

中国电子商务知识产权发展研究报告

(2020)

国家知识产权局知识产权发展研究中心

2020 年 12 月

指导单位

商务部电子商务和信息化司

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）

全国电子商务质量管理标准化技术委员会、电子商务反假联合会（杭州）

阿里巴巴集团、东方福利网、京东集团、美团点评、上海寻梦、苏宁易购、腾讯、小红书、小米集团、字节跳动、虎牙直播

负责人

韩秀成 曾燕妮

指导专家

韩家平 邵新华 林霄 郑茹 李建民
卢雁 曲三强 薛军 刘瑛 杜颖
薛虹 郭锐 刘晓春 张韬 阿拉木斯

工作组

王淇 潘轶 陈泽欣 张呈玥 宋炎炎
武伟 黎金 王浚丞 宁峻涛 李骏
王为 王珏 刘奕诗 李小武 杨敏
何陈棋 林菁菁 孟兆平 赵奇 陈晓琳
郭晨辉 曹镇 常红晓 宋纯峰 程艳
李文 尚莉莉 王希光 张贝贝 蓝琳

中文报告撰写

王淇 张呈玥 陈泽欣 黎金 宋炎炎
武伟

英文报告撰写

王淇 张呈玥 宋炎炎 李骏 陈泽欣

目 录

引 言	3
第一章 电商抗疫	6
(一) 数字防疫——中国电商的责任担当	6
(二) 防疫打假——疫情之下的守护先锋	8
第二章 强化保护	11
(一) 法治护航——电子商务创新保障	11
(二) 平台治理——主动防控创新完善	16
(三) 社会共治——各方共享格局深入	20
(四) 智慧之治——平台秩序运转保障	23
第三章 直击挑战	26
(一) “通知—删除”操作挑战	26
(二) 新兴业态带来挑战	27
(三) 跨境电商平台治理挑战	29
第四章 探索标准	32
(一) 制定标准背景	32
(二) 标准主要内容	33
(三) 标准发布意义	35
第五章 跨境治理	36
(一) 跨境电子商务呈现蓬勃发展态势	36
(二) 跨境电子商务知识产权规则探索	37
(三) 跨境电商知识产权保护体系展望	38

引 言

2020年，庚子之年，甲子之首，坚成之纪，寓意革新。

这是电子商务“奋发有为”的一年。习近平总书记在第三届中国国际进口博览会上的主旨演讲指出，“中国将推动跨境电商等新业态新模式加快发展，培育外贸新动能”。今年年初，新冠肺炎疫情迅速蔓延扩散到全球，居民生活、市场消费、企业运转面临诸多障碍。面对危机，我国电商企业启动紧急方案，发挥自身优势，全力投入到疫情防控和民生保障中，并带动大量行业发挥品牌作用，展现行业风采，承担社会责任，成为抗击疫情的先锋。习近平总书记今年在陕西考察时指出：“电商作为新兴业态，既可以推销农副产品、帮助群众脱贫致富，又可以推动乡村振兴，是大有可为的”，特别强调了电商在脱贫攻坚中的作用。在上个月“双十一”购物节活动期间，仅“天猫”平台买卖成交额就达到4982亿元，京东商城累计成交2715亿元，再加上苏宁易购、拼多多等电商平台的交易额，交易总额将近万亿元，连续11年实现成交额突破式增长，对于推动供给创造和引领、实现供需良性互动、加快培育完整内需体系起了不可替代的作用。

这是电子商务知识产权“强化保护”的一年。此前，习近平总书记深刻指出：“加强知识产权保护，是完善产权保护制度最重要的内容，也是提高我国经济竞争力最大的激励”。2019年11月，中办、国办两办印发《关于强化知识产权保护的意见》，要求完善新业态新领域保护制度，研究建立跨境电商知识产权保护规则，制定电商平台知识产权保护管理标准。2020年4月，两办印发

《2020-2021 年贯彻落实关于强化知识产权保护的意见推进计划》，再次明确提出研究编制电商平台知识产权保护管理标准。2020 年 11 月 30 日，中共中央政治局就加强我国知识产权保护工作举行第二十五次集体学习，习近平总书记在主持学习时强调：“必须从国家战略高度和进入新发展阶段要求出发，全面加强知识产权保护工作”，“要提高知识产权保护工作法治化水平”，“要强化知识产权全链条保护”，“要健全大数据、人工智能、基因技术等新领域新业态知识产权保护制度”，“要讲好中国知识产权故事，展示文明大国、负责任大国形象”。这一切都充分体现了中央对电子商务知识产权保护工作的高度重视。面对科技日新月异、业态蓬勃发展、需求多种多样的形势，实现政府、社会与平台共同推进治理、线上与线下有机衔接融合、国内与国外双循环相互促进，势必能加强电子商务知识产权保护工作，为电子商务领域贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展提供有力保障。

这是电子商务知识产权研究“探索深入”的一年。为落实中央全面加强知识产权保护工作、激发创新活力推动构建新发展格局的重大部署，国家知识产权局知识产权发展研究中心长期以来持续关注 and 跟踪研究新业态新领域知识产权保护议题，累积形成了一批研究成果。去年“双十二”购物节，研究中心采用中英文双语形式，正式公开发布业内首份年度报告《中国电子商务知识产权发展研究报告(2019)》。去年报告从法律保护实践、平台自治体系、社会共治格局、技术能力升级等方面，对我国电子商务知识产权保护治理的主要工作进行了梳理，以期加大我国电子商务知识产权保护宣传力度，扩大“中国经验”、“中国样本”和“中国方案”的国际影响力。2020 年，经过一年的准备，在商务部电子商务和信息化司、国家知识产权局知识产权保护司两家指导单

位的亲切关怀和悉心指导之下，在诸多业界专家的批评指正之下，在业内众多电商企业的支持协作之下，本年度报告得以全新的面貌呈现在各界同仁的面前。

年度报告延续了去年“法治护航、平台自治、社会共治、智慧之治”的“四治”理念，创新和发展了“电商抗疫、强化保护、规范发展、跨境治理”的“四维”视角。报告按照新的思路，认真贯彻落实中央决策部署，坚持问题导向、回应年度热点、讲好中国故事，继续研究编写年度中国电子商务知识产权发展研究报告，全面展现新的一年中电子商务知识产权的发展与探索，为新形势下做好知识产权保护工作、推动我国知识产权保护工作不断迈上新的台阶提供“中国智慧”与“中国方案”。

第一章 电商抗疫

(一) 数字防疫——中国电商的责任担当

1. 提供生活物资便利保障

面对突如其来的“新冠肺炎”疫情，我国电子商务行业充分发挥自身物流、仓储等综合优势，以数字化应对疫情危机，成为防疫物资、生活用品高效运输的枢纽。满足了消费者足不出户、一键购物、“无接触”配送等需求。

各大电商为保障抗疫前线物资供应和居民生活物资供应提供了重要的后勤支持。阿里巴巴、京东、苏宁、美团、字节跳动、拼多多、东方福利网、小米等众多电商联合供应商、物流企业，为疫情严重地区打通物资通道。自营类电商与供货商高效配合，并联动 25 万商家持续严格管控商品价格，协同核心品牌企业加速生产、保障民众物资供应。¹同时，与承运商紧密配合，从全国各个仓库紧急调配各种资源，有效保证口罩、防护服、药品等物资及时到达前线医务人员手中。

同时，跨境电商企业在保障防疫物资供应、国际援助等方面也起到了突出作用。天猫国际、考拉海购、亚马逊全球开店、Ebay、敦煌网、兰亭集势、Lazada 等跨境电商平台则通过协调物流保障防疫物资运输、捐款、捐赠防疫物资、发布特殊时期平台规则、给予卖家补贴等多种方式为战“疫”贡献电商力量。

在生活服务方面，我国电商企业利用数字科技，推出“在线义诊”“急送药”“视频会议”“在线课堂”等服务，保障民众工作、

¹ “疫情之下，互联网经济成为发展新亮点”，华夏经纬网，2020-03-09 11:05:20<http://www.huaxia.com/xw/mttt/2020/03/6360706.html>

学习和生活的需求，减少疫情传播风险。例如，联动医生启动免费医生咨询和心理疏导服务的“全民健康关爱计划”、药品和防护用品上门购买服务的“急送药”。

在疫情防控方面，部分电商企业运用其技术优势，通过数据共享、技术分享、技术合作等形式向全社会共享其技术成果，上线“发热门诊”和“新型冠状病毒定点医院”等定位查询服务，帮助居民快速就近就医。为满足公众在家办公、在家上课，电商企业开放免费线上办公、在线学习系统，还推动了中小企业的数字化转型。

另外，电商企业利用数字科技与平台优势，对大数据与疫情信息进行统筹，协助政府精准防控。电商企业与各地政府协同开发的“智能语音呼叫系统”“发热门诊登记系统”“入境通道疫情检疫站登记系统”等疫情信息的获取和上报系统，帮助政府提高信息采集、患者溯源和疫情防控的效率，有效制止疫情扩散。

部分电商企业通过其互联网公益平台在疫情扩大第一时间设立医务工作者人道救助专项基金，提供募捐资金援助。一部分由电商企业搭建的互联网公益平台被民政部确定为指定的互联网公开募捐信息平台，发动更多人为抗击疫情尽一份力。

2.推动建立特色品牌

疫情的爆发让十几亿人“足不出户”，对全国经济产生了极大的影响。而电商行业推动平台内企业建立发挥品牌效应，还利用平台助力地方打破产品滞销困境，形成了“直播带货”的热潮。疫情中后期，电商行业也对支持复工复产、落实“六稳”“六保”起到了重要作用。

