

执法咨询委员会

第十三届会议

2018年9月3日至5日，日内瓦

处理在线知识产权侵权的制度性安排

撰稿：以色列、联合王国和欧洲联盟

1. 在2017年9月4日至6日举行的执法咨询委员会（ACE）第十二届会议上，委员会商定，在第十三届会议上，除其他议题外，审议“就知识产权执法政策和体制等方面的制度性安排交流各国经验信息，其中包括以兼顾各方利益、全面而有效的方式解决知识产权争议的机制”。在这一框架下，本文件载有两个成员国（以色列和联合王国）及一个非国家成员（欧洲联盟）的稿件，内容涉及其所采取的解决在线知识产权侵权行为的各种立法和政策措施。
2. 三份稿件显示了针对在线知识产权侵权挑战的不同方法。以色列的稿件讨论了旨在遏制在线环境中版权侵权的若干立法措施，这些措施已在一项修正以色列版权法的法案中提出。其中包括扩大次级侵权责任范围、申请和授予网站拦截命令的条款、披露侵权互联网用户身份的程序，以及延伸的刑事责任。欧洲联盟的稿件侧重于针对网上侵权的自我监管举措，特别是通过权利持有人和不同类型中介机构之间的自愿协议。联合王国的稿件说明了在打击网上侵权方面，公共——私营合作的进一步情况。它审议了联合王国知识产权局在推动在线搜索引擎和创意产业间建立行为守则，以防止检索结果将消费者导向侵权网站方面的作用。稿件还讨论了警察局打击知识产权犯罪科与广告和创意产业之间旨在阻止和破坏版权侵权网站的伙伴关系。
3. 这三份稿件共同例示了立法者、执法者和权利持有人在处理在线知识产权侵权方面可用的工具范围：从法定修改，到如自愿协议和行为守则这样的软法文书。特别是后两份稿件，不仅强调了公共和私营部门执业者之间有效伙伴关系的价值，而且突出了国家主管当局在汇聚不同行业执业者并促进其合作方面可以发挥的重要作用。

4. 稿件按以下顺序排列：

以色列拟议在线版权执法措施	3
联合王国与中介机构合作解决知识产权侵权的经验	7
加强以行业为主导减少知识产权侵权的努力——欧盟委员会的最新信息	11

[后接稿件]

以色列拟议在线版权执法措施

撰稿：司法部知识产权法律司助理Ayelet Feldman女士和Howard Poliner先生，以色列耶路撒冷*

摘要

《版权法》¹修正法案于 2017 年提交至以色列议会，目前正在经济委员会的公开听证会上进行讨论。该法案的宗旨是为网络环境中的版权执法创建有效的法律救济措施，同时也促进公众在线访问信息以及文化；保护隐私权；并提供行使言论自由和进行合法商业活动的平台。这些措施包括：扩大次级侵权责任的范围、适当情况下进行网站拦截、促进查明在线侵权者身份的法院命令和扩大刑事责任。

一、背景

1. 确定版权法中的专有权，只有在同时拥有有效执行该权利的手段时，才有意义。网络沟通环境给访问信息、文化、思想交流、自由表达和自由贸易平台带来了巨大机遇。然而，数字革命也导致出现了新的版权盗版形式，若不加以控制，将会限制作者享受劳动成果及其作品所带来的经济回报的能力。最终，它将成为创作新的文化信息作品的抑制因素。

2. 互联网带来的机遇和挑战众所周知。世界各地的国家立法机构和法院不断努力制定监管计划，不仅可以同时促进信息文化的访问，也为权利人提供法律手段，在网络环境中有效地执行知识产权（IP）权利。

3. 以色列总人口不到九百万。任何语言的版权保护作品的市场都相对规模较小，但就希伯来语的作品而言，以色列居民实际上是唯一的市场。小型市场特别容易受到版权盗版不利影响的冲击。换句话说，若版权保护作品作者的财务成功依赖于具有独特语言的小市场，那么在缺乏负担得起的、可以最大限度地降低其作品被非法复制之风险的执法机制的情况下，这些作者将无法继续创作新作品。以色列政府已经认识到，对本地语言内容制作的持续投资正在受到在线版权盗版的威胁。

4. 网络盗版的典型模式涉及网民使用合法的在线平台查找盗版内容。此类业务模式的组件可能包括将内容片段聚合到某个可访问作品中的工具，其中每个单独的片段本身甚至可能并不构成侵权。同样，本身不提供侵权内容、但包含嵌入式或以其他方式与提供版权保护内容的其他网址相链接的网站也可为版权盗版创造便利条件，而这些版权保护内容在权利人的授权下不会在该特定网站上向公众提供。这些情况下，通常很难查明侵权上传者或网站所有者的身份，他们有意无意地提供与存储侵权内容的网站位置的链接。盗版也可以通过计算机程序，找到侵权内容，使浏览人可以直接在他们的设备上查看来促成。另外，也存在版权盗版业务模式的其他变体，而不久的将来也会有更多变体被发明出来。

