

重点跨境电商平台知识产权政策及侵权处理规则汇编

目录

第一部分亚马逊平台知识产权政策	1
第一章 欧洲站	2
第一节 知识产权保护政策	3
一、版权	3
二、商标	5
三、专利	15
四、气味类似的香水	16
五、外观设计专利	17
六、实用新型专利	17
七、设计专利	18
八、平行进口	19
十、地理标志	22
第二节 知识产权侵权处理规则	23
一、主动维权	23
二、应对投诉	27
第二章 新加坡站	30
第一节 知识产权保护政策	31
一、商标	31
二、版权	43
三、专利	45
第二节 知识产权侵权处理规则	47

一、主动维权	47
二、应对投诉	53

第三章 日本站	57
第一节知识产权保护政策	58
一、 商标 (Trademark)	58
二、 版权 (Copyright)	63
三、 专利 (Patent)	65
四、 外观设计专利 (Industrial Designs)	65
五、 设计权 (Designrights)	66
第二节知识产权侵权处理规则	68
第二部分虾皮电商平台知识产权政策东南亚国家站点	69
第一章马来西亚	70
第一节知识产权侵权处理规则	71
一、 侵犯知识产权的行为与特点	71
二、 知识产权侵权惩罚机制	74
三、 知识产权侵权检举指南	79
四、 检举结果查询及后续流程	82
五、 知识产权侵权自检方式	84
第二节知识产权保护规则	87
一、 Shopee网站信息使用规定	87
二、 禁止和限制物品政策	87
三、 Shopee商城100%正品政策	87
四、 ShopeeSCommerce销售条款	88
五、 ShopeeFood服务条款	89
六、 Shopee快递一般条款	89
七、 Shopee国际平台服务条款	89
第二章 新加坡	91
第一节知识产权侵权处理规则	92
第二节知识产权保护规则	92

一、Shopee网站信息使用规定	92
二、禁止和限制物品政策	92
三、Shopee商城100%正品政策	93
第三章 泰国	94
第一节知识产权侵权处理规则	95
第二节知识产权保护规则	95
一、Shopee网站信息使用规定	95
二、禁止和限制物品政策	95
三、Shopee商城100%正品政策	96
四、ShopeeFood服务条款	97
第四章 印度尼西亚	98
第一节知识产权侵权处理规则	99
第二节知识产权保护规则	99
一、Shopee网站信息使用规定	99
二、禁止和限制物品政策	99
三、Shopee商城100%正品政策	100
四、快速资金服务条款	101
五、ShopeeFood服务条款	101
六、KOL服务条款	101
七、Shopee托管服务条款	102
八、Shopee视频社区指南	102
九、视频创作者计划规定	103
第五章 越南	104
第一节知识产权侵权处理规则	105
第二节知识产权保护规则	105
一、Shopee网站信息使用规定	105
二、Shopee电商平台服务条款	105

第六章 菲律宾	106
第一节知识产权侵权处理规则	107
第二节知识产权保护规则	107
一、Shopee网站信息使用规定	107
二、禁止和限制物品政策	107
三、Shopee商城100%正品政策	108
四、ShopeeSCommerce销售条款	109

第一部分

亚马逊平台知识产权政策

第一章 欧洲站

以下政策适用于全部八个欧洲商城【Amazon.co.uk（英国）、Amazon.de（德国）、Amazon.fr（法国）、Amazon.it（意大利）、Amazon.es（西班牙）、Amazon.nl（荷兰）、Amazon.se（瑞典）和amazon.pl（波兰）】的卖家：

第一节 知识产权保护政策

一、版权 (Copyright)

(一) 什么是版权？

版权旨在保护原创作品，如视频、电影、歌曲、书籍、音乐作品、视频游戏、绘画和技术作品（如计算机程序）等。通常，版权法旨在激励为了公众利益而创作原创作品。要获得版权保护，作品必须是由作者创作的，并且必须具有一定程度的创新性。如果您是某个原创作品的作者，那么您通常拥有该作品的版权。

保护通常自作品创作完成时自动产生，无需注册、认证或其他形式程序。

在欧洲的某些国家/地区，创作者可以选择使用注册系统（例如，西班牙的RegistroGeneraldeIntellectual、意大利的SIAE），但这些系统仅起到证明或管理作用。

在欧洲，每个国家/地区都拥有自己的版权法，但所有版权法都禁止在未经授权的情况下复制和使用原创作品。还有一些法律禁止在未经授权的情况下将商品进口到欧洲经济

区或英国（也禁止在欧洲经济区或英国销售）。请参阅下文的“平行进口商品”部分。

（二）如何获知自己是否拥有商品详情页面上所用一张或多张图片的版权？

原创作品的作者通常都拥有其作品的版权。如果为自己的商品拍摄照片，通常可获得所拍照片的版权保护，并可在商品详情页面上使用该照片销售该商品。但是，如果照片是从他人网站上获取的，则在没有取得该网站所有者许可的情况下，不得将此照片上传至商品详情页面。

【示例】Pinzon品牌所有者拍摄了如下床单照片，拥有这些床单图片的版权。如果某位卖家打算将这些图片复制到其他商品详情页面，用于销售自己的商品，那么该卖家可能会侵犯床单图片的版权所有者的版权。



注意：当某位卖家将其拥有版权的图片添加到商品详情页面时，该卖家便授予了亚马逊及其附属公司使用该材料的

许可。即使该卖家不再销售该商品，其他卖家也可以在该卖家已添加版权图片的页面上发布商品进行销售。要确保不侵犯他人的版权，请确保仅上传自己创作的图片或文本，或者已获得版权持有者上传许可的图片或文本。

(三) 如何获知自己是否拥有所售商品的版权？

请务必确保所销售的商品没有侵犯他人的版权，否则可能会失去销售权限，并面临可能产生的法律后果。

如果已获得版权所有者的许可，或者使用行为受到所谓的权利用尽原则保护，就能够在亚马逊商城销售他人的版权作品。有关权利用尽原则的信息，请参阅下文“平行进口商品”部分。

(四) 工业设计也能获得版权保护吗？

在某些国家/地区（例如法国、德国、比利时、意大利），工业设计被视为兼具功能性和审美性的作品，因此也受版权保护。但各地要求不同：在某些国家/地区，版权仅保护具有高度“艺术性”的设计，而在其他国家/地区，门槛则较低。因此请注意，任何商品设计还可能受版权保护，所以不应随意复制使用。

版权和外观设计权保护可以并存。

二、商标 (Trademark)

(一) 什么是商标？

商标是指公司用来识别其商品或服务并与其他公司的商品和服务区分开来的文字、符号或外观设计，或者这些元素的组合（如品牌名称或标志）。换句话说，商标表示了商品或服务的来源。一般来说，商标法旨在防止买家对商品或服务的来源产生混淆。

【示例】“亚马逊”是平台的许多商品和服务所使用的商标。其他亚马逊商标同时包含图片和文字，如“Available at Amazon”商标。



商标所有者通常会在特定国家/地区的商标局（例如：德国的DPMA、意大利的UIBM、法国的INPI、西班牙的OEPM和英国(UK)的UKIPO）或境外办事处（如欧盟知识产权局和比荷卢经济联盟地区的BOIP）进行注册来保护商标。

商标保护具有地域性，即商标保护的地理范围有限，具体取决于注册地。例如，国家商标不能在全欧盟境内保护商标所有者，而欧盟商标可以在所有欧盟成员国境内提供保护。

在某些情况下和某些国家/地区（比如英国除外）中，

即使某标志从未注册，个人或公司也可能仅凭在商业应用中使用该标志的行为获得其商标权。这些权利称为未注册商标，只有在非常有限的条件下才可生效。

(二) 商标保护包括哪些方面？

一般来说，商标法保护商品和服务的卖家免受未经授权的第三方滥用自己的商标，特别是在有可能导致买家对此类特定商品或服务的提供商、认可方或从属方产生混淆的情况下提供保护。

商标所有者可阻止他人使用以下特定标志：(a) 商品或服务与所有者已注册标志的商品或服务相同的特定标志；(b) 商品或服务与注册标志的商品或服务类似且可能造成买家产生混淆的特定标志（即使所用标志不完全相同，仅相似）；(c) 如果所有者的标志在相关区域享有声誉，并且在没有正当理由的情况下使用相同或类似标志会从所有者标志的特征或名声中获得不当之利，或对其造成损害的特定标志。

(三) 亚马逊商城显示哪些类型的商标？

商标通常以商品详情页面上发布的商品和品牌名称的形式在亚马逊的商品详情页面上显示。例如，商标“Pinzon”在品牌名称或如下所示的商品详情页面的“首行”部分中显示。“Pinzon”商标也会出现在商品详情页面的商品名称部分（“PinzonFlannelSheetSet-King,Sage”）。



（四）卖家是否始终需要权利所有者的许可才能使用商标？

不是商标所有者不一定意味着卖家不能销售权利所有者的商品。如果商品是正品，而不是非法平行进口商品，那么卖家可以使用该商标来销售此特定商品。有关平行进口商品何以非法的更多信息，请参阅下文“平行进口商品”部分。

【示例】如果卖家正在销售正品Pinzon床单套装，且将商品作为Pinzon床单套装进行宣传，那么卖家并未对Pinzon商标造成侵权。

但请注意，如果有正当理由反对商品进一步商业化，特别是当商品状况在上市后发生变化或损害时，权利所有者可以禁止该标志的使用。

【示例】如果商标所有者为了打造高品质的商品形象，对商品采用了高品质的包装，则商标所有者可能会反对以不能保持高品质商品形象的廉价包装来出售商品。

其他未经授权的商标使用大多数都构成侵权行为；如果卖家不确定其使用是否侵犯了他人的商标，应该先咨询律师，再将商品发布到亚马逊。

（五）作为卖家，何时可以使用他人的商标？

通常，卖家可以在以下情况下使用他人的商标：

A. 如果销售正品，卖家可以使用商标名发布这些正品。例如，发布“Pinzon”正品的卖家不一定侵犯Pinzon商标的所有权，因为该卖家仅使用该商标来识别正品。

B. 使用商标文字和普通字典含义，即描述性含义。

C. 真实地陈述某商品与商标商品兼容。例如，如果卖家提供与Kindle电子阅读器兼容的数据线，则可以在商品详情页面文本中使用品牌名称“Kindle”表示兼容性。卖家不能使用标志表示兼容性，只能使用品牌名称。卖家就兼容性做出的任何声明必须真实，并与买家的购买决定相关（例如，如果卖家的商品实际上与所有竞争对手的商品兼容，则不允许使用所有这些商品的名称，因为没有兼容性声明，也不存在买家购买“错误”商品的风险）。

“类似”声明（如声称商品“与Kindle类似”或“等同于Find”）可能违反商标法，相关标准可能因商城和具体情况而异。在进行此类比较之前，请先咨询法律顾问。

如果卖家想在商品名称中表明卖家的商品与其他品牌商品的兼容性，请按照下述方式创建商品名称，务必请遵守亚

亚马逊品牌名称政策1。如果卖家的商品名称不采用下述格式，卖家的商品信息可能会因涉嫌侵犯商标权而被移除。

1. 品牌兼容商品的商品名称格式

[卖家商品的品牌名称]+[商品名称]+“适用于”/“兼容”/“适合”/“可用于”+[主要商品的品牌]+[主要商品名称]+（其他商品名称要素，如适用）

【示例】

-XanduUSB充电线，与AmazonBasics扬声器兼容

-可用于KindleFire的TonTonSleeve

2. 无品牌兼容商品的商品名称格式

“通用”+[商品名称]+“适用于”/“兼容”/“适合”/“可用于”+[主要商品的品牌]+[主要商品名称]+（其他商品名称要素，如适用）

【示例】

-适用于AmazonBasicsWaterfilterA3的通用替换滤水器

D. 使用卖家自己的设备销售可供买家定制的正品（即按需打印）时。例如，卖家在正品“Callaway”高尔夫球上打印定制个性化消息或图片。

卖家有责任不配送侵犯商标所有者权利的订单。即使买家在其定制订单中向卖家提供了侵权内容，卖家也不应配送该订单。例如，如果买家请求在定制的T恤上添加亚马逊标志，卖家就不应同意配送此订单。

如果卖家想销售定制商品，请遵循以下指南：

- 按照以下步骤创建商品名称：

品牌可定制商品的商品名称格式

“定制” / “个性化” [商品名称]+ “创建自” / “个性化自” / “制作自” +[主要商品品牌]+[主要商品名称]+（其他商品名称要素，如适用）

【示例】

i. 使用ZippoLighter制作的定制打火机

ii. 使用YetiTumbler创建的个性化XanduTumbler

- 如果您销售的是定制商品，请勿在商品图片中包含原始包装。
- 请勿在商品描述的品牌下发布您正在定制的商品的品牌。



格式错误的定制商品信息示例



更正后的定制商品示例

如果不采用下述格式，您发布的商品可能会因涉嫌侵犯商标而被移除。

（六）如何确保在亚马逊商城销售商品时不违反商标法？

请卖家务必确保所销售的商品，以及商品信息的内容没

有侵犯他人的商标，否则卖家可能会失去销售权限，并面临可能产生的法律后果。如果决定在亚马逊上销售商品，请先考虑以下问题：

A. 销售的商品是否来自知名的分销商？

B. 这些商品是如何获得的？如果出现问题，能否证明相关商品是正品？

C. 描述这些商品的方式是否会给买家造成混淆（例如，商品详情页面对普通床单套装的某些描述是否会使买家认为他们购买的是Pinzon床单套装）？

D. 是否以不会造成混淆且真实的方式（通常允许）而非相似的方式（不允许）使用品牌名称或商标来描述兼容性？

下表展示了基于亚马逊商品信息政策的正确和不正确的品牌商品示例：

商品名称	品牌	商品状态
AmazonBasic s扬声器	(留空)	非在售商品 ；因“品牌”字段使用不当。由于“品牌”属性为空（不是“AmazonBasics”），商品名称不能暗示该商品就是AmazonBasics商品。
AmazonBasic s扬声器	AmazonBa sics	在售商品 ；“品牌”字段使用正确，商品名称可以接受。

商品名称	品牌	商品状态
<p>6英尺长USB 充电线, 与 AmazonBasic s扬声器兼容</p>	<p>(留空)</p>	<p>在售商品; 商品名称可以接受, “品牌” 字段使用方式可以接受, 前提是: 充电线仅与 AmazonBasics扬声器兼容, 与所有其他 电子设备均不兼容 (如果充电线兼容多个品牌 而不是所有品牌, 则可以接受在商品名称中使 用最最重要的品牌, 并在要点中注明其他品牌) 。商品名称表明兼容性, 但并不暗示这是 AmazonBasics品牌商品; 无品牌商品的 “品牌” 字段可以留空。</p>
<p>配备六英尺长 USB充电线的无线 扬声器, 与 AmazonBasic s扬声器兼容</p>	<p>无线扬声器 公 司</p>	<p>在售商品; “品牌” 字段使用正确, 商品 名称可以接受, 前提是: 充电线仅与 AmazonBasics扬声器兼容, 与所有其他电子设 备均不兼容 (如果充电线兼容多个品牌而不是 所有品牌, 则可以接受在商品名称中使用最重 要的品牌, 并在要点中注明其他品牌) 。</p>

如果不确定, 则应咨询律师。

(七) 什么是假冒?

