

# 跨境电商视域下商标平行进口的侵权防范研究

李军霞

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年3月11日; 录用日期: 2026年3月24日; 发布日期: 2026年5月26日

## 摘要

随着跨境电商的迅猛发展, 商标平行进口在国际贸易中已成为常态。但是, 平行进口在打破价格垄断和促进市场竞争的同时, 也带来了严重的商标侵权风险和法律适用争议。在构建“双循环”的新发展格局背景下, 我国司法和行政监管部门面临着一个重要挑战, 即怎样在保障商标权所有者合法权益的同时, 推动贸易自由化进程。本文通过分析平行进口的理论依据, 梳理跨境电商环境中平行进口的侵权表现形式, 剖析我国现行法律体系的局限性, 在此基础上, 参考国际上的成熟做法, 针对性地提出四个方面的侵权防范建议, 包括完善相关立法、统一司法裁判标准、加强平台监管力度以及提升企业自我保护能力。

## 关键词

跨境电商, 商标平行进口, 权利用尽, 地域性原则, 侵权防范

# Research on Infringement Prevention of Trademark Parallel Imports from the Perspective of Cross-Border E-Commerce

Junxia Li

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: March 11, 2026; accepted: March 24, 2026; published: May 26, 2026

## Abstract

With the rapid development of cross-border e-commerce, parallel import of trademarks has become the norm in international trade. However, while parallel imports break price monopolies and promote market competition, they also bring serious risks of trademark infringement and disputes over the application of laws. Under the background of building a new development pattern of “dual circulation”, China’s judicial and administrative regulatory departments are confronted with a great

challenge, that is, how to promote the process of trade liberalization while safeguarding the legitimate rights and interests of trademark owners. This article analyzes the theoretical basis of parallel imports, sorts out the infringement manifestations of parallel imports in the cross-border e-commerce environment, and dissects the limitations of the current legal system in China. On this basis, referring to mature practices internationally, it puts forward four targeted suggestions for infringement prevention. This includes improving relevant legislation, unifying judicial judgment standards, strengthening platform supervision, and enhancing enterprises' self-protection capabilities.

## Keywords

Cross-Border E-Commerce, Parallel Import of Trademarks, Principle of Exhaustion of Rights, Regionalism, Infringement Prevention

Copyright © 2026 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

国际贸易自由化冲击了以客观物理界限划分的传统法律区域，国际社会也不断努力协调各国法律和司法管辖规则。在经济全球化和“互联网+”的背景下，这种冲击在跨境电商领域尤为显著，既给商标平行进口带来新挑战，也对跨境电子商务平台规则体系提出新要求。过去，国际贸易中虽然有线下平行进口问题，但多在特定范围内销售，规模有限。近十多年来，跨境电商蓬勃发展，互联网打破国家壁垒，消费者可轻松购买平行进口商品，相比以往只能从国内商标权利人处购买，现如今有了更多产品购买渠道可供消费者选择。

然而，在跨境电商蓬勃发展的背后，商标产品平行进口却因各国商标法律制度而有显著差别，陷入了复杂的法律困境。不同国家对于商标权的保护范围、期限以及使用规则等方面存在差异，这就导致平行进口常常不可避免地引发“商标权国际穷竭原则”与“地域性原则”这两大法律概念之间的激烈冲突。这种冲突不仅关乎商标权人的切身利益，也影响着国际贸易的自由流通和公平竞争。在此背景下，如何在充分保护商标权人合法权益的同时，又能够合理促进贸易自由化，实现两者之间的动态平衡，已然成为摆在我国司法和行政监管面前的一项重大且紧迫的课题，亟待深入研究和妥善解决。

## 2. 商标平行进口的概念特征与法律冲突

### 2.1. 商标平行进口的概念与特征

平行进口，也叫“灰色市场进口”或者“平行输入”，英译为 Parallel Import。它指的是这样一种情况：当某个商标已经在一国获得法律保护时，没有获得授权的国内经销商，通过合法销售途径，从另一国的商标权人、获得授权的供应商经销商那里进口同品牌的商品，并在其国内进行销售。这种行为是否合法，要依据一国的法律政策和贸易政策来判断，不同国家或地区对此的合法性认定可能存在差异。

