



国家知识产权局知识产权发展研究中心  
Intellectual Property Development & Research Center Of CNIPA

# 中国电子商务 知识产权 发展研究报告 2021

国家知识产权局知识产权发展研究中心



## 指导单位

国家知识产权局知识产权保护司

## 支持单位（企业以拼音为序、排名不分先后）

阿里巴巴集团、敦煌网、虎牙直播、京东集团、快手、上海寻梦、  
苏宁易购、腾讯、小米集团、字节跳动

## 负责人

白剑锋 胡军建

## 指导专家

韩秀成 宋敏青 韩家平 王 淇 薛 军 薛 虹  
杜 颖 刘晓春 张 韬

## 工作组（以姓氏笔划为序、排名不分先后）

丁 玮 王 为 王旭明 王 珏 邓思迪 卢 苑  
宁峻涛 刘奕诗 刘艳霞 李 文 李 丽 李 骏  
李 梅 邱福恩 何陈棋 宋纯峰 宋 玥 宋炎炎  
张子都 张呈玥 陈泽欣 陈晓琳 武定国 房 燕  
查丽丽 秦高飞 栗春亮 郭 星 郭晨辉 康丹丹  
黎 金

## 中文报告

陈泽欣 张呈玥 黎 金 李 骏

## 英文报告

刘婉婷 张呈玥

## 前言

---

2021 年是具有里程碑意义的一年。中国共产党迎来百年华诞，以习近平同志为核心的党中央团结带领全党全国各族人民，总结党的百年奋斗历史经验，如期全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标，开启全面建设社会主义现代化国家、向第二个百年奋斗目标进军新征程。中国知识产权事业发展也开启了全面建设知识产权强国的新征程。

面对复杂严峻的国内外形势和诸多风险挑战，特别是在新冠疫情的持续影响下，我国电子商务保持了良好发展势头，国家统计局数据显示，2021 年，全国网上零售额达 13.1 万亿元，同比增长 14.1%，电子商务在推动经济逐步复苏、促进实体经济与数字经济融合发展方面正在发挥越来越重要的作用。在中国各级政府、电商平台、行业协会组织和广大消费群体的共同努力下，电子商务领域知识产权创造、保护、运用、服务等各项工作持续强化，电子商务领域知识产权治理日趋规范，治理水平显著提升，为维护电商领域公平竞争秩序、推动区域经济协同发展、营造各类市场主体和创新主体竞相发展的良好营商环境，提供了更多知识产权解决方案。

电子商务知识产权绘就新蓝图。新时期党和国家的知识产权事业发展蓝图已经绘就，也为电商领域知识产权发展提供了全新的目标与方向。2021 年，中共中央、国务院印发《知识产权强国建设纲要（2021-2035 年）》，第一次以中央文件的形式对知识产权做出中长期战略部署，明确提出构建响应及时、保护合理的新兴领域和特定领域知识产权规则体系，建立健全新技术、新产业、新业态、新模式知识产权保护规则，探索完善互联网领域知识产权保护制度。中央经济工作会议将强化知识产权保护纳入微观经济政策，作为持续激发市场主体活力的重要举措。国务院印发《“十四五”国家知识产权

保护和运用规划》，继“十三五”时期后第二次将知识产权规划列入重点专项规划，做出了统筹推进专利法、商标法、著作权法、反垄断法、科学技术进步法、电子商务法等相关法律法规的修改完善，完善电子商务领域知识产权保护机制，完善网络直播等领域著作权保护制度等重要部署。这些战略部署，凸显了党中央国务院对知识产权的高度重视，电子商务领域作为重要的经济形态和蓬勃发展的创新业态，其发展背后也离不开互联网、大数据、人工智能等新技术的广泛应用，知识产权保护水平的全面提升，必将推动电子商务领域知识产权创新发展，为电商发展提供强劲动力。

电子商务知识产权迎来新规范。2021年，新修改的《专利法》已于6月1日正式实施，加大对侵犯专利权的赔偿力度，进一步加强对专利权人合法权益的保护。《中华人民共和国刑法修正案（十一）》正式施行，大幅提升知识产权犯罪量刑处罚力度，为从严从重打击侵犯知识产权犯罪的行为奠定了坚实的法治基础。市场监管总局发布《关于修改〈中华人民共和国电子商务法〉决定（征求意见稿）》，聚焦知识产权治理的保护和投诉机制条款，针对恶意投诉、未依法采取必要措施加重处罚等内容做出规定，进一步传递了加强知识产权保护、规范平台经济秩序的强烈信号。市场监督管理总局印发《网络交易监督管理办法》，对电子商务平台和电子商务相关的网络交易行为相关定义进一步明确，并提出了针对性的规制要求，为电商知识产权保护提供了参考依据。我国首个明确电子商务领域知识产权推荐性国家标准——《电子商务平台知识产权保护管理》国家标准（GB/T 39550—2020）正式实施，一批电商平台企业积极贯彻国家标准，在推动平台知识产权保护和管理规范化中迈出新步伐。

电子商务知识产权实现新突破。在政府、平台、社会的共同推动下，电子商务领域的知识产权“大保护”格局正在构建形成。在共享共治的知识产权合作下，电子商务知识产权保护水平正在持续提升，而电商平台在推进知识产权运用和服务等方面也开始发挥越来越重要的作用。电商平台已经成为

保护原创、培育自主品牌、推动知识产权创新与发展的重要舞台。据统计，2021年我国网络零售市场中，不少体现中华优秀传统文化的非遗特色产品成为新的国潮商品，销售额同比增长39%；在线文娱市场快速恢复，在线文娱场次次数同比增长1.2倍。电商平台在促进地理标志保护与运用，推动区域品牌发展和价值实现，助力乡村振兴方面也发挥着重要作用，商务部数据显示，2021年全国农村网络零售额2.05万亿元，比上年增长11.3%，全国农产品网络零售额4221亿元，同比增长2.8%<sup>1</sup>。一批电商平台积极探索，推出了一系列助力中小商家和市场主体的知识产权服务工具，为中小企业发展提供了新动能。

电子商务知识产权面临新挑战。海关数据显示，跨境电商进出口额达1.98万亿元，增长15%；其中出口1.44万亿元，增长24.5%。跨境电商蓬勃发展，带来跨境电商涉及平台与商户的数量和规模不断扩大，由于跨境知识产权规则与国际贸易环境的复杂性，诸多知识产权问题依然在挑战着电子商务这个看似成熟却仍在不断快速演化的业态。同时，随着电子商务赖以生存发展的持续业态创新，也为知识产权领域的监管提出了更多、更高的要求，需要各方主体和全球、全社会的共同关注与协力解决。

本年度报告依然延续以“法治护航、平台治理、社会共治、智慧之治”的“四治”理念为主线，进一步强化对于电子商务知识产权保护、运用以及跨境电商治理等诸多问题的关注。面对新形势、新要求，我中心在国家知识产权局知识产权保护司的关怀和指导下，认真贯彻落实中央决策部署，坚持问题导向，全面展现我国电子商务知识产权的新发展与新探索，为建设“中国特色、世界水平”的知识产权强国，贡献更多的电子商务知识产权保护“中国经验”，也为政府部门、电商企业及相关研究机构提供参考。