假冒是商标侵权的一种特定类型。假冒是指在商品或包装上非法仿制注册商标或与注册商标极其类似的标志。

在【不同的】商品详情页面上出售的相似商品，即使商品可能与商标商品相似或相同，如果未不当使用注册商标，也不属于假冒商品。但相似商品可能侵犯其他知识产权（如设计权），或构成（在某些国家/地区）不正当竞争/仿冒。

三、专利 (Patent)

(一) 什么是专利？

专利是针对发明的一种法律保护形式。已公布的专利可授予其所有者禁止他人在固定年限内制造、使用、提供销售、销售或将发明进口至授予专利保护的国家/地区的权利。

(二) 专利是否有不同的类型？

欧盟或英国没有相关政策。不过，其他国家/地区也有不同的专利类型。例如，在美国，专利有两种主要类型：实用新型专利和外观设计专利。

(三) 专利、商标和版权有什么区别？

专利与版权的不同之处在于，它不为图书或照片等创造性作品的表现内容提供保护，而是保护某种特定的发明，如新的图书印刷方法或新的相机类型。

请访问欧洲专利局网站（如需了解英国的相关政策，可访问UKIPO2网站），了解有关专利的更多信息。

(四) 如何确保在亚马逊商城销售商品时不侵犯他人的专利？

商品的制造商或授权分销商也许可以帮助卖家解决专利的相关问题。如果不确定自己的内容或商品是否侵犯了他人的专利，应该先咨询律师，再将商品发布到亚马逊。

四、气味类似的香水

（一）什么是气味类似的香水？

气味类似的香水是指模仿或试图复制品牌香水（“原装香水”）气味的香水。此外，还禁止执行以下操作：

- 在非原装香水的商品描述中使用原装香水的名称或品牌；
- 将香水描述为“类似”“灵感来自”“相似”或者任何与原装香水相关的等效表达；
- 为香水起的名字与原装香水相似；
- 在问答部分、URL或买家评论回复中提及原装香水；
- 指导或联系买家，让他们了解其香水与原装香水之间的关联；
- 上传包含相关信息的图片，例如买家可以查询其香水对应的原装香水的表格图片；
- 在外部网站（包括社交媒体）上维护此类关联表格或信息

五、外观设计专利 (Industrial designs)

(一) 什么是外观设计专利？

外观设计专利是针对物体的原始装饰性塑料外形或可能应用于商品的线条和颜色组合的一种法律保护形式。外观设计专利可为商品外观提供保护，并与商品具有内在联系。

(二) 如何确保在亚马逊上销售商品时不侵犯他人的外观设计专利？

商品的制造商或分销商也许可以帮助卖家解决外观设计专利的相关问题。如果不确定自己的内容或商品是否侵犯了他人的外观设计专利，应先咨询律师，再酌情将商品发布到亚马逊商城。

六、实用新型专利 (Utility models)

(一) 什么是实用新型专利？

实用新型专利是针对发明而非所谓的“小发明”的另一种法律保护形式。注册系统与专利系统类似。并非所有欧洲国家/地区都提供实用新型专利，但西班牙、意大利、法国和德国都提供这种知识产权类型。

(二) 实用新型专利与普通专利有什么区别？

就基本定义而言，实用新型专利与专利非常相似，区别在于获得实用新型专利的要求没有专利那么严格（无需进新颖性、独创性和行业适用性的审查，注册更快捷）。

(三) 如何确保在亚马逊商城销售商品时不侵犯他人的实用新型专利?

商品的制造商或授权分销商也许可以帮助卖家解决实用新型专利的相关问题。如果不确定自己的内容或商品是否侵犯了他人的实用新型专利，应该先咨询律师，再将商品发布到亚马逊。

请参阅欧洲知识产权服务平台，了解有关实用新型专利的更多信息。

七、设计专利 (Designs)

(一) 什么是设计专利?

设计专利是针对整个或部分商品的外观，特别是体现商品线条、轮廓、颜色、形状、表面结构和/或材料和/或其装饰的特征的一种法律保护形式。包括包装、图形符号和字体在内的任何工业或手工艺品都可归类为商品。可拆卸和可组装商品的部件也可受到保护。

设计专利具有地域性：设计专利所有者通常会在特定国家/地区的办事处（例如：德国的DPMA、意大利的UIBM、西班牙的OEPM和英国的UKIPO）或境外办事处（如欧盟知识产权局）进行注册来保护设计（获得已注册的欧盟设计专利）。

根据欧盟和英国的法律规定，设计可以注册，但未注册设计也可在一定程度上得到保护。未注册设计权可自动

获得，无需办理任何手续。欧盟未注册设计权在范围和持续时间（3年）方面比欧盟注册设计权更为有限。英国未注册设计权与欧盟未注册设计权不同，最明显的是，英国未注册设计权最长有效期为15年，从首次记录在设计文件中算起，或（如果更早）从首次按设计进行制造算起。

（二）如何确保在亚马逊上销售商品时不侵犯他人的设计专利？

商品的制造商或授权分销商也许可以帮助卖家解决设计专利的相关问题。如果不确定自己的内容或商品是否侵犯了他人的设计专利，应先咨询律师，再酌情将商品发布到亚马逊商城。请访问EUIPO网站（如需了解英国的相关政策，可访问UKIPO网站），了解有关设计专利的更多信息。

八、平行进口（Parallelimports）

（一）什么是平行进口商品？

1. 欧洲经济区

如果某位卖家在欧洲经济区外采购这些商品，知识产权所有者（特别是商标所有者、版权持有者和许可证持有人）可能会禁止该卖家在欧洲经济区进口或销售他们的商品。

如果权利所有者有权禁止该卖家在欧洲经济区销售他们的商品，那么即使权利所有者在欧洲经济区分销同一商品类型或未在欧洲经济区分销销售，只要权利所有者拥有在欧洲经济区的知识产权，其禁令也同样适用。因此，如

果某位卖家计划在亚马逊欧洲商城发布其从欧洲经济区境外（例如，英国或美国）或欧洲经济区的非官方渠道采购的品牌商品或媒介类商品，请寻求专业法律建议，并确保权利所有者不反对此类平行进口。否则，权利所有者可能会以知识产权侵权为由要求亚马逊下架该卖家在亚马逊欧洲商城发布的商品。是否适用权利利用尽可能因每件商品而异，因此卖家应检查待发布的每件商品的相关位置。

如果非欧洲经济区商品在任何方面（例如，包装、质保范围、商品变体）与欧洲经济区版商品存在差异，即使在征得权利所有者同意的情况下，在欧洲经济区销售从欧洲经济区外采购的平行进口商品仍可能会影响买家体验。请卖家正确描述商品，以避免收到负面的买家反馈。

2. 英国

英国法律与欧洲经济区法律的相似度很高。知识产权所有者可以禁止卖家在英国进口或销售他们的商品，除非卖家本人、卖家的供应商或上游供应商征得权利所有者同意，可以在欧洲经济区或英国销售相关商品（即商品在欧洲经济区或英国的“权利已用尽”）。请务必注意，如果权利所有者未同意在欧洲经济区销售卖家从英国采购的商品，则权利所有者可以在英国境外的亚马逊欧洲商城禁止销售该商品。

（二）如何确保不销售（非法）平行进口商品？

1. 欧洲经济区

确保仅在亚马逊欧洲商城销售经权利所有者同意后自行进口的商品，或通过直接或间接的方式从已获权利所有者授权可将商品进口至欧洲经济区的供应商处采购的商品（例如，权利所有者的子公司或授权的欧洲经济区分销商）。请注意，如果权利所有者对卖家的非欧洲经济区商品销售提出质疑，卖家必须证明这些商品是经权利所有者同意后进口至欧洲经济区的。因此，请务必保留这些商品的发票和授权书等。

【示例】如果卖家决定在欧洲经济区的亚马逊商城销售他人的二手图书，便是在销售他人的版权作品。如果此书是在欧洲经济区从出版商处购得，或者在欧洲经济区从出版商的授权分销商处购得，一般来说，卖家便会受到权利利用尽原则保护。但是，如果此书是卖家本人、卖家的供应商或供应商的供应商在欧洲经济区境外购得，那么在欧洲经济区转售该图书可能会侵犯版权。

2. 英国

请确保仅在亚马逊英国商城销售经权利所有者同意（包括他们同意在欧洲经济区或英国销售商品）后自行进口到欧洲经济区或英国的商品，或直接或间接从获得权利所有者授权可在欧洲经济区或英国进口或销售商品的供应商处采购的商品（例如，权利所有者的授权子公司或授权的欧洲经济区或英国分销商）。请注意，如果权利所有者以商品为非法平行进口商品为理由对卖家的商品销售提出质

疑，卖家必须证明这些商品是经权利所有者同意后才在英国或欧洲经济区进口或销售的。因此，请务必保留这些商品的发票和授权书等。

【示例】如果卖家决定在亚马逊英国商城销售他人的二手图书，便是在销售他人的版权作品。如果此书是从欧洲经济区或英国境内出版商处购得，或者从欧洲经济区或英国境内出版商的授权分销商处购得，一般来说，卖家便会受到权利用尽原则保护。但是，如果此书是卖家本人、卖家的供应商或供应商的供应商在欧洲经济区或英国境外购得，那么在英国转售该图书可能会侵犯版权。

十、地理标志 (Geographical Indication)

(一) 什么是地理标志？

地理标志是一种用于具有特定原产地且因该原产地而具备一定品质保证或声誉的商品上的标志。一个标志必须体现商品的原产地，才能算作地理标志。此外，商品的品质、特性或名声应主要取决于原产地。由于产地决定了商品的品质，因此，商品与其原产地直接相关。

(二) 地理标志可提供哪些权利？

地理标志权允许有权使用该标志的人禁止其商品不符合适用标准的第三方使用该标志。例如，在“大吉岭”地理标志受保护的司法管辖区，“大吉岭”茶叶的生产者可

以禁止在并非在其茶场种植的茶叶或者未按该地理标志操作规范中规定的标准种植的茶叶上使用“大吉岭”一词。

但是，标志持有者无法使用受保护的地理标志禁止他人采用该地理标志标准中规定的技术生产商品。要对地理标志加以保护，通常要对构成该地理标志的符号获得相应的权利。

有关地理标志的更多信息，请访问世界知识产权组织(WIPO)网站。

(三) 谁可以使用受保护地理标志?

在某些特定地区的生成商有权使用受保护的地理标志，这些生产商要符合该商品的特定生产条件。

第二节 知识产权侵权处理规则

一、主动维权

在亚马逊完成品牌注册后，卖家可以通过“自动品牌保护”和“主动举报侵权行为”维护自身权益。

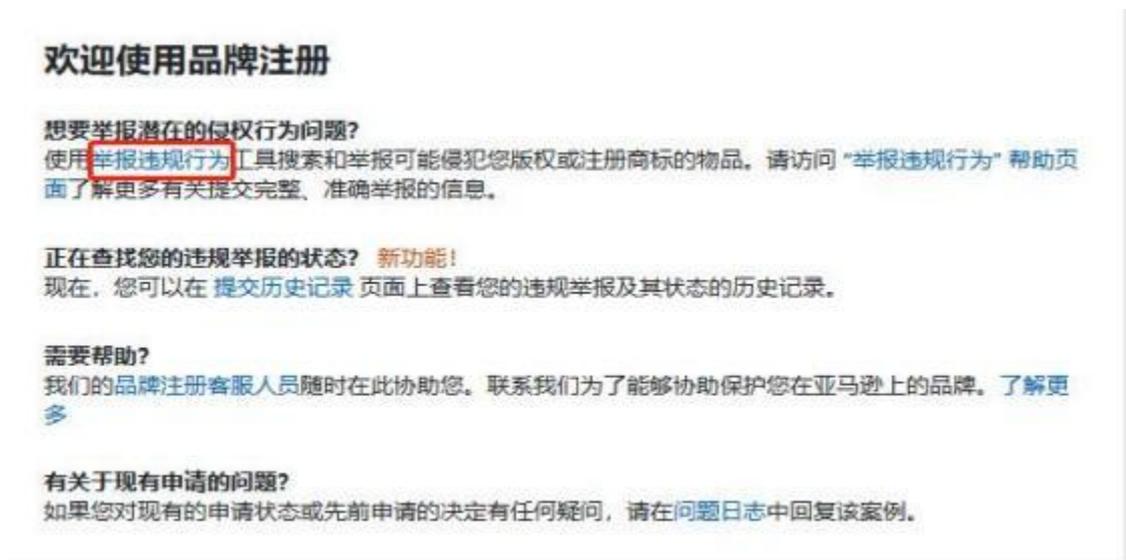
(一) 自动品牌保护

通过机器识别，利用品牌提供的信息实施预测性保护，试图识别和移除潜在的不良商品信息，在一定程度上排除隐患。无论是品牌名称、Logo(徽标)，还是创建报价的限制及创建ASIN的限制，都在这一层人工智能的保护下。

(二) 主动举报侵权行为

举报违规行为 (Report a Violation) 覆盖商标侵权、版权侵权和专利侵权三层类型，被侵权卖家可以通过以下简单的步骤将涉嫌侵犯知识产权的行为通知亚马逊。