由上述含义，可以梳理出平行进口具有如下几个特征：1) 平行进口所涉及的商品，其商标在进口国和出口国都已完成注册；2) 平行进口的商品在出口国并未构成商标侵权，它们是由商标权人或得到其授权的经销商制造并销售的；3) 商标权人或其授权经销商并未对平行进口商进口这些商品的行为给予授权或同意，即平行进口的行为是没有获得进口国商标权人允许的行为；4) 平行进口的商品都是真品，它们

的制造和销售过程都符合法律法规，并非假冒伪劣产品。5) 平行进口产品在进入一国时，并不涉及任何违法操作，而是依照正常的海关报关流程进入进口国境内，这也是平行进口与走私行为的主要区别所在。6) 商标平行进口的产品，在进口国也同样享有商标保护。只有当商标在进口国同样受到法律庇护时，才会引发关于平行进口是否会损害商标权人利益的讨论，这也是探讨商标平行进口合法性的重要前提。7) 平行进口并非商品初次投放市场的销售行为，而是在商品已经初次投放市场后，再次进行的销售活动[1]。

## 2.2. 商标权利利用尽原则和地域性原则

在国际贸易自由化进程中，知识产权问题备受关注。因知识产权具有地域性，常与贸易自由化趋势产生矛盾。在商标权方面，经过长期磨合，针对商标平行进口问题形成了两种解决方式：国内穷竭原则(又称国内用尽原则)和国际穷竭原则(又称国际用尽原则)。国内穷竭原则赋予商标权利人禁止第三人未经许可将商标商品投入他国市场的权利；国际穷竭原则则认为商标权人在他国和国内市场的销售效果相同，允许第三人进口其商标产品到其他国家销售。

商标权的权利利用尽原则，简单来说，就是当商标权人、得到授权的制造商或者经销商把带有某商标的商品推向市场后，他们就失去了继续管控这批商品的权利。这意味着他们已经把该享有的权利都“用光”了，不能再阻止其他人对这些商品进行二次销售。所以，商标权人在销售环节只有一次行使权利的机会。对于自己许可销售的商品，商标权人无权干涉他人后续的转售行为。即便商标权人在出售商品时和对方签订了合同，明确规定了商品可以售卖的指定区域或者指定买家，要是对方违反了约定，商标权人也只能以对方违约来起诉，而不能起诉从对方那里购买商品的买家，或者再往后几轮的买家侵犯了自己的商标权。随着权利利用尽原则的发展，它逐渐分化成了两个方向：权利国内用尽原则和权利国际用尽原则。权利国内用尽原则主张，“不再受贸易限制”这一规则只适用于在商标权授予国国内投放市场的产品。而权利国际用尽原则则认为，在如今全球竞争的大环境下，商标权不能孤立地看待，而要综合考量商标权人在全球范围内获得的所有利益，以及整个社会成员的利益。从保护消费者利益的角度出发，如果过分强调商标权人或者得到授权的经销商等权利人的利益，从而给自由贸易设置障碍，这是非常不恰当的[2]。

商标地域性原则指的是，商标权利人在某个国家或地区完成商标注册后，所获得的权利仅在该注册地有效，这种权利的排他性不能扩展到其他国家和地区。这是因为，商标权利是注册国家赋予的，所以当其他国家的商标权发生变更或终止时，并不会影响到权利人在商标注册国的原有权益。这一原则在《保护工业产权巴黎公约》第6条[3]中有所体现，并进而影响了各国国内法对于商标权的态度，它确立了这样一个理论基础：商标权在一个国家内用尽，并不意味着在其他国家也同样用尽。基于商标权的地域性，我们进一步推导出了商标权国内穷竭的原则。这一原则将权利人的权利穷竭范围明确限定在本国市场内。也就是说，一旦商标商品在本国市场上首次销售后，商标权人在该国的商标权就视为用尽。然而，这并不影响商标权在其他国家市场上的效力，其他国家市场上的商标商品销售仍会受到相应限制。因此，那些支持商标权国内穷竭原则的学者，往往会反对商标平行进口。因为他们认为，国内的权利人并未丧失对未经其许可的平行进口商品流通的控制权，所以他们有权禁止这些“灰色商品”的进口[4]。

