

2016 阿里巴巴平台治理年报

ALIBABA PLATFORM GOVERNANCE ANNUAL REPORT 2016



Preface / 前言

2015 年底,阿里巴巴成立平台治理部(以下简称"平台治理"),全面负责集团商品管理、信用体系升级、平台规则完善、知识产权保护等事宜,为阿里巴巴健康的电商生态环境保驾护航。

平台治理以打造、守护阿里巴巴电商经济体的公正、健康及可持续发展为使命。平台治理以信用体系、电商规则为基础,通过科学统筹、合理规划,建立健康、活跃的电商生态环境;以商品品质为电商核心竞争力,高标准、严要求,运用多种手段严把品质关,提高平台信任度,让消费者"放心购";以知识产权为突破口,主动承担、积极作为,通过政企联动、权利人合作、大数据溯源打击制售假行为,净化中国商业环境。

平台治理坚信:一个坚持公平公正、注重商品品质、尊重知识产权的电商 交易平台,是中国实体经济的重要组成部分,也是新制造企业健康成长的土壤。

Contents / 目录

1	阿里巴巴 2016 平台治理数据概览 ————————————————————————————————————
2	阿里巴巴 2016 平台治理探索与实践 ————— (
	聚焦实际经营人,夯实治理基础 (
	以信用为基础,探索差异化治理
	加强主动防控力度,持续净化平台商业环境
	坚持线下打击,扩大执法合作范围 ————————————————————————————————————
	推动数据共享,加强政企联动
	推动治理透明化,探索社会共治
	引入民事诉讼手段,寻求法律突破 ————————————————————————————————————
3	社会参与,构筑健康生态 ————————————————————————————————————
	政府:完善法律法规,为生态良好运行提供法律基础
	互联网 & 物流公司: 围堵恶意行为,拒绝"搞噱头、喊口号"————————————————————————————————————
	商家:积极维护自身合法权益,拒向不公平、恶意行为低头
	消费者:增强自我保护意识,避免跳出淘宝保障体系
	结语 ————————————————————————————————————

阿里巴巴2016平台治理数据概览

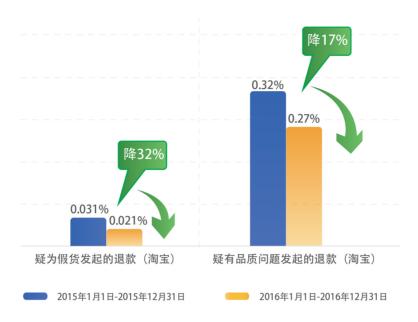
2016年,平台治理在政企联动、消费者保障、权利人服务等方面取得重大突破的同时, 也重点关注恶意投诉、买卖双方虚假交易等破坏市场公平性的违法、违规行为。

积极与各级政府开展平台治理合作



2016 年平台治理广泛与全国各地政府机构开展合作。截至目前,阿里巴巴已与国家工 商总局、质检总局、食品药品监督管理总局等国家级部门开展专项合作;参与商务部联合国 家七部门成立的"反炒信联盟",并凭借在炒信打击上领先有效的丰富实践经验被推举为 首届轮值主席;与全国13个省市建立线下打假合作、3个省市建立虚假交易打击合作;与 浙江、山东、重庆、湖南、福建等省市公安机关签订战略合作备忘录;与北京市工商局签署 《加强网络交易消费者权益保护框架协议》,在数据互通、消费者保护、联合打击等方面 开展合作;与杭州市市场监督管理局搭建"红盾云桥";开展了"云剑""红盾网剑""质剑" 等多个专项行动。

消费者满意度不断提高



从退款数据来看,2016年淘宝消费者满意度比上年显著提高。2016年,淘宝平台消 费者因怀疑买到假货而发起的退款,较上年下降 32%。淘宝平台消费者因怀疑商品有品质 问题而发起的退款, 较上年下降 17%。