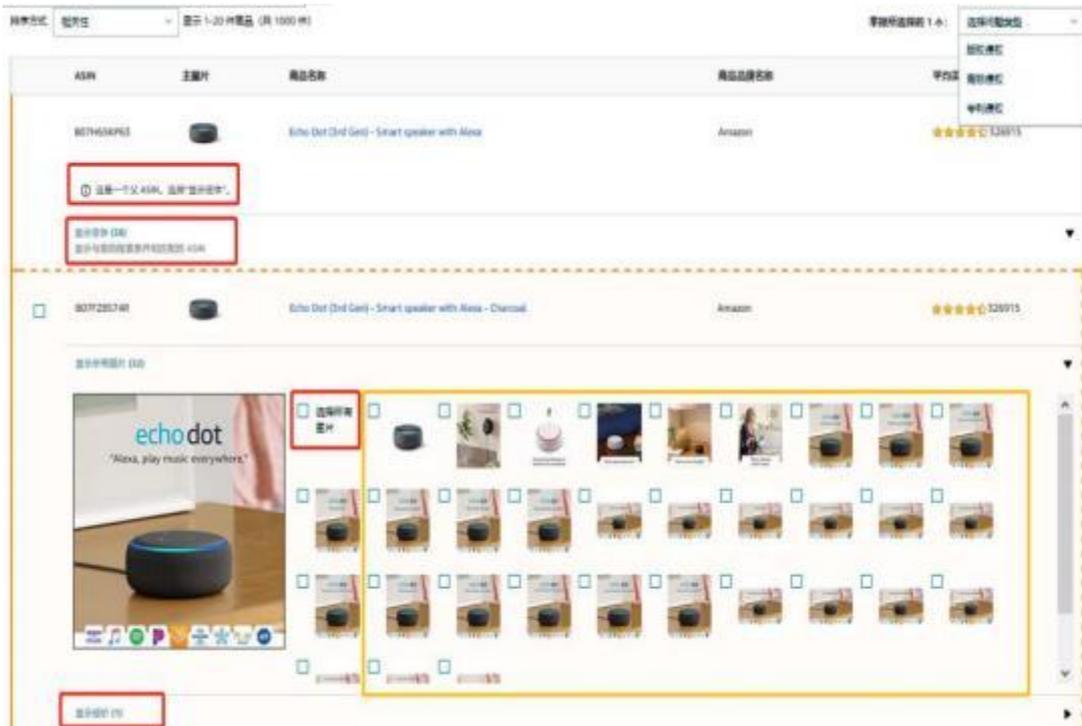
1. 卖家可以登录 <https://brandregistry.amazon.com> 点击“举报违规行为”



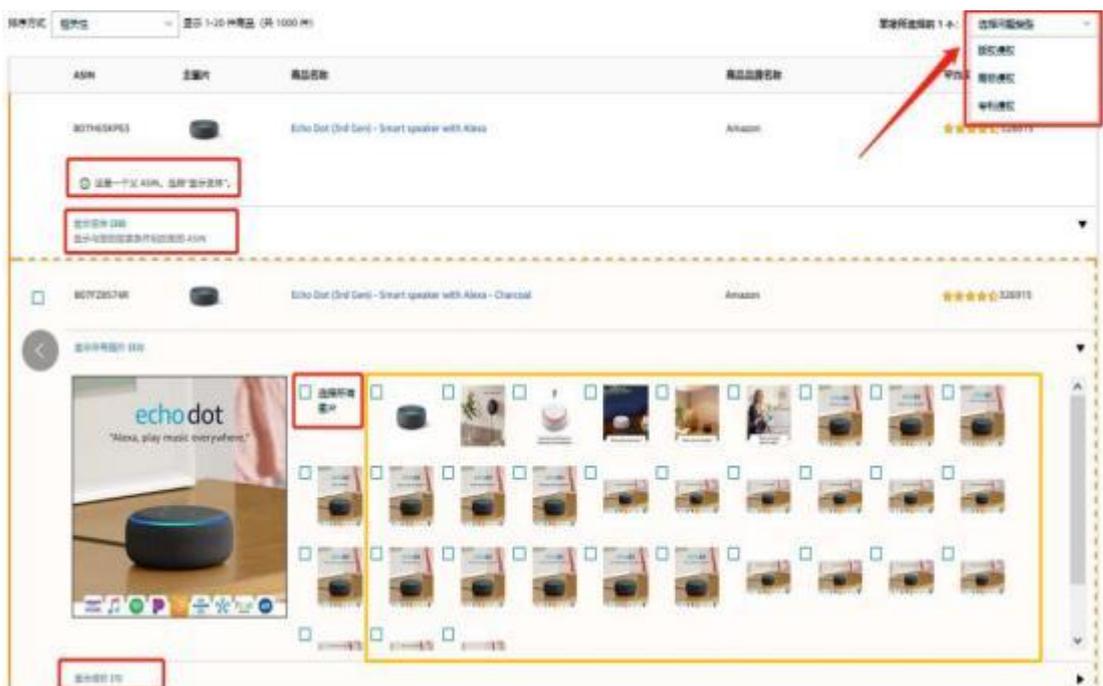
2. 卖家可以执行基于文本或图片的搜索，以查找和识别ASIN、商品和图片



3. 卖家确定了一个或多个认为侵犯了自己知识产权的 ASIN、商品或图片后，请在搜索结果中点击相应项目旁的复选框。如果要选择 ASIN 的特定商品或图片，请点击商品名称下方的显示商品或显示所有图片。



4. 点击搜索结果顶部右上角区域的【选择问题类型】下拉菜单，然后选择要举报的侵权类型。



举报所选择的 1 个：
 选择问题类型
 平均买家
 版权侵权
 商标侵权
 专利侵权

5. 按照提示提供其他信息

举报违规行为 [了解如何充分使用此工具](#)

① 为确保我们可以准确地处理您提交的信息，请使用 1) 英语或 2) 页面右上角语言

其他信息

哪一项最能描述您的问题？

- 商品详情页面非法使用我的商标（例如在商品名称、商品图片、商品描述中），商品或其包装上有我的商标。
- 商品为假冒商品

品牌名称： ?

您认为哪些品牌商标遭到了侵权？

您是否已购买商品并确认商品或其包装上有您的商标？

- 是
- 否

请提供更多帮助帮助我们了解您的问题

2994

联系信息

您在下方提供的联系信息将与您举报的相关方共享。

联系人姓名	<input type="text"/>
联系邮箱	<input type="text"/>

点击“提交”即表示：

- 我确信上述内容违反了我的上述权利或权利所有者所持有的权利，并且使用这些内容是违法的。
- 我声明，此通知中包含的信息准确无误，我是上述权利的所有者或其代理人，如所言不实，甘愿伪造罪处罚。

如果接受此报告，请与所报告知识产权的权利所有者共享所有卖家的联系详情。 ?
 注意：联系详情将在接受报告约 20 天后共享。

[返回](#) [提交](#)

二、应对投诉

(一) 如果卖家收到警告称，其商品信息由于收到知识产权侵权举报而被删除，会怎么样？如果持有知识产权，该怎么办？

如果收到侵权警告，可以选择通过以下几种方式提起申诉或提出异议：

A. 如果所收到的警告是关于卖家自己从未在亚马逊商城发布过的商品，请回复收到的通知，说明自己从未发布过被举报的商品。平台将展开调查，以确定这其中是否出现差错。

B. 如果卖家与提交投诉的权利所有者建立过某种关系（许可、制造或经销协议等），平台建议卖家联系权利所有者，并请求撤回投诉。如果平台收到权利所有者的撤回请求，卖家的内容可能会被恢复。卖家收到的警告中含有权利所有者的联系信息。

C. 如果卖家认为权利所有者或亚马逊在删除卖家商品信息的处理中存在错误，请回复收到的通知，并说明卖家认为处理有误的具体原因。请在合适的位置提供可证明商品真伪的任意发票或订单编号。然后，平台将重新评估此通知，卖家的内容也可能会恢复。

(二) 如果已经收到多个知识产权侵权警告，该怎么办？

如果卖家已经收到多个知识产权侵权警告，但认为自己所售商品为正品，请通过卖家平台账户提出申诉，并提供以下信息：

涉嫌侵权的ASIN列表和以下至少一项：

- A. 证明卖家商品真伪的发票；
- B. 证明商品真伪的订单编号；
- C. 权利所有者提供的授权书（非转发电子邮件）。

（三）如果账户暂令停售，该怎么办？

如果卖家的账户因权利所有者针对卖家的商品或内容提交知识产权侵权通知而暂令停售，卖家可以向平台提供可行的行动计划，并包含以下信息：

- A. 卖家销售涉嫌侵权的商品或上传涉嫌侵权内容的原因
- B. 卖家为确保自己不再侵权已经采取的措施
- C. 未来如何避免侵权
- D. 任何其他相关信息

卖家应该通过账户控制面板发送行动计划，或者回复收到的账户暂令停售通知。平台将评估卖家的行动计划，并确定卖家的账户是否可以恢复。请注意，亚马逊在适当的情况下可终止重复侵权者的账户。

（四）如果不知道自己侵犯了他人的知识产权，该怎么办？

卖家应该遵循相关法律和亚马逊的政策。亚马逊非常重视知识产权侵权问题。即使卖家在不知情的情况下侵犯了他人的知识产权，平台仍然会采取措施，卖家账户可能会收到警告或暂令停售。卖家应该咨询律师寻求帮助，以确保自己的业务具有适当的程序来防止知识产权侵权。

（五）如果收到平行进口通知，该怎么办？

如果卖家的商品不是非法平行进口商品，平台强烈建议卖家直接联系权利所有者处理该投诉，并请求其撤回。仅当权利所有者没有回应时，卖家才可向平台提出申诉，同时提供证据证明卖家销售的特定商品是在获得权利所有者许可后进口到欧洲经济区并在相关地区（欧盟/英国）销售。显示卖家从权利所有者的授权分销商处采购商品的发票可作为此类证据的一种。

第二章 新加坡站

第一节 知识产权保护政策

知识产权有3个主要类型：

-商标是对能够以图形形式呈现（例如文字、名称、品牌、形状或相关组合）并且可以用于将企业的商品或服务与其他商家的商品或服务区分开来的标志的法律保护

-版权是对原创作品的法律保护

-专利是对发明的法律保护

一、商标 (Trademark)

商标是一种知识产权(IP)，保护用于识别公司商品或服务的标志（例如文字、名称、品牌和形状）。

（一）商标是什么？

商标是一种符号（例如文字、名称、数字、品牌、形状、绘图、颜色、包装或这些元素的任意组合），可以用图形表示，用于将企业的商品或服务与其他贸易商的商品或服务区分开来。换句话说，商标表明了商品或服务的来源。一般来说，商标法旨在防止买家对商品或服务的来源产生混淆。

【示例】“亚马逊”是平台许多商品和服务所使用的商标。其他亚马逊商标同时包含图片和文字，如“Available at Amazon”商标。



(二) 商标所有人如何保护商标？

商标所有人通常通过在特定国家/地区的商标局（如新加坡知识产权局）进行注册的方式来保护商标。在某些情况下，即使某标志从未在特定国家/地区的商标局注册，个人或公司也可能仅凭在商业应用中使用该标志的行为获得其商标权。这些权利被称为“普通法”商标权，会受到更多限制。

(三) 商标法保护什么？

一般来说，商标法保护提供商品和服务的卖家免受买家对特定商品或服务的提供商、认可方或从属方产生混淆。如果他人使用某种特定标志或易混淆的近似标志，可能导致买家对所售商品是否是商标所有人的商品产生混淆，那么商标所有人可以阻止他人使用该标志。

(四) 商标显示在详情页面的什么位置？

商标通常以商品详情页面上商品和品牌名称的形式，显示在亚马逊的商品详情页面上。例如，商标“Pinzon”会显示在品牌名称或如下所示的商品详情页面的“首行”部分。

“Pinzon”商标也会出现在商品详情页面的商品名称部分（“PinzonFlannelSheetSet-King,Sage”）。



（五）卖家是否始终需要权利所有人的许可才能在创建详情页面时使用商标？

通常情况下，如果卖家在创建详情页面时未经授权使用商标，则仅当这一行为可能导致商品的来源、认可或从属关系发生混淆时，才会构成侵权。不是商标所有人并不意味着卖家不能销售其他公司的商品。

【示例】如果卖家在销售正品Pinzon床单套装，并将商品作为Pinzon床单套装进行宣传，则该卖家可能不会对商品的来源或从属关系（即，Pinzon）造成混淆，若确实如此，则并未对Pinzon商标造成侵权。

（六）卖家可以在什么情况下使用他人的商标来创建详情页面？

通常，卖家可以在以下情况下使用他人的商标：

A. 如果销售正品，卖家可以使用商标名发布这些商品。例如，发布“Pinzon”正品的卖家不一定侵犯Pinzon商标的所有权，因为该卖家仅使用该商标来识别正品。

B. 使用商标文字的普通字典含义时。

C. 如实陈述某商品与商标商品兼容时。例如，如果卖家提供与Kindle电子阅读器兼容的连接线，则可以在详情页面文本中使用品牌名称“Kindle”表示兼容性。卖家不能使用徽标表示兼容性，只能使用品牌名称。有关兼容性的任何声明都必须真实。

如果卖家想在商品名称中指明卖家的商品与不同品牌商品的兼容性，请按照如下方式创建商品名称，同时也需遵守亚马逊品牌名称政策。如果卖家的商品名称不遵循这一格式，则卖家的商品信息可能会因涉嫌侵犯商标而被移除。

1. 品牌兼容商品的商品名称格式

[卖家商品的名称]+[商品名称]+“适用于”/“兼容”/“适合”/“可用于”+[主要商品的名称]+[主要商品名称]+（其他商品名称要素，（如适用））

【示例】

-XanduUSB充电线，与AmazonBasics扬声器兼容

-适用于KindleFire的TonTonSleeve

2. 无品牌兼容商品的商品名称格式

“通用”+[商品名称]+“适用于”/“兼容”/“适合”/“可用于”+[主要商品的名称]+[主要商品名称]+（其他商品名称要素，（如适用））

【示例】

-适用于AmazonBasicsWaterfilterA3的通用替换滤水器

D. 使用卖家自己的设备销售可供买家定制的正品（即按需打印）时。例如，卖家在正品“Callaway”高尔夫球上打印定制个性化消息或图片。

卖家有责任不配送侵犯商标所有者权利的订单。即使买家在其定制订单中向卖家提供了侵权内容，卖家也不应配送该订单。例如，如果买家请求在定制的T恤上添加亚马逊标志，卖家就不应同意配送此订单。