5. 考虑到这一现实情况，司法部知识产权法司与权利人、学者、从业人员和广大公众进行了广泛协商，力争制定一项法案，为网络环境中的版权执法规定有效和适当的法律救济措施，但不会无意中

* 本文件中表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

¹ 版权法（第五修正案），5778-2017。有关该法案现状的希伯来语信息可在以下网址找到：<http://main.knesset.gov.il/Activity/Legislation/Laws/Pages/LawBill.aspx?t=lawsuggestionssearch&lawitemid=2022457>。

损害隐私权、文化访问，也不会对行使言论自由和进行合法商业活动造成损害。结果是，制定了版权法第五修正案，并于 2017 年提交，目前正在以色列议会的听证会上待审。

6. 司法部对这一提案是否会在线盗版走向终结并不抱有幻想。实际上，它也不了解哪些地方有哪些立法可以为终结在线盗版提供灵丹妙药。拟议修正案，特别是在拦截令方面，试图利用人类更愿意选择在线内容访问便捷方式的倾向。便捷方式的选择通常取决于多种因素，包括价格、质量、访问技术的易用性和结果的一致性。拦截令应当可以充分干扰内容访问的便捷性，这会促使许多浏览者倾向于选择无缝的非侵权提供商，即使访问内容可能需要付费。

7. 该法案具有以下显著特征，每一特征均有进一步详述：

- 制定与在线执法相关的法定定义；
- 扩大次级侵权责任的范围；
- 网站拦截；
- 查明侵权内容上传者 and 传播者²的身份；和
- 扩大刑事责任。

二、与增强在线版权执法相关的法定定义

8. 该法案的执法规定涉及现行版权法未定义的某些内容。因此，为了使新规定具有可操作性和可预测性，决定列入某些术语的定义，特别是：“互联网网站”和“接入提供商”。

9. “互联网网站”将被定义为公众无论是通过事先注册还是不受任何形式的访问限制，可以免费或付费访问的互联网上的一个位置。“互联网网站”的定义还将包括通过计算机程序访问的位置，例如安装在消费者终端设备上的应用程序，通过它，找到侵权内容，直接在该设备上显示。最后，由于互联网的全球性，建议在上述定义中列入存储在以色列以外的服务器上的互联网网站。

10. 拦截令提案一般不针对互联网服务提供商，而是更具体地针对“互联网接入提供商”，其将被广义地定义为作为其核心服务促进接入互联网的实体，其中将包括已获得根据《通信法》提供电信服务的许可的实体，以及根据提供移动无线电话服务的一般许可运营的实体。

三、扩大次级侵权责任的范围

11. 这一点可能是该法案中最独特的要素，若取得成功，可以作为其他国家借鉴的范例。次级或间接侵权的概念已在以色列版权法和许多国家的版权法中存在多年，尽管这主要涉及未经授权的作品实物复制品。在实物侵权复制品的世界中，次级侵权责任适用于那些有意无意处理侵权复制品的实体，通常是在企业的背景下，尽管他们自己本不应制作侵权复制品，也不授权制作。该法案建议将当前的次级责任概念扩展至“向公众提供作品”的某些界定清晰、数量有限的情况。拟议案文指出：

“(a) 凡……未经版权所有者批准许可，版权存续期间的作品已向公众提供的，包括按上文所述首次提供后，采用的方式构成“向公众提供”版权侵权的……并且凡一个人在业务过程中表现的行为有助于公众访问某一非法提供的作品，或者扩大公众对其的访问，目

² 传播者是将内容源源不断地传播给公众的人。

的是从此类行为和从存在的此类访问中获利，即是侵犯了版权，条件是在做出该行为时，他们已获悉或本应知道该作品是非法提供的作品。

(b) 一部作品在以色列本土之外，经版权所有者在作品公开国给予了许可后向公众提供的，不得为了 (a) 款之目的，被视为非法提供的作品。”

12. 因此，次级责任概念的扩大将使人们能够针对包含重定向工具或与未经权利人授权已向公众提供了内容的网址相链接的网站采取行动，条件是网站的所有者或运营商在业务过程中，为了商业利益，在实际或建设性地了解到有关内容在未经权利人授权的情况下被放在了该网站上这一事实后，继续从事网络连接活动。

四、 网站拦截

13. 网站拦截很可能会成为经常使用的执法工具，甚至可能是破坏在线盗版业务模式的最有效的法律工具。拦截令不会终结在线版权盗版，但是对浏览者访问侵权内容的便捷性的干扰，应会导致许多消费者倾向于选择合法的内容提供商，因为他们可以保证一致和无缝访问，条件是需付费。

14. 以色列法院曾经根据其固有权力或经被告同意批准过拦截令。但是，对这些命令的批准方式并不系统，也不一致。一些法院裁定，若没有具体的支持立法，他们无权批准针对某个接入提供商的拦截令。鉴于拦截令中承认的效用，也鉴于司法部门对该领域专门和全面立法的呼吁，以色列司法部知识产权法司编写了该法案所载的提案。

