

# 中国电子商务知识产权发展研究报告 (2019)

A CONTRACTOR

国家知识产权局知识产权发展研究中心

课题组成员: 韩秀成 曾燕妮 王 淇 李建民

武 伟 陈泽欣 黎 金 王浚丞

宁峻涛 张呈玥 宋炎炎 周 骞

撰稿人: 王淇 张呈玥 陈泽欣 黎金

王浚丞 宁峻涛 宋炎炎

# 目 录

51言
一、法治护航: 电子商务知识产权法律保护实践
(一)电子商务知识产权法律和制度建设
(二)电子商务知识产权政策引导
(三)电子商务知识产权诚信体系建设
二、平台自治: 电子商务治理体系迅速迭代
(一)完整的平台规则奠定平台自治的根基
(二)便捷的维权机制成为平台自治的窗口
(三)积极的主动防控展现平台自治的担当10
三、社会共治: 电子商务共享共治格局初现10
(一)开展政企合作11
(二)拓展合作联动12
(三)创新大众评审13
(四)深化多元共治.......14
四、智慧之治: 技术创新驱动治理手段升级
五、难题与困境: 电子商务知识产权保护的"全球问题"16
(一)跨境维权难题16
(二)平台治理困境17
六、发展与展望: 电子商务知识产权保护的"中国道路" 17
(一)合作与对话电子商务知识产权保护的拓展之道18
(二)创新与升级电子商务知识产权保护的腾飞之基18
结语

# 引言

2019年是中国农历的"已亥年"——已为中正,蓄藏有力。中国政府一贯高度重视知识产权保护。严格知识产权保护是中国构建创新型国家、实现自身经济社会发展目标的需要。随着电子商务在当代国民经济中的地位和作用日益突出,中国的立法部门、行政部门、司法部门,以及以阿里巴巴、苏宁、京东等为代表的主流电子商务平台,勇于探索、敢于担当、精益求精,站在新时代的历史坐标上,不断总结经验,持续提升治理能力和水平。经过多年的实践,一套科学有效的电子商务知识产权保护体系初步形成。

### 一、法治护航: 电子商务知识产权法律保护实践

依托于法治的知识产权保护,是激励电子商务创新发展的基本保障,是增强中国电子商务行业国际竞争力的核心要素。中国高度重视电子商务领域知识产权保护,已构建起较为完善的电子商务知识产权保护法律体系。

# (一) 电子商务知识产权法律和制度建设

近年来,按照全面推进依法治国的战略部署,结合电子商务行业 发展的实际需求,中国不断完善法律法规体系,加大电子商务知识产 权保护力度,电子商务领域知识产权法律和制度建设取得丰硕成果。

# 1.机构改革

2018年3月,中国政府进行了新一轮机构改革,组建国家市场监督管理总局,明确由市场监管部门负责商标和专利行政执法工作。 这次改革,不仅充实了知识产权行政执法力量,还实现了商标和专利 的综合执法,有效提高了行政保护效能。知识产权管理部门,也将通过进一步发挥专业特长,制定并指导实施商标权、专利权确权和侵权判断标准,制定商标和专利执法的检验、鉴定及其他相关标准,做好商标专利执法指导工作等,提升行政执法的规范性、权威性和实效性。

#### 2.立法现状

目前,中国已建立起较为完备的电子商务领域知识产权保护法律法规体系。法律层面,主要包括《专利法》《商标法》《著作权法》《侵权责任法》《电子商务法》《反不正当竞争法》等。行政法规层面,主要包括《专利法实施细则》《商标法实施条例》《著作权法保护条例》《计算机软件保护条例》《信息网络传播权保护条例》等。部门规章主要有《网络交易管理办法》等。地方性法规和规章层面,还包括《上海市促进电子商务发展规定》《深圳市电子商务可信交易环境建设促进若干规定》等。

# 3.司法保护

各级司法机关积极履行职责,不断加强电子商务司法审判工作,严格保护知识产权,为权利人提供有效的司法救济。

2017 年 6 月,中央全面深化改革领导小组第三十六次会议审议通过了《关于设立杭州互联网法院的方案》。2017 年 8 月,杭州互联网法院正式揭牌,这是全国第一家集中审理涉网案件的试点法院。此后,北京互联网法院和广州互联网法院相继设立,互联网法院贯彻"网上案件网上审"的审理思维,其管辖范围中,知识产权相关职责是其中的重要内容,包括: 在互联网上首次发表作品的著作权或者邻接权权属纠纷; 在互联网上侵害在线发表或者传播作品的著作权或者

邻接权而产生的纠纷;互联网域名权属、侵权及合同纠纷等。<sup>1</sup>权利人可以在包括电子商务领域在内的涉网知识产权纠纷中获得更加专业、便捷、高效的司法救济。

#### 4.行政执法

近年来,国家知识产权局会同有关部门积极构建"严保护、大保护、快保护、同保护"的工作格局,通过不断加强电子商务领域行政执法,有效打击了电商领域知识产权侵权行为。

2018 年,国家知识产权局在上海、浙江、北京、广东、江苏等重点区域组织开展为期 4 个月的电子商务领域专项整治,并结合有关执法维权专项行动,继续深化电子商务领域知识产权保护工作,加大线下源头追溯和打击力度,强化线上线下一体化协同治理,快速、精准打击线下知识产权侵权假冒行为,充分发挥知识产权护航电子商务发展的重要作用。