神秘抽检覆盖近 1/4 天猫卖家, 创 B2C 电商平台质量抽检力度之最



• 数据周期: 2016年1月1日-12月31日

阿里巴巴关注消费者购物体验。为保障消费者良好购物体验,2016年阿里巴巴投入抽 检费用超8700万元,抽检商品8.4万单。其中,商品品质抽检已覆盖23%的天猫商家。

疑似知识产权侵权主动拦截效果不断提高



(主控删除商品量与权利人投诉删除商品量对比)

主动防控系统,是平台治理知识产权保护的重要手段。随着权利人品牌知识不断输入、 平台治理主动防控技术进步,平台治理主动拦截疑似侵权商品能力也不断提高。2016年全 年,平台治理主动拦截、删除商品量是同期权利人投诉删除商品量的26倍。

诚信投诉机制效果显著

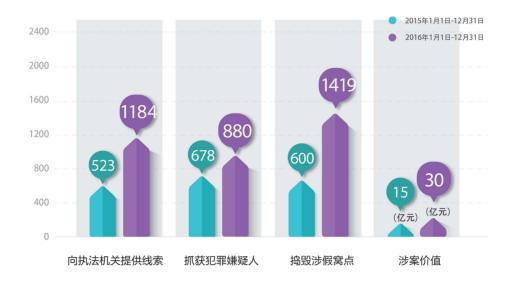


阿里巴巴在知识产权保护上坚持社会共治,鼓励权利人积极、准确的投诉,为诚信权 利人知识产权维权提供便利。数据显示,2016年阿里知识产权保护平台(以下简称"IPP 平台")中诚信投诉方投诉较普通投诉方更为积极、准确:诚信投诉方账号数虽是普通投诉 方的 1/41, 但平均投诉量却是普通投诉方的 29 倍, 申诉成立率仅为普通投诉方的 1/20。

数据周期: 2016年1月1日-12月31日

(2016诚信投诉方&普通投诉方数据对比)

2016 年阿里巴巴线下打假查获案值比 2015 年翻一番



2016年,阿里巴巴线下打假取得丰硕成果。截至2016年12月31日,平台治理共 向公安机关提供线索 1184条;协助警方抓获犯罪嫌疑人 880名;捣毁涉假窝点 1419个; 破获案件涉案总金额超30亿元,是去年的两倍。

制售假出现境外生产、境内销售新形态,打假面临新挑战



平台治理在线下打假过程中,发现制售假产业链出现"境外生产,境内销售"趋势。 例如:2016年平台治理"打假特战队"协助警方破获了一起假冒润滑油案。该案假冒润滑 油产自马来西亚,经班轮运输至国内各个港口,再通过多种渠道销往全国各地。

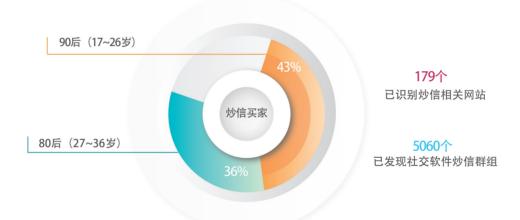
少数投诉方恶意投诉行为给卖家带来巨额损失



- 数据周期: 2016年1月1日至2016年12月31日。
- 疑似恶意投诉方指具有疑似身份、投诉资料造假等行为的权利人。

IPP 平台投诉方的恶意投诉行为,给卖家造成了大量损失。据初步统计,2016 年 IPP 平台上共发现疑似恶意投诉方账号 5862 个,因其恶意投诉行为所造成的卖家资损约 1.07 亿元。

抵制信用炒作[1],保护青少年群体



- 炒信人群统计范围: 2016年1月1日-12月31日期间, 有过炒信行为的买家。
- 炒信相关网站为炒信买卖双方提供账号买卖、中介交易、空包裹发送等服务; 社交软件上炒信群组包括QQ群、微信群、微信公众号(含企业号)等。

2016年,平台治理通过技术手段识别信用炒作相关网站 179 个,发现社交软件(如 微信、QQ、YY等)专门从事信用炒作的群组5060个。

2016年,平台治理对参与信用炒作买家做了调查摸底。调查数据显示,2016年 间,参与信用炒作的买家以80后、90后为主。其中,90后群体占43%,80后群体占 36%。阿里巴巴呼吁全社会共同抵制信用炒作(如炒粉丝、炒成交、拉投票等),保护青少 年群体。

【1】 指炒粉丝、炒成交、拉投票等行为,简称"炒信".

