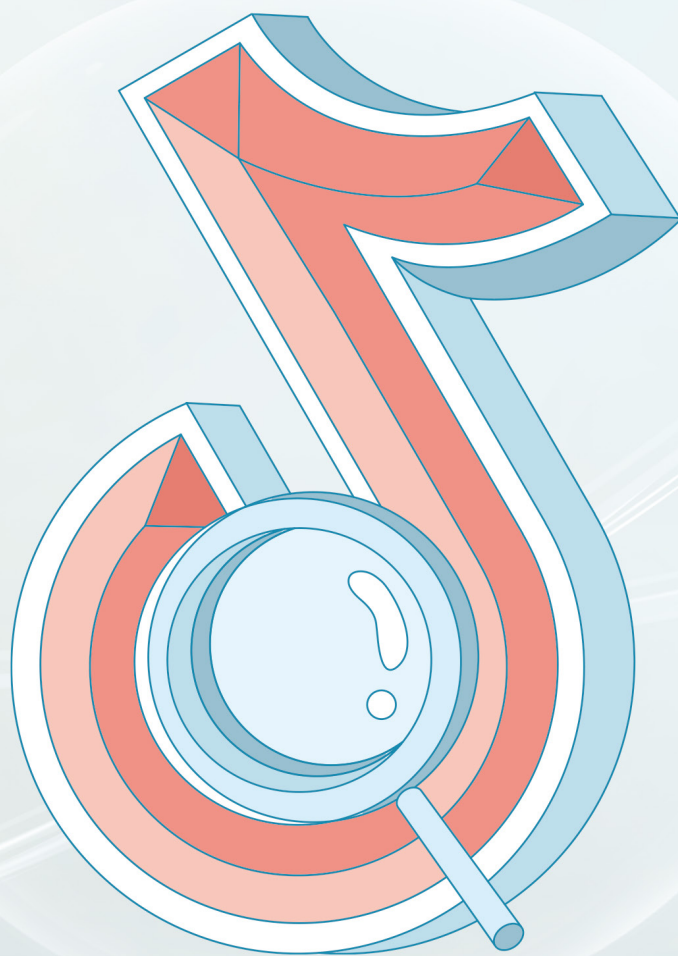


2023 - 2024

抖音电商

知识产权保护观察报告



2023-2024

抖音电商知识产权保护

观察员委员会



SAELINK LAW
世宁律师事务所

报告撰写律所：北京世宁律师事务所

目录



Part 01	数码电子行业观察总结	06
Part 02	运动户外行业观察总结	08
Part 03	图书行业观察总结	10
Part 04	服饰行业观察总结	12
Part 05	食品保健品行业观察总结	14
Part 06	玩具创意行业观察总结	16
Part 07	酒类行业观察总结	18
Part 08	美妆个护行业观察总结	20

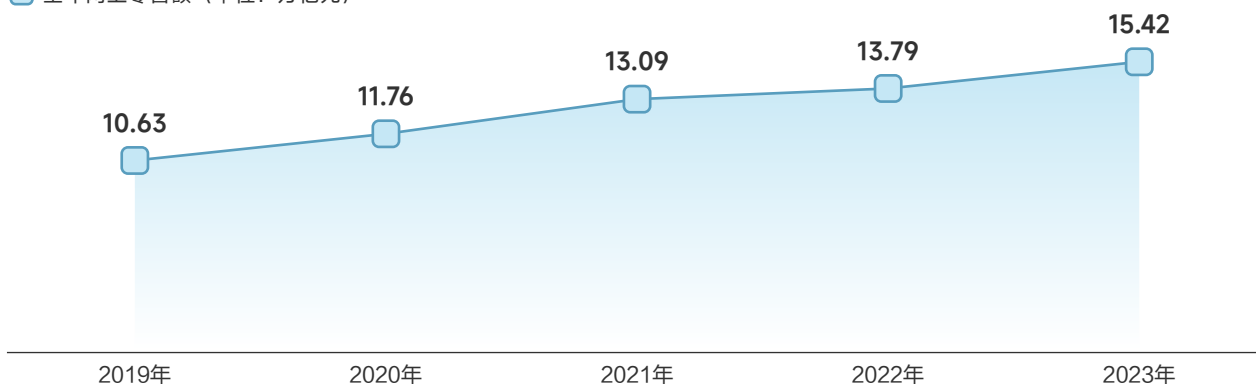
PREFACE

序言

知识产权保护观察员机制的推出背景

商务部发布的《中国电子商务报告》的数据显示，近年来，我国电子商务保持了稳健持续发展的态势。2023年，全年网上零售额达到15.42万亿元。

■ 全年网上零售额（单位：万亿元）



近年来，我国电子商务模式与业态迭代创新，直播电商、短视频电商、即时零售、社区团购等新业态蓬勃新生。抖音电商作为行业内快速发展、持续进步的代表性平台之一，亦同时面临着更多的机会与全新的挑战。

其中，一大挑战便是同行业普遍遇到的知识产权保护问题。抖音电商自诞生之日起，便提出了“打造安全合规的平台秩序、建立用户信赖的健康生态”的平台治理目标，承诺在知识产权保护上加大投入，以最终实现保障用户购物体验、守护商家持续增长、助力行业高速发展的目标。

然而，伴随着新的业态场景与创新，“直播侵权”、“重复违规”、“维权效率”等问题也对当下的电商平台造成干扰。为了更好地应对挑战，全面提升消费者体验，降低假冒、盗版、侵权的发生率，保护品牌权利人的各类知识产权，抖音电商在2023年于业内首创“知识产权保护观察员机制”，并于2023年世界知识产权日正式启动。