# 目录

---

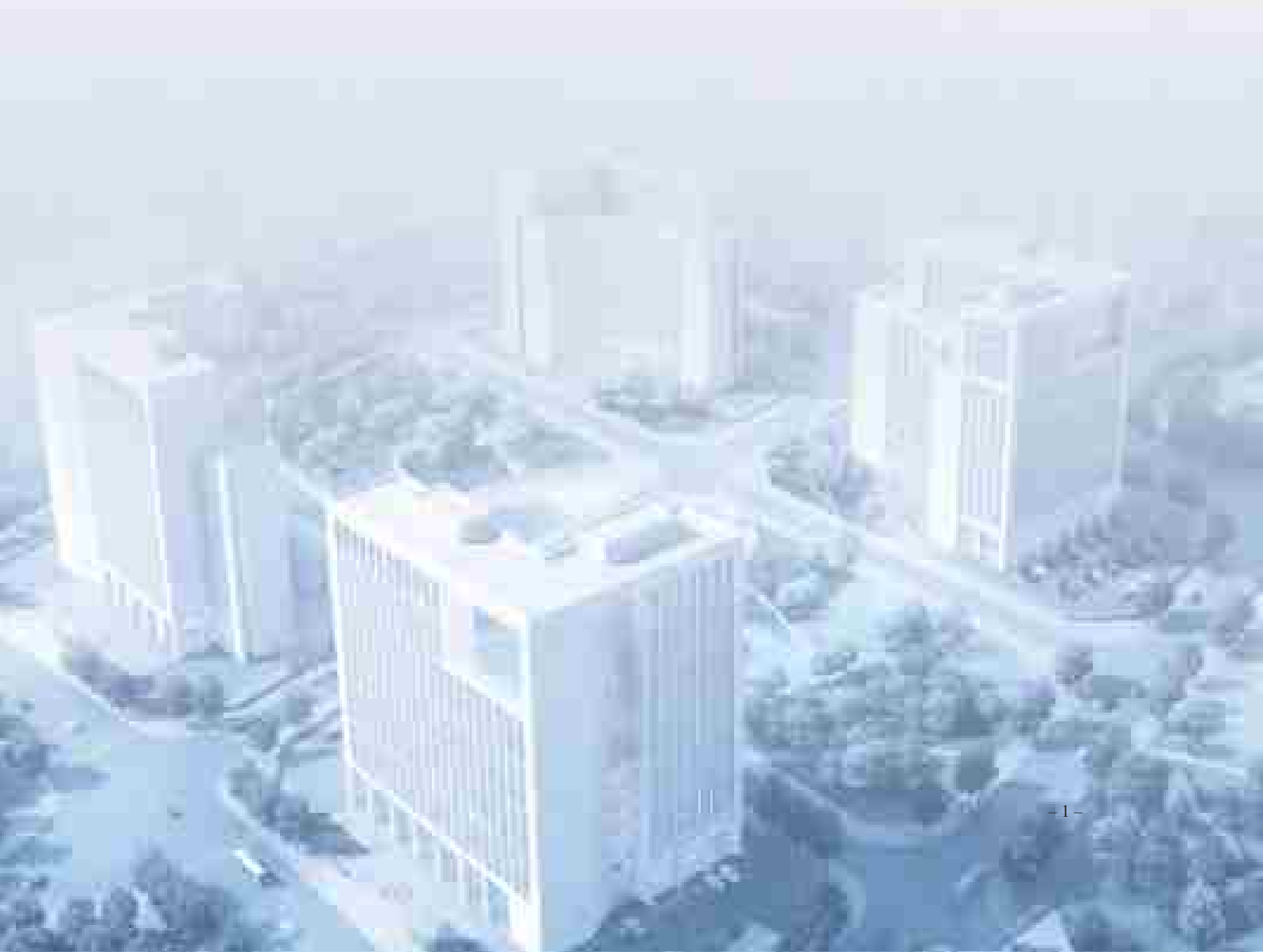
前言	I
第一章 法治护航——顶层设计日臻完善	01
(一) 法律法规	02
(二) 政策规划	03
(三) 司法保护	04
(四) 行政保护	04
(五) 地方实践	05
第二章 平台治理——平台治理体系前瞻布局	08
(一) 治理规则与治理体系日益完善	09
(二) 信用评价及应用机制体系建设不断拓展	11
第三章 社会共治——共治共享的深入联动	14
(一) 共治：多方合作新联动	15
(二) 共享：社会责任与担当	18
第四章 智慧之治——电商知识产权保护新基建	21
(一) 技术优化推动打假体系升级完善	22
(二) 技术赋能知识产权促进产业发展	23
(三) 技术溢出助力企业产业价值提升	25
第五章 跨境电商——新发展格局的重要赛道	26
(一) 势如破竹：双循环中的跨境电商新发展	27
(二) 稳扎稳打：跨境电商的新形势与新要求	27
(三) 和谐共进：跨境治理规则协调的理念与倡议	29
结语：问题与展望	32



# 第一章

## 法治护航——

## 顶层设计日臻完善



---

依法保护知识产权，是全面依法治国的重要内容。日臻完善的法治顶层设计是电子商务知识产权保护之矛。2021年，结合全球治理体系的复杂变化对电子商务知识产权保护提出的新挑战，以及我国电子商务领域发展实际，充分借鉴目前我国电子商务平台知识产权保护已有经验，国家持续发力，通过制定法律、政策，严格司法、执法，积极引导电子商务知识产权保护和管理，有效规范电子商务平台知识产权保护责任义务，推动电商行业健康有序发展。

---

## （一）法律法规

深化电子商务知识产权治理重点。为加强知识产权保护，规范平台经济秩序，市场监管总局发布《关于修改〈中华人民共和国电子商务法〉决定（征求意见稿）》，聚焦《电子商务法》知识产权治理的保护和投诉机制条款，对网络电商被恶意投诉问题，通过延长反通知后等待期、增加担保中止处罚规定，增加被投诉商家申诉期、缩短等候期，避免因不当处罚行为造成平台商家合法权益受到损害，有利于进一步制止滥用知识产权行为，通过增加电子商务平台经营者对平台内经营者实施侵犯知识产权行为未依法采取必要措施的加重处罚情节，“对情节特别严重的，有关部门可以限制其开展相关网络经营活动，直至吊销网络经营相关许可证”，进一步加强知识产权保护，规范平台经济秩序，促进电子商务持续健康发展，有效维护电子商务领域市场竞争秩序。

**加大知识产权刑事犯罪打击力度。**《中华人民共和国刑法修正案（十一）》自2021年3月1日起正式施行，进一步深化强保护理念，大幅提升著作权、商标权等相应知识产权犯罪的量刑处罚力度，同时增加侵犯商业秘密犯罪行为类型、新增规定商业间谍犯罪，加大犯罪惩治力度，为严格办理随着社会发展而不断涌现的知识产权犯罪新类型案件，从严从重打击侵犯知识产权犯罪的行为奠定了坚实的法治基础。

## （二）政策规划

2021年，党中央、国务院集中部署出台了知识产权领域一系列重大政策、规划，持续加强知识产权保护工作顶层设计。

**知识产权纲要、规划制定。**为统筹推进知识产权强国建设，全面提升知识产权创造、运用、保护、管理和服务水平，充分发挥知识产权制度在社会主义现代化建设中的重要作用，2021年9月22日，中共中央、国务院正式印发《知识产权强国建设纲要（2021-2035年）》，明确提出要构建响应及时、保护合理的新兴领域和特定领域知识产权规则体系，建立健全新技术、新产业、新业态、新模式知识产权保护规则，对电子商务知识产权保护工作提出新要求。2021年10月28日，国务院印发《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》，要求统筹推进电子商务法律法规的修改完善，完善电子商务领域知识产权保护机制，完善跨境电商知识产权保护规则，进一步为知识产权事业实现高质量发展，有效支撑创新驱动发展和高标准市场体系建设指明落实方向。

**电子商务领域发展规划出台。**2021年10月，商务部、中央网信办和发展改革委编制发布《“十四五”电子商务发展规划》，其中明确，要统筹推进电子商务相关法律法规制订修订，探索建立新领域新业态知识产权保护制度和监管框架。同时积极推进电子商务技术产业化行动，加强专利申请和保护，对科技创新成果、领先商业模式等进行商标品牌化建设。统筹开展电子商务知识产权保护行动，督促电子商务平台建立健全知识产权保护制度，压实平

台经营者知识产权保护主体责任，落实其他相关经营主体责任和义务，推动知识产权数据在电子商务领域的共享和应用，完善投诉处理机制，探索建立电子商务平台知识产权保护指数评价机制，科学评估电子商务平台知识产权治理成效。细化和落实“通知—反通知”制度，健全相关保全制度，加强司法保护和行政执法衔接。进一步推动知识产权侵权惩罚性赔偿制度建设与完善，加大损害赔偿力度。

### （三）司法保护

**明确政策措施。**2021年10月29日，最高人民法院发布《最高人民法院关于加强新时代知识产权审判工作为知识产权强国建设提供有力司法服务和保障的意见》，从工作要求、公正司法、提升效能、深化改革四个方面，就全面加强新时代知识产权审判工作提出20条政策措施，要求要加强互联网领域和大数据、人工智能、基因技术等新领域新业态知识产权司法保护，加强对平台企业垄断的司法规制，强化平台经济等重点领域案件审理和宣传，进一步加强新兴领域知识产权保护，服务新领域新业态规范健康发展。

**推进案例指导。**最高人民法院知识产权法庭通过微信公众号等多媒体渠道定期发布典型案例摘要，涉电子商务平台知识产权侵权纠纷案件，重点对电子商务平台侵害专利权纠纷反向行为保全的适用案件进行梳理介绍，明确被诉侵权人提出行为保全申请时法院审查考虑因素、担保方式、担保金确定等内容，加强实务操作指导，为技术类知识产权审判提供裁判指引参考。