## 3. 跨境电商环境下商标平行进口的侵权表现

### 3.1. 跨境电商的概念及特点

跨境电商，即跨境电子商务，是科技进步催生的一种全新商业模式。全球交易主体能借助跨境电商平台达成交易，以电子支付结算，再经跨境物流将商品送达买家，堪称当代商业新形态。国内学者对其定义大致为：不同法域的交易主体，在购货、付款结算环节都依托电子商务平台完成，成交后卖家通过跨境物流把商品寄给消费者，属于新型国际贸易活动。

与传统国际贸易相比，跨境电商有三大显著特征：

一是无界性。它以平台为依托，突破了传统贸易中地域和时间的限制，在全球通用。

二是贸易便利化。跨境电商让买卖双方直接交易，降低了交易成本，提高了交易效率。对经营者而言，拓展了进入国际市场的途径，优化了多边资源配置，实现企业互利共赢；对消费者来说，能接触到更多商品，价格选择也更丰富。

三是高频率。跨境电商的交易频率远高于传统国际贸易[5]。

由上可知，跨境电商使得侵权成本更低、虚拟化程度更高。B2C (Business-to-Consumer)模式的兴起使得散户进口商激增，监管难度加大。平行进口商品通过跨境电商平台迅速渗透市场，对国内商标权人构成严重威胁。

## 3.2. 主要侵权表现

### 3.2.1. 商品来源合法性不明

在跨境电商平台上，不少平行进口商品并未直接取得商标权人的授权许可，而是通过代工厂、连锁超市、折扣店或者专业买手等多元渠道进行采购。由于这些商品来源渠道复杂多样，给商品溯源工作带来了极大的困难。对于消费者而言，仅依靠平台所提供的有限商品信息，很难准确判断商品是否真正源自商标权人。更为严峻的是，部分不法商家瞅准了这一监管漏洞，将假冒伪劣商品乔装打扮成平行进口商品进行售卖。以 2015 年淘宝天猫电商平台为例，该平台销售的“Betta”奶瓶、吸奶器等母婴产品，实际上是国内厂家注册了同名商标后，委托加工生产，再运往日本，最后又返销回国内的仿冒产品。而且，这些不法商家还伪造了全套的进口证明材料，让消费者根本难以分辨其真假<sup>1</sup>。

### 3.2.2. 实质性差异侵权

由于不同国家在市场需求、法律框架以及消费习惯上存在显著差异，同一品牌下的商品可能会在成分构成、规格设定、包装设计以及售后服务等多个层面展现出不同。当平行进口的商品与国内获得授权销售的商品在关键特性上存在“明显不同”时，就很容易触发关于侵权的争议。这些“明显不同”的典型表现有：产品质量标准的不一致(比如，某些轮胎未获得国内的 3C 认证)、产品包装的变动(如将大包装拆分为小包装销售)、商品标识的非法修改(如擦除产品特有的识别码)、未经许可擅自添加中文标签等。这些差异不仅可能误导消费者对商品质量的判断，还可能对商标所有者的声誉造成损害，进而构成商标侵权。

### 3.2.3. 临时过境合法性风险

伴随跨境电商行业的蓬勃兴起，平行进口商品选择保税仓储模式的情况日益增多。这些商品存放在保税区内，还未真正进入国内市场流通，处于一种类似“临时中转”的状态。倘若这些商品最终要转口到其他国家，那它们的合法性该怎么判定呢？目前，我国现有的法律在这方面并没有给出清晰明确的规定。虽然《与贸易有关的知识产权协定》(TRIP 协议)允许成员国针对临时过境的商品采取边境管控措施，但其中“充分认定可能进入本国市场”这一判定标准却十分模糊，这无疑给海关执法工作增添了不少难度[6]。

## 4. 我国商标平行进口的法律规制困境

### 4.1. 立法空白与法律适用难题

当前，我国现行的《商标法》及其配套实施条例，并未就平行进口问题给出清晰、具体的规定。在

<sup>1</sup>北京市高级人民法院(2019)京行终 3386 号等 17 份行政判决书。

《商标法》第五十七条<sup>[7]</sup>中，所列举的各类商标侵权行为，其核心判断标准都是“未经商标注册人许可而使用”。然而，平行进口的商品所使用的，是商标权人自己合法注册的商标，这与假冒伪劣产品有着本质的不同，因此难以直接依据该条款来判定平行进口行为构成侵权。虽然《反不正当竞争法》中有一些原则性的规定，但表述过于笼统，在司法实践中很难直接应用。另外，《知识产权海关保护条例》也并未对“侵犯知识产权货物”的具体范围作出明确界定。