知识产权保护观察员的创新机制

“知识产权保护观察员机制”旨在通过邀请不同行业的多类品牌权利人，以自愿为原则申报“行业观察员”的身份，从中选择具有行业代表性的品牌权利人作为“年度行业观察员”。“行业观察员”与平台之间进行实时信息互通、业务反馈，从本行业的特性出发，聚焦行业核心问题，共建解决方案。在此过程中，北京世宁律师事务所作为报告撰写机构，与上述行业观察员一并组成“观察员委员会”，对活动的全过程以第三方视角进行观察、评估与总结。

本年度“知识产权保护观察员机制”共有14个品牌观察员加入（包括安踏集团、安利、鄂尔多斯、富邑葡萄酒集团、红牛、乐高集团、耐克、泡泡玛特、苹果、商务印书馆、完美日记、小米、中国少年儿童新闻出版总社、资生堂），涵盖了数码电子、运动户外、图书、服饰、食品保健品、玩具创意、酒类、美妆个护等8大电子商务重点行业。观察员计划以定期、不定期行业研讨会、论坛、非正式交流等线上线下相结合的形式，综合、汇总、分析、研讨行业观察委员会及各观察员代表各行业所提及的问题及意见。同时，在为期一年的观察过程中，抖音电商针对行业观察员所提出的需求，根据优先级及时投入资源，并在平台上推出落地举措、加大防范力度，以持续不断地提升知识产权保护水平。

历经一年实践，平台积极进行开放合作，借由“观察员机制”主动接受高标准的行业监督，无疑大幅提升了平台与品牌权利人之间的信息交互，有效融汇了平台与品牌的视角，增进相互认知及理解。在此基础上，平台借助于各方在行业内的背景与实力，投入前沿的技术，采纳务实的态度，采取高效的行动，在互惠共赢的基础上为消费者提供品质好货及健康环境。

观察期内抖音电商的重点举措

在2023-2024年度的观察员计划中，立足于行业观察员所提出的问题，我们观察到，抖音电商平台联合各行业、各品牌推出了以下重点举措，包括：

1 持续研发和改进维权工具IPPRO

在观察期内，抖音电商进一步优化了其于2021年推出的IPPRO投诉处理平台，于2023年新增了“维权数据看板”及“维权步骤指引”功能，并拓展了对于PC端商品长链接的支持，实践中反响良好。据抖音电商的统计数据显示，2023年新增超1.6万个权利人在IPPRO平台注册维权账号，约为上一周期的1.7倍；新增超4.8万份知识产权备案，约为上一周期的2.4倍；自上线以来，IPPRO已为超过5万名权利人和8万份知识产权备案资质提供维权服务。

2 显著提升线上维权处理效率

在本轮观察期内，随着抖音电商业务的快速发展，其月均受理的维权量也上升为上一周期的5倍。而在面对业务量上升压力的同时，平台的维权审核时效进一步提升至3个工作日以内，权利人投诉成功率上升18%，可以看到平台在提升权利人维权效率方面的投入及改造取得了实际成效。

3 严格控制店铺命名规则

在观察期内，抖音电商对系统进行优化，开始主动排查、监控店铺名称中是否包含品牌名称，对于遭受假货冲击较大的品牌，平台要求销售所涉品牌的店铺必须提供相关授权准入证明文件。

4 就重点品类实施严格的商家准入

就版权保护而言，尤其针对盗版较为严重的图书品类，在观察期内平台开始引入严格控制商家准入门槛的机制，比如在全平台禁止个人店铺销售图书出版物，并对销售图书出版物的存量个人店铺完成优化及清理，显著减少了潜在的盗版风险。

5 扩充限售品牌范围

抖音电商在观察期内大幅扩大了限制销售的品牌范围，由此前的200+品牌一跃上升到3200+品牌，即使个人店铺售卖相关品牌也设置了明确的授权门槛。考虑到抖音电商业务同期的快速发展，从中可看到平台对于经营环境保障的高度重视。

6 动态优化平台治理规则

针对新业态中层出不穷的新场景及新问题，抖音电商及时收集并总结各行业观察员所提出的维权痛点，快速反应，于观察期内主动推动了下列重点商家管理和商品管理规则的新增与修改：

- 二手商品被投诉侵权等同正常商品的处罚规则；
- 重复侵权的加重处罚规则；
- 申诉凭证造假按照售假同等力度加重处罚规则；
- 关注、主动排查内容场景（商家讲解、直播卖货）侵害他人在先权利的情形，并新增处理此类型投诉的规则。

7 聚焦线下打假，开展源头治理

在观察期内，抖音电商加大线下打假、源头治理的力度。例如，自2023年8月与酒类行业开展行业研讨会后，针对相关案件线索迅速反应联动，在之后的9月至11月期间，抖音电商配合连云港、泸州、徐州三地警方，围绕某地直播销售涉嫌假冒茅台、五粮液和国窖等知名品牌白酒的线索开展一系列线下打击、抓捕犯罪嫌疑人23名，捣毁制酒工程、中间代理商和网店经销商产业链，涉案价值超6000余万元。

