

电商领域知识产权保护研究

孙丽雁

禄劝彝族苗族自治县市场监督管理局 云南 昆明 651500

摘要: 随着电子商务蓬勃发展,知识产权侵权问题频发,成为制约行业健康发展的瓶颈。本研究聚焦电商平台知识产权保护,分析立法、司法、执法层面现存问题,如法律适用竞合、司法成本高、执法难度大等。通过借鉴国内外经验,提出完善法律法规、优化司法程序、强化执法力度、推动技术创新及加强国际合作等策略,旨在构建科学、全面的知识产权保护体系,促进电商经济可持续发展。

关键词: 电商领域;知识产权保护;优化路径

引言:在数字化浪潮推动下,电子商务以其便捷、高效等优势迅速渗透至经济生活的各个角落。然而,电商的虚拟性、开放性等特点,使得知识产权侵权现象层出不穷,严重损害权利人利益,扰乱市场秩序。加强电商领域知识产权保护,不仅是维护公平竞争市场环境的必然要求,也是推动电商行业创新发展、提升国际竞争力的关键所在。本文将深入探讨电商知识产权保护问题并提出相应对策。

1 电商领域知识产权保护的理论基础

1.1 知识产权保护的核心概念

(1) 知识产权的定义与分类:知识产权是民事主体对创造性智力成果和工商业标记依法享有的专有权利,核心分类包括商标权、著作权、专利权等。商标权保护商品或服务的识别标识,保障品牌辨识度;著作权覆盖文字、图形、音视频等原创作品,含电商平台的商品描述、宣传素材等;专利权保护发明创造,涉及电商领域的技术创新产品与运营技术。(2) 电商领域知识产权的特殊性:一是传播范围广、速度快,侵权行为易跨区域扩散;二是侵权形式隐蔽,多表现为线上盗版、假冒商标、恶意蹭流量等;三是权利归属认定复杂,平台内多方主体参与易引发权属争议;四是维权成本高,侵权证据固定难度大。

1.2 电商知识产权保护的理论依据

(1) 法律经济学视角下的保护逻辑:核心是通过产权界定平衡创新激励与市场竞争。知识产权保护可降低创新成果被免费占用的风险,激励市场主体投入研发与品牌建设;同时合理界定保护边界,避免权利滥用阻碍市场竞争,实现社会总福利最大化。(2) 平台治理理论:电商平台作为交易中介,具有信息优势与管理责任。该理论主张平台应建立侵权监测、投诉处理机制,履行合理注意义务,在权利人与经营者之间搭建高效的纠纷解

决通道,构建多元协同的治理体系^[1]。(3) 利益相关者理论:电商知识产权保护涉及权利人、平台、经营者、消费者等多方利益主体。需兼顾各方诉求,既保障权利人的合法权益,也维护经营者的公平竞争权与消费者的知情权,通过利益协调实现保护与发展的平衡。

1.3 电商知识产权保护的国际经验借鉴

(1) 欧美国家电商知识产权保护模式:美国实行“通知-删除”与平台责任豁免相结合的制度,强化私权救济与市场自律;欧盟注重统一的法律规制,通过《数字服务法案》明确平台责任,建立跨境侵权协同治理机制,强调权利保护与数据隐私的平衡。(2) 亚洲国家的实践与启示:我国构建了“法律规制+行政监管+平台治理”的多元模式,通过《电子商务法》明确各方责任,强化行政执法与司法保护衔接;日本注重企业自律与行业协作,建立侵权快速应对机制。启示在于需结合本国市场特点,构建适配电商发展的协同保护体系,强化国际合作应对跨境侵权。

2 电商领域知识产权侵权现状与问题分析

2.1 电商知识产权侵权的主要类型

(1) 商标侵权:此类侵权在电商领域最为普遍,表现为商家未经商标权人许可,在商品或其包装、宣传页面使用与注册商标相同或近似的标识,销售假冒品牌商品。常见于服饰、美妆、家电等品类,如仿冒知名品牌的服装鞋帽、山寨品牌的化妆品等,不仅侵害商标权人利益,还损害消费者权益。(2) 著作权侵权:核心是未经著作权人授权,擅自传播、销售受著作权保护的作品。具体包括电商平台售卖盗版软件安装包、未经许可传播影视综艺片段及完整作品、盗用原创图文素材用于商品宣传、销售盗版书籍音视频等,严重破坏原创生态。(3) 专利侵权:主要表现为商家未经专利权人许可,制造、销售侵犯发明、实用新型或外观设计专利权的产品。如抄袭