阿里巴巴 2016 平台治理探索与实践

2016年,平台治理在夯实基础的同时,探索基于信用的治理实践,不断加强主动 防控及线下打击力度,推动政企治理数据共享,鼓励权利人共建,倡导成立大数据打 假联盟,推进治理透明化、社会化。此外,平台治理开始尝试对制售假、虚假交易等 行为发起民事诉讼,促进法治环境改善。

1. 聚焦实际经营人,夯实治理基础

传统商业模式下, 因为商业活动只能在固定场所进行, 再加上没有其他信息获得手段, 经营者身份的核验、管控主要依赖于政府机构颁发的证照(如工商营业执照)。互联网时代, 商业活动不再受限于固定场所,打破了经营的空间限制,极大地降低了经商成本。互联网 技术的发展亦使"证照核验"逐步向"经营者核验"升级转变,从而更好地满足互联网时 代的治理需求。

为确保电子商务中经营者的真实性、可溯源性,阿里巴巴聚焦店铺实际经营人,不断 提升卖家认证手段,将平台店铺的管控,从"证照"层面延伸到"人"的层面。

不断升级的卖家认证手段







生物识别



目前,阿里巴巴已在淘宝网全面推行卖家实人认证。 个人卖家开店,除上传身份证等规定证件外,还需通过 "人脸识别"等方式做实人认证。用户在淘宝网平台开店, 需要根据线上要求, 做点头、眨眼等实时动作。

2016年6月,平台治理出台规则,将实人认证范 围扩大到企业卖家:企业卖家在淘宝网新开店时,除上 传营业执照等相关证照外,还需企业负责人(如法定代 表人、股东等)通过人脸识别等手段做认证。

为确保认证信息持续真实有效, 阿里巴巴要求认证 人每年[2]以实人认证方式做年检。 店铺经营过程中, 一旦出现卖家因可疑行为被模型识别,则会被要求进行 认证人的二次校验。

2. 以信用为基础,探索差异化治理

在网络环境下,买卖双方由于空间上的隔离,无法 以"眼见为实"的方式建立互信。在这种虚拟环境下, 信息的真实性、买卖双方的诚信度,显得尤为重要。

阿里巴巴自建立以来,经过不断探索与创新,形成 了一套由用户认证、信用等级评价、业务流程保障、惩恶、 扬善、平台开放合作、大数据底层信息等七大部分构成 的网络信用体系。平台治理以信用大数据为基础,在卖 家端、消费者端采取不同治理策略, 提升资源利用率, 提高治理效率。

卖家端。2016年6月,平台治理发布规则,禁止 售假者通过借用、冒用、购买身份证等方式注册"马甲" 账号在淘宝网开店(含新开店及店铺二次激活)。2016 年 11 月,该规则适用范围扩展至阿里巴巴旗下所有电 商平台开店。

规则发布后,平台治理通过大数据,对新增及现有

淘宝账号进行扫描。一旦新增淘宝账号被大数据识别为 售假者"马甲",将被系统拒绝开店。

在拒绝售假者新开店铺的同时,平台治理还根据规 则,对已识别、由售假者控制店铺的违规行为加重处罚。 此类店铺出售假冒、盗版商品的,按情节严重处理。

消费者端。针对虚假交易行为,阿里巴巴建立了一 套覆盖账号、交易、资金、物流、评价五大网络的大数 据分析体系,研发了覆盖售前、售中、售后全链路的深 度学习及人工智能技术。阿里巴巴运用"平台化"的风 险管控系统,将模型算法和人工运营相结合, 提高虚假 交易行为识别能力。对于职业虚假交易团伙,平台治理 对其进行限制购买、限制登录等处罚;对于参与虚假交 易的普通消费者,平台治理根据其情节严重程度给予警 告、该账号产生的订单不记录销量及评价、限制购买、 限制登录等不同程度的处罚。