2016 年,国家知识产权局组织成立中国电子商务领域专利执法维权协作调度(浙江)中心,深化电子商务领域专利执法协作,建立跨省打击电商专利侵权机制。对于线上查实的专利侵权假冒案件,由调度中心通过电子商务平台运营商确认侵权人线下信息,并将案件线索移送有管辖权的地方知识产权局进行线下办理,从源头上打击专利侵权假冒行为。湖南、江苏、广东、重庆、福建、四川、河北、浙江等8地作为线上转线下案件办理重点区域,整理出一批重点线上案件线索,追溯和深挖线下源头,坚决打击相关专利侵权假冒行为。

地方层面,2011年,浙江省知识产权局与阿里巴巴、淘宝网签订了《知识产权保护合作备忘录》,共建网络专利侵权处理联动机制,

=

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>中华人民共和国最高人民法院,http://www.court.gov.cn/zixun-xiangqing-48982.html

由行政机关在专利侵权疑难案件领域给予专业指导。2016 年 8 月,浙江、上海、江苏、安徽、江西 5 省市联合发起长三角区域合作网络打假"云剑"行动。2017 年 5 月,长三角区域合作拓展到泛珠三角地区的福建、湖南、广东等省(区),建立起 13 省(区、市)打击侵权假冒区域联动机制,以及侵权线索通报、证据移转、案件协查、联合办案、检验鉴定结果互认等制度,依托电商平台的网络交易大数据,共同打击侵权假冒等违法行为,有效维护了苹果、香奈儿、强生、索尼、拜尔以及南孚、洋河等一批国内外企业的合法权益。2017 年 9 月,在广东知识产权交易博览会举办期间,来自全国 19 个城市的代表共同签署了《电商领域知识产权联合执法宣言》,进一步加强了区域执法合作,拓宽了联合执法渠道。

### (二)电子商务知识产权政策引导

中国已成为全球规模最大、成长最快的电子商务市场之一。快速发展的背后,离不开相关政府部门强有力的政策引导。2015年5月,国务院印发《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》,明确"加强电子商务领域知识产权保护,研究进一步加大网络商业方法领域发明专利保护力度"。2015年6月,国务院办公厅印发《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》,要求"加强执法监管,加大知识产权保护力度,坚决打击跨境电子商务中出现的各种违法侵权行为"。2018年8月,国家知识产权局印发《"互联网+"知识产权保护工作方案》,明确通过信息技术手段,全面深化相关协作调度机制,保护电子商务领域的知识产权。2019年6月,国务院知识产权战略实施工作部际联席会议办公室发布了《2019年深入实施国家知识产权战略加快建设知识产权强国推进计划》,鼓励电商平台为执法办案提供数据信息,发挥权利人企业在知识产权保护中的作

用。2加快推进知识产权诚信体系建设,规范互联网竞争秩序。

### (三)电子商务知识产权诚信体系建设

信用,是新商业时代的通行证。近年来,中国政府稳步推进知识产权领域信用体系建设工作。2011年,国家知识产权局印发《关于加强专利行政执法工作的决定》,提出要建立知识产权保护社会信用评价监督机制,建立知识产权保护社会信用评价标准,建立知识产权诚信档案,并构建多层次的知识产权保护社会信用评价监督机制。32016年印发的《关于开展知识产权系统社会信用体系建设工作若干事项的通知》提出,到2020年,知识产权系统社会信用体系基本建成。同时,部署在广州、深圳、温州等地先行先试,探索开展知识产权信用体系建设工作。42018年12月,国家知识产权局会同37部门联合印发《关于对知识产权(专利)领域严重失信主体开展联合惩戒的合作备忘录》,对知识产权领域严重失信行为实施联合惩戒,让失信者处处受限,被誉为知识产权史上最严的惩戒措施。

# 二、平台自治: 电子商务治理体系迅速迭代

习近平总书记深刻指出,"加强知识产权保护。这是完善产权保护制度最重要的内容,也是提高中国经济竞争力最大的激励。"深化电子商务治理体系建设,需要更高水平的知识产权保护和更完备的平台治理结构。电商平台依据法律要求和自身商业实践,建立并不断完善的平台治理体系是电子商务知识产权保护体系的重要组成部分,对保护电子商务领域知识产权发挥着重要作用。

中美两国作为电子商务产业的领先国家,主流电商平台基于业内

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup>国家知识产权局,http://www.cnipa.gov.cn/gwyzscqzlssgzbjlxkybgs/gzdt\_zlbgs/1139877.htm

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup>国家知识产权局,http://www.sipo.gov.cn/gztz/1099411.htm

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup>国家知识产权局,http://www.sipo.gov.cn/zscqgz/1101019.htm