虽然疫情隔离了消费者与商品的直接接触，但电子商务并没有拉开消费者与商品之间的距离。人们更多时间是在电子产品的使用中度过的，这对电商平台中的产品与企业的品牌效应起到了

放大作用。特别是以生鲜电商为代表的新零售概念类电商异军突起，为品牌建设寻得了可持续发展的路径。以数字化供应链为代表的“新一代基础设施”也成为疫情以来的鲜明特色。

在品牌与特色方面，数字化供应链打破农产品滞销的困境，成为电商行业的亮点。我国电商通过帮助农民开网店、直播带货促销、产地直营等手段，配合物流端的支持，解决了农产品因交通受阻或渠道商停工而出现滞销的困境，且降低了接触购物方式带来的病毒传播风险，更多实体经济从业者重新认识了数字化供应链的价值。对于受疫情影响最重的湖北商家，各大电商平台开辟“战疫专区”，带动全国掀起“支持湖北”的爱心购买风潮，推动了湖北的经济复苏。为降低疫情对农副产品销售的影响，电商企业还设立了专门的抗疫助农专区。

疫情中后期，支持就业和复工具有重要意义。为帮助受疫情冲击最严重的中小型服务企业纾困，在关键时刻更好地承担社会责任，多家电商企业联合采取灵活多样的用工形式，向社会提供超过 35000 人的就业岗位，通过余缺调剂、岗位共享等创新模式，努力缓解疫情对就业的冲击。

（二）防疫打假——疫情之下的守护先锋

面对市场上口罩、消毒液等防疫物资供不应求的局面，以及一部分假冒伪劣防疫商品滥竽充数趁机大发“国难财”的状况，我国政府、电商平台通过开展疫情期间的专项知识产权保护行动，多管齐下、社会共治、重拳出击，强化知识产权保护，维护我国防疫用品市场稳定，确保疫情防控期间的公共安全和人民福祉，树立电子商务领域知识产权保护新标杆。

1. 积极履行社会责任，防止涉疫物资侵权行为发生

疫情期间，我国电商企业持续加强针对口罩、消毒用品等防疫物资的平台治理工作，通过全链条治理方式，采取以防为主，防打结合的方式，防止防疫物资侵权违规行为发生。

在货源管理方面，各大电商对平台内防疫物资的质量、价格和运费情况进行实时监测。对于有哄抬物价，借疫情营销、疑似售假、疑似回收、质量低劣、发货异常的情形加强监管。

对平台内违规行为加强处罚，疫情初期电商平台发布的“最严口罩禁令”，对问题口罩和违规卖家“零容忍”，对涉嫌假冒伪劣、哄抬物价、虚假宣传等违规问题的商品和店铺，“发现一家、处理一家，誓让疫情期间的作恶者倾家荡产、绝不姑息”。

为加强审核监督，有的平台通过智能算法模型识别和平台抽检等手段相结合，对多个品牌重点监测。同时，将“纳米”“超滤”“热成像”等涉及专利技术的词汇纳入监控审核范围，严格审核专利证明材料，若发现冒用专利词汇或仿冒他人专利的防疫商品，则采取屏蔽、下架等措施。还有平台大力开展“口罩防异”内部专项清查行动，从企业资质、品牌授权、产品质量等各个方面对国内数十家口罩生产经营企业进行极为严格的供应渠道审核，严防假冒伪劣防疫物资和不合格产品流向市场。

2. 加强社会共治，共建电商风险防范城墙

我国电商企业积极与各方建立品牌保护合作，通过社会共治的方式共建电商风险防范的城墙，联合保护抗击疫情，给消费者创造更加值得信赖的消费环境。今年2月，北京市市场监督管理局联合阿里巴巴、京东、苏宁等五家电商平台共同建立防控机制。如发现在任何一家平台销售假冒口罩及其他防疫用品，“一处关店，处处清退”，对销售假冒防疫用品的卖家零容忍，成为在抗击

疫情当中守护知识产权的平台联合先锋。同时这也体现，信用体系和数据融通在电商知识产权保护中可以起到良性互动的作用。

第二章 强化保护

(一) 法治护航——电子商务创新保障

电商领域已成为知识产权保护的重要阵地，国家已从法律、政策、司法、执法等多方位针对电商行业知识产权保护持续予以关注，全社会知识产权保护观念也逐步强化。2019年11月，中办、国办发布《关于强化知识产权保护的意见》，对完善新业态新领域保护制度提出了更高要求。

1. 完善法律法规体系，加大电子商务知识产权保护力度

2020年5月28日十三届全国人大三次会议表决通过了《中华人民共和国民法典》，并将从2021年1月1日起正式施行。作为民事领域的基础性法律，民法典的编纂出台是我国充分保障产权，加强民事重点领域立法的重大举措，也再一次确立了我国加强知识产权保护的风向标。

在网络侵权纠纷处理方面，民法典侵权责任编第一千一百九十四条至第一千一百九十七条²对网络侵权作出具体规定，主要涉及：

第一，明确网络侵权主体及责任承担方式。民法典第一千一百九十四条、第一千一百九十七条规定，网络用户、网络服务提供者利用网络侵害他人民事权益的，应当承担侵权责任。网络服务提供者知道或者应当知道网络用户利用其网络服务侵害他人民事权益，未采取必要措施的，与该网络用户承担连带责任。

² 光明日报：民法典这样规范数字时代生活，载于《光明日报》2020年06月04日07版，https://news.gmw.cn/2020-06/04/content_33884994.htm，最后访问时间2020年6月26日。

第二，细化“通知—删除”措施，明确相关民事责任。民法典第一千一百九十五条规定，网络用户利用网络服务实施侵权行为的，权利人有权通知网络服务提供者采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施。通知应当包括构成侵权的初步证据及权利人的真实身份信息。网络服务提供者接到通知后，应当及时将该通知转送相关网络用户，并根据构成侵权的初步证据和服务类型采取必要措施；未及时采取必要措施的，对损害的扩大部分与该网络用户承担连带责任。

第三，打击恶意侵权投诉行为。民法典第一千一百九十五条规定，权利人因错误通知造成网络用户或者网络服务提供者损害的，应当承担侵权责任。

第四，规范侵权认定程序，保障被投诉人合法权益。民法典第一千一百九十六条规定，网络用户接到转送的通知后，可以向网络服务提供者提交不存在侵权行为的声明。声明应当包括不存在侵权行为的初步证据及网络用户的真实身份信息。网络服务提供者在转送声明到达权利人后的合理期限内，未收到权利人已经投诉或者提起诉讼通知的，应当及时终止所采取的措施。

除了《民法典》外，新《商标法》已于2019年11月1日起施行；新《专利法》于2020年10月17日通过第四次修改，自2021年6月1日起施行；新《著作权法》于2020年11月11日通过第三次修订，自2021年6月1日起施行。重点加强了对专利权人合法权益的保护，加大侵权赔偿力度，加大网络版权产业的保护，保护作者，激励创新。我国不断完善法律法规体系，加大电子商务相关领域知识产权保护力度，电子商务领域知识产权法律和制度建设取得丰硕成果。

2.加强知识产权执法、司法保护，切实维护权利人合法权益

在执法保护方面，2020年8月18日，《国务院关于修改〈行政执法机关移送涉嫌犯罪案件的规定〉的决定》公布施行，进一步明确了知识产权领域行政执法机关向刑事司法机关移送涉嫌犯罪的标准和程序，加强知识产权保护和行政执法与刑事司法衔接工作。2020年8月13日，全国打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作领导小组办公室、市场监管总局等多部门日前联合发布《关于加强侵权假冒商品销毁工作的意见》，提出要推动侵权假冒商品分类销毁机制进一步健全。

2020年5月27日，全国打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作领导小组印发《2020年全国打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作要点》，对加强互联网侵权假冒治理提出要求，指出要打击网络侵权盗版，组织开展“剑网2020”专项行动，严厉打击视听作品、电商平台、社交媒体、在线教育等领域存在的侵权盗版行为，着力规范网络游戏、网络音乐、知识分享等平台的作品传播秩序；开展电子商务领域专利执法维权；指导和督促互联网企业特别是网络交易平台落实主体责任，建立完善长效治理机制；研究编制电商平台知识产权行政保护管理标准，建立健全治理电子商务平台侵权盗版制度。

2020年6月16日，国家知识产权局印发《关于进一步加强知识产权维权援助工作的指导意见》。要求加强展会、电子商务等商贸流通领域维权援助工作；完善维权援助机构与展会、电子商务平台的联动保护机制，加强线上线下快速维权工作；强化对展会、电子商务领域知识产权保护的技术支撑，高效、便捷提供侵权判定意见；积极推进电子商务和商贸流通领域知识产权纠纷多元化解决机制建设。

在司法保护方面，2020年4月21日，最高人民法院印发《关于全面加强知识产权司法保护的意见》（以下简称《意见》），要求准确把握知识产权司法保护服务大局的出发点和目标定位。该《意见》提到，要完善电商平台侵权认定规则；完善“通知—删除”等在内的电商平台治理规则，畅通权利人网络维权渠道；妥善审理网络侵犯知识产权纠纷和恶意投诉不正当竞争纠纷，既要依法免除错误下架通知善意提交者的责任，督促和引导电子商务平台积极履行法定义务，促进电子商务的健康发展，又要追究滥用权利、恶意投诉等行为人的法律责任，合理平衡各方利益。