### （四）行政保护

**优化创新环境及营商环境。**国家知识产权局发布《关于深化知识产权领域“放管服”改革优化创新环境和营商环境的通知》，提出要加快推进电子证书在电商平台、维权举证等领域的应用，通过加强电子商务领域知识产权保护，向主要电商平台开放专利权评价报告数据接口，推动平台履行主体责任，

快速处置实用新型和外观设计专利侵权投诉，加大对电商平台商户无资质开展专利代理行为的打击力度，规范线上商标代理和交易行为，加强对电商平台开展代理业务的协同监管。

诚实守信是市场经济的重要原则，我国信用评价及应用机制的深度与广度不断拓展。2021年8月1日，市场监管总局公布《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》《市场监督管理行政处罚信息公示规定》《市场监督管理信用修复管理办法》等3个部门规章和规范性文件。其中，《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》扩大严重违法失信名单列入范围，明确故意侵犯知识产权，提交非正常专利申请、恶意商标注册申请损害社会公共利益，从事严重违法专利、商标代理行为将列入严重违法失信名单。《市场监督管理信用修复管理办法》健全完善信用修复制度，鼓励违法失信当事人重塑信用，保护经营主体的合法权益，推动构建以信用为基础的市场监管长效机制。

全面保护奥林匹克标志知识产权。国家知识产权局、国家市场监督管理总局联合印发《北京2022年冬奥会和冬残奥会奥林匹克标志知识产权保护专项行动方案》，提出要重点强化商品生产集中地、销售集散地、电商平台总部所在地奥林匹克标志保护，推动违法线索互联、监管标准互通、行政执法信息共享，加强与电商平台知识产权保护工作联动和信息推送机制，提升互联网领域奥林匹克标志知识产权保护效率。

## （五）地方实践

近年来，电子商务在扩内需、促消费中扮演着重要角色。电子商务业态发展呈现出较强的创新性、复杂性，强化电商领域知识产权保护工作、维护消费者权益十分必要而紧迫。2021年，各地积极开展电子商务知识产权保护监管及执法，指导电商企业开展自查自律，积极协调侵权假冒线索移送，不断提高知识产权保护成效。

**加强地方立法。**浙江省第十三届人民代表大会常务委员会第三十一次会议通过《浙江省电子商务条例》<sup>2</sup>，针对浙江省行政区域内的电子商务及其监督管理活动，条例第二十一条明确规定，电子商务平台经营者应当建立知识产权保护规则，建立健全知识产权举报投诉、纠纷解决、信用评价等机制。北京市知识产权局就《北京市知识产权保护条例（草案公开征求意见稿）》公开征求社会意见，重点对网络服务提供者及电子商务平台经营者知识产权保护责任相关内容进行讨论研究<sup>3</sup>。安徽省印发《安徽省知识产权保护办法》<sup>4</sup>，提出要推动在知识产权管理部门与电子商务平台经营者、行业组织、社会专业机构在涉案线索和信息核查、重点商品流向追踪、取证与存证、专业化纠纷解决合作等方面加强治理。为加快推进海南自由贸易港建设，加强知识产权保护的区域与国际协作，《海南自由贸易港知识产权保护条例》提出，电子商务平台经营者应当建立知识产权保护内部管理制度和侵权投诉快速处理机制，配合知识产权具体管理部门处理知识产权纠纷和查处违法行为，及时采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施，制止平台内经营者的侵权行为或者违法行为，维护知识产权权利人合法权益<sup>5</sup>。

**规范服务标准。**浙江省市场监督管理局发布《电子商务领域知识产权侵权咨询服务规范》<sup>6</sup>，集中对咨询服务提供者、服务内容、信息流程管理、服务实施、评价与改进要求等内容进行了具体规定，进一步探索创新省级地方标准。

**加强管理指导。**2021年6月，上海市知识产权局、上海市版权局、上海市商务委员会联合印发《上海市电子商务知识产权保护工作若干意见（试行）》<sup>7</sup>，积极引导和规范电子商务平台经营者履行知识产权保护义务，提升电商平台知识产权风险防范和纠纷处理能力，明确包括知识产权部门、版权管理部门、电商行业组织、维权援助机构、电子商务平台经营者等主体在建立完善知识产权保护规则、处理疑难复杂知识产权纠纷等方面的主要工作内容，进一步促进平台经济规范健康发展。为有效保障直播电商平台经营者和



知识产权权利人的合法权益，增强直播电商从业人员的知识产权保护意识，2021年10月27日，广东省知识产权局印发《直播电商知识产权保护工作指引》<sup>8</sup>，具体对直播账号、直播内容、直播电商商家及平台知识产权保护投诉维权等进行指导，进一步提升直播电商行业知识产权合规管理水平。

**开展专项行动。**2021年3月，北京市知识产权局依据北京市委市政府《关于强化知识产权保护的行动方案》，集中开展2021年电商领域知识产权治理“护航”专项行动，通过与电商企业签署落实主体责任备忘录，指导电商联盟开展行业自律，帮助指导电商企业开展侵权判定，主动协调京外地区侵权线索移送，通过加强监管、引导自查、提供帮扶相结合的形式，促进电商企业不断提升知识产权治理体系和治理能力，营造尊重知识产权的良好氛围<sup>9</sup>。

## 第二章

# 平台治理——

# 平台治理体系前瞻布局

## （一）治理规则与治理体系日益完善

在疫情的持续影响下，电子商务对民生保供、扩大内需、品牌出海方面持续发挥重要作用，随之而来的电子商务知识产权的新型问题与保护需求也对电子商务平台知识产权治理带来了更大挑战。2021年6月1日，国家市场监督管理总局、国家知识产权局共同牵头制定的《电子商务平台知识产权保护管理》国家标准（GB/T 39550—2020）正式实施。这是我国首个明确规定电子商务平台知识产权保护管理的推荐性国家标准，标准严格遵照电子商务法、专利法、商标法、著作权法等相关法律法规，结合实际情况细化了相关主体的责任义务，对推动加强电子商务平台知识产权保护工作具有积极意义。目前已在上海市、江苏省、浙江省、安徽省等地方率先启动贯标试点工作，遴选出一批有代表性的电商平台作为试点单位，进一步探索电子商务平台知识产权保护治理新模式、新途径，为标准贯彻提供实践样本，探索在不同规模平台、不同经济发展地区推进标准实施的治理经验。

2021年的电子商务知识产权保护工作中，持续完善治理规则、聚焦完善治理体系、回应社会关切问题，依然是平台治理的重点方向。

一是更为便捷、简化的治理规则，在提高处理效率的同时，维护权益与正常经营的运转。随着法律法规和平台商家需求的不断更新，电商平台在完善知识产权保护规则的同时，注重加强规则的集成展示、优化治理流程，不断提升便捷性和效率，各类平台在借鉴阿里巴巴、京东等头部平台治理经验的基础上，也加快完善自身的保护规则。为降低申诉难度，贯彻平等普惠的保护理念，阿里巴巴将知识产权维权申请中的商标侵权理由由11个缩减为3个，降低品牌权利人学习成本，也让知识产权保护服务更人性、更便捷。在平台内知识产权维权流程与审批方面，苏宁发布了《苏宁易购知识产权举报平台操作指引》，对基本流程、重要时间节点、所需材料等以图文的方式进行阐述，方便投诉人与被投诉人进行操作；对内制定并发布了《知识产权举报平台审核后台实际操作指导》，对线上流程以及操作规范等进行了详细的

说明。微信重构了审核后台底层技术架构并优化审核后台界面设计，对客户端投诉入口证明进行材料简化，以提升审核系统底层处理能力和审核效率，进一步提高用户投诉体验。

二是更为广泛、全面的治理体系，回应直播等新型商业模式的需求。在主管部门推动、电商平台带动下，电商行业治理体系不断健全，针对直播电商等新型销售模式的特点，出台专门管理细则、开发适用流媒体的技术治理体系、开展专项整治行动，严格落实平台责任，建立全面管理体系。阿里巴巴关注到直播中商品侵权的隐秘性等问题，制定《淘宝直播管理规则》对直播中出现的推广假冒或盗版商品、发布的信息不当使用他人知识产权以及虚假宣传等行为进行约束和规范。同时，主播作为权利人，其劳动成果同样需要获得平等的保护，主播的姓名权、肖像权、直播中的封面图和直播流等，均通过平台规则的形式予以明确保护。抖音电商也针对商家和“达人”（即电商创作者）在已有的知识产权保护规则的基础进行修订和完善，加大了对商家侵犯知识产权的处罚力度，并增加了“达人”侵犯知识产权的相关处罚规则，以此约束平台内经营活动参与者的行为。快手电商也开展了“匹诺曹”行动，通过智能化的手段和用户的社会化力量主动提醒主播可能存在的违规行为，识别虚假宣传和炒作卖货行为，目前这一行动已经覆盖超过 65 万场直播，超过 800 万用户参与其中，处罚相关违规行为近 4.5 万次。

