

论电子商务平台的版权过滤义务

吴 婕

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年11月11日; 录用日期: 2025年11月24日; 发布日期: 2025年12月19日

摘 要

随着数字经济的发展, 传统的“通知-删除”规则在应对平台内海量、隐蔽的版权侵权时已力不从心, 电子商务平台作为一种网络服务提供者, 应当承担起合理的、事先的版权过滤义务。文章首先剖析了学术界的观点分歧, 继而从利益平衡的再调整、技术可行性、对现有规则的完善需求及成本收益分析等多个维度, 系统论证了平台承担此项义务的正当性。在法律路径建构上, 通过对《中华人民共和国电子商务法》等法律法规中“必要措施”与“知道或者应当知道”条款进行目的性扩张解释, 为过滤义务的引入提供了坚实的法内解释空间。最后, 本文提出认定过滤义务时应遵循差异化原则, 综合考量平台规模、技术能力、侵权类型、过滤准确性及申诉机制等因素, 以构建一个兼顾版权保护、产业发展与用户权益的平衡机制。

关键词

网络服务提供者, 电子商务平台, 过滤义务, 版权侵权

On the Copyright Filtering Obligation of E-Commerce Platforms

Jie Wu

School of Law, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: November 11, 2025; accepted: November 24, 2025; published: December 19, 2025

Abstract

With the development of the digital economy, the traditional “notice-and-takedown” mechanism has proven inadequate in addressing the massive and concealed copyright infringements occurring within platforms. As internet service providers, e-commerce platforms should undertake reasonable, ex-ante copyright filtering obligations. The article begins by analyzing the divergent views within academia, then systematically demonstrates the legitimacy of imposing such obligations on

platforms through multiple dimensions, including the recalibration of interests, technical feasibility, the need to improve existing rules, and cost-benefit analysis. In constructing the legal pathway, the article provides a solid foundation for incorporating filtering obligations within the existing legal framework by advocating for a purposive expansion of the concepts of “necessary measures” and “knowing or having reason to know” under the E-Commerce Law and other relevant regulations. Finally, the paper proposes that the determination of filtering obligations should adhere to a differentiated approach, taking into comprehensive consideration factors such as platform scale, technical capability, types of infringement, filtering accuracy, and appeal mechanisms, thereby establishing a balanced framework that accommodates copyright protection, industrial development, and user rights.

Keywords

Internet Service Provider, E-Commerce Platform, Filtering Obligation, Copyright Infringement

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. 问题的提出

我国的《信息网络传播权保护条例》第十五条规定了“通知-删除”规则，该规定最早出现在1998年美国《千禧年数字版权法案》(DMCA)中，其核心理念在于将网络服务提供者定位为仅提供信息传递的通道和信息传递中立者[1]，除非其对侵权行为有明确的认知(即“知道”或“红旗标准”)后未能及时采取行动，否则不承担主动监控或审查其网络上侵权内容的义务，旨在平衡互联网网络服务提供者与版权持有者之间的利益冲突[2]，这一制度设计在互联网发展初期为网络服务提供者提供了明确的责任豁免预期，有效地促进了信息产业的繁荣。

然而随着网络技术的迭代更新与商业模式变化打破了“避风港原则”规范下网络服务提供者与著作权人之间的利益平衡，这动摇了其在网络内容版权合规管理中的“技术中立”地位[3]，网络服务提供者逐渐从被动的信息传输者转变为主动内容推荐的参与者，“通知-删除”规则的局限性日益凸显，现有制度已难以适应如今算法驱动的复杂数字生态，网络服务提供者的法律责任面临重新审视和调整的必要性，促使学者开始探讨“过滤义务”的实际需求与实施的必要性[4]。有学者认为为了应对算法推荐技术所带来的版权保护困境，网络服务提供者应当履行更高的注意义务即过滤义务[5]，即网络服务提供者不仅需要事后删除侵权内容，还应采用过滤技术审查用户上传内容[6]，对用户上传内容是否构成侵权承担审查义务，从而确保版权人利益得到保护，有些学者则认为现有的内容识别技术远未完善，存在误判与漏判的双重风险，对言论自由与文化创新产生阻碍[7]。其次，强制性的过滤义务被视为一种沉重的负担，可能扼杀中小型平台的生存空间，抑制互联网产业的整体活力[3]。更深层次的忧虑在于，此举可能动摇“技术中立”原则的根基，使平台从中立的技术服务者异化为内容的实质审查者，从而重新界定其法律地位与责任边界。

