

2015 阿里巴巴知识产权保护年报

2016 年 4 月

前言	1
第一章 假货是什么?	3
一、国际国内“假货”的权威定义	3
二、假货定义的辨析	4
第二章 阿里巴巴知识产权保护历程	6
第三章 2015——大数据治理元年	8
第四章 假货打击上的社会共治初步形成	13
一、政企联动治理，成效显著	13
二、协助权利人保护其知识产权，不遗余力	16
三、服务诚信卖家，严打制假售假	21
四、保障消费者权利，引导维权	22
第五章 阿里打假的困境与挑战	24
第六章 社会共治的几条倡议	29

前言

知识产权，英文为“Intellectual Property Right”，指人们就其智力劳动成果所依法享有的专有权利，通常是国家赋予创造者对其智力成果在一定时期内享有的专有权或独占权（Exclusive Right）。各种智力成果，例如发明、文学和艺术作品，以及在商业中使用的标志、名称、图像以及外观设计，都可能被认定为是某一个人或组织所拥有的知识产权。知识产权从本质上说是一种无形财产权，它的客体是智力成果或知识产品，是一种无形财产，是创造性智力劳动的成果。它与房屋、汽车等有形财产一样，都受到国家法律的保护，具有价值和使用价值。一些重大发明、驰名商标或作品的价值甚至远高于房屋、汽车等有形财产。

日常俗称的“假货”，实际上是侵犯他人知识产权的一种情形，一般指未经权利人许可，在相同商品上使用与注册商标相同商标的商标侵权行为。

假货，不仅会损害权利人、消费者和平台的利益，也会破坏整个商业生态系统的平衡，动摇中国社会诚信体系，削弱中国企业的创新力与竞争力。但是，正如专家所言，互联网或电子商务本身并不产生假货，假货的根源在线下。要从根本上解决假货问题，必须线上线下联动，需要权利人、政府、平台、行业协会等多元主体参与共同治理。

阿里巴巴旗下拥有淘宝、天猫、聚划算、1688等电子商务网站，是海内外消费者网络购物的重要平台。我们深知假货最大的伤害是对整个中国社会的伤害，是对中国未来的伤害。我们绝不能让自己的孩子以为：不诚信、抄袭、剽窃能够发财。如果那些有知识产权、有专利、创新想法的人不能够成功，反而是抄袭剽

窃者发财，社会就无法进步。为此，阿里巴巴作为平台，一直致力于和权利人、政府部门、行业协会等联动，开展各类知识产权保护工作，严厉打击各类侵权行为，尤其是侵犯他人商标权的网络售假行为。

第一章 假货是什么？

一、国际国内“假货”的权威定义

“假货”一词出现时间不算短，但是关于“假货”是什么，一直以来都没有非常明确的界定。“假货”不是一个严谨的法律术语。在我国日常使用习惯和部分法律法规中，“假货”常常以“假冒伪劣”这样一个概括性词汇出现。实际上，这个表述模糊了“假货”的边界。

国际上，联合国专门机构世界知识产权组织（World Intellectual Property Organization, 缩写 WIPO），将假冒定义为“一个产品对另一个产品的所有模仿，使得其不仅在通用意义上与前者相同（如包装，名称等），而且其通过该模仿给予人们以产于真正原厂商或经销商的印象。”

从世界知识产权组织的定义可以看出，假货是通过伪造他人享有知识产权的商标、标签、外形等手段制造的商品，使消费者或用户产生混淆，误以为该商品来源于权利人。

国内领导打假工作的权威机构——全国打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作领导小组办公室（以下简称“双打办”），官方网站上对“假货”的描述也与世界知识产权组织一致：

假货是指商品在制造时，逼真地模仿别人的产品外形，或未经授权，对已受知识产权保护的产品进行复制和销售，借以冒充别人的产品。在当前市场上主要表现为冒用、伪造他人商标、标志，冒用他人特有的名称、包装、装潢、厂名厂址，冒用优质产品质量认证标志和生产许可证标识的产品。

具体而言，假货涉及未经权利人许可，在相同商品上使用与注册商标相同商标的商标侵权行为，以及未经权利人许可复制、出版、发行、抄袭他人作品的盗版行为。

二、假货定义的辨析

劣质产品不等于假货。在消费行为中，劣质产品常常与假冒商品相提并论，合称为“假冒伪劣”。事实上，劣质产品与假货，两者有着明显区别。

从本质上来说，劣质产品是与假货并列的概念，而不是包含的关系。按照国家质检总局的定义，劣质产品是指生产、经销的商品，其性能、质量指标达不到国家标准、行业标准、地方标准以及企业自定标准所规定的要求。