15. 拟议的立法将规定具体程序，让权利人可以据此在法庭上针对某一互联网接入提供商采取法律行动，在适当情况下并在满足某些特定条件时获得拦截令。执行拦截令的费用将由申请人而非由互联网接入提供商承担，除非法院另有规定。

16. 拟议的法律规定，寻求获得拦截令的权利人需要向法院提供证明，指明符合某些初步条件，包括：（1）申请人是所涉版权保护作品的版权所有人或独家被许可人；（2）其作品在所涉网站上被侵权，不管是直接还是以次级或共同侵权的方式；（3）要求拦截的网站主要包含了侵权内容。在确定侵权问题时，也会考虑许可使用。

17. 即使符合这些初步条件，拦截令也不会自动获得批准。鉴于救济措施的严格性及其可能会被滥用或无意中与信息访问和言论自由产生的负面影响，法院在裁决是否批准该命令时会考虑若干因素，包括：（1）涉嫌侵权的严重程度；（2）该命令必须防止持续侵权或未来侵权；（3）不太严厉的救济措施的功效；（4）该命令可能对合法在线内容产生的意外影响；以及（5）隐私考虑和公共利益。

18. 凡法院被说服批准拦截令的，需要适当制定命令，以在无需采取进一步措施的情况下实现特定情况的目标。法院还需要确定命令的时限，包括潜在的延期计划，也需要评估接入提供商执行命令的成本。

19. 所有命令都将经过司法审查，可能会导致撤销。这种审查可以由任何人（包括非政府组织）提出。

五、 披露互联网用户身份的法院命令

20. 侵权上传者或传播者的身份通常是隐藏的，或者至少不易查明。某些情况下，指向此类侵权人身份的证据由互联网接入提供商、互联网服务提供商或其他中间商持有，或可由其查明。获得侵权人的身份对于权利人是否能够针对侵权人寻求损害赔偿和禁令救济至关重要。以色列法院曾努力解决权

利人请求向中间商发出命令，要求他们向权利人提供有关上传者或传播者身份的信息这一问题。中间商不会主动提供识别信息，因为担心这样做会使他们受到侵犯隐私的指控，也担心他们的行为会被视为扼杀言论自由。因此，没有法院命令，以色列中间商不会提供有关上传者身份的详细信息。同样，以色列法院也曾努力解决有关在没有具体支持立法的情况下，是否有权批准此类披露令的问题。因此，该法案提出了具体立法，使法院能够采用批准令，要求中间商披露与识别涉嫌侵权内容上传者有关的信息。

21. 拟议程序力图促使披露侵权者身份，同时也解决隐私问题，防止无意义或无理取闹的索赔。根据该提案，寻求披露令的一方首先需要说服法院侵权行为表面上正在发生或已经发生，并且申请人有权提起侵权诉讼，而且很有可能在潜在的侵权索赔中胜诉。若法院批准命令，法院本身或专家代表它将向中间商进行问询，查明上传者的身份。最初，识别信息只会告知法院。然后，法院可以自行决定是将信息转给申请人，还是让涉嫌侵权人能够对申请作出匿名回应。

22. 中间商有一些相关信息、但这些信息不足以成功识别上传者的，法院将自行决定采取两个主要选择。首先，法院可以责令将不确定的信息原样转给申请人。或者，法院可以自行指派一名专家，负责进行事实调查。在评估是否应将不确定的信息转给申请人方面，法院将采取某些保障措施，例如审查潜在损害个人隐私与涉嫌侵权严重程度之间的相称性，以及对权利人可能造成的损害。

六、 扩大刑事责任

23. 现行法律规定，版权相关刑事责任仅延及复制权侵权。根据该法案，刑事责任也将延及为了商业利益而在其业务过程中有意侵犯广播专有权或发布专有权的人。法律将规定对此类行为处以最高三年监禁和/或最高 1,582,000 新谢克尔（约合 434,740 美元）的罚款。

联合王国与中介机构合作解决知识产权侵权的经验

撰稿：知识产权局知识产权执法政策顾问Elizabeth Jones女士，联合王国纽波特*

摘要

根据“2016年-2020年知识产权执法战略”，联合王国旨在确保所有参与方认识到协助消除在线侵权的责任。为实现此目标，联合王国知识产权局与多个不同的中介机构开展了合作。其中包括推动搜索引擎和创意产业间建立行为守则，以防止搜索结果将消费者导向侵权网站；与广告行业合作，通过警察局打击知识产权犯罪科开展创意行动和散发侵权网站清单，防止广告出现在版权侵权网站（并为其供资）；以及与在线销售平台合作。

