ambiguous. The "reasonable review obligation" defined in current legislation lacks specific standards—it neither distinguishes the application scenarios of formal review and substantive review nor sets differentiated standards for different types of rights such as copyrights and trademark rights, leaving platforms in a dilemma of "being held liable for overly lax review and bearing excessive burdens due to overly strict review". On the other hand, there is a structural imbalance between the identification of malice and the burden of proof: "subjective malice", as a core element, lacks statutory identification standards, and the burden of proof is excessively tilted towards respondents. Respondents need to simultaneously prove "their own non-infringement" and "the complainant's malice", yet key evidence is mostly controlled by complainants or platforms, and information asymmetry exacerbates the difficulty of safeguarding rights. Therefore, it is urgent to systematically optimize the notice-and-take-down rule. By clarifying review standards, refining circumstances of malice, and reasonably allocating the burden of proof, the effectiveness of ex-ante regulation can be enhanced, thereby maintaining the order of online transactions and ensuring the healthy development of e-commerce.

## Keywords

E-Commerce, Intellectual Property, Malicious Complaints

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

随着数字经济蓬勃发展,电商平台成为知识产权保护的关键场域,通知删除规则作为平衡权利保护与平台自治的核心机制,已深度融入我国《电子商务法》《民法典》等立法体系。然而,该规则的设计空隙与平台审查漏洞,使得恶意投诉行为频发——部分主体通过抢注商标、伪造证据等手段发起投诉,以排挤竞争、敲诈勒索谋求不正当利益,既扰乱市场秩序,也加剧中小商家维权困境。

根据中国裁判文书网公开数据显示,以“电商平台”“知识产权”“恶意投诉”为关键词进行检索发现,自2011年至2025年期间,相关民事诉讼累计已达2547起,行政案件200起,刑事案件28起,整体案件数量呈现持续高速增长态势。具体来看,恶意投诉案件从2011年仅3起起步,至2015年增至34起,随后进入爆发期:2017年突破百起(112起),2019年猛增至325起,2021年达到峰值507起。尽管2022年略有回落(269起),但2023年回升至295起,2024年进一步攀升至391起,整体仍处于历史高位[1]。这一持续十余年的增长轨迹,清晰揭示了电商领域恶意投诉行为已从个别现象演变为系统性、规模化问题,反映出当前平台知识产权治理面临的结构性挑战与规制紧迫性。

既有研究对平台责任与恶意诉讼已有关关注。国内学者如吴汉东从知识产权基础理论出发,强调了权利滥用规制的重要性[2];杜颖、刘斯宇分析了恶意投诉的构成要件,主张引入类型化认定标准[3];成文娟、郎梦佳则从司法实践角度指出平台审查义务模糊是恶意投诉认定的主要障碍[4]。在平台责任方面,毕文轩通过实证研究发现,法院在平台过错认定上存在显著分歧,反映出“合理审查义务”标准的缺失[5]。然而,现有研究多集中于规则解释或个案分析,缺乏对恶意投诉系统性规制路径的构建,尤其在平

台审查标准的具体化、恶意认定机制的标准化以及举证责任分配的精细化方面存在研究缺口。本文在既有研究基础上，系统分析恶意投诉的成因与认定现实困境，进而从明晰审查义务、建立恶意认定机制、优化举证责任分配三方面，提出针对性法律规制路径，以弥补现有研究的不足，为完善电商知识产权保护体系提供理论支撑和实践参考。

## 2. 通知删除规则的立法现状与恶意投诉的成因分析

《电子商务法》第 42 条规定了通知删除规则，该规则是指网络服务提供者在接到权利人侵权通知后，及时删除涉嫌侵权内容以避免承担间接侵权责任的机制。该规则广泛应用于电子商务领域，有效打击了知识产权侵权行为，但在实践过程中也带来一系列的问题。

