

电商平台知识产权保护问题研究

凌立洋

(盐城市知识产权保护中心, 江苏 盐城 224005)

摘要:近年来,电子商务平台发展迅速,在为消费者带来便捷的同时,也给网络市场的治理带来了巨大挑战,特别是在知识产权保护方面。基于此,本文首先从讨论电商平台知识产权保护问题出发,继而分析电商平台知识产权的纠纷现状,并详细阐述了电商平台知识产权侵权的各种类型,最后提出电商平台知识产权保护的有效对策,以期能够为电商平台知识产权保护问题的研究提供一些参考和帮助。

关键词: 电商平台; 知识产权; 研究

中图分类号: D923

文献标识码: A

DOI: 10.12230/j.issn.2095-6657.2022.27.040

随着移动互联网的深入普及,电子商务已经渗透到国民经济的各个领域,“网购”成为我国消费者的主要购物方式之一。2020年,我国网上零售交易额达11.76万亿元,占社会消费品零售总额的比重为30%。电子商务平台经济已成为经济发展的新动能,其在优化资源配置、推动产业升级、拓展消费市场和增加就业机会等方面起着重要作用。但是在非面对面的电商平台交易当中,侵犯他人知识产权的商品屡见不鲜,使消费者的权益受到严重损害,扰乱了市场秩序。中国消费者协会的社会调查资料显示,产品质量不合格和假冒伪劣是电商领域内最突出的两大知识产权纠纷问题。其中,70.6%的受访者表示在电商平台上购买过假货,但仅有12.1%的消费者成功获赔;多数受访者因鉴定困难、商家不承认有假货而难以合理维权。知识产权侵权问题频发,已成为电子商务及平台经济健康发展中不可忽视的阻碍因素。

1 电商平台知识产权保护问题的提出背景

1.1 我国法治实践的需要

我国政府为了净化电子商务市场环境,加大对电商平台侵犯知识产权,以及制售假冒伪劣产品的打击力度,于2011年4月21日发出《关于进一步推进电子商务领域打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品行动的通知》。随着网络信息技术的不断发展,电子商务平台的发展也逐渐趋于规模化和多样化,并且创下了惊人的商务交易额。2021年,我国电子商务交易额高达42.3万亿元,同比增长19.6%;同时,电子商务的从业人员高达6727.8万人,同比增长11.8%。

1.2 关于保护电子商务知识产权的实践

(1) 美国

众所周知,美国是电子商务的起源地,其电子商务的应用和发展遥遥领先于世界,大约能够占全球一半的交易额。美国电子商务的快速发展与其领先的信息科学技术、良好的网络技

术、健全的法律体系、成熟的电子支付方式和社会信用体制等因素息息相关。美国政府于1999年颁布《统一电子交易法》,紧接着在2000年颁布《国际与国内商务电子签章法》。时至今日,在将近30年的时间里,美国的知识产权保护战略一直在不断地延伸。一方面,在美国国内,为了国家的利益和企业的竞争,美国政府在不断地对专利法、商标法、版权法等知识产权立法进行修改和完善,目的在于加强对知识产权的保护力度。并在近年来,将生物技术、信息技术、网络影响模式理念、功能基因等方面都纳入知识产权的保护中,知识产权优势十分明显。另一方面,在国际贸易中,美国不仅利用综合贸易法案的“特殊301条款”打压竞争对手,而且积极推动有利于美国的国际贸易规则WTO知识产权协议(TRIPS)的达成。由此可见,美国政府十分重视对知识产权的利用和竞争。

(2) 韩国

韩国政府也是较早对电子商务知识产权进行立法的国家之一。1999年,韩国通过并实施了《电子商业基本法》,该法设立的主要目的包括两个方面,一是明确以电子讯息方式进行交易具备相应的法律效力;二是以法律的手段来保证电子交易的安全性和可靠性。同时,该法针对知识产权保护的内容包括:定义电子商务、网上商店的概念;严格认定“网上经营者”的资格;制定知识产权的相关保护措施。因此,韩国在电商平台知识产权领域具有较早的认知。

