**深圳市直播电商知识产权保护指引**

为深入贯彻落实中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于强化知识产权保护的意见》有关要求，加强直播电商知识产权保护，防范直播电商领域知识产权侵权行为，促进直播电商健康有序发展，根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国电子商务法》、《中华人民共和国专利法》、《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》、《网络直播营销管理办法（试行）》等有关法律法规规定，特制定本指引。

# 1.直播电商知识产权保护原则

市场监督管理部门加强与网信、商务、工信、公安等相关部门、平台、行业协会等行业机构及从业者联动，建立跨部门、多层次、多领域的长效协作机制，培育和引导直播电商产业健康发展。

## 1.1政府引导

引导建立健全直播电商知识产权保护机制，鼓励知识产权服务机构进驻直播基地或园区，开展知识产权保护有关服务；指导直播电商平台、商家、直播营销机构等相关方建立完善知识产权保护制度；推动建立直播电商知识产权风险防控和维权机制，鼓励行业商（协）会、第三方机构等积极开展直播电商知识产权保护与维权服务。

## 1.2市场主导

发挥直播电商平台、商家、直播营销机构等相关直播电商主体的积极性，激发市场主体知识产权保护内生动力。通过优化直播电商知识产权保护环境，强化和培育相关市场主体知识产权保护意识，促进市场主体积极履行知识产权保护责任与义务，推动市场自治。

## 1.3行业自律

充分发挥行业商（协）会、民办非企业等第三方机构优势，在直播电商领域开展系列行业自律活动，建立健全行业自律制度规则，组织开展直播电商知识产权保护宣传活动，提供直播电商知识产权保护维权服务，探索开展直播电商领域知识产权诚信体系建设工作。

## 1.4社会监督

面向社会公众和消费者开展多种形式的直播电商知识产权保护宣传活动，提升公众和消费者知识产权保护和维权意识；畅通直播电商知识产权维权渠道，完善和落实投诉举报奖励机制，鼓励和引导社会公众和消费者积极参与直播电商知识产权保护和治理。

# 2.直播电商知识产权保护相关主体及客体

## 2.1相关主体

直播电商是以直播形式向用户销售商品或提供服务的直播营销活动，不涉及音乐、娱乐、游戏、演出剧（节）目等网络表演内容。

直播电商知识产权保护相关的主体主要包括直播营销平台[[1]](#footnote-0)、直播营销人员[[2]](#footnote-1)、直播营销人员服务机构[[3]](#footnote-2)、商家[[4]](#footnote-3)、消费者。其中：

1）直播营销平台：是指在网络直播营销中提供直播服务的各类平台，包括互联网直播服务平台、互联网音视频服务平台、电子商务平台等。

2）直播营销人员：是指采用网络直播的方式，从事商品或服务的策划、推广、销售以及客户管理等相关工作的人员。

3）直播营销人员服务机构：是指与直播营销人员签约合作，并对主播等直播营销人员进行培训，围绕直播营销人员或机构账号进行内容策划、制作、运营、推广等孵化，对直播产品或服务进行筛选并开展直播营销服务的机构，包括MCN机构、直播代播和运营服务商、导购直播服务商、村播服务商、专业内容及制作机构、整合营销机构等。

4）商家：是指通过电子商务平台、自建网站、其他网络服务等信息网络，采取网络直播营销的方式，销售商品或者提供服务的商业主体。

5）消费者：是指通过直播电商平台，购买商品或服务的个人。

## 2.2相关客体

**2.2.1知识产权保护客体**

知识产权保护的客体包括：

1. 作品；
2. 发明、实用新型、外观设计；
3. 商标；
4. 地理标志；
5. 商业秘密；
6. 集成电路布图设计；
7. 植物新品种；
8. 法律规定的其他知识产权客体。

**2.2.2直播电商知识产权保护客体**

直播电商知识产权保护建议重点关注：

1. 直播商品的知识产权保护建议重点关注专利权、著作权、商标权等；
2. 直播内容的知识产权保护建议重点关注具有一定影响的域名、网页等新类型数字化知识产权财产权益，以及直播内容的著作权、地理标志、商业秘密等；
3. 直播账号的知识产权保护建议重点关注商标权、数字化知识产权财产权益等。

直播电商所涉及的知识产权保护的客体主要包括专利权、著作权、商标权、商业秘密、地理标志等，其中:

1) 专利权，是指国家专利主管机关依法授予专利申请人在特定时间期限内对其技术发明享有的专有权。专利权是不能任意获取的，必须由国家知识产权局的授权才能获得。

2) 著作权，是基于作者在文学、艺术和科学技术领域内所创作的作品，而使作者及其他著作权人依法享有人身权利和财产权利的一种知识产权，如歌曲、乐曲、绘画、字体、摄影等都受著作权保护。

3) 商标权，是指商标所有人对其所注册的商标依法享有的各项民事权利，即注册商标权，包括专用权、禁用权、转让权、许可使用权、续展权、出质权等多项与商标相关的权利，其中商标专用权是商标权的核心内容。

4) 商业秘密，指不为公众所知悉、能为权利人带来经济利益，具有实用性并经权利人采取保密措施的技术信息和经营信息。存在的主要形式是通过电脑、磁盘、U 盘等方式记载和传输的管理方案、知识策略等,如直播运营模式、客户管理、数据及流量渠道运营规划等。

5) 地理标志，是指标示某商品来源于某地区的标志，该商品的特定质量、信誉或者其他特征主要由该地区的自然因素或者人文因素所决定。

# 3.相关方知识产权保护指引

## 3.1直播营销平台知识产权保护指引

### 3.1.1建立平台内知识产权保护规则

直播营销平台是直播电商活动的主要场所，建议直播营销平台按照有关法律法规，建立知识产权保护规则，履行平台知识产权保护责任，引导平台内经营者合规经营，包括：

1）用户协议：建议明确平台与商家、直播营销人员、直播营销人员服务机构等参与主体在知识产权方面的归属和使用问题，规避知识产权侵权风险；

2）知识产权管理制度：建议从事前审核、事中监督、事后采取合理措施的角度，明确平台内知识产权管理工作机制，如对商家、直播营销人员、直播营销人员服务机构等直播电商参与主体的管理（包括内容创造规范、内容违规管理办法、售后服务标准等），对与行业协会、政府部门开展知识产权保护协查联动的管理等。

### 3.1.2加强知识产权保护能力建设

1）专业能力建设：建立知识产权保护专业队伍，负责处理知识产权事务，并加强对团队人员的管理和专业能力培训。

2）信息化和智能化水平建设：利用互联网等信息技术，依法建立相关数据库，对具有知识产权标识的商品进行确认或登记，记录商品知识产权信息。加强知识产权侵权行为识别模型与算法研究，提高知识产权侵权行为识别、线索信息存储、证据管理和追溯管理的能力，提升平台知识产权保护工作信息化和智能化水平。

### 3.1.3加强平台内知识产权保护治理

**3.1.3.1建立健全防范机制**

1）建立事前防范机制：鼓励直播营销平台建立知识产权侵权事前防范机制，入驻商家需提前提供必要的材料，包括品牌商标注册证、品牌方的合法销售许可证明等资质证明和专利证书。对收到过投诉以及知识产权主管部门的处罚通知的商家，平台需采取相应的防范措施。

2）建立合作机制：鼓励直播营销平台建立与知识产权权利人的合作机制，可为用户提供知识产权信息查询的窗口，用户可在该窗口查询经营销售产品的信息，以及产品涉及到的权属的证明，或产品经营主体的经营资质等材料。

3）知识产权合规承诺书：建议直播营销平台可在商家入驻平台前签署知识产权合规承诺书（详见附录2），承诺商标、品牌、产品、直播营销人员等遵守知识产权相关规定。

**3.1.3.2知识产权侵权行为治理**

1）整理侵权风险清单目录：对商品、直播账号、直播内容的知识产权侵权行为的治理，建议平台根据自身经营特点和治理经验，及时整理知识产权侵权风险清单目录。平台参照清单，根据用户的投诉举报、知识产权主管部门的处罚通知、平台算法等方式筛选出知识产权侵权行为，并采取删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等必要措施，减小知识产权侵权风险。

2）扩大重点监测范围：鼓励直播营销平台对举报过的涉嫌知识产权侵权产品进行重点监测，可考虑对同类型产品同时下架。若店铺存在知识产权侵权行为，其他关联店铺可列为重点监管对象。

3）及时告知及公示：建议直播营销平台可将投诉举报所采取的必要措施和处理结果及时告知用户；鼓励平台在遵守信息安全相关法律法规的原则上定期在官网、公众号公示违规商家信息。