### 2.1. 通知删除规则的立法现状

通知删除规则源于美国《千禧年数字版权法》，其核心逻辑是通过“权利人通知－平台及时处置－被投诉人反通知”的流程，平衡知识产权保护与平台经营自主权[6]。我国对该规则的引入与完善呈“渐进式分层构建”特征，逐步形成覆盖多领域、衔接多法律的立法体系。从立法来看，2006 年施行的《信息网络传播权保护条例》是我国首次引入通知删除规则的规范性文件，该条例针对著作权领域，明确通知发起的核心要素、平台接收后应采取的处置措施，同时增设反通知条款，奠定了我国电商知识产权投诉规制的基础框架。后续立法逐步将规则从“著作权专属”扩展至“全知识产权领域”，并强化法律约束力。2019 年施行的《电子商务法》第 42 条具有里程碑意义，首次在法律层面确立电商平台适用通知删除规则的普遍义务。2021 年生效的《民法典》第 1195 条则进一步细化操作规范，将“15 天等待期”调整为“合理期限”，赋予平台一定的自治权。此外，2020 年实施的《电子商务平台知识产权保护管理》针对法律未明确的细节问题提供指引，将法律层面的原则性要求转化为可执行的操作流程。

### 2.2. 恶意投诉成因分析

投诉本是权利主体维护合法权益的正当途径，特指自身权益受损时向相关机构或平台寻求救济的行为。与之相对，恶意投诉则呈现鲜明的非正当性：投诉人并未实际享有相应知识产权，却以敲诈勒索、排挤竞争对手为核心目的，通过恶意注册商标、虚假陈述投诉理由、伪造资质证件等违法手段，向电商平台发起投诉，最终谋求不正当利益。作为电商平台知识产权保护的核心机制，通知删除规则因自身设计存在投机空间，成为恶意投诉人滥用的主要工具，具体可从以下三方面展开分析：

#### 2.2.1. 不正当竞争下的利益驱动是核心诱因

不正当利益的诱惑，是恶意投诉泛滥的根本动因。恶意投诉人通过捏造侵权指控、伪造权利证据，滥用电商平台投诉机制，对竞争对手或其他商家实施打击，最终实现自身利益诉求，主要表现为两种形式：

一方面，恶意投诉成为商家争夺市场份额的常用手段。部分经营者通过频繁发起投诉，迫使竞争对手的商品链接下架、店铺被屏蔽，直接削弱对方的市场曝光度与销售能力，进而抢占其原有的市场份额与流量入口[7]。

另一方面，恶意投诉被不法分子用作敲诈勒索的工具。这类投诉人会提前通过恶意抢注商标、囤积非核心专利等方式“圈占”权利，再以“侵权”为由向正常经营的商家发起投诉；商家为避免经营中断、声誉受损，往往被迫支付高额“赔偿金”或“和解费”，形成“以投诉谋利”的黑色产业链。

#### 2.2.2. 电商平台规则机制漏洞

平台投诉机制的低门槛的特性，为恶意投诉提供了便利条件。投诉人仅需按平台要求提交基础通知信息，平台在完成材料完整性的形式审查后，便会直接采取删除商品链接、屏蔽店铺等处置措施。这种

审查模式大幅降低了投诉发起的难度与成本,使恶意投诉人能够轻松启动投诉程序,形成“投诉零成本”的现实可能。

同时,反通知机制的缺陷进一步放大了这一问题。当被投诉人提交不侵权的初步证据后,平台不会立即恢复下架商品链接,而是普遍设置15天的“静默期”[8]。在此期间,商品链接持续处于下架状态,既无法向消费者展示,也不能正常销售,直接导致被投诉商家错失经营机会,承受流量流失、订单损失等实际损害。

### 2.2.3. 立法规范的不完善提供了制度空隙

举证责任分配严重失衡。现行立法未明确“恶意投诉”的举证责任归属,实践中往往默认由被投诉人承担“投诉人存在恶意”的举证义务,但这一分配模式存在显著不公。一方面,被投诉人难以获取投诉人的主观意图证据,如投诉人是否存在提前抢注权利、是否针对多个商家重复投诉等核心信息,均掌握在投诉人或平台手中,信息不对称导致举证难度极大;另一方面,即使被投诉人能证明自身不侵权,也难以进一步证明投诉人的“恶意”,最终导致多数被投诉人因举证不能而放弃维权,间接放任了恶意投诉行为。

## 3. 电商平台知识产权恶意投诉行为认定的现实困境

对电商平台知识产权恶意投诉行为的有效规制,首要前提是清晰、准确的行为认定。但实践中,这一认定过程面临多重阻碍:平台审查义务边界缺乏明确标准,投诉者主观恶意难以外化证明,举证责任分配也未适配电商场景的信息不对称特征,共同构成了恶意投诉认定的核心困境。