专利产品的核心技术生产山寨商品，仿冒外观设计专利产品的造型、图案等，借助低价优势抢占市场，挤压合法专利产品的生存空间。

2.2 侵权行为的表现形式与特征

(1) 跨境侵权与隐蔽化趋势：随着跨境电商兴起，侵权行为呈现跨境扩散态势，侵权商品通过跨境平台销往全球，因管辖权差异、跨境取证困难等导致维权受阻。同时，侵权手段日趋隐蔽，商家通过模糊商标标识、拆分侵权商品销售、利用直播带货暗箱售卖等方式规避监管，增加了侵权识别难度。(2) 平台责任与共犯风险：部分电商平台未履行合理审核与监测义务，为侵权商品提供展示、交易通道，甚至存在算法推荐侵权商品的情况。若平台明知或应知商家侵权仍未采取有效措施，可能构成共同侵权，需承担连带法律责任，此类平台责任界定纠纷日益增多^[2]。

2.3 侵权问题的成因分析

(1) 法律制度不完善：电商交易的虚拟性、跨区域性导致管辖权认定模糊，跨境侵权案件中法律适用差异大。同时，侵权证据易篡改、灭失，权利人需花费大量成本固定证据，且司法程序繁琐、周期长，客观上降低了侵权违法成本。(2) 平台治理机制缺陷：部分平台为追求流量与交易规模，对入驻商家资质审核流于形式，侵权监测技术滞后。面对侵权投诉，存在响应慢、处置标准不透明、推诿责任等问题，难以形成有效治理闭环，放任侵权行为蔓延。(3) 消费者维权意识薄弱与侵权成本低：部分消费者缺乏知识产权保护意识，倾向于购买低价侵权商品，形成非理性消费需求。同时，侵权门槛低、复制成本低，而权利人维权需承担高额时间、金钱成本，导致侵权行为屡禁不止，形成“侵权易、维权难”的恶性循环。

3 电商领域知识产权保护的优化路径

3.1 法律层面的完善

(1) 修订现有法律法规：针对电商领域知识产权保护的新形势，需精准修订现行法律条款。在《电子商务法》中进一步明确平台的审核义务、侵权监测责任及快速处置标准，细化“通知-删除”规则的操作流程，明确权利人通知与平台反馈的时限要求，避免平台以“避风港原则”过度免责。在《商标法》修订中，强化对电商领域“恶意抢注”“近似商标蹭流量”等行为的规制，提高法定赔偿额度，将侵权获利纳入赔偿计算范围，加大对重复侵权、大规模侵权行为的惩罚力度。同时，完善知识产权民事诉讼程序，设立电商知识产权纠纷专门合议庭，简化审理流程，推行小额诉讼速裁机制，降低

权利人维权成本。(2) 建立跨境电商知识产权保护专项规则：针对跨境电商侵权中管辖权认定难、法律适用差异大等问题，制定专项规则体系。明确跨境电商知识产权侵权的管辖权划分标准，以“侵权行为实施地、侵权结果发生地、平台住所地”为核心，结合电商交易的虚拟性特点，合理界定管辖法院。推动建立跨境知识产权法律适用指引，梳理主要贸易伙伴国的知识产权法律差异，为企业跨境维权提供明确指引。此外，设立跨境电商知识产权海关保护专项通道，简化侵权商品查验、扣留流程，建立“风险预警-快速拦截-联合处置”机制，强化对进出口环节侵权商品的监管，降低跨境侵权传播风险。

3.2 平台治理机制的优化

(1) 构建“事前预防-事中监控-事后追责”全链条体系：事前预防阶段，平台需强化入驻商家资质审核，要求商家提交知识产权权属证明或授权文件，对高风险品类实施“实名备案+资质核验”双重机制，从源头遏制侵权商品入驻。事中监控阶段，建立动态监测清单，对平台内高侵权风险商品、关键词进行重点筛查，及时发现并拦截侵权商品链接。事后追责阶段，完善侵权处置流程，对确认侵权的商家采取下架商品、扣分处罚、暂停交易等措施，情节严重的纳入平台黑名单，永久禁止入驻；同时，建立侵权信息公示制度，向社会公开侵权商家信息，形成市场约束。此外，搭建平台内知识产权纠纷调解通道，引入专业调解机构，推动权利人与侵权商家达成和解，提高纠纷解决效率^[3]。(2) 引入区块链、AI技术辅助侵权监测：借助技术手段提升侵权监测的精准度与效率。利用区块链技术的不可篡改特性，构建知识产权权属存证平台，为权利人的商标、著作权等提供权威存证服务，降低权属认定难度；同时，建立侵权证据固定机制，通过区块链实时记录侵权商品页面、交易数据等证据，确保维权证据的合法性与有效性。引入AI技术开展智能监测，基于图像识别、文字比对、声音匹配等算法，对平台内商品信息、宣传素材进行全面筛查，自动识别与注册商标近似、盗用原创图文、盗版音视频等侵权行为，生成侵权预警信息并推送至平台审核人员与权利人。此外，推动平台间数据共享，建立跨平台侵权监测协作机制，实现侵权商家信息、侵权商品特征的互通，遏制侵权商家“跨平台流窜”现象。

