

电子商务法实施后的第一个“双 11”

## 我们的知识产权保护准备好了吗？



一年一度的“双 11”即将来临，千万消费者纷纷备货等待这场购物狂欢，而众多电商平台也摩拳擦掌，准备大显身手。今年的“双 11”又和以往有所不同，因为这是我国电子商务法在今年 1 月 1 日起施行后，迎来的第一个“双 11”电商购物狂欢。

作为我国电子商务领域第一部综合性法律，电子商务法的出台意味着国家面对电子商务的基本态度，以及对监管目的、监管方式、监管原则等内容的确立。那么作为最具典型意义的电子商务活动——“双 11”，做好了迎接电子商务法各项规则调整的准备了吗？特别是知识产权保护与电商平台生态建设的关系是怎样的？在遇到知识产权纠纷时，电商平台应承担哪些审查责任？新形式下电商领域的知识产权保护需要树立怎样的理念？

10 月 10 日，在中国市场监管报与中国政法大学市场监管法治研究中心主办的电商领域知识产权保护实践与发展研讨会上，来自国家市场监督管理总局、国家知识产权局、地方市场监管部门以及学界、业界的嘉宾围绕上述问题，适时地相聚在一起，为电商领域最具争议的知识产权保护问题，分析探讨，贡献各自智慧而独到的见解和观点。

## 挑战：电商知识产权执法专业精准“系数”高

电子商务产业蓬勃汹涌发展的同时，各类法律问题也不断显现，比如制假售假、恶意投诉、不正当竞争、违法侵害专利商标等，不但损害广大消费者和权利人的合法利益，还严重扰乱电商行业市场秩序，破坏市场公平竞争。

加强知识产权执法是完善产权保护制度重要的内容，也是提高中国经济竞争力的最大激励。对此，我国的相关职能部门一刻也没有懈怠。

2018 年政府机构改革将原来分散在有关部门的知识产权执法工作统一在国家市场监督管理总局，商标专利等执法统一由市场监管综合执法队伍承担。这改变了过去多头执法的现象，建立了既互相协作又相互监督的机制。

“这一改革举措有力推进了市场监管体系和治理能力的现代化，促进了行政处罚的

统一性和规范性，对于提升知识产权的执法水平具有重要意义。”国家市场监督管理总局执法稽查局副局长王胜利在研讨会发言中说。

据介绍，政府机构整合后，国家市场监督管理总局重点从加强顶层设计和强化执法两个方面推进知识产权保护工作，印发《假冒伪劣重点领域治理工作方案（2019-2021）》《2019 年知识产权执法“铁拳”行动方案》等，对知识产权执法工作作出全面部署。在技术层面，市场监管总局正在加快建设全国电子商务领域监测平台，着力提升线索发现、精准查处能力。

奋斗的结果就是成效显著。据悉仅 2019 年上半年，各级市场监管部门已查处商标侵权、假冒专利等案件近 1.5 万件。

然而，王胜利也表示，知识产权执法任

重道远，面临诸多新挑战。比如电商领域执法制度亟须健全，目前互联网侵权假冒行为呈现出一些新特点，主要表现为违法行为组织化程度高，产销分工精细，区域分布碎片化，在单个环节难以认定违法行为。

同时，知识产权执法的专业性、技术性很强，地方执法人员需要贯彻执行的法律法规有上百部，综合执法对人员要求较高，如何精准执法是较大的挑战。

此外，执法队伍的运行机制需要进一步完善，目前各地市场监管部门基本组建完成，但有些地方工作尚未完全融合，综合执法和专业监管协同、监管重心下沉、执法力量匹配、分割的区域执法如何适应商品流通的全国统一市场等，是目前亟须面对的问题。

## 合作：创新监管方式政府企业需“强强联合”

的省份拓展至 25 个，共处理相关平台企业委托侵权判定咨询 118576 起。

2018 年，国家知识产权局印发《“互联网+”知识产权保护工作方案》，同时分阶段推进知识产权侵权假冒线索智能检测系统建设。目前，以电子商务领域为突破口，业务模型、关键技术、应用模式的初步探索和论证已完成，在国家层面初步搭建起专利、商标等概要数据库，并指导江苏、长沙等地建设区域性侵权假冒线索检测数据库。