通行的"通知与删除"规则,建立了知识产权投诉处理机制。在这方面,美国易贝公司是先行者,其验证权利人项目(The Verified Rights Owner,"VeRO") <sup>5</sup>自 1998 年建立以来,目前已经有超过 30,000 个知识产权权利人参与该项目。阿里巴巴公司建立专门的知识产权保护平台,致力于为全球知识产权权利人提供"一站式"知识产权解决方案。美国亚马逊公司设有专门的线上知识产权投诉通道,并发布了"亚马逊品牌注册(Amazon Brand Registry)"以帮助权利人进行品牌管理和知识产权保护,通过对知识产权侵权信息和商品链接进行检索,直接对商标、版权等知识产权侵权行为进行维权。

面对海量的线上商品信息,以及全天候、无边界的网络环境,中 美两国企业都意识到,防范和打击知识产权侵权的传统方法和模式已 无法有效应对互联网环境下的知识产权侵权,数据和技术才是互联网 时代主动治理知识产权侵权最有效的法宝。易贝、亚马逊、阿里巴巴 等中美电商企业纷纷开发和建立了线上主动监控和预防侵权的工具 和体系,借助技术手段,主动对含有"高仿""抄袭""破解""盗 版""复制"等关键词的商品信息进行检索并及时处理,提升了侵权 商品信息的发现、预警和处置效率。

与此同时,中国企业取得的成绩也得到了国外同行的认可。2019年7月,美国知识产权调查中心邀请阿里巴巴、亚马逊、易贝以及沃尔玛等企业代表,听取并讨论了这些公司的知识产权保护成果。美国国会众议院司法委员会副主席道格·柯林斯认为, "阿里巴巴的打假政策和项目比任何美国同行都有效得多。" 6

# (一) 完整的平台规则奠定平台自治的根基

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup>易贝,https://pages.ebay.com/seller-center/listing-and-marketing/verified-rights-owner-program.html <sup>6</sup>中国打击侵权假冒工作网,

http://www.ipraction.gov.cn/article/xxgk/gzdt/bmdt/201907/20190700224328.shtml

基于现行的法律制度,以阿里巴巴、苏宁、京东为代表的中国主流电子商务平台均已建立起一套完整的规则体系,涵盖了平台内经营主体之间的各类型关系,其中尤为重要的就是知识产权保护规则。在这样的体系下,平台管理者通过信用评价体系、违规处罚体系、技术数据应用等方式,实现平台有效调控和管理,保证平台经营秩序和管理秩序的高效运转。

以阿里巴巴为例,目前,其已建立起一套以"出售假冒商品认定和处罚规则"为核心的知识产权保护规则,其旗下天猫平台的《天猫市场管理规范》第十九条规定,一旦出现出售假冒商品的情形,立即对商家予以屏蔽监管并清退出平台;淘宝平台《淘宝网市场管理与违规处理规范》第二十四条规定"出售假冒商品"是全平台唯一的一个C类违规(淘宝平台最严重的违规类型);1688、天猫国际等旗下平台也将假冒等知识产权侵权行为作为平台内经营者的"高压线",引导平台内经营者合法经营,并对售假者"售假必办、有责必究"。

在充分用足用好现行法律和平台规则打击知识产权侵权的基础上,中国企业还走出了一条富有特色的实践之路。例如,阿里巴巴于2016年底提出"像治理酒驾一样打假"<sup>7</sup>,全面启动针对线上售假卖家的法律诉讼,其线下专案团队利用自身技术优势,配合知识产权权利人和执法机关查找侵权违法线索,对涉假商品、售假卖家实施源头打击。据统计,2018年,阿里巴巴累计向公安机关推送符合追究刑事责任的涉假线索1,634条,协助抓获犯罪嫌疑人1,953名。同时,还协助中美两国警方成功侦破了独立网站Pursevalley.cn跨国网络销售假冒知名奢侈品案。通过线上调查和线下打击,形成业务流程的闭环:线上调查团队发现涉假线索,移交线下团队初步研判后将线索推

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup>人民网,http://it.people.com.cn/n1/2017/0301/c1009-29114684.html

送给权利人,并征求权利人意见,如权利人有线下打击意愿,则双方共同发起线下打击;如无意愿,直接关店处罚。

### (二)便捷的维权机制成为平台自治的窗口

2002 年,阿里巴巴已着手建立知识产权维权通道,权利人可通 过邮件发送知识产权侵权投诉通知。2008年和2011年,阿里巴巴先 后上线了针对速卖通、阿里巴巴国际交易市场和 1688 商家进行投诉 的 Aliprotect, 以及针对淘宝和天猫商家进行投诉的 Taoprotect 两个知 识产权保护举报投诉平台。2016 年,阿里巴巴将上述两个平台进行 功能整合升级,统一由阿里巴巴知识产权保护平台 ipp.alibabagroup.com 受理旗下全部电商平台对侵犯商标权、著作权、 专利权,以及与知识产权保护相关的肖像权、不正当竞争等行为的投 诉。同时,2015年,阿里巴巴基于互信高效理念,推出了诚信投诉 机制,为符合条件的权利人提供更快捷的维权处理体验。2017年, 阿里巴巴上线"知产快车道"项目,以技术驱动知识产权保护效率提 升。2018年,在"知产快车道"基础上,建立平台与品牌权利人双 向反馈通道,并通过优化维权指引、推出多维数字化看板、升级账户 管理系统等方式,不断进行知识产权保护的数字化改造与机制创新, 为权利人和社会公众提供更加便捷、高效的维权渠道。数据显示,2018 年,阿里巴巴知识产权保护平台 96%的知识产权投诉在 24 小时内得 到处理,品牌权利人投诉量较 2017 年下降 32%。2019 年 4 月 23 日, 阿里巴巴发布了视频版权保护计划,这是阿里巴巴与权利人合作,针 对电影开展的知识产权保护项目。