如果卖家想销售定制商品，请遵循以下指南：

● 按照以下步骤创建商品名称：

品牌可定制商品的商品名称格式

“定制” / “个性化” [商品名称]+ “创建自” / “个性化自” / “制作自” +[主要商品品牌]+[主要商品名称]+（其他商品名称要素，如适用）

【示例】

i. 使用ZippoLighter制作的定制打火机

ii. 使用YetiTumbler创建的个性化XanduTumbler

- 如果您销售的是定制商品，请勿在商品图片中包含原始包装。
- 请勿在商品描述的品牌下发布您正在定制的商品的品牌。



格式错误的定制商品信息示例



更正后的定制商品示例

如果不采用下述格式，您发布的商品可能会因涉嫌侵犯商标而被移除。

（七）如何确保在亚马逊上销售时没有违反商标法？

当卖家决定在亚马逊上销售商品时，请先考虑以下问题

:

A. 销售的商品是否来自知名的经销商？

B. 这些商品是如何获得的？如需验货，能否证明它们为正品？

C. 描述这些商品的方式是否会给买家造成混淆？例如，详情页面对普通床单套装的某些描述是否会使买家认为他们购买的是Pinzon床单套装？

D. 是否以不会造成混淆且真实的方式使用品牌名称或商标来描述兼容性（通常允许）而非相似性（不允许）？

下表展示了基于亚马逊商品信息政策的正确和不正确的品牌商品示例：

商品名称	品牌	商品状态
AmazonBasic s扬声器	(留空)	非在售商品 ，因“品牌”字段错误。由于“品牌”属性为空（不是“AmazonBasics”），商品名称不能暗示该商品就是AmazonBasics商品。
AmazonBasic s扬声器	AmazonBa sics	在售商品 ，“品牌”字段使用正确，商品名称可接受。

<p>六英尺长USB 充电线, 与 AmazonBasic s扬声器兼容</p>	<p>(留空)</p>	<p>在售商品, 商品名称和“品牌”字段使用可接受, 如果该充电线仅与AmazonBasics扬声器兼容, 而不与所有其他电子设备兼容(如果充电线兼容多个品牌而不是所有品牌, 则可以接受在商品名称中使用最重要的品牌, 并在要点中注明与其他品牌的兼容性)。商品名称表明兼容性, 但并不暗示这是AmazonBasics品牌商品; 通用商品的“品牌”字段可以留空。</p>
<p>配备六英尺长 USB 充电线的无线扬 声 器, 与 AmazonBasics 扬 声器兼容</p>	<p>Wireless SpeakersIn c.</p>	<p>在售商品, “品牌字段”使用正确, 商品名称可接受, 如果充电线仅与AmazonBasics扬声器兼容, 而不与所有其他电子设备兼容(如果充电线兼容多个品牌而不是所有品牌, 则可以接受在商品名称中使用最重要的品牌, 并在要点中注明与其他品牌的兼容性)</p>

以下是违反亚马逊商标徽标政策的图片示例。在向商品添加图片时, 应避免出现这种情况。

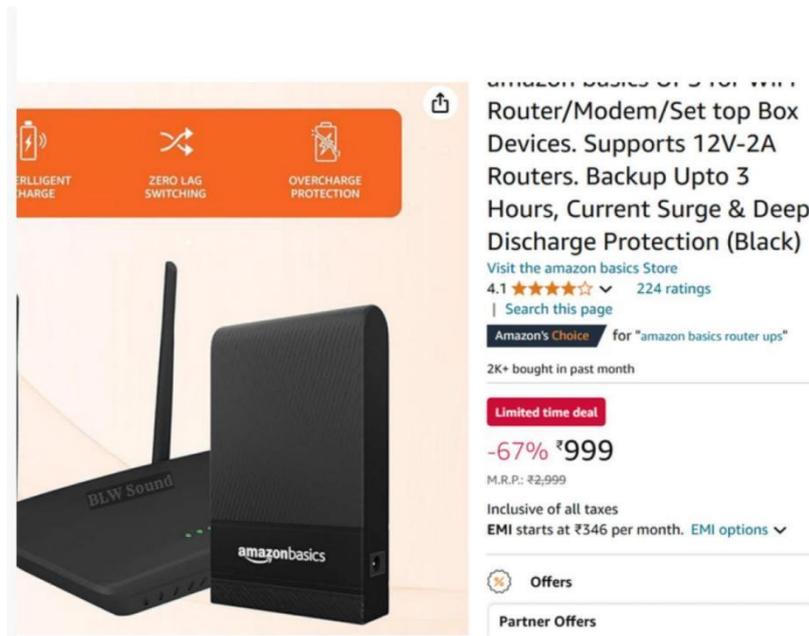
- 1) 图片上的徽标或商标侵犯了品牌知识产权的示例。



在上述示例中，商品上的品牌是“AmazonBasics”，而卖家的品牌是“BOBO”。在此使用情形中，如果亚马逊授权“BOBO”可以使用商标(TM)，卖家便可以使用商标徽标。如果未经许可使用了商标，则表明商品违反政策。

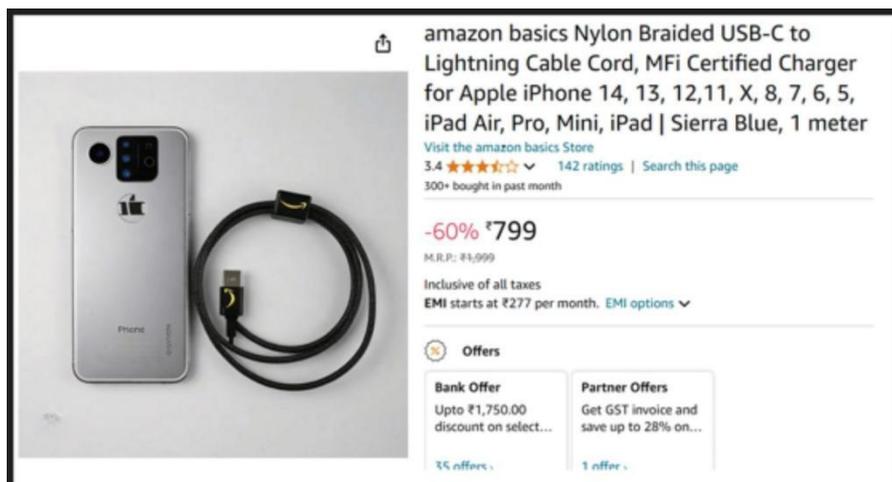
确保您的商品图片符合亚马逊的政策。确保编辑内容不会改变商品标识。如果商品上有TM徽标，编辑内容将导致商品标识改变。解决违规问题的唯一方法是提供有效的授权书。

2) 图片背景上的徽标或商标侵犯了品牌或所有者[以及允许在不更改商品标识的情况下进行编辑]知识产权的示例



在上述示例中，虽然品牌是“AmazonBasics”，但另一幅图片显示的是BLWSOUND的商标。如果是兼容商品，并且已使用表示兼容的词语更新了文本属性，卖家便可以使用BLWSOUND的商标。如果不是兼容商品，或者未获得品牌授权，则可以在不更改商品标识的情况下，通过删除侵权图片来更新商品信息。[商品仍然是AmazonBasicsRouterUPS]。如果图片为背景或商品与受保护的商标无关，则允许进行编辑（注意：添加到目录中的编辑内容或图片应准确反映您正在销售的商品）。

3) 图片与发布的商品无关的示例



在上述示例中，销售的商品是“AmazonBasics”充电线，但图片中有一张与商品无关的附加手机图片。商品图片应包含所售商品的图片。对于兼容商品，务必在商品名称文本中清晰添加兼容信息。

（八）什么是假冒？

假冒是一种特殊的商标侵权行为。如果一个标志与一个注册商标相同或非常相似并具有欺骗性，且在未经注册商标所有人同意的情况下应用于商品上，以谎称该商品即是注册商标所有人的正品商品，则该标志为假冒商标。

假冒需要在商品或包装上使用注册商标。注册商标可以保护所售商品的名称、商品上的徽标或商品本身的形状或外观。如果商品在单独的商品详情页面上销售且未以不当方式使用注册商标，那么与注册商标商品形似或完全相同的商品便不属于假冒商品。但是，如果注册商标保护的是商品本身的形状或外观，那么相同的商品即使不带有品牌名称或徽标，也可能属于假冒商品。另请注意，虽然不是假冒商品

，但仍可能会侵犯他人的知识产权。卖家有责任确保自己不发布侵权商品。如果卖家对自己的知识产权或他人的知识产权有疑问，应该咨询律师。详细了解亚马逊防伪政策。

（九）亚马逊为了打击假冒商品的品牌保护规则包括哪些？

1. 亚马逊品牌注册（BrandRegistry）

近年来亚马逊不断推进品牌化，其倡导入驻平台的卖家在对应国家申请或注册商标，并在亚马逊平台进行品牌注册（BrandRegistry），以达到品牌打造、品牌分析以及品牌保护的目。目前，亚马逊品牌注册接受新加坡商标局签发的待处理商标，即在获得商标受理通知书后就能以申请中的商标进行品牌注册的申请。

2. 亚马逊零计划（ProjectZero）

零计划（ProjectZero）的自动保护功能可自动识别并移除可疑的假冒商品；而假冒商品自助移除工具则赋予品牌商直接自行移除假冒商品的功能，借此可以使亚马逊上的假冒商品“清零”。

3. 亚马逊IP加速器（IPAccelerator）

IP加速器（IPAccelerator）通过网络将卖家与值得信赖的知识产权律师事务所连接起来，这些律师事务所具有竞争力的价格提供高质量的商标注册服务，帮助卖家更快获得品牌保护。亚马逊为使用IP加速器的卖家提供亚马逊商店中

品牌保护和品牌建设功能的访问权限，以便在卖家的商标注册正式公布前数月甚至数年更好地保护和发展其品牌。

二、版权 (Copyright)

版权是保护原创作品的知识产权(IP)的一个类型。

(一) 什么是版权？

版权旨在保护原创作品，如小说、计算机程序、戏剧、音乐、电影、照片和绘画等。通常，版权法旨在激励为了公众利益而创作原创作品。要获得版权保护，作者作品必须由作者创造，且必须在创作作品时作出一定程度的独立努力。原创作品的作者通常拥有该作品的版权。

在某些国家/地区，版权所有者可以在特定国家/地区的版权局（例如新加坡知识产权局）注册其版权材料以对其进行保护。《版权法》是约束版权材料的新加坡法律。《版权法》仅适用于版权，不适用于商标或专利。

(二) 如何获知卖家是否拥有详情页面上所用一张或多张图片的版权？

-卖家通常拥有卖家为商品拍摄的照片的版权。

-卖家通常不拥有卖家在他人网站上找到的照片的版权，未经版权持有者许可，卖家不得将此类照片上传到商品详情页面。

【示例】Pinzon品牌所有者拍摄了如下床单照片，就拥有这些床单图片的版权。如果某位卖家打算将这些图片复制到其他商品详情页面，以销售自己的商品，那么该卖家可能会侵犯床单图片的权利所有者的版权。



注意：当卖家将版权图片添加到商品详情页面时，卖家便授予了亚马逊及其附属公司使用该材料的许可。即使该卖家不再销售该商品，其他卖家也可以在该卖家已添加版权图片的页面上发布商品进行销售。要确保不侵犯他人的版权，请确保仅上传自己创作的图片或文本，或者已获得版权持有者上传许可的图片或文本。

有关版权的更多信息，请参阅新加坡知识产权局网站。

（三）卖家可以在亚马逊上传或销售他人的版权作品吗？

如果卖家已获得版权所有者的许可，或者如果卖家转售合法购买的正品实物（如图书或CD），无需获得版权所有者的许可，就能够在亚马逊上传或销售其他人的版权作品。通常

，在新加坡，一旦版权所有者向世界任何地方的市场投放了正版商品，则允许在未经版权所有者进一步许可的情况下转售正版商品。

【示例】如果卖家决定在亚马逊上销售他人的二手图书，便是在销售他人的版权作品。新加坡通常允许转售合法购买的正品，因此卖家通常可以销售自己的特定图书副本，无需进一步获得版权所有者的许可。

三、专利 (Patent)

专利是保护发明的知识产权(IP)的一个类型。

(一) 什么是专利？

专利是针对发明的一种法律保护形式。已公布的专利可授予其所有者禁止他人在固定年限内制造、处理或提供处置、使用、保留发明（如果发明是一种流程，则也包含直接通过该流程获得的商品）或将其进口到新加坡的权利。

(二) 专利与商标和版权有何不同？

专利与商标的不同之处在于，它为发明（如新机器）而不是为识别商品来源（如商品的品牌名称）的文字或标志提供保护。专利与版权的不同之处在于，它不为图书或图片等创造性作品的表现内容提供保护，而是保护某种特定的发明，如新的图书印刷方法或新的相机类型。

新加坡知识产权局提供了相关资源，可了解有关专利的更多信息。

(三) 如何确保在亚马逊上销售商品时不侵犯他人的专利?