## 3.2商家知识产权保护指引

### 3.2.1直播商品知识产权保护

1）入驻提供资质证明：建议商家在入驻直播营销平台前主动提供品牌商标注册证、品牌合法销售许可证等资质证明。

2）做好品牌保护：鼓励商家对自主品牌和自主研发的产品及时申请注册品牌商标，提前做好品牌保护。

对于经销第三方品牌产品的商家，建议事前取得品牌授权，通过签订知识产权许可证或转让合同的形式，明确约定相关权利与义务。

3）商家在直播经营过程中，建议重点注意防范以下知识产权风险：

——商家发布商品信息或使用的店铺名、域名等相关信息中商标、字号与他人相同或相似的风险；

——商家发布商品信息中含有未经许可的地理标志的风险；

——商家销售的产品侵犯他人发明权、实用新型专利权、外观设计专利权的风险；

——发布的商品信息或者店铺其他信息关键词涉嫌侵权的风险，如高仿、A货、原单、跟单、原厂、平价替代等；

——借助知名品牌信息或关键词引流，造成消费者混淆、误认，或引发不正当竞争的风险。

### 3.2.2直播内容知识产权保护

1）提升风险防范能力：建议通过与专业知识产权保护机构合作或者建立知识产权保护专业团队的方式，提升直播内容知识产权侵权的风险防范能力。

2）提前评估侵权风险：建议在自建直播间自播或邀请主播进行直播时，提前评估展示的内容是否侵犯他人的商标权、专利权、图片/字体/音乐/视频版权等，必要时先行取得权利再进行使用。

3）明确责任主体：建议与直播营销人员、直播营销人员服务机构等相关主体在直播活动前通过合同等形式，明确直播内容知识产权保护问题和相关方责任。

## 3.3直播营销人员知识产权保护指引

### 3.3.1直播账号知识产权保护

1）账号权利归属：建议直播营销人员直播前与直播营销平台、商家、直播营销服务机构明确账号权利归属。账号归属权可通过三个方面来衡量：一是注册和实名认证的情况；二是直播营销服务机构或主播投入的资金、精力等；三是各方签订的合约对账号权利归属的约定。

2）注册商标：直播营销人员自行入驻并注册开通直播账号的、账号归属权为主播所有的，建议直播营销人员的姓名（包括艺名、昵称）、肖像的商标权可向国家知识产权商标局申请注册为商标；若使用他人肖像注册商标，建议提前征得他人同意；若他人抢注直播营销人员的姓名、肖像为商标，建议及时采取商标异议、无效宣告等维权措施。

### 3.3.2直播商品知识产权保护

1）明确商品侵权责任：直播营销人员应商家邀请或直播营销服务机构安排开展的直播活动，建议提前与商家、直播营销服务机构签订合同或合作协议，明确直播商品知识产权保护问题和相关方责任，约定由商家或直播营销机构履行识别产品侵权责任的义务。

2）主动识别侵权责任：建议自行开展直播活动的直播营销人员，主动履行识别产品侵权责任的义务。

### 3.3.3直播内容知识产权保护

1）事先评估：建议直播营销人员在直播前，事先评估展示的内容是否侵犯他人的商标权、专利权、图片/字体/音乐/视频版权等，必要时可先行取得权利再进行使用，即“先授权后使用”。

2）明确责任主体：主播接受商家邀请或直播营销服务机构安排开展的直播活动时，可通过和商家、直播营销服务机构的合同、合作协议来约定直播内容侵犯他人的商标权、图片/字体/音乐/视频版权等的责任，并明确商家或直播营销服务机构需承担因侵犯知识产权给主播造成的损失。

## 3.4直播营销人员服务机构知识产权保护指引

### 3.4.1直播账号知识产权保护

在直播营销人员服务机构与商家、直播营销人员合作前，建议通过合同或协议约定，明确直播账号的肖像权、姓名权、双方权利义务的归属，对肖像权、姓名权、双方权利义务的分配进行必要的详细约定。

