

摘要

当今世界数字经济发展迅速，电子商务对我国数字经济发展的重要性不言而喻。迅速扩张的电子商务激发经济活力的同时也导致了大量知识产权侵权问题的产生。2018年《电子商务法》正式出台，其中关于“通知—删除”规则及15天静默期的规定为权利人提供了方便有效的维权方式，避免平台承担过重的法律责任，贯彻保护知识产权权利人合法利益的价值追求。但实践中却存在平台治理失衡的风险，因为占优势的不仅是知识产权权利人，还可能是发起知识产权投诉的投诉人，恶意投诉存在较大投机空间。正当的投诉行为原本应是权利人维护合法权益的有力武器，但大量超越权利边界的投诉行为导致个体利益和社会利益损失巨大。从目前的文献和司法案例来看，学者已经开始注意到恶意投诉行为所造成的危害，但对于该行为的认定和规制还存在争议。基于此，本文将知识产权恶意投诉置于法律实践的图景中，从以下五个部分展开论述。

第一章首先对恶意投诉的基本内涵进行介绍，从知识产权恶意投诉的概念与现状出发，分析实务中知识产权恶意投诉的行为特征，简述在《民法典》《反不正当竞争法》《电子商务法》中的司法适用。

第二章采取侵权责任构成要件的方法对知识产权恶意投诉的界定进行分析，其中重点是关于“恶意”的认定，认定“恶意”时对行为人的主观要求应该较高，将认识因素以及意志因素进行统筹考虑，同时还需考虑投诉行为缺乏合理依据、投诉行为造成了损害结果及行为与结果间的因果关系等因素。在对恶意投诉进行界定后依据权利基础的不同区分不同的投诉方式，分别为：权利本身不正当、权利存在瑕疵或不稳定、权利基础正当。

第三章以“通知—删除”规则为逻辑起点，从行为人及电商平台两个方面来分析恶意投诉行为产生的深层次原因。“通知—删除”规则中对知识产权投诉双方利益保护不平衡，《电子商务法》中15天静默期的规定加剧了恶意投

诉的危害。投诉人基于获取不正当利益的目的及电商平台经营者进行风险规避导致恶意投诉现象频发。

第四章基于以上分析，得出知识产权恶意投诉存在的规制困境，包括合格的通知要件不明确、侵权损失认定难、惩罚力度不足及平台审查机制存在局限性等问题。

第五章针对目前存在的问题，在利益平衡原则的指导下，从法律适用和平台审查两个方面提出规制电商平台知识产权恶意投诉的建议，在法律适用方面应该明确合格通知标准、确定损害赔偿额考虑因素及采取反向行为保全措施，平台审查应进行实质审查并引入技术辅助人员帮助提高审查专业性。力求在维护设立“通知—删除”规则初衷的基础上，尽量平衡各方的利益。

关键词：电商平台 知识产权 恶意投诉 “通知—删除” 规则

Abstract

The rapid expansion of e-commerce has stimulated economic vitality and also led to some intellectual property infringement problems. 2018 E-commerce Law was formally introduced, taking the protection of intellectual property rights as an important content, in which the "Notice-takedown Procedure" rule provides a convenient and effective way for intellectual property rights holders to defend their rights, while enabling e-commerce platforms to avoid excessive legal liability, but there are also some problems. The reason for the frequent occurrence of malicious complaints about intellectual property rights on e-commerce platforms is the abuse of the "Notice-takedown Procedure" rule. While legitimate complaints should have been a favorable weapon for right holders to defend their legitimate rights and interests, the large number of complaints that exceed the boundaries of rights in recent years has led to huge losses in individual and social interests. From the current literature and judicial cases, scholars have begun to notice the harm caused by malicious complaints, but there is still a controversy about the recognition and regulation of this behavior.

Based on this, this paper places IPR malicious complaints in the context of legal practice. Firstly, it analyzes the characteristics of IPR malicious complaints in practice from the current situation of IPR malicious complaints, and briefly discusses the relevant legal regulation in the Civil Code, the Anti-Unfair Competition Law and the E-Commerce Law. Secondly, we analyze the definition of malicious IPR complaints on e-commerce platforms and distinguish different types of complaints based on different rights bases; take the "Notice-takedown Procedure" as the logical starting point and analyze the reasons for malicious complaints from both actors and e-commerce platforms. Then, we conclude that there are difficulties in the regulation of IPR malicious complaints, including the unclear elements of qualified notice, the difficulty in determining infringement loss, the insufficient punishment and the limitations of the deficiencies in the review of platforms. Finally,

under the guidance of the principle of balance of interests, we propose suggestions for regulating malicious IPR complaints on e-commerce platforms in terms of legal implementation and platform review, which should clarify the criteria for qualified notice, determine the factors for consideration of damages and implement reverse behavior preservation, while the platform review should conduct substantive review and introduce technical support personnel to help improve the review expertise. In order to protect the complainant's legal rights and prevent the malicious complainant from suffering losses, and to balance the interests of all parties under the principle of the original intention of establishing the "Notice-takedown Procedure ".

Key Words: E-commerce platforms; Intellectual Property Rights; Malicious Complaints; Notice-takedown Procedure

目录

0.绪论.....	1
0.1 问题的提出	1
0.2 文献综述	2
0.2.1 国内研究现状.....	2
0.2.2 国外研究现状.....	4
0.3 研究方法	5
0.4 创新点及不足	6
1.电商平台知识产权恶意投诉的基本内涵及法律规制现状.....	7
1.1 电商平台知识产权恶意投诉的基本内涵	7
1.1.1 电商平台知识产权恶意投诉的概念.....	7
1.1.2 电商平台知识产权恶意投诉的特点.....	8
1.2 电商平台知识产权恶意投诉的法律规制现状	10
1.2.1 《民法典》	11
1.2.2 《反不正当竞争法》	12
1.2.3 《电子商务法》	13
2.电商平台知识产权恶意投诉的界定及表现.....	15
2.1 知识产权恶意投诉的界定	15
2.1.1 主观上具有恶意心态.....	17
2.1.2 投诉行为缺乏合理依据.....	19
2.1.3 投诉行为造成损害结果.....	19
2.1.4 行为与结果间存在因果关系.....	20
2.2 知识产权恶意投诉表现形式	21
2.2.1 权利本身不正当.....	21

2.2.2 权利存在瑕疵或不稳定	22
2.2.3 具有正当权利基础	22
3.电商平台知识产权恶意投诉成因及规制必要性.....	23
3.1 知识产权恶意投诉的成因	23
3.1.1 滥用“通知—删除”规则	23
3.1.2 行为人基于获取不正当利益的目的	27
3.1.3 电商平台进行风险规避	28
3.2 规制知识产权恶意投诉的必要性	29
3.2.1 保障多方主体的利益以实现立法目的	29
3.2.2 维护电商平台内公平的竞争秩序	30
3.2.3 节约行政及司法资源	30
4.电商平台知识产权恶意投诉的规制困境.....	32
4.1 合格通知构成要件不明确	32
4.2 侵权损失认定难	33
4.3 惩罚力度不足	34
4.4 平台审查机制存在局限性	35
5.电商平台知识产权恶意投诉规制路径.....	38
5.1 利益平衡原则	38
5.2 明确合格通知标准	39
5.3 损害赔偿额的确定	40
5.4 采取反向行为保全	41
5.5 平台进行实质审查	43
5.6 引入技术辅助人员审查机制	45
结语.....	47
参考文献.....	49
致谢.....	54