3. 加强主动防控力度,持续净化平台商业环境

平台治理搭建了一套先进的主动防控系统,并从技 术、数据等维度对其不断完善。 2016年, 平台治理以 主动防控系统为基础,以确保商品信息真实有效为目的, 开展了"扫霾行动""虚假宣传治理"等多个专项行动。

"扫霾行动"。规范的商品信息能够帮助消费者从

海量信息中找出所需商品,了解商品用途,做出购物选 择。然而,一些商家通过堆砌品牌名称、滥用名牌关键 字等手段误导消费者,破坏市场秩序。为此,平台治理 于 2016 年 4 月启动"扫霾行动",运用大数据算法对 此类现象做排查,并通过发布拦截、信息删除、搜索流

【2】 自上一次实人认证通过之日开始计算,满365天.

量管控、营销活动限制等手段对违规行为做处理。

截至 2017 年 2 月 14 日,平台治理累计拦截问题商品信息近 1500 万条,权利人以"不当使用他人商标权——滥用商标关键字"为理由投诉所产生的删除商品量较 2016 年 4 月下降 90%,效果明显。

虚假宣传整治。"全网最优""全网最佳"等虚假 宣传影响消费者购物决策、损害平台公信力、破坏正常 市场秩序。早在新《广告法》出台前,阿里巴巴已经对一些明显的虚假宣传行为进行治理。新《广告法》出台后,对互联网广告违法行为做了明确定义。 这为平台治理大范围开展虚假宣传治理提供了法律基础。

2015 年 10 月,平台治理与工商部门联合行动,对夸大宣传、过度描述、虚假承诺商品效果等虚假宣传现象做专项整治:共建违法关键词库;技术上扩大 OCR^[3]及图片识别技术的覆盖范围,对违法词条做识别并实时拦截;处罚上加大力度,限制违规卖家权益。同时,平台治理还禁止商家购买违法广告词,拒绝违规卖家参加营销活动,并将严重的虚假宣传行为提交给工商执法部门,进行线下打击。

2016 年底,虚假宣传治理首期专项行动结束后,淘宝、天猫、1688 平台虚假宣传违规量较年初大幅下降。

4. 坚持线下打击,扩大执法合作范围

为更好地开展知识产权保护、虚假交易治理工作, 平台治理"打假特战队"积极与各地公安、工商、质检 等执法机关联动,扩大线下打击合作范围,建立常态化 合作机制,从源头上解决问题。

目前,平台治理已与浙江、北京、上海、重庆、山东、

黑龙江、辽宁、江苏、江西、安徽、广东、湖南、福建 等全国十三个省市公安机关在知识产权保护、食药安全 等领域建立合作;与浙江、重庆、河南三省市工商机关 建立了假货打击及虚假交易打击合作;与浙江省质量技 术监督局建立了打击劣质商品的合作。



[3] OCR(optical character recognition) 文字识别是指电子设备 (例如扫描仪或数码相机) 检查纸上打印的字符, 然后用字符识别方法将形状翻译 成计算机文字的过程; 即, 对文本资料进行扫描, 然后对图像文件进行分析处理, 获取文字及版面信息的过程。

制售假打击。2016年,平台治理以《全国可疑售假团伙分布图(2016版)》为基础, 联合品牌权利人、公安工商等行政执法机关,在全国范围内开展线下打假工作。截至 2016 年 12 月 31 日,平台治理已向执法机关推送线索 1184 条,协助公安机关抓获犯罪嫌疑人 880 名, 捣毁涉假窝点 1419 个, 涉案总价值超 30 亿元。



2016年,平台治理与浙江省双打办、浙江公安合作开展"云剑行动",协助抓获犯罪 嫌疑人 474 名, 捣毁涉假窝点 417 个, 破获假货案件总案值达 14.3 亿元; 并在此基础上 成立了覆盖浙江、上海、安徽、江苏、江西等五省市的"云剑联盟"。