一、导言

1. 2016年5月，联合王国政府发布了《保护创意、支持创新：2020年知识产权执法》¹。其中阐述了直至2020年，政府如何将有效、适度和易于采用的知识产权侵权执法作为优先事项。重点在于确保所有参与方认识到协助消除在线侵权的责任。该法的目标是制定一系列清晰、明确的在线干预和制裁措施，将消费者导向合法内容并遏制犯罪。这需要与广泛的中介机构合作。下文介绍了联合王国落实工作的一些实例。

二、搜索引擎

2. 随着音乐、视听作品、电子书及其他形式内容的数字消费日益流行，有必要确保消费者能够轻易获取合法内容，不会无意中被导向侵权网站。2015年，首相指示知识产权大臣负责探讨搜索引擎和创意产业之间的关系，针对搜索结果中出现版权侵权网站的问题考虑自愿解决方案。

3. 2017年2月，联合王国政府帮助促成了搜索引擎与创意产业之间的标志性协议，即《搜索与版权行为守则》²。《守则》旨在防止搜索结果将消费者导向版权侵权网站，并制定目标，鼓励在搜索结果首页撤下版权侵权网站。《守则》承认权利人和搜索引擎都能发挥重要作用，帮助消费者找到合法的在线内容。根据《守则》：

- 权利人同意通过各种渠道影响搜索排序，包括通过版权侵权通知报告侵权内容/URL，以及使用搜索引擎优化，影响其控制的合法域名的搜索排名。
- 搜索引擎同意确保及时执行有效的版权侵权通知；同意加大力度，更有效地对侵权域名实行降级；并同意与权利人合作，考虑其他方式，减少搜索排名首位出现侵权网站的情况。

4. 《守则》的目标是降低消费者进行搜索查询后，被导向版权侵权网站的可能性。

5. 《守则》使用了美利坚合众国《数字千年版权法》（DMCA）中预见的版权侵权通知机制，作为衡量侵权网站的标准。鉴于通知系统已经存在，并且搜索引擎和创意产业对此都很熟悉，因此决定使

* 本文件中表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

¹ <https://www.gov.uk/government/publications/protecting-creativity-supporting-innovation-ip-enforcement-2020>.

² https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/609478/code-of-practice-on-search-and-copyright.pdf.

用 DMCA 通知。如果针对特定网站发送给搜索引擎的 DMCA 通知数量达到一定临界值，同时考虑其他因素，该网站会在搜索排名中降级。双方还商定了白名单程序，排除通知系统可能锁定合法网站的情况。

6. 实现《守则》所载目标的进展会在所有参与方季度会议前评估并在会上介绍。关于《守则》有效性的最终报告将于 2018 年发布。

7. 虽然《守则》没有法律约束力，并且对不符合规定的情况不作任何制裁，但是各方均积极参与并共同修订了用于了解消费者如何搜索内容的方法，以提高《守则》的有效性。各方均认为《守则》很成功。在《行业战略——创意产业部门协议》³中，政府承诺考虑是否有必要针对社交媒体和用户上传平台、数字广告和在线市场制定新的行为守则。

三、 域名注册商与广告行业

8. 创意行动是警察局打击知识产权犯罪科 (PIPCU)⁴与广告创意行业共同创建的一项伙伴关系，以便防止和破坏版权侵权网站。联合王国的创意产业权利人发现版权侵权网站后，向 PIPCU 报告并提供一组详细证据，说明网站如何侵犯版权。PIPCU 会评估并核实网站是否侵权。如果确认，PIPCU 将联系网站所有人，为其提供与警方配合的机会，以便纠正其行为，使之开始合法运营。如果网站没有遵守，警方可使用各种其他策略，包括联系域名注册机构，告知其犯罪行为；通过使用数字广告销售和交易人员可用的侵权网站清单，力求查封网站并中断广告收入。

9. 侵权网站清单是一个在线门户，它向数字广告领域提供最新的版权侵权网站清单。这些网站由创意产业发现和提供证据，并经 PIPCU 核实。侵权网站清单的目的是让广告商、代理及其他中介机构用作品牌安全工具，停止在这些非法网站上投放广告。2016 年 1 月至 2017 年 1 月间，联合王国广告支出较高的公司在版权侵权网站上的广告减少了 64%⁵。

10. PIPCU 的另一个措施是与 .uk 域名注册机构 Nominet 合作开展 Ashiko 行动。行动针对假冒商品的在线销售，旨在抓住域名侵权者。PIPCU 向 Nominet 通知用于犯罪活动的域名。在开展行政检查之后，Nominet 与域名注册商合作暂停该域名。PIPCU 破坏的网站通常销售声称来自知名品牌的产品，包括衣服、手提包、鞋子和电子产品等物品。销售的商品往往远远比不上广告里令人向往的产品，实际上只是廉价的劣质假货。在 2016 年 11 月至 2017 年 10 月间，有超过 13,000 个网站被取缔。

四、 电子商务平台

11. 电子商务平台和市场的发展为犯罪者提供了与合法交易商同等的机会。联合王国知识产权局通过情报中枢，与大量涉及不同业务的相关电子商务平台合作，处理假冒商品或非法产品的销售问题。在法国举办 2016 年欧洲杯决赛前，应法国海关当局请求，知识产权局与 eBay 和运动品牌合作查抄联合王国的假冒商品制造商和在线交易商，超过 40 个 eBay 账号被注销，约 1,000 件假球衣被查获。

³ <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-sector-deal>.