同时，为进一步提高司法解释、司法政策质量，2020年9月，最高人民法院就《关于涉网络知识产权侵权纠纷有关法律适用问题的批复》《关于审理涉电子商务平台知识产权纠纷案件的指导意见》生效，重点就涉网络、电子商务平台知识产权侵权纠纷法律适用问题作出规定。其中明确了平台在何种情况下应当承担连带侵权责任的情形，并对涉电商恶意投诉的“恶意”进行界定；对法院判断电子商务平台经营者采取的必要措施是否合理的重点因素作出列举指引；明确紧急情况下，知识产权权利人、平台内经营者向有管辖权的人民法院申请采取保全措施等规定，进一步促进正确审理涉电子商务平台知识产权纠纷案件，依法保护电子商务平台各方主体的合法权益。

3. 多项政策出台，提升电商知识产权保护工作成效

为进一步高标准落实《关于强化知识产权保护的意见》，2020年4月20日，两办印发《2020—2021年贯彻落实〈关于强化知识产权保护的意见〉推进计划》。计划涵盖八个要点，共133条具体措施。其中，推进计划明确提出，要研究编制电商平台知识产权保护管理标准；制定出台治理电子商务平台盗版、侵权与假冒现

象的政策文件；探索开展电商平台知识产权数据资源共享试点工作，指导电商平台有效运用专利权评价报告快速处置专利侵权投诉；鼓励电商平台开展侵权假冒线索智能检测系统建设和应用，提升打击侵权假冒行为效率及精准度。

2020年5月13日，国务院知识产权战略实施工作部际联席会议办公室印发《2020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》，对全国知识产权战略实施工作作出部署。强国推进计划提出，探索建立新业态新领域版权案件查办方式，依法及时公开侵权盗版行政处罚案件信息，建立社会化网络版权保护监测机制；继续开展网络市场监管专项行动，加强线上线下一体化监管，落实平台主体责任，维护网上交易秩序和跨境电子商务健康发展。

2020年，国家知识产权局印发《关于深化知识产权领域“放管服”改革 营造良好营商环境的实施意见》，进一步推动知识产权领域职能转变，创新监管方式。实施意见明确提出，要持续拓展“互联网+”、大数据等新兴领域和业态的知识产权综合保护途径；针对电子商务平台跨地域经营的特点，研究建设统一的电子商务领域知识产权保护信息化系统，对接全国主要电子商务经营网站，实现知识产权权属在线确认和在线监管等功能。

2020年6月15日，国家知识产权局印发《商标侵权判断标准》，着力加强商标执法指导工作，统一执法标准，提升执法水平，强化商标专用权保护。《商标侵权判断标准》第三十条、第三十一条对涉及电商领域属于商标法第五十七条第六项、第七项的商标侵权行为进行了明确。

为积极响应国家知识产权保护政策，各地纷纷出台相关政策规定，不断加大对电商领域知识产权监管执法工作力度。

2020年，浙江省市场监管局（知识产权局）与阿里巴巴集团签订战略合作协议，通过会商拟定知识产权保护工作协作方案，共同建设中国电子商务领域专利执法维权协作调度（浙江）中心，共建电商平台知识产权纠纷在线调解平台，构建知识产权纠纷多元化化解机制，共同推进平台知识产权管理体系标准化建设，为创新创造以及创意产品的变现与保护创造条件。

2020年4月26日，上海市委办公厅、市政府办公厅发布《关于强化知识产权保护的实施方案》，电商领域知识产权保护内容，明确提出了包括研究制定电子商务领域知识产权保护指引、推动电子商务平台经营者落实管理责任、加强电子商务领域专项监测、引导电子商务平台经营者要建立知识产权举报投诉机制，配合执法部门反向追溯侵权假冒商品经营者等在内的一系列工作措施。

江苏省知识产权局印发《2020年度江苏省知识产权执法保护专项行动方案》。方案明确以全省各类商贸企业聚集区、商业街区、专业市场和电商平台为重点检查对象，着力查处各类专利、商标侵权假冒行为，并对展会、电商执法行动以及执法规范化建设、长效机制建设、宣传等方面工作进行了具体部署。武汉市2020年6月起在全市范围内开展知识产权执法“铁拳”行动，采取多种形式实现“靶向式”执法、“订单式”打假，严格知识产权保护。对于网络侵权行为，市场监管部门通过建立线上排查、源头追溯、协同查处机制，推进线上线下一体化执法，严厉查处电子商务经营者存在的知识产权侵权假冒违法行为。

（二）平台治理——主动防控创新完善

保护知识产权就是保护创新。我国电商企业为构建电商领域更高水平的知识产权保护体系和更完备的平台治理结构，一直发挥着重要作用。

1. 严格保护知识产权，加强常态化防控

完善平台维权投诉机制。根据电子商务法等法律要求，各平台企业要完善平台知识产权及其他侵权行为的投诉处理机制及流程，切实履行“通知—删除”“反通知”等平台义务。我国电商企业根据法律法规要求，不断探索电商领域严格保护实践，具体包括：构建了知识产权保护平台、上线全功能的知识产权保护中心、搭建了分类别的知识产权投诉系统。

例如，“IPP 平台”知识产权保护平台，权利人入驻数量每年大幅增长，平台不断优化处置流程、完善操作界面，升级模型算法等手段，提升 IPP 平台“知产快车道”服务能力，提高知识产权保护效率。

在知识产权保护中心方面，权利人进入后，可进行注册、提交权利人身份证明、上传权利证明以及发起投诉等流程。2019 年 8 月至 2020 年 6 月 20 日，该平台共有权利人入驻 524 个，较 2018 年增加近 1 倍，投诉链接数量已达到 29193 条，同比增长 200%，通过系统自查及投诉举报，共下架违规链接 2990 万余条，平台投诉已成为该电商的权利人投诉的主要渠道。

分类别的知识产权投诉系统可以为专利权、商标权、著作权及其他知识产权进行针对性保护。截至 2020 年 6 月，分类别知识产权投诉系统已删除 34374 条侵权商品链接。2019 年至 2020 年 6 月，与其他平台共同合作线下案件 59 件，已成功完成打击 43 件，共查获假冒产品 17 万余件，涉及案值约 2100 余万元。

加强前、中、后多环节处理机制。为实现自下而上假货治理的转化，我国电商企业具体探索了以下实践：建立了入驻前和上架中的两个环节防控系统、商家入驻审核机制、细分商品渠道审核机制、加强消费者权益保护。

多环节防控系统体现为，在商家入驻环节，通过“红网”对商家的资质及背景进行核实调查，匹配平台内已知的失信数据，进一步拦截高风险商家。在商品上架环节，对涉嫌山寨、侵权品牌的入驻申请进行拦截，并解决商家滥用品牌词蹭流量的生态危害。通过对知名品牌、特殊商号的知识产权进行有效保护，降低商家违规率，目前已保护知名品牌 2100 余个。

为设置更严格的商家入驻审核机制，从身份、资质两方面入手对商家进行审核，对依法需要取得相关许可的店铺和商品，采取“人工必审”制度，对于授权商家，将进一步向权利人核实授权证明真实性。同时，配套建立了涵盖了各类品牌商品属性信息的平台标品库，商家必须按标准填写必要商品属性信息，此举措有效遏制了“山寨”等侵犯知识产权的商品信息上传。

“细分商品渠道审核机制”是在商标品牌授权和供应商资质审核的基础上，针对市场发展需求和特定货源渠道设置的特殊保护，对同一品牌下部分授权销售商品单独进行供应商资质审核，确保每一个商品都有齐全的授权链。

针对消费者权益保护方面，“消费者赔付金”和“消费者保障金”制度是典型代表，在赔偿比例和赔付模式上突破了传统模式，在保证金标准方面，根据店铺类型和经营类目设置了 1 千元到 5 万元不等的金额。同时将“假一赔十”写入《平台合作协议》及平台规则，最高人民法院将其“假一赔十”消费者赔付金制度纳入中国互联网司法十大典型案例。

2.平台主动保护知识产权为创新赋能

被动打假时代宣告结束，知识产权保护成为驱动创新创造的新动能。电商平台利用自身的数据调用、信息交流、数字技术应用等优势积极保护知识产权，有效提升了知识产权保护成效，有

利于促进社会创新。具体形式有主动审查与技术赋能的自动监测。

例如,《知识产权管理章程》、《侵犯知识产权解读及处理细则》等均是平台主动进行知识产权管理、作出明确保护规定。对于知识产权知名度极高、被控侵权产品事实极为明显的情形,平台将主动对商品信息进行审查,而不必等接到权利人的投诉通知再处理。

技术赋能方面,图片算法、云计算等技术被运用到知识产权保护当中,“电子存证”“商品首发”“原创备案”“投诉维权”“IP商业化”等5个角度组成的原创保护平台是典型代表,保护范围已从设计手稿、图片扩大到了短视频领域。截至目前,其已保护超4.9亿张图片,超400万条短视频,15万张设计手稿。原创保护平台为中小商家增长提供了新动能,入驻原创保护平台店铺年均网站成交金额(GMV)已接近2000万,原创新商家年均GMV是普通新商家的10倍。

另外,大数据监测和综合分析也被运用至全国违法售假商家集聚区分布图的绘制中。对于历史售假行为高发地区的商家,一旦店铺售后或经营指标出现异常,系统后台将在第一时间发出预警。对因涉嫌售假、重复侵权等信用评级较低的商家,会被依规采取相应限制措施,直至清退出平台。

3.加强平台用户或经营者知识产权维权培训及服务

加强平台用户与经营者相关培训是探索电商领域知识产权保护重要一环,例如海外中小企业专项保护服务及平台培训课程。

海外中小企业专项保护服务是向海内外权利人提供便捷、多元的知识产权商业服务。在海外中小企业进入中国市场过程中,有平台启动了海外中小企业服务体验升级计划,针对海外用户习惯对平台产品改造与服务升级,降低海外用户成本。如今,已有