本文支持肯定说，在电子商务这一特定领域，消费者通过平台达成的交易占网络零售市场交易的绝大部分，平台在电子商务市场中发挥主导作用[8]，电子商务平台作为版权作品传播的“获益者”，通过平台内侵权作品吸引流量、获取交易佣金，理应为版权保护承担更多责任，当代大型电子商务平台已不再是单纯的信息通道，它们通过复杂的算法、流量分配规则和信用评价体系，深度塑造并控制着平台内

的交易环境。其拥有的强大技术实力与经济资源,使得部署版权过滤系统具备现实可能性。此外,由平台进行集中式、规模化的预防,远比由无数权利人进行分散式、个案化的追索更为高效,能显著降低社会总成本,因此要求平台承担版权过滤义务具有充分的合理性与必要性。

2. 电子商务平台承担版权过滤义务的合理性

2.1. 利益平衡的需求

据《2023 中国电商市场数据报告》显示,2023 年中国电子商务市场规模达到 50.57 万亿元,同比增长 6.31%,从 2018 年的 18.6%增长至 2023 年的 29.1%,电商在零售领域的重要性日益增强,其中平台型电商占比超过 70% [9],电子商务平台不仅是商品交易的媒介,更成为图书、音乐、影视、软件等版权作品线上传播、交易的核心渠道。版权人通过创作智力成果获得财产利益与人身利益,是版权保护的核心对象,而电子商务平台作为版权产品交易的中介与受益者,通过提供交易场所、技术支持、流量推广等服务,从版权产品的流通中获取佣金、广告费等巨额收益,虽然平台并非直接从特定侵权活动中获利,但其商业模式的整体繁荣有赖于一个活跃且内容丰富的市场环境,而此环境中不可避免地混杂着侵权商品。电子商务平台作为虚拟交易空间的构建者、管理者与规则制定者,其对平台内信息流的控制力是任何单个权利人或外部监管机构所无法比拟的。当平台能够通过技术手段预见并阻止大规模的侵权风险时,法律便应期待其采取合理的预防措施电子商务平台在享受商业利益的同时,理应承担相应的版权保护义务,实施了多年的“通知-删除”规则已经让平台形成被动处理侵权内容的惯性,客观上造成平台漠视甚至纵容用户侵权行为的后果[10],为了更好地保护权利人利益,应该将防范系统性侵权风险的成本内化为其运营的一部分,设定法定的过滤义务,不能将版权保护的全部成本转嫁给版权人,既要保护版权人的合法权益,也要避免过度加重电子商务平台的责任,防止责任失衡影响平台的正常经营与发展。从法律责任平衡角度看,将版权过滤纳入必要措施范围,通过合理界定过滤义务的边界,遏制盗版产品的泛滥,保障公众获得质量合格、来源合法的版权产品,避免因使用盗版产品面临的法律风险与安全隐患。同时,过滤义务的实施能够激励版权人创作更多优质作品,丰富版权产品的供给,最终满足公众的文化消费需求,实现版权人、平台与用户之间的利益平衡。