从概念上来看，尽管劣质产品和假货都侵犯了消费者利益，但劣质产品强调的是产品的性能、质量达不到标准，并不一定涉及知识产权侵权问题。

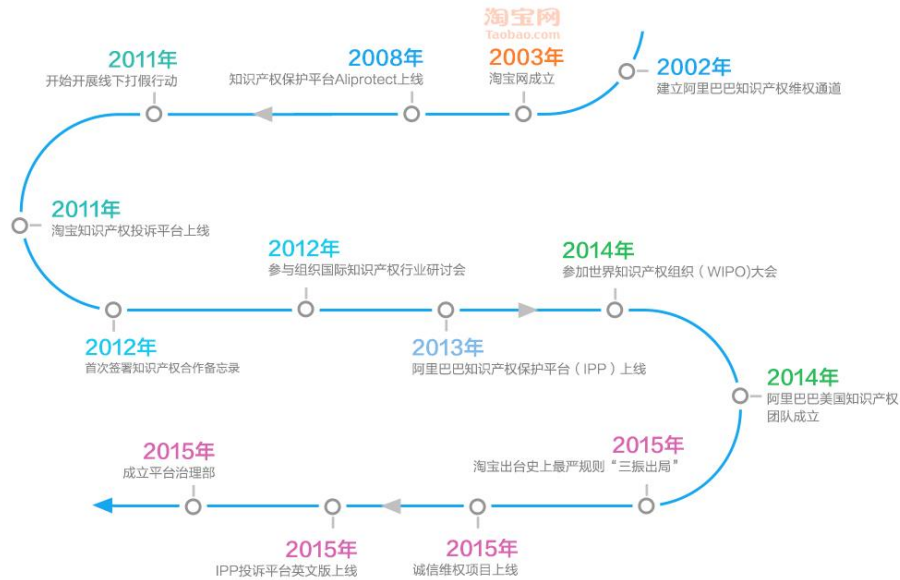
非正品不等于假货。在一些场合中，网购商品被冠以“非正品”帽子。“非正品”和“正品”并非法律术语，国内法律法规中找不到对“非正品”和“正品”概念的法律界定。

在一次监管部门的例行报告中，“非正品”首次被官方提及。这份报告将非中国大陆地区官方正品、非授权正规渠道产品、含量与宣传不符产品、无 3C 认证产品、不符合《消费品使用说明化妆品通用标签》要求产品、翻新产品与假冒伪劣产品，统称为“非正品”。很多情况下，“非正品”并非假货，更多的是权利人在商品分销体系上的一种管理措施。

不严谨地使用“非正品”概念，不仅混淆消费者的认知，也容易引发舆论误读，降低社会对产品的信心，甚至带来国际上对中国制造产品的不当理解，不恰当地扩大对中国制造产品的影响。在此，我们呼吁，政府及社会各界权威人士在谈及假货问题时定义要科学，避免把非知识产权问题统归为假货问题，放大假货比例，使那些按照国际惯例不该被划入知识产权侵权的问题也当成知识产权保护不力的证据，从而让国际上误解中国在知识产权保护方面的努力。

第二章 阿里巴巴知识产权保护历程

阿里巴巴知识产权保护工作发展历程图



作为一家注重创新的互联网公司，早在 2002 年淘宝网创立之前，阿里巴巴便组建专业团队，处理海内外知识产权投诉。经过十多年发展，阿里巴巴集团形成了一套集维权处理、主动管控、政府协作、品牌合作等诸多内容于一体的、多元化的知识产权保护体系。

在这十余年中，阿里巴巴治假工作经历了从“依法线上打假”到“线上线下一联动打假”再到“大数据治假”的迈进。目前，阿里巴巴在国际通用的“通知-删除”基础上，综合利用多种手段打击假货，保护知识产权：利用数据模型对商品信息做筛选，主动拦截、删除涉假商品；主动与质监等政府部门合作，建立数据互通机制，加强涉假商品识别能力；组织专业打假队伍，运用大数据挖掘售假制假团伙；主动联合权利人、执法机关开展线下打击……

面对知识产权侵权这一世界性难题，阿里巴巴作为电子商务平台企业，一直在寻找能够突破地域差异、跨越国界限制、服务于权利人知识产权保护、协助政府各种侵权行为打击、符合互联网发展趋势的知识产权保护手段，让智力成果得到尊重，从而不断推动社会创新。

如今，阿里巴巴更是将治假作为一种社会公益事业，主动承担、积极作为，努力将“打假阿里队”打造成为“打假中国队”。阿里巴巴不仅要为自己打假，更要为整个行业、整个社会打假；不仅要打自身平台上出现的假货，还要打击线下的假货，打击其他平台上的假货；不仅要把假货从阿里巴巴赶走，更要努力断绝其销售渠道，让制假售假者无利可图。