来自全球数十个国家超 2000 个海外中小企业受益。

培训平台与课程是为了帮助商家深入了解电商领域知识产权保护规则和维权方法，向商家讲解知识产权信息查询、投诉与应诉攻略等。也对商户开展全方位的知识产权培训和宣传。利用培训中心线上系统，对平台经营者进行知识产权保护培训，通过调研培训需求，拟定不同对象培训计划。另外，还在特殊时期开展专项行动，例如，在“双十一”期间加强对商户知识产权保护的宣传，提高商户的知识产权保护及避免侵权的意识。

（三）社会共治——各方共享格局深入

随着电子商务领域的蓬勃发展，知识产权保护面临巨大挑战的同时，知识产权保护也在政府、电商平台、权利人、商家、消费者等主体间达成了更大范围的共识，各方积极参与的知识产权保护共治格局进一步完善。

1. 政企关系更趋密切

我国电商企业除继续加强与各地知识产权管理部门在打击线上侵权假冒的快速删除、线下侵权办案线索通报方面的合作外，政企合作也开始呈现常态化的合作趋势。

我国电商企业已与政府构建了常态化交流、合作机制。2020 年，多家电商与地方知识产权局开展合作交流。南京市知识产权局与本地电商企业开展电子商务平台知识产权保护示范项目，从知识产权管理团队、知识产权管理制度、知识产权信息管理系统、知识产权维权服务机制、知识产权培训与宣传等各方面加强业务建设，探索电子商务保护新模式。

浙江省市场监管局（知识产权局）与电商企业通过签订战略

协议的方式，³通过会商拟定知识产权保护工作协作方案，共同建设中国电子商务领域专利执法维权协作调度（浙江）中心，共建电商平台知识产权纠纷在线调解平台，构建知识产权纠纷多元化化解机制，共同推进平台知识产权管理体系标准化建设，为创新创造以及创意产品的变现与保护创造条件。

另外，我国电商企业积极参与政府主办的知识产权交流活动，参与中国知识产权年会、中欧海关知识产权保护座谈会等专业论坛，密切配合各地海关开展“龙腾行动”，持续加强与政府机构在知识产权保护领域的交流合作。

除与国内政府机构合作外，社会共治“中国经验”也在逐步成为全球共识。就与国际组织的合作看，我国电商企业长期协助警方办理跨国打假案件。在协助执法机关跨国打击侵权假冒的过程中，中国电商企业的知识产权保护实践也获得了更大程度的国际认可。美国服装和鞋履协会（AAFA）公布的旨在褒扬全球范围内在知识产权保护、创新等问题作出关键贡献的企业和个人的2020年“美国形象奖”，我国电商企业也位列其中。

2. 权利人共治迎来新发展

为满足权利人在及时发现侵权、便捷反映问题、降低自身风险等方面日益增长的维权需求，提升线上侵权假冒产品的处理效率，阿里巴巴、苏宁易购、京东等主流电商企业各自推动开展的权利人合作共治模式不断发展。

在便利权利人保护方面，我国主流电商均搭建了平台内知识产权维权服务平台。例如，打假联盟（AACCA）迅速发展，在假货溯源打击方面发挥了重要作用，并与全国31个省份公安机关建立打假协作机制，协同的区县执法机关从227个增长至439个，一

³ <http://www.sipo.gov.cn/dttx/1149482.htm>

年新增 93%，协助全国各级执法机关抓获制售假嫌疑人 4125 名。还有平台搭建了为专利、商标、著作权权利人提供全流程、便捷、透明的知识产权举报投诉服务的知识产权保护平台，并与地方知识产权维权援助中心开展复杂案件移交协作。仅 2019 年 8 月至 2020 年 6 月，该知识产权保护平台就有权利人入驻 524 个，通过系统自查及投诉举报，共涉及违规下架链接 2990 万余条。

另外，我国电商企业也倡导、成立知识产权多方共治的“知识产权保护生态联盟”，持续强化与联盟成员的知识产权保护协同，推进与品牌方和第三方专业机构在侵权认定、假货认定方面加强合作，共同协作处理侵权纠纷和打击假冒伪劣行为。

3.强化社会主体保护协作

我国电商企业也非常重视发挥消费者等多元社会主体在电子商务知识产权保护中的作用。2020 年，三大多元社会主体协作保护模式均有新发展。

一是消费者主动提供疑似侵权线索。例如 2020 年 1 月开始运营的“打假无疆”系统。通过消费者在线下发现疑似侵权线索时拍照上传图片、位置等相关信息，可以帮助权利人挖掘线下假冒门店、假冒商品及制售假窝点等侵权线索。平台再运用技术手段对消费者提供的涉假信息进行比对、处理，并推送给品牌权利人进行鉴别、核验。

二是产学研全链条合作。例如，“氢舟”数字资产产权服务平台，是集数字资产知识产权确权、维权、交易的一站式服务平台，为全网数字内容拥有者搭建了数字资产产权流转全链条服务体系。还有与知识产权服务机构在平台知识产权保护中的聚合实践，为电商从业者、线下门店、进出口贸易商等主体提供适用于不同场景的各类知识产权服务。还有电商与华东政法大学、北京大学、南京理工大

学、西南政法大学等高校进行研究项目的合作。

三是与具体联盟、品牌的反假合作。比如，在版权保护方面，京版十五社反盗版联盟、少儿出版反盗版联盟与平台的签约合作，为两大反盗版联盟的72家成员单位建立版权保护绿色通道，共同打击侵权盗版图书；在品牌合作方面，与国内两大权威球鞋鉴别平台“get”“知解”正式达成鉴别服务合作，实现对球鞋的联合认证，并确定先鉴别、再发货的交易流程，对个人卖家上架的相关商品进行逐一鉴别，鉴别后出具联名“正品鉴别报告书”，并记录每一双已鉴别商品的编号信息，以供消费者查询验证。

（四）智慧之治——平台秩序运转保障

1.持续投入技术防控

我国电商平台侵权假冒线索处置效率的提升，离不开在打假技术研发和利用中的持续投入。我国电商企业不断开发智能防控系统，其中，“知识产权保护科技大脑”在国内外斩获“2020 创新研发奖”“质量之光年度事件”等多项大奖。其累积的打假图片样本量就超过 137 亿张，系统样本数据总量相当于 186 个中国国家图书馆馆藏量。通过人工智能技术在知识产权打假中的应用，高效运转的智能系统，假货及版权侵权特征库的数量不断增加，算法学习能力不断进化，将更加强劲地挤压知识产权侵权者的生存空间。

我国电商企业还越来越多地将更先进的技术手段应用于知识产权保护平台中，通过技术手段建立假货发现模型及系统，力求将高风险商品和商家排除在平台之外，给消费者创造更加值得信赖的消费环境。“红网”就是典型的拦截预警系统，通过对商家资质及背景核实调查，拦截无资质或资质伪造的商家，并结合大数据和人工智能，匹配平台已知的失信商家信息数据，进一步拦截或监控高风险商家。

平台还针对重点保护品牌量身制订了以人工智能技术拦截规则“品牌保护计划”，对品牌商品上架申请进行地毯式筛查。通过对数十亿的商品信息进行数据分析，开发了假货识别算法、违规商家识别算法等一系列模型，对违规商品和恶意商家进行充分预警。通过模糊语义分析技术加强对商品描述和用户评论中假货关键词线索的识别，杜绝不良商家以格式、间隔字、别称等方式躲避电商平台规则。

针对直播引流带货等新兴业态，加强直播中的内容管控，降低导流购物带来的侵犯知识产权风险，平台完善技术治理手段，通过制定平台规则、设置便捷权利人维权的多渠道投诉入口加强管控力度、不断提升审核技术手段、建立信用管理体系等方式强化平台治理。

2.构建原创知识产权保护平台

为应对随着数字经济发展，对版权作品形态、传播方式以及传统的版权确权方式产生的影响，我国电商企业也探索通过基于时间戳、区块链的电子存证技术完善版权保护数字存证机制。原创作者或商家可第一时间上传原创图片至原创保护平台，互联网公证处作为第三方存证机构，将通过区块链、时间戳的形式对原创作品进行电子存证，以时间快、费用低、操作方便等互联网特性，帮助商家完成创作备案。同样理念的技术还有“灵石系统”，每个视频内容上传后，会得到唯一的“内容指纹”文件，“灵石系统”会将这个“内容指纹”与其他上传到平台的视频进行对比，快速发现侵权内容，有效保护短视频版权。

“视频版权保护计划”也是其中的配套措施，以打假技术为依托，联合电影公司、发行方等社会各界力量，用“技术赋能+多元共治”的数字经济治理体系，防控和打击盗版视频。“视频版权

保护计划”上线后，已累计保护包括北京国际电影节、上海国际电影节两大国际电影节参展影片和其他公映影片近百部，协助公安机关捣毁了多个线下盗版产业链。

还有面向全量商家和平台达人用户免费开放的版权素材平台，在为商家省近亿元的版权素材成本的同时，帮助商家有效规避了侵权风险。还针对商家日常运营建立了版权知识内容体系，定期对商家进行版权知识普及和版权风险提醒，不断强化并提升商家版权意识。

为鼓励创意、激励原创，即时通讯平台的公众号平台开发了原创声明功能，极大程度地保护原创作者的知识产权；为站内小游戏建立名称保护库和代码保护库，为游戏开发者的知识产权和创意添加“防盗网”；针对公众号文章合理引用与原创内容的兼容问题，进一步优化了公众平台“引用”功能，为合理引用他人创作内容的行为提供了规范，也为被引用的内容增加了传播渠道。

第三章 直击挑战

(一) “通知—删除”操作挑战

1. 操作细节仍在探索

“通知—删除”规则是《电子商务法》中明确规定的电子商务知识产权保护规则，要求电商平台在接到知识产权侵权通知后，对侵权商品及时采取下架等必要措施。同时给予电商平台对其平台内知识产权自治权力与空间。司法、学界及平台企业对“通知—删除”规则也进行了诸多有益探索和经验总结。