0.绪论

0.1 问题的提出

当今，数字经济发展速度快而且影响范围广，正在成为重塑全球经济结构的重要力量。电子商务是数字经济中增长速度最快、发展规模最大、创新创业最活跃的重要组成部分。发展电子商务对于我国数字经济发展具有不可替代的重要作用。随着互联网的不断普及，我国电子商务的交易规模近年来不断扩大并保持高速增长态势。2021 年我国电子商务的交易额高达 42.4 万亿人民币。¹自 2013 年起，我国连续八年稳居全球网络零售市场首位。而在疫情期间，电子商务所展现出的强大活力，更是成为社会经济发展的稳定器。

创新是引领发展的不竭动力，保护知识产权的实质就是在保护创新。新时代科技的进步和产业的变革，需要进一步加强对知识产权的保护。2020 年最高人民法院出台了《关于加强知识产权司法保护的若干意见》，提出要提高电商平台内知识产权保护力度，追究滥用权利及恶意投诉等行为人的责任，平衡各方主体的利益。一系列文件的出台预示着知识产权保护的重要性迈上了新台阶。

电商平台为加强对知识产权的保护在平台内推出了相应的投诉机制，与传统的线下投诉相比，电商平台内的投诉处理机制更高效便捷，但同时，平台内的投诉处理机制也让恶意投诉人找到可乘之机，恶意投诉行为人可以更方便地发起投诉，大量恶意投诉阻碍了电子商务的发展，并且不利于知识产权的保护。据相关数据显示，截至 2018 年 3 月份，有超过 3.1 万商家遭受了知识产权侵权恶意投诉，由此造成的损失上千万。由于“通知—删除”规则等存在不足，恶意投诉人发出的投诉易被平台认定为投诉成立，投诉一旦成立即产生与诉前禁令相类似的效果，平台内的商家会遭受巨大损失。再加上互联网的特殊性，事后即使恢复经营秩序，商业信誉也会遭到影响，造成难以估量

¹ 商务部电子商务和信息化司：《中国电子商务报告（2021）》，第 1 页。

的损失。

立法者也关注到了恶意投诉的问题，因此在《电子商务法》中提出了恶意投诉应承担加倍赔偿责任，但实践中仍存在问题。一方面，被投诉人向电商平台要求解除必要措施需要遵守十五日的静默期，导致其不能及时获得有效救济。另一方面，被投诉人通常难以证明其损失，因此虽然规定了“惩罚性”赔偿也难以完全弥补被投诉者的损失。

综上，电商平台知识产权恶意投诉的危害颇深，亟需治理，加强对该问题的研究具有重要的现实意义。通过对该问题的探讨，可以打击电商平台内知识产权恶意投诉，维护正当知识产权权利人的利益，推动电子商务的健康发展。

0.2 文献综述

0.2.1 国内研究现状

电商平台知识产权恶意投诉是指投诉人滥用“通知—删除”规则，恶意向平台内商家发送知识产权侵权投诉，指控对方损害其知识产权权益的行为。随着电子商务的迅速发展，知识产权恶意投诉行为愈发猖獗。为了遏制该行为，电子商务法增加了电商平台的“反通知”程序及恶意投诉者应承担的法律责任，虽在一定程度上有利于减少该行为的发生，但是也还存在不足，引发学者的广泛关注和研究。恶意投诉本质上是源于“通知—删除”规则的滥用，目前大部分的学术研究主要集中于该规则，直接研究知识产权恶意投诉的文章较少。但是也有不小进展，现综述如下：

（1）关于恶意投诉司法适用的研究

司法实践中，被投诉人通过提起一般侵权之诉或不正当竞争之诉来获得救济。司晓和范露琼认为《侵权责任法》第36条（即《民法典》第1195条）没有对应的规则支撑，存在较为明显的立法缺失，因此司法适用中存在问题，应增加反通知措施、对错误通知责任分配等相关规定，并且提出了参照诉前

禁令的规则对行为人滥用“通知—删除”规则的行为进行规制。²王文敏认为规制电商平台知识产权恶意投诉应该优先适用反不正当竞争法，而其中商业诋毁条款应该优于一般条款。³本文认为被投诉人可以选择提起侵权之诉或者不正当竞争之诉，并且梳理了不同法律对于规制恶意投诉的相关规定。

（2）关于恶意投诉的认定的研究

李超光和林秀芹从法理角度分析“恶意”的主观心态，将行为人的“恶意”解释为“明知+不正当竞争目的”。⁴从司法实践出发，成文娟、郎梦佳按照恶意投诉的不同表现形式来认定是否构成恶意投诉。⁵杜颖、刘斯宇认为恶意投诉的行为认定应考虑“错误通知”行为、主观恶意心态、损害结果及因果关系。⁶本文认为知识产权恶意投诉应该属于一般侵权行为，知识产权恶意投诉的界定可以依照侵权行为的一般构造去分析，其中重点是关于主观恶意的认定。

（3）关于恶意投诉的背后成因的研究

学界普遍认为恶意投诉行为频发的本质原因是行为人滥用“通知—删除”规则。李凤认为，“通知—删除”规则产生类似于诉前临时禁令的效果，该“禁令”程序导致投诉人与被投诉人处于不平等的位置，双方权利义务并不对等。⁷魏宁认为，我国知识产权权利的取得以及审查制度提供的便利也是造成恶意投诉的重要原因。⁸杜颖认为投诉人滥用“通知—删除”规则对交易活动造成巨大损害，破坏了公平的竞争秩序，不利于经营者形成良好的道德伦理观念。⁹知识产权恶意投诉是多方面因素共同造成的结果，“通知—删除”规则滥用是

² 司晓、范露琼：《知识产权领域“通知—删除”规则滥用的法律规制》，载《电子知识产权》2015年Z1版，第91-99页。

³ 王文敏：《电子商务平台中知识产权错误通知的法律规制研究》，载《华南师范大学学报》2022年第1期，第178-179页。

⁴ 李超光、林秀芹：《〈电子商务法〉下“恶意”错误通知认定标准研究》，载《大连理工大学学报》2020年第3期，第70-72页。

⁵ 成文娟、郎梦佳：《电商环境下知识产权恶意投诉行为的认定与规制》，载《中国应用法学》2020年第1期，第103-105页。

⁶ 杜颖、刘斯宇：《电商平台知识产权恶意投诉的构成成分与规制分析》，载《中国应用法学》2020年第6期，第20-23页。

⁷ 李凤：《电商平台恶意投诉行为的法律规制—基于通知删除规则的思考》，载《传播与版权》2020年第2期，第167-169页。

⁸ 魏宁：《电子商务中“通知—删除”规则滥用的规制》，载《南大法学》2022年第5期，第94页。

⁹ 杜颖：《网络交易平台套的知识产权恶意投诉及其应对》，载《知识产权》2017年第9期，第37-43页。

其主要成因。

(4) 关于恶意投诉的规制路径的研究

关于如何规制知识产权恶意投诉学界已有所讨论。杨立新和李桂伦认为通知的内容应包括知识产权权利人信息、涉及侵权的商品信息、证明侵权的初步材料及投诉人对投诉内容真实性的承诺。¹⁰浙江省高级人民法院认为,针对目前恶意投诉比例较高以及带来损失较大的情形,应该赋予法官更大的自由裁量权以确定损害赔偿数额。¹¹姚志伟等认为反向行为保全对有效遏制恶意投诉具有重要价值。¹²祝珺则主张,应该将知识产权恶意投诉认定为严重失信行为。¹³针对平台审查标准,夏江浩认为平台对通知的审查应该达到高度盖然性的标准。¹⁴