2 电商平台知识产权纠纷现状分析

不同于线下交易,电商平台知识产权纠纷的责任主体呈现出多样化和复杂性的特点,并且知识产权的客体形式多种多样。因此,一些恶性侵权事件屡屡发生,导致电商平台知识产权纠纷频频出现。电商平台知识产权纠纷主要集中在平台网络购物纠纷频发、恶性侵权事件屡禁不止、恶意投诉现象普遍存在这三个方面。

2.1 平台网络购物纠纷频发

电子商务平台交易利用网络信息技术，跨越了地域的限制，同时颠覆了传统交易的时间限制，获得了极高的自由性和便捷性。同时，因为这些便利的特点，导致知识产权侵权行为频发，各种假冒伪劣产品频出，由此造成平台网络购物纠纷的产生。以2020年的统计数据为例，快递业务量高达800亿件，其中电商占比70%以上，以阿里平台1.08亿的万笔交易侵权率计算，电商平台侵权纠纷就高达600多万笔。由此可见，知识产权的侵权案件已经出现由线下向线上转移的趋势。我国法院2020年审结的知识产权案件数据如下：案件总计44.7万件，其中查出假冒专利案件0.71万件、起诉知识产权侵权案件5848件、行政裁决4.2万件等。通过对比得知，电商平台购物纠纷远高于线下，但是大多数的纠纷都能够在电商平台内部解决，转入司法、行政途径的很少，一般都是复杂的纠纷转为线下，经司法诉讼进行处理。

2.2 恶性侵权事件屡禁不止

恶性侵权事件屡禁不止是电商平台知识产权纠纷的主要表现形式，这与电商平台的交易特点密切相关。首先，电商平台的信息具有公开性，在发达的网络时代，其传播速度更快，并且没有地域性限制，因此一些不良商家就会在利益的驱动下，对电商平台的畅销产品进行模仿、伪造，进而获取利益。这样的行为给权利人带来销量下降、产品质量无法保证等方面的影响，但是当权利人对这种侵权行为进行投诉时发现，有大量的平台、卖家和跨平台卖家同为侵权人，表现出群体性特征，这样的情况无疑增加了权利人的维权难度，还会使权利人的维权时间延长。其次，电商平台具有较高的技术依赖性，因此在对相关侵权信息进行审查时会面对大量的数据信息，使审查存在一定的技术和操作难度。即便锁定了侵权产品，并对其进行了相关处理，但是那些不良的违规商家依然会在利益的驱动下，通过更换身份信息、商品信息、销售平台等操作，继续进行侵权行为。因此，电子商务平台的知识侵权行为出现重复性的特点。

2.3 恶意投诉现象普遍存在

恶意投诉是海量电商平台纠纷中普遍存在的现象，尽管在《电子商务法》中对恶意投诉有明确的界定：“恶意发出错误通知，造成平台内经营者损失的，加倍承担赔偿责任。”但是电商平台的恶意投诉呈现形式复杂、难以类型化的特点。当前，电商平台知识产权恶意投诉现象主要包括三种：第一，无权利恶意投诉，投诉人在专利失效或宣告无效的状态下，出于敲诈勒索的目的，利用伪造的证书进行恶意投诉；第二，针对性恶意投诉，一些不法分子针对畅销产品申请一些外观专利，以投诉畅销品商家，迫使商品下架，或者恶意勒索以获取经济利益；

第三，控价式恶意投诉，在这种恶意投诉中，不存在知识产权的侵权行为，投诉人的目的是为控制商品价格和流通渠道，进而对电商平台或者店铺进行恶意投诉，来迫使商品改价或者下架。以上这些恶意投诉的行为，都严重影响了电商平台的正常运行，尤其是在电商平台的大促期间，恶意投诉致使平台商家下架产品、删除链接等，造成巨大的经济损失，对电商平台的公平经营环境带来严重干扰和影响。