⁴ <https://www.cityoflondon.police.uk/advice-and-support/fraud-and-economic-crime/pipcu/Pages/default.aspx>.

⁵ <https://www.cityoflondon.police.uk/advice-and-support/fraud-and-economic-crime/pipcu/pipcu-news/Pages/Operation-Creative-sees-64-per-cent-drop-in-UK-advertising-.aspx>.

12. 因此，建立了更正式的程序与电子商务平台就未来项目开展合作。知识产权局的经验表明，在与平台合作的初期，对特定问题达成一致意见至关重要。这有助于管理每个合作伙伴的预期，并确保对伙伴关系的有效管理。这些问题包括：

- 与平台合作的模式和联络点；
- 如果平台作为后续情报来源，满足其保持一定程度匿名的期望；
- 数据收集的频率和模式（包括数据安全）；
- 成果、资料获取和投诉解决的反馈机制；和
- 任何媒体战略的制定。

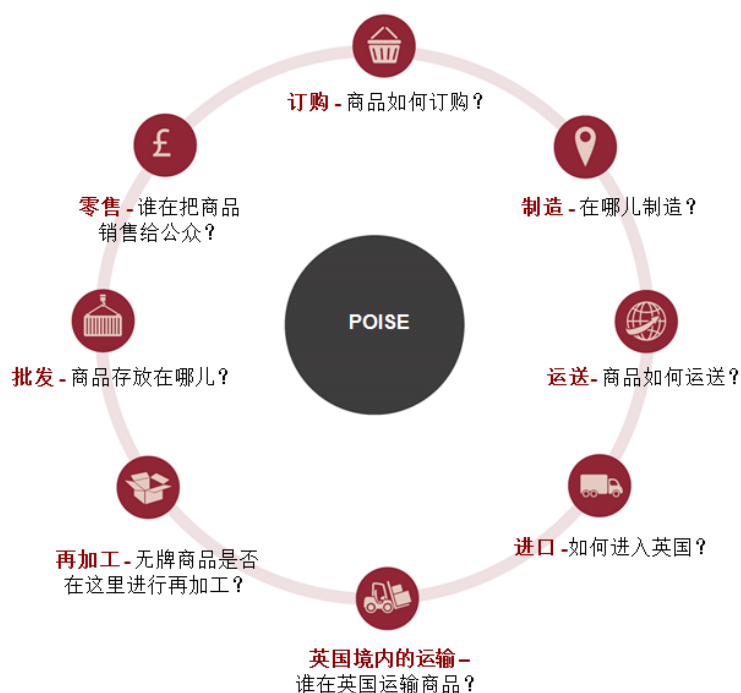
13. 除了与在联合王国运营的电子商务平台直接联系外，政府还支持各行业部门之间达成协议。

14. 2017 年，阿里巴巴集团与英中贸易协会签署了战略合作协议，旨在加强对中国电子商务平台的知识产权保护。该协议延续了 2014 年签署的协议并以其为基础，在以下领域对品牌提供支持：如通知与移除机制，预先采取措施制止侵权内容和进行线下刑事执法合作。2014 年的协议让英中贸易协会知识产权团队与阿里巴巴成功合作了三年。

15. 合作取得的一个尤为瞩目的成就是，瓦解了马来西亚制造假冒引擎润滑剂的犯罪网络，阻止了假冒产品进口至中国并在线销售。2014 年协议框架下的合作使 5 万桶（零售价值约 1 亿人民币）假冒润滑剂得以没收和销毁，多人被逮捕并被刑事起诉。

五、了解中介机构介入的机会

16. 假冒和盗版商品涉及许多中介机构。知识产权局创建了名为 Poise 的框架，展示假冒和盗版商品生命周期的各个阶段，并指出中介机构在生命周期的关键节点介入的机会。框架还用作知识产权局全部所涉业务的基础，提供一种有效的方法，在更大范围内处理知识产权犯罪。它还考虑假冒和盗版推进方和促成方参与和介入的机会，提供了有用的基础。这些推进方和促成方提供合法或非法服务或设施，帮助侵权者实现其目的。有关名单无法穷尽，但也可能包括律师、房东和公共设施等。



六、 结 论

17. 知识产权局的经验表明，与中介机构合作处理知识产权侵权问题没有单一、完美的模式，但以伙伴关系的方式合作制定计划是必要的。我们必须根据具体情况，调整我们的方式。我们还认识到，要取得进展有时需要时间，需要坚持不懈。在此介绍的活动有助于形成更广泛的措施框架（还包括证据收集和意识宣传），以便与利益攸关方合作处理知识产权侵权问题。