第三章 2015——大数据治理元年

大数据治理，是指电商平台在法律允许范围内，对用户电子商务行为中产生的海量数据进行分析、提炼、归纳、建模后，对有关涉假行为进行直接处理，或者将涉假信息提供给执法机关并协助开展线下打击的行为。作为一家互联网公司，阿里巴巴一直致力于利用大数据工具提升打假工作效能。2015年，阿里巴巴大数据打假系统已实现每秒分析数据1亿次，拦截淘宝网涉假商品信息1.2亿余件，在日常监控、智能识别、网络DNA溯源、线下打击等方面发挥了巨大作用。

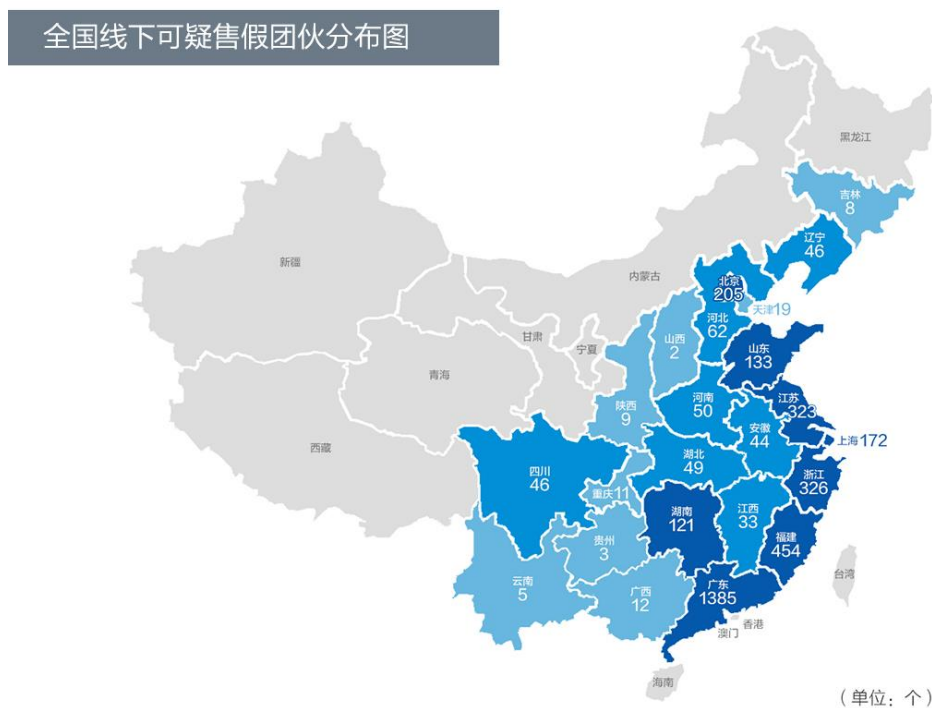
在涉假信息识别和拦截上，阿里巴巴搭建并逐步完善了一套先进的主动风控体系。阿里巴巴通过对卖家行为、商品信息、消费者评价、用户举报等数据的分析研究，对近千个维度特征指标的监控，建立了假货识别模型。这些模型会针对网站全量商品以及用户异常行为进行实时扫描与判定，并对系统判定为疑似假货的商品、高危商家在第一时间进行拦截和处置。

其中，文本分析模型不仅能够针对“关键词”做比对，还能对文字信息的“语法、语义”做分析；图像算法用于识别商品图片中出现的涉假信息，包含OCR¹文字识别、Logo图形识别和图像搜索三种算法；行为识别模型则能够根据商家异常行为，快速锁定售假商家，并对其进行相应处置。主动风控体系，虽然不能做到百分之百识别和拦截假货，但面对海量商品，已经能够在很大程度上对商品进行“从上架到收货”的全链路监控，尽早发现售假行为，防患于未然。

¹ 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。

淘宝网作为一家电子商务平台，其商品皆来源于线下第三方企业或个人。要彻底消灭假货，离不开对线下售假、制假者的追踪与处罚。正因如此，阿里巴巴通过线索推送、案件协查、专项行动支持等方式，积极协助、主动联合公安、工商等执法部门，开展线下假货溯源打击工作。

面对线上线下庞大的商品交易体系，大数据使得假货的溯源成为可能。阿里巴巴基于拦截的涉假商品链接、发现的售假卖家以及权利人、消费者投诉举报等信息，运用数据模型与用户画像，对涉假商品、售假团伙做溯源追踪。截至目前²，在全国范围内共分析挖掘出活跃可疑售假团伙 3518 个，并绘制了这些团伙的线下分布地图。