三是持续关注中小商家的需求，给予创业者发展上的支持。保护知识产权就是保护创新。中小企业是激发创新创造的活力源泉，创意也是创业者商业增长的重要驱动力。为了更好地令创意得到更充分的保护，为创业者提供更良好的平台发展环境，电商平台推出了针对中小商家及创业者的支持计划与针对性的知识产权保护措施。阿里巴巴的 Simp' Ali 知识产权合作计划，进一步加强对中小企业的支持。该计划旨在为中小型企业提供简化的知识产权保护工具，建立双方互信、畅通的知识产权沟通渠道。通过 Simp' Ali 计划，阿里巴巴能够更加快捷、方便地获得来自中小企业的知识产权保护建议，

2021年共有600多个中小企业线上维权账号加入该计划。短视频与直播平台汇聚了大量创意者，在用户将创意转化为创业的过程中，也获得了平台提供的发展支持。抖音电商在今年4月发布了反盗版倡议的“富知计划”，为创作者提供专业培训、专项活动等支持，帮助创作者通过抖音电商创作优质内容，获得更大的市场和机会。快手也在持续关注中小商家在品牌保护、品牌维权方面的需求，以平台为依托，协助提供平台证明、对接优质法律服务资源、帮助用户维权，为用户“刘妈妈的日常生活”等大众用户解决纠纷问题。京东通过打造品牌影响力帮助中小企业成长，通过品牌首购礼金、品牌会员日等活动，助力中小商家的新客转化率提高了4倍。

## （二）信用评价及应用机制体系建设不断拓展

诚实守信是市场经济的重要原则，我国信用评价及应用机制的深度与广度不断拓展。《知识产权强国建设纲要（2021-2035年）》明确，要健全知识产权信用监管体系，加强知识产权信用监管机制和平台建设，依法依规对知识产权领域严重失信行为实施惩戒。

2021年8月2日，市场监管总局公布《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》《市场监督管理行政处罚信息公示规定》《市场监督管理信用修复管理办法》等3个部门规章和规范性文件。其中，《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》扩大严重违法失信名单列入范围，明确故意侵犯知识产权，提交非正常专利申请、恶意商标注册申请损害社会公共利益，从事严重违法专利、商标代理行为将列入严重违法失信名单。《市场监督管理信用修复管理办法》健全完善信用修复制度，鼓励违法失信当事人重塑信用，保护经营主体的合法权益，推动构建以信用为基础的市场监管长效机制。

自2018年起，国家知识产权局与各部门密切协作，加强知识产权信用体系建设，签署了《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》等一系列知识产权信用体系建设文件，开展以信用为基础

的分级分类监管试点单位等工作。2021年9月、11月，国家知识产权局分别就《专利代理信用管理办法（征求意见稿）》《国家知识产权局知识产权信用管理规定（试行）（征求意见稿）》公开征求意见，旨在进一步建立健全知识产权领域信用管理工作机制，依法依规加强对商标抢注、非正常专利申请等行为的信用监管。文件对线上的知识产权代理平台也具有规范指导作用。建立健全知识产权诚信管理制度，将知识产权侵权行为信息纳入失信记录，强化对盗版侵权等知识产权侵权失信行为的联合惩戒，提升全社会的知识产权保护意识。

知识产权信用体系建设是电商平台治理的重要一环。《电子商务法》正式确立了“信用评价制度”，要求电子商务平台经营者建立健全信用评价制度，公示信用评价规则，为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径。互联网失信行为，尤其是电商平台上的行为具有匿名性、隐蔽性、低成本的特点。部分买家和卖家电商平台滥用权利、恶意投诉、刷单炒信等行为给平台治理带来了挑战，也是平台信用建设的重点。仅就刷单炒信这一行为，江苏省市场监管局2021年前11个月已办理案件182件、罚没金额1062.1万元<sup>10</sup>。

“双十一”促销前，市场监督管理总局向全国互联网平台企业和各地市场监管部门下发《关于规范“双十一”网络促销经营活动的工作提示》，旨在规范促销经营行为，指出要提高促销行为的公开化和透明度，禁止采取“先提价后打折”、虚构原价、不履行价格承诺等违法方式开展促销。同时，要求防范经营假冒伪劣商品行为。严格执行问题商品处置规则，对销售假冒伪劣商品及其经营者及时采取禁限措施，加强知识产权保护。商务部发布《电子商务企业诚信档案评价规范》行业标准，完善电子商务企业诚信档案，推动多方共建电子商务诚信体系，促进信用信息共享应用提供技术支撑，以解决电商经营中的信用信息分散，市场主体间信息不对称等问题。电商平台也致力于畅通权利人网络维权渠道，引导平台内经营者、权利人、消费者多方

共同恪守诚实守信的准则。以深圳为代表的地方创新电子商务经营者第三方信用评价，目前已在全国范围内推广。

平台也通过多种方式加强自身诚信自律，督促平台内经营者诚信经营。一是对平台内经营者提出更高标准与要求。快手构建的快手电商极致信任社区，上线了“小店信任卡”，包括了“退款不退货”“退货补运费”等不同梯度的差异化权益，保障了消费者的专属权益。二是通过秘密购买对平台内商品随机抽检。苏宁通过实时监控品质数据，秘密抽检、以及与国内外第三方检测机构合作的方式，实施商户分级体系，把控商品来源，展示商品认证标准，建立质量管理架构。抖音在2021年对《出售假冒/盗版商品实施细则》进行了重要修改，建立了第三方检测机构对商品进行不定期抽检的机制，将抽检商品成分与正品成分进行一致性比对，违规商家将被进行扣分处理。拼多多针对重点商品设置了产品加工地考察制度。同时，组建了“神秘买家”队伍对上线产品进行抽检，加强防控。

## 第三章

# 社会共治——

# 共治共享的深入联动





## （一）共治：多方合作新联动

社会共治是电子商务知识产权保护之盾。2021年，电子商务知识产权社会共治格局深入发展，政府、电商平台、权利人、消费者等各方共享共治格局深入发展。2021年10月22日，国家知识产权局、司法部共同印发《关于加强知识产权纠纷调解工作的意见》，提出要加强重点区域、领域知识产权纠纷调解工作，支持电商平台优化在线咨询、受理、调解等制度，在线化解矛盾纠纷，以完善知识产权纠纷调解工作机制，充分发挥调解在化解知识产权领域矛盾纠纷中的重要作用。

### 1. 政企合作

知识产权强国建设开启新征程，电子商务政企合作迈入新阶段。政府持续指导着电子商务企业的知识产权相关问题与发展。国家知识产权局、各地方知识产权主管部门持续关注电子商务企业知识产权发展问题和布局情况。各地方主管部门、政企合作也有力促进着电子商务知识产权发展。2021年8月，北京市市场监督管理局上线了北京电子商务领域跨平台联防联控系统，京东、阿里巴巴、美团、百度、抖音等21家电商企业加入，实现了将各电商平台分散的违法数据通过政府端有机整合起来，建立起风险数据报送、数据处理、数据应用、数据共享的闭环工作机制，变平台各自为战为全网联手共治。

为畅通京津冀三地电子商务平台知识产权保护协作机制，进一步加强三地知识产权保护协作，京津冀三地共同探索电商平台知识产权保护的新模式、新机制，为京津冀地区电子商务的健康发展提供保障。政企合作方面，2021年，北京市知识产权保护中心与快手在电商领域知识产权保护方面建立了常态化合作机制，对权利人和平台用户权益提供了有效的保护。2021年，阿里巴巴持续协助全国28个省份453个区县执法机关开展知识产权保护，全年累计协助侦办涉假案件2685起，协助抓捕犯罪嫌疑人1968人，涉案金额达