总之,目前学者从不同角度对知识产权恶意投诉进行了研究,也取得了一定的成果,但是研究并不够深入,停留在知识产权恶意投诉的某些方面,接下来需要更加系统及全面的研究。

0.2.2 国外研究现状

事实上,其他国家较少出现电商平台知识产权恶意投诉现象。因此,国外专家学者的研究更集中于“通知—删除”规则本身。其中,美国是最早提出“避风港”原则的国家,该原则为网络服务提供者应该承担的责任做出合理的安排,避免其承担的责任过重,在一定程度上促进了电子商务的发展。欧盟国家与美国相比,立法在这方面起步较晚,其根据自身实际情况出台了《电子商务指令》。欧盟国家法律相对美国法律做出如下改变:一是将“避风港”原则适用范围扩大至所有领域;二是将电商平台经营者定位于技术服务提供者,明确了平台经营者的法律地位;三是提出电商平台经营者应承担信息审核的义务,以防止网络侵权行为的发生。而加拿大则以“通知—转通知”规则来替

¹⁰ 杨立新、李桂伦:《论网络侵权责任中的通知及效果》,载《法律适用》2011年第6期,第41页。

¹¹ 浙江省高级人民法院联合课题组:《关于电商领域知识产权法律责任的调研报告》,载《人民司法》2020年第7期,第65-69页。

¹² 姚志伟、刘榕、周立勤:《电子商务平台内经营者反向行为保全研究》,载《中国应用法学》2020年第6期,第50-53页。

¹³ 祝珺:《电商平台知识产权保护问题研究》,载《知识产权》2020年第4期,第68页。

¹⁴ 夏江浩:《论电子商务交易平台对知识产权侵权通知的审查义务—以淘宝、天猫交易平台为例》,载《北大法学评论》2017年第1期,第47页。

代“通知—删除”规则，提倡由通知人与被通知人双方自行解决纠纷，不将电商平台列为侵权纠纷的主体。

国外专家学者虽然针对知识产权恶意投诉现象研究较少，但也有一些进展，主要包括了投诉人对“虚假陈述”的责任以及对“合理使用”的忽视等。国外有学者认为知识产权投诉人在发起投诉时应保持主观善意，对于明知对方不存在侵权行为却仍发起投诉的，应该承担虚假陈述的责任。另外，在发起投诉时应考虑被投诉人是否存在合理使用的情况。例如，Matthew认为当投诉人在发起投诉时存在忽视被投诉人具备合理使用事由的情形时，就不能表明其主观上具有善意。¹⁵Steven则认为应该加重投诉人的谨慎义务，投诉人在发起投诉时应该提供确切证据表明被投诉人不存在“合理使用”的抗辩事由。¹⁶

0.3 研究方法

本文主要采用了以下三种研究方法。

实证研究法。在论文撰写过程中，通过穿插有关案例，在文字描述不能达到期待的阐述效果时，以一种更便于理解的方式来进行直观的展示；也可以通过案例分析行为的特征及原因，寻找其中的共性，以便在解决实践中的问题时提出更加具有针对性的建议。另外运用案例作为文章的实证材料可以增强说服力。

比较分析法。本文主要对比了“通知—删除”规则在不同国家的适用来说明其应用于我国实践中的优势与不足。通过对比与其他国家在不同的理论和制度方面的异同，为我国解决电商平台恶意投诉行为频发的问题提出些许建议。

价值分析法。本文以知识产权中制度中的利益平衡原则作为分析的价值基础，以利益平衡原则为指导分析投诉人、被投诉人、电商平台经营者及消费者间的相互关系，以寻找规制知识产权恶意投诉的解决方案。

¹⁵ Matthew Schonauer: Let the Babies Dance: Strengthening Fair Use and Stifling Abuse in DMCA Notice and Takedown Procedures, *Isjlp*,2021.

¹⁶ Davis, Steven: Computerized Takedowns: A Balanced Approach to Protect Fair Uses and the Rights of Copyright Owners, *Roger Williams University Law Review*, 2018.

0.4 创新点及不足

本文的创新点如下：

1. 建立了较为合理的恶意投诉认定方法，以主观意识与客观行为为主，并辅之以损害结果及因果关系，对电商平台知识产权恶意投诉进行认定，进一步解决司法实践中恶意投诉认定难的问题。

2. 从“通知—删除”本身出发，通过投诉人及电商平台的行为动机，分析知识产权恶意投诉的根本原因。

3. 本文尝试从法律层面及平台审查层面提出对知识产权恶意投诉的规制建议，以期解决知识产权恶意投诉问题，维护相关主体的利益。

本文存在的不足之处主要是对于国外的文献研究较少，有很大的提升空间。另外，电商平台知识产权恶意投诉作为一个较新颖的研究对象，与其他课题相比，现有的研究资料较少。

1.电商平台知识产权恶意投诉的基本内涵 及法律规制现状

1.1 电商平台知识产权恶意投诉的基本内涵

投诉是指权益被侵害者本人基于其权益被侵犯的事实，向有关主管机关进行举报，维护其自身合法权益的行为。投诉这一行为有利于以平和的方式解决生产生活中的矛盾纠纷，是帮助经营者不断改进自身产品的重要手段。但近年来伴随互联网的普及，电子商务的不断发展，利用电商平台进行知识产权恶意投诉的现象屡禁不止，给社会造成恶劣影响。为深入分析知识产权恶意投诉的有关问题，首先应明晰电商平台知识产权恶意投诉的基本内涵。

1.1.1 电商平台知识产权恶意投诉的概念

在研究电商平台前，首先应了解电子商务。根据《电子商务法》规定，电子商务是一种通过信息网络来销售产品以及提供服务的经营活动。¹⁷而电商平台是以互联网为载体，以电子数据的方式向消费者提供商品以及服务，为平台用户提供从事有关商业活动的交换中心，其一端联系平台内的经营者，给平台内的经营者提供在平台销售商品或服务的渠道，另一端联系消费者，给消费者提供产品搜索以及购买服务。淘宝、拼多多、京东等是典型的电商平台，消费者可以通过在平台内搜索商品的有关信息，选定欲购买商品，然后在平台直接下单购买商品，电商平台利用互联网为商家和消费者架起了交易的桥梁。由于互联网具有传播速度快以及无形性等特征，电商平台交易与实体经济交易相比，存在运营成本较低、信息动态化、定价准确等优点，但因此也

¹⁷ 详见《电子商务法》第2条。

更容易滋生知识产权侵权的问题。例如，以电商平台——浙江淘宝网络公司为关键词在全国知识产权类案件数量中进行查询，可以发现案件数量由 2012 年的 309 件增长到 2022 年的 7283 件，而其中以浙江淘宝公司作为当事人的案件数量由 2012 年的 58 件增长到 2022 年的 2446 件，十年间增长了 42 倍。