3 电商平台知识产权侵权主要类型

3.1 商标侵权

电商平台的商标侵权行为主要包含以下六种，第一，售假，在电商平台销售假冒商标的商品，包括A货、高仿产品或者超A货等。第二，恶意注册，将他人的知名商标进行抢先注册域名，利用他人商标的知名度以及对消费者的吸引力，来推销自己的产品。第三，恶意注册店铺商标，将他人成熟的、具有一定知名度的店铺名称抢先注册为商标，并利用注册好的商标来要求店铺改名，否则就对其进行投诉。第四，不正当使用他人商标，造成误解，主要表现为不良商家在网址中使用他人的商标，却不销售该商品，目的是使消费者产生该店铺与某知名品牌存在特殊关系的误解，进而销售其本店的产品，获取经济利益。第五，商标专利人出于渠道管控目的的恶意投诉，商标专利人针对无任何问题的店铺发起售假名义的投诉，并迫使电子商务平台在舆论的压力下，下架商品，商标专利人的目的在于控制渠道。目前，这种侵权纠纷所占比例较大，大约在40%。第六，恶意设置他人商标为网络搜索关键词，一旦用户进入电商平台进行关键词搜索时，就会直接跳到以关键词注册的店铺或网站中，对消费者起到拦截的作用。

3.2 专利侵权

专利侵权在电子商务领域涉及较少，主要有两类：一是新型外观专利侵权，一些店铺使用他人店铺的外观设计，或者使用了与他人店铺外观设计相近的图片，都会造成专利侵权的行为；二是店铺销售的商品侵犯了他人的专利权，或者销售的产品在他人专利权的保护范围内，都属于专利侵权行为。

3.3 著作权侵权

在我国，著作权指的是自然人、法人或者其他组织享有的对文学、艺术、科学作品的财产权利和精神权利的总称。电子商务平台著作权的侵权行为主要表现为以下几种：一是文字作品侵权，包括销售盗版的书籍、报纸、杂志等对出版物造成侵权；销售未经授权的文章、电子杂志等对电子出版物造成侵权；使用未经授权的广告语、文字描述等造成文字侵权。二是艺术作品侵权，包括销售盗版或未经授权的数字音像作品、音乐和电影等；销售有著作权保护或未经授权的艺术品以及将艺术作品使用在商

品上；使用或复制未经授权的他人原创照片，用于网络店铺的销售之中。三是科学作品侵权，主要是计算机软件侵权，包括销售盗版软件、提供盗版软件下载服务器、销售在线课程、销售数据库账号等行为。另外，还存在一部分对图形或模型的侵权行为，例如将设计图纸、手稿、示意图等做成实物进行销售。

4 电商平台知识产权保护对策

4.1 明确界定电商平台的知识产权保护义务

想要有效处理电商平台知识产权纠纷，就必须明确界定电商平台的知识产权保护义务。首先，在电子商务知识产权的保护中，电商平台是主体，它提供了电子商务中的虚拟市场，就必须承担相应责任。电商平台建立在先进的计算机技术和发达的网络信息基础上，具备快速识别侵权行为，并进行及时制止的能力。因此，电商平台要着重发挥好其在知识产权纠纷处理中的主体地位。

其次，明确界定电子商务平台的知识产权保护义务和权利，电商平台的知识产权保护义务一定是在平台的能力范围内，只有这样才能更好地进行知识产权保护；如果知识产权保护的义务超出了平台的能力范围，不仅难以实现知识产权的保护目标，同时会从一定程度上阻碍电子商务的发展。依照我国相关法律法规，如《侵权责任法》和《电子商务法》中的相关规定，电商平台承担着“第三方义务”，但仍需要对其义务进行明确和细化，并需要相应的配套文件对“第三方义务”进行明确。明确电商平台的知识产权保护义务，能够促进平台准确和高效地进行知识产权保护工作，使其在履行自身责任和义务的同时，有效协助行政部门和司法部门对知识产权侵权等相关案件的审理，进而提高电商平台的知识产权保护水平。