2.2. 技术可行性与实践可能性

版权过滤义务的可行性,依赖于过滤技术的发展与应用成熟度。过去在技术上还不能实现对内容是否经过版权授权进行审查,因此使电子商务平台的版权过滤义务不具有可操作性[11],如今,随着人工智能、大数据、区块链等技术的快速迭代,版权过滤技术已从早期的关键词匹配、简单特征比对,发展为基于深度学习的内容识别与比对系统,其识别精度与效率得到显著提升。近年来以“内容指纹技术”(如数字水印、哈希值比对)和基于人工智能的图像、音视频识别技术为代表的 content 过滤技术已日趋成熟[6],国内外诸多网站在打击盗版的舆论压力下,已经主动采用这一类技术措施[12]。大型电子商务平台已具备部署版权过滤系统的技术能力与经济实力。以淘宝、京东为代表的头部平台,每年投入巨额资金用于技术研发,其现有的数据处理能力、算法模型与服务器资源,足以支撑版权过滤系统的运行。版权过滤技术已具备实际应用价值,电子商务平台承担过滤义务不存在不可逾越的技术障碍。当然,技术进步并不能过滤和拦截所有的侵权内容,但可以拦截和删除大多数侵权内容。此外,随着技术的普及,版权过滤技术的误判率已大幅下降,且平台可通过人工复核、用户申诉等机制进一步降低误判风险。综上,版权过滤技术已具备在电子商务平台广泛应用的条件,将其纳入必要措施范围,符合技术发展的客观规律,具有充分的技术可行性。

2.3. 对“通知 - 删除”规则的完善需求

赋予平台版权过滤义务，是法律应对技术性侵权挑战的必然进化，也是平台履行其社会治理责任的内在要求。“通知 - 删除”规则属于事后救济机制，无法从源头遏制侵权行为。电子商务平台内商品数量庞大，侵权行为具有隐蔽性、多发性的特点，版权人往往难以全面发现侵权信息。即使发现侵权并发出通知，平台采取删除措施前，侵权商品可能已完成大量交易，版权人的损失已无法挽回。其次，该规则将维权成本完全转嫁给版权人，导致维权效率低下，维权收益往往远低于维权成本，使得许多版权人尤其是中小版权人无力开展全面维权。此外，该规则容易被侵权卖家规避。部分侵权卖家在商品被删除后，会更换商品名称、修改图片信息后重新上架，平台的被动响应模式难以有效遏制此类恶意侵权行为。而版权过滤义务作为一种事前预防机制，能够有效弥补该规则的缺陷。通过技术手段对电子商务平台内商品进行主动筛查，可在侵权商品上架前予以拦截，从源头减少侵权行为的发生；同时，过滤义务将部分维权成本从版权人转移至平台，能够显著提高版权保护的效率，减轻版权人的维权负担。

2.4. 成本收益的综合分析

相较于版权人一对多地进行耗时费力的监测与通知，由平台实施一对多的集中过滤，能够以更低的边际成本实现更大范围的版权保护效果。权利人的个体维权行动具有显著的负外部性，其高昂的成本最终将由整个社会承担。而平台凭借其技术中枢的地位与规模效应，能够将这部分社会成本内部化，并进行更有效率的资源配置，从而实现社会总福利的最大化。虽然先进技术系统投入不菲，但从长远看，它能够通过减少纠纷、提升消费者信任来创造价值。当前电商领域的角逐重点已不再是简单的流量竞争，而是转向构建更具综合价值的商业生态。以某头部平台为例，其通过搭建供应链数字认证体系，在 2025 年成功将商品纠纷率降低了 43%。相比之下，部分企业在知识产权方面的法律费用同比上涨 61%，凸显出其在合规经营方面所面临的压力不断增大。另有行业调研表明，87% 的消费者更青睐能够提供完整商品追溯服务的电商平台，反映出可信透明的消费体验正成为影响用户选择的关键因素[13]。平台，尤其是大型平台，需要算清这笔长期账。