### 3.4.2直播商品知识产权保护

直播营销人员服务机构与商家合作前，建议建立品控团队，对商家提供的商品合法来源、品质进行必要的审核；并通过合同，约定知识产权侵权责任由生产者、商家自行承担。

另外，直播商品若涉及地理标志，建议先行获得地理标志的权利证明及地理标志专用标志使用人依法使用地理标志的承诺。

### 3.4.3直播内容知识产权保护

1）保护自身内容知识产权：直播营销人员服务机构在直播期间，以“试听作品”形式从直播平台输出的内容，依法享有著作权保护，在输出过程中，可能会产生著作权、商标权、商业秘密等知识产权。建议直播营销人员服务机构对自制内容版权应及时向中国版权保护中心进行登记，或采取积极手段保存自制内容原稿,固定创作和首次发布时间证据。

2）鼓励对涉及到商业秘密的内容采取包含但不限于以下的保密措施：

——设定访问权限；

——添加商业秘密水印标识；

——与商业秘密有接触的工作人员签订保密协议等。

# 4.直播电商知识产权保护维权指引

## 4.1直播电商知识产权维权渠道

权利人认为其知识产权受到侵害时，可以通过在线投诉、电子邮件、电话、信函等多种形式向直播平台、第三方维权服务机构、行政司法单位等进行投诉，开展维权活动。具体如下：

——知识产权人可通过直播电商平台了解知识产权投诉机制，获取投诉规则和流程，利用平台提供的措施帮助维权；

——知识产权人可通过拨打举报电话或通过网络在线发起行政投诉维权，举报投诉电话主要包括12315、12345等；

——知识产权人可通过专业维权机构、专业律师或其他依法成立的调解组织，或者相关组织建设的知识产权保护站、互联网知识产权保护平台发起维权活动。

## 4.2直播电商知识产权维权处置

### 4.2.1直播营销平台维权处置

鼓励直播营销平台建立知识产权投诉举报和处理机制，规范常规投诉、恶意投诉等平台内投诉处理流程、受理条件、处置要求；为知识产权人提供维权细则。

鼓励直播电商平台遵循自愿、中立的原则下，为知识产权争议提供沟通、协商、和解的途径，公平、公正地解决当事人的争议，在知识产权维权处理过程中，建议平台：

——建立“一键维权”的快捷投诉渠道，便于维权者进行维权，并及时受理投诉举报线索；

——对接第三方调节机构、律师等相关资源，提供沟通、协商、和解的途径；

——在适用“通知-删除”规则情况下，对侵权内容采取删除、屏蔽、断开链接等措施，并及时向投诉人公开处理结果。

——利用信息化手段，妥善留存知识产权相关数据信息，必要时协助提供相应证据。

### 4.2.2第三方渠道维权处置机制

鼓励行业协（商）会、民办非企业等第三方机构建立知识产权维权多元化解机制，面向权利人、直播营销平台、商家等提供知识产权争议咨询、投诉受理、纠纷调解等维权服务。

建议第三方建设在线知识产权保护争议解决服务平台，组建直播电商知识产权保护专家队伍，为直播电商知识产权争议处理、维权援助和纠纷调处等提供专业支撑与服务。

### 4.2.3直播电商知识产权维权注意事项

1）对于知识产权受到侵害的事实，知识产权人注意保存侵权证据。

2）在主张自己的权利时提供知识产权人身份及权属证明材料（详见附录1）。

3）注意投诉资料的真实性、合法性、准确性。避免以竞争对手的商品被下架为目的，恶意提供虚假材料、发出错误通知，破坏正常的市场秩序。

# 5.直播电商知识产权保护行业自律指引

## 5.1 建立健全直播电商知识产权保护自律规则

鼓励行业协（商）会、民办非企业、专业研究院所等开展直播电商研究，组织制定直播电商知识产权保护相关规则，助力健全行业自律规则体系，如直播电商知识产权保护会员管理规则、直播电商知识产权诚信评价规则等。