商品的制造商或经销商可能会帮助卖家解决专利的相关问题。如果卖家不确定自己的内容或商品是否侵犯了他人的专利，应该先咨询律师，再将商品发布到亚马逊。

第二节知识产权侵权处理规则

一、主动维权

(一) 如何举报侵权

要提交知识产权侵权通知，提交者必须是拥有举报涉及的知识产权的权利所有者，或者是经权利所有者许可代表其提交通知的代理人。举报侵权时，请务必提供提交者的联系详情（姓名、地址、电话号码、电子邮件地址、次要联系详情）。

如果提交者的品牌已在亚马逊品牌注册中注册，那么可以通过举报违规行为(RAV)工具或平台的举报侵权表单提交举报通知。没有在亚马逊品牌注册中注册品牌的权利所有者可以通过举报侵权表单提交举报通知。此外，亚马逊要求通知提交者登录Amazon.sg账户，这样才能使用举报侵权表单或亚马逊品牌注册的举报违规行为(RAV)工具。

提交者可以提交商标、版权、专利或其他知识产权索赔。在举报通知中应该包含以下信息：

-提交者认为受到侵犯的知识产权的具体识别信息：商标、版权或专利注册号；对受版权保护的作品的书面描述或链接等等。

-侵权的性质（是对商品、实物商品包装、商品详情页面上的图片的侵权，还是对商品详情页面上的文字的侵权）。

注意：通过商品详情页面，买家可以查看Amazon.sg销售的特定商品，以及所有卖家发布的该商品的共有信息，例如商品名称、品牌、图片、要点、描述、变体（例如尺寸或颜色）和买家评论。其中可能包含来自第三方卖家或Amazon.sg的一个或多个商品。

-侵权商品列表（亚马逊商品编码(ASIN)或指定商品的商品详情页面URL）。如果提交者认为只有部分卖家侵权，并且提交者没有指控整个商品详情页面，请点击提交者在举报侵权表单或RAV中举报的每个卖家姓名旁边的复选框。

-任何有助于亚马逊处理提交者的投诉的其他信息（例如提交者对所举报商品进行的测试购买的订单编号）。

-提交者的联系详情（姓名、地址、电话号码、电子邮件地址以及平台可以提供给受影响的卖家的次要联系详情）。

（二）操作提示

请勿在每个通知中提交多种类型的知识产权侵权行为。为了确保快速而高质量地解决提交者在通知中提出的问题，平台只会处理提交者在举报侵权表单或RAV中选择的特定投诉类型（例如专利、商标或版权）。以下是在提交的通知中包含多种投诉类型的示例：

-在提交的通知中选择商标侵权并讨论版权问题。该通知仅作为商标投诉予以处理。如果提交者要举报商标和版权的侵权行为，请分别提交通知。

-在一个通知中指明两个商标号，因为对于该通知，仅会考虑第一个商标号。如果提交者想要举报多个不同商标的侵权行为，请分别提交通知。

请勿通过举报侵权表单或亚马逊品牌注册提交投诉撤回请求。卖家可能会与提交者联系并请求撤回投诉，如果此情况与亚马逊相关，提交者可以通过相应的电子邮件队列（例如亚马逊卖家提供的电子邮件）通知亚马逊。

(三) 不同类型的知识产权侵权通知

在提交知识产权侵权通知时，权利所有者可以举报ASIN、卖家或商品详情页面内容。以下是不同类型的侵权通知：

A. 商标侵权

ASIN层面的侵权：如果Amazon.sg上的商品或商品包装贴有提交者的商标，但提交者并未生产该商品，那么提交者可以举报整个ASIN或整个商品详情页面存在商标侵权行为。

卖家层面的侵权：如果提交者认为某个卖家发布的特定商品侵犯了提交者的商标权，那么提交者可以举报该商品存在侵权。但是，如果提交者只是举报某件商品，那么对应的商品详情页面和ASIN仍保持有效。当提交者举报商品而非整个ASIN时，提交者只是提及商品存在侵权行为，而不是整个

ASIN或商品详情页面存在侵权。提交者也可以提供带有效订单编号的测试购买来支持其举报。

商品详情页面侵权：如果某个商品详情页面使用了提交者的商标，但所售商品并非提交者的商品，那么提交者可以举报该商品详情页面上商标的使用存在侵权行为。

重要提示：如果提交者举报的商标用于表明与提交者商品的兼容性，平台可能会拒绝提交者所提交的通知。

B. 版权侵权

ASIN层面的侵权：如果某件商品或其包装未经提交者的许可就使用提交者的版权作品（例如文字或图片），那么提交者可以举报整个ASIN存在侵犯版权的行为。

卖家层面的侵权：如果提交者认为某个卖家发布的特定商品侵犯了提交者的版权，那么提交者可以举报该商品存在侵权。但是，如果提交者只是举报某件商品，那么对应的商品详情页面和ASIN仍保持有效。当提交者举报商品而非整个ASIN时，提交者只是提及商品存在侵权行为，而不是整个ASIN或商品详情页面存在侵权。提交者也可以提供带有效订单编号的测试购买来支持其举报。

图片或文字侵权：如果其他卖家未经提交者的许可就在商品详情页面上使用了提交者的版权图片，那么提交者可以举报该图片存在侵权。但是，如果提交者只是举报图片或文字，那么对应的商品详情页面和ASIN仍保持有效。当提交者

举报图片或文字而非整个ASIN时，提交者只是提及该图片或文字存在侵权行为，而不是整个ASIN或商品详情页面存在侵权。

C. 专利侵权

如果Amazon.sg上的ASIN或商品侵犯了提交者的专利，那么提交者可以举报整个ASIN。如果平台接受提交者的举报，平台将移除该ASIN。

(四) 亚马逊不接受的侵权通知类型

A. 独家经销协议和最低宣传价格(MAP)协议：

亚马逊尊重制造商为其商品签订独家经销协议的权利。但是，违反此类协议并不构成侵犯知识产权。这些协议的执行是制造商和经销商之间的事务，因此亚马逊不会协助此类执行活动。

B. 兼容性：

亚马逊不会强制施行通知，要求移除表明与商标商品兼容的真实陈述。如果商品详情页面明确且真实地声明该页面上销售的商品与商标商品兼容，则亚马逊不会对针对商标用语使用的通知采取措施。

C. 知识产权的地域性：

如果提交者举报注册商标或专利的侵权行为，则提交者的注册商标或专利必须在其举报侵权行为的国家/地区进行注册。如果知识产权通知涉及的注册商标、设计或专利所在的国家/地区不是发出删除要求所针对的国家/地区，亚马逊不会采取措施。例如，如果提交者在意大利注册了商标，并且

要求亚马逊从新加坡的Amazon.sg移除相应ASIN，那么亚马逊可能会拒绝提交者的通知。

注意：亚马逊不会容忍任何滥用通知提交流程的行为，包括但不限于冒充其他品牌、篡改商品详情页面语言，以及反复举报并未侵权的卖家。被发现具有侮辱性行为的权利所有者可能会失去其销售权限。

如果品牌未在亚马逊品牌注册中注册，请使用平台面向公众的“举报侵权”表单。

（五）举报侵权时如何获取卖家编号？

如果卖家的商品侵犯了他人的知识产权，或者在亚马逊商城销售的商品侵犯了他人的知识产权，那么权利所有者可以使用RAV或举报侵权表单来提供两种信息中的一种：

1. 针对相关ASIN（商品）的所有卖家商品信息
2. 特定卖家的商品

如果权利所有者确定了要举报的ASIN，卖家编号将通过举报侵权表单和RAV自动填入平台的系统。

如果权利所有者提供ASIN或URL，RAV和举报侵权表单将自动填充发布该ASIN或商品详情页面的卖家列表。在提交知识产权侵权举报通知时，请选择【全部卖家】或【特定卖家】选项。

（六）提交侵权通知的结果

提交者将收到一条确认消息，表明平台正在审核提交者的侵权通知。提交者的通知得到处理之后，平台将向提交者发送一封后续邮件。

如果提交者的通知有效，平台向负有责任的卖家告知提交者提出的索赔，并在卖家有任何后续问题时向其提供提交者的次要联系信息。

注意：如果提交者的次要联系信息不可用，平台将向卖家提供提交者的主要联系信息。

如果提交者的侵权通知被接受，平台将移除提交者举报的内容并对负有责任的卖家采取适当的措施。但是，具体措施为机密信息。

如果提交者的侵权通知被拒绝，平台将不会移除提交者举报的内容，也不会对卖家采取任何措施。提交者将收到一封通知，其中包含拒绝提交者的侵权通知的原因。

重要提示：如果提交者持续提交不准确或虚假的通知，平台可能会撤销提交者的提交权限。

二、应对投诉

（一）回复知识产权侵权通知

如果卖家收到侵权通知或警告，但认为权利所有者或亚马逊的处理有误，卖家可以提出申诉或争议。

通知或警告的类型	卖家可以采取的措施
----------	-----------

<p>对于卖家从未在亚马逊上销售的商品</p>	<p>回复所收到的通知，并说明自己从未销售过所报告的商品。平台将展开调查，以确定这其中是否出现差错。</p>
<p>如果卖家与权利所有者建立了关系</p>	<p>如果卖家持有的许可或其他协议允许卖家使用通知中指出的知识产权，请联系提交投诉的权利所有者，请求对方撤回。如果平台收到权利所有者的撤回请求，卖家的内容可能会被恢复。</p>
<p>商品或包装上的商标</p>	<p>使用卖家账户中显示的账户状况控制面板提供可证明商品真伪</p>
<p>侵权行为或假冒侵权行为</p>	<p>的发票或订单编号。然后，平台将重新评估该通知，卖家的内容也可能会恢复。</p>
<p>商品详情页面上的商标侵权行为或假冒侵权行为</p>	<p>修改商品详情页面以确保其不侵犯商标权，然后前往账户状况页面提交申请。</p> <p>或</p> <p>如果认为自己的商品被错误移除，可以前往账户状况页面提交申请。请提供支持文件（例如授权书、许可协议）。然后，平台将重新评估该通知，卖家的内容也可能会恢复。</p>
<p>专利侵权</p>	<p>回复所收到的通知，并说明自己认为处理有误的具体原因。卖家还可以提供法院命令，证明自己的商品未侵权，或者声称的专利无效或无法执行。</p>

<p>版权侵权</p>	<p>卖家可以根据《新加坡版权法》提交反驳通知。反驳通知必须发送至版权警告中提供的电子邮件地址，其中必须包含：</p> <p>.卖家的手写签名或电子签名。卖家可以通过电子方式签名，具体方式为键入卖家的姓名，并指明其用作签名：“/s/卖家名称”。</p> <p>.指明已被移除或禁止访问的材料，以及材料被移除或禁止访问之前出现的具体位置。ASIN通常可以满足要求。</p> <p>.一份声明，表明卖家确信材料由于出现错误或误识别而被移除或禁用，如所言不实，甘受伪证罪处罚。</p>
<p>通知或警告的类型</p>	<p>卖家可以采取的措施</p>
	<p>.卖家的姓名、地址和电话号码，以及一份表明自己同意接受新加坡法院司法管辖、并且自己将接受举报版权侵权行为的个人或其代理人送达的法律文件的声明。</p>

(二) 收到多个知识产权侵权警告

如果卖家收到多个知识产权侵权警告，且认为自己销售的不是侵权商品，请通过卖家平台提交申诉，并提供以下信息：

涉嫌侵权的ASIN列表和以下至少一项（如适用）：

- a. 证明商品真伪的发票（可以删除定价信息）；或
- b. 证明商品真伪的订单编号；或

c. 权利所有者提供的授权书（不能是转发电子邮件）；
或

d. 认定自己的商品未侵犯宣称的知识产权或宣称的知识产权无效或无法执行的法院命令。

（三）账户暂停

如果卖家的账户因通知商品或内容侵犯知识产权而被暂停，卖家可以向平台提供一份切实可行的行动计划。要了解更多信息，请参阅创建恢复销售权限的行动计划4。

卖家应该通过账户控制面板发送行动计划，或者回复收到的账户暂停通知。平台将评估卖家的行动计划，并确定卖家的账户是否可以恢复。请注意，亚马逊会在适当的情况下终止反复侵权者的账户。

（四）卖家应该遵守相关法律

亚马逊非常重视知识产权侵权问题。即使卖家在不知情的情况下侵犯了知识产权，平台仍然会采取措施，并且卖家账户可能会收到警告或被暂停。卖家应该咨询律师寻求帮助，以确保自己具有适当的程序来防止知识产权侵权。

第三章 日本站

第一节知识产权保护政策

一、商标 (Trademark)

(一) 什么是商标?

商标是指公司用来识别其商品或服务并将其与其他公司的商品和服务区分开来的文字、符号或设计，或其组合（如品牌名称或标志）。换句话说，商标表示了商品或服务的来源。一般来说，商标法旨在防止买家对商品或服务的来源产生混淆。

【示例】“亚马逊”是平台的许多商品和服务所使用的商标。其他的亚马逊商标包含图片和文字，如“Available at Amazon”商标。



商标所有者可在特定国家/地区的商标局（如日本特许厅）进行注册来保护商标。

(二) 商标保护包括哪些方面?

一般来说，商标法保护商品和服务的卖家免于买家对特定商品或服务的来源产生混淆。如果他人使用某种特定标志或易混淆的近似标志，可能导致买家对所售商品是否是商标所有者的商品产生混淆，那么商标所有者可以阻止他人使用该标志。

（三）亚马逊商城显示哪些类型的商标？

商标通常以商品详情页面上发布的商品和品牌名称的形式在亚马逊的商品详情页面上显示。例如，商标“Pinzon”在品牌名称或如下所示的商品详情页面的“首行”部分中显示。



日本特许厅提供了相关资源，可供了解有关商标的更多信息。

（四）卖家是否始终需要权利所有者的许可才能使用商标？

不是商标所有者不一定意味着卖家不能销售其他公司的商品。通常来讲，如果卖家在创建详情页面时未经授权使用商标，则仅当这一行为可能导致商品的来源发生混淆时，才会构成侵权。

（五）作为卖家，何时可以使用他人的商标？

通常，卖家可以在以下情况下使用他人的商标：

A. 如果销售正品，卖家可以使用商标名发布这些商品。

B. 使用商标文字和普通字典含义时。

(六) 如何确保在亚马逊商城销售商品时不违反商标法?