安利线下打假流程示意图

【案例】2016年3月,平台治理"打假特战队"与安利品牌权利人,共同协助警方捣毁了 浙江温州、台州两地的制售假团伙。同年4月,"打假特战队"协助警方前往黑龙江追踪排查假 货源头, 抓获了位于哈尔滨的假货批发商。

随后, "打假特战队"协助警方前往河南、广东两地,分别捣毁了位于平顶山、汕头的假 货工厂。在河南,办案人员根据犯罪嫌疑人交代,锁定了位于广东广州的原料及包装工厂。在针 对广州原料及包装工厂的收网行动中,警方发现了哈尔滨的另一家售假团伙,并对其做了定向打

至此, 这起历时近 4 个月, 横跨浙江、黑龙江、河南、广东四省的假冒案件告破, 整个制 售假链条被摧毁。整起案件由线上售假为切入点,公安干警、平台治理、品牌权利人通力合作, 各方掌握的线上、线下信息不断校对串并、挖掘出了完整的制售假链条。据事后统计、线上假货 销售额 60 万元, 线下假货销售额 1160 万元。

虚假交易打击。2016年,平台治理与浙江、重庆、河南3省市建立了线下虚假交易 打击合作,并配合浙江省工商局开展了"红盾网剑"专项行动。截至2016年12月31日, 平台治理共向执法机关输出虚假交易线索 400 余条,捣毁虚假交易平台 11 个,查获虚假 交易订单 200 余万笔,涉及淘宝、天猫、京东、唯品会、蘑菇街等电商平台。

【案例】2016年4月5日,平台治理"打假特战队"协助西湖区市场监管稽查大队、西湖区公安, 对虚假交易平台"傻推网"开展线下打击。现场抓获90后违法行为人杨某。据事后统计,"傻推网" 涉及的网络商家账户 5000 余个, 刷手账户 7000 余个; 杨某本人获利 40 余万、数名刷手合计获 利 173.5 万。

未来,阿里巴巴平台治理将在更大范围内与全国各地执法机关开展合作,坚持投入人 力物力,从源头入手解决假货、虚假交易等社会问题。

5. 推动数据共享, 加强政企联动

2016年,平台治理在政企数据共享方面进行了初步探索与尝试,实现了国家 CCC 认 证等信息的接入,稳步推进主体信息共享工作。

CCC 数据接入。2015年12月,阿里巴巴与国家认监委信息中心达成协议,成为首 家接入国家 CCC 认证信息数据库的电商平台,并初步尝试在儿童座椅、热水器等类目做 CCC 准入试点。2016年4月,平台治理在淘宝、天猫等平台全面开展 CCC 准入管控: 卖家发布 CCC 类目商品时,被强制要求填写 CCC 证号,且通过认监委官方数据校验后, 方可上架。商品发布成功后,消费者可在前台商品详情页查看 CCC 认证信息。此外,平 台治理还对存量无 CCC 认证商品进行逐步清理。目前,淘宝、天猫、1688 平台上的存量 无 CCC 认证商品已基本清理完成。淘宝、天猫、1688 平台上所有应合规 CCC 商品,均 可以查询到其 CCC 认证信息,并追溯其生产机构。



主体信息共享。为提高治理效率,改善治理效果,平台治理联合工商等政府监管部门, 优势互补,共同构建"红盾云桥"协作平台。通过该平台,平台治理能够实现与监管部门 之间的企业主体信息互通,有利于平台企业店铺信息校验,确保其真实性与合规性。目前, 平台治理已实现杭州市工商主体信息的接入与及时更新。未来,阿里巴巴希望通过与工商 总局或各地工商局的合作,将主体信息共享扩展到全国更大范围,逐步形成一个完善的网 络交易信用监管体系。

6. 推动治理透明化、探索社会共治

2016年,平台治理在治理透明化、社会共治方面 做出了积极的探索与尝试:升级投诉系统,合并投诉账 号,增加查询、互动功能;赋能权利人,推出共建系统; 联动行业协会,加强国际合作:联合社会力量,建立打 假联盟。