以上为观察期内未完全列举的重点举措的例举。作为观察机制成员，我们发现，这些举措的落地体现了四大特点：

一是信息交流的有效性。我们发现，从行业观察员发现问题、反馈问题，到平台采取措施后的信息反馈、规则反哺、全平台推广，周期较此前情况已大大缩短。

二是行业观察者反映问题的普遍性、重要性。我们观察到，每个行业观察者均认真履行职责，代表行业发声，所提问题具有广泛性、代表性及普遍性；且善于提炼所面临问题的优先级，很好地起到了真实、客观反馈行业共性、高优问题的作用。

三是平台响应的及时性。我们发现，行业观察者不仅提问题，而且善于提建议，其往往也提出富有行业洞察力的解决方案；平台在“观察员计划”中积极予以响应，从善如流。据我们的观察，平台从接到问题反馈到推出落地措施的效率明显提升。

四是重点措施的多样性、针对性、综合性。不难看出，抖音电商在观察期内从多角度发力，新增和优化线上商家治理规则、商品治理规则，落地售前售中的主动监测、防控举措，优化售后投诉受理执行机制，投入开发资源改进系统工具以提升维权效率和体验，与品牌方合作配合相关主管机关从源头打假等等；以上举措均直指行业观察员问题较为集中的痛点、平台多管齐下追求综合治理的最优效果。

■ 首届知识产权观察员机制的成果

本报告的主体内容由14名“行业观察员”产出，结合各自所处的8大行业的特点，分为8个板块分别给出观察结果。每一板块包括年度观察总结、代表性案例、优化建议三大部分，以同行业品牌反馈、维权效果呈现、治理数据观察等为基础展开。力图全方位展示本观察年度内各个行业在平台治理活动中所取得的成果、可供行业普遍参考的优秀案例、以及行业观察员代表行业所提出的建议。我们认为，从中可以更直观地获得行业的第一手观察资料，行业的从业者亦能从中获益。

在本观察年度中，我们注意到行业观察员所观察到的平台知识产权保护、治理工作具有如下特点：

1 迅速应对新业态遇到的新挑战，直面新问题、解决新问题

伴随着新业态的发展，新型的侵权表现形式也逐步涌现。例如，数码电子行业及服饰行业中出现了“直播间使用变异品牌名称”的新情况，抖音电商在收到权利人反馈后，立刻针对该新型的侵权场景进行问题梳理、及时采取有效的技术手段对侵权行为进行治理和全平台的主动排查，并通过优化店铺命名规则等手段，有效地遏制上述侵权形态的进一步扩大。

2 注重规则与执行并重，既创新规则，又创新处置手段

以图书行业为例，在规则层面，抖音电商在观察期内在禁止个人个体店铺销售图书类商品，并对存量个人店铺进行逐步清理；在执行层面，抖音电商优化了针对正版图书维权的绿色通道机制，并且针对性地建立了点对点的沟通渠道，安排专人对接响应线上投诉问题，并提供更为专业的投诉指引，帮助权利人快速维权。

又如以运动户外为例，观察员在行业研讨会中多次反馈“二手商品假货投诉标准”的问题，在深入调研的基础上，抖音电商有针对性地创新了二手商品侵权等同正常商品侵权的平台规则，并在执行层面开通投诉入口、设置投诉流程、落地处罚措施。

3 向产业链上游延伸，坚持全链路打假、线下打假，是一大亮点，也解决了品牌权利人的大痛点

假货问题是各行业的一大顽疾。从多个行业观察员——包括数码电子行业、运动户外行业、图书行业、食品保健品行业、酒类行业等均观察到，在观察期内平台协同公安机关等司法、执法部门，打击线下制、售假窝点，有效地从源头上制止、杜绝了侵权行为的产生和扩散，取得了良好的社会效果。

4 用技术手段预防和批量化处置侵权，提升了保护的效率，降低了维权成本

以美妆个护行业为例，抖音电商参考品牌提供的关键词，通过提供了包括主动巡查防控在内的技术工具，从商品上架阶段即侦察到疑似侵权行为，从而抢先在售假、侵权行为发生之前，及时拦截相应的商品，以更为前置、自动化的方式阻遏对品牌方和消费者权益的潜在损害。

5 治理的决心、主观能动性与合作共赢的经验

首届观察员计划的观察内容充分展现了抖音电商在知识产权保护和平台治理方面的决心，相关的治理成果不仅是平台发挥主观能动性的体现，也是平台保持开放、透明的姿态，与各方通力合作的结果，既包括本观察员计划的开展、与品牌权利人之间的深入合作，也包括主动与执法部门、司法部门的消息交流与合作，还包括通过独具特色的“防伪DOU知道”小视频栏目等，充分依托广大消费者的监督力量。

PART 01

01. 数码电子行业观察总结

总结

基于数码电子行业的沟通与反馈，抖音电商是从2022年开始成为行业品牌重点关注的电商平台之一，大部分数码电子行业品牌也于22年开始对其启动日常监测。

首先值得肯定的是，在发展早期抖音电商就已在知识产权保护相关板块进行了全面投入及布局，在2022年便已经具备了相对完整的品牌保护机制与能力，行业品牌对其各项举措及投入有着显著感知。

平台的积极应对，从日常对于权利人反馈的响应与配合中，也可以得到充分体现。以IPPRO维权平台为例，从21年上线前的调研与试运营开始，抖音电商多次开展相关讨论并收集诉求，针对行业高频反馈的对电商内容投诉场景的覆盖，对数据看板功能的需求等，都在不断落实与优化，让权利人维权效率不断变得便捷及高效。