去年 5 月，在全国“双打办”的指导下，浙江省“双打办”牵头与阿里巴巴联合发起“云剑行动”。该行动以浙江省公安厅为主力，工商、质监等部门协同，

² 数据截至时间：2016 年 4 月

以《全国线下可疑售假团伙分布图》为依托，全面开展浙江范围内的侵权假冒犯罪打击行动。

“云剑行动”历时3个月，涉及浙江省11个地市，联动品牌158个。行动期间，阿里巴巴共向浙江省经侦总队推送线索385条，立案169起，破案164起，抓捕犯罪嫌疑人300名，捣毁窝点244个（含46个生产窝点），现场查获商品价值4.01亿，涉案总价值达8.16亿。行动期间，浙江省侵犯知识产权立案数同比上涨120%，破案数同比上涨77.3%。

“云剑行动”在取得丰硕成果、震慑了犯罪分子的同时，也开辟了“线上溯源，线下打击”的大数据治假新模式。阿里打假特战队首先运用大数据手段识别售假线索、锁定犯罪嫌疑人、分析串并背后团伙，然后根据警方需求批量输出线索用于侦查破案。当警方查获涉假商品后，阿里巴巴基于良好权利人合作机制，积极联系相关品牌权利人对涉假商品开展鉴定，为警方案件办理提供保障。

2015云剑行动战果



输出线索**385**条



抓捕犯罪嫌疑人**300**名

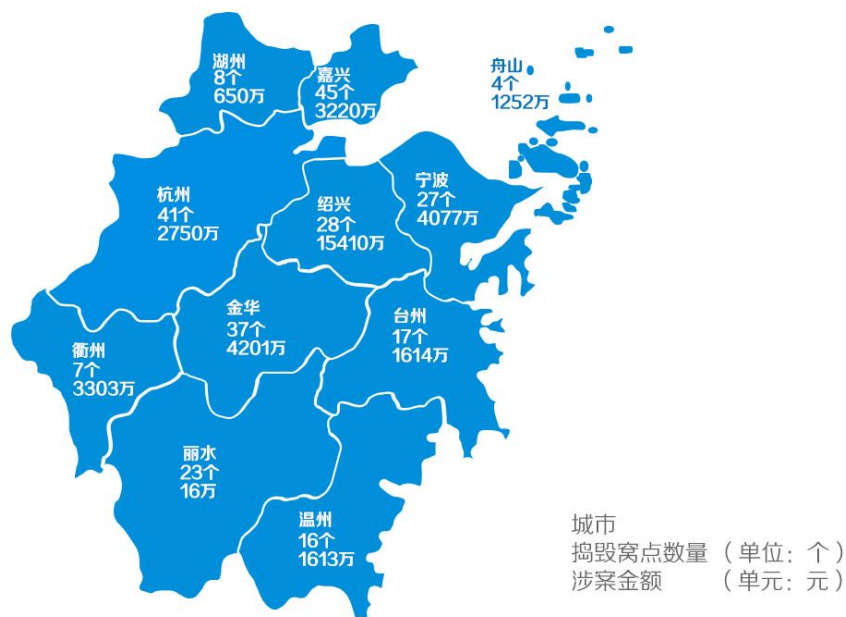


捣毁生产窝点**46**个，售假窝点**244**个



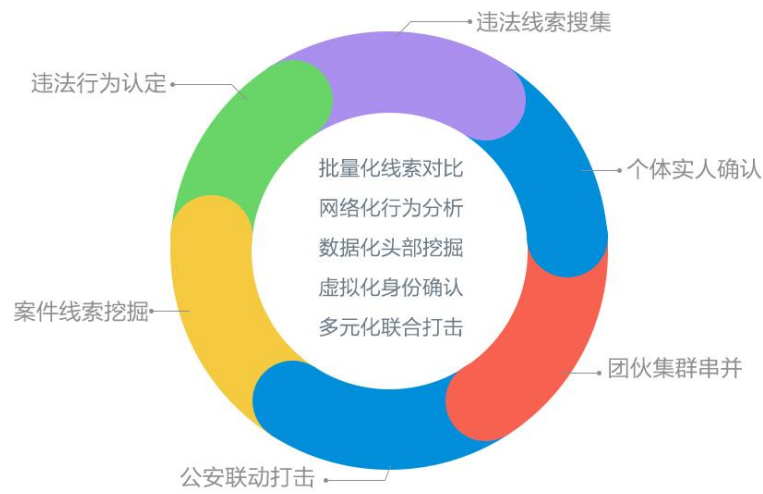
涉假案值**8.16**亿

2015云剑行动浙江各地市打假战果图



2016年，阿里巴巴希望总结“云剑行动”的经验，进一步和相关政府部门联动来共同治理假货：一是优化数据模型，提高涉假商品拦截、删除精准度；二是完善网络DNA溯源，实现从售假者到其上下游产业链的全链路打击；三是提高数据质量，提升案件线索管理、生产、输出能力；四是进一步投入资源加大与相关执法部门联动力度，形成与更多部门更大范围的常态化治理体系。