请务必确保所销售的商品，以及商品信息的内容没有侵犯他人的商标，否则可能会失去销售权限，并面临可能产生的法律后果。如果决定在亚马逊上销售商品，请先考虑以下问题：

A. 销售的商品是否来自可靠的经销商？

B. 这些商品是如何获得的？如果出现问题，能否证明相关商品是正品？

C. 描述这些商品的方式是否会给买家造成混淆？

D. 是否以不会造成混淆且真实的方式（通常允许）而非相似的方式（不允许）使用品牌名称或商标来描述兼容性？

下表展示了基于亚马逊商品信息政策的正确和不正确的品牌商品示例：

商品名称	品牌	商品状态
AmazonBasics s扬声器	(留空)	非在售商品 ，由于“品牌”字段错误所致。由于“品牌”属性为空（不是“AmazonBasics”），商品名称不能暗示该商品就是AmazonBasics商品。

AmazonBasics 扬声器	AmazonBasics	在售商品 ，具有正确的“品牌”字段使用方式和可接受的商品名称。
6英尺长USB充电线，与AmazonBasics 扬声器兼容	(留空)	在售商品 ，可接受的商品名称和品牌字段使用，如果充电线仅与AmazonBasics扬声器兼容，而不与所有其他电子设备兼容（如果充电线兼容多个品牌而不是所有品牌，则可以接受在商品名称中使用最重要的品牌，并在要点中注明其他品牌）。商品名称表明兼容性，但并不暗示这是AmazonBasics品牌商品；普通商品的“品牌”字段可以留空。
配备六英尺长USB充电线的无线扬声器，与AmazonBasics 扬声器兼容	无线扬声器公司	在售商品 ，使用了正确的品牌字段和可接受的商品名称，如果充电线仅与AmazonBasics扬声器兼容，而不与所有其他电子设备兼容（如果充电线兼容多个品牌而不是所有品牌，则可以接受在商品名称中使用最重要的品牌，并在要点中注明其他品牌）。

如果不确定，则应咨询律师。

(七) 什么是假冒？

假冒是商标侵权的一种特定类型。假冒是指非法仿制注册商标或与注册商标极其类似的标志，以销售非商标持有者的商品。

假冒需要在商品或包装上使用注册商标。

在【不同的】商品详情页面上出售的相似商品，即使商品可能与商标商品相似或相同，如果未不当使用注册商标，也不属于假冒商品。但相似商品可能侵犯其他知识产权（如设计权），或违反其他法律（如《反不正当竞争法》）。

（八）亚马逊为了打击假冒商品的品牌保护规则包括哪些？

1. 亚马逊品牌注册（BrandRegistry）

近年来亚马逊不断推进品牌化，其倡导入驻平台的卖家在对应国家申请或注册商标，并在亚马逊平台进行品牌注册（BrandRegistry），以达到品牌打造、品牌分析以及品牌保护的目。目前，亚马逊品牌注册接受日本商标局签发的待处理商标，即在获得商标受理通知书后就能以申请中的商标进行品牌注册的申请。

2. 亚马逊零计划（ProjectZero）

零计划（ProjectZero）的自动保护功能可自动识别并移除可疑的假冒商品；而假冒商品自助移除工具则赋予品牌商直接自行移除假冒商品的功能，借此可以使亚马逊上的假冒商品“清零”。

3. 亚马逊IP加速器（IPAccelerator）

IP加速器（IPAccelerator）通过网络将卖家与值得信赖的知识产权律师事务所连接起来，这些律师事务所具有竞争力的价格提供高质量的商标注册服务，帮助卖家更快获得品牌保护。亚马逊为使用IP加速器的卖家提供亚马逊商店

中品牌保护和品牌建设功能的访问权限，以便在卖家的商标注册正式公布前数月甚至数年更好地保护和发展其品牌。

4. 亚马逊透明计划 (Transparency)

透明计划 (Transparency) 是亚马逊为品牌商和消费者提供的一项商品追踪和真伪验证服务。它能事先防止假货商品在亚马逊上销售，有效避免卖家品牌的产品被假货跟卖。透明计划是一种产品序列化服务，可帮助识别单个单元产品并主动防止假冒产品到达客户手中。

5. 亚马逊全球打假团队 (Counterfeit Crimes Unit)

亚马逊全球打假团队 (CCU) 通过利用法律工具和执法部门来保护客户、品牌和卖家，以追究造假者的责任。平台通过与品牌密切合作，检测、调查和清除平台商店中的假冒商品，并将造假者确定为全球起诉的目标，将案件提交执法部门、进行调查和提起诉讼来查封假冒产品并为权利人伸张正义，从而制止造假者。

二、版权 (Copyright)

(一) 什么是版权？

通常，版权法旨在激励为了公众利益而创作原创作品。要获得版权保护，作品必须是由作者创作的，且必须具有一定程度的创新性。如果是某个原创作品的作者，且创作该作品时并未接受他人的指导，那么该作者通常拥有该作品的版权。

(二) 如何获知自己是否拥有详情页面上所用一张或多张图片的版权？

如果为自己的商品拍摄照片，通常可获得所拍照片的版权保护，并可在商品详情页面上使用该照片销售该商品。但是，如果照片是从他人网站上获取的，则在没有取得该网站所有者许可的情况下，卖家不得将此照片上传至商品详情页面。

注意：当某位卖家将版权图片添加到商品详情页面时，该卖家便授予了亚马逊及其附属公司使用该材料的许可。即使该卖家不再销售该商品，其他卖家也可以在该卖家已添加版权图片的页面上发布商品进行销售。为了避免侵犯他人版权，请确保仅上传自己创作的图片或文本，或者已获得版权持有者上传许可的图片或文本。

(三) 如何获知自己是否拥有所售商品的版权？

请务必确保自己所销售的商品没有侵犯他人的版权，否则可能会失去销售权限，并面临可能产生的法律后果。

如果卖家已获得版权所有者的许可，或者版权已用尽，或许可以在亚马逊上销售其他人的版权作品。版权用尽通常允许转售合法购买的正品实物（如书籍或CD），无需获得版权所有者的许可。

【示例】 如果卖家决定在亚马逊上销售他人的二手图书，便是在销售他人的版权作品。版权用尽可为转售合法购买的正品之行为提供保护，因此卖家通常可以销售其所拥有的图书的副本，无需进一步获得版权所有者的许可。

三、专利 (Patent)

(一) 什么是专利？

专利是针对发明的一种法律保护形式。已公布的专利可授予其所有者禁止他人在固定年限内制造、使用、转让、提供转让，或将发明进口至日本的权利。

(二) 专利、商标和版权有什么区别？

专利与版权的不同之处在于，它不为图书或照片等创造性作品的表现内容提供保护，而是保护某种特定的发明，如新的图书印刷方法或新的相机类型。

(三) 如何确保在亚马逊商城销售商品时不侵犯他人的设计权？

商品的制造商或授权经销商也许可以帮助卖家解决专利的相关问题。如果卖家不确定自己的内容或商品是否侵犯了他人的专利，应该先咨询律师，再将商品发布到亚马逊。

四、外观设计专利 (Industrial Designs)

(一) 什么是外观设计专利？

外观设计专利是针对物体的原始装饰性塑料外形或可能应用于商品的线条和颜色组合的一种法律保护形式。外观设计专利可为商品外观提供保护，并与商品具有内在联系。

(二) 如何确保在亚马逊上销售商品时不侵犯他人的外观设计专利？

商品的制造商或经销商也许可以帮助卖家解决外观设计专利的相关问题。如果卖家不确定自己的内容或商品是否侵犯了他人的外观设计专利，应该先咨询律师，再将商品发布到亚马逊。

五、设计权 (Designrights)

(一) 什么是设计权？

设计权是外观设计的一种法律保护形式。已发放的设计权可授予其所有者禁止他人在固定年限内制造、使用、转让、提供转让，或将受设计权保护的商品进口至日本的权利。

(二) 设计权、商标和版权有什么区别？

设计权与商标的不同之处在于，它为商品的创新设计（如符合人体工程学的椅子的新造型）而不是为用于识别商品来源（如商品的品牌名称）的文字或标志提供保护。设计权与版权的不同之处在于，它不为图书或照

片等创造性作品的表现内容提供保护，而是保护商品的创新设计，如椅子的新造型。

（三）如何确保在亚马逊上销售商品时不侵犯他人的设计权？

商品的制造商或经销商也许可以帮助卖家解决设计权的相关问题。如果卖家不确定自己的内容或商品是否侵犯了他人的设计权，应该先咨询律师，再将商品发布到亚马逊。

第二节知识产权侵权处理规则

日本站知识产权侵权处理规则与欧洲站基本相同，请参见本部分第一章第二节。

第二部分

虾皮电商平台知识产权政策

东南亚国家站点

第一章马来西亚

第一节知识产权侵权处理规则

一、侵犯知识产权的行为与特点

(一) 刊登侵犯知识产权或仿冒商品

•侵权商品：指未经知识产权所有者授权，擅自使用商标、版权、设计、专利或其他合法保护的知识产权的商品。例如，未经授权的品牌服装、含有未经授权图像的设计等

•假冒商品：指在未经品牌所有者许可的情况下，制造、销售或发布仿冒知名品牌的商品，以冒充正版商品的身份

【侵权及假冒商品详细解读】

以下为常见违规行为及侵权类型，包括但不限于：

•伪造或复制官方商品：发布与现有官方商品完全仿制或复制的商品

•品牌未生产的商品：售卖虚构或未由品牌生产的商品

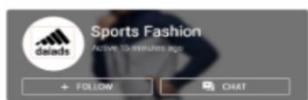
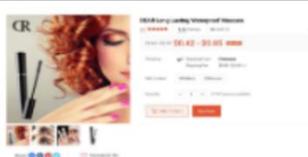
•未经授权的商标使用：商品、包装或宣传材料上使用注册商标，未获得商标所有者授权

- 仿品或相似商品：即使商标标志有所更改，但商品外观与品牌商品相似，且未获得授权

- 非法销售：销售未经合法授权分销的品牌商品

- 滥用商标名称：宣称商品与特定品牌兼容，但未获得商标所有者授权

【侵权及假冒商品示例】

类型	示例	描述	注*
商标侵权		在商品、标题或店铺装修中使用注册品牌的名称、logo 或相关元素，未获得授权。	“Daiads” (此为虚构品牌，仅用于示例说明)
版权侵权		音乐、电子书、图片及其他由作者或品牌创作的作品受版权保护，未经许可使用构成侵权。	“DEAR” (此为虚构品牌，仅用于示例说明)
设计侵权		复制或模仿他人的设计或视觉外观，未获得明确许可即视为侵权行为。	“Rocks” (此为虚构品牌，仅用于示例说明)
专利侵权		制造或销售受专利保护的发明商品，即使未有意复制，仍可能构成侵权。	“无叶风扇技术”为另外一家公司的专利

若卖家刊登商品时在商品标题、商品描述、商品图片、店铺描述或图片等处提及“Authentic”（真实的）、“Original”（原版的）、“Genuine”（正品）等词语，应提供商品正品证明（表1）。若卖家无法提供有效证明，违规商品将被删除并产生计分和惩罚（详见第11页“卖家计分系统”）。

表1

卖家身份	需提供证明
品牌方	品牌/商标注册证明
经销商	1. 品牌/商标注册证明 ; 2. 品牌授权书

(二) 违规使用虾皮平台官方相关内容

应注意的是，若卖家违规使用Shopee官方相关内容，包括但不限于虾皮标志、虾皮吉祥物、虾皮营销宣传等内容，从而误导买家认为店铺与Shopee官方有关联或店铺被Shopee官方认证（图1），即使售卖产品未涉及侵权，也会因为品牌名称侵权而产生相应计分。



图1

但是，若Shopee官方标志仅用于美化卖家店铺标志/图片（图2），买家不会被误导店铺与Shopee官方有关联，则该行为将不会被判定为违规使用Shopee官方相关内容。

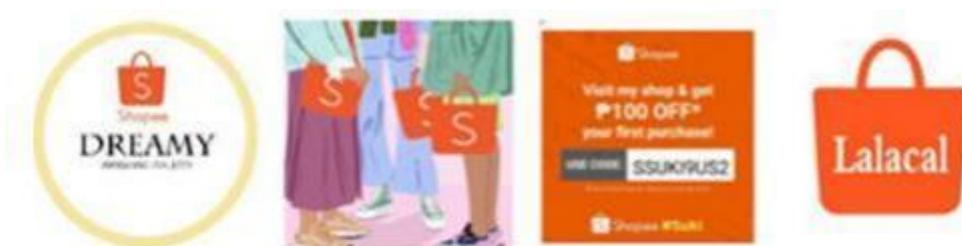


图2

二、知识产权侵权惩罚机制

Shopee会定期检查卖家店铺运营和商品刊登情况，若发现卖家有疑似侵犯第三方知识产权的行为，且无法提供官方正品证明或品牌授权书，违规商品将会被删除，并根据卖家计分系统给予计分。

Shopee卖家计分系统是一个惩罚机制的综合计算系统，通过追踪店铺运营状况给予卖家计分和惩处，以督促卖家规范运营店铺并遵守平台规则。卖家计分系统会根据知识产权侵权等违规行为对卖家进行计分，包括但不限于刊登违规商品和运输违禁品等侵犯第三方知识产权的行为（详见表2），并且产生相应惩罚（详见表3）。

表2

计分维度	常见违规行为	每周给予计分
违反上架规范	禁止刊登，售卖禁止上架商品或广告	最高6分
	劣质刊登，包括误导性定价，关键词的滥用和商品重复刊登等。	
	侵犯知识产权或假冒商品 (通常给予1-2分)	最高6分
	菲律宾站点差质量商品	最高3分
订单表现规范	未完成订单数量和订单未完成率没有达到对应站点的要求	最高4分

	迟发货订单数量和迟发货订单率没有达到 对应站点的要求	最高2分
客户服务	粗鲁或辱骂性聊天或评论	最高2分 /关店
	要求买家取消订单	
	聊聊回应率过低	
运输违禁品	寄运A类禁运品	最高15分
	寄运B类禁运品	
鉴赏期 (仅适用台湾虾皮)	在商品描述、卖场介绍、聊天内容向消费者传达违反鉴赏期规范的内容	最高2分
运输空包裹或与订单不符的商品	订单不符包括发出的货品与上架商品描述不符，或购买数量与包裹中商品数量不符	最高6分
刷单行为	通过创建虚假订单、评论、关注和点赞以促进出单的欺骗行为	最高15分
加购优惠商品限制	赠品的备货天数高于主商品的备货天数	最高2分

表3

累计计分	3	6	9	12	15	> 15后每3分
处分等级	1级	2级	3级	4级	5级	6级
禁止参加Shopee主题活动 (28天)	•	•	•	•	•	•
无法享有Shopee运费或者活动补贴 (28天)		•	•	•	•	•
商品将不会出现在浏览页面中 (28天)		•	•	•	•	•
商品将不会出现在搜索结果中 (28天)			•	•	•	•
不允许创建/修改商品 (更改库存除外) (28天)				•	•	•
冻结账户 (28天)					•	•

应注意的是，侵权情节严重的卖家可能受到额外惩处：

1. 若当季度卖家店铺仿冒/侵权商品的计分累计大于等于3分，卖家店铺将可能被冻结28天；

2. 若当季度卖家店铺仿冒/侵权商品的计分累计大于等于6分，卖家店铺将可能被永久冻结。

3. 若卖家违规商品被删除并计分后，再次上传相同的违规商品，将可能产生额外1分罚分，严重者或导致店铺冻结。

累积的计分将于每个季度的首个星期一（1月、4月、7月、10月）清零，届时所有卖家可以重新计分，但是相

应的惩罚（如店铺冻结28天）会正常生效，不会因跨越新季度而清零。在惩罚期28天结束后，若卖家采取相应措施整改店铺，将重新获得相关销售权益，详情请参考以下案例：

案例1：卖家A在第三周产生3个计分，在惩罚期28天结束后，将在第7周重新获得权益（图3）。



图3

案例2：卖家B在第3周产生3个计分，在第5周产生3个计分，两次计分会累积计算处分等级，将在第9周重新获得权益（图4）。

图4



案例3: 卖家C在新季度开始前1周产生3个计分, 新季度开始后又产生3个计分, 新产生的计分会重新计算处分等级(图5)。

图5



卖家可以在卖家中心>>账户健康状态页面下查看我的计分, 查询目前的计分和惩罚记录(图6)。



图6

受到检举侵权或计分的卖家可以联系虾皮跨境客服热线（400-126-8888）或卖家学习中心网站（<https://shopee.cn/edu/home>）右侧边栏的在线人工客服进行申诉，若申诉成功，计分将被取消并恢复卖家相应的销售权益。