此外，平台在主动管控方面也展示了敏捷的治理能力，针对层出不穷的新型侵权场景，能够及时感知并处置问题。从电子数码行业整体反馈而言，我们看到抖音电商在成长为国内主流电商平台的同时，也在积极履行自身责任，通过对于知识产权的及时保护，推动健康购物环境的建设。

代表性案例 1

在23年8月的数码电子行业研讨会上，我们提出了“商品PC端长链接在IPPRO不支持识别”对品牌方维权管理带来不便的问题，期望平台能够尽快推动对应功能的优化。而在24年1月份，此问题便得到了更新及优化，可以看到平台知识产权保护团队对于权利人反馈的切实响应。

代表性案例 2

针对各类新型的侵权行为，抖音电商在收取权利人反馈输入的同时，也在主动发现并进行治理。以对“小米/XIAOMI”的变异侵权为例，在小米品牌与抖音电商团队沟通此类新场景之后，我们看到类似商品得到了快速的清理，相关侵权现象也得到了及时的遏制。



代表性案例 3

平台不仅在商品端加强审核、与权利人和执法部门协作开展针对线上售假卖家的线下调查；并且更进一步积极搭建内部沟通渠道，从内容侧针对重点行业、常见制售假行为进行深入研判。遵循着两手抓的思路，抖音电商知产保护团队和权利人密切配合，深挖出了一批在抖音上进行业务宣传的账号，进而配合执法机关对其线下制售假工厂进行了打击。

信息补充

2023年7月，抖音电商配合普陀警方破获一起通过网店涉嫌销售假冒苹果品牌的air pods系列产品耳机案件，在成都某处窝点，抓获犯罪嫌疑人11名，现场查扣涉案耳机1700个，防伪标签若干箱。

优化建议

在以上观察之外，我们也发现随着平台不断升级的治理和打击，部分不法商家的规避行为更为隐蔽，数码电子行业希望与抖音电商平台继续就以下问题加强监测与治理的合作：

- 挂羊头卖狗肉的行为；
- 违规引流行为；
- 高粉达人涉嫌为假冒侵权产品宣传带货的行为。

PART 02

02. 运动户外行业观察总结

总结

随着后疫情时代公众对健康的关注，运动、户外活动的需求持续增长，大家对品牌和服饰装备性能的追逐也成为趋势。运动户外品牌在热度上升的同时，也面临着相关侵权假冒行为的侵害，而线上平台也成为各品牌监测的重点。

在运动户外行业各品牌的侵权问题解决与治理中，我们看到抖音电商能够针对不同品牌的侵权现状，提出差异化的解决方案，对新型侵权问题秉承开放、灵活、共治的理念，并能够在山寨、显著假货等疑难问题上，有主动防控的积极应对，为我们提供了高效的沟通机制、良性的治理策略以及协同的共治环境。

以行业研讨会中各品牌普遍提及的二手商品假货投诉标准问题为例，抖音电商知识产权保护团队在会后很快就进行了规则的调整优化并给予反馈，展现了务实高效的合作态度。

同时，在不断变化的市场环境下，侵权问题仍会层出不穷，希望平台继续在新型侵权模式的主动发现、规避平台监管的隐蔽侵权问题的惩治等方面，能够持续发力，为我们保驾护航，营造健康的线上经营及购物生态。

代表性案例 1

对于运动行业品牌输入的案件线索，抖音电商平台通过高效的分析研判，与品牌权利人共同联动执法部门，对售假链路及制假源头进行了成功线下打击。

23年4月，抖音电商联动泉州警方，破获一起假冒斯凯奇品牌运动鞋案，抓获犯罪嫌疑人35名，捣毁制假生产线8条、制假售假窝点27处。经查，犯罪嫌疑人租赁厂房设立制假窝点生产假冒品牌运动鞋，伪造品牌授权书在平台上注册店铺，打着“官方授权店铺”名义直播展示商品吸引消费者，并引流至外部平台进行销售。



23年4月，抖音电商配合杨浦警方，破获一起涉嫌通过直播销售假冒lululemon品牌服饰案，在葫芦岛市某处窝点，抓获犯罪嫌疑人6名，现场查获“烫标”、“加领标”工具若干。经查，犯罪嫌疑人从浙江义乌等地购入“无标”瑜伽服后，随后完成“烫标”、“加领标”等操作，并在抖音直播间低价销售，经查涉案销售金额400万余元。



代表性案例 2

对于部分行业品牌反馈的假货销售中利用替代称谓/关键词进行规避的行为，抖音电商在共同梳理相关场景和行为后，在投诉受理标准中纳入了对相关规避行为的侵权认定，及时对相关侵权行为进行了处置。

优化建议

- 针对直播和短视频中的引流、遮挡等规避行为，我们希望能够与平台共同加强对相关问题的管控；
- 线上投诉的理由可以进一步细化，并增加对新型侵权场景的区分；
- 希望在山寨问题上，运动行业与抖音电商能够进一步加强治理合作。

PART 03

03. 图书行业观察总结

总结

2023年，图书行业多家出版社与抖音电商平台在盗版治理方面进行了多方位的合作。我们在“4.23”、“暑期”和“开学季”等专题与平台合作开展了“防伪DOU知道”宣传，科普知识产权保护，提升公众及消费者对自我权益的保护能力与意识。