阿里巴巴线下打击运作模式图



与传统打假模式相比，政企联动的“大数据治假”模式实现了对犯罪嫌疑人线上蛛丝马迹的实时搜集，为执法部门线下查处和打击提供了更精细、精准的线索和证据。这一模式，在全球知识产权保护工作中也是一个崭新的思路和方向。未来，阿里巴巴将利用大数据促进全社会推进假货治理工作，并愿意分享在打假中沉淀的数据，帮助全行业降低打假成本，提升治假效率。

第四章 假货打击上的社会共治初步形成

一、政企联动治理，成效显著

一直以来，阿里巴巴都在各级政府主管部门的指导和支持下推进知识产权保护工作。在这个过程中，阿里巴巴与各级政府部门共同努力，在“打击、治理、判定、扶持”等方面探索出许多积极有效的举措和机制。

工商治假联动。一直以来，在打假问题上，阿里巴巴都与工商部门保持着全方位的密切合作。2015年，阿里巴巴不仅多次向浙江省工商局、杭州市市场监管局、余杭区市场监管局输出假货线索，更在打假合作内容上做出突破，在覆盖领域上有所创新。2015年，阿里巴巴通过大数据分析、日常假货监控机制，拦截了跨境交易中涉假商品，并组织专业团队，对其进行实物分组抽样。初步抽样显示，有11组卖家存在售假嫌疑，涉及账户40余个，订单5431笔，交易金额4.8万美金。截至目前，执法部门已查处6组售假商家，其中1组售假商家已被刑拘，剩余案件也在稳步推进中。

佛山打击假食药专项行动。2015年7月，佛山市公安局联合阿里巴巴，从药品、食品等关系消费者健康的类目入手，启动了假货专项整治行动。行动期间，破获了包括“黄金枣瘦身梅”“纤美瘦排毒胶囊”“卡地亚”“海飞丝”等一系列有影响的案件。截至11月底，专项行动共打掉涉假伙32个，刑事拘留涉假人员65名，挽回资金损失超过7亿元。

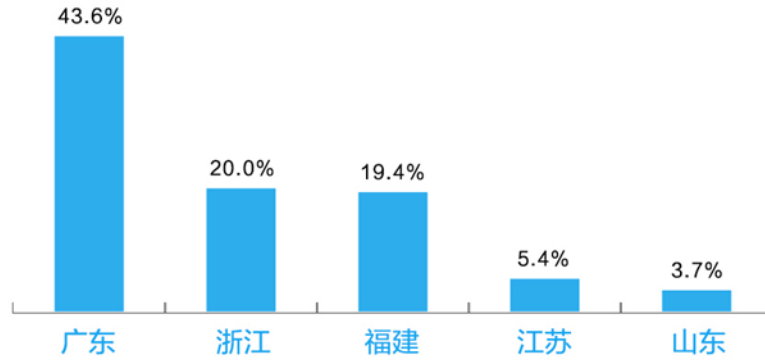
“云桥”数据互通机制。2015年底，阿里巴巴与质检总局“国家认监委信息中心”合作，建立“云桥”数据互通机制。通过“云桥”机制，阿里巴巴能

够读取认监委 3C 认证信息数据，对存量无 3C 认证的商品进行清理，并对于新发商品进行前置校验，确保平台商品质量，防止无认证或提供虚假认证信息的商品混入。到目前为止，阿里已经清理无 3C 认证产品 41 万件。2016 年，阿里巴巴将与认监委深化合作，接入有机认证等更多数据类目，实现平台商品发布及存量校验。

专利侵权判定合作。阿里巴巴作为一家电商平台，对涉及内部结构、化学组分、复杂技术方案的发明、实用新型专利没有侵权辨识能力。为此阿里巴巴与浙江省知识产权局展开合作，由浙江省知识产权研究与服务中心针对发明专利、实用新型专利和疑难专利的投诉和申诉出具专业性咨询意见或进行专利性检索，协助平台处理专利侵权问题。自双方正式开展合作以来，2015 年全年阿里巴巴共向该中心移交 64451 条涉嫌侵权商品链接进行专业咨询和 32 件专利稳定性检索案件，大大提高了专利侵权的判断准确性和科学性。专利侵权判定合作，为互联网平台处理专利侵权问题提供了依据。

