

知识产权法律热点问题

《电子商务平台的知识产权保护管理》国家标准解读

2020年11月9日，国家市场监督管理总局（国家标准化委员会）批准发布《电子商务平台知识产权保护管理》国家标准（简称“《电商平台标准》”），该标准将于2021年6月1日实施。《电商平台标准》是国家知识产权局等单位在《电子商务法》框架下研究形成的国家推荐性标准，该标准结合我国电子商务领域发展实际并借鉴已有的行业经验制订，旨在推动未来电子商务知识产权保护规则的发展和优化。尽管该标准不具有强制力，但可以成为各电子商务平台进行制度建设的重要参考依据，该标准也表明我国知识产权治理实践和行业专家均对电商平台的知识产权保护管理提出了更高和更细致的要求。

《电商平台标准》分为七个部分，分别对适用范围、规范性引用文件、术语和定义、电子商务平台管理、电子商务网络信息平台要求、组织知识产权管理、一致性测试做出相关规定和指引。针对新发布的《电商平台标准》，可以总结出目前电商平台及其治理实践的要求和发展趋势，笔者在此主要讨论以下要点：

一、从“适用范围”看内容平台和电商平台的融合趋势

1、标准的适用范围

在“适用范围”部分，该标准指明其适用于电子商务活动的相关方，包括电子商务平台经营者、商户和为电子商务提供在线或离线监管的相关方，

不适用于音视频、新闻信息、出版发行等内容服务平台。该标准特别提及，文件中电子商务平台知识产权保护的范围，涵盖通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。对此，结合笔者参与和持续关注的内容产业实践，越来越多的文字、音频和视频内容平台都在尝试跨界植入电商业务支持模块，乃至从内容分发平台升级到自营电商平台或电商商户内容宣发平台。从行业角度，我们叫做内容的电商化或电商的内容化，是一种融合趋势，下文将做进一步讨论。

2、标准对内容平台和电商平台的影响

《电商平台标准》特别指出其适用于单纯的电子商务平台，但涵盖通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。“通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务”包含了传统意义上的2C或2B2C的电商平台的商品或服务营销行为，也可以延展到利用文字、音频和视频等内容的平台、以及通过即时通信等信息网络传输手段进行商品或服务营销的行为。换言之，虽然该标准一般情况下不适用于B站、抖音、快手、优爱腾芒、虎牙、小红书等内容平台，但内容平台进行电商经营活动的情况是该标准意图涵盖的。

内容平台的电商化是当前抖音、快手、B站等内容平台发展的重要方向。内容平台拥有丰富的内容和广泛的用户，具有强大的引流能力，因此内容平台可以利用自身的内容吸引力，引入品牌商、销售方入驻平台，与UP主、直播播主等展开合作，

面向用户进行产品和服务推广，打造自己的电商生态闭环，快速实现流量变现。目前内容平台电商化的主要路径有二：一是利用直播带货，二是利用短视频推荐并销售商品（传统意义上的内容平台电商商城模式不具有主流价值，在此不做讨论重点），这些无疑落入电商经营活动的范畴，并会与传统的电商平台展开竞争。从合规层面，内容平台展开电子商务活动也应该做到知识产权管理合法合规。

几乎是在同一时间，电商平台也开始出现内容化趋势。各类电子商务平台相继推出各种电商直播、视频分享、社交服务等内容服务，以提高用户的黏性，降低用户的迁移概率，增强引流能力。目前，电商直播俨然已成为电商平台的新常态。电商平台内容化与内容平台电商化成为平台模式的扩展方向，但是新模式的成长演进尚需时间和资金的打磨，并且培养用户的消费习惯、建立统一的合规制度也尚需时日，但电商平台与内容平台相互赋能无疑已成为当下互联网产业的突破性趋势。

二、从电商平台管理要求看其对内容产权人的保护

1、标准对电商平台知识产权保护管理的要求

在“电子商务平台管理”部分，标准对商户注册的信息备案、商品知识产权相关信息展示、投诉和信用评级制度、知识产权争议解决（如侵权通知的要求、侵权通知的受理、侵权通知处置及结论）等事项做出了详细规定。