3. 解释论视域下电子商务平台版权过滤义务的法律路径建构

3.1. “必要措施”的范围界定

传统观点对“必要措施”持保守理解，将其局限于“删除、屏蔽、断开链接”这类针对已存在侵权信息的事后救济行为。然而，“必要措施”作为属于兜底性质的表述，涵盖了各种可用于权利救济的手段，“等”作为前缀更是强化了这一点。只要在“技术能够做到的范围内避免相关信息进一步传播”，各种措施都可以归入到“等必要措施”中[14]。对“必要措施”的扩张并非无界，它要求义务的承担必须与平台的具体规模、技术实力和商业模式相称，在数字网络环境下，“删除、屏蔽、断开链接”等事后措施难以有效实现版权保护的立法目的，为了有效制止重复侵权和明显侵权，防止损害后果的持续扩大，事前的技术性预防措施，例如部署版权过滤系统，理应被纳入“必要措施”的范畴。这种目的性扩张解释将“必要措施”从一个静态、被动的工具，转变为一个动态、能动的体系，其判断标准应聚焦于该措施是否能够“合理且有效”地实现预防与制止侵权的立法目的。

3.2. “知道或者应当知道”的判断标准

版权过滤义务并非独立的法定义务，而是电子商务平台在“知道或者应当知道”平台内存在版权侵权行为时，应当履行的合理注意义务的具体体现。当平台具备知道侵权行为的客观条件，且未采取过滤

等预防性措施时,可认定其未尽到合理注意义务,应当承担侵权责任,该义务的引入需要对“应当知道”的认定标准进行扩张,狭义解释坚守“红旗标准”“应当知道”的认定需要结合平台是否收到侵权通知、侵权行为是否具有明显性等因素。而支持引入过滤义务的观点则主张,在电子商务的特定语境下,“应当知道”的判断应充分考虑平台的特定认知能力。对于因多次投诉而被核实的“重复侵权者”,或者对于诸如最新上映电影、畅销电子书等“知名度极高、具有显著性的作品”,平台基于其积累的管理数据和行业常识,完全有能力且应当预见到极高的侵权风险。对于此类高度盖然性的风险,若平台采取放任态度,即可认定为构成“应当知道”。这实际上为平台设定了一项在特定情形下的、有限的注意义务,从而为其采取主动过滤措施提供了过错责任上的正当性。

4. 电子商务平台版权过滤义务认定中的考量因素

4.1. 平台的类型、规模与技术能力

不同电子商务平台因市场竞争在用户规模、业务内容、经济体量等方面均存在实质性差异,从而对网络空间的治理能力各有不同。要求所有类型的网络服务商承担过滤义务仅满足形式平等,而非同质于正义的实质平等[6]。对于阿里巴巴、京东等头部电商平台,其拥有雄厚的财力、庞大的技术团队和强大的数据处理能力,理应承担更高标准的过滤义务。大型平台应主动投入资源研发或引进版权过滤技术,与版权人合作建立版权内容数据库,实现对重点版权产品的全面筛查与实时监控,对识别出的侵权商品及时采取拦截、下架等措施。相反,对于处于初创期或中小型的垂直电商平台,则不应强求其立即达到同等标准,若强制要求其承担与大型平台同等标准的过滤义务,可能导致其运营成本过高,甚至面临生存危机。其义务可以首先集中于对权利人反复投诉的特定卖家或侵权链接进行重点监控,或采用成本相对较低的第三方服务。同时,监管部门可通过政策扶持、技术指导等方式,帮助中小平台逐步提升版权过滤能力。这种阶梯式的义务设定,符合实质公平原则。法院在裁决时,必须审视平台实际拥有的算法算力、数据存储与处理能力以及技术研发投入,以判断其部署过滤系统在技术和经济上是否具备合理期待的可能性。

4.2. 版权侵权的类型

电子商务平台内版权侵权的类型多样、严重程度差异较大,若对所有侵权行为采取相同的过滤义务标准,可能导致过度保护或保护不足的问题。因此,在认定平台版权过滤义务时,应考量侵权的类型与严重程度,实行分类认定。

