

平台盗版治理：做不到还是不想做到？

作者：陈志兴

原稿刊发于《中国知识产权报》2022年7月8日第8版。

近些年，电商平台销售盗版书的问题不时引发舆论热议。例如，在今年的全国两会上，有关代表委员曾提到，2021年，某机构从某电商平台上的165家店铺采购了267本图书，涉及103个出版社。在经过鉴定的199本书中，只有18本为正版书籍，其余181本均为盗版书籍，盗版率超过90%。对此，有关代表委员呼吁：加强对电商平台的监管，平台也要履行好主体责任。

以笔者看来，电商平台在治理盗版问题上应该要有所作为，“不是做不到，而是不想做到”。前段时间，笔者曾经在某电商平台上买到3本所谓“影印版”的盗版图书，在收到我的投诉后，该电商平台客服给出的处理方案是，“你不想要，可以申请退款”，完全没有回应其平台上销售盗版图书的问题。当然，我并没有接受，而是坚持主张消费者权益保护法中的“知假售假，退一赔三”。客服很不高兴，说“既然如此，那交给我们法务来处理”。也许是这家平台还算规范，最后确实做到了“退一赔三”。

通过笔者的亲身经历可以发现，电商平台在治理盗版的问题上不能遇到投诉之后就简单“退货了事”。实质上，这涉及到如何完善电商平台的投诉机制以及做到“通知-删除”规则。

电商平台的投诉机制可能会比较复杂，我国电子商务法第五十九条规定，**电子商务经营者应当建立便捷、有效的投诉、举报机制，公开投诉、举报方式等信息，及时受理并处理投诉、举报。**这里明确提到的是“便捷、有效的投诉、举报机制”，而不是给权利人设置繁杂的投诉要求和障碍。例如，在涉及拼多多平台的“(2019)沪0104民初20111号”民事判决中，上海市徐汇区人民法院就明确指出，“电商平台经营者提出的‘通知’要求不能对权利人依法维权设置不合理的条件或障碍。引导权利人通过专门平台进行维权虽在一定程度上能提高平台经营者采取必要

措施的效率，但是，不能以此类平台经营者自行制定的投诉规则作为其未履行相应法定义务的免责依据。”

此外，关于“通知-删除”规则，我国民法典第一千一百九十七条规定，**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。**实务中，电商平台通常会主张其仅是网络服务提供者，不知道、也不应当知道相关店铺销售盗版的行为，其没有义务也没有能力去做事先审查，只有收到权利人的“通知”之后，其才可能采取“删除”等必要措施。实际上我们会发现，**电商平台进行主动筛查是完全可以做到的，而且在特定情形下也是有必要的。**例如，涉及抖音平台的“（2021）京 73 民初 1016 号”民事裁定中，抖音平台就向法院提交一份《承诺函》，称将“使用关键词等技术进行主动事前筛查”“使用关键词等技术进行主动事后筛查”，以及“对申请人符合法律规定的投诉，明确多次上传涉嫌侵权内容的用户，结合该用户每日被投诉视频量和被投诉次数进行处理，对于投诉情节轻微的，删除涉嫌侵权内容；对于被投诉视频量涉嫌侵权视频（大于 5 个）和被投诉次数（大于 3 次）都较高的，对用户封禁投稿；对于被投诉视频量和投诉次数较高，持续三天及以上的，对用户账号进行永久封禁。”

实际上，权利人对于电商平台最大的诟病就是对盗版行为消极、不作为。打着“避风港”的旗号，对于发生在其平台上的盗版销售行为视而不见，甚至在权利人一而再、再而三反复发出侵权通知的情形下，相关店铺依然有可能出现侵权现象。笔者看来，如果权利人进入到循环往复的“通知-删除”规则中，就会徒增维权成本，而得不到实质性的救济。因此，笔者倾向于认为，**在这种反复侵权、持续侵权的情形下，电商平台应当积极有为，针对相关的销售店铺主动采取相应的处理措施，更好地履行平台主体责任。**



陈志兴 | 合伙人

业务领域：知识产权诉讼与仲裁、商业秘密保护与诉讼、民商事争议解决

邮箱：chenzhixing@anjielaw.com