加强以行业为主导减少知识产权侵权的努力——欧盟委员会的最新信息

撰稿：欧盟委员会内部市场、工业、创业与中小企业总司，知识产权与打击假冒处副处长Harrie Temmink先生和政策事务干事Natalia Zebrowsk女士，比利时布鲁塞尔*

摘要

2017 年 11 月，欧盟委员会提出了减少假冒和盗版的一揽子综合措施。在该框架下，委员会确定了“资金跟踪”的知识产权执法方式，其中包括制定政策措施，发现并破坏具商业规模的知识产权侵权活动的资金流动。实际上，这一方式转变成了行业参与方之间的自愿协议。两个最先进的自我监管措施分别为关于通过互联网销售假冒商品的谅解备忘录——该备忘录将主要的互联网平台和产品频繁遭到假冒或盗版并在网上销售的权利人汇集到一起——和关于网络广告与知识产权的谅解备忘录。这两个措施都注重网络知识产权侵权，依靠中介机构的参与，并使用新技术为知识产权执法提供便利。

一、“资金跟踪”的知识产权执法方式

1. 对抗知识产权侵权需要包括公共和私营在内的所有参与行为体的共同努力，利用司法执行和所有可能的工具。
2. 2014 年，欧盟委员会提出了所谓的“资金跟踪”知识产权执法方式。该做法不是处罚公民侵犯了版权、商标等，而是包括制定政策措施，发现并破坏商业规模的知识产权侵权活动的资金流动。因此，其目的是降低知识产权侵权活动的营利潜力。
3. “资金跟踪”的方式补充了欧盟境内的立法框架，尤其是 2004 年关于知识产权执法的指令¹。
4. 实际上，“资金跟踪”方式转变成了行业参与方之间的自愿协议。欧盟委员会是这些协议的促进方和“诚实中间人”，但并非签约方。
5. “资金跟踪”方式不仅通过制定行业行为守则，加强了行业代表间的合作，还帮助确定了最佳做法，并在市场上传播，让更广泛的行为体受益。
6. 2017 年 11 月，欧盟委员会提出了减少假冒和盗版的一揽子综合措施（知识产权一揽子措施）²，受到了欧洲联盟成员国的欢迎³。在该框架下，欧盟委员会确定了“资金跟踪”的知识产权执法方式，并致力于：

* 本文件表达的观点为作者的观点，不一定代表产权组织秘书处或成员国的观点。

¹ 2004 年 4 月 29 日欧洲议会和欧盟理事会关于知识产权执法的第 2004/48/EC 号指令，，可见：<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32004L0048>。更多关于立法框架的信息，见：https://ec.europa.eu/growth/industry/intellectual-property/enforcement_en。针对在线打击假冒和盗版，电子商务指令规定的关于中介机构责任的欧盟体制也相关（见 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/e-commerce-directive>）。还值得注意的是，欧盟委员会 2018 年 3 月 1 日关于有效处理非法在线内容措施的建议，可见：<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-recommendation-measures-effectively-tackle-illegal-content-online>。

² 更多信息，见 https://ec.europa.eu/growth/industry/intellectual-property_en#enforcement_package。其他措施包括：关于如何适用知识产权执法指令的指南；改进欧盟司法执行的措施；加强在全球层面对抗知识产权侵权的努力的措施；和制定标准必要专利的框架单独一揽子措施。

³ 见欧盟理事会关于知识产权一揽子措施的结论，可见：<http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-6681-2018-INIT/en/pdf>。

- 进一步与利益攸关方合作，改进并扩大自愿协议，以打击知识产权侵权；
- 尤其是，努力推动专门的谅解备忘录，纳入权利人、互联网平台、广告公司、承运商和支付服务提供商；和
- 继续监控此类谅解备忘录的运行情况和有效性，并报告其结果。

7. 在“资金跟踪”的知识产权执法方式下，有 4 个正在开展的自我监管措施。两个最先进的措施是关于通过互联网销售假冒商品的谅解备忘录，和关于网络广告与知识产权的谅解备忘录（详情如下）。

8. 针对交通和运输行业的行业主导措施相关工作也在开展，旨在防止这些行业的公司服务被商业规模的侵权人利用，让假冒商品流入欧盟。欧盟范围内的进一步措施覆盖了支付服务提供商，它们通常对于知识产权侵权的在线提供至关重要。

9. 还有一个战略对“资金跟踪”的方式进行补充，该战略旨在保护供应链免遭假冒侵害，并在整个供应链上对产品进行跟踪⁴。

二、关于通过互联网销售假冒商品的谅解备忘录

10. 关于通过互联网销售假冒商品的谅解备忘录（假冒商品在线销售谅解备忘录）于 2011 年 5 月达成。该备忘录将主要的互联网平台和产品在地区和全球层面频繁遭到假冒或盗版并在网上销售的权利人汇集到一起（例如，飞速发展的消费品、消费类电子产品、时尚产品、奢侈品、运动商品、电影、软件、游戏和玩具）。这一谅解备忘录的范围扩大至了商标权、外观设计权和版权⁵。互联网平台不仅致力于“通知和移除”程序，还采取了积极主动的预防措施，例如使用监控工具，让产品发售在网络上发布之前，就能够监测到非法内容。