其中，浙江高院发布的《涉电商平台知识产权案件审理指南》（下称“《审理指南》”）从司法实践的角度对电商领域的知识产权保护规则进行解析和指引，包括对合格通知、反通知的要件进行规定，对《电子商务法》中“红旗”原则的“知道”和“应当知道”进行进一步解释等。《审理指南》是厘清电商领域知识产权治理中各个主体责任的有益探索，我国亟需通过制定有关标准、出台相关司法解释的方式，在具体管理机制中明确操作流程和操作规范，为平台企业提供更加清晰明确的合规指引，减少知识产权治理成本。

2. 恶意通知比例仍然较高

由于《电子商务法》中“通知—删除”规则要求电商平台经营者在接到知识产权侵权通知后采取必要措施制止侵权行为，而电子商务平台作为商业经营者，要对每一个侵权通知作出准确判断，需要较大专业及技术成本投入。

实践中，错误通知、恶意通知等利用“通知—删除”规则进

行不正当竞争的行为越来越多样，不仅损害正当经营的商家的权益，更破坏了平台内的经营生态，电商平台经营者不得不投入更多精力辨别恶意通知，处理由此产生的纠纷。而“通知—删除”规则本身具有类似诉前禁令的效果，一旦发生错误通知，导致相关链接被删除，可能使商家在平台审核、反通知 15 天等待期内产生巨大经营损失。尤其是在购物节前、季节性商品市场需求量大的时期，投诉人“碰瓷式”的一纸通知，可能导致商家错失经营关键期的商机。虽然《电子商务法》对恶意发出的错误通知，对经营者损失规定了加倍赔偿救济，但实际效果如何仍待考证。

实践中，司法机关通过“反向行为保全”等创新实践，试图对于“通知—删除”规则滥用带来的不良后果进行制衡，但是，恶意通知行为的抑制，还需要更加体系化的制度设计，从权属确定环节开始完善，通过平台治理和司法、执法实践的配合，加大对于恶意行为的惩戒力度，从事前、事中、事后各个环节进行利益权衡和规则调整，建构并完善配套制度。

专利、商标的侵权判断专业性强，我国平台企业在对侵权通知的真实性认定中投入了大量专业技术，而在“通知—删除”规则规制下的电商知识产权高效治理，还需要政府部门加强知识产权数据的开放与整合，与电商平台共享数据资源，助力平台提高对相关权利信息鉴别能力和效率，形成信用监管的协同治理格局。

（二）新业态带来挑战

直播、短视频等新形式成为当下电商平台带货的最热趋势，为助力脱贫、疫情后期的经济发展产生了极大动力。习近平总书记在金米村调研时，在农产品直播平台前鼓励村民：“电商作为新业态，既可以推销农副产品、帮助群众脱贫致富，又可以推动乡村振兴，是大有可为的”。为助力复工复产、扶贫助农，领导干

部、企业负责人开始走入直播间参与带货，得到网友和群众的认可好评。有的平台在武汉经济恢复过程中发起“市长带你逛湖北”活动，让更多用户获得来自湖北地区的好产品。另外，还设立了“战疫助农”话题专区，塑造了“县域品牌”的县长直播带货内容，助力乡村振兴。

但是，直播、短视频等卖货形式业态复杂，涉及主播、供应商、平台等多方利益，在出现产品质量、虚假宣传、流量造假等问题后，主播与平台责任划分，流量等利益相关额度计算等问题仍待明确。而直播与视频中涉及的知识产权新型问题也有待进一步研究和规则。例如，一些发布于平台的带货短视频中，视频内售卖商品合法合规，而视频背景音乐可能是侵权使用。如果平台因背景音乐侵权而下架整个视频内容，则存在采取措施过度的可能性，导致利益失衡无法兼顾平衡性；而直播卖货模式以即时性和互动型为鲜明特征，出现的证据保存和追溯困难，亦是新的治理难点；此外，与传统的电商交易集中于电商平台不同，直播、短视频卖货行为分布于不同类型的平台，而社交媒体等内容平台，通常并未建立起与电商平台类似的知识产权投诉、争议解决等治理机制，存在不同平台之间治理模式和水准的明显差异，也为新兴业态的规制带来更为复杂的治理难题。

因此，直播等新业态知识产权保护需要充分利用现有法律规范，对各类问题审慎处理。另外，平台在规则探索过程中，可以将治理规则细化，考虑与业态新发展融合，发挥好直播主体及平台自治和自律的作用。

而对新业态知识产权更有效的治理，需要进一步对直播、短视频卖货的商业模式进行摸底，厘清不同主体的责任边界，构建并细化平台知识产权规则，依据包容审慎监管原则设定针对直播、

视频的投诉或举报通道，加强平台应对新业态电商知识产权问题快速处理的能力。

(三) 跨境电商平台治理挑战

1. 假货问题的全球化

跨境电子商务规模不断扩大，假货问题全球化已成为跨境电子商务发展待解决的难题之一，具体体现为制造销售环节的全球化、供需链条的全球化和制售传播技术的全球化，这进一步加大了假货问题的治理难度。

假货制造环节分布于全球各地，假货问题更具隐蔽性。一些不法商家将侵权商品生产环节进行分解，在生产成本低廉的地区完成商品基本制造，在商品合法进入销售国家之后，再在本地进行侵权的贴牌操作，以规避海关检查，进行假货售卖。例如，美国国防部和民用客户军用鞋类的主要制造商和供应商威尔普(Wellco) 就曾被曝出使用假冒产品⁴

在假货需求方面，包括发达国家和地区在内的全球市场普遍存在对于假货的消费需求。在跨境电商的交易中，假货流入的地区也包括发达地区和其他地区，供应形态也愈加多样。根据一项针对德国、奥地利、荷兰、瑞士的 2500 位消费者的调查结果显示，超过 25% 的消费者表示，会“不定期”购买假货。有 60% 的购假者承认，他们购买假货时并非“被骗上当”，而是在完全知情的前提下有意识地买假，动机是“追求价格低廉”。⁵

此外，假货制售传播技术也呈现全球化分工，智能制造、3D 打印、产业数据共享等都为假货制造提供了新型技术条件，跨境

⁴ 刘晓春，假货治理亟需顶层设计与制度合力，中国对外贸易。

⁵ 网规研究中心、中国电子商务协会政策法律委员会：《电子商务行业大数据打假 2.0——中国电子商务行业打假研究报告》，2016 年 3 月。

电商平台上出现的假货流转也呈现更加隐蔽化和规模化的特征，超越了单一国家或地区管辖和治理的范围，产生了国际协同治理的迫切需求。国际反假冒联盟（IACC）在其报告中明确指出，电子商务领域中的假冒盗版商品贩卖在其各个领域的会员中都已成为首要关切。⁶

2. 法律差异加大经营风险

在跨境电商相关经营过程中，涉及众多国家与地区，法律体系、政策取向、制度环境都各具特点，保护水准亦存在明显差异。尽管知识产权制度在各国立法层面已经通过国际公约获得相当的协调，但是跨境电商涉及的知识产权问题属于前沿新型领域，一方面涉及管辖权、法律适用、执法机制等协调程度较低的法律问题，另一方面，很多具体规则在多数国家与地区尚在构建过程中，离形成相对统一的国际标准仍有相当距离。

在跨境电商经营中，从事跨境电商交易的经营者需要从维护自身权利和防范侵权风险两方面，来构建企业出海的知识产权战略。

从维护自身权利角度，参差不齐的国外知识产权保护水平，给跨境电商经营者保护自有知识产权造成了困难。我国电子商务知识产权保护规则较为完善，平台治理经验走在国际前沿，我国行政、司法对外国权利人在我国境内合法权利予以尊重，然而，在我国权利人走出去的过程当中，很多时候并没有在国际上得到这样的待遇，甚至在一些知识产权保护制度较为完善的发达国家，亦缺乏完善的平台知识产权保护机制。在具体操作层面另外，由于各个国家和地区都不同程度重视个人信息、商业秘密以及数据

⁶ International Anti-Counterfeiting Coalition's comments made on the Department of Commerce, International Trade Administration, Office of Intellectual Property Rights', Report on the State of Counterfeit and Pirated Goods Trafficking Recommendations, <https://www.regulations.gov/document?D=DOC-2019-0003-0072>

保护等规则的建构，导致我国权利人获取侵权者相关信息的障碍较大，进行深入维权调查的难度较大。

从防范侵权风险角度，跨境电商经营者应当提前构建目的地国家和地区知识产权侵权预警机制，在进入特定市场之前尽量展开当地在先专利、商标、著作权等权利的检索行为，以降低侵害他人知识产权的风险。对于司法、执法过程中存在特定风险的制度和实践，例如，对于发生频率较高的海关扣押、展会查封、司法禁令、平台冻结资金等现象应充分了解，提前展开调查并制定相应预案。

从事跨境电商业务的平台企业面对国际上复杂的法律和政策环境，需调用专业资源，投入研究经营涉及国家和地区知识产权及相关配套制度，并积极设计、调整与采纳跨境合规的策略和方案，建设符合目的地国家和地区知识产权保护机制，规避因境内外法律差异带来的侵权风险。面对商标、域名抢注以及假货泛滥等知识产权纠纷处理难题，需要在充分了解目的地法律和政策环境的前提下，积极借鉴在中国和其他国家地区的治理实践经验，因地制宜展开制度和规则创新，以应对多变的跨境电商知识产权侵权乱象。