18

电商平台知识产权恶意投诉并非一个确定的概念。¹⁹ 恶意投诉行为随着互联网的发展，其行为样态也在不断演变，理论上不能穷尽列举，难以达到标准化的程度。投诉人通过虚构事实、恶意抢注商标以及伪造权利凭证等方式滥用“通知—删除”规则，以牟取不正当利益为目的，向电商平台发起投诉的行为。知识产权恶意投诉是投诉权滥用的典型表现。由于电商平台投诉便利且成本较低，知识产权恶意投诉被广泛运用，成为打击竞争对手的重要手段，对电子商务的营商环境造成恶劣影响。据相关数据显示，截至 2021 年底，超过 58 万权利人入驻阿里知识产权保护平台。2021 年知识产权投诉账号量同比增长 81.5%，91% 的投诉在 24 小时内被处理，其中恶意投诉数量占比不小且平台难以识别。²⁰

1.1.2 电商平台知识产权恶意投诉的特点

因为电子商务的特殊性，电商平台恶意投诉与线下恶意投诉存在不同的特点。根据权利外观区分，主要有三种投诉类型，著作权、专利权以及商标权恶意投诉，其中商标恶意投诉案件最多。

知识产权恶意投诉的主体具有多元性，进行恶意投诉的主要有具有竞争关系的商家、自然人和知产代理公司这三类主体。其中主体为具有竞争关系的商家进行恶意投诉的案件数量最多，常见的表现形式为，行为人在电商平台上依托虚假证明材料，向一家或多家具有竞争关系商家发起侵犯其知识产权的投诉。这种竞争关系可以是间接的，并不要求双方处于同一行业或者领

¹⁸ 数据来源于知产宝，网址为：<https://www.iphouse.cn/index.html>。

¹⁹ 杜颖：《网络交易平台上的知识产权恶意投诉及其应对》，载《知识产权》2017 年第 9 期，第 37-43 页。

²⁰ 《2021 阿里巴巴知识产权保护年度报告》第 7 页，<https://www.renrendoc.com/paper/219431989.html>，2023 年 2 月 25 日访问。

域。这类主体既可能是线上经营的商家也可能是线下商家，在投诉时往往带有损害对方商业信誉的目的。主体为自然人的案件占比其次，主要表现为自然人抢注他人已在先使用但未注册或者注册与他人相似的商标，混淆是非，让电商平台经营者不能判断真实的权利信息，以此进行知识产权投诉，导致电商平台错误删除被诉商品的链接，以此达到让被投诉商家给予“撤诉费”的目的。最后一类主体为知识产权代理公司，这类主体类似于职业抢注人，其特点是专业性强，存在批量进行投诉的现象，而且危害范围广，对电商平台的经营秩序损害大。

时间上，选择特殊时间节点。恶意投诉者常选择在“6.18”或者双十一等店铺订单较多的购物旺季进行投诉，而投诉一旦成功将导致热销商品下架，会给平台上的经营者带来不可估量的损失。根据“通知—删除”规则，投诉者提起侵犯知识产权的投诉，平台经过形式审查确认侵犯知识产权，商品就会被下架，而根据电商平台的申诉规则，即便商家最后申诉成功，证明其商品不存在侵犯他人知识产权的情形，从而恢复商品链接，也需要花费较长时间。

《电子商务法》规定15日的静默期，更是延长了商品恢复链接的时间。而在此期间，消费者并不能购买该商品，某些应季节性或者节日性商品每年的销售时间可能就是几十天甚至几天。对电商平台的商家来说，店铺流量意味着交易机会，在购物旺季下架商品对商家来说影响巨大。因此，某些未侵权商家会为了避免巨大损失而向恶意投诉者妥协，对投诉者进行赔偿以求投诉者撤销投诉，让商品恢复链接。

动机上，以打击竞争对手为目的。与线下商家相比，电商平台商家减少了店铺租金以及人力等运营成本，因此容易获得价格优势，同样的商品线上商家的价格可能远低于线下商家的价格，消费者更容易选择线上消费的渠道。为抢占市场份额，未在电商平台销售商品或者虽在电商平台销售商品但为控制商品价格的知识产权人在明知对方商品是正品的情况下，仍以对方商品侵犯其知识产权为由向平台内的商家发起投诉，要求对方下架相应商品，从而打击竞争对手。

方式上，利用商品名称中的热门词汇。消费者在线上购物时，常使用搜索关键词汇的方法来锁定需购买的商品。因此平台内商家在上架商品时会尽可能地添加能描述产品特征以及受欢迎的词汇在商品名称中，从而提高消费者

在购买商品时被搜索出的概率。恶意投诉者常通过注册通用性词汇、流行词汇或者描述性词汇等商标来投诉其他商家未经授权使用其注册商标的行为构成侵权。

知识产权恶意投诉的内容存在虚构性，主要特征体现在虚构权属事实和侵权事实这两方面。投诉人虚构知识产权权利的不法行为，主要通过伪造权属证书、法院判决文书、专家意见和鉴定意见等方式，让行为人具有知识产权的权利外观，使电商平台进行错误判断，下架被投诉商品以及处罚被投诉商家。投诉人实施虚构侵权事实的行为，是指知识产权人的权利即使真实，也应该判断被投诉人是否存在合理的抗辩事由，如果被投诉人存在合理使用或有合理进货来源的情况下，投诉人仍继续投诉对方存在侵犯其知识产权的行为，那么投诉的内容则明显具有虚假性。在实践中，某些商家在电商平台销售从合法渠道购买的商品，并未侵犯行为人的知识产权，却遭到恶意投诉人的投诉。通常情况下，投诉人以“某产品的生产未取得授权”为由投诉他人商品，其原因可能是电商平台上的价格低于线下价格，因此投诉人意图通过投诉的方式以达到管控价格的目的。在这种情况下，商家并未侵犯他人的知识产权却遭到投诉，应当予以规制。

1.2 电商平台知识产权恶意投诉的法律规制现状

2019年浙江高院发布《浙江高院审理指南》²¹，其中第29条²²规定被恶意投诉人既可以提起一般侵权之诉也可以提起不正当竞争之诉。虽然《浙江高院审理指南》的制作主体为省高院，导致其适用范围较窄，但是该规范规定的内容本身是有一定借鉴意义的。在司法实践中主要通过以下法律对平台内恶意投诉行为进行规制。

²¹ 全称为：《涉电商平台知识产权案件审理指南》（浙高法民三[2019]33号）。

²² 《涉电商平台知识产权案件审理指南》第29条：被通知人以恶意通知为由要求通知承担民事责任的，既可以提起不正当竞争之诉，也可以提起一般民事侵权之诉，且均有权基于《电子商务法》第四十二条第三款的规定要求通知人加倍承担赔偿责任。

1.2.1 《民法典》

《民法典》中关于知识产权恶意投诉行为的规制集中于总则部分与侵权责任部分。总则部分中的第6条“公平原则”与第7条“诚实信用原则”代表了我国民事法律的价值取向，适用于所有民事争议案件，对司法实践中的案件裁判具有指导性作用。而除了这两项基本原则外，总则的第120条规定侵权行为造成相对人损害的，行为人应承担相应的侵权责任。知识产权恶意投诉行为给平台内的商家和电商平台造成了损失，属于民法中的侵权行为，其中又可细分为侵犯财产权益和人格权益两种行为。²³