11. 假冒商品在线销售谅解备忘录是签约方之间建立合作与信任的基础，有助于防止侵权商品在在线市场上提供。2013 年，欧盟委员会通过了关于该谅解备忘录运行情况的第一份报告⁶，情况为审慎乐观。其中提供了对有助于防止假冒商品在线销售最佳实践和实际措施的详细评估。

12. 但是，第一份报告还强调，需要更实际的方式来衡量这一谅解备忘录下的合作效果。因此，随后同意将使用一组关键绩效指标，作为客观、可靠且透明的方式，衡量谅解备忘录的有效性。于是，案文中新增加了一组关键绩效指标，假冒商品在线销售谅解备忘录更新后的版本于 2016 年 6 月签署⁷。

13. 2017 年 11 月，欧盟委员会发布了第二份假冒商品在线销售谅解备忘录运行情况概览⁸。概览涵盖了谅解备忘录修订后第一年里取得的进步。该报告是基于获得的有关谅解备忘录中所述关键绩效指标的数据，以及从谅解备忘录签约方处收集的反馈。

⁴ Jean Bergevin (2013 年)，欧盟委员会为缩小盗版或假冒商品市场规模而采取的补充现有执法措施的预防性行动（文件 WIPO/ACE/9/20），可见：http://www.wipo.int/meetings/zh/doc_details.jsp?doc_id=261436。

⁵ 因此，谅解备忘录中“假冒”一词应被理解为包含对所有这些权利的侵犯。

⁶ 委员会提交至欧洲议会和欧盟理事会关于通过互联网销售假冒商品谅解备忘录运行情况的报告，（COM (2013) 209），可见：<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2013:0209:FIN>。

⁷ 可见：<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/18023/attachments/1/translations/>。

⁸ 知识产权一揽子措施的一部分，见上文脚注 2。

14. 假冒商品在线销售谅解备忘录的工作成果积极。这表明该谅解备忘录有效促进了从在线市场中移除假冒商品，并且各方在实施谅解备忘录过程中的互动加强了互信与合作。在更广泛的平台和权利人参与、改进签约方之间的信息交流，更加重视如区块链等新技术的使用方面，还能够取得更多进步。

15. 迄今为止，5 个互联网平台⁹、11 个权利人¹⁰和 7 个协会¹¹签署了 2016 年版的假冒商品在线销售谅解备忘录。

16. 假冒商品在线销售谅解备忘录表明，当与立法共同使用时，自愿合作可以有效地帮助减少在线假冒和盗版。它可为快速适应技术发展并提供有效解决方案提供了灵活性。委员会将继续在行业合作方面发挥积极作用，确保所有签约方以善意建设性地行动，并使不同所涉利益攸关方群体的利益得到适当平衡。

三、关于网络广告与知识产权的谅解备忘录

17. 网络广告的世界异常复杂，由算法、实时竞价、广告印象、效果展示广告分配及一系列其他令人困惑的要素构成。在这一复杂的环境中，在存在风险或侵犯知识产权的网站和移动应用上错投广告是个问题，品牌自身通常还不知道其广告最终会发生什么情况。

18. 这个问题很重要，因为以商业规模提供知识产权侵权内容、商品或服务的网站和移动应用，利用广告版面销售作为其收入来源。

19. 此外，知识产权侵权网站和移动应用上，出现家喻户晓的品牌广告或提供知名支付服务可能迷惑消费者，让他们错误地以为获取了合法内容。

20. 2016 年 10 月 21 日，在欧盟委员会的支持下，广告业代表、权利人和广告主以及中介机构和技术提供商，就制定关于网络广告与知识产权谅解备忘录的一系列指导原则¹²达成了非正式协议。

21. 这一里程碑让未来自愿协议的潜在签约方能够进一步合作，代表了参与投放、购买、出售和/或推广广告的各方（包括广告主、广告公司、交易柜台、广告平台、广告网络、出版商、销售机构和知识产权持有人的广告交换，以及上述群体的协会）。

⁹ 阿里巴巴集团、亚马逊服务欧洲有限责任公司 (Amazon Services Europe Sarl.)、eBay、PriceMinister Rakuten 和 Grupa Allegro s.p. z.o.o。

¹⁰ 阿迪达斯国际经营管理有限公司 (Adidas International Marketing BV)、香奈儿股份有限公司 (Chanel SAS)、Gant 公司 (Gant AB)、Lacoste 公司 (Lacoste SA)、罗萨奥蒂卡集团 (Luxottica Group Spa)、盟可睐公司 (Moncler Spa)、耐克公司 (Nike Inc.)、宝洁 (Procter & Gamble)、菲利普莫里斯国际集团公司 (Philip Morris International)、菲利普·普莱因 (Philipp Plein)、Zanellato。