在国际政治、经济局势纷繁复杂，贸易保护主义抬头的国际环境趋势下，我国跨境电商的发展可能会遇到更大挑战。而跨境电商等外贸新业态在全球“后疫情”时代中的持续发展，不仅需要国家引导、支持，更需要平台企业与商家增强境外确权、维权和应诉能力，维护自身的正当合法权益。

第四章 探索标准

（一）制定标准背景

1. 落实中央部署

党中央、国务院高度重视新业态以及电子商务平台知识产权相关保护标准的构建，制定电子商务平台知识产权保护标准非常具有重要性及必要性。2019年11月，中办、国办印发《关于强化知识产权保护的意见》，明确提出“研究建立跨境电商知识产权保护规则，制定电子商务平台保护管理标准。”2020年4月，两办印发《2020-2021年贯彻落实〈关于强化知识产权保护的意见〉推进计划》，则进一步提出“研究编制电子商务平台知识产权保护管理标准。制定出台治理电子商务平台盗版、侵权与假冒现象的政策文件。”

为深入贯彻落实党中央、国务院关于强化知识产权保护的决策部署，进一步加强电子商务平台知识产权保护工作，由市场监督管理总局、国家知识产权局共同牵头，多部门共同参与制定了《电子商务平台知识产权保护管理》国家标准以下简称《标准》，标准于2020年11月9日批准发布，并于2021年6月1日起实施。

2. 改善营商环境

《标准》是在《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，充分借鉴了电子商务平台知识产权保护已有经验。标准从范围、规范性文件、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、一致性测试等七方面内容提出明确要求。标准的制定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，提升各方知识产权保护意识，优化电子商务领域营商环境，展现我国加强知识产权保护的决心和能力。研究制定《标准》是落实中央决策部署的重要举措，有助于完善电子商务知识产权保护制度，优化营商环境。

3. 解决实际问题

近年来，电子商务知识产权保护体系基本构建，保护模式不断创新，但电子商务模式的多样化发展、恶意投诉等权利滥用和不正当竞争等现象时有发生。在法律保护体系日益完善的同时，各电商平台在实践过程中仍然碰到诸多问题，而制定合理标准将有效改善并解决目前电商平台的实践困境。

互联网时代瞬息万变，不同规模的电商平台每天都在面临多种多样的实际问题，例如法律存在滞后性且未区别对待不同知识产权类型、实践中恶意通知等滥用电商平台知识产权保护规则、各电子商务平台具体操作过程中对知识产权侵权的打击力度各不相同等现象层出不穷。

我国电子商务行业发展迅猛，平台知识产权保护面临复杂挑战。通过标准化手段加强电子商务平台行业的知识产权保护管理，有利于规范电子商务平台行业的知识产权保护，回应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形势、新挑战，有助于推动电子商务行业健康有序发展。

（二）标准主要内容

《标准》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。旨在确立电商领域知识产权保护的最佳实践，指导中国乃至全球区域内的电子商务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。

1. 《标准》内容全面

《标准》包括范围、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、一致性测试要求等七章。

第1章“范围”、第2章“规范性引用文件”、第3章“术语和定义”、第7章“一致性测试要求”规定了本标准适用的电子商务相关范围、规范性引用文件、标准中相关术语的定义以及应满足的相应要求。

第4章“电子商务平台管理”明确电子商务各方主体责任和义务。包括信息管理、管理制度、知识产权争议解决三方面内容。重点从商户入驻平台的信息备案和商品知识产权相关信息展示、知识产权管理制度、侵权通知发出、侵权通知受理、通知处置及结论等内容进行规范。

第5章“电子商务网络信息平台要求”对电子商务网络信息平台功能提出了具体要求，包括总体要求、功能要求、证据管理、监管协查、新技术应用等五方面内容。要求电子商务网络信息平台应建立相关数据库，用于对相关信息进行存储、证据管理、追溯管理、协助核查等。

第6章“组织知识产权管理”包括总体要求、机构与职责、信息和知识资源等三部分内容，规范了参与电子商务平台的相关方建立知识产权管理体系，设置知识产权管理机构并配备专、兼职人员或委托专业机构代为管理，提供宣传、培训、交流、指导等服务。

2. 《标准》亮点突出

《标准》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，是确立电商领域知识产权保护的最佳实践，兼顾了创新激励发展和市场秩序的维护。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。

(三) 标准发布意义

电子商务平台知识产权保护管理标准的出台和实施，将直接推动中国电子商务标准体系的完善，有效助推知识产权保护标准化、规范化，大力促进治理能力和水平的提升，为电子商务行业的规范发展提供保障和支撑。通过对标准的体系的持续探索与研究，将有效促进我国电子商务领域的发展，为全球治理提供新的方案，促进创新与升级，为高质量发展注入新的动力。制定统一的电子商务平台知识产权保护相关标准，便于电子商务平台在实践中进行把握，使其能够避免动辄承担法律责任的后果，同时也能过滤掉一部分错误通知，在一定程度上恢复利益平衡，有望整体推动电子商务行业知识产权发展保护水平提升。

制定合理标准，将有效推动平台良好实践经验转化成可具体实践的形式推向社会，融入各平台实践中。进而推广至全球电子商务市场，制定电子商务平台知识产权保护管理标准将有效推进知识产权国际治理，在电子商务知识产权领域，讲好“中国故事”，发出“中国声音”，为国际电子商务知识产权保护管理制度的发展贡献“中国力量”。聚焦电子商务知识产权，展现担当，面向全球，有利人类命运共同体的构建。

第五章 跨境治理

(一) 跨境电子商务呈现蓬勃发展态势

近年来，中国跨境电商规模快速扩大，中国中小外贸企业跨境电子商务逆势而上，多年保持 30% 的年均增速。中国是全球最大的外贸国家，2020 年虽然受全球新冠肺炎疫情影响，但是互联网协助跨境电商成为推动我国外贸复苏的重要路径。据测算，海淘直接相关的跨境电子商务交易总额，预计在 2022 年将达到 20.5 万亿元。

跨境电商平台可以细分为三种类型：一是国际 B2C 跨境电商平台，例如亚马逊、eBay、阿里速卖通等；二是进口跨境电商平台，例如天猫国际、苏宁云商海外购、顺丰海淘、洋码头等；三是本土化跨境电商平台，例如 Lazada 东南亚，Walmart 沃尔玛，Flipkart 印度，Yandex 俄罗斯，Trademe 新西兰等。

从交易模式上看，跨境电商采用的是“互联网+外贸”的新业态，打破时空限制，降低交易成本，形成规模效应，便利中国制造的优质产品销往国外，也便利全球优质货源进入国内市场，推动中国外贸优进优出，也为企业运营提供了新的机遇。

从政策红利上看，国务院办公厅发布《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》，国家先后在北京、石家庄、雄安新区等 105 个城市和地区设立跨境电子商务综合试验区。针对跨境电子商务企业的出口监管、海关注册登记管理、跨境电子商务综合试验区零售出口企业所得税核定征收、跨境电子商务寄递服务高质量发展等事项，相关部门也出台多项部门规章，保障跨境电

商行业的健康发展。

在业态发展、政策扶持的东风之下，涌现了一站式推广、平台化运营、网络购物业务与会展相结合等模式，有力推动了跨境电子商务纵深发展。全社会电子商务应用意识不断增强，应用技能得到有效提高。相关部门协同推进电子商务发展的工作机制初步建立，围绕电子认证、网络购物等主题，出台了一系列政策、规章和标准规范，电子商务发展环境日益良好。

（二）跨境电子商务知识产权规则探索

总体来看，我国的跨境电商行业发展势头良好，知识产权保护规则建设方面已经初成体系，通过立法、行政、司法以及平台构建的治理机制正在有效运作并逐步完善。

2019年11月，中共中央办公厅和国务院办公厅联合印发《关于强化知识产权保护的意见》要求“研究建立跨境电商知识产权保护规则，制定电商平台保护管理标准。”

2020年7月15日，浙江省杭州市钱塘新区联合杭州市互联网法院，在中国（杭州）跨境电商综合试验区下沙园区正式成立杭州互联网法院跨境贸易法庭，这是全国首家跨境贸易法庭。

在《电子商务法》中，对于跨境电商及其知识产权问题做出了指引性的规定，并从提高跨境电子商务各环节便利化水平、提高服务和监管效率、建立争议解决机制等方面提出促进跨境电子商务发展的具体举措。尽管相关促进举措并未直接而具体规定跨境电商平台知识产权规则的创新和发展，但是知识产权问题作为跨境电商领域重要的权利保护和制度建设问题，都是《电子商务法》框架下促进跨境电子商务发展的不可或缺的组成部分。《电子商务法》中关于国内电商平台知识产权保护的制度，亦可以参考

适用于跨境电商平台的治理实践。

关于跨境电商知识产权保护中的典型纠纷场景，我国司法和执法实践中，也根据大量案例积累出了相应的规则，在有效保护涉外知识产权的同时，针对跨境电商纠纷中较为突出的商标平行进口问题中确立了“权利用尽”规则的例外。例如，在米其林轮胎案以及大王纸尿裤案中，地方法院都做出认定，尽管进口的商品的确来自于商标权人的授权，但是如果商品本身的质量、形状在来源国和进口国存在实质性差异，那么商标权人依然可能有权禁止在进口商品上使用该标识。主要依据的理由是防止消费者对商品的质量和来源产生误认和混淆。

针对跨境电商过程中涉嫌侵权行为的交易环节可能分布于多个国家和地区的难题，司法实践中对确定管辖权的“最密切联系”原则做出了发展和针对性的完善，依法解决了大量跨境电商知识产权纠纷，确立了具体规则。