苏宁全面优化知识产权举报投诉流程,制定了《侵犯知识产权解读及处理细则》,由法务中心在知识产权举报系统中进行侵权判定后,即可通过系统直接执行商品下架处罚;商户仲裁管理部还可以对商户

采取扣分等进一步处罚措施。针对商标权侵权多发状况, 苏宁加强了对入驻商户的前端资质审核, 尤其是商标专用权的审核。在商户进驻和经营过程中, 进一步加强知识产权基础知识的宣传培训, 同时加大对不正当使用商标、盗用他人官网图片等行为的检查频次。

京东知识产权维权系统可以受理知识产权权利人有关商标权、专利权、著作权的各类投诉。在品牌保护上,京东建立了专职团队和专业技术体系,借助于大数据建模分析和系统监控,动态采纳了300多项指标,深度洞察高危商家、品牌和商品数据,驱动系统实时运营监控,实现多维度、精细化、及时准确的涉假数据统计分析。对于高风险商品,京东通过"神秘购买流程"将其送往具备合规鉴定授权的品牌方及授权机构,在中国境内鉴定该品牌旗下包括全球购在内的所有商品,维护权利人利益。

网易考拉的知识产权投诉案件中,商标权、著作权、专利权侵权 投诉占比分别为 70%、20%和 10%,客服邮箱投诉、CEO邮箱投诉、 隐私政策邮箱投诉、廉洁邮箱投诉、律师函和平台页面投诉等为主要 投诉渠道。其知识产权保护制度中,从知识产权投诉入口、有效投诉 人、投诉所需材料到处理流程规则等方面均做出明确规定,投诉入口 清晰可见,申请流程简单易用。

2016年3月, "品牌维权平台"在微信正式上线,覆盖微信公众账号和个人账号。该平台将用户举报的涉嫌假冒伪劣产品线索,推送至接入平台的品牌方进行鉴定。截至2017年3月,已有350多个品牌成功接入,累计处理侵权通知3.5万多起,核实后移除侵权信息并处置微信个人账号约3.2万个。

### (三)积极的主动防控展现平台自治的担当

在知识产权投申诉处理机制的基础上,大型电商平台根据商业实践的现实需要对海量的网络商品服务信息进行主动甄别和防控。以阿里巴巴为例,其自 2010 年起开始探索建立主动防控体系,目前已建立起一套覆盖用户行为、商品、物流、交易、服务等全链条的主动防控体系,用模型算法拦截疑似侵权行为,对涉假商品、涉假行为进行全网实时监控。2016 年,阿里巴巴推出权利人共建项目,将主动防控模型发现的、平台难以判断的疑似侵权链接发送给权利人进行判断,在这个过程中,电商平台与权利人保持紧密沟通,共同调整和优化主动防控模型,提高其识别侵权商品的准确性。

阿里巴巴在主动防控领域取得的成绩赢得了广泛认可。Swatch Group CEO尼克·海耶克说: "如果我看看阿里巴巴正在做什么,他们所做的一切都是试图为消费者提供服务。而且,他们正在积极打击侵权假冒产品。亚马逊却没有这么做。" 8世界知识产权组织副总干事西尔维·福尔班说: "阿里巴巴在知识产权保护上的探索和经验,有助于WIPO在未来为成员国提议构建最佳的知识产权保护法律框架。阿里所做出的努力和成绩,需要在全世界范围内推广,期待能与阿里巴巴在这方面有更加深入的合作。" 9

# 三、社会共治: 电子商务共享共治格局初现

电子商务活动的广域性、即时性、虚拟性、互动性等特点,为知识产权保护带来巨大挑战。为此,政府、电商平台、权利人、消费者等各方积极探索符合市场规律、便捷高效、多方共治的知识产权保护模式,共享共治的格局初步显现。

.