法律中并未对恶意投诉所侵犯的财产权益明确设权，但其也受侵权法的保护。《侵权法》第2条作为对民事权益的兜底性规定，保护了民事主体的利益，有的法院依据该条款对恶意投诉行为作出判决。比如在浙江淘宝公司诉北京微海公司网络侵权责任纠纷一案中，微海公司通过伪造证明其享有商标权的判决书作为权利凭证进行恶意投诉，不仅扰乱淘宝平台的经营秩序，增加淘宝平台的管理成本，而且使平台内商家的利益受到损失，法院根据《侵权责任法》第2条的规定判定北京微海公司侵犯了浙江淘宝公司的民事权益。²⁴

《侵权责任法》废止之后，《民法典》第126条取而代之以对民事权益作了兜底性规定。在国外，知识产权恶意投诉也常被认为是侵犯民事权益的行为。如在美国，被恶意投诉的商家可以按照虚假陈述和各州侵权法中恶意干扰预期可得经济利益的相关规定，向法院提起损害赔偿的诉讼。²⁵

恶意投诉行为还可能构成一种侵犯人格利益的行为。根据《民法典》第110条规定法人也享有名誉权。知识产权恶意投诉对电商平台内的商家作出了否定性评价，可能侵犯其名誉权。《民法典》第1024条规定任何组织和个人不得侵犯民事主体所享有的名誉权。

相对于以上较为粗略的条款，在《民法典》1195条第3款²⁶中规定了权利人错误投诉行为造成他人损害的应该承担侵权责任，但是应该注意恶意投诉

²³ 王文敏：《电商平台中知识产权错误通知的法律规制研究》，载《华南师范大学学报》2022年第1期，第187页。

²⁴ 北京互联网法院（2019）京0491民初1601号民事判决书。

²⁵ Restatement (third) Torts, § 710.

²⁶ 《民法典》1195条第3款：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。法律另有规定的，依照其规定。

与错误投诉并不完全相同。因知识产权权利人的投诉既可能是善意的，也可能是恶意的，《民法典》中缺乏对“错误投诉”和“恶意投诉”的进一步区分。

1.2.2 《反不正当竞争法》

《反不正当竞争法》是知识产权恶意投诉的首选法律，其中部分案件投诉人行为符合商业诋毁条款规定的可以直接适用《反不正当竞争法》第11条，不符合的商业诋毁条款规定的可以适用一般条款即《反不正当竞争法》第2条进行判断。

在电商平台知识产权恶意投诉中，大多数的恶意投诉都是出于打击竞争对手的目的，因此在实践中广泛采用《反不正当竞争法》进行规制。《反不正当竞争法》保护公平竞争，而知识产权恶意投诉损害他人商誉，获取不正当竞争利益，因此恶意投诉行为应属于《反不正当竞争法》规制对象。德国法律中，恶意发送知识产权警告函的行为与知识产权恶意投诉行为具有一定程度上的相似性，该行为采用德国《反不正当竞争法》中第4条第10项规定的阻碍竞争及第4条第8项规定的诋毁商誉进行规制。²⁷我国《反不正当竞争法》中并没有对知识产权恶意投诉作出具体规定，但在司法判决中常采用《反不正当竞争法》第11条以及第2条进行裁判。

就《反不正当竞争法》第11条商业诽谤条款的内容来看，知识产权恶意投诉须行为人主观上存在故意，并且投诉的内容属于“虚假性或误导性的信息”。主观上，投诉人不具备过错就不能构成商业诽谤。主观过错主要体现在投诉行为人的合理注意义务上，投诉前应审查被投诉的平台内商家是否具有合理的抗辩事由。客观上，投诉行为构成商业诋毁还需要满足编造或者传播虚假性、误导性信息的条件，实践中多次发生的伪造权利证明以及侵权事实就属于这种情形。因此知识产权恶意投诉行为被认定为商业诋毁类不正当竞争并无不妥。采用商业诽谤条款在国外也早有案例，在德国，主要采用《反不正当竞争法》认定是否通过诋毁商誉阻碍竞争对手，其中诋毁商誉条款是特别规定，优先一般性规定适用。²⁸在日本法律中采用商业诽谤条款规制与恶意

²⁷ 范长军：《专利侵权警告制度探析》，载《知识产权》2014年第3期，第72页。

²⁸ 范长军：《德国反不正当竞争法研究》，法律出版社2010年，第125页。

投诉相类似的发送知识产权错误警告函的行为，并且已经形成十分成熟的案例群。²⁹

《反不正当竞争法》第2条是规范市场交易的一般条款，经营者在进行交易时都应该遵守。关于《反不正当竞争法》第2条属于规范性条款还是宣誓性条款，理论界观点不一。³⁰认为是宣誓性条款的学者理由是担心法官根据一般条款审判会导致过度行使自由裁量权，从而降低司法的公信力。³¹但根据目的性解释和最高人民法院对海带配额案³²的判定，本文支持一般条款的观点。电商平台知识产权恶意投诉具有不正当竞争的属性，可以适用《反不正当竞争法》的一般条款来予以规制。另外，对竞争关系进行从宽解释甚至摒弃是反不正当竞争法在现代化发展过程中的重要特征，对竞争行为的认定更侧重于考虑“市场竞争秩序、经营者以及消费者的利益”。³³电子商务的背景之下，竞争关系不仅存在于同行业经营者之间，也存在于不同行业间，甚至不存在竞争关系的主体在损害市场竞争秩序时都适用《反不正当竞争法》。而在适用《反不正当竞争法》时，第11条商业诽谤条款应该优先于第2条一般条款的适用，因为一般条款一般从商业道德角度进行抽象判断，其认知难度大于具体条款，法官自由裁量权较大，规制的合理性低于具体条款。³⁴

1.2.3 《电子商务法》

《电子商务法》出台的背景是在我国电子商务行业快速发展，但缺少一部专门对电商领域进行监管的法律。《电子商务法》作为一部专门规制电子商务领域交易行为的法律，其对知识产权恶意投诉的规制相比《民法典》和《反不正当竞争法》来说更为详细。目前，《电子商务法》建立了比较完整的投诉机制，为知识产权权利人设置了一套完整的投诉处理流程，对平台经营者的

²⁹ 刘维：《知识产权侵权警告函的正当性边界》，《比较法研究》2016年第2期，第182页。

³⁰ 刁云芸：《商事领域中反不正当竞争法互联网专条的适用困境及出路》，载《法学杂志》2021年第1期第133页。

³¹ 邵建东：《我国反不正当竞争法中的一般条款及其在司法实践中的应用》，载《南京大学法律评论》2023年第1期，第196-205页。

³² 最高人民法院（2009）民申字第1065号民事裁定书。

³³ 孔祥俊：《论反不正当竞争法的现代化》，载《比较法研究》2017年第3期，第38-40页。

³⁴ 蒋舸：《知识产权法与反不正当竞争法一般条款的关系——以图式的认知经济性为分析视角》，《法学研究》2019年第2期，第120-121页。

审查义务等也作出了规定。这其中最主要的亮点就是提出了反通知的救济程序以及恶意通知人承担加倍赔偿的赔偿责任。

我国《电子商务法》中规定的反通知程序是指电商平台在收到权利人的侵权通知后，应将投诉信息转通知给被投诉的商家，如果被投诉商家认为其并未侵犯投诉人的权利，可以提交说明其不存在侵权行为的声明材料。³⁵被投诉商家向电商平台提交作为侵权回应的相关材料就是“反通知”程序。电商平台经营者收到被投诉人的反通知后应该审慎审查，以确定是否存在侵权事实，以便根据判断结果决定是否恢复商品链接。被投诉商家的反通知程序被认为是被投诉商家的一种抗辩方式，可以有效平衡投诉人与被投诉商家间的利益。