三、知识产权侵权检举指南

为保护卖家知识产权权益，Shopee推出了知识产权侵权检举流程及计分规定。对于存在商标、版权、工业设计、专利、图片等侵权行为的店铺，卖家可以通过以下途径检举：

（一）商标、版权、工业设计、专利侵权

目前，平台已推出Shopee品牌知识产权（IP）网站，致力于维护卖家和知识产权所有人利益，为所有用户打造一个安全可靠的市场环境。

卖家可以通过Shopee品牌知识产权网站提交知识产权侵权案例供Shopee审查。

(二) 图片侵权

1. 检举途径

各站点检举途径有所不同，您需根据店铺类型及所在站点选择对应的检举方式（见表4）。

表4

检举店铺类型	站点	举报途径	链接
所有店铺	台湾站点	台湾站点自助服务中心	https://self-service.twtc.shopee.tw/
跨境店铺	除台湾站点	Shopee 跨境卖家自助服务站（企微账号登录）	https://solutions.shopee.cn/sellers/home/
本地店铺	越南、菲律宾	Shopee 品牌知识产权（IP）网站	https://shopee.cn/edu/article/20342
本地店铺	其他站点	Shopee 跨境卖家自助服务站（企微账号登录）	https://solutions.shopee.cn/sellers/home/

针对盗用商品图片侵权行为，检举方可使用企业微信登录跨境卖家自助服务站（以下简称“自助站”），通过知识产权检举功能进行检举（图7）：



图7

2. 检举所需材料

(1) 未经图像处理的拍摄原图，并附上该原图的属性截图（图8），用于展示图片拍摄时间或相机型号等详细信息；



图8

(2) 相关图片Photoshop文件 (PhotoshopDocument, 简称PSD) 编辑界面截图, 需能明确展示出构图元素及图层构建过程;

(3) 侵权卖家使用检举方店铺水印的图片。

应注意的是, 检举方无法仅凭借从产品供应商取得的商品原图检举其他店铺, Shopee将不受理使用供应商原图作为证据的图片侵权检举。如确需检举, 请检举方首先向其产品供应商确认, 被检举对象是否从供应商处获取了图片使用授权, 明确被检举对象并未获得授权后再进行检举, 并提供与供应商沟通过程的截图。

四、检举结果查询及后续流程

(一) 检举结果查询

1. 商标、版权、工业设计、专利侵权

Shopee平台收到品牌方或权利方的检举后, 于15个工作日内在Shopee品牌知识产权(IP)网站上反馈检举结果, 以自主登录查询。

2. 图片侵权

Shopee在接收到卖家的检举后, 将于5个工作日内在自助站上反馈检举是否成立(图9)。

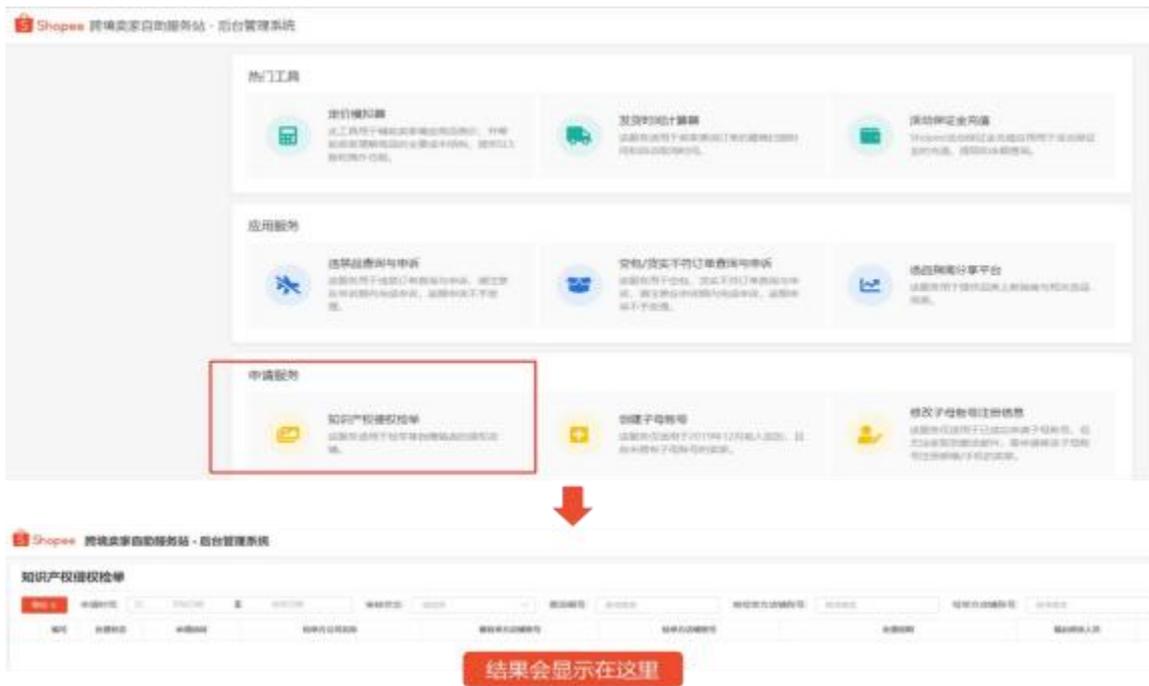


图9

(二) 检举成立后

Shopee会定期收集侵权检举记录，若检举成立，Shopee将向被检举卖家发送邮件及卖家中心消息通知，被检举卖家需在7个自然日内进行申诉或店铺整改，若申诉逾期或失败，或未完成店铺整改，店铺将被冻结28天并受到计分15分，相关违规商品将被删除（流程详见图10）。被检举卖家处理后的相关结果将反馈于检举表单内，可进入自助站查看。

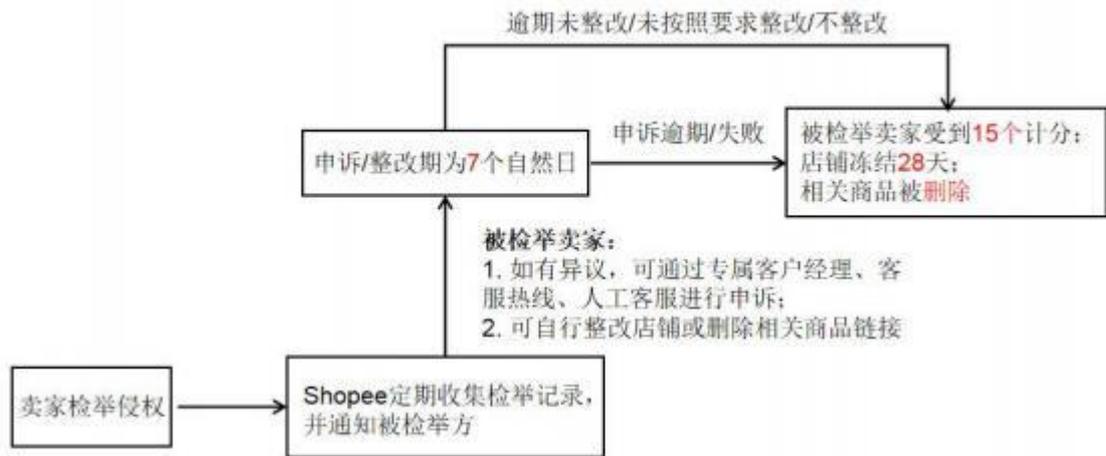


图10

五、知识产权侵权自检方式

卖家可通过以下方式自检其店铺商品是否侵犯他人知识产权侵权：

（一）前往卖家中心>>账户健康状态>>违反上架规范，查看严重违规商品>>仿冒品或侵犯知识产权商品。如有违规，会在此处列出（图11）。



图11

(二) 留意卖家中心的“小铃铛”，若收到Shopee产品违规通知，应在期限要求内（约7个工作日）进行整改并删除违规商品（图12）。

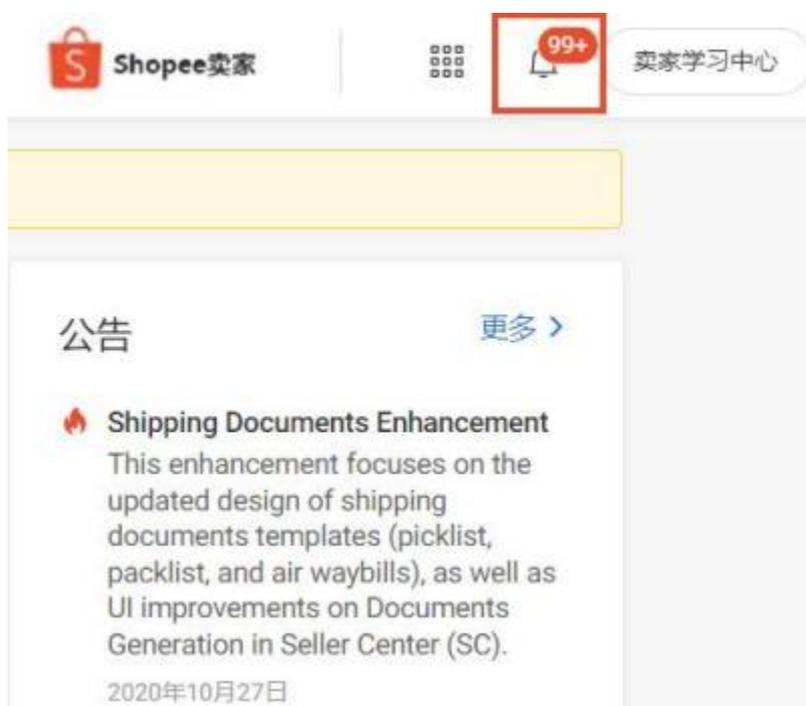


图12

(三) 检查商品Listing是否存在知识产权侵权风险。

卖家应注意店铺名称（图13）、商品标题（图14）、商品描述中是否含有已注册商标或品牌名称。若含有相关字眼，需提供官方正品证明或品牌授权书。



店铺名违规侵权

图13

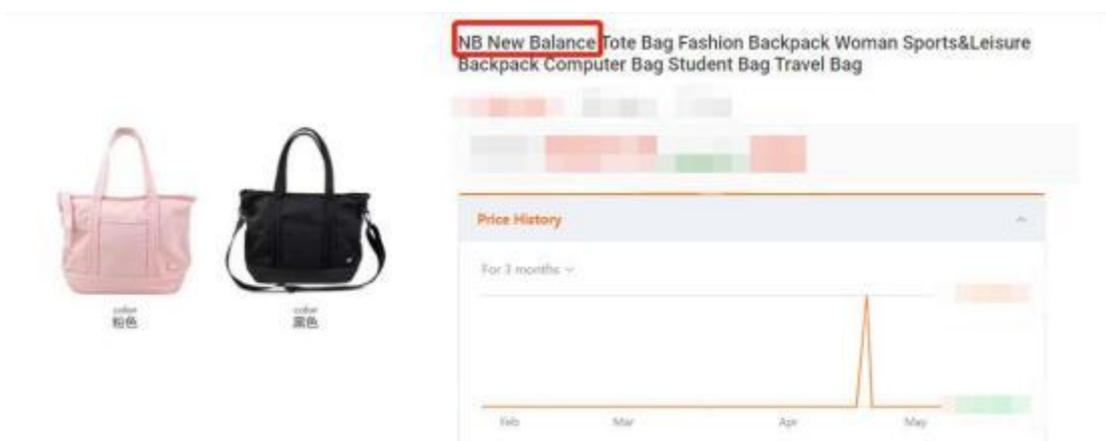


图14

为保持店铺规范运营，避免影响店铺表现及销售权限，卖家应定期自查店铺商品，及时下架或删除侵权商品。如有任何疑问，卖家可以联系其客户经理，或致电虾皮跨境客服热线（400-126-8888），或虾皮卖家学习中心网站（<https://shopee.cn/edu/home>）的右侧边栏在线人工客服了解详情。

第二节知识产权保护规则

一、Shopee网站信息使用规定

根据Shopee服务条款（Terms of Service）第3条，Shopee网站中显示的专属内容、商标、服务标志、版权、品牌名称和其他知识产权均为Shopee或第三方所有。Shopee用户无权复制、分发、公开展示、修改、出租、出售、再创作其内容或衍生作品。根据第6.4条，若Shopee收到关于知识产权侵权的检举或指控，被检举卖家应同意Shopee及其指定人员有权删除或暂停其在网站上发布的任何内容。

二、禁止和限制物品政策

根据禁止和限制物品政策（Prohibited and Restricted Items Policy）第2条，卖家禁止刊登侵犯知识产权商品，包括但不限于侵犯了第三方知识产权的仿冒品或未经授权的复制品。

三、Shopee商城100%正品政策

根据Shopee商城100%正品政策（Shopee Mall 100% Authentic Product Policy），商城卖家刊登的商品必须100%是正品。仿冒品包括但不限于以欺骗和误导为目的，完全仿冒现有品牌制造的商品：

1. 违反当地法律的商品；
2. 现有品牌商品的仿冒品或复制品，即高仿或完全模仿现有品牌生产的商品，意图欺骗或欺诈；
3. 现有品牌未曾设计、制造的商品
4. 未经商标所有人许可，在商品本身、包装或相关宣传材料上使用特定品牌的注册商标；
5. 未经商标所有人许可，商品含有特定设计元素，例如卡通人物或特定色彩；
6. 未经商标所有人许可，商品具有与特定品牌非常相似的特征（例如：特定品牌商品的复制品，无论商品logo是否更改）；
7. 在商品Listing中未使用特定商标，但实际商品含有特定商标；
8. 在商品Listing中使用含有现有商标的图片或照片。