### 3.1. 平台审查义务的边界模糊

平台审查义务的模糊性,是恶意投诉得以通过初审的核心症结。现行立法仅原则性要求平台履行“合理审查义务”,但未明确“合理”的边界——既未区分形式审查与实质审查的适用场景,也未针对不同知识产权类型设定差异化审查标准,导致平台在实践中陷入“审查过松担责、审查过严成本高”的两难[5]。

#### 3.1.1. 审查深度无统一标准

对于著作权投诉,平台可通过比对作品登记信息快速完成形式审查;但面对专利投诉,尤其是实用新型专利,需判断技术方案是否落入保护范围,这要求专业的专利检索与技术分析能力,多数平台因缺乏专业团队与技术工具,只能退而求其次进行材料完整性审查,无法甄别“专利本身无效”“投诉内容与专利无关”等恶意情形。

#### 3.1.2. 审查尺度因平台而异

大型平台如天猫、京东,会额外要求投诉人提交“权利稳定性证明”,但中小型平台受限于运营成本,仅核查投诉材料是否齐全,导致同一投诉在不同平台可能出现两种结果。这种差异不仅削弱规则公信力,也为恶意投诉人提供了“择平台投诉”的操作空间。

### 3.2. 投诉者的主观恶意认定困难

主观恶意是恶意投诉行为的核心构成要件,其法律内涵为“投诉人明知自身不享有合法知识产权,或明知侵权指控缺乏事实依据,仍故意发起投诉以实现不正当利益(如排挤竞争、敲诈勒索)”。但由于主观恶意属于“内在心理状态”,需通过客观证据外化证明,而当前立法与司法实践均未形成成熟的认定路径,导致三重认定障碍:



### 3.2.1. 恶意认定标准的“法定化缺失”

现行法律仅在《电子商务法》第42条第3款提及“恶意投诉应承担赔偿责任”，但未列举“恶意”的具体情形，也未明确“恶意”与“过失投诉”的区分标准[2]。这种“立法留白”使得司法裁判只能依赖法官的自由裁量，导致同类案件容易出现不同的裁判结果。

### 3.2.2. 主观意图外化证据的“获取难”

恶意投诉人的主观恶意往往隐藏在“正当维权”的表象之下，其核心证据多由投诉人或平台掌控，被投诉人难以通过自身力量获取。例如，投诉人以“侵权”为由要求商家支付“和解费”时，常通过私下沟通进行，被投诉人若未留存完整记录，则难以证明投诉人的“敲诈勒索意图”；而平台掌握的投诉人历史投诉数据属于商业秘密，一般不向被投诉人公开，进一步加剧了证据获取的难度。

### 3.2.3. “恶意”与“商业竞争正当性”的“区分难”

在电商竞争场景中，“正当维权”与“恶意投诉”的界限往往模糊：例如，企业针对竞争对手的疑似侵权商品发起投诉，若后续经司法认定不构成侵权，其行为究竟是“对权利边界的合理认知偏差”，还是“故意排挤竞争的恶意投诉”，难以仅凭“投诉结果”反向推定。

## 3.3. 举证责任分配的不合理

举证责任分配是恶意投诉认定的关键环节，其核心遵循“谁主张、谁举证”的民事诉讼基本原则。但电商平台知识产权投诉具有显著的“信息不对称性”——投诉人掌握权利归属、投诉意图等核心信息，平台掌握投诉历史、审查流程等数据，而被投诉人处于信息劣势地位。当前举证责任分配规则未考虑这一特殊性，导致被投诉人陷入“举证不能”的困境，具体表现为：

### 3.3.1. 举证责任的“过度倾斜”

根据现行规则，被投诉人若主张“投诉系恶意”，需同时承担两项举证责任：一是证明“自身商品不构成侵权”；二是证明“投诉人存在恶意”。这种“双重举证责任”对被投诉人而言难度极高：一方面，“不侵权”的证明需专业法律与技术支持，中小商家难以承担相关成本；另一方面，“投诉人恶意”的证明依赖前述稀缺的外化证据，被投诉人往往因证据不足而败诉。

### 3.3.2. 信息获取的“壁垒化”

被投诉人获取关键证据的渠道受到严格限制：一是投诉人的权利状态信息需通过国家知识产权局官网查询，但普通商家缺乏专业知识，难以准确解读相关信息；二是平台的投诉审查数据，被投诉人需通过诉讼中的“证据保全”或“调查取证申请”获取，流程复杂且耗时较长，难以满足电商场景下“快速恢复商品上架”的需求[9]；三是投诉人的主观意图证据，如私下沟通记录、和解谈判内容，需依赖投诉人的主动提供或法院的强制取证，实践中获取概率较低。