38.87 亿余元。

## 2. 权利人共治

在权利人合作方面，抖音的知识产权保护团队与 Chanel、LV、Nike、宝洁、历峰集团等 100 多家国内外知名品牌权利人建立维权、鉴定合作机制，共同打击线上和线下侵权，累计删除侵权链接超 1300 条。阿里巴巴 AACA 打假联盟持续扩大权利人合作范围，现已有超过 207 个海内外品牌权利人加入，覆盖了全球 1000 余个品牌。这些品牌权利人来自全球 21 个国家，其中欧洲品牌 34%，美洲品牌 28%，中国本土品牌 23%，其他亚太品牌 15%。拼多多联合上海世纪出版集团、当当网等主体成立了“平价正版公益联盟”，在知识产权保护方面开展合作。

让消费者参与共治，是建立知识产权保护生态的关键。作为联结消费者和权利人的电商平台，鼓励其探索共治桥梁建设，往往可起到事半功倍的效果。小米集团与国内主要电商平台建立主动防控合作，由权利人将定制侵权模型录入平台系统，系统依照定制的大数据算法筛查，在商家申请入驻阶段和商品在售阶段将侵权信息拦截或移除。其中“一键移除”项目，将大数据无法准确识别的疑似侵权样本推送给权利人，供权利人进一步判断校准，并可支持权利人自主地对侵权商品或信息实现实时移除。该合作项目平均每年删除侵权链接高达几十万条。为鼓励消费者积极参与共治体系，阿里巴巴将“打假无疆”系统与“公益 3 小时”平台打通。用户参与线下知识产权保护后，可以前往“公益 3 小时”平台兑换各类优惠权益。目前，打假无疆系统已覆盖全国 30 个省份，点亮了超 2 万家品牌授权店，近 3 万志愿者参与治理。

## 3. 第三方鉴别与“评测”新业态

近年来，第三方鉴别机构发展迅速，成为了电子商务知识产权社会共治的新兴力量与监管机构的有力民间补充。线上评测鉴别机构以其亲和性与专

业性获得了消费者的信赖，聚集极大的影响力。线下第三方鉴别机构、老爸评测、得物 APP 等独立鉴别平台对电子商务平台产品出具的意见已对消费者的选择有了不可忽略的影响力。评测与鉴别也反向促进着电子商务平台与经营者优化平台产品，遵守电子商务知识产权规则。杭州老爸评测科技有限公司是一家模式创新的跨界企业，旗下的“老爸实验室”通过公开市场销售渠道购买调查样品，并独立承担检测费用，委托资质齐全的第三方实验室检测，在帮助大众消费避坑的同时，也为品牌方在知识产权保护方面提供线索和依据。同时，主动对接阿里巴巴等平台，共享产品质量与知识产权风险信息。

除了正规资质的鉴别机构外，社交媒体等平台中也出现了各类民间评测组织，其中立性和可靠性难以甄别，鉴别与评测对产品“误判”的情况也时有发生，对正常经营的平台与卖家产生影响。例如，苏宁国际平台中售卖的匡威鞋采购自境外，以跨境电商的方式在平台内销售。而由于境内外产品商品有关质量、安全、卫生、环保、标识等标准或技术规范要求的差异，令消费者“嘉兴小杨”对产品产生质疑，送检后被鉴定机构认定为疑似假货。对此，苏宁国际发表声明回应了货源、商品瑕疵、鉴定等问题，并邀请“嘉兴小杨”成为首席体验官，参观体验跨境商品采购、入库和出库等全流程，消除了消费者的疑虑。

在社会共治的发展过程中，各方主体之间的摩擦在所难免，而正是这些碰撞让更广泛的平台、消费者、鉴别评测等更为紧密地联合起来。中立性与专业性是鉴别与评测等第三方机构的核心，消费者的信赖是连接电子商务平台与第三方机构的桥梁。社会共治也需要纳入更多方主体的参与，组成电子商务知识产权发展与保护共同体。在社会共治中，不论是电子商务平台企业，还是第三方鉴别评测，都需要既解决社会问题，帮助消费者用上放心产品，又与各方通力协作，实现鉴定机构、评测平台与电子商务之间的协同发展。

## (二) 共享：社会责任与担当

### 1. 带动乡村经济

“在发展中保障和改善民生，保护和促进人权，做到发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享，不断增强民众的幸福感、获得感、安全感，实现人的全面发展。”习近平总书记在出席第七十六届联合国大会一般性辩论中再次强调了以人民为中心的理念。我国电子商务的快速发展不仅为平台及经营者带来商业性收益，也推动着人民共享发展成果。2021年，我国脱贫攻坚战取得了全面胜利，现行标准下9899万农村贫困人口全部脱贫，832个贫困县全部摘帽，12.8万个贫困村全部出列。<sup>11</sup> 举世瞩目的成就背后，是党的领导下的各方的精神力量与传奇。在助力乡村发展与振兴的新阶段，越来越多的中国电子商务企业下乡“务农”，助农、扶农既是商业模式的探索，也是社会责任的担当。

打造区域品牌，多渠道助力特色产业推动乡村振兴。京东的“奔富计划”启动以来，10个月的时间带动农村实现2200亿产值，带动宿迁霸王蟹、修文猕猴桃、弥勒阳光玫瑰葡萄等地标农货走出当地。建立了“品质越高 - 消费者就越满意 - 农户收益就越高 - 进一步改善生产 - 进而提供更多高品质农产品”的农产品产销正向循环。2021年，阿里巴巴从产业、人才、科技三个方向推出助力乡村振兴的“热土计划”，打造8个“十亿级品牌农业产业带”，实施“寻找远方的美好”项目，建设县域生态农产品品牌，助力地方地理标志产品销售。阿里巴巴旗下聚划算联合国内顶级农产品专家推出“院士助农”专场活动，行业专家从专业角度对领域内农产品进行推介，为农产品带货代言。活动中，地理标志保护产品定西马铃薯成功出圈，在社会中获得巨大反响，助力定西马铃薯品牌升级。

培育建立知识产权共同富裕新平台。“淘宝村”为农村地区提供销售农副产品、手工制品的机遇，助力提升区域收入和实现共同富裕。2021年，全

国淘宝村数量已突破 7000 个，连续 4 年增量保持在 1000 个以上，年增长近 30%，打造 40 个地标产品数字乡村标杆县域，通过阿里巴巴知识产权保护平台，“象山红美人”、“炎陵黄桃”等地理标志产品可以快速投诉侵权、仿冒产品，数字化正不断“从餐桌向土地”延伸，为原产地的特色产业发展增添保障。苏宁在全国 21 个省及自治区的 111 个国家级贫困县开设了 116 家产业扶贫实训店，同时建设中华特色馆扶贫专区，免费为区域产品进行品牌推广及流量支持。

积极拓展农产品带货新渠道。越来越多的农产品、地理标志产品通过线上渠道受到消费者的认可和青睐。以阿里巴巴平台为例，国家知识产权局发布的首批重点联系 160 件地理标志中，有 118 件在当地产区通过平台销售到全国各地，2021 年 1-11 月销售超 14 亿元，其中销售额同比增幅达 10% 以上的超过 45 件。个人用户也通过平台拓展了经营渠道，快手平台上的申俊山以“罗拉快跑”为名的账户上传了猕猴桃果园视频后，收获了数万点击量和数百个订单。他随即在快手平台上做起了水果生意，还创建了“俊山农业”自有品牌，在全国建起数个水果基地。2021 年 8 月，拼多多的第三届“农货节”活动，帮助农产区提高农产品的知名度，推动农业科技进步与科技普惠。

## 2. 助力国潮品牌

近年来，新一代消费者在回归理性消费的同时，也期待通过中国元素与现代潮流的融合传递更多表达。民族文化自信的增强令国潮、汉服、老字号等多样中国元素在电商消费中占据一席之地，越来越多的品牌开始重视“中国设计”，老字号与创新融合的潮流元素成为电商新兴的消费方向。创意及首发商品的原创保护，成为培育“国潮”新品的关键土壤，也成为“国潮”新品设计师关心的核心环节。为了更好地扶持中国本土设计，电商平台也在不断构建本土品牌培育体系。“国潮”和老字号在电商平台上用更多元、更新鲜、更丰富的元素和渠道，擦亮老字号的金字招牌，平台用“产品品质 +

知识产权保护”、“服务和运用+企业变革+品牌探索”的专业化品牌运营与保护服务，让老品牌与新设计的融合正成为电商平台上的热门IP。阿里巴巴的首发创意保护机制，可以为原创商家提供专业化的一站式保护服务，在电子存证、首发备案、首发商品、投诉维权、IP商业化等五个环节提供有效便捷的解决方案。原创设计平台对老字号进行品牌转化，400岁的张小泉有了虚拟代言人“泉叔”吸引年轻消费者，大白兔联名美加净的唇膏在天猫2秒售罄，六神联合RIO上新花露水味的鸡尾酒被17秒抢光，老字号在知识产权的加持下有了更新的活力。