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup>TechWeb, http://www.techweb.com.cn/news/2018-04-25/2659090.shtml

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup>中国知识产权网,http://www.cnipr.com/sj/jd/201806/t20180626\_227093.html

# (一) 开展政企合作

2014 年起,各地知识产权管理部门与电子商务平台合作,建立起针对线上专利侵权投诉的三种处理模式。第一种是对明显的专利侵权行为,由地方知识产权局指导辖区内的电子商务平台,根据其与网店经营者之间的合同约定,快速删除或屏蔽侵权产品链接;第二种是对较复杂的专利侵权行为,由电子商务平台根据知识产权维权援助中心出具的侵权判定咨询意见处理;第三种是对争议较大的疑难案件,由地方知识产权局立案调处。三种处理模式有效整合了地方知识产权局、知识产权维权援助中心、电子商务平台等方面的案件处理资源和办案力量。据不完全统计,该模式实施以来,仅阿里巴巴一家提供的办案线索就达上千条,据此捣毁制假售假窝点近 1,500 个,涉案总价值超过 30 亿元,维护了 100 多个知名商家的合法权益。

2016 年,北京市知识产权维权援助中心与京东、当当网等电商平台联合制定了《电子商务知识产权监督员工作方案》,强化了电商平台的自律、自查、自纠义务。根据方案,由知识产权保护社会监督员协助电商平台查找纠正平台上的知识产权违法行为,逾期未改的由监督员提交维权援助中心,经维权援助中心审核后转交行政执法机关处理。

江苏省知识产权局与苏宁易购等省内大型电子商务平台加强合作,为电商平台提供知识产权侵权投诉处理等方面的专业指导和服务。2016年,苏宁易购加入"杭州市电子商务反假联合会",启动了"苏宁优品工程项目",参与了"企业产品质量承诺"等行动,取得了积极成效。

2017年, 网易考拉海购与跨境电子商务商品质量安全风险国家

监测中心签署跨境电商产品质量共治合作备忘录,在信息互通、数据共享、质量共治、协同处置等多个方面开展合作,建立常态化的跨境商品质量监督抽查合作机制,共同商议制定跨境商品自检自控计划,并按照各自职能落实抽检、反馈及处置等工作。

#### (二) 拓展合作联动

知识产权权利人在互联网知识产权保护中扮演着重要角色,及时发现侵权、便捷反映问题、快速有效处理、降低自身损失,是权利人共同的期盼和诉求。为此,阿里巴巴、京东、苏宁等探索形成了行之有效的电商平台与权利人共治的知识产权保护模式。

2016 年 7 月,阿里巴巴开发的全球首个电商+权利人共建体系——"权利人共建平台"正式上线。平台通过大数据模型识别并向权利人提供疑似侵权链接,权利人进一步核实确认侵权后可实现线上"一键维权"。截至 2018 年 4 月,与阿里巴巴进行权利人共建的品牌超过 250 个,其中国外品牌 183 个。通过权利人共建平台,知识产权权利人这一侵权行为的直接受害者深度参与到电子商务知识产权保护活动中,实现了与权利人及时沟通产品信息,不断调整优化数据模型,更有效、精确地打击侵权行为。2017 年 1 月,全球首家由电子商务平台发起的知识产权保护联盟——阿里巴巴打假联盟正式成立,目前联盟已有成员 132 个,覆盖 16 个国家和地区,在线上知识产权保护、线下执法协作、知识产权诉讼、公众教育等方面实施全方位合作。

苏宁、京东等电商平台也积极加强与权利人的合作。苏宁易购联合伊利、百草味、天津狗不理、飞利浦、青岛啤酒、海尔、方太等 9 大品牌发起正品联盟活动。京东着力打造正版授权生态圈,与微软携 手实施"正京计划",为京东平台 41 家 DIY 品牌销售的 PC 产品提供预装正版 Windows 10 操作系统服务。目前,与京东建立知识产权保护合作的企业超过 1,100 家。

各大电商平台还与相关国际组织和行业组织建立合作关系。阿里巴巴与世界知识产权组织(WIPO)、国际刑警组织(International Criminal Police Organization, INTERPOL)、国际商标协会(International Trademark Association, INTA)在知识产权保护方面保持了良好的沟通与协作,同时与国际反假冒联盟(IACC)、美国电影协会(MPAA)、商业软件联盟(Business Software Alliance, Inc.,BSA)等也保持了积极的合作关系。京东与优质品牌保护委员会(Quality Brand Protection Committee, QBPC)、英中贸易协会(British-Chinese Trade Association,CBBC)、日本贸易振兴机构(Japan Trade Promotion Agency,JETRO)、美国电影协会(MPAA)、大韩贸易投资振兴公社(Korea Trade and Investment Promotion Agency,KOTRA)等开展合作联动。

# (三)创新大众评审

鼓励社会组织和公民参与网络共治是现代网络社会治理的内在需要。《2006-2020年国家信息化发展战略》提出,坚持依法治网,加快建立政府引领,企业、社会组织、技术社群、公民共同参与、相互协作的互联网治理机制。

2012 年,阿里巴巴创设了大众评审机制,并将该机制引入知识产权保护领域,帮助平台快速认定并解决明显的品牌抄袭等问题。目前,参与到大众评审机制中的会员接近 500 万人,累计完成纠纷判定超过 1 亿次。大众评审机制是西方陪审团模式在电子商务平台治理中

的运用至实践,强调普通网民的广泛参与,并为创建替代性"在线纠纷解决机制"提供了样本,是一种极具创新性的社会治理模式的尝试。

#### (四)深化多元共治

电子商务知识产权保护体系建设应当以激励相关各方实现合作和共同治理为要义,推动包括政府、电子商务平台、权利人、消费者、社会公众等在内的多方主体共享治理信息和治理技术,以协同共治实现互利共赢。