这一年，图书行业与抖音电商平台强化了信息共享，对侵权店铺、侵权高发区等数据进行分析，建立了预警机制，通过主动防控措施有效遏制侵权行为。

抖音电商知识产权保护团队加强与权利人的沟通，针对兴趣电商新业态下的侵权特点和问题，出台了诸多措施保护正版，通过投诉处理、品牌合作、线下打击、公众教育、版权保护、主动防控等多模块合力，联动社会多方力量共同治理，营造了健康有序的图书市场环境和版权生态。

代表性案例 1

为了进一步提升出版社的维权体验，抖音电商在2024年优化了针对正版图书维权的绿色通道机制。建立点对点的沟通渠道，安排专人对接响应线上投诉问题，并提供更专业的投诉指引，帮助权利人快速维权。同时，还升级了主动防控的信息联动机制，采取更强有力的保护措施，提高盗版治理的效率和效果。

代表性案例 2

通过权利人日常监测发现的异常情况反馈，抖音电商知识产权保护团队通过大量分析，锁定疑似侵权店铺，并与公安机关联系，过去一年开展了多起线下打击，追根溯源深挖彻查，从印刷到销售对盗版盗印等不法行为给予全方位、全链条重拳打击。

为进一步净化平台图书销售环境，响应国家加强电商平台盗版图书销售治理工作的号召，抖音电商秉持“线上治理，线下打击”的综合治理理念，联动上海警方与重点出版社，8月初成功启动专项打击工作。平台风控模型产出75个高危目标主动发起抽检，专项期间向警方推送有效线索12条，落案8起，抓捕犯罪嫌疑人25人，涉案金额1500余万元，覆盖湘、鄂、渝等8个省市。



代表性案例 3

抖音电商在业务快速发展的同时，也对商家准入采取了更为严格的管控。我们看到，平台已禁止个体店铺在平台上销售图书类商品，且对于历史存在的个体店铺也采取了引导转型或清退，目前抖音平台已全面实现了个体店不出售图书，显著降低了潜在的盗版风险。

一级类目	店铺类型	品牌资质	资质说明
	旗舰店	1、若主体为出版社：提供含有书籍或出版服务的16类/41商标注册证； 2、若主体为非出版社：提供自有或独家授权16类/41商标，和10本带logo的图书实拍图（校验与注册商标logo一致）。	1、若开店公司主体与商标注册证主体不一致，需持提供独占授权； 2、若使用商标注册申请受理通知书（TM标）申请入驻时，申请时间需满六个月且无驳回复审的； 3、授权书有效期均为2个月以上。
书籍/杂志/报纸 (非进口图书)	专营店	至少两家出版社主体授予的经销授权书。	授权书有效期均为2个月以上； 若出版社无商标注册证号，请使用统一编号代替图书专营店品牌资质指引（仅适用于入驻环节，商品发布不可选）。
	专卖店&个体店	暂不开放	/
	企业店	可选择性提供品牌资质	/



优化建议

- 希望就盗版相关的信息特征点，图书行业与平台进一步加强信息的互通与监控合作，提升对于盗版问题的识别效率与准确度；
- 希望在现有机制之上，提升对于盗版电子书的防控及治理；
- 希望平台完善数据分享机制，通过规范流程，让权利人能充分了解到平台主动防控的成效。

PART 04

04. 服饰行业观察总结

总结

服装作为中国的重要产业，在品牌意识、文化自信、高质量发展的大势影响下，深具中国特色的马面裙、宋锦等民族文化、非遗文化焕发时代价值；有着地标优势的羊绒、蚕丝等材料编织的中国制造，市场认知度、美誉度不断增强；而中国服装整体在产品设计、品牌塑造等方面呈现的实力，也越来越多地赢得了世界各国消费者的认可与尊重。做好对服装品牌以及负责产业的保护，就显得尤为重要。

抖音电商作为平台经济的新生力量，不单着眼商品的交易，也注重在品牌商标、设计创新等方面为品牌发展提供保护。在商品、盗图、店铺、内容等四个维度，为品牌搭建了快速的维权通道。使得基于不同场景下的侵权行为，均能找到对应的投诉理由。为品牌的健康发展提供了基础保障，也为行业的创新提质解决了后顾之忧。

代表性案例 1

服饰类目是抖音电商平台发展非常迅速的类目之一，而盗图问题也是行业中自主创新品牌所一直面临的难题。抖音电商平台于2022年便推出了原创首发图片保护平台，基于平台的技术能力为品牌方提供了高效保护图片版权的机制，对于服饰行业痛点提供了创新的解决方案。

原创首发图片保护机制已识别及删除盗用图片商品超8万件，累计保护商品图片超5万张，保护超过1000万笔订单，对应GMV超13亿元，及时保护了众多原创商家经营及商品销售。

代表性案例 2

针对“鄂尔多斯”商标被部分不法店铺以地名理由使用并造成消费者混淆的问题，抖音电商在梳理相关问题及标准后，通过对店铺名称的整改及清理，集中整治了不合理使用“鄂尔多斯”进行命名的店铺，并优化了平台店铺命名及治理规则，显著遏制了店铺名侵权的现象。

代表性案例 3

以直播间使用变异“七匹狼”品牌进行引流的新型侵权场景为例，我们关注到平台及时发现了此类侵权行为，并快速进行主动治理，有效拦截并清除相关内容，阻止了相关品牌权益进一步受损。



优化建议

- 针对显著指向售假的关键词的进一步关注和治理；
- 维权平台结果显示的进一步细化；
- 原创保护能力进一步提升，特别是款式保护机制；
- 针对视频发布标签的管理和规范。