升级投诉系统,增加查询、互动功能。作为一家 互联网公司, 阿里巴巴坚持以技术创新带动知识产权 保护,以产品迭代提升维权效能。2016年,平台治理 启动了 IPP 平台升级改造项目。目前,该项目实现了 Aliprotect [4] 与 Taoprotect [5] 的合并, 并实现了 IPP 平台账号与阿里系账号[6]的打通。权利人只要拥有淘宝、 天猫等阿里系账号,即可轻松对阿里巴巴旗下淘宝、天猫、 1688、Aliexpress、Alibaba 国际站所有侵权行为进行 投诉。

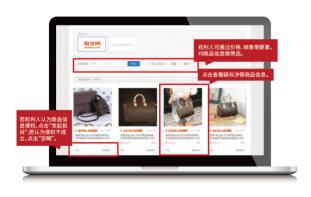
2017 年,平台治理将上线全新的 IPP 平台首页。 未来,权利人不仅可以通过 IPP 平台,快速查询阿里巴 巴旗下淘宝、天猫、1688、Aliexpress、Alibaba 国际 站等站点的知识产权保护规则;还可以通过该平台给小

二留言, 与小二互动。

赋能权利人,推出共建平台。知识产权是一种私权, 权利所有者是对商标的品类注册及归属情况、该商标下 商品生产情况等知识最了解、最具权威的。商标权人应 当为维护其自身合法权益的第一责任人。在互联网知识 产权保护问题上,全球范围内电商网站大多采用"权利 人查找侵权信息后通知平台删除"的方式。阿里巴巴作 为一家具有高度社会责任感的企业,在主动防控能力建 设上不断投入,在拦截和及时删除高度疑似侵权商品上 成效显著。

然而,由于知识产权侵权行为的专业性和高度个性 化,只有权利人深度参与、积极互动,才能使知识产权 保护更加顺利地进行。为更好地保护知识产权,阿里巴 巴将多年积累的主动识别能力共享出来,与国际通用"通 知一删除"维权手段相结合,推出"权利人共建平台"(以 下简称"共建平台"),让权利人的知识和阿里巴巴的数 据能力很好地结合。

权利人共建平台功能示意图





- 【4】 Aliexpress、1688、Alibaba.com 知识产权投诉平台。
- 【5】 淘宝、天猫知识产权投诉平台。
- 【6】 淘宝、天猫、Aliepxress、1688、Alibaba.com 等网站账号。

平台治理通过共建平台, 向权利人推送平台难以确 认的疑似侵权信息。权利人审核确认侵权后,可通过系 统进行一键维权。共建平台还为权利人提供了数据统计、 查询等功能,帮助其了解维权效果。

截至 2016 年 12 月底,已有 252 个品牌(其中国 际品牌 184 家、国内品牌 68 家)加入共建平台,权利 人推送链接响应率达 95% 以上,权利人确认投诉率 [7] 约为 14%。数据显示: 1. 共建权利人在谨慎、负责地对 待平台推送的链接; 2. 通过信息判断侵权与否, 无论对 权利人还是平台, 都是一个巨大挑战。

联动行业协会,加强国际合作。在知识产权保护 问题上,平台治理始终秉承开放、合作的心态,积极 与海内外行业协会沟通、交流, 共同打击各类侵权现 象。2016年,平台治理与中国反侵权假冒创新战略联 盟(CAASA)、英中贸易协会(CBBC)、美国电影协会 (MPAA)、国际商会知识产权保护组织(BASCAP)、 外资出版商联盟 (IPCC)、日本贸易振兴机构 (Jetro)、 大韩贸易振兴机构 (KOTRA)、韩国知识产权保护院 (KIPRA) 等行业协会、知识产权保护机构在线上维权、

真假鉴定、行业性问题解决等方面开展深入合作,并与 中国反侵权假冒创新战略联盟(CAASA)、少儿出版反 盗版联盟、意大利农业部、韩国知识产权保护院(KIPRA) 签署知识产权合作备忘录。

2016年7月,平台治理召开首届"权利人共创会", 邀请玛氏 (Mars)、惠普 (HP) 等 120 余家国内外品牌参 会,共同探讨电商平台与权利人如何实现真正有效地协 同打假。