## 5.2 加强直播电商知识产权保护专业服务能力建设

鼓励行业协（商）会、民办非企业、专业研究院所等加大对直播电商知识产权侵权行为特征研究，加强直播电商知识产权保护专业服务能力建设，如：

1）研究提升直播电商知识产权侵权风险预警技术；

2）研究构建直播电商知识产权侵权预警模型及工具；

3）提供直播电商知识产权监测、侵权行为研判、侵权预警等技术服务；

4）鼓励建设互联网领域的知识产权保护平台，为相关方提供专业的知识产权争议咨询、投诉受理、调解等综合服务。

## 5.3 建立直播电商知识产权宣传培训体系

建立直播电商知识产权宣传培训体系的具体途径如下：

1）鼓励行业协（商）会组织开展知识产权保护相关的培训宣传，提高全社会的知识产权保护意识，形成诚信的知识产权保护文化；

2）鼓励行业协（商）会、高等院校等将知识产品保护列入直播电商课程体系,提高直播电商从业者的知识产权保护意识与能力。

# 附录1：知识产权人投诉及权利证明材料

表1 知识产权人投诉及权利证明材料

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 材料类型 | 说明 |
| 1 | 投诉相关信息 | 包括投诉方、被投诉方、涉案商品或服务信息、纠纷信息、诉求信息等 |
| 2 | 知识产权人身份证明材料 | 身份证明/组织机构证明/营业执照等（如代理投诉还需提供委托人证明材料及委托授权书等） |
| 3 | 权属证明材料 | 商标权相关争议：商标注册证，涉嫌侵权商标使用情况证明等 |
| 著作权相关争议：作品首次公开发表或发行日期证明材料、创作手稿、经权威机构签发的作品创作时间戳等证明，作品登记证或其他相关证明材料，其中：   1. 文字作品，是指小说、诗词、散文、论文等文字形式表现的作品； 2. 口述作品，是指即兴的演说、授课、法庭辩论等以口头语言形式表现的作品； 3. 音乐作品，是指歌曲、交响乐等能够演唱或者演奏的带词或者不带词的作品； 4. 戏剧作品，是指话剧、歌剧、地方戏等供舞台演出的作品； 5. 曲艺作品，是指相声、快书、大鼓、评书等以说唱为主要形式表演的作品； 6. 舞蹈作品、是指通过连续的动作、姿势、表情等表现思想感情的作品； 7. 杂技艺术作品，是指杂技、魔术、马戏等通过形体动作和技巧表现的作品； 8. 美术作品，是指绘画、书法、雕塑等以线条、色彩或者其他方式构成的审美意义的平面或者立体的造型艺术作品； 9. 建筑作品，是指以建筑物或者构筑物形式表现的有审美意义的作品； 10. 摄影作品，是指借助器械在感光材料或者其他介质上记录客观物体形象的艺术作品； 11. 电影作品和类似摄制电影的方法创作的作品，是指摄制在一定介质上，由一系列有伴音或者无伴音的画面组成，并且借助适当装置放映或者以其他方式传播的作品； 12. 工程设计图、产品设计图、地图、示意图等图形作品，是指为施工、生产绘制的工程设计图、产品设计图、以及反映地理现象、说明事物原理或者结构的地图、示意图等作品； 13. 模型作品，是指为展示、试验或者观测等用途，根据物体的形状和结构，按照一定比例制成的立体作品； 14. 计算机软件；法律、行政法律法规规定的其它作品。 |
| 专利权相关争议：专利权证书（包括权利要求书、说明书、附图等）、专利登记簿副本、实用新型和外观设专利权评价报告或无效宣告请求审查决定书、被请求产品落入涉案专利保护范围的侵权比对分析意见等 |
| 地理标志相关争议：地理标志证明商标、集体商标注册证明、地理标志产品保护公告等 |
| 行政、司法机关的处理决定书、判决书等 |
| 4 | 侵权证据 | 可定位的商品或服务链接、侵权内容等 |

# 附录2：知识产权保护承诺书

知识产权保护承诺书

（样例参考）

为了切实履行知识产权保护义务，保障平台交易安全、文明、有序进行，入驻企业须遵守《商标法》、《专利法》及《中华人民共和国电子商务法》等相关法律法规的规定，并遵守如下内容：

1．在销售商品前按照相关规定对销售的整个过程涉及的知识产权内容进行自行检查，确保展示的商品内容和证明资料的合法性。

2．不在平台内展示、宣传、销售侵犯他人知识产权的商品。

3. 积极配合平台内部设立的投诉机构、知识产权行政管理部门以及司法机关的询问、勘察、取证等工作。

4.如违背本承诺，愿意遵照平台内部的知识产权保护处理机制进行处理。

承 诺 人：

年 月 日

1. 来源：《网络直播营销管理办法(试行)》 [↑](#footnote-ref-0)
2. 来源：《网络直播营销管理办法(试行)》 [↑](#footnote-ref-1)
3. 来源：《网络直播营销管理办法(试行)》 [↑](#footnote-ref-2)
4. 来源：《网络直播营销行为规范》 [↑](#footnote-ref-3)