在跨境电商平台的知识产权保护与治理实践方面，阿里巴巴、京东、敦煌网等平台，除了将适用于境内的知识产权投诉和保护机制的成功经验适用于跨境领域，也针对跨境电商交易发展出探索设立统一的受理要件、特定地域实行“可见不可买”等特殊运行机制。

(三) 跨境电商知识产权保护体系展望

在跨境电子商务快速发展的当下，以互联网为基础的国际贸易对于商品和服务的自由流动、消除地域性贸易壁垒提出了更为迫切的诉求，积极推动适应新型贸易模式的新类型国际规则体系的构建，也对推进国际化，抵制贸易壁垒和保守主义，具有非常重要和深远的价值和意义。展望未来，我们认为跨境电商知识产权保护规则应当包含如下的内容：

第一，国际规则协调。推动各国关于著作权、专利权和商标权在跨境电商交易中的特殊规则进行协商，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。进一步协调知识产权保护规则，降低知识产权获权与维权成本，促进知识产权的流动与运用，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。

第二，国际执法协作。针对制假售假的跨国有组织犯罪，推动各国进行执法协作，共享执法信息，采取联合措施，打击制假团伙。

第三，跨境保护服务。推动各国建立综合跨境电商监管平台，增强监管的主动性和及时性。完善涉外知识产权信息沟通交流机制，提供跨境电商知识产权维权援助。鼓励通过市场化的手段发展出专业的第三方机构和机制，建立一套高效、专业的检索、验证、认证、评估、服务体系，促进相应国际标准的制定，并在此基础上促进更加正式的政府间合作的达成。

第四，创新纠纷解决。鼓励发展与快速、小额、便捷的跨境电子商务节奏相适应的替代性纠纷解决机制，借鉴仲裁机制的设计，在速度、便捷性和成本控制上进行制度创新，通过线上的电子化形式进行快速裁决，同时通过人工智能、大数据等新技术手段尽量保障其专业性和中立性。

随着全球经济提升、文化往来扩大、国际贸易技术发展，各国消费者正在不同程度地卷入一场“消费全球化”的大浪潮，电子商务也在加速不同文化的交融与新的价值创造。⁷全球跨境电子商务的市场覆盖区域不断拓展，外贸商业潜力不断被释放，即便受到新冠肺炎疫情的影响，跨境电商交易量仍在持续上涨。国际

⁷ 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。

支付服务商派安盈（Payoneer）发布的 2020 年第一季度全球跨境电商指数报告显示，中国、美国、英国、法国、越南和印度 2020 年第一季度的跨境电商销售额与去年同期相比均呈现逆势增长，跨境电商在疫情之下彰显韧性。其中，中国跨境电商收入同比增长 25%，稳居全球跨境电商市场榜首。

在高速稳步发展的大好形势之下，跨境电商也遭遇了制售假产业化、全球化态势的挑战与冲击，跨境打假成为知识产权保护领域新难题。除此之外，跨境电商的商业操作模式往往会与知识产权地域性的特征相冲突，这也增加了跨境电商知识产权保护的难度。我们呼吁各国积极开展合作，携手探讨知识产权相关保护规则，确保跨境电商交易顺畅、知识产权保护得力。

**China E-commerce Intellectual Property Protection
Development Research Report
(2020)**

Intellectual Property Development & Research Center of CNIPA

I. Fighting against the pandemic

(I) Digitalized prevention

The outbreak of Covid-19 poses a serious threat to public health and caused challenges for essential supplies. In order to prevent and control the Covid-19, Chinese e-commerce platforms to give full play to their logistics, warehousing and delivery advantages, to ensure medical and daily supplies during the enforcement of social distancing and lockdowns.

At such a moment, Alibaba, JD, Suning, ByteDance, Pinduoduo, Xiaomi use digital technologies coordinate with suppliers and logistics providers to call for urgent and aggressive action to make sure that essential supplies can be rapidly directed to personnel in key posts.

Digital technologies play an important role in battling with Covid-19. E-commerce platforms use big data and associated technologies and products to improve detection efficiency and accuracy. Pandemic information collection has been empowered with digital registration system to help hospitals and customs.

To maintain normality in people's lives, e-commerce enterprises developed and shared technical solutions to support people stay at home. "Online Medical Consultation" gave free consultations and treatments for patients without going to hospital. To provide a flexible approach for work and study, "DingTalk" and "Tencent

Meeting” help people to stay connected and work remotely. These platforms also made significant penetration in the education sector.

(II) Anti-counterfeit actions

According to WHO’s statistics, demand for masks and other personal protective equipment (PPE) was 100 times higher than normal, and prices had risen to 20 times higher globally. In order to maintain market regulation of PPE, Chinese government and e-commerce platforms have carried out special intellectual property rights (IPR) protection actions jointly.

Platforms have upgraded their anti-counterfeiting technology to cover PPE related terms in risk control. The algorithms is able to detect "Nano", "ultrafiltration", "thermal imaging" and other vocabularies as sensitive product information. If PPE products are monitored as counterfeiters, platforms will take down suspicious PPE immediately and block the related merchants automatically. Once the counterfeit PPE products are identified, the related links will be took down immediately, and the merchants will be blocked automatically.

E-commerce platforms cooperated to provide a reliable online market environment. In February, the Beijing Administration for Market Regulation with 5 e-commerce platforms including Alibaba, JD, Suning to establish a control mechanism. If any platform finds counterfeit PPE, the seller will be barred in every platform, and suggested government departments should add them to the dishonesty blacklist. This also reflects that the credit system empowered with big data can play a positive role in the

e-commerce IPR protection.

Chinese e-commerce platforms also implement strict PPE product audit from supplier qualification, brand authorization and product quality to pose “zero tolerance” with counterfeit PPE. "All the moves are not only to shoulder more responsibility for protecting consumers' interests, but also to show our utmost respect to online sellers who abide by laws and take the initiative to participate in the fight to prevent and control the epidemic,".

(III) Brands establishing

Although the Covid-19 separated customers and merchants, e-commerce has helped make life tolerable and the stay-at-home economy is thriving in China. The online retail sales volume stood at 9.1 trillion Yuan from January to October of 2020, up 10.9 percent from year-on-year growth, according to the Ministry of Commerce. The online retail market now sustained high growth despite the virus outbreak.

New retail business in fresh food and grocery, have played an important role in supplying daily necessities to people. After the pandemic, the consumer habit of buying fresh food and grocery continues the online and offline integration. Online grocery platforms such as Fesh Hippo, Missfresh and Dingdong give customers access to food delivery at the touch of a button, with the ability to order 24 hours a day and select delivery times.

E-commerce platforms also use digital tools to help farmers bounce back by bringing businesses online. Livestream accelerates digital transformation of agricultural and retail sectors

and creates a direct line between farmers and customers. Driven by livestream, fresh vegetables and fruits have been taken from wholesalers to screens. Customers can see the products with their eyes, and the new model also promotes farmers' brand awareness.

II. Enhancing IPR protection

(I) Legal protection

E-commerce industry plays a significant role in IPR protection. Chinese government has been paying continuous attention to IPR protection in the e-commerce industry from various aspects such as laws, policies and law enforcement.

On May 28, 2020, China passed first Civil Code. Chinese government also issued comprehensive policies to enhance the effectiveness of e-commerce IPR protection. In 2019, the general offices of the Communist Party of China (CPC) Central Committee and the State Council have jointly issued a directive titled "The Guideline on Strengthening Intellectual Property Rights Protection", raising the bar of IPR protection in the country by way of constantly improving the system and invoking all possible governing tools, legal, administrative, economic, technological, and social. The document is the first paper on IP protection of its kind issued in the name of CPC Central Committee and the State Council, which provided the fundamental principle and guide on this field in the new era.

The judicial authorities have actively fulfilled the responsibility strengthened the judicial work in the field of e-commerce, strictly

protected intellectual property rights, and provided effective judicial relief for rights holders.

Last year, CNIPA, cooperating with other departments, has effectively curbed intellectual property infringement in the e-commerce field through administrative enforcement.

(II) Platform autonomy

E-commerce platforms continue to protect intellectual property rights and strengthen regular prevention systems. According to the E-commerce Law and other legal requirements, platforms must improve the intellectual property infringement complaint handling system, and fulfill platform obligations, such as "notice-and-takedown" and "counter-notice" procedure.

E-commerce platforms protect intellectual property rights more actively and enhancing the effectiveness of e-commerce IPR protection by using their advantages in database, information exchange, and digital technology applications.

In order to provide intellectual property related information to global right holders, e-commerce platforms have established special projects for overseas small and medium enterprises(OSMEs). In the process of OSMEs entering the Chinese market, e-commerce platforms have launched a service experience upgrade plan, which will transform platform products and upgrade the service based on OSMEs' business models ,and already benefited thousands of OSMEs from over ten countries.

(III) Social Co-governance

In addition to continuing to strengthen cooperation with local intellectual property management departments in combating online infringement and counterfeiting, Chinese e-commerce companies have continued to cooperate with government. In 2020, many e-commerce companies cooperated with local departments, and have established a normalized cooperation mechanism.

The "Chinese experience" of social co-governance is gradually becoming a global consensus. Chinese e-commerce companies have long assisted global anti-counterfeiting cases. The American Apparel and Footwear Association (AAFA) announced the 2020 "American Image Award" aimed at commending companies and individuals who have made key contributions to issues such as IPR protection and innovation on a global scale. Chinese e-commerce platforms are also among them.

In order to meet the increasing needs of rights holders for timely detection of infringements, Chinese e-commerce platforms such as Alibaba, Suning and JD continues to develop online infringement processing system. To strengthen cooperation, jointly handle infringement complaints and crack down on counterfeiting, e-commerce platforms also established the "Intellectual Property Protection Ecological Alliance" for multi-party governance of intellectual property rights, continues to strengthen the coordination of IPR protection with alliance members, and promotes the identification of infringement and counterfeit products with brand owners and third-party professional organizations.