### 3. 以更多样化的形式向社会宣传知识产权保护理念

电子商务知识产权保护离不开更广泛的社会参与，而平台也为普及知识产权知识、提升知识产权意识提供了多样化的宣传模式。在2021年4月26日“世界知识产权日”，国家知识产权局知识产权发展研究中心专家在头条新闻进行微博连麦，探讨短视频内容的著作权保护问题。另外，还在北京与广州的直播间，以互动直播的形式开展知识产权宣传科普活动。在北京知名主播直播间，专家对相关知识产权保护问题进行了解答，并向观众科普了能够进行盗版源头追溯和取证的“隐形数字水印”技术。广州的虎牙直播间以游戏直播与内容创作者知识产权保护为主题，全方位、多角度对创意相关知识产权问题进行了剖析，人气主播们就创作者关心的知识产权问题通过专家得到了解答，助力产品创意更好地进入市场。快手也针对平台内经营者的知识产权保护意识引导，开展了以“品牌赋能商家，商标助力成长——品牌保护中的商标风险”等主题的公益直播课，并在知识产权保护宣传周期间邀请知识产权专家做客直播间，针对中小商家普遍关注的问题答疑解惑，助力其打造自主品牌，获得了平台内经营者的高度认可。



## 第四章

### 智慧之治——

# 电商知识产权保护新基建



## （一）技术优化推动打假体系升级完善

面对海量的商品、店铺数据信息，新技术手段的应用，在电子商务平台对侵权假冒商品及其销售商户的打击中扮演着重要的角色。技术打假已成为电子商务知识产权保护与发展的重要基石。当前，我国主要电商平台多运用大数据技术，开展疑似侵权商品的主动防治，且将侵权商品的风险防控覆盖开店、商品发布、营销活动、消费者反馈等流程与场景。技术打假逐渐迈向体系化，持续更新技术、优化规则，正在成为引领智慧之治的关键。

**不断提升识别系统精度。**各电商平台通过机器学习和人工改进相结合的方式不断矫正与优化假货识别智能模型，持续推动技术工具算法完善。阿里巴巴自 2019 年公布知产保护科技大脑以来，升级图像、文字、语音的识别技术，其开发的知产保护科技大脑在文字识别、实人认证等领域取得技术突破，于 2020 年 3 月和 8 月，先后在文档分析与识别国际峰会（ICDAR）和欧洲计算机视觉国际会议（ECCV）上，刷新文字识别领域（OCR）两项世界最好成绩，获两项图片检测冠军，实人认证安全性成为国内首次通过线上快速身份验证联盟（简称 FIDO 联盟）认证的机构，2021 年“不充分样本图片服务”技术获得了 ICCV 两项国际比赛冠军。拼多多通过综合研判被拦截商品特征，矫正识别参数，提高模型精准性，将单一商品的假货识别维度延展到店铺、消费者反馈等多个维度。

**完善流媒体侵权实时识别。**针对日益发展的直播带货、视频产品推荐的电商产品营销新模式，各平台持续完善宣传视频、直播带货过程中知识产权保护策略，研发并投入了针对性的侵权产品、售假行为技术识别手段。抖音运用 OCR、文本、语意分析、同人等算法，在商品、店铺、达人、直播等维度开展侵权商品的机器拦截与人工排查。阿里巴巴综合运用视频实时秒级截帧切片、ASR 语音转文本、OCR 图像识别、LOGO 识别算法等多种技术手段，研发形成了一套在直播场景下知识产权侵权风险判断和人工审核机制。拼多多也探索通过技术手段甄别直播中的售假行为。



**探索完善搜索引流等平台机制。**除大型电商平台外，中小型电商平台、特色型电商平台也运用技术手段，建立形成符合自身业务发展需要和技术特点的平台知识产权保护技术方案，并探索开展技术合作，完善平台技术保护体系。敦煌网搭建了覆盖商户注册、登录、认证等节点的商户图谱体系，通过数据采集和智能化关联元素判断学习，拦截潜在风险商户，建立了系统判定与人工审核相结合的商品上架审核机制、在线产品定期巡检和扫描机制等。敦煌网与百度 AI、同盾科技等第三方技术提供方开展技术合作，引入图片识别功能等技术手段，提升系统拦截效率、优化机器审核系统。

技术手段的运用，极大助力了电商平台强化侵权假冒商品打击力度。2021 年，阿里巴巴 98% 的知识产权侵权投诉在 24 小时内被处理；消费者举报的疑似侵权链接量较前一年下降 33%；93% 的疑似侵权链接首次交易前即被下架。2020 年以来，抖音累计清退售假店铺 9384 家，处罚带假货达人 2345 个，消费者假货评价率下降 65%，假货退款率下降 71%。2021 年全年，拼多多共下架涉嫌侵权商品 1.58 亿件，处罚涉嫌侵犯知识产权的平台商户 75.87 万店次。

## （二）技术赋能知识产权促进产业发展

随着电商平台对经济发展的贡献程度不断扩大，电商平台对新技术的应用也早已不局限于打击侵权假冒，电商平台持续发挥其技术优势，促进知识产权综合运用水平提升，助力平台经济发展。

**服务中小企业商标注册。**阿里巴巴上线了“造芒”AI 商标机器人，通过将已注册商标、商标审查标准、电商平台大众评审员近 5 年评审经验数据化，作为人工智能算法的训练样本，可智能生成初步符合商标申请规范的名称，以帮助企业规避商标注册中的重名风险，降低商标申请成本、提升效率。

**服务著作权原创保护。**针对直播中的盗播侵权问题，阿里巴巴运用 sdk 水印技术，实现埋入水印的视频快速识别和全机审，解决了淘宝直播平台内

部主播直播被盗播的侵权问题。应用区块链技术，通过可多方见证数字证据的公信节点、记录数字证据上登记的精确时间，便捷核验真伪，更好保障在先权利。阿里巴巴与鄂尔多斯集团合作，应用区块链技术对著作权进行确权、存证、取证，相关证据已成功应用于著作权民事诉讼，大大提高了平台内维权的效率。但是，跨平台维权仍是平台和商家面临的共同难题。目前，因被盗图片很难构成著作权法保护的作品或者商标法保护的标识，也难按照反不正当竞争法商业混淆执法的实践，导致违法者侵权成本低、诚信经营者维权成本高。进一步完善政策法规体系、强化监管执法力度，构建政府主导的多平台侵权打击联防机制，为中小企业提供更优化更有保障的线上营商环境，将成原创保护的新亮点。

**服务地理标志产品溯源。**地理标志的产地是其产品质量的重要保证，电商平台通过利用科技和数字化能力赋能地标产业链条，强化地理标志保护。阿里巴巴为安徽砀山梨打造了基于区块链的全链路过程追溯，实现对多方的信息汇聚、链接和不可篡改，将产地信息、农户集采信息到供应链整体信息应用区块链，构建了基于农户、物流、包材等多方企业的信用体系。阿里巴巴联合云南省上线了省级区块链溯源商品码“孔雀码”，产品涵盖普洱茶、蜂蜜、坚果、水果蔬菜、乳胶等行业，打通供货商、销售商、物流、检测机构等商品流转链路，实现从生产到流通的全过程记录与追溯，解决了传统特色农产品溯源环节数据记录易篡改、产品验真时效低等问题。拼多多在“品牌保护计划”中运用技术手段，为重点保护品牌设置差异化的筛选策略，精准高效地清除侵权商品，对某一款国内知名地理标志水果开发了专门的筛选模型及图文识别系统，通过外形、标签等信息，识别假冒产地、品牌的水果。

### （三）技术溢出助力企业产业价值提升

电商平台用于知识产权保护和其他方面的技术优势也正在向产业的上下游溢出，并对降低企业生产经营成本、提升产业品牌价值产生越来越重要的影响。

**原创图片技术降低企业著作权使用费成本。**阿里巴巴研发了 AI 模特“塔玑”，针对电商平台商户模特图拍摄成本高、图片编辑侵权风险大的问题点，通过算法技术生成数以万种五官组合，形成独一无二的虚拟人脸，利用算法技术将服装平铺图转化成 3D 图“穿”在模特身上，在降低商家的人力和财力成本、提高工作效率的同时，也为中小商家提供了差异化的模特展示解决方案。该产品上线以来，已经有超 800 家店铺主动申请测试账号，其中主要为中小规模商家，截至 2021 年 12 月 31 日，已有 14000 余家原创商家使用阿里巴巴 AI 虚拟模特，累计生产超过 27 万张虚拟模特图。