《电子商务法》中还规定了恶意通知的加倍赔偿责任。在电商平台上，商家的商品链接不仅代表着商家商品的销售情况，还凝结着商品信誉，商品下架不仅会造成经济利益的损失还有商誉的损失，而且投诉人进行知识产权恶意投诉，会扰乱经营秩序，因此应加以规制。《电子商务法》实施前，最高人民法院出台的《利用信息网络侵害人身权益问题的规定》³⁶第8条³⁷和《信息网络传播权保护条例》第24条³⁸中已经对恶意投诉行为有所规制，但以上两部法律的位阶较低，具有一定的局限性。《电子商务法》对错误通知和恶意通知进行区分，并规定恶意投诉人负有加倍赔偿责任，这对遏制知识产权恶意投诉具有一定的意义。

³⁵ 许晗舟：《“通知—删除”规则滥用的法律规制》，2020年扬州大学硕士论文，第10页。

³⁶ 全称为：《关于审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》。

³⁷ 《关于审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》第8条：网络用户或者网络服务提供者采取诽谤、诋毁等手段，损害公众对经营主体的信赖，降低其产品或者服务的社会评价，经营主体请求网络用户或者网络服务提供者承担侵权责任的，人民法院应依法予以支持。

³⁸ 《信息网络传播权保护条例》第24条：因权利人的通知导致网络服务提供者错误删除作品、表演、录音录像制品，或者错误断开与作品、表演、录音录像制品的链接，给服务对象造成损失的，权利人应当承担赔偿责任。

2.电商平台知识产权恶意投诉的界定及表现

2.1 知识产权恶意投诉的界定

要想遏制知识产权恶意投诉行为，其重要基础是要对知识产权恶意投诉进行界定。其中判断行为人的主观恶意是一大难题，因为一个人的主观意图是其内心活动，当行为人并未主动去表达出自己的真实意思，而仅从外部去区分判断行为人的主观意图是十分困难的。知识产权领域对行为人恶意的判断一直存在难题，学界对于知识产权恶意投诉的判断已有不少讨论，并且提出恶意诉讼的认定标准，但仍有争议，并没有得到一个统一的认定标准。而知识产权恶意投诉学界研究与恶意诉讼相比较少，在这种情况下，要提出一个合理的知识产权恶意投诉界定标准存在不小困难。

目前学界对恶意投诉的研究主要从民法侵权的角度，将民法中的侵权责任构成要件作为恶意投诉的界定标准。大陆法系中，侵权责任的构成主要两种模式，其中法国法模式认为侵权责任构成需要具备损害结果、因果关系和主观过错三个要件，而德国法模式认为侵权责任构成需要具备主观和客观要件，主观要件是指过错，客观要件是指行为、行为的违法性、损害结果和因果关系。两者的区别在于行为的违法性是否是构成要件之一。法国法模式中侵权理论中过错本身就包括了行为的违法性，德国法模式则认为违法性是客观要件，而过错是主观要件，二者应该有所区别。英美法系未将违法性作为构成要件，而是强调对注意义务的判断，行为人违反注意义务的同时也违反了法定义务，因此属于违法行为。³⁹我国侵权法理论受法国法以及德国法理论的影响

³⁹ 孙大伟：《过错侵权中“违法性”要件考察——兼析我国侵权法领域的“违法性”之争》，载《社会科学》2012年第8期，第89页。

响,围绕违法性是否应该作为独立要件之一,得到“三要件说”和“四要件说”两种观点。其中“三要件说”认为不必将违法性作为独立的构成要件,应采用过错吸收违法性的观点。⁴⁰“四要件说”认为违法性应当作为独立构成要件。⁴¹我国的司法实践中,采用的是“四要件说”。侵权责任中,“四要件”目前已成为学界通说,不少学者认可将“四要件”作为恶意诉讼的认定标准,因此得到恶意诉讼的认定应满足以下四个方面:投诉行为具有违法性、造成了损害结果、投诉行为与损害结果间存在因果关系和投诉人具有主观过错。⁴²当恶意投诉人的行为如果符合侵权行为的“四要件”,其就应承担相应的民事责任。但也有观点认为损害结果与因果关系是承担损害赔偿责任的要件,而非成立恶意诉讼本身的必备条件,“四要件”混淆了责任承担与恶意诉讼本身的概念。

43

学界对于恶意诉讼的认定研究为本文界定知识产权恶意投诉提供了借鉴意义。知识产权恶意投诉侵犯了被投诉商家正常经营的权利,与恶意诉讼一样属于侵权行为,因此对知识产权恶意投诉的界定可以借鉴恶意投诉,采用侵权责任的构成要件学说。如果不考虑恶意投诉的损害结果及因果关系,将会使恶意投诉的界定范围变得宽泛,导致合理的维权行为被认定成恶意投诉,这并不利于知识产权的保护;另外,因为侵权法的补偿性,注重对每个民事主体合法权益的保护,强调损害赔偿的正当性,以填补受害人遭受的损害为首要目的,因此知识产权恶意投诉的认定应该考虑该行为引起的损害结果。对知识产权恶意投诉行为进行界定,有利于规制知识产权恶意投诉行为的发生,赔偿被恶意投诉者的损失,维护其合法权益。知识产权恶意投诉采用“四要件”作为恶意投诉的界定标准,在确认属于恶意投诉行为后不用再另外去证明损害赔偿的合理性,因此不应该排除造成的损害后果以及因果关系。

虽然界定电商平台知识产权恶意投诉时借鉴了侵权法中的“四要件”,但这不意味着知识产权恶意投诉的认定就是要完全照搬侵权责任的要件,实

⁴⁰ 王利明:《我国侵权责任法的体系构建——以救济法为中心的思考》,载《中国法学》2008年第4期,第7页。

⁴¹ 杨立新:《侵权损害赔偿》,法律出版社,2016年版,第86页。

⁴² 张卫平:《民事诉讼法》法律出版社,2004年版,第45页。

⁴³ 奉晓政:《知识产权恶意诉讼的识别与规制》,载《广西民族大学学报》2016年第3期,第25-29页。

践中还需体现知识产权恶意投诉的特点。

2.1.1 主观上具有恶意心态

主观恶意是知识产权恶意投诉非常重要的认定标准。侵权法中对于主观过错概念的客观化,采用了“理性人”“一般注意义务”等客观标准。⁴⁴学界一直在探讨主观过错的认定标准,认定恶意的难度大,可以借助侵权法理论中有关主观过错的研究方法来认定恶意。侵权法中存在故意和过失两种主观状态,故意主观状态是积极追求或放任不利结果的发生,而过失是指行为人应当预见自己的行为会导致某种不利后果而没有预见或者虽已预见却轻信能够避免的心理状态。⁴⁵故意的可谴责性明显强于过失的心理状态。