3.3 技术赋能与协同治理

(1) 利用大数据建立侵权信用档案：依托大数据技术构建电商领域知识产权侵权信用评价体系。整合市场监管、司法、平台等多渠道数据，采集商家的侵权记录、

行政处罚信息、诉讼结果、投诉处理情况等数据,建立涵盖商家、运营主体、个人的侵权信用档案。设定信用评级标准,将商家划分为不同信用等级,实施差异化监管:对高信用等级商家简化审核流程、给予流量倾斜;对失信商家采取限制入驻、提高保证金、取消平台活动参与资格等惩戒措施。同时,将侵权信用档案纳入全国信用信息共享平台,实现与金融、税务、市场监管等领域的信用联动,让侵权主体“一处违法、处处受限”。(2)推动政府、平台、权利人、消费者多方协作:构建多元协同的治理格局。政府层面,强化市场监管部门与司法机关的协同联动,建立信息共享、案件移送、联合执法机制,开展电商知识产权专项整治行动,严厉打击恶性侵权行为。平台与权利人层面,建立常态化合作机制,平台向权利人开放部分监测数据,权利人向平台提供精准的侵权特征信息,联合开展定向监测与维权行动;鼓励行业协会牵头建立知识产权保护联盟,推动企业共享维权资源,降低中小微企业维权成本。消费者层面,加强知识产权普法宣传,通过电商平台弹窗、短视频、公益广告等形式,提升消费者对侵权商品的辨别能力;建立消费者举报奖励机制,鼓励消费者举报侵权行为,对查实的举报给予物质奖励,形成全民监督的良好氛围^[4]。

3.4 国际合作与标准统一

(1)参与国际规则制定:积极参与全球电商知识产权治理,主动融入RCEP、CPTPP等区域贸易协定的规则制定进程。在协定框架下推动建立统一的跨境电商知识产权保护标准,明确知识产权确权、侵权认定、纠纷解决的统一规则,减少法律适用差异带来的维权障碍。倡导“包容审慎”的治理理念,平衡知识产权保护与电商创新发展,推动形成符合发展中国家利益的国际规则。同时,利用多边贸易机制,推动与主要贸易伙伴国的知识产权合作对话,解决跨境知识产权纠纷中的司法协助

问题,建立判决承认与执行的互助机制,提升跨境维权效率。(2)建立跨境知识产权保护联盟:推动国内电商平台、行业协会与国际同类组织建立跨境知识产权保护联盟。联盟内开展信息共享,互通各国知识产权法律动态、侵权案例、高风险市场信息,为企业跨境经营提供预警服务。建立跨境侵权联合处置机制,针对跨境电商平台上的侵权行为,联盟成员协同开展监测、取证、投诉等行动,形成跨国维权合力。此外,联盟可牵头开展跨境知识产权培训,帮助企业熟悉目标市场的知识产权规则,提升企业海外知识产权布局与维权能力;推动建立跨境知识产权纠纷调解中心,引入国际专业调解力量,为企业提供高效、低成本的跨境纠纷解决途径,降低诉讼对企业经营的影响。

结束语

电商领域知识产权保护是保障行业健康发展、激发创新活力的关键环节。尽管当前在法律法规、执法监管、技术创新等方面已取得一定成果,但仍面临诸多挑战。未来,需持续完善法律体系,强化多部门协同执法,利用先进技术提升保护效能,同时加强国际交流合作。唯有如此,才能营造公平有序的电商环境,推动电商行业在知识产权的有力保护下实现长远繁荣。

参考文献

- [1]张卉芸.《电子商务法》的知识产权保护规则研究[J].海外文摘·学术,2020,(18):62-65.
- [2]刘兆鑫.跨境电商农产品知识产权法律保护研究[J].中国商论,2021,(08):97-99.
- [3]耿丹.浅析电商知识产权保护的“通知-删除”规则[J].经济研究导刊,2022,(22):136-138.
- [4]史雪霞.论《电子商务法》中平台经营者对知识产权保护的法律义务[J].楚天法治,2022,(18):103-106.