### 3.3.3. 举证责任“倒置规则”的“缺失化”

针对信息不对称场景，民事诉讼法通常设有“举证责任倒置”规则(如环境污染纠纷中由排污方证明无过错)，但当前知识产权立法未针对恶意投诉设置类似规则。实践中，部分法院尝试通过“法院依职权调查”缓解被投诉人的举证压力，但这种做法具有随机性，难以形成稳定的制度保障，导致被投诉人的维权成本居高不下。

## 4. 电商平台知识产权恶意投诉行为的法律规制

针对电商平台知识产权恶意投诉的认定困境，本部分聚焦解决方案构建，从法律规制层面切入核心

问题。通过明晰平台分级审查义务、建立标准化恶意认定机制、优化举证责任分配框架三大关键维度，提出具体可操作的规制路径，旨在破解实践难题，为遏制恶意投诉、完善电商知识产权保护体系提供制度支撑。

## 4.1. 明晰平台经营者的审查义务

### 4.1.1. 构建知识产权类型适配的分级审查规范

以《电子商务法》修订及配套司法解释为核心，突破“原则性表述”局限，建立与知识产权权利属性、审查难度相匹配的分级审查标准<sup>[4]</sup>，为平台提供明确合规指引：其一，针对著作权投诉，明确适用“形式审查为主”规则，要求平台仅核查投诉材料完整性与权利关联性，无需实质审查作品独创性；其二，针对商标权投诉，确立“形式审查 + 有限实质审查”模式，平台需在核验商标注册证、核定使用范围等形式要件基础上，核查商标撤销、无效宣告状态，防范“恶意抢注通用名称商标后投诉”的情形；其三，针对专利权投诉，强制推行“实质审查前置”义务，要求投诉人必须提交专利评价报告或专利登记簿副本，平台需对专利有效性及侵权指控关联性进行核验。

### 4.1.2. 建立行业协同与技术赋能机制

依托行业协同与技术创新，消解平台间审查尺度差异，填补“择平台投诉”的操作空间：一方面，由国家知识产权局牵头、头部电商平台参与，构建“全国电商知识产权权利状态共享数据库”<sup>[10]</sup>，整合无效专利、被撤销商标、恶意投诉人名单等核心数据，向全行业开放查询权限，中小平台可通过数据库快速核验权利真实性，避免因信息不对称导致的审查疏漏；另一方面，推动建立大中小平台技术互助机制。大型平台主动开放自研的人工智能审查系统，中小平台与大平台达成合作，以低成本获取专业审查能力，通过数据共享降低审查成本，实现平台审查标准的实质统一。

## 4.2. 建立标准化恶意认定机制

### 4.2.1. 明确“恶意投诉”的法定情形与区分标准

现行立法对恶意投诉的界定仅停留于“应承担赔偿责任”的原则性表述，缺乏可操作的认定要素，需通过《商标法》《专利法》修订及配套司法解释，实现认定标准的“具象化”。其一，明确恶意投诉的双重要件：从“认知因素”与“意志因素”界定法定构成——“认知因素”要求投诉人“明知或应知权利基础不合法”；“意志因素”要求投诉人“以不正当利益为目的”。二者需同时满足，避免将“因权利边界认知偏差导致的投诉不当”纳入恶意范畴，平衡正当维权与权利滥用规制<sup>[3]</sup>。其二，列举典型恶意情形并增设兜底条款：结合电商实践，明确列举“多次投诉被生效裁判认定不侵权仍重复投诉”“伪造专利证书、授权文件投诉”“抢注他人未注册商标后 6 个月内发起投诉”等典型情形；同时增设“利用技术手段实施的新型恶意投诉”兜底条款，应对数字经济下的行为变异，减少认定模糊性。

### 4.2.2. 细化电商平台的证据管理义务

结合《电子商务平台知识产权保护管理》的修订，明确平台三方面义务：一是完整保存投诉材料、审查记录、沟通记录，保存期限不少于 3 年；二是被投诉人提出书面申请后，7 日内提供“投诉材料副本”“投诉人历史投诉摘要”（如近 12 个月投诉成功率），不得以“商业秘密”为由拒绝；三是对“高风险投诉”（投诉人曾被认定恶意），同步向被投诉人提示风险并附依据，帮助其初步判断恶意可能性。