PART 05

05. 食品保健品行业观察总结

总结

在本轮观察周期，食品保健品行业品牌与抖音电商通过行业会议研讨及日常沟通合作，保持了积极且有效的协作，并取得了显著成效。

我们看到抖音电商与行业品牌落地了非常成功的线下打击，且该案获得公安部督办，是互联网平台、品牌权利人及公安机关三方合作的典型示范案例，有效从线上到线下打击了制售假的全产业链条，保护了品牌的知识产权及广大消费者的合法权益。

食品保健品与消费者的人身安全息息相关，行业品牌也一直对于消费者的保护及宣教十分重视，而抖音电商所推出的“防伪DOU知道”公众宣教专题，助力众多品牌触达到尽可能多的消费者，通过短视频的方式生动展示了假货危害及真假鉴别相关的知识，在履行社会责任方面起到了良好的示范作用。

代表性案例 1

从2022年11月-2023年4月，抖音电商平台、安利公司及公安执法部门三方联动，分别在浙江义乌、杭州，江苏昆山，广东广州、佛山、清远，河南洛阳，河北涿州、定州对抖音平台直播销售假冒安利牙膏案进行10次收网行动，捣毁制假工厂2个、假货仓库5个、直播工作室7个，共抓获犯罪嫌疑人27人，均被采取强制措施，案值2000余万元。该案件是对制售假产销链的全链条打击，已被公安部列为部督案件。

该案件从启动到收网，得到了抖音电商平台的全力支持，从数据提供，到联系办案单位，到派员现场支持，到协助关闭在其平台上销售假冒安利牙膏的抖音账号72个，可谓不遗余力地给权利人提供全方位保障。





代表性案例 2

2023年红牛积极参加抖音平台“防伪抖知道”活动，通过官方抖音号于2023年12月28日发布“防伪Dou知道”鉴别正品红牛短视频，单条视频获取播放51.6万次，取得了良好的传播效果。不仅有效地宣导了红牛商品真假鉴别内容和方法，也让广大消费者提升了辨假识假能力，更体现了抖音平台联动品牌共同推动知识产权保护工作的创新和决心。

优化建议

- 建议平台与权利人对假货线索采取更为高效的取证及固证合作；
- 提升对于热门商品的山寨品/仿冒品的治理。

PART 06

06. 玩具创意行业观察总结

总结

作为品牌权利人，我们对抖音电商在知识产权保护方面所展现出的高效与专业深感敬佩。抖音电商虽为电商领域的后来者，但自平台建立伊始，就高度重视知识产权保护，迅速建立起一套较为完善的知识产权投诉规则，并以开放的态度积极与品牌方沟通合作，这无疑值得高度肯定与衷心感谢。

首先，抖音电商知识产权保护机制在用户体验和规则透明度方面表现出色。其整体界面设计清晰直观，规则条款明确易懂，投诉流程简单便捷，使得品牌方能够更快速地处理侵权问题。IPPRO全面覆盖电商维权场景，从商品侵权、店铺名称侵权，到电商短视频、直播侵权，都可一站式解决。不仅如此，通过IPPRO平台我们能够更直观地了解 and 查看历史维权记录，便于我们监管多次侵权的商家或者个人，更有针对性地对目标进行监控处理。

其次，抖音电商在主防方面也做得相当出色。通过加强审查力度，有效减少了品牌混淆的情况，进一步保障了品牌方的权益。

更值得一提的是，基于观察员机制的互动及反馈，抖音电商已将投诉审核时效缩短至3个工作日内，同时以店铺为维度，自动识别重复侵权行为，并加重对重复侵权商家的处罚，这充分展现了平台对品牌保护的重视和积极态度，增强了品牌方对平台的信任感。

总的来说，抖音电商在知识产权保护方面展现出了卓越的优势和成果，为品牌方维权提供了强有力的保障。我们相信在抖音电商和品牌方的持续共同努力下，知识产权保护工作必将更上一层楼！

代表性案例 1

以利用“兼容乐高”造成消费者混淆的侵权行为为例，抖音电商知识产权保护团队针对此问题进行了主动治理，通过对侵权链接的集中整治，显著减少相关侵权链接，且有效治理了部分商家重复侵权的行为。

代表性案例 2

2023年，抖音电商与泡泡玛特共同推动的全链条线下案件，取得了重大成果。该案件全链条涉及制造、分包、销售的多环节，涉及五个地区市。涉案人员多达20余人。制造窝点查扣造假模具近20套，假货成品1.6万个，以及80万个假货零配件，涉案金额高达1000余万元。

代表性案例 3

抖音电商除了通过“防伪DOU知道”投入日常公众宣教，也在积极参与业界沟通及研讨。23年世界知识产权日期间，在乐高集团邀请下，抖音电商参加由上海市知识产权研究会指导，上海大学法学院/知识产权学院主办的“上海大学知识产权宣传系列活动”，就抖音电商知识产权保护实务议题和上海大学法学院知识产权学院的教授、老师、研究生代表进行了分享，并开展现场讨论。



优化建议

- 针对直播中规避平台监管的各类新型行为，希望玩具行业能够与平台进一步合作增进规范和治理；
- 希望维权平台增加让权利人对卖家申诉材料线上直接反馈的功能及入口；
- 针对显著售假的行为和特征，希望能够与平台进一步讨论投诉受理的标准与规范。

PART 07

07. 酒类行业观察总结

总结

酒行业往往是以品牌主导又利润相对较高的行业，吸引一批制售假人虎视眈眈，同时酒又与消费者的食品安全息息相关。在权利人与平台的不断沟通下，抖音电商对酒行业知识产权的特性问题非常关注，并设置了严格的资质审核标准以把控商家的入驻。