4.2 对平台私权力行使进行制约和引导

在明确电商平台知识产权保护权利和义务的同时，一定要对平台私权力行使进行有效制约和引导。电商平台与平台内的经营者之间是平等的民事主体，签订的是民事合同，但就实际的权利和义务情况来看，电商平台掌控了绝对的地位优势。首先，从《电子商务法》的规定中可以看出，电商平台对权利人和政府部门承担着制止侵权和产权保护的义务，并负有相应的法律责任，但是对电商平台的经营者，则无相关的责任与义务的规定，一旦发生纠纷，只能参照合同进行。其次，平台经营者与电商平台签订的合同多为平台方制定，有效地保护了电商平台的利益，但是对平台经营者的合法权益保护力度不够。因此，要通过不断健全和完善相关法律法规来对电商平台私权利进行有效的制约和引导，明确其私权利的法律性质，限制其无限扩张。

4.3 优化电商领域知识产权保护规则

优化电商领域知识产权保护规则，可以通过以下三步进行。

首先，完善知识产权“通知—移除”规则。在2019年10月召开的国务院常务会议中，李克强总理指出要完善电商平台专利侵权判定“通知—移除”规则，针对难以界定的电商平台的审查义务，对通知、反通知的标准和措施进行细化。同时，可以考虑借鉴法院“诉前禁令”中的保证金制度，为权利人提供同一条快速保护的途径。针对提交“保证金”的权利人，电商平台可以相应减少审查工作，并对涉嫌侵权的产品采取直接的必要措施。

其次，建立电商平台知识产权保护衔接机制。电商平台知识产权保护需要平台、公权力、社会力量共同参与，建立紧密衔接机制。根据国家知识产权局的相关工作方案和通知，明确对电商领域的专利保护协作进行探索和实践，并建立了地方知识产权局协助线上转线下的办理机制；同时，增加了公众举报渠道，进一步优化了电商领域知识产权保护规则。

最后，就恶意投诉进行严肃处理，并将其纳入严重失信行为。电商领域的恶意投诉人钻法律和政策的空子，对店铺和商家进行恶意投诉和勒索，而且还不需要承担任何法律责任，所以对于恶意投诉人这种行为，必须要进行严厉惩戒，以净化电商平台环境，遏制电商领域知识产权的恶意投诉行为。

5 结语

综上所述，时代的飞速发展虽造就了电子商务平台，但同时伴随知识产权纠纷问题的发生，如平台网络购物纠纷频发、恶性侵权事件屡禁不止、恶意投诉现象普遍存在等。在电子商务领域，利益诱惑是知识产权侵权行为发生的根本原因。想要有效净化电子商务领域及环境，遏制知识产权侵权行为的发生，必须要明确界定电商平台的知识产权保护义务，对平台私权力行使进行制约和引导，并优化电商领域知识产权保护规则，为我国电子商务知识产权的保护提供更有力的支持。

参考文献：

- [1] 石静娜. 电子商务平台知识产权保护问题研究[J]. 河南科技, 2022, 41(04): 131-135.
- [2] 江丽. 电商平台经营者知识产权侵权民事责任研究[D]. 蚌埠: 安徽财经大学, 2021.
- [3] 罗邱兰. 网络知识产权保护视角下的“通知—移除”规则研究[D]. 南昌: 江西财经大学, 2021.
- [4] 李小草. 《电子商务法》电商平台知识产权保护规定的法律体系适用研究[J]. 法律适用, 2020, (13): 124-135.

作者简介：凌立洋（1989-），男，江苏东台人，硕士研究生，经济师，主要从事知识产权方向研究。