从侵权类型来看,可将电子商务平台内的版权侵权分为直接侵权与间接侵权,并分别设定不同的过滤义务标准。直接侵权是指平台内经营者未经授权,擅自销售盗版版权作品(如盗版图书、影视光盘、软件安装包),其侵权行为具有明确性、可识别性特点。对于直接侵权,平台应采取严格的过滤措施,间接侵权是指平台为侵权行为提供“便利条件”,如通过算法推荐侵权商品、为侵权店铺提供支付接口、未及时删除侵权链接等,其侵权行为具有隐蔽性、辅助性特点。对于间接侵权,平台应采取针对性地过滤措施。

4.3. 过滤措施的准确性和申诉机制

版权制度绝非仅为保护而存在,其终极目标是促进文化科学与技术进步。因此,任何过滤义务的设定与履行,都应充分考量用户权益与言论自由的平衡,明确合理使用的范围,为新闻报道、教学科研等合理使用行为预留足够的生存空间,再选择合适的过滤标准并辅之以必要的人工补救措施为可能被误伤的合法内容提供快速恢复的通道,便可将错误过滤的负面影响控制在可接受的范围内[15]。当前以算法为

核心的过滤技术尚无法准确识别合理使用等复杂版权情形,存在误伤合法内容的现实风险。为此,亟需构建多层次、程序公正的申诉救济体系,在保障著作权人合法权益的同时,维护用户的基本权利。

4.3.1. 过滤措施的精准化优化路径

具体而言,在认定平台过滤义务时,应要求平台采取精准过滤措施,督促其尽到善良管理人的责任,减少主观过错导致的错误过滤^[9],为此平台应建立分级过滤标准,针对不同类型的版权作品制定差异化的识别规则,细化权利归属数据库的分类维度,纳入授权期限、使用范围、地域限制等关键信息,减少因信息不全导致的误判,尤其对涉及合理使用的模糊地带内容,应保持审慎认定态度,避免误判与扩大化过滤。同时,平台需定期对过滤系统的准确率进行评估,公开误判率数据,接受监管部门与社会公众的监督,并根据评估结果持续迭代算法模型。

4.3.2. 申诉机制的多层次制度构建

平台应当建立用户申诉机制,由于过滤行为本质上属于以算法为基础的自动化决策,如果没有人工审核的及时介入,那么算法本身将成为事实上的决策者并拥有“算法权力”^[16]。为了降低自动化决策给用户利益带来的不确定性风险,有必要引用人工审核的方式,若用户认为平台的过滤措施损害了其合法权益,可向平台提出申诉,并由平台在合理期限内进行人工复核并作出决定。

在申诉机制的设计上,鉴于平台既是过滤措施的实施者,又是申诉的裁决者,存在天然的利益冲突,应引入独立于平台、权利人与用户的第三方机构负责申诉的最终裁决。该机构可以由版权领域专家、法律实务工作者、技术专业人士组成,确保裁决的专业性与中立性。同时应当明确平台的举证责任,用户主张过滤措施存在错误的,仅需提供初步证据证明其内容的合法性;平台主张其过滤行为合法合规的,需承担举证责任,证明其过滤系统的技术合理性、识别过程的规范性,以及已尽到审慎审核义务,若平台无法提供充分证据证明其过滤行为无过错,则应认定为错误过滤,承担相应责任。平台应区分申诉情形的紧急程度,设立差异化处理时限。一般申诉应在 48 小时内予以响应并完成复核;对于涉及热销商品、时效性内容等可能造成重大损失的申诉,应启动快速通道,在 24 小时内完成处理。若经复核确认平台错误删除或限制了用户的合法内容,平台应承担相应的赔偿责任,包括用户因内容下架导致的直接经济损失、商誉损害等,并在系统内恢复内容、清除不良记录。若平台存在故意或重大过失,还应承担惩罚性赔偿责任,平台可在服务协议中明确具体赔偿标准与执行程序。