立法空白导致法院在审理平行进口案件时缺乏直接依据，只能依据商标法基本原则进行裁量，法官自由裁量空间较大。

#### 4.2. 司法裁判标准不一

我国《商标法》以及相关行政法规和司法解释对于平行进口行为是否侵害注册商标专用权人的权利，没有明确的规定。最具代表性的是1999年我国第一起商标平行进口案件——“LUX 力士牌香皂商标案”<sup>2</sup>与2000年“AN'GE 牌服装案”<sup>3</sup>。两案基本事实相似，均为平行进口商未经授权进口销售正品商品，“LUX 力士”案法院以地域性原则为由认定侵权成立，而“AN'GE”案法院则以商品来源合法、并没有导致混淆为由认定不构成侵权。这种“同案不同判”现象严重损害了司法公信力。

近年来，法院逐步探索出一些裁判规则。2020年天津市高级人民法院发布《关于涉平行进口商标侵权纠纷案件的审判指引(试行)》<sup>[8]</sup>，明确以“实质性差异”作为侵权判断标准，具有一定示范意义，但该指引仅适用于天津地区，全国性规则仍未形成。

#### 4.3. 跨境电商平台责任界定不清

在我国现行的《电子商务法》确立了“避风港”这一重要原则<sup>[9]</sup>。依据该原则，当电子商务平台收到关于侵权行为的通知后，只要及时采取诸如删除相关内容、屏蔽侵权信息、断开侵权链接等合理且有效的措施，那么平台通常无需为侵权行为承担相应的法律责任。然而，在平行进口案件里，所涉及的商品本身属于正品，并非假冒伪劣产品。这就导致电子商务平台在面对此类商品时，很难凭借自身的常规手段和有限信息，准确判断该商品是否构成侵权行为。若电子商务平台在接到侵权通知后，不经甄别就简单地将相关商品下架处理，这极有可能对平行进口商的合法权益造成损害。毕竟平行进口商也是通过合法途径进口正品商品进行销售，简单下架会使其遭受不必要的经济损失。但另一方面，如果平台在接到侵权通知后，不采取任何下架措施，任由可能存在侵权风险的商品继续在平台上销售，那么平台又有可能被认定为存在帮助侵权的行为，进而需要承担相应的法律责任。

由此可见，在商标平行进口案件中，跨境电商平台的注意义务边界和责任承担方式都有待进一步明确。

#### 4.4. 消费者权益保护机制不足

伴随跨境电商的发展，平行进口商品交易量上升，为消费者在价格、选择等方面带来更优体验。这让消费者能在短时间内浏览多家店铺的多样商品，轻松“货比三家”。相较于国内授权经销商的商品，平行进口商品价格优势明显，为进口国消费者提供了更多低价选择。虽然更具竞争性的市场通常对消费者更有利，但传统市场交易中让消费者处于劣势的信息不对称等问题，并未因跨境电商的出现而消除。例如，在线交易时消费者难以接触实物，只能通过商家提供的网站描述、图片等了解商品，无法全面掌握质量、规格等信息。且跨境电商交易多以虚拟身份进行，若经营者未告知商品渠道和来源，会导致售后保障困难，如退货、维修难等。网络环境仅仅改变了消费者的购物方式和场景，并未改变其法律地位。