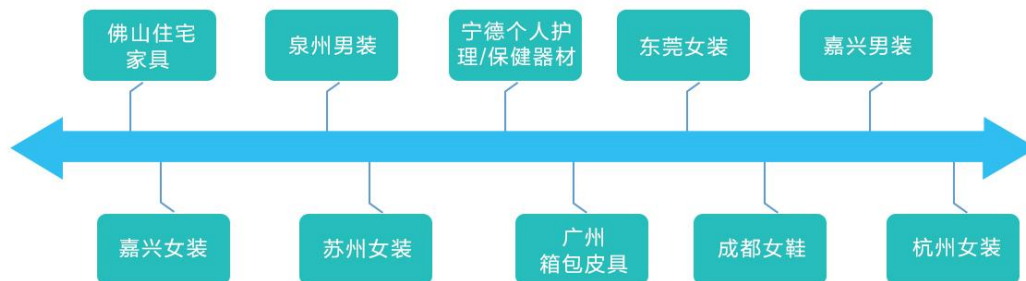
“中国质造”项目。假货根源在于同类产品的中国自主品牌缺乏知名度，致使一些生产企业为了追逐短期利益，生产冒牌产品。基于这一特征，在打击制假售假的同时，阿里巴巴主动与各地政府合作，推出“中国质造”项目，大力扶持中小企业转型升级，尤其是扶持代加工厂建立自主品牌，扭转“无品牌，就冒牌”的恶性循环，从源头上解决假货问题。2015 年 4 月该项目上线以来，“中国质造”已联合全国 30 多个地方政府和行业协会参与，全国 135 个重点产业带、5000 多家工厂企业入驻，涉及品类 33 个，日均销售 4000 万元以上。

中国质造卖家数TOP5省份



(计算公式: 该省中国质造卖家数/中国质造总卖家数 x 100%)

“中国质造”日均成交额50万以上产业带



【相关案例：“中国质造”莆田站】

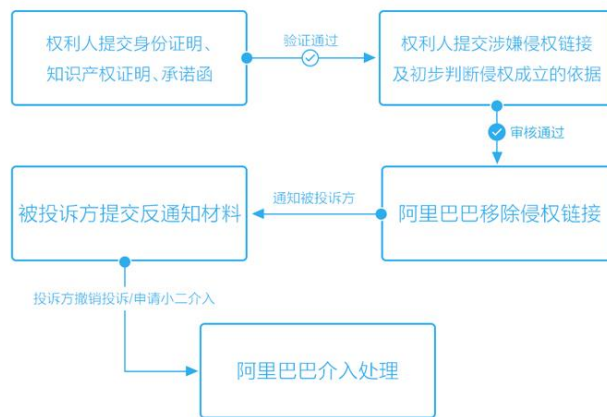
2015年4月份，“中国质造”莆田站启动，首批17个自主鞋业品牌在阿里集团旗下淘宝、聚划算平台销售，莆田市长翁玉耀亲自为莆田品牌代言。活动启动仅4天，“中国质造”便吸引了1000万人次关注，

销售运动鞋近30万，销售额近1.6亿元。莆田运动鞋产业带加入“中国质造”后，其工业增加值迅速增至153.98亿元，比上年同期增长9.0%。

二、协助权利人保护其知识产权，不遗余力

知识产权是一种民事权利，品牌权利人是商品真伪鉴定的唯一法定主体。作为第三方网络平台，阿里巴巴没有鉴定假货的权力和法律效力。基于法律义务及社会责任，阿里巴巴与品牌权利人、行业协会开展紧密合作，广泛收集不同品牌商品信息、标准，用于阿里巴巴电子商务平台的的知识产权保护工作。

阿里巴巴知识产权投诉流程示意图（以淘宝为例）



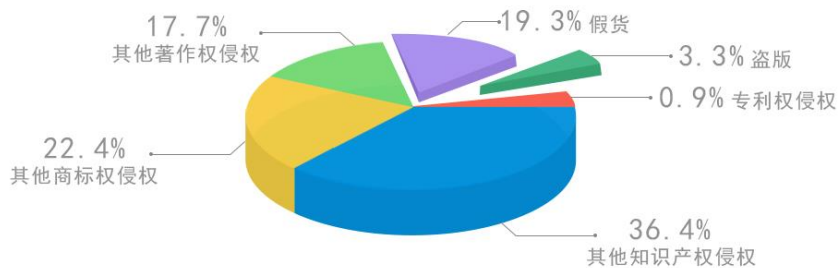
淘宝网、天猫知识产权侵权投诉平台Taoprotect: qinquan.taobao.com
全球速卖通、阿里巴巴国际站、阿里巴巴中文站知识产权侵权投诉平台Aliprotect: legal.alibaba.com