四、ShopeeSCommerce销售条款

根据ShopeeSCommerce销售条款（SCommerceTermsof Sale）第12条，若卖家在Shopee侵犯他人知识产权，应同意承担所有相关责任及赔偿，避免Shopee遭受索赔、责任、损失、法律费用。

五、ShopeeFood服务条款

根据ShopeeFood服务条款（ShopeeFoodTermsofService）第10条，在用户使用ShopeeFood平台订购任何产品时，应注意平台上所有的信息、用户档案、照片、文本、材料、商标、图形、音频、视频、评级系统、评论、概念、数据、位置数据、标识、按钮图标、照片、图像和广告，包括其页面布局和用户界面（“知识产权”）均由Shopee拥有或授权。商户的商标、资料、图像、文字、插图、标识、设计、图标、照片等其他知识产权均属于商户所有。使用在平台上展示的任何商标，均需获得相关商标所有人的明确授权许可。

六、Shopee快递一般条款

根据Shopee快递一般条款（ShopeeExpressGeneralTermsandConditions）第2条，Shopee快递不承担任何包含禁运货物的运输，其中包括侵犯知识产权的货物：伪造、仿冒或未经知识产权所有人许可授权的产品复制品。

七、Shopee国际平台服务条款

Shopee马来西亚站点的卖家可以同时Shopee附属公司的网站、移动应用程序或其他互联网域名（统称为“Shopee海外网站”）上刊登其商品（简称为“国际平台项目”）。根据Shopee国际平台服务条款（ShopeeInternationalPlatformTermsofService）第4条，卖家应承诺在Shopee海外网站上刊

登的商品不会侵犯第三方知识产权，并且Shopee海外网站展示该商品不会侵犯第三方权益。

第二章 新加坡

第一节知识产权侵权处理规则

其他站知识产权侵权处理规则与马来西亚站点基本相同，请参见本部分第一章第一节。

第二节知识产权保护规则

一、Shopee网站信息使用规定

根据Shopee服务条款（TermsofService）第3条，Shopee网站中显示的专属内容、商标、服务标志、版权、品牌名称和其他知识产权均为Shopee或第三方所有。Shopee用户无权复制、分发、公开展示、修改、出租、出售、再创作其内容或衍生作品。根据第6.4条，若Shopee收到关于知识产权侵权的检举或指控，被检举卖家应同意Shopee及其指定人员有权删除或暂停其在网站上发布的任何内容。

二、禁止和限制物品政策

根据禁止和限制物品政策（ProhibitedandRestrictedItemspolicy）第2条，卖家禁止刊登侵犯知识产权商品，包括但不限于侵犯了第三方知识产权的仿冒品或未经授权的复制品。

三、Shopee商城100%正品政策

根据Shopee商城100%正品政策（ShopeeMall100%AuthenticProductPolicy），商城卖家刊登的商品必须100%是正品。仿冒品包括但不限于以欺骗和误导为目的，完全仿冒现有品牌制造的商品：

1. 违反当地法律的商品；

2. 现有品牌商品的仿冒品或复制品，即高仿或完全模仿现有品牌生产的商品，意图欺骗或欺诈；

3. 现有品牌未曾设计、制造的商品

4. 未经商标所有人许可，在商品本身、包装或相关宣传材料上使用特定品牌的注册商标；

5. 未经商标所有人许可，商品含有特定设计元素，例如卡通人物或特定色彩；

6. 未经商标所有人许可，商品具有与特定品牌非常相似的特征（例如：特定品牌商品的复制品，无论商品logo是否更改）；

7. 在商品Listing中未使用特定商标，但实际商品含有特定商标；

8. 在商品Listing中使用含有现有商标的图片或照片

。

第三章 泰国

第一节知识产权侵权处理规则

其他站知识产权侵权处理规则与马来西亚站点基本相同，请参见本部分第一章第一节。

第二节知识产权保护规则

一、Shopee网站信息使用规定

根据Shopee服务条款（Terms of Service）第3条，Shopee网站中显示的专属内容、商标、服务标志、版权、品牌名称和其他知识产权均为Shopee或第三方所有。Shopee用户无权复制、分发、公开展示、修改、出租、出售、再创作其内容或衍生作品。根据第6.4条，若Shopee收到关于知识产权侵权的检举或指控，被检举卖家应同意Shopee及其指定人员有权删除或暂停其在网站上发布的任何内容。

二、禁止和限制物品政策

根据禁止和限制物品政策（Prohibited and Restricted Items Policy）第2条，卖家禁止刊登侵犯知识产权商品，包括但不限于侵犯了第三方知识产权的仿冒品或未经授权的复制品。

三、Shopee商城100%正品政策

根据Shopee商城100%正品政策（ShopeeMall100%AuthenticProductPolicy），商城卖家刊登的商品必须100%是正品。仿冒品包括但不限于以欺骗和误导为目的，完全仿冒现有品牌制造的商品：

1. 违反当地法律的商品；

2. 现有品牌商品的仿冒品或复制品，即高仿或完全模仿现有品牌生产的商品，意图欺骗或欺诈；

3. 现有品牌未曾设计、制造的商品

4. 未经商标所有人许可，在商品本身、包装或相关宣传材料上使用特定品牌的注册商标；

5. 未经商标所有人许可，商品含有特定设计元素，例如卡通人物或特定色彩；

6. 未经商标所有人许可，商品具有与特定品牌非常相似的特征（例如：特定品牌商品的复制品，无论商品logo是否更改）；

7. 在商品Listing中未使用特定商标，但实际商品含有特定商标；

8. 在商品Listing中使用含有现有商标的图片或照片

。

四、ShopeeFood服务条款

根据ShopeeFood服务条款（ShopeeFoodTermsofService）第10条，在用户使用ShopeeFood平台订购任何产品时，应注意平台上所有的信息、用户档案、照片、文本、材料、商标、图形、音频、视频、评级系统、评论、概念、数据、位置数据、标识、按钮图标、照片、图像和广告，包括其页面布局和用户界面（“知识产权”）均由Shopee拥有或授权。商户的商标、资料、图像、文字、插图、标识、设计、图标、照片等其他知识产权均属于商户所有。使用在平台上展示的任何商标，均需获得相关商标所有人的明确授权许可。

第四章 印度尼西亚

第一节知识产权侵权处理规则

其他站知识产权侵权处理规则与马来西亚站点基本相同，请参见本部分第一章第一节。

第二节知识产权保护规则

一、Shopee网站信息使用规定

根据Shopee服务条款（TermsofService）第3条，Shopee网站中显示的专属内容、商标、服务标志、版权、品牌名称和其他知识产权均为Shopee或第三方所有。Shopee用户无权复制、分发、公开展示、修改、出租、出售、再创作其内容或衍生作品。根据第6.4条，若Shopee收到关于知识产权侵权的检举或指控，被检举卖家应同意Shopee及其指定人员有权删除或暂停其在网站上发布的任何内容。

二、禁止和限制物品政策

根据禁止和限制物品政策（ProhibitedandRestrictedItemspolicy）第2条，卖家禁止刊登侵犯知识产权商品，包括但不限于侵犯了第三方知识产权的仿冒品或未经授权的复制品。

三、Shopee商城100%正品政策

根据Shopee商城100%正品政策（ShopeeMall100%AuthenticProductPolicy），商城卖家刊登的商品必须100%是正品。仿冒品包括但不限于以欺骗和误导为目的，完全仿冒现有品牌制造的商品：

1. 违反当地法律的商品；
2. 现有品牌商品的仿冒品或复制品，即高仿或完全模仿现有品牌生产的商品，意图欺骗或欺诈；
3. 现有品牌未曾设计、制造的商品
4. 未经商标所有人许可，在商品本身、包装或相关宣传材料上使用特定品牌的注册商标；
5. 未经商标所有人许可，商品含有特定设计元素，例如卡通人物或特定色彩；
6. 未经商标所有人许可，商品具有与特定品牌非常相似的特征（例如：特定品牌商品的复制品，无论商品logo是否更改）；
7. 在商品Listing中未使用特定商标，但实际商品含有特定商标；
8. 在商品Listing中使用含有现有商标的图片或照片。

四、快速资金服务条款

Shopee 快速资金服务平台由 PTLENERADANANUSANTARA (LDN) 提供。根据 Shopee 快速资金服务条款 (FastFundsServiceTermsandConditions) 第 7.1 条, 本服务平台上的版权、专利、商标和其他知识产权均属于贷方、LDN 或第三方。未经知识产权权利人书面同意授权, 用户不得使用知识产权;

五、ShopeeFood 服务条款

根据 ShopeeFood 服务条款 (ShopeeFood Terms of Service) 第 10 条, 在用户使用 ShopeeFood 平台订购任何产品时, 应注意平台上所有的信息、用户档案、照片、文本、材料、商标、图形、音频、视频、评级系统、评论、概念、数据、位置数据、标识、按钮图标、照片、图像和广告, 包括其页面布局 and 用户界面 (统称为 “知识产权”) 均由 Shopee 拥有或授权。商户的商标、资料、图像、文字、插图、标识、设计、图标、照片等其他知识产权均属于商户所有。使用在平台上展示的任何商标, 均需获得相关商标所有人的明确授权许可。

六、KOL 服务条款

KOLShopeeServices 是一项 KOL 服务计划, 服务提供者将为 Shopee 及其平台上销售的产品提供推广服务, 并遵守相关条款。根据 KOL 服务条款 (KOLServiceTermsandCondi

tion) 第4.3条, 禁止服务提供者侵犯第三方的专利、版权、商业秘密、商标、合同、隐私等其他专有权利(统称为“知识产权”)。

七、Shopee托管服务条款

Shopee托管服务是印度尼西亚Shopee提供的一项附加服务, 用于协助卖家管理店铺以及处理订单, 包括在Shopee在印度尼西亚运营的仓库中的订单管理、存储、包装、运输和退货。根据Shopee托管服务条款(Terms of Service Managed by Shopee) 第13条, 卖家应保证其拥有商品的知识产权所有权或使用权。

八、Shopee视频社区指南

Shopee视频(Shopee Video)是印度尼西亚Shopee提供的一项附加服务, 根据Shopee视频社区指南(Shopee Video Community Guide) 第7条和第8条, 为保障视频社区活动的真实性, 若用户展示、上传、传播或分享涉及侵犯第三方知识产权等虚假、有误导性和不健康信息的视频内容, Shopee视频有权删除相关视频或用户账号, 并保留向第三方披露涉及侵权用户信息的权利。Shopee视频的用户应拥有其上传或分享视频的知识产权或相关授权, 并对其上传或分享的视频负全部责任。

九、视频创作者计划规定

在Shopee视频创作者计划中，创作者可以通过视频功能为Shopee平台或Shopee商品执行营销活动。根据Shopee视频创作者计划规定（ShopeeVideoCreatorProgram）第7条，创作者应承诺营销活动内容为其原创作品，不会侵犯他人持有的知识产权。

根据规定第3条和第4条，禁止创作者侵犯第三方专利、版权、商业秘密、商标等知识产权。如无其他规定，Shopee将拥有创作者提供的营销活动和相关内容，并且创作者向Shopee授予免版税和独家许可，以在Shopee视频创作者计划期间内使用、制作、出版、改编、展示、传播相关内容，以及行使营销活动产品所有权利。根据第10条规定，若创作者侵犯第三方知识产权，应同意承担所有相关责任及赔偿，避免Shopee承担相关索赔、责任、损失、法律费用。

第五章 越南

第一节知识产权侵权处理规则

其他站知识产权侵权处理规则与马来西亚站点基本相同，请参见本部分第一章第一节。

第二节知识产权保护规则

一、Shopee网站信息使用规定

根据Shopee服务条款（Terms of Service）第3条，Shopee网站中显示的专属内容、商标、服务标志、版权、品牌名称和其他知识产权均为Shopee或第三方所有。Shopee用户无权复制、分发、公开展示、修改、出租、出售、再创作其内容或衍生作品。根据第6.4条，若Shopee收到关于知识产权侵权的检举或指控，被检举卖家应同意Shopee及其指定人员有权删除或暂停其在网站上发布的任何内容。

二、Shopee电商平台服务条款

根据该服务条款第1条，卖家严禁刊登侵犯第三方版权、商标权或其他知识产权的商品或仿冒品，并且商品的宣传广告不得违反越南知识产权法。

第六章 菲律宾

第一节知识产权侵权处理规则

其他站知识产权侵权处理规则与马来西亚站点基本相同，请参见本部分第一章第一节。

第二节知识产权保护规则

一、Shopee网站信息使用规定

根据Shopee服务条款（TermsofService）第3条，Shopee网站中显示的专属内容、商标、服务标志、版权、品牌名称和其他知识产权均为Shopee或第三方所有。Shopee用户无权复制、分发、公开展示、修改、出租、出售、再创作其内容或衍生作品。根据第6.4条，若Shopee收到关于知识产权侵权的检举或指控，被检举卖家应同意Shopee及其指定人员有权删除或暂停其在网站上发布的任何内容。

二、禁止和限制物品政策

根据禁止和限制物品政策（ProhibitedandRestrictedItemspolicy）第2条，卖家禁止刊登侵犯知识产权商品，包括但不限于侵犯第三方知识产权的仿冒品或未经授权的复制品。

三、Shopee商城100%正品政策

根据Shopee商城100%正品政策（ShopeeMall100%AuthenticProductPolicy），商城卖家刊登的商品必须100%是正品。仿冒品包括但不限于以欺骗和误导为目的，完全仿冒现有品牌制造的商品：

1. 违反当地法律的商品；

2. 现有品牌商品的仿冒品或复制品，即高仿或完全模仿现有品牌生产的商品，意图欺骗或欺诈；

3. 现有品牌未曾设计、制造的商品

4. 未经商标所有人许可，在商品本身、包装或相关宣传材料上使用特定品牌的注册商标；

5. 未经商标所有人许可，商品含有特定设计元素，例如卡通人物或特定色彩；

6. 未经商标所有人许可，商品具有与特定品牌非常相似的特征（例如：特定品牌商品的复制品，无论商品logo是否更改）；

7. 在商品Listing中未使用特定商标，但实际商品含有特定商标；

8. 在商品Listing中使用含有现有商标的图片或照片

。

四、ShopeeSCommerce销售条款

根据ShopeeSCommerce销售条款（SCommerceTermsofSale）第12条，若卖家在Shopee侵犯他人知识产权，应同意承担所有相关责任及赔偿，避免Shopee承担相关索赔、责任、损失、法律费用。