就知识产权恶意投诉而言,恶意应当对行为人的主观要求更高。《最高院审理意见》⁴⁶第6条⁴⁷对恶意的认定提出了考量因素,总的特点是通过行为人的客观行为来认定主观状态。行为人明知自己的权利不具有合法的来源或权利合法但存在瑕疵或不具有稳定状态时,仍通过虚构事实、伪造权利证明等方式发起投诉,或者发起投诉后发现权利存在瑕疵或不稳定却不及时撤回投诉,这都体现了行为人恶意的心态。

对于过失是否能认定为行为人具有恶意却存在争议,行为人如果施以高度注意就能避免损害结果的发生,却没有尽到合理的注意义务是否应该构成恶意投诉?恶意不应该包括过失这种心理状态。因为恶意投诉是由于行为本身有不正当动机和目的,法律对此施以具有惩罚性的加倍赔偿责任,对其具有严厉的否定性评价。如果将过失也视为恶意则会导致恶意投诉认定范围的扩大,不利于知识产权的保护。而除了恶意通知以外还有一般错误通知,法律对其也规定了应承担的责任,只是并不具有惩罚性的特征。另外参考《民法典》第1207条关于产品责任的惩罚性赔偿中也要求生产者、销售者“明知”

⁴⁴ 杨立新,杨彪:《侵权法中的可救济性损害理论》,载《政治与法律》2007年第6期,76-83页。

⁴⁵ 魏振瀛:《民法学》,北京大学出版社,2015年版第235页。

⁴⁶ 全称:《关于审理涉电子商务平台知识产权民事案件的指导意见》。

⁴⁷ 《关于审理涉电子商务平台知识产权民事案件的指导意见》第6条:人民法院认定通知人是否具有电子商务法第四十二条第三款所称的“恶意”,可以考量下列因素:提交伪造、变造的权利证明;提交虚假侵权对比的鉴定意见、专家意见;明知权利状态不稳定仍发出通知;明知通知错误仍不及时撤回或者更正;反复提交错误通知等。

产品存在缺陷。因此恶意应不包含过失这种主观心理状态。将知识产权恶意投诉的恶意定义为：行为人明知道其行为缺乏事实基础及法律依据，会对被投诉人产生损害结果，仍然希望并积极追求损害结果发生的主观心理状态。

通过从认识因素和意志因素两方面，可以更加全面的认定投诉人的主观状态。

第一，认识因素。认识因素是指行为人是否认识到其投诉行具有不正当性。恶意投诉人在明知其行为缺乏事实和法律基础的情况下，仍然在电商平台提起侵犯知识产权的投诉通知，要求被投诉人下架存在争议的商品并提出损害赔偿的请求，行为人对被投诉人不存在知识产权侵权的事实必须“明知”的，而且能认识到其投诉行为会给对方带来损害，比如能认识到一旦发起知识产权恶意投诉，被投诉者的商品就有下架的可能，还会影响店铺信誉，导致商家的营业活动受损，造成利益损失等情况。

第二，意志因素。意志因素是指行为人存在希望甚至积极追求被投诉人损害结果发生的情况。在电商平台知识产权恶意投诉的争议中，我们发现恶意投诉者并非出于维护其知识产权合法利益的目的，而是为了追求不正当利益的目的，典型表现是通过恶意投诉来进行不正当竞争，排挤竞争对手，或者通过恶意投诉向被投诉者索取“赔偿费”“撤诉费”等，因此认定知识产权恶意投诉在意志因素方面表现为谋求不正当利益。

恶意投诉中“恶意”应该采用较为严格的标准，判断行为人是否存在恶意时，应该将认识因素以及意志因素进行统筹考虑，按照这两个因素来认定行为人投诉时的主观状态。这有利于准确把握这种主观状态，以防止恶意投诉范围的扩大，妨碍正常的知识产权维权行为，为电商平台营造好的营商环境。例如在许先本诉童建刚一案中，投诉人童建刚篡改其提交的权利凭证，将评价报告中“不符合授予外观专利条件”修改为“符合授予外观专利条件”，并且还使用了变造的证据进行侵犯知识产权的投诉，导致被投诉人的利益损失巨大，本案中投诉人的行为显然具备恶意投诉的故意。⁴⁸

⁴⁸ 浙江省杭州市余杭区人民法院(2016)浙 0110 民初 11608 号。

2.1.2 投诉行为缺乏合理依据

合理依据包括事实基础和法律依据两个方面。知识产权权利人享有知识产权，可以依据法律规定要求停止任何未经授权使用其知识产权的行为，并要求该侵权人赔偿损失，但这并不意味着权利人可以随意甚至恶意使用其权利。知识产权权利人有权利维护其合法权益不受损害，但在行使其权利时必须具备合理的事实和法律基础，不可以任意使用。

缺乏合理的事实基础指被投诉者存在侵犯投诉人知识产权的行为，比如未经权利人许可在商品包装上使用其商标、未经授权生产出他人外观专利的产品等；缺乏合理的法律基础是指法律中未将被投诉人的行为规定为知识产权侵权行为，该投诉行为并没有法律依据。另外，行为人缺乏合理依据的行为须处于恶意的主观状态下。易言之，被投诉人不存在侵犯知识产权的行为，而投诉人在发起投诉时就已经知道该行为缺乏合理依据，而且行为人须在恶意的主观状态下提起知识产权投诉。

2.1.3 投诉行为造成损害结果

恶意投诉所造成的损害结果是一个复杂的结果，行为人发起知识产权恶意投诉的直接目的是损害被投诉人的利益，因此被投诉人是知识产权恶意投诉最直接的受害者，所造成的损失不仅包括恶意投诉导致商品下架的经济利益损失，还包括下架商品导致店铺评价降低等损失，恶意投诉行为发生后被投诉人将付出巨大成本以消除恶意投诉对店铺造成的不良影响；电商平台设置知识产权投诉机制的目的是为了救济真实的知识产权被侵权人，为电商平台创造一个公平的营商环境，而行为人利用电商平台投诉机制的便利性进行恶意投诉，占用平台的资源，不仅增加电商平台的运营成本而且阻碍真正的侵权行为及时得到有效解决；从消费者的角度来看。消费者期待一个便利的网购环境和良好的市场竞争秩序，在这样的网购平台上，消费者才能快速地选择合适的商品，显然知识产权恶意投诉所导致的负面效应违背了消费者的意志，侵犯了消费者的利益。

因此在认定损害事实时，不能只考虑被投诉人的利益损失，还应该从不

同主体的视角去认识知识产权恶意投诉的损害后果。电商平台会耗费更多成本去认定合理的投诉请求，而消费者因为知识产权恶意投诉而更难检索到合适的商品，增加网上购物的时间成本。这些都是知识产权恶意投诉所导致的损害后果，在确定损害结果时应该适当考虑以上因素，通过确定损害事实来认定恶意投诉人所应承担的责任。

2.1.4 行为与结果间存在因果关系

大陆法系和英美法系中对危害行为与损害结果间的因果关系并未形成十分明确的概念界定，因果关系常指违法行为导致损害结果的发生。在我国的侵权法理论中一般认为因果关系是侵权责任的构成要件，具有民法上的因果关系是行为人承担侵权责任的必然条件。⁴⁹因果关系在哲学上反映的是事物、现象间的相互联系及相互制约的关系。通俗上讲因果关系是引起和被引起的关系。⁵⁰知识产权恶意投诉可以借鉴这种因果关系的概念和原理，行为人的投诉行为没有合理的事实基础是原因，造成的损害事实是行为的结果。