4.4. 行业惯例与自律机制

电子商务行业的惯例与自律机制是行业内长期形成的行为准则,反映了行业的实际需求与发展水平,对认定平台版权过滤义务具有重要参考价值。因此,在认定平台版权过滤义务时,应充分考量行业惯例与自律机制,实现法律义务与行业自律的有机结合。从行业惯例来看,电子商务行业已形成一系列关于版权保护的“通行做法”,这些做法可以作为认定平台过滤义务的重要依据。例如,对于图书类商品,行业惯例要求平台对“ISBN 编号”进行验证,确保商品为正版。从自律机制来看,电子商务平台自身建立的版权保护自律机制,是其履行过滤义务的重要体现,在认定义务时应予以考量。目前,我国主要电子商务平台均建立了较为完善的版权保护自律机制,自律机制是平台主动承担版权过滤义务的体现,在认定平台义务时,应根据其自律机制的完善程度,适当调整义务标准。

5. 结语

综上所述,在数字经济和电子商务深度融合的今天,固守于传统的“通知-删除”规则已不足以应对严峻的版权保护挑战。基于电子商务平台在风险控制、技术能力和利益获取上的优势地位,要求其承

担合理的版权过滤义务,是法律回应技术变革、重塑利益平衡的必然要求。此举并非对“避风港”原则的彻底否定,而是对其在特定语境下的必要补充与升级。通过将过滤义务审慎地解释为平台在特定情形下应采取的“必要措施”,并在认定过程中严格考量平台的类型、能力与技术的精准性,我们能够在激励创新与保护权益之间找到新的平衡点。最终,这有助于推动平台从消极的中立通道向积极的责任共担者转变,共同营造一个清朗、健康、可持续的网络版权交易环境。

参考文献

- [1] 张松. “红旗规则”视域下网络服务提供者版权保护法定注意义务认定研究[J]. 中国出版, 2022(21): 44-46.
- [2] 杨显滨. 搜索引擎服务提供者的注意义务[J]. 法商研究, 2022, 39(3): 30-41.
- [3] 李安. 智能时代版权“避风港”规则的危机与变革[J]. 华中科技大学学报(社会科学版), 2021, 35(3): 107-118.
- [4] 邓社民, 管涛. 数智时代版权过滤义务: 内在机理、现实问题及其纾解路径[J]. 电子知识产权, 2025(8): 51-63.
- [5] 张洋. 算法推荐下版权过滤义务的构建[J]. 现代法学, 2023, 45(4): 75-89.
- [6] 刘宇晖. 网络服务提供者内容审查义务的相关法律问题研究[J]. 山东社会科学, 2023(5): 100-106.
- [7] 张靖辰. 论网络服务商版权内容过滤义务: 羁绊与出路[J]. 科技与法律(中英文), 2024(1): 81-90.
- [8] 张晔. 论知识产权协同保护格局的完善——以电子商务平台为中心[J]. 内蒙古社会科学, 2022, 43(4): 98-105.
- [9] 美国发布“恶名市场名单” 淘宝、拼多多、百度网盘和敦煌网上榜[EB/OL]. https://www.toutiao.com/article/7459316726375711266/?upstream_biz=doubao&source=m_redirect&wid=1764035313592, 2025-01-13.
- [10] 王骁. 网络服务提供者的版权内容过滤义务及其适用规则[J]. 中国政法大学学报, 2025(3): 176-190.
- [11] 丁晓东. 论算法的法律规制[J]. 中国社会科学, 2020(12): 142.
- [12] 崔国斌. 论网络服务商版权内容过滤义务[J]. 中国法学, 2017(2): 215-237.
- [13] <https://m.chinabgao.com/info/1286695.html>
- [14] 孙山. 版权内容过滤措施入法中的思路转换[J]. 中国版权, 2025(4): 42-58.
- [15] 崔国斌. 网络版权内容过滤措施的言论保护审查[J]. 中外法学, 2021, 33(2): 305-326.
- [16] 周辉. 算法权力及其规制[J]. 法制与社会发展, 2019, 25(6): 113-126.