打造全球领先的知识产权投诉平台³。该平台集合了“权利人资质验证、权属备份、通知、反通知处理、数据分析”等诸多功能，全球权利人均可以通过该平台对侵权商品链接发起投诉，实现快速维权。截至2015年，全球已有近8万品牌权利人注册使用该系统。阿里巴巴根据权利人投诉删除涉嫌侵犯知识产权的

³ 阿里巴巴集团知识产权保护平台网址: <http://ipp.alibabagroup.com>

在线商品信息近千万条⁴。然而,这些被删除的侵权商品并非都是俗称的“假货”。在淘宝网删除的被投诉商品链接中,假货只占其中的 19.3%,其他商标权侵权⁵占 22.4%,盗版占 3.3%,其他类型著作权⁶侵权占 17.7%,专利权侵权占 0.9%,其他知识产权侵权⁷占 36.4%。

商品链接删除原因分布



权利人合作范围不断扩大。阿里巴巴与全球品牌权利人、行业协会建立了广泛合作,与美国电影协会(MPAA)⁸、国际反假冒联盟(IACC)⁹、商业软件联盟

⁴ 该数据为 2015 年全年数据,包含商标权、专利权、著作权及其他知识产权侵权信息。

⁵ 除假冒商标(即假货)外的商标权侵权行为,如未经许可使用他人商标关键字等。

⁶ 除盗版外的著作权侵权行为,如未经许可使用他人图片。

⁷ 侵犯商标权、专利权、著作权外的知识产权侵权行为,如著作权衍生品侵权。

⁸ The Motion Picture Association of America, 成立于 1922 年,总部设在加利福尼亚州。其主要成员有:华特迪士尼公司、索尼影视娱乐、派拉蒙、20 世纪福克斯、环球电影、华纳兄弟。

⁹ International AntiCounterfeiting Coalition. 1978 年由世界上 15 家知名制造商发起。目前,已有 32 个国家和地区计 220 多家公司和社团加入该联盟。

(BSA)¹⁰等多个全球行业协会签署了 MOU¹¹（知识产权合作备忘录），并在假货特征收集、产品鉴定资源、案件打击资源等方面与品牌权利人达成多项深度合作。

与阿里巴巴建立知识产权保护合作的部分行业协会



国际反假联盟



英中贸易协会



美国电影协会



日本贸易振兴机构



大韩贸易
投资振兴公社



软件联盟



国际洋酒协会



在华国际
出版商版权保护联盟

¹⁰ Business Software Alliance，成立于1988年，其成员包括了微软、SAP、CA、Adobe等一些国际上最大的软件生产商，在全球主要区域的80多个国家和地区设有分支机构。

¹¹ Memorandum of Understanding 的简称，直译为谅解备忘录。此处指知识产权合作备忘录。

与阿里巴巴建立知识产权合作的部分知名品牌



三星



宝洁



爱茉莉太平洋



微软



飞利浦



阿迪达斯



迪士尼



卡地亚



博柏利



佳能



路易威登



惠普

组织知识产权国际交流。一直以来，阿里巴巴都积极与国际品牌权利人开展日常沟通交流，并以此展现中国知识产权保护的措施和成效。2015年，阿里巴巴分别在美国洛杉矶、芝加哥、华盛顿，法国巴黎，先后举办品牌权利人交流会，介绍阿里巴巴知识产权保护理念及举措，收集权利人打假需求及建议。

推出“诚信维权机制”。为了让“诚信”更有价值，帮助诚信、谨慎、负责的投诉方享有更为便捷的维权体验，杜绝少数权利人恶意利用“避风港”原则¹²维护其传统经销、价格体系的“滥用权力”行为，推出“诚信维权机制”。阿里巴巴根据投诉系统数据模型，定期邀请符合诚信条件的品牌权利人加入诚信维权机制，为其提供更加高效、快捷、全面的维权支持。

¹²“避风港”原则是指在网页上出现涉嫌侵权的信息时，当ISP（网络服务提供商）只提供信息技术服务，并不制作网页内容，在未被告知存在涉嫌侵权的信息时，平台依照“技术中立”原则，无需就平台上的涉嫌侵权信息承担法律责任。