随着抖音电商的影响力日趋强劲，商家链接不断增多，侵权方式变得多样（如在直播间利用知名品牌引流售卖其他品牌的产品），仅日常的商品监控投诉不再能匹配品牌保护的需求，抖音电商引入主动防控治理项目，并针对不同场景化的问题进行专项解决。

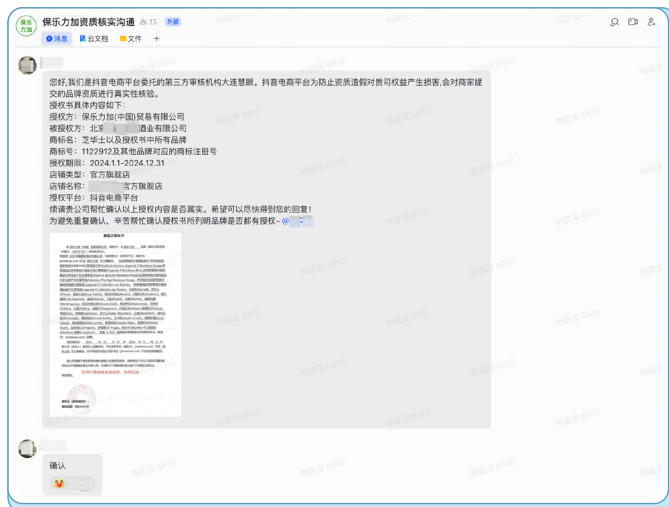
在日常维权过程中，抖音电商与权利人充分沟通，积极吸取反馈并进行系统升级和迭代来优化维权体验，同时也针对权利人提出的重点案件线索有效跟进落地。

代表性案例 1

白酒行业线下打击专项。针对假冒茅台、五粮液和国窖等知名品牌白酒行为，抖音电商配合连云港、泸州、徐州三地警方展开一系列线下打击，抓捕犯罪嫌疑人23名，捣毁制酒工厂、中间代理商和网店经销商产业链，涉案价值超6000余万元。

代表性案例 2

我们看到酒类行业主流品牌均已被平台纳入限售品牌名单，且平台日常除了积极的知识产权问题的沟通与合作，同时也与品牌方直接通过邮件及飞书等方式，确认授权真伪，从源头保障了商家健康度。





代表性案例 3

抖音电商与酒类品牌开展了山寨治理专项，通过行业品牌权利人集中提供以获得胜诉判决为代表的侵权目标，抖音电商进行了整体研判及备案，高效下架了一系列山寨链接，并批量将多个酒类侵权品牌纳入其禁售品牌列表中。

优化建议

- 在权利人投诉过程中，商家有时会拿出虚假的材料来申诉，希望平台加强申诉材料的治理；
- 希望抖音电商相对成熟及顺畅的知识产权保护体系，可以同样应用在整体抖音平台的治理中；
- 平台目前针对仿冒产品的治理更多基于对消费者保护的视角，而快速迭代的仿冒产品同时也在损害品牌权利人的利益，期待平台能更多与权利人互动，从保护品牌及其在平台经营的视角对仿冒山寨现象进行更为严厉的治理；
- 希望与平台就主动防机制有进一步的合作，比如可以有信息及数据的分享反馈。

PART 08

08. 美妆个护行业观察总结

总结

感谢抖音电商团队为权利人知识产权保护各项工作提供的巨大的支持和帮助。尤其为品牌权利人开通了合作共治的绿色渠道，创设了抖音知识产权维权平台，积极配合和响应品牌权利方的需求，维权平台上各项投诉数据化呈现的方式，也使权利人对抖音的知识产权治理工作有实时和直观的了解。

综合行业品牌的维权及反馈，抖音电商团队积极推动和简化权利人在平台上提交的权利资质等文件要求，并且根据侵权行为的特征及发展变化，在维权平台上开设了多个投诉治理场景，例如，提交的电商场景类包括商品及直播侵权或售假线索，均能够得到快速审核和处理对应。此举极大地帮助我司，遏制了抖音上出现的相关品牌侵权行为，避免品牌声誉及消费者权益损失的进一步扩大，综合提升了知识产权保护工作的效率。

与此同时，参考行业品牌提供的品牌关键词，对于平台上出现的明显侵权行为，提供了包括主动巡查防控等技术上的支持，帮助行业内品牌积极有效地早期预防和控制了侵权行为的发生，一定程度地降低了维权方面的各项成本等。

此外，对于特殊疑难的侵权问题，抖音团队也始终保持着开放友好沟通协作的态度，定期召集会议收集问题反馈并和权利人一起讨论并探索可能的解决方案，以应对新的挑战。作为品牌权利人，近年能够感受到抖音电商团队在知识产权保护工作所做出的努力，包括积极搭建平台及沟通渠道，升级保护措施，完善平台规则，创新治理模式等。希望未来能够继续携手共进，并肩行动，共同打击和治理侵权行为保护品牌知识产权和消费者权益，以多元的形式进行合作，集结行业及各方资源力量，维护健康可持续的平台生态。

代表性案例 1

基于完美日记品牌的监测，通过与抖音平台治理部展开合作，假货侵权情况均得到改善。从疑似假货链接数量来看，2023年同比2022年大幅下降了69.78%；从假货实际测中率来看，2023年同比2022年大幅下降51.34%，从中可见平台的治理起到良好效果。