通常由电商平台作出是否下架商品、删除商品链接的决定，按照电商平台的投诉机制，当被投诉人没有及时提出不侵权申明或不侵权申明被驳回都会导致电商平台采取必要措施，从表面上来看似乎是电商平台对知识产权侵权投诉错误判断导致了商品下架的后果，但实际上从因果关系的角度来分析却并非如此，行为人恶意投诉的行为触发电商平台知识产权投诉处理程序，然后导致被投诉人利益受到损失的结果，这种行为与结果间的联系是客观存在的，电商平台并未切断其中的因果关系，是行为人提起知识产权恶意投诉的行为引发了损害结果。该因果关系的认定，一方面可以确定恶意投诉行为人应承担的责任，而另一方面也防止侵权责任的泛化，加重投诉人的责任。

综上所述，知识产权恶意投诉的认定标准虽然借用了侵权法理论中的“四要件”，但在认定过程中需充分考虑知识产权恶意投诉的特点，在恶意的判定上具体分析认识因素和个人意志两个方面，行为上确认是在主观恶意的状态下缺乏合理的事实及法律基础的行为，在损害结果上考虑对不同主体所造成

⁴⁹ 于海生：《恶意诉讼侵权责任法律制度研究》，黑龙江大学，2010年版第95页。

⁵⁰ 张明楷：《刑法学》，法律出版社，2015年版第173页。

的损害事实，最后要求行为与损害结果具有因果关系。要努力避免出现对知识产权恶意投诉认定的随意化、扩大化，注意区分正当的知识产权维权行为和恶意投诉行为。

2.2 知识产权恶意投诉表现形式

知识产权恶意投诉的表现形式多样，通过对实践中相关案例进行总结，可以将电商平台知识产权恶意投诉根据权利基础的不同可以划分为以下几类：权利本身不正当、权利存在瑕疵或不稳定和具有正当权利基础。通过分析不同表现形式，可以更加深入了解知识产权恶意投诉行为的本质。

2.2.1 权利本身不正当

第一类是权利本身不正当，完全不具有权利基础的投诉，该类是电商平台知识产权恶意投诉案件中存在最多的类型，投诉者自始不享有权利、权利失效或权利被宣告无效等情况都属于这类。投诉者通过伪造、变造知识产权权利证明等手段对商家发起投诉，甚至注册空壳公司来专门进行投诉。比如在2016年，深圳某知产代理公司伪造“微信”的商标注册证明和带有法定代表人签名及公司公章的投诉委托书，以商品名称中含有“微信”一词导致侵权为由，对电商平台内多个商家进行投诉，导致数百商品链接遭到删除。⁵¹又如王垒诉江海、浙江淘宝公司不正当竞争一案中，行为人伪造签章，假冒商标权利人名义进行知识产权侵权投诉，浙江淘宝公司因此认定王垒售假，删除了商品链接并对王垒的店铺进行降权处罚，法院最终判定江海行为构成恶意投诉。

52

⁵¹ 《假马化腾伪造签名在淘宝上恶意投诉，真马化腾报警》，新浪财经 <http://finance.sina.com.cn/chanjing/gsnews/2017-02-07/doc-ifyafcyw0549467.shtml>，2022年10月25日访问。

⁵² 杭州铁路运输法院（2018）浙8601民初8662号民事判决书。

2.2.2 权利存在瑕疵或不稳定

第二类是投诉者具有知识产权权利外观，但其享有的权利存在瑕疵或权利状态不稳定，主要分为两种情况：一是投诉者在投诉时明知其权利不稳定或有瑕疵仍发起投诉，典型表现为商标抢注的行为。二是投诉者在发起投诉时其享有正当权利，但在发起投诉后明知自己权利存在瑕疵仍继续投诉，未采取相关措施来避免被投诉者的损失继续扩大，这种情况下投诉者需要承担损失扩大部分的法律责任。例如在益诺妮公司诉陈爱凤、刘伟一案中，陈爱凤与刘伟故意注册他人已发表作品，并以此作为权利基础向天猫公司发起投诉，天猫公司因此删除了益妮诺公司的商品链接，造成了益妮诺公司的经济损失，法院认定陈爱凤与刘伟的行为构成恶意投诉。⁵³

2.2.3 具有正当权利基础

第三类是有正当权利基础的投诉，其目的是打击竞争对手。其主要表现形式为投诉者确系知识产权人，具有合法的权利来源，其享有的知识产权完全符合法律规定的形式和实质要件，不存在采用欺骗或其他不正当手段取得知识产权的行为，但知识产权权利人仍以虚构事实的方式向电商平台发起投诉。⁵⁴实践中出现的不同渠道经销商为打击同行获取竞争优势就属于这类情况。例如惠农千重浪公司诉世科姆公司一案中，世科姆公司在明知惠农千重浪公司销售的产品为正品，仍通过伪造鉴定报告，向淘宝公司投诉惠农千重浪公司侵犯其知识产权，导致惠农千重浪公司的相关产品的链接被删除，世科姆公司的行为构成恶意投诉。⁵⁵

⁵³ 浙江省杭州市余杭区人民法院（2020）浙 0110 民初 8662 号民事判决书。

⁵⁴ 陈传勇：《论电商平台知识产权治理措施之制度风险及其规避》，载《西部法学评论》2020 年第 5 期，第 67 页。

⁵⁵ 浙江省杭州市余杭区人民法院（2020）浙 0110 民初 7982 号民事判决书。

3.电商平台知识产权恶意投诉成因及规制 必要性

3.1 知识产权恶意投诉的成因

对知识产权恶意投诉原因进行深入分析，有助于遏制知识产权恶意投诉行为的发生，电商平台知识产权恶意投诉现象频发是多方面因素共同作用的结果，将原因归于任何一方都是片面的，主要存在滥用“通知—删除”规则、投诉人基于经济利益的驱使及电商平台进行风险规避等因素，其中“通知—删除”规则利益不平衡机制是根本原因。

3.1.1 滥用“通知—删除”规则

“通知—删除”规则起源于美国，1998年美国国会通过《千年数字版权法案》(Digital Millennium Copyright Act of 1998, DMCA)，该法案的第512条(m)项规定了互联网服务商对其储存和传送的信息不具有监督及主动审查是否侵犯他人权利的义务，第512条(a)、(b)、(c)、(d)项分别规定了不同种类网络服务商，并且确定了免责事由。⁵⁶根据这些条款，美国法律逐渐确立了以“通知—删除”规则(Notice-takedown Procedure)为核心的避风港原则。⁵⁷依据该规则，网络服务的提供者在不知道用户在其提供的网络上实施侵犯他人权益行为的情况下，只有当被侵权人向网络服务提供者发出侵权通知时，

⁵⁶ 成文娟、郎梦佳：《电商环境下知识产权恶意投诉行为的认定与规制》，载《中国应用法学》2020年第1期，第104页。

⁵⁷ 谢雪凯：《网络服务提供者第三方责任理论与立法之再审视》，载《中国民法学研究会2013年年会论文集（下册）》，第858页。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/026152240150010040>