(IV) Management with intelligence

In 2020, Chinese e-commerce platforms continue investing in and upgrading their anti-counterfeiting technology. It has been proven that with new technologies, such as big data and block chain, these platforms are able to combat illegal businesses more accurately, protect the interests of intellectual property right holders more effectively, and combat illegal activities at low cost. Chinese e-commerce operators have successfully reduced the risk of infringement and vigorously promoted the awareness of intellectual property through the public. Product intelligence, counterfeit screening model, image and semantic recognition algorithms, real-time monitoring and interception, bio-identification, algorithms to detect abnormal merchant behavior, and government-enterprise collaboration platform had previously been developed and implemented.

In order to cope with the impact of the development of the digital economy on the form and transmission of copyright works, e-commerce companies are also exploring ways to improve copyright protection digital deposit certificates through electronic deposit technology based on time stamps and blockchain mechanism. A copyright digital certification model based on blockchain, deep learning, AI recognition and other technologies. Authors or merchants can upload original pictures to the original protection platform instantly. The Internet Notary Office, as a third-party depository institution, will electronically deposit original works in the form of blockchain and time stamps, with fast time and low-cost Internet features, such as convenient

operation, help businesses complete creation filing.

In addition, many platforms have launched free copyright databases, which are free and open to all merchants and platform users. They help merchants effectively avoid the risk of infringement. They have also established copyright knowledge content systems for the daily operations of merchants, and regularly carries out copyright knowledge popularization and copyright risk reminders for merchants, and promotes merchants' copyright awareness.

III. Facing the challenges

(I) The challenge of Notice-and-takedown

The Chinese E-commerce Law clearly stipulated the notice-and-takedown procedure that requires e-commerce platforms takedown potential infringing products once receive intellectual property infringement notice from right holders. In practice, there are error notification, malicious notification and other use of the notice-and-takedown rule for unfair competition behavior that disrupt the market order. Once an error notification is processed, the product link will be removed until verification, which may cause the merchants to incur huge losses during the 15-day waiting period, especially before online shopping festival.

Patent and trademark infringement require highly professional judgments. Chinese e-commerce platforms have invested expertise in infringement notice judgments. While, an effective procedure requires the balance of interests and also cooperation between platforms, judicial and administrative system.

(II) The challenge of new business model regulation

New business model such as livestreaming and short videos have become the hottest trend on e-commerce platforms, which have helped poverty alleviation and economic development in the later stage of Covid-19. During Chinese President Xi Jinping's tour in the Jinmi village of in Zhashui County, he said that e-commerce is an emerging business with great potential, which can promote sales of agricultural products, help rural residents shake off poverty and facilitate rural vitalization. More and more celebrity, business executives and government officials have engaged in e-commerce livestream and give endorsements to local agricultural products. Some platforms also set up a special topic of "helping farmers in the fight against the epidemic", which have been widely praised.

However, livestreaming and other new models involve multiple parties, such as social media influencers, suppliers, and the livestreaming platforms. There are merging issues need to be clarified, such as product quality, false publicity, the division of responsibilities between the anchor and the platforms, and the calculation of interest-related quotas for traffic. Some new types of intellectual property issues also involved in livestreaming shopping need to be further studied and regulated. For example, in some short videos with goods posted on the platform, the goods sold in the videos are legal and compliant, but the video background music may be used infringingly. If the platform removes the entire video content due to background music infringement, there is a possibility that excessive measures will be taken, resulting in an imbalance of interests that cannot be

balanced. The differences in governance and standards between different platforms also bring more complex governance problems to the regulation in new business models.

(III) The challenge of cross-border platform management

The legal responsibility of the e-commerce platform should be compatible with its function. In practice, malicious infringement, malicious cybersquatting, unfair competition and other phenomena coexist. If the platform over-trusts complainants, and immediately disconnects the reported product solely based on complainants' notice, sellers may lose the opportunity to defend themselves. But if it is an infringement, the platform may be jointly liable for the expanded economic consequences of the violation. As business operators, it is difficult for the e-commerce platform which is not professional in this area to accurately judge the infringement. They are facing the dilemma of legal obligation and platform management.

IV. Exploring standards

(I) Exploring the standardization of IPR protection

Chinese government attaches great importance to the establishment of new business model. In November 2019, the Central Office and the State Council issued the "Opinions on Strengthening the Protection of Intellectual Property Rights", clearly proposing to "study and establish rules for the IPR protection in cross-border e-commerce, and formulate management standards for the protection of e-commerce platforms." April 2020, the government issued the "Promotion Plan for Implementing the 'Opinions on Strengthening the

Protection of Intellectual Property Rights' from 2020 to 2021, and further proposed "Research and compile the management standards for the protection of intellectual property rights for e-commerce platforms. Formulate and promulgate measures to control piracy, infringement and counterfeiting of e-commerce platforms Policy documents."

In order to thoroughly implement the decisions and deployments of the government on strengthening the protection of intellectual property rights, and to further strengthen the protection of intellectual property rights of e-commerce platforms, SAMR and CNIPA standard of "Protection Management" was approved and issued on November 9, 2020, and will be implemented on June 1, 2021.

"Intellectual Property Protection and Management of E-commerce Platforms" is a national recommended standard developed under the framework of the "E-Commerce Law". This standard combines the actual development of e-commerce and fully draws on the existing experience of IPR protection on e-commerce platforms.

(II)Developing e-commerce platform intellectual property protection management"

The "Intellectual Property Protection Standards for E-commerce Platforms" refine and solidify platform practical experience to form standards that can be promoted and replicated. It should aim to establish the best practices of IPR protection in the e-commerce field, and guide e-commerce platforms in China and the global

region to establish an IPR protection system that complies with national laws and regulations and industry practices, and takes into account innovation, incentive development and market order maintenance.

(III) The significance of development of e-commerce standards

"E-commerce Platform Intellectual Property Protection Management" is the first recommended national standard that clearly stipulates the IPR protection management of e-commerce platforms. It is the best practice for establishing IPR protection in the e-commerce field, including innovation, incentive development and market order maintain. The standards strictly abide by relevant laws and regulations such as e-commerce law, patent law, trademark law, copyright law, etc., and refine the responsibilities and obligations of relevant entities based on actual conditions. The standard puts forward a "Chinese plan" in the field of e-commerce IPR protection, and also contributes "Chinese power" to the development of the international e-commerce IPR protection management system.

V. Cross-border Governance

(I) Cross-border E-commerce Is Booming

In recent years, the scale of China's cross-border e-commerce has expanded rapidly, therefore China's small and medium-sized foreign trade enterprises have gone against the recession trend due to Covid-19, and become an important way to promote China's foreign trade recovery, maintaining an average annual growth rate of 30% for many years.

According to estimates, the total amount of cross-border e-commerce transactions directly related to overseas shopping is expected to reach 20.5 trillion RMB in 2022.

(II) Intellectual Property Rules of Cross-border E-commerce

The IPR protection rules of China's cross-border e-commerce industry has initially formed a system, and the governance mechanism constructed through legislation, administration, justice and platform is operating effectively and gradually improved.

In November 2019, the general office of the CPC Central Committee and the general office of the State Council jointly issued the Opinions on Strengthening the Protection of Intellectual Property, which required authority "to study and establish rules for the protection of intellectual property of cross-border e-commerce, and formulate standards for the protection and management of e-commerce platforms."

On July 15, 2020, Qiantang New District of Hangzhou City, Zhejiang Province, in conjunction with Hangzhou Internet Court, officially established the cross-border trade court of Hangzhou Internet court in Xiasha Park, China (Hangzhou) cross-border e-commerce Comprehensive Experimental Zone, which is the first cross-border trade court in China.

E-commerce Law of the People's Republic of China has guiding provisions on cross-border e-commerce and its intellectual property issues, and puts forward specific measures to promote the development of cross-border e-commerce, which improves the

efficiency of service and supervision and establishes dispute resolution mechanism.

In terms of IPR protection and governance practice of cross-border e-commerce platforms, Alibaba, JD, Dunhuang and other platforms not only apply the successful experience of domestic intellectual property complaints and protection mechanisms to cross-border fields, but also develop special operation mechanisms such as establishing unified acceptance requirements and implementing "visible and not buying" in specific regions for cross-border e-commerce transactions.

(III) Prospect of intellectual property protection system of cross border E-commerce

In the future, we believe that the IPR protection rules of cross-border e-commerce should include the following contents:

First, coordination of international rules. Promote the negotiation of special rules of copyright, patent and trademark rights in cross-border e-commerce transactions, and reduce the cost of acquiring and protecting intellectual property.

Second, international law enforcement cooperation. In view of the transnational organized crime of counterfeiting and selling, we should promote law enforcement cooperation among countries, share law enforcement information, and take joint measures to crack down on counterfeiting gangs.

Third, cross border protection services. Promote countries to establish a comprehensive cross-border e-commerce regulatory

platform, enhance the initiative and timeliness of supervision, establish a set of efficient and professional retrieval, verification, certification, evaluation and service system.

Fourth, innovative dispute resolution. We should encourage the development of alternative dispute resolution mechanisms that are compatible with the fast, small and convenient pace of cross-border e-commerce, through new technical means such as artificial intelligence and big data.

Under the rapid and steady development, cross-border e-commerce has also encountered challenges and impacts from the industrialization and globalization of manufacturing and selling counterfeit goods. Therefore, we call on all countries to actively cooperate and work together to explore rules for the protection of intellectual property, so as to ensure smooth cross-border e-commerce transactions and effective protection of intellectual property.