**数字化升级助力农业品牌价值提升。**以京东为例，通过开展“互联网+现代农业”的合作，通过输出供应链体系建设、农特品牌打造、数字化升级、仓配网络搭建及流通渠道拓展等核心价值与优势能力，推动农业产业数字化升级、品牌升级。全方位全流程地协助县域农业特色产业“数字化”“智能化”“标准化”“电商化”“品牌化”发展。为降低农产品流通成本，提升品牌和农产品溢价，京东在产地源头进行仓库、分拣中心、配送中心等物流体系建设，系统匹配京东生态营销矩阵资源，一站式对接京东主站、京喜、七鲜生活超市等京东生态销售通路，构建覆盖线上线下的全渠道农产品流通体系。

中国电商平台也纷纷运用其平台数据资源优势，缓解不同产业生产经营过程中存在的信息资源不对称问题，开发信息资源对接产品，运用大数据手段，推出商品“反向定制”等服务助力传统产业的数字化、智能化升级，帮助了一批基于电商平台的特色企业和自主品牌发展。

## 第五章

# 跨境电商——

# 新发展格局的重要赛道

## （一）势如破竹：双循环中的跨境电商新发展

习近平总书记在主持中共中央政治局第三十四次集体学习时指出，要把握数字经济发展趋势和规律，推动我国数字经济健康发展。2020年以来，受新冠肺炎疫情的持续影响，全球发展面临交流受阻、经济衰退、贸易减速等多方面的挑战，我国面临的国际环境也发生了深刻而长期的变化。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》明确提出，要“加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。这是党中央根据形式变化对我国提出的重大发展战略。

我国跨境电商自千禧年萌芽，历经多个发展阶段，至今已进入成熟期。近5年来，我国跨境电商规模增长近10倍。海关统计数据显示，2021年我国跨境电商进出口1.98万亿元，增长15%；其中出口1.44万亿元，增长24.5%。<sup>12</sup>我国现存跨境电商相关企业3.39万家，2021年新增1.09万家，同比增长72.20%。<sup>13</sup>新冠肺炎疫情以来，跨境电商交易额不降反升，已成为双循环中的重要力量。

## （二）稳扎稳打：跨境电商的新形势与新要求

跨境电商是新发展格局的重要赛道，也是双循环中的重要部分。为完善制度建设，实现跨境电商产业健康快速发展，我国以《电子商务法》为指引，不断地为跨境电商的发展与知识产权保护提供政策支持，为跨境电商创造良好的发展机遇。

自中国商业蓬勃发展以来，跨境电商治理也在不断直面着新挑战。西方对我国知识产权保护质疑不断，加之跨境知识产权规则与国际贸易环境的复杂性，我国跨境电子商务在知识产权保护上仍面临诸多挑战。跨境电商以突破交易的地域限制为优势，而知识产权制度则以地域性为特点。仅在一地区受到知识产权保护的产品，售往其他地区后其知识产权无法得到保护。另外，

由于商标权的地域性特征，同一商标在不同地区的权利人、授权使用人可能不一致，平行进口问题愈加突出。有关平行进口问题的诸多争论与探讨，说明了跨境知识产权问题已不仅包含是否构成知识产权侵权的法律问题，还是知识产权作为资产的经营问题。

2021年8月，亚马逊以“涉嫌违反亚马逊平台规则”等理由对中国卖家进行大面积封号，广东省跨境电商协会相关数据显示，此次事件中被处罚的卖家大多是华南的品牌型卖家，涉及3C消费电子、日用、家居和运动品类。其中的头部卖家，每家被关账号从几十个到几百个。被冻结金额从数千万美元至数亿美元。<sup>14</sup>从2012年起美国律所以知识产权侵权为由针对我国eBay跨境电商卖家提起的钓鱼诉讼，2021年1月至2021年6月，阿里巴巴旗下电商平台收到美国禁令数百件，涉及上万商家，禁令均要求冻结涉案商家的平台账户，到此次亚马逊以违反平台规则为由扰乱我国跨境卖家正常经营的事件不一而足。可以说，知识产权制度尤其是商标权、专利权的地域性增加了跨境电商知识产权保护的难度，已在一定程度上构成跨境电子商务的新型制度壁垒。以地域性为基础的知识产权国际保护体系在跨境电子商务领域无法充分回应行业快速发展的现实需求。跨境电子商务贸易特点与知识产权保护的地域性特征相冲突，也增加了跨境电子商务知识产权保护的难度。

《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态新模式的意见》指出，要积极支持运用新技术新工具赋能外贸发展。研究制定跨境电商知识产权保护指南，引导跨境电商平台防范知识产权风险。到2025年，跨境电商政策体系进一步完善，发展环境进一步优化，发展水平进一步提升。协调统一的跨境电商知识产权保护与治理规则，是电子商务持续健康发展的基础，也是外贸新业态新模式的发展。

2020年11月，《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）正式签署，其中对电子商务形成积极共识；2021年9月16日，中国正式向《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》（CPTPP）保存方提交了申请加入CPTPP的书面信函，

说明中国对外开放将继续往更大范围、更宽领域、更深层次的方向走，而电子商务将成为国际合作中更重要的议题。未来，中国跨境电商将在良好的政策支持与环境下，持续健康快速发展。

### （三）和谐共进：跨境治理规则协调的理念与倡议

坚持一视同仁的保护理念，推进构建人类命运共同体。探索与交往是人类的天性，而跨境电商将贸易发展推向了极致。我国与越来越多的地区通过跨境电商成为了贸易伙伴，2020年中国跨境电商零售进口来源地排名前十的分别为：中国香港、日本、韩国、美国、澳大利亚、荷兰、新西兰、德国、西班牙、英国。中国跨境电商零售出口目的地排名前十的分别为：马来西亚、美国、新加坡、英国、菲律宾、荷兰、法国、韩国、中国香港、沙特阿拉伯。<sup>15</sup>知识产权保护是跨境贸易的关键环节，一视同仁的保护理念是维护贸易国友好往来的基础。习近平总书记在第四届进博会上指出“要把握经济全球化发展大势，支持世界各国扩大开放，反对单边主义、保护主义，推动人类走向更加美好的未来”。尽管我国的贸易伙伴有着不同的发展水平与路径，促进经济稳定发展是各国共同的目标。跨境电商通过互联网将商品呈现在各国消费者的荧幕上，中国一向怀着人类命运共同体的胸怀，保障各国商品顺利到达我国消费者手中，我们也倡议各国遵循一视同仁的保护理念，维护跨境电商贸易有序健康发展。

秉承“和而不同”的交往态度，促进国际规则协调。“和而不同”是我国古代君子的交往之道，在全球化纵深发展与国际交往日益深入的今天，电子商务跨境贸易需要开放、公平、公正、非歧视的数字发展环境与规则协调。知识产权制度以地域性为显著特点，密切的国际协调是各国保护知识产权的一致努力。近年来，我国积极加入区域贸易协定，在符合我国国情的范围内参与国际高水平知识产权保护规则协调。10月30日，我国宣布申请加入《数字经济伙伴关系协定》（DEPA），与RCEP和CPTPP相比，DEPA涵盖了更



为广泛的电子商务相关内容，体现了我国对数字经济国际规则协调合作和促进全球数字经济合作发展的最新努力。国际规则的协调是一个循序渐进的过程，当前受新冠肺炎疫情影响，国际规则融合协调有潜在障碍，可以在多边合作平台内尝试推广跨境电商国际知识产权规则协调机制，例如，在中美欧日韩五局合作（IP5）平台内开展相关项目，再将合作成果推广至更大范围的国际规则合作中。其次，推动各国在跨境电商交易中特殊规则协调，根据实际交易惯例与商业操作模式，探索提出知识产权侵权的例外情形，尝试突破知识产权地域性的一般原则。最后，推动各国进一步协调知识产权保护规则，建立平台知识产权纠纷争议解决机制，防范进出口贸易中的知识产权风险，确保知识产权的措施与程序本身不成为合法电子商务贸易的障碍。