<sup>2</sup>广州市中级人民法院(1999)穗中法知初字第0082号民事判决书。

<sup>3</sup>2000年北京市二中院 AN'GE 案。

因此,在跨境电商平行进口交易中,保护消费者合法权益仍是不可或缺的环节。但是现行《消费者权益保护法》对平行进口商品的特殊性问题缺乏针对性规定。

## 5. 国际视野：发达国家平行进口的法律借鉴

各国对商标平行进口的法律规定都不尽相同,由于各国之间的发展情况、政策目标、制度以及利益倾向等方面有所不同,所以目前关于商标平行进口,国际上仍然没有统一的规定。

美国对平行进口采取“原则上禁止、例外允许”的态度。《关税法》第 526 条原则上禁止未经国内商标权人书面同意的平行进口,美国的海关与边境保护局(CBP)在 2012 年版的《知识产权实施》指南中进一步解释说明灰色市场的商品属于真品的性质:1)“同一所有人例外”:即平行进口商品的商标与美国国内被授权使用的商标被同一人或同一企业所有时;2)“共同控制例外”:即当平行进口商品的商标权利人与美国的商标权利人之间系母子公司关系或从属于共同的所有权或控制时;3)“授权例外”:即当平行进口商品的商标是经美国商标权人的授权而使用时。在以上三种情况下,美国海关将允许商标平行进口的发生。更重要的是,美国通过判例确立了“实质性差异原则”:如果平行进口商品与国内授权商品存在实质性差异,则禁止进口;如果商品上贴附标签,显著说明差异所在,则可以进口(标签例外规则)。该规则平衡了商标权人利益与消费者知情权,具有重要借鉴意义。

欧盟则是采取“区域用尽原则”:在欧盟区域内,商标权人首次销售后权利利用尽,平行进口合法;但来自欧盟区域外的平行进口,需经商标权人明确同意。欧盟《欧共同体商标条例》(简称《商标条例》)第 15 条和《协调成员国商标立法 1988 年 12 月 21 日欧洲共同体理事会第一号指令》(简称《一号指令》)第 7 条对此作出明确规定。欧盟还强调,平行进口商品不得重新包装、重新标识或虚假宣传,否则商标权人有权禁止。此外,对于欧盟《商标条例》第七条明确禁止的商标产品,若经权利人许可售出后,产品状态出现改变或受到损坏,建议中国也禁止此类商品继续在市场上流通。否则,受损的将不只是消费者的权益,商标权利人的商誉也可能受到波及。

日本 1970 年“Parker 钢笔商标案”后,从禁止平行进口转向有条件允许。日本确立了“合法性三要件”:第一,平行进口商品必须合法购买;第二,国内外商标权人存在直接或间接联系;第三,进口商品与国内商品质量一致。同时,日本规定存在“实质性违法”情形时禁止进口,如商品质量差异导致消费者混淆、平行进口商“搭便车”利用商标权人商誉等<sup>[10]</sup>。

从国际经验看,绝大多数国家对平行进口采取“有条件允许”的立场,而非简单禁止或完全放开。共同经验包括:第一,确立权利穷竭原则的基本立场;第二,以“实质性差异”作为侵权判断的核心标准;第三,设置标签例外等限制条件。这些经验为我国制度构建提供了有益参考。

## 6. 跨境电商商标平行进口侵权防范对策

### 6.1. 立法上完善规制体系

一方面,在《商标法》中明确平行进口的合法性边界。若采取严格国内用尽原则(禁止平行进口),短期内虽能强化商标权人市场垄断力、激励其品牌建设与创新,但长期会加剧市场分割。商标权人可借价格歧视在各国获取超额利润,使国内消费者支付更高溢价,消费者剩余被大幅削减。同时,市场准入壁垒提高会削弱跨境电商竞争力,压缩中小经营者套利空间,社会福利有提升空间;若采取绝对国际用尽原则(完全放开平行进口),短期虽能通过价格竞争扩大消费者剩余、降低国内物价,但从动态效率看,可能削弱商标权人创新动力。平行进口商若“搭便车”利用商标权人特定市场的商誉与售后网络,品牌方在研发、品控及本地化服务上的投入将难以获取合理回报,长期会抑制高质量商品供给,损害消费者福利。所以本文建议采纳“附条件的国际用尽原则”,原则上允许平行进口,同时设置例外情形:一是实质

性差异例外，平行进口商品与国内授权商品存在足以影响消费者购买决定的实质性差异的，构成侵权；二是独立商誉例外，平行进口商利用国内商标权人独立建立的商誉搭便车，无偿利用他人已建立的商标信誉之嫌的，构成不正当竞争。该方案通过“实质性差异例外”与“独立商誉例外”两项制度安排，精准区分了合法的套利行为与非法的商誉侵占。既允许无差异商品平行进口，维持竞争压力，促使国内商标权人优化定价与服务，提升消费者剩余；又能打击有质量差异或来源混淆的进口行为，保护商标权人本土化创新投入，避免劣币驱逐良币。该模式使商标法保护核心回归“实质来源保障”，符合法经济学产权界定应最小化交易成本的基本原理。