联合社会力量,成立打假联盟。2017年1月,阿 里巴巴倡议并联合多乐士、路易威登、施华洛世奇等 20 余个权利人、行业协会、专家学者共同发起了全球首个"大 数据打假联盟"(以下简称"联盟")。联盟致力于运用 大数据和互联网技术, 让打假更有力、更高效、更透明。 传统打假模式中,平台、执法机构、品牌权利人常常各 自为战, 缺乏线索互通、经验共享, 很难形成合力。为 解决这些难题,阿里巴巴作出承诺:持续提供大数据和 技术支持、开放并持续推动各方合作的打假生态的建立 与完善、对联盟会员提供阿里巴巴的优先服务、邀请联 盟会员参与阿里巴巴相关政策的制定与修改。

7. 引入民事诉讼手段,寻求法律突破

2016年,平台治理主动破局,运用民事诉讼手段, 向售假、虚假交易、恶意投诉等行为宣战,尝试用法律 手段治理恶意行为,推动法律完善。

2016年12月,阿里巴巴向法院递交起诉书,状告 虚假交易平台"傻推网"涉嫌严重危害市场竞争秩序, 索赔 216 万人民币、获立案。同月、阿里巴巴还对两名 在淘宝网平台出售假冒施华洛世奇手表的店主发起诉讼,

成为国内首例电商平台起诉售假店主案。2017年2月, 阿里巴巴以不正当竞争为由,对屡次向商家发起恶意投 诉的知识产权代理公司——杭州网卫科技有限公司提起 诉讼, 索赔 110 万, 并要求其公开道歉。

平台治理将努力尝试运用法律武器,打击各类恶意 行为,在有效治理的同时,推动司法领域的关注,并进 一步推动相关立法的改善。

互联网生态问题, 是社会问题的缩影。互联网将原本分散的社会问题集中表现出 来, 使人一目了然。无论线上还是线下, 一个健康生态的构建, 都离不开生态圈中的 每位参与者。平台治理希望,政府、互联网平台、权利人、商家、消费者等社会各方, 能够主动参与、积极作为,共筑健康互联网生态。

"良法是善治之前提"。完善的法律体系,能够为 互联网生态的发展保驾护航。目前,现行的法律体系并 不能有效支持互联网生态的健康发展。

互联网时代,制售假证据多以电子化、数据化方式 存在,与传统纸质证据有着根本区别。在电子证据的认 定上,国家虽有统一标准,却没有得到统一执行。一些 犯罪分子因此逃脱了刑事处罚。

除电子证据认定外,我国刑法在定罪上有对犯罪 情节的要求,制假售假有关的罪名,犯罪情节多以数额 进行认定。然而,较高的认定数额使得违法犯罪分子能

够采取特殊手段规避法律制裁。为此,平台治理做过统 计: 通过平台治理大数据模型体系主动防控、权利人举 报、消费者投诉、神秘抽检等方式,阿里巴巴筛查认定 4495 条线索; 执法机关接收 1184 条; 公安机关能够依 法进行刑事打击的只有 469 例: 截至目前通过公开信息 能够确认已经有刑事判决结果的仅33例。阿里巴巴抽 取33份制假售假案件的判决书,发现已判决案例涉及 47 人,其中判缓期执行的有37人,比例高达79%。

阿里巴巴认为根治假货亟待严格执法、加重刑罚, 在全社会以治理酒驾一样的共识与力度来治理假货。

良好社会商业环境的构建,不能依赖某个部门、某 个企业的一己之力, 而需要全社会、全行业的共同参与, 特别是权威政府部门积极作为、有影响力的龙头企业积 极投入、主动承担。恶意行为的围堵,离不开互联网生 态中每一个企业的参与。

2016年10月,在国家发改委、中央网信办等七部 门的牵头与支持下,阿里巴巴、腾讯、百度糯米、滴滴

出行等八家互联网公司共同签署了《反"炒信"信息共 享协议书》,成立反炒信联盟,迈出了围堵恶意行为, 共建互联网生态的第一步。阿里巴巴作为首任轮值主席 单位, 向联盟成员共享了已识别的 200 余个刷单网站、 5000 余个刷手招募 QQ 群、刷单推广常用百度关键词、 参与刷单的空包物流点等大量反炒信信息。阿里巴巴作 为首任轮值主席,很高兴地看到百度在炒信打击上积极