**引领技术驱动的保护体系，完善跨境电商数据信息建设。**跨境电商的无国界延伸，更需要互联互通的信息数据的支持。我国电商平台企业先进的治理保护技术为驱动建立跨境电商技术信息建设提供了强大的支持。例如，敦煌网通过 AI 算法的多元技术手段，实现多国多维复杂的跨境电商知识产权风险识别与管控。阿里巴巴旗下跨境电商平台国际站和速卖通全面加强跨境电商知识产权保护，建立平台知识产权教育专区，发布禁令品牌和侵权案例，定期开展知识产权保护的直播宣传。平台依照相关法律并结合平台治理规则，迅速处理投诉通知，近三年来，涉及假冒侵权投诉的数量显著下降，同比减少 25%。各方应当推动建立综合性知识产权信息工具，通过优化信息系统与数据库建设，降低信息检索成本，包括知识产权侵权投诉的受理条件、通知语言及其翻译、合格通知需要包含的内容、概括通知的有效性、跨境投诉时需要提供的证明材料等。完善涉外知识产权信息交流沟通机制，并降低跨境电商经营者的语言障碍与知识产权保护难度。此外，深入研究跨境数据流动与数据安全保障在跨境电商中的场景分析，保障跨境电商交易产生的数据流动安全需求。将我国电商平台“智慧之治”的保护经验与平台保护技术系统推及跨境电商领域。



汇聚各方力量形成强大合力，形成全球电商共治框架。李克强总理在2021年6月22日国务院常务会议上部署确定加快发展外贸新业态新模式，强调“要积极参与外贸新业态新模式的国际规则和标准制定。加强知识产权保护、跨国物流等领域国际合作。”面对未来的机遇与挑战，多方参与的跨境电商知识产权保护合作体系是全球电商共治的希冀。各国政府、执法机构、跨境电商平台、知识产权权利人、经营者、消费者之间的合作与对话是有效的知识产权治理机制。我国已经形成国际先进的电商平台知识产权规范指导与标准制定，将电商知识产权治理的“中国经验”融入跨境电商的商业规则体系，推动形成跨境电商知识产权治理行业标准规则。引导跨境电商平台将现有的平台实践经验细化、固化，形成可推广、可复制的标准规范，指导电商平台建立符合国家法律规定和行业实践，兼顾创新激励发展和市场秩序维护的知识产权保护体系，构建完善的知识产权保护行业标准。通过规范指导与标准制定，引导跨境电商平台建立符合最佳实践的平台知识产权保护章程，建立平台知识产权纠纷应对解决机制，防范进出口贸易中的知识产权风险。

## 结语：问题与展望



面对复杂多变的内外部形势，特别是由于疫情原因和国际社会政治动荡造成的内外部不确定因素影响，电子商务知识产权发展也正在面临前所未有的挑战。

从国内环境看，持续完善知识产权相关监管规则，将是一段时期内不可撼动的主流。经历了多年的发展，在政府部门和行业组织的监管与引导下，平台企业、商户的合规意识正在持续增强，法规政策不断完善，电商领域知识产权保护的国家标准、行业标准、地方标准、团体标准体系正在逐步建立，通过法规制度的合规化建设以及贯彻有关标准与规范，电商领域各类主体的知识产权意识与管理水平也有了显著提升。然而，随着电商领域各类技术手段和商业模式的进一步创新与利用，细分领域的业态创新和模式创新也在持续挑战着现有的监管规则，亟需适应科技进步和经济社会发展形势需要，依法及时推动知识产权法律法规立改废释，推动行业进一步规范，维护正常的市场竞争秩序和权利人合法权益。

从国际环境看，外部不确定因素导致的跨境电商知识产权合规风险正在持续增加。由于外部国际形势和全球经济环境的影响，跨境电商仍将在商品和服务贸易中发挥重要作用。但是，在跨境电商中传统存在的知识产权争议问题尚未得到有效解决的同时，由于业态创新和规模扩张导致的新问题也在不断涌现，参与跨境电商活动的商户规模快速扩大，其合规能力与合规意识也需要在一定时期内快速提升，需要更多来自政府、平台和协会组织的知识产权相关服务与指导。此外，由于国外电商业态发展相对迟缓滞后，也亟需探索建立完善适合国际跨境贸易的电子商务知识产权保护与管理规范。

从业态创新看，直播电商、社交电商、社区电商、农村电商、跑腿代买、服务电商，NFT 等诸多新的电商平台与交易形式中会伴随产生大量专利、商标、著作权问题。在现有的合规框架体系下，不同平台间的知识产权保护机制也有待完善，跨平台维权、平台间维权、信用信息协作等方面的规范与规制、平台间知识产权竞争等问题都需要深入研究。在数据成为生产要素的背景下，

电商平台作为重要的产生、存储、使用商业数据的互联网平台主体，如何明确数据产权，规范数据的产生、存储、流动、利用的周期链条，维护正常的经营和竞争秩序，也是应研究和关注的重要方面。近年来部分电商活动中的去平台化现象也值得关注，分散的电商网站将比集成的电商平台监管难度更大，面临的问题更多。此外，从经济发展的宏观和微观角度看，电商业态对于知识产权运用价值实现、品牌效益提升发挥的作用，以及知识产权在惠及电商平台本身发展中所发挥的作用也值得进一步关注与研究。

## 参考文献

1. 商务部召开例行新闻发布会（2022年1月27日），载中华人民共和国商务部，<http://www.mofcom.gov.cn/xwfbh/20220127.shtml>。
2. 《浙江省电子商务条例》，2021年9月29日浙江省第十三届人民代表大会常务委员会第三十一次会议通过。
3. 《公开征求对〈北京市知识产权保护条例（草案）〉的意见》，载北京市人民代表大会常务委员会，[http://fwuw.bjrd.gov.cn/rdzw/legislation/draft/front/draft.do?method=detailDraft&\\_draftId=20211900000265](http://fwuw.bjrd.gov.cn/rdzw/legislation/draft/front/draft.do?method=detailDraft&_draftId=20211900000265)。
4. 《安徽省知识产权保护办法》，2021年10月20日安徽省人民政府第157次常务会议通过。
5. 《海南自由贸易港知识产权保护条例》，海南省第六届人民代表大会常务委员会第三十一次会议于2021年12月1日通过。
6. 《浙江省市场监管局批准发布〈电子商务领域知识产权侵权咨询服务规范〉省级地方标准》，载浙江省市场监督管理局（知识产权局），[http://zjamr.zj.gov.cn/art/2021/9/28/art\\_1229047334\\_59006650.html](http://zjamr.zj.gov.cn/art/2021/9/28/art_1229047334_59006650.html)。
7. 《上海市知识产权局上海市版权局上海市商务委员会关于印发〈上海市电子商务知识产权保护工作若干意见（试行）〉的通知》，载上海市知识产权局，<https://sipa.sh.gov.cn/xxgkml/20210615/e27d623a8c65413da89a189c3a60b2d8.html>。
8. 《广东省知识产权局关于印发〈直播电商知识产权保护工作指引〉的通知》，载广东省市场监督管理局（知识产权局），[http://amr.gd.gov.cn/zwgk/tzgg/content/post\\_3601603.html](http://amr.gd.gov.cn/zwgk/tzgg/content/post_3601603.html)。
9. 《北京开展电商领域知识产权专项行动》，载北京市知识产权局，[http://zscqj.beijing.gov.cn/zscqj/zwgk/mtfb/zscqj\\_609595/index.html](http://zscqj.beijing.gov.cn/zscqj/zwgk/mtfb/zscqj_609595/index.html)。
10. 《江苏对“刷单炒信”亮剑！查办案件182件，罚没金额超千万》，载信用江苏，[http://credit.jiangsu.gov.cn/art/2021/11/9/art\\_78394\\_10102995.html](http://credit.jiangsu.gov.cn/art/2021/11/9/art_78394_10102995.html)。
11. 《脱贫攻坚：中国人权事业发展的伟大实践》，载人民网，<http://politics.people.com.cn/n1/2021/0401/c1001-32066678.html#:~:text=2021%E5%B9%B4%E6%9C%88,%E8%B4%AB%E5%9B%B0%E7%9A%84%E8%89%B0%E5%B7%A8%E4%BB%BB%E5%8A%A1%E3%80%82>。
12. 《海关总署2021年全年进出口情况新闻发布会》，载中华人民共和国海关总署，<http://www.customs.gov.cn/customs/xwfb34/302330/4124672/index.html>。
13. 《我国现存跨境电商相关企业3.39万家》，载电商报，<https://www.dsb.cn/news-flash/90290.html>。
14. 《5万多账号被封：亚马逊严打跨境电商祸起“小卡片”》，载新京报，<https://www.bjnews.com.cn/detail/162969795414530.html>。
15. 《中国电子商务报告2020》，商务部电子商务和信息化司。