2018 年,为使执法机关、知识产权权利人、平台各方能够共同分享打假经验、共享治理信息,阿里巴巴在全球范围内率先创设了开放式、生态化共享共治平台。目前,该平台已开设"打假云课堂""权利人讲堂""打假线下交流班"等分享课堂,邀请权利人、执法人员等担任义务讲师。截至 2018 年底,通过线上授课、线下交流等方式,为全国 9,000 多名基层执法人员分享了打假经验。

目前,多元共治已成为电子商务知识产权治理模式的变革方向,需要政府、市场、社会组织、公民等主体明确各自的责任与义务,进一步实现企业、消费者等社会力量的广泛参与和群防群控。

# 四、智慧之治: 技术创新驱动治理手段升级

《2018 阿里巴巴知识产权保护年度报告》显示,2018 年,96%的疑似侵权链接一经上线即被封杀,因疑似侵权被平台主动删除的链接量下降 67%,品牌权利人投诉量下降 32%。被消费者举报删除的疑似侵权假冒产品链接量下降 70%。被行政执法机关要求协查的知识产权侵权案件量下降 64%。每 1 万笔订单中仅有 1.11 笔为疑似侵权假冒产品,比去年同期再降 26%。自 2015 年以来,消费者因怀疑买到侵权假冒产品而发起的退款比例在逐年下降,消费者对平台的信任

度不断上升。

数据背后,是阿里巴巴等中国电商企业持续投入、不断升级打假 技术所付出的努力。2018年,阿里巴巴在原有的商品大脑、侵权假 冒产品甄别模型、图像识别算法、语义识别算法、商品知识库、实时 拦截体系、生物实人认证、抽检模型、政企协同平台等技术的基础上, 开创性地将语义情感分析、商家全景视图、直播防控体系等新技术应 用于知识产权保护,将可疑商品、可疑商家拒之门外。

同时,人工智能技术也被广泛用于商品信息识别和店铺认证上。运用深入的优质算法模型,阿里巴巴在风控上已经覆盖超过 40 种风险类别;凭借强大的风控引擎计算能力,以最高每日 300 亿次风险扫描、峰值超过 200 万次/秒的速度,做到实时、近线、离线三层防控;利用机器学习技术,随时调整打假模型的算法和信息维度,以识别和拦截侵权假冒商品和售假者。

阿里巴巴运用图片算法技术及云计算等技术,通过原创保护计划,原创商家能够通过电子存证技术及算法验证快速获得原创设计存证。当出现设计纠纷时,可以通过大众评审机制对涉嫌抄袭商品做判断,并依据平台规则进行维权。

运用基于阿里巴巴大数据的"关联账户识别技术",对于因劣质、侵权假冒产品或欺诈等严重违规被关店的卖家,不仅其本人永远无法再开店,而且通过大数据识别出来其利用他人身份注册或实际控制的账号也将无法开店。

2018 年 3 月,阿里巴巴旗下的天猫国际和菜鸟物流宣布全面启 用区块链技术跟踪、上传、查证跨境进口商品的物流全链路信息。京 东全球购宣布将借助区块链技术,将商品原材料来源、生产过程、流 通过程、营销过程的信息进行整合并写入区块链,实现一物一码全流程正品追溯。

京东平台还构建了"京盾系统"和"天鉴系统",通过大数据对疑似侵权假冒产品进行鉴别,对于鉴别出来的问题商品,由专门的品牌保护团队进行匿名购买,并送至第三方对商品进行检验鉴定。

事实表明,借助互联网、大数据、区块链等新技术,可以更加精准地打击侵权违法行为,更好地保护知识产权权利人的利益,节约维权成本,降低侵权风险,并有助于推动全社会知识产权意识的提升。

### 五、难题与困境: 电子商务知识产权保护的"全球问题"

尽管在立法机关、执法机关、权利人、消费者、电子商务平台等 各方的共同努力下,电子商务领域知识产权保护相关数据、指标持续 向好,但依然面临诸多需要持续推动解决的问题。

# (一) 跨境维权难题

近年来,中国跨境电商规模迅速扩大,据海关统计,2018年我国跨境电子商务零售进出口商品总额为1347亿元,同比增长50%。电子商务的地域范围在不断拓展,跨境电子商务潜力不断被释放,这些新的变化也带来了新的挑战——制假售假产业化、全球化态势愈演愈烈,跨境维权成为知识产权保护新的难题。

相比于一国境内的侵权假冒产品治理,跨境电子商务知识产权侵权案件涉及的侵权人和受害人的范围更大,打击的难度也明显增大。境外侵权假冒产品生产者销售者向劳动力成本低的发展中国家加工企业定制侵权假冒产品,并通过跨境贸易的方式销售至全球多个国家。一些境外制假售假分子还通过 Instagram、Facebook 等境外社交

媒体平台为侵权假冒产品引流,并通过跨境贸易的方式输送至其他国家。另外,各国之间知识产权法律规则的不一致,也增加了跨境电子商务维权成本,特别是对于权利人而言,跨境权利救济成本之高常令其难以负担。这些都给打击跨境电子商务知识产权侵权和我国跨境电商持续健康发展带来巨大挑战,不仅需要平台自身加强应对,更需要全球协同治理。