在“电子商务网络信息平台要求”部分，标准要求电商平台建立相关信息库，实现对知识产权相关信息进行存储、证据管理、追溯管理和协助核查等功能。标准建议电商平台运用人工智能和区块链等技术对侵权内容进行检测，通过数字指纹、数字水印区块链等新技术对文字、图片、视频、创意设计等提供保护，建立平台知识产权存证机制，方便相关证据的调取工作。从这一模块来看，需要区分平台行为和仅销售产品和服务的网络经营主体，包括笔者上面提到的正在增加电商支持模块的网络内容平台。这里的相关技术应用和中后台运营支持显然都会涉及一定的技术和运营成本投入。因此，

从平台或直接经营主体的角度，实际推动这一模块还需要与经济可行性以及这一模块本身的强制性特征的底限评估相结合。

在“组织知识产权管理”部分，标准要求电子商务平台相关方参照《企业知识产权管理规范》（GB/T 29490）建立知识产权管理体系，包括指定具有专业资质的人员或者服务机构专门负责知识产权保护、建立相关保护制度并定期检测。指定的负责人还需要承担商户知识产权信息核查、风险监测、处理侵权通知和证据收集等工作。从相关管理制度的推行方面来看，专业的人员配备和管理制度建设还需要等行业进一步的推进与发展。

2、标准对内容产权权利人的保护强度进一步提高

《电商平台标准》在“电子商务平台管理”、“电子商务网络信息平台要求”和“组织知识产权管理”部分，分别就知识产权投诉和商户信用评级、知识产权争议解决和证据存储处理、知识产权管理制度建设三大内容做出了细致的规定，有利于进一步加强对二次元、摄影、外观设计等内容产品的行业保护。这些制度如果与电商产业结合，并进一步被法律实践所接纳，则将更大程度方便内容产权人进行维权活动。

在知识产权争议解决和证据存储处理方面，标准提出倡导电子商务平台建立电子证据收集和记录系统，对文字、图片、视频和创意设计等建立平台知识产权存证机制，建议电子商务平台实现知识产权信息导出功能，积极配合证据调取活动，方便权利人和执法机构对违法行为进行举证。对于按此标准进行制度建设的电商平台，内容产权权利人向平台确认商家是否侵权、侵权证据调取等活动的维权成本将降低，在诉讼中权利人也更容易取得侵权商户的有关经营收支等信息，以确认侵权人的违法所得和权利人的合理索赔数额。

在知识产权投诉和商户信用评级方面，标准细化了对侵权通知以及平台对侵权通知进行处理的要求，提出电商平台在收到侵权通知后可采取的“其他必要措施”还包括冻结侵权经营者账户资

金、要求经营者提供担保金，并建议对商户进行相关信用评价。这些建议有利于引导电子商务平台相关各方加强知识产权保护管理制度的建设。

三、结语

近年来电子商务不断蓬勃发展，多元化电商模式层出不穷，但随之而来的是网络环境中更为隐蔽、更多数量的知识产权侵权案件，相关权利人面临和处理侵权风险往往力不从心。在此，电子商务

相关规范性文件和《电商平台标准》的出台，表明社会大众、行业专家和权利人期待并要求电商平台在合理范围内承担更多的知识产权保护责任，建立一个电商平台与内容权利人的合作共赢机制，在良性促进电商行业发展的同时保护内容创新行业，这是笔者认为本标准意义所在。

我们期待未来中国可以建设整体升级的更高水平的知识产权保护环境，提升相关领域内知识产权行业自律能力、治理能力和治理水平，我们也将进一步跟进电子商务和内容平台领域的知识产权保护新进展，并做出相关深度阐释。

令狐铭 顾问 电话：86 10 8553 7677 邮箱地址：linghm@junhe.com
黄皓洋 实习生 邮箱地址：huanghy@junhe.com

本文仅为分享信息之目的提供。本文的任何内容均不构成君合律师事务所的任何法律意见或建议。如您想获得更多讯息，敬请关注君合官方网站“www.junhe.com”或君合微信公众号“君合法律评论”/微信号“JUNHE_LegalUpdates”。