保护电商知识产权不仅是政府部门在行动，越来越多的电商平台意识到知识产权保护的重大意义，通过各种创新手段，构建起相应机制，成为平台知识产权生态

建设的重要组成部分。

作为时下电商平台的“新贵”——拼多多的主体公司上海寻梦信息技术有限公司研究总监杨海宁说：“平台保护知识产权的力度与平台的发展前景呈现正相关。平台知识产权保护工作越好，吸引品牌商家越多，就越容易让消费者产生信任。”

对付商家销售涉假货物，京东平台颇有“心得”。据京东集团知识产权部总监范艳伟介绍，京东有一套基于大数据的系统，这套系统基本上是从人流、货流、物流、资金流这几个维度，判断最终的制假售假商家，判断其违法行为地点，以及对其在不同地点的售假行为后其最终的金额流向。

## 热议：“通知—删除机制”合理运用需谨慎

电子商务法第四十二条规定：“知识产权权利人认为其知识产权受到侵害的，有权通知电子商务平台经营者采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施。通知应当包括构成侵权的初步证据。电子商务平台经营者接到通知后，应当及时采取必要措施，并将该通知转送平台内经营者；未及时采取必要措施的，对损害的扩大部分与平台内经营者承担连带责任。”这就是通常所说的“通知—删除机制”。

在电子商务领域，删除意味着长期、巨大的经济损失。“通知—删除”规则原本为保护知识产权权利人，但现实中这一规则被恶意抢注

者滥用的情形近年来时有发生，不仅严重干扰正常品牌商家经营活动，而且影响电子商务产业健康发展。

同时，很多电商平台对于电子商务法第四十三条规定的“电子商务平台经营者在转送声明到达知识产权权利人后十五日内，未收到权利人已经投诉或者起诉通知的，应当及时终止所采取的措施”，该如何在实际中具体操作，也存在不少困惑。

中国政法大学经济法研究所副所长孙颖认为，知识产权本身是有期限的权利，作为竞争工具确实有被滥用或恶意使用的情况。电子商务法规定平台承担连带责任是基于确实给

权利人造成损失这一前提，第四十二条是不是强制性法条，不能仅从“应当”二字判断，平台如果认为权利人提供的证据可能性较小，可基于自己的判断采取措施。

中国社会科学院大学互联网法治研究中心执行主任刘晓春认为，法律要求电商平台建立的“通知—删除”机制，是为了保护正当维权的权利人，如果有证据证明是恶意投诉而非正当维权，则平台完全有权予以拒绝。从实践看，行政司法机关在处理互联网纠纷方面已有不少创新举措，平台已形成了相对完善的微观的纠纷解决机制，从效率、数据的获取等方面出发，平台应承担主要角色。

## 共治：多部门跨区域共建电商知识产权生态环境

起案件都经得起考验。

中国政法大学民商经济法学院知识产权法研究所副所长陈健从电商平台的作用切入，认为强化平台对于侵权行为的审查义务是大势所趋，对跨境电商应设立更严格的知识产权保护，建议强化平台的管理职能，促进生态建设。

陈健说：“马云曾经说过，三流企业做产品，二流企业做平台，一流企业做生态，平台生态有很大的外部性，协同效应，降低交易成本，都是一个好的平台带来的价值。电商平台的核心目的应该是保护商家，同时保护消费者，同时还要引导正当竞争。而引导正当竞争里面就包含着要保护知识产权，不保护知识产权是无法引导企业之间进行正当竞争的。”

浙江清华长三角研究院法治与社会研究

中心执行主任郝作成认为，应该给平台设定合理责任，责任过重会导致相关成本转嫁给消费者。他建议更充分地发挥行业组织、社会公众在保护知识产权方面的作用，建立规则、强化自律、加强监督。

杨海宁表示，电子商务的新时代，需要平台以消费者为中心，坚持为消费者创造价值。她认为，在关注国际知名品牌知识产权保护的同时，也要关注国内中小品牌，尤其是自主品牌商品以及农产品的品牌建设和保护。在关注平台内知识产权保护的同时，还要关注平台间以知识产权保护为武器的竞争规制。各电商平台从知识产权保护的本意出发，坚持公平竞争，为社会做增量贡献，为消费者创造价值，共同推动电商领域知识产权保护平台生态向着健康有序的方向发展。

（万静）