行动,也殷切希望其他参与反炒信联盟的企业,能够真 正行动起来, 主动打击炒信黑色产业链, 切实承担社会 责任。

平台治理呼吁各平台能够建立、完善主动防控机制: 加强信息互通与联动打击,共同围堵恶意行为:拒绝"搞 噱头、喊口号",真正将制售假、虚假交易打击工作落 到实外,为互联网生态建设出一份力。

商家作为互联网生态中重要的参与方,创造了大量 的社会价值。然而,商家在自身发展的同时,也会遭遇 不公正抽检、恶意投诉、敲诈勒索等恶意行为。

【案例】2016年12月初,中国羽绒工业协会(以下简 称"中羽协")发布了2016年"双11"网上羽绒制品质量 抽查结果。其抽检结果显示,问题商品全部来自"中羽协" 非会员单位,而持有"2016羽绒制品信誉保证标志"的协 会会员单位则全部合格。事实上,2016平台治理神秘抽检 数据显示,中羽协"信保"企业及品牌的商品抽检不合格率 为 55.37%。

事件发生后, 多家企业对中羽协抽检结果的公正性、合

法性提出质疑, 称其以抽检为名打压非会员企业, 进行不正 当竞争;更有两家企业向其递交了公开函,要求其停止侵权, 并进行公开书面道歉。平台治理也在事件发生后表态, 在未 确定抽检公正性前,不会下架商家商品。

平台治理鼓励广大商家在遭遇不公平、恶意行为时, 积极向有权机关、平台寻求帮助,必要时采用法律手段, 维护自身合法权益。面对不公平、恶意行为时,平台治 理始终愿意为商家维权提供必要帮助,成为商家合法经 营的坚实后盾。与此同时,平台治理也请商家共同抵制 一切不公平、恶意行为, 创造公平、公正、合法、有序 的经营环境。

4. 消费者:增强自我保护意识,避免跳出淘宝保障体系

阿里巴巴始终坚持"客户第一"。为最大限度地保 护消费者利益,阿里巴巴通过了旺旺聊天记录存档、支 付宝担保交易等一系列措施,构建了完善的消费者保障 体系。然而,平台治理发现,随着阿里巴巴打假、反欺 诈等工作地不断深入,一些不法分子开始尝试劝说消费 者绕开阿里巴巴的消费者保障体系,通过 QQ、微信或 其他站外工具进行沟通交流,或跳出支付宝担保交易流 程 (如直接转账、微信打款等)。这种通过第三方工具的 交易行为,具有很高的风险性。在消费者因欺诈遭受损 失的案例中,绝大多数行为发生在阿里巴巴消费者保障 体系外,使得阿里巴巴在帮助消费者维权时困难重重。

为此, 阿里巴巴呼吁消费者增强自我保护意识。当 消费者遭遇商家劝说其通过 QQ、微信等第三方沟通交 流、要求直接转账等情况时,应予以拒绝。

Conclusion / 结语

未来三十年,互联网技术会应用到社会的各行各业。如何充分发挥互联网在社会资 源配置中的优化与集成作用,如何运用互联网提升社会生产及创新能力,形成以互联网 为基础设施的中国经济新生态,是政府、企业乃至社会各界共同探索的方向。一个健康、 可持续发展的中国经济新生态,离不开社会各界的共同努力。

阿里巴巴作为"平台治理"理念的首倡者,在践行"平台治理"理念的过程中持续创新、 不吝投入,独创了"大数据打假""权利人共建"等多种信息化治理手段。然而, 作为 一家互联网企业阿里巴巴的能力终有极限,健康生态的建设离不开法律保障、政府投入、 企业承担、消费者参与。只有如此,我们才能拥有一个良性循环的健康经济生态,才能 在未来三十年的发展中保持活力。