## 4.3. 确立“有限倒置 + 义务明确”的分配框架

### 4.3.1. 引入“恶意认定”的有限举证责任倒置

举证责任倒置是指在特定案件情形下，将原本应由主张权利的一方担负的举证责任，转而由对方当

事人承担。针对“投诉人主观恶意”这一核心待证事实，建立举证责任倒置规则<sup>[11]</sup>，明确被投诉人仅需完成两项基础举证义务：一是证明自身商品具有合法来源或不落入权利保护范围；二是提供“恶意投诉嫌疑”的初步证据。在此基础上，转由投诉人举证证明其投诉具有正当性——需提交权利稳定性证明、侵权判断的专业依据，并说明投诉动机的合法性，无法完成举证则推定存在恶意。

该规则需限定适用范围，仅针对“多次投诉被驳回仍重复投诉”“抢注权利后投诉”“投诉时索要不合理和解费”等法定恶意情形，避免过度加重正当权利人的举证负担，平衡权利保护与滥用规制。

#### 4.3.2. 明确平台与投诉人的证据披露义务

针对信息壁垒问题，立法需强制关键信息持有方履行披露义务。一方面，要求电商平台在被投诉人提出合理申请后，限期提供投诉材料副本、投诉历史记录等核心数据，不得以“商业秘密”为由拒绝，这与“责令证据持有方披露信息”的精神一致。另一方面，规定投诉人需随投诉材料一并提交“权利有效性说明”，包括专利有效性状态、商标使用情况等，若涉及实用新型或外观设计专利，必须附加专利评价报告，否则视为举证不完整。同时，应明确证据披露的边界，对涉及核心商业秘密的信息，可通过法院组织的保密质证程序进行处理，兼顾信息获取与权益保护<sup>[12]</sup>。

### 5. 结语

电商平台知识产权恶意投诉的治理，本质是平衡知识产权保护、平台自治与市场竞争秩序的系统性工程。当前，通知删除规则的投机空间、平台审查的边界模糊及举证责任的失衡，共同构成了恶意投诉蔓延的制度与实践障碍。本文提出的分级审查规范、标准化恶意认定机制及“有限倒置 + 义务明确”的举证框架，旨在填补立法空白、消解平台困境，既为电商平台提供可操作的合规指引，也为被投诉商家降低维权门槛。唯有通过立法细化、平台协同与技术赋能的多元联动，才能遏制“以投诉谋利”的黑色产业链，保障中小商家合法权益，最终实现电商领域知识产权保护与市场创新活力的良性共生。

### 参考文献

- [1] 中国裁判文书网[EB/OL]. <https://wenshu.court.gov.cn/>, 2025-11-11.
- [2] 吴汉东. 知识产权基础问题研究[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2019.
- [3] 杜颖, 刘斯宇. 电商平台恶意投诉的构成分析与规制创新[J]. 中国应用法学, 2020(6): 17-30.
- [4] 成文娟, 郎梦佳. 电商环境下知识产权恶意投诉行为的认定与规制[J]. 中国应用法学, 2020(1): 95-111.
- [5] 毕文轩. 电商平台涉知识产权侵权治理的困境与纾解——基于司法裁判的实证分析[J]. 南开学报(哲学社会科学版), 2024(1): 67-80.
- [6] Dinwoodie, G.B. (2014) Secondary Liability for Online Trademark Infringement: The International Landscape. *Journal of Law and the Arts*, 37, 463-501. <https://doi.org/10.7916/jla.v37i4.2136>
- [7] Hammond, H.J. and Cohen, J.S. (2012) Intellectual Property Issues in E-Commerce. *Texas Wesleyan Law Review*, 18, 743-752. <https://doi.org/10.37419/twlr.v18.i4.4>
- [8] 胡敬雪. 论《电子商务法》中“通知-反通知”规则的完善[D]: [硕士学位论文]. 上海: 华东政法大学, 2019.
- [9] 祝珺. 电商平台知识产权保护问题研究[J]. 知识产权, 2020(4): 66-73.
- [10] 王英州. 论电子商务领域知识产权保护的司法介入[J]. 法律适用, 2021(4): 53-61.
- [11] 凌能朋. 电商平台中“通知删除”规则的适用研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海交通大学, 2023.
- [12] 李梦倩. 电商平台中知识产权恶意投诉的法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 中南财经政法大学, 2022.