¹¹ 英国企业成长协会 (ACG UK)、欧洲品牌协会 (AIM European Brands Association)、阻止假冒和盗版商业行动组织 (Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy)、欧洲体育用品行业协会 (Federation of the European Sporting Goods Industry)、国际影像联合会 (International Video Federation)、欧洲玩具行业协会 (Toy Industries of Europe)、电影协会 (Motion Picture Association)。

¹² 可见：<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/19462>。

22. 自指导原则通过以来，潜在签约方紧密合作，就承诺将在以商业规模侵犯知识产权的网站和移动应用上投放的广告降至最低，达成了一致。同时，目标是承认其他基本权利，尤其是表达和信息自由，以及开展业务的自由。此外，重要的是，不妨碍各层面交易的商业交流和竞争自由，包括广告购买和销售。谅解备忘录的最终案文于 2018 年 6 月 25 日由 14 家公司和 14 个协会¹³签署。

23. 谅解备忘录包含广告主、广告中介机构和协会的单独承诺（见下表）。签约方还同意，通过报告他们各自拥有的切实方式和监控谅解备忘录对网络广告市场的影响，衡量谅解备忘录的有效性。协议中含有一个为期 12 个月的评估，期间，签约方将每季度进行会晤。

签约方	承诺
所有签约方	- 以确保完全遵守欧盟和国家竞争法的方式，开展谅解备忘录规定的行动。
	- 支持知识产权侵权“资金跟踪”方式，寻求剥夺商业规模知识产权侵权人营利活动的收入来源。
	- 确保与其缔约方，就属于谅解备忘录范围内的服务，开展行动的方式符合谅解备忘录承诺的精神。
广告主 (对广告投放直接负责)	- 采取合理措施，将其在侵犯版权或以商业规模传播假冒商品的网站或移动应用上投放的广告降至最低。
	- 采取合理步骤，确保当他们注意到自己的广告出现在此类网站和/或移动应用上时，广告将被移除。
	- 在基于各自独立的政策和评估标准，对在网站和移动应用上投放广告设限。
	- 采用知识产权政策，并予以公开。
广告中介 (直接参与广告版面的购买、出售或撮合销售或购买)	- 承诺在合同协议中，让广告主或其他媒体购买方能够使用和/或要求使用工具和保障措施，目的是使通过广告中介的服务或由其支持的广告，不被投放在侵犯版权或以商业规模传播假冒商品的网站和移动应用上。
	- 让个体广告主能够使用和/或要求使用工具和保障措施，目的是使通过广告中介的服务或由其支持的广告，不被投放在广告主在其广告投放政策中确定的网站或移动应用上，或在监测到时，将广告从此类网站上移除。
	- 采用知识产权政策，并予以公开。

¹³ 谅解备忘录的案文可见：<https://ec.europa.eu/docsroom/documents/30226>。签约方为 Adform、Amobee、Associação Portuguesa de Anunciantes (APAN)、Associazione Italiana Commercio Estero (Aice)、comScore、Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje - Croatian Association of Communications Agencies (HURA)、DoubleVerify、European Association of Communications Agencies (EACA)、European Gaming and Betting Association (EGBA)、Google、GroupM、Integral Ad Science (IAS)、Internet Advertising Bureau Europe (IAB Europe)、Internet Advertising Bureau Italy、Związek Pracodawców Branzy Internetowej IAB Poland、Internet Advertising Bureau Slovakia、Internet Advertising Bureau UK (IAB UK)、ISBA、OpenX、Publicis Groupe、Sovrn、SpotX、Sports rights owners coalition (SROC)、Trustworthy Accountability Group (TAG)、Uniunea Agentiilor de Publicitate din Romania (UAPR、Romanian Association of Communications Agencies)、Utenti Pubblicità Associati (UPA)、whiteBULLET、World Federation of Advertisers (WFA)。

协会	<ul style="list-style-type: none">- 尽最大努力鼓励其成员不要- 提供销售、推荐或购买侵犯版权或以商业规模传播假冒商品的网站或移动应用上的广告版面，- 允许其服务被用于在此类广告版面投放广告或与投放广告相关的行为， 遵守谅解备忘录的原则和适用的法律。
	<ul style="list-style-type: none">- 鼓励其成员酌情签署谅解备忘录。

四、 结 论

24. 欧盟委员会鼓励行业伙伴达成打击知识产权侵权的自愿协议。立法框架继续作为打击假冒和盗版的基础，谅解备忘录对其进行补充。成功很大程度上取决于关键运营商的参与；合作伙伴真诚进行有效合作的诚意；以及客观衡量履行所做承诺的能力。欧盟委员会将为利益攸关方和全社会的利益，继续努力进一步发展这些对话。

[文件完]