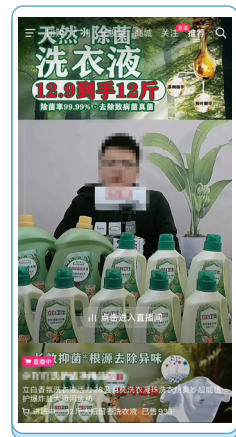
代表性案例 2

2023年，完美日记品牌出现多个主播在其直播间使用完美日记线下专卖店优美场景照片作为背景，利用完美日记品牌知名度，宣称任意购买小黄车三单产品即赠送完美日记动物眼影产品，但消费者按照主播要求下单后，实际并未收到赠送的产品，我司在短时间内接到多起举报，对品牌影响恶劣，我司立即向抖音平台治理部反馈，抖音平台治理部快速响应，拉通技术团队和黑灰产治理团队介入，通过主动防控，进行技术处理和拦截，很快该侵权情况得到有效遏制，在最近半年的监测中，未再发现该侵权情况。



代表性案例 3

针对部分直播间利用展示知名品牌造成消费者混淆，实际售卖其他品牌的侵权行为，抖音电商平台在接到相关品牌反馈后，一方面增加了对于相关行为的主动识别与处置，一方面调整了原有投诉受理规范覆盖此类场景，在短时间内大幅减少了此类违规直播行为的发生。



优化建议

- IPPRO平台针对投诉结果的显示需要进一步细化；
- 已投诉成功处理的链接，通过原有链接仍可访问，会造成误解。

EXPECTATION

| 展望



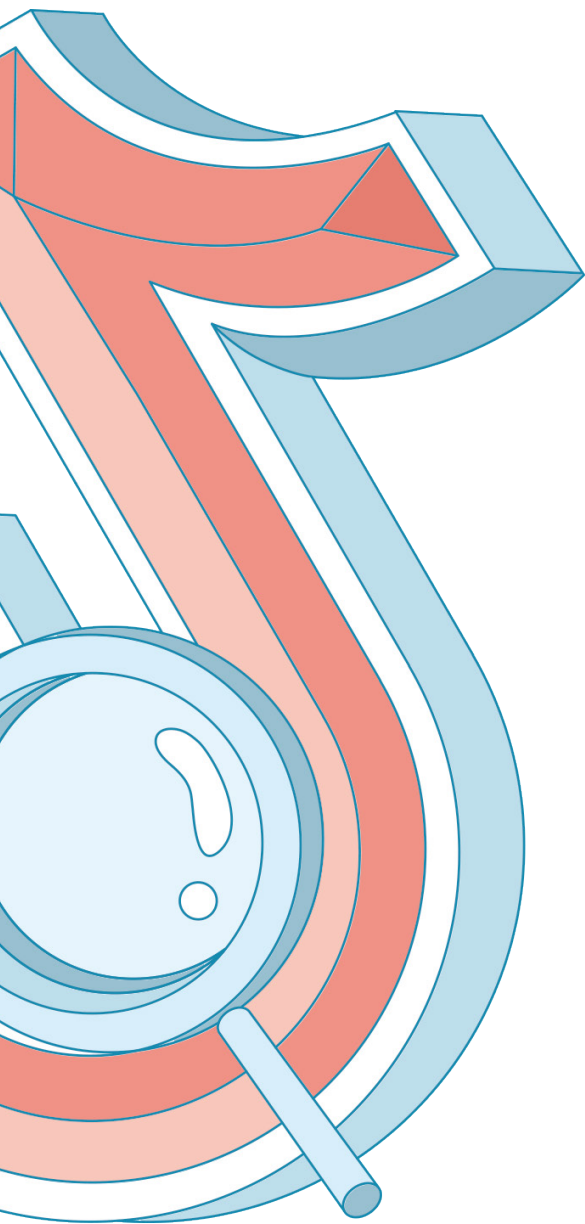
随着人工智能、云计算、大数据等新兴技术的飞速发展，商业模式创新也进一步推动了众多的交易场景和业态的推陈出新，电子商务中侵权行为的表现形式也愈发具有多样性、隐蔽性，这无疑使得权利人在自身知识产权的保护上将面临更大的困难与挑战。


一方面，基于传统典型侵权行为而概括的制度框架难以全面覆盖新型的侵权行为；另一方面，互联网对信息的迅速传播又使得权利人如果仅仅依靠公权力的事后救济手段难以及时充分地获得权利保护。抖音电商首创“知识产权保护观察员机制”，主动接受社会的监督，以前所未有的开放姿态和务实态度，将遏制侵权、假冒的时间节点不断前移。

从首届“知识产权保护观察员机制”的运行效果来看，基本实现了平台与品牌权利人联手治理的阶段性目标，也收获了本届全体观察员的积极认可。同时，在该全新机制运行的第一年，我们也不断发现和总结需要继续改善及优化的模块。为了让该机制进一步发展成为行业内具有代表性的务实、高效的协作形态，本届观察员委员会及抖音电商平台在商议后共同决定，本届成员将继续留任一年，以确保相关工作推行得以稳定延续。

我们有理由相信，在对电商新业态新场景的知识产权保护中，“第三方知识产权观察员机制”的第二个观察周期，将会进一步带来高效务实的解决方案，带给行业更多的创新思路。

2023-2024抖音电商知识产权保护观察员委员会





2023-2024
抖音电商知识产权保护观察报告