在“双循环”战略背景下，“附条件的国际用尽原则”与中国国家利益高度契合。国内大循环层面，附条件的平行进口政策能激发国内市场竞争，引入国际价格参照抑制垄断溢价，符合“扩大内需”“消费升级”目标；同时有助于保护国内商标权人商誉，推动本土品牌差异化竞争，助力产业链升级。国内国际双循环相互促进层面，该方案为中国企业“走出去”提供法理保障：适度放开平行进口可降低国内生产成本、增强出口竞争力，设置例外条款则为中国品牌海外维权留有余地。此方案平衡了保护与开放，实现制度供给与国家战略需求的最佳匹配，兼具经济与法律理性。

另一方面，在《电子商务法》中增设商标平行进口特别条款。明确跨境电商经营者的信息披露义务，要求其在商品页面显著位置标注“平行进口商品”及来源地信息；明确平台经营者的合理注意义务，规定平台在接到侵权通知后，应通知平行进口商提供合法来源证明，平行进口商在规定期限内未能证明的，平台可采取必要措施。

## 6.2. 司法统一侵权判定标准

第一，要设定好判断“实质性差异”的具体准则。判定是否存在实质性差异，关键得看是否对商标的基本功能产生影响，同时还得综合考量其他方面，比如产品成分、规格、质量是否满足进口国的标准；产品包装有没有被改动；商标标识有没有被篡改；售后服务方面有没有差别等。若平行进口的商品是原样销售，那通常就不认为存在实质性差异。

第二，得明确判断“混淆可能性”的规则。在判断平行进口是否构成侵权时，核心在于是否会让消费者产生混淆。这需要综合多个方面考虑，比如商品信息有没有充分披露、商标的使用方式有没有超出必要的限度、平行进口商有没有明确表明自己和商标权人之间不存在授权关系等。如果平行进口商在商品页面比较显著的地方标注了“平行进口商品”，那就认为不存在混淆的可能性。

第三，要划分“商标合理使用”的界限。平行进口商为说明商品的来源而使用商标，这属于合理使用的范畴，不构成侵权。但如果使用方式超出必要限度，比如把商标用在店铺招牌、广告宣传中，让消费者误以为存在授权关系，那就认为构成侵权。判断是否超出必要限度，要以一般消费者的认知为标准，综合考虑使用方式、使用范围、使用目的等因素。

## 6.3. 平台构建动态监管机制

首先，构建平行进口商品信息透明化公示平台。跨境电商平台需搭建专门的信息公示体系，强制要求平行进口商上传商品来源凭证、采购合同、报关单等关键文件，并在商品详情页明确标注商品来源地、采购途径以及与国内授权版本的具体差异。同时，平台应建立定期审核机制，确保所公示信息的真实性与完整性。

其次，优化“通知-删除”规则的应用流程。鉴于平行进口案件的独特性，当平台收到侵权投诉时，应首先通知平行进口商提交合法来源证明。若平行进口商能在规定时间内提供有效证明，平台应恢复其商品链接；若未能提供，则平台有权采取下架措施。若权利人主张平行进口商品存在实质性差异，需另

行提供确凿证据，此时平台可将争议转交至司法或行政机关处理。

最后，运用大数据技术进行侵权风险监控。平台可借助人工智能技术，对异常低价或销量骤增的平行进口商品进行实时监测，提前预警潜在的侵权风险。对于多次被投诉侵权的平行进口商，平台可采取提高保证金标准或限制其经营权限等措施，以维护市场秩序。

#### 6.4. 企业提升自我保护能力

其一，强化商标海外布局规划。跨境电商企业需提前在目标市场完成商标注册，以此规避恶意抢注风险。对于已在海外销售的商品，要迅速评估其商标保护情况，若有必要，可委托专业机构开展商标检索与注册工作。

其二，完善合同约束条款。国内商标权人与国外制造商、经销商签订合同时，应清晰明确地约定禁止跨区域销售，并详细规定违约责任。平行进口商在采购商品时，务必要求供应商提供商标权人的授权证明，以此确保商品来源合法合规。

其三，推行差异化市场策略。商标权人可针对不同市场，通过调整产品包装、配方、规格等手段，主动营造“实质性差异”，为后续维权工作筑牢基础。平行进口商则要注意保持商品原样销售，避免进行改装、分装等可能引发侵权争议的操作。