#### (二)平台治理困境

与传统商务不同,电子商务生态系统以电子商务平台为依托,交易双方通过平台的居间来完成电子交易和服务,平台的法律定位与责任认定也应与此相适应。实践中,面对恶意侵权、恶意抢注、不正当竞争等行为,如果过分信任投诉,则可能让卖家失去抗辩和举证的机会,误伤商家的正常经营权,因为投诉人的一纸通知直接将店铺商品下架;而如果确系侵权,则又可能因为侵害后果加大而要承担连带责任。电子商务平台作为商业经营者,而非知识产权专业机构,难以对侵权与否做出准确判断,面临着法律义务承担与平台生态治理的两难困境。

# 六、发展与展望: 电子商务知识产权保护的"中国道路"

习近平总书记在主持召开中央财经领导小组第十六次会议时指出, "产权保护特别是知识产权保护是塑造良好营商环境的重要方面。"李克强总理在今年7月3日的国务院常务会议上部署完善跨境电商等新业态促进政策,强调要"引导相关电商平台加强知识产权维权服务"。

尽管还存在诸多困境有待破解,但中国电子商务知识产权保护整体向好的态势已毋庸置疑。面对未来的机遇与挑战,中国电子商务知

识产权保护将立足当前,谋划长远;在变革中谋发展,在发展中求变革;期待为全球共治提供新方案,为创新发展注入新动能。

### (一)合作与对话—电子商务知识产权保护的拓展之道

随着互联网产业的迅速发展和全球化的快速兴起,商品和服务已无国界限制,跨境电商、服务贸易方兴未艾,各主体间的合作与对话亟需拓展和加强,执法机构、电子商务平台、知识产权权利人、商家、消费者之间,对于网络营商环境合力管控、共同治理的模式正在形成并发挥着越来越重要的作用。

中国电商深谙知识产权在技术革新和经济发展中的重要作用,也确信拓展合作与加强对话是最有效的知识产权保护路径之一。面向未来,中国电商本着"推动合作对话,实现互利共赢"的积极态度,探寻电子商务知识产权保护新趋势、新举措,从发挥各自优势、加强合作交流等方面谋求融入知识产权保护大格局,巩固和发展持续且有效的知识产权保护成果,实现资源互补、市场共享、合作共赢。

# (二)创新与升级—电子商务知识产权保护的腾飞之基

于中国电子商务企业而言,保护知识产权从来都不是终点,激励创新创造、塑造更好营商环境,既是知识产权保护工作的出发点,也是落脚点。在大众创业、万众创新的大背景下,电商平台已成为创造知识产权成果的重要"孵化器"。仅淘宝平台一家,目前就活跃着近10万户原创商家,每天都有大量的原创设计、原创商品甚至原创的服务模式诞生,并通过网络迅速传播。

大力倡导"尊重知识、崇尚创新、诚信守法"的知识产权文化, 营造稳定公平透明可预期的营商环境,维护公平有序的竞争秩序,已 经成为全社会的共识。各级政府、司法机关、电子商务平台,以及社 会各界携手推进电子商务知识产权保护所付出的不懈努力和取得的优异成绩举世瞩目。

随着数字经济时代的到来,未来电子商务行业的大发展,将会依托日新月异的技术手段、齐心协力的共同治理和日臻完善的知识产权保护标准与规则体系,为明日中国乃至世界经济发展提供强劲动力。

### 结 语

回溯到 1998 年,阿里巴巴、中国制造网等B2B电子商务企业成立; 2003 年,淘宝网、京东商城等B2C电子商务平台崛起。近 20 年来,中国电商同侵权假冒展开了艰苦斗争,在知识产权保护上真投入、勇创新、出实招,取得了显著成绩,形成了科技、商业、法律"三位一体"的治理体系,实现了由技术治理向治理技术的转变,标志着电子商务知识产权保护的"中国模式"已经初步形成。今年 4 月,阿里巴巴知识产权保护团队获得了由"奢侈品法律联盟"颁发的"知识产权保护和科技创新奖"<sup>10</sup>; 5 月 22 日,《世界商标评论》(World Trademark Review)宣布,阿里巴巴因以最高标准保护知识产权,获得 2019 年度"亚太地区最佳团队",成为该奖项设立 11 年来首次获奖的中国企业。<sup>11</sup>

回顾过去,中国电商以严格知识产权保护、促进新兴业态发展为契机,在实践中不断总结提升平台治理能力和维权服务水平,努力构建更全面的平台规则、部署更积极的主动防控、优化更便捷的维权机制、推进更广泛的社会共治、深化更开放的国际合作,逐渐走出一条具有中国特色的电子商务知识产权保护之路。

展望未来,中国各级政府、司法机关将进一步加强网购等重点领域知识产权执法,进一步加强区域间联合执法和执法协作,探索建立更加快速、高效的电商知识产权行政保护机制,实现对侵权假冒行为的精准打击、快速打击,为电子商务持续健康发展营造更好的知识产权保护环境。中国电商也将继续响应政府号召、紧跟时代脚步,在政

<sup>&</sup>lt;sup>10</sup>Alizila, https://www.alizila.com/alibaba-wins-award-for-leadership-in-ip-protection/

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup>Alizila, https://www.alizila.com/world-trademark-review-industry-awards-alibaba/

府的引导与指导下积极配合相关工作,为中国经济发展增添新动能。

放眼全球,构建适应新技术的知识产权治理体系是全世界共同的希望与诉求。中国电商将与各国同行一道,探索解决行业难题,为进一步加强电子商务领域知识产权保护贡献中国方案和中国经验,共同开创数字经济时代全球知识产权保护新格局。

#### 主要参考资料

- [1] 中国日报网:《美国司法委员会副主席柯林斯:"我发现美国公司打假远远落后于阿里巴巴"》,2019年7月20日.
  - [2] 人民网 人民日报:《李克强主持召开国务院常务会议》,2019年7月4日发布.
- [3] 人民网 人民日报:《携手共进,合力打造高质量世界经济——在二十国集团领导 人峰会上关于世界经济形势和贸易问题的发言》,2019 年 6 月 29 日发布.
- [4] 人民网舆论与公共政策研究中心和版权渠道部:《中国电商知识产权保护创新实践研究报告(2019)》,2019年6月15日发布.
- [5] 前瞻产业研究院: 2018 中国跨境电商行业分析报告《站在风口上的跨境电商》, 2019 年 6 月 10 日发布.
- [6] 国务院新闻办公室:《关于中美经贸磋商的中方立场》白皮书,2019年6月4日发布.
  - [7] 商务部电子商务与信息化司:《中国电子商务报告 2018》,2019年5月发布.
- [8] 国务院新闻办公室:《中国知识产权保护与营商环境新进展报告(2018)》,2019年5月15日发布.
  - [9] 京东:《京东区块链技术实践白皮书(2019)》,2019年4月发布.
  - [10] 人民出版社:《2019年国务院政府工作报告》,2019年3月5日出版.
- [11] 南方都市报:《假货治理现实难题:制售假团伙跨平台流窜,"洼地效应"日益凸显》,2019年1月10日报道.
- [12] 阿里巴巴平台治理部:《2018 阿里巴巴知识产权保护年度报告》,2019 年 1 月发布.
- [13] 中投顾问:《2019-2023 年中国电子商务市场投资分析及前景预测报告》,2018年6月发布.
- [14] 阿里巴巴知识产权研究院:《中国电子商务知识产权保护回顾与展望》,2018年4月20日发布.
- [15] 阿里巴巴平台治理部:《2017 阿里巴巴知识产权保护年度报告》,2018年1月发布.

[16]王炳南:《国内外电子商务的现状与发展》,十二届全国人大常委会专题讲座第二十九讲.

[17]阿里巴巴集团副总裁孙军工、阿里巴巴法律研究中心邱福恩:《2135 亿背后的知识产权保护引擎》,2018年11月27日.

[18]中国知识产权报:《以主动防控和侵权投诉相结合,从科技、商业、法律三个维度着手——打造电商知识产权保护"阿里模式"》,2019年5月23日.

[19]阿里巴巴平台治理部:《阿里巴巴知识产权保护手册》.

[20]阿里巴巴打假联盟:《互联网时代的知识产权保护--技术驱动下的合作共治》,2018年.

- [21] Ali ghorbani, Mohammad BakhtaznmayBonab. Globalization and the Role of E-commerce in Its Expansion [J]. Journal of Basic and Applied Scientific Research, 2013(3).
- [22] WIPO, Understanding How Intellectual Property (IP) Relates to E-Commerce, https://www.wipo.int/sme/en/e\_commerce/ip\_ecommerce.htm
  - [23] Peter K Yu. Intellectual propertygeographies[J]. The WIPO journal, 2014, 6(1):11.
- [24] Tom Brennan, Alibaba Shows Continued Success in IP Protection, Alizila. https://www.alizila.com/alibaba-report-highlights-continued-success-in-ip-protection/
- [25] Jim Erickson, Susan Wang, At Alibaba, Artificial Intelligence Is Changing How People Shop Online, Alizila.

https://www.alizila.com/at-alibaba-artificial-intelligence-is-changing-how-people-shop-online/

[26] IPKEY.IP protection in E-Commerce: EU China business exchanges[EB/OL][2017].

http://www.ipkey.org/en/resources/ip-information-centre/21-internet-related-legislation-and-ip-protection-online/4125-ip-protection-in-e-commerce-eu-china-business-exchanges.

[27] Adam Najberg, Counterfeiters Can Run, But Can't Hide FromAlibaba'S Big Data. Alizila.

https://www.alizila.com/alibabas-big-data-means-counterfeiters-can-run-cant-hide-ipr-enforc ement/

[28] DANIEL GERVAIS. The Landscape of Collective Management Schemes[J].

Columbia journal of law & the arts (2011) 34:591

[29] Ong C E. B2C E-Commerce Trust in Redress Mechanism (Cross-Border Issues) [J]. Informing Science, 2003.