其四，组建专业法务力量。跨境电商企业应配备专职法务人员，或委托专业律师负责知识产权合规管理事务。对于海外诉讼风险较高的企业，要聘请熟悉当地法律的律师团队，提前制定应对诉讼的预案[11]。

### 7. 结语

商标平行进口涉及国际知识产权保护与自由贸易的平衡，关乎商标权人和消费者的利益，由此衍生出国内、区域和国际权利用尽三种原则主张。然而，国际商标条约对此持回避态度，认为应由各国根据自身情况决定。目前，不同国家和地区对商标平行进口的态度和规定各异，这导致平行进口商品在流通中面临诸多难题。随着跨境电商的快速发展，我国相关纠纷日益增多，亟待解决。一方面，我国尚未对商标平行进口进行法律规制，司法实践缺乏有力依据，自由裁量范围扩大不利于法治建设。另一方面，商标平行进口侵权严重，损害商标权人和消费者利益，而平行进口商和跨境电商平台的责任不明晰，阻碍了跨境电商和国际自由贸易的发展。

鉴于此，对比研究国外主要国家对商标平行进口的策略，借鉴其制度经验，对我国解决跨境电商商标平行进口问题、完善相关制度具有重要意义。具体而言，一是坚持国际权利用尽原则，明确跨境电商商标平行进口的合法性，这既符合我国经济发展需求，也顺应国际趋势。二是明确我国商标商品平行进口的具体规则，包括实质性差异、商标合理使用、混淆可能性的认定及侵权标准。三是完善相关法律条款，在《商标法》中增设商标平行进口的但书条款，明确实质性差异例外、混淆可能性认定及禁止虚假宣传“搭便车”；在《电子商务法》中增设特别条款，明确平台经营者的义务和法律责任。最后，加强平台的动态监测和企业的自身保护能力。

### 参考文献

- [1] 王婷婷. 跨境电商背景下平行进口的商标权保护研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江大学光华法学院, 2018.
- [2] 马乐. 权利穷竭原则规制平行进口的理论反思与现实选择[J]. 学习与实践, 2014(12): 63-69.
- [3] 中华人民共和国商务部. 条约法律司: 保护工业产权巴黎公约[EB/OL]. [https://tfs.mofcom.gov.cn/fgsjk/gjjmgyvyl/gjjsmyfzscq/art/1967/art\\_cca978d1cca04ce59834a7711df96fc9.html](https://tfs.mofcom.gov.cn/fgsjk/gjjmgyvyl/gjjsmyfzscq/art/1967/art_cca978d1cca04ce59834a7711df96fc9.html), 1967-07-14.

- [4] 李晓琴. 跨境电商商标平行进口问题研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江工商大学法学院, 2023.
- [5] 张怡. 跨境电商环境下商标平行进口法律问题研究[D]: [硕士学位论文]. 沈阳: 辽宁大学, 2020.
- [6] 中华人民共和国商务部. 知识产权: 与贸易有关的知识产权协定[EB/OL].  
<https://ipr.mofcom.gov.cn/zhuanti/law/conventions/wto/trips.html>, 2017-01-23.
- [7] 中国人大网. 中华人民共和国商标法[EB/OL].  
[http://www.npc.gov.cn/zgrdw/huiyi/lfzt/sbfxczazt/2013-09/02/content\\_1805326.htm](http://www.npc.gov.cn/zgrdw/huiyi/lfzt/sbfxczazt/2013-09/02/content_1805326.htm), 2013-09-02.
- [8] 天津法院网. 天津市高级人民法院关于涉平行进口商标侵权纠纷案件的审判指引(试行) [EB/OL].  
<https://tjfy.tjcourt.gov.cn/article/detail/2020/10/id/5539490.shtml>, 2020-10-21.
- [9] 中国人大网. 中华人民共和国电子商务法[EB/OL].  
[http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/lfzt/rlyw/2018-08/31/content\\_2060834.htm](http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/lfzt/rlyw/2018-08/31/content_2060834.htm), 2018-08-31.
- [10] 张乃根, 国际贸易相关知识产权法[M]. 上海: 上海人民出版社, 2016: 225-226.
- [11] 周园, 刘红川. 基于跨境贸易的商标平行进口侵权防范策略研究[J]. 对外经贸实务, 2022(8): 60-65.