诚信维权服务加入条件



投诉准确率高



申诉成功率低



知识产权稳定



同意并签署承诺书
承诺不滥用投诉权利

截至 2015 年 12 月 31 日，已经有包括三星、宝洁、微软、路易威登、惠普、博柏利¹³等品牌在内的 542 个品牌加入诚信维权机制。

2016 年，阿里巴巴将加大诚信投诉推广力度，让更多的权利人加入到诚信维权机制中来；同时，深化诚信维权服务，推出“权利人共建”项目，通过平台与权利人的共建更好地服务权利人保护其知识产权。参与共建的权利人，可通过其诚信投诉账号接收由阿里巴巴提供的平台难以判断的疑似侵权链接，并在确认侵权行为属实后进行一键投诉。阿里巴巴还将为诚信的、参与共建的权利人提供清晰可见的投诉数据，让维权效果一目了然。权利人共建过程中，阿里巴巴将与权利人保持互动，追踪热点信息，优化合作机制，协商解决问题，收集意见反馈，反哺维权策略，提升打假效能，提高双方的打假投入产出比。目前，权利人共建系统正在产品开发阶段，预计 2016 年第三季度上线。

¹³英国奢侈品牌。

三、服务诚信卖家，严打制假售假

作为平台，服务好平台上诚信经营的卖家是我们义不容辞的责任，因此，在打假上绝不允许“错杀”无辜。但是，对于恶意销售假货的卖家，我们也绝不手软，会通过制定和实施越来越严的网站规则来打击一切违法行为。

升级认证系统，建立信用体系。为了防止因出售假货被关店的卖家换个身份来平台重新注册，阿里巴巴不断升级“身份认证系统”，将原来的“实名认证”升级为“实人认证”。卖家绑定实名认证支付宝账号后，阿里巴巴会通过公民身份信息查询中心及绑定银行卡进一步验证身份，同时要求进行“刷脸”等动态实人认证，努力确保持证申请开店的人和证件照片的一致。除了新注册卖家，对于已存在卖家，一旦发现有售假嫌疑，立即启动身份确认程序，对其真实身份和开店资质进行严格复审。

天猫对售假者“一振出局”。阿里巴巴旗下 B2C 电商平台——天猫成立之初，就颁布了“假货零容忍”制度。天猫规则第六十二条规定：出售假冒商品，每次扣四十八分。简单来说，商家被证实有任何售假行为，都会被“一振出局”，直接清退出天猫平台。

目前，天猫制定了多项措施对商家行为做规范，防止售假商家混入。首先，在商家入驻时，会对商家资质、品牌授权链路做审核确认；其次商家入驻后，还会定期对商家资质做复审，必要时会与品牌权利人直接确认授权链路的真实性，同时还会核对商家进销库存数据是否一致，确保商品都来自于合法的进货渠道。

淘宝出台史上最严规则“三振出局”。2015年，阿里巴巴针对C2C电商平台淘宝网出台了“史上最严打假规则”——三振出局（3 Strikes Out）。在淘宝网知识产权保护平台上，同一用户就同一权利对同一卖家的投诉成立达三次及以上¹⁴，该卖家账户将被查封。“三振出局”规则的出台加强了对全球知识产权权利人及消费者的保护，符合海外权利人基于国际惯例标准的认知，受到了全球权利人的广泛关注和好评。“三振出局”规则推行过程中，阿里巴巴组织了多场知识产权规则普及及投诉申诉、咨询的培训，覆盖了11个重点地区。通过培训，加深了卖家对“三振”规则的理解，提高了卖家知识产权保护重视程度。

鼓励创新，保护原创。为鼓励卖家创新，保护原创者利益，阿里巴巴在中国反侵权假冒创新战略联盟的支持下，已于2016年4月推出知识产权快速申请通道——“创新保”平台。卖家通过该平台能够享受到知识产权快速申请服务。“创新保”还将与阿里巴巴现有知识产权保护平台打通，为创新主体提供了从确权到维权的全方位服务。阿里巴巴希望通过“创新保”平台，降低卖家知识产权保护成本，在帮助一批创新型卖家快速成长的同时，提升全社会的知识产权意识。

四、保障消费者权益，引导维权

一直以来，阿里巴巴都致力于不断提高消费者合法权益的保障力度，提升购物体验。2015年，淘宝网平台上消费者假货投诉率整体呈下降趋势，降幅达51.6%。

动态账期冻结与极速退款。为保护消费者财产安全，当阿里巴巴发现商品信息异常的时候，将会主动延长订单的打款周期，让消费者能够有更长的商品确认周期，把消费者的风险降至最低。2015年，动态账期冻结服务为35万消费者提

¹⁴特殊情形不计次，卖家在3天内出现的通过信息层面判断出售假冒、盗版商品的行为视为1次

供了 5.5 亿元的资金保障。除动态账期冻结，阿里巴巴还为累积了良好信用记录的消费者提供 300-5000 元不等的极速退款额度，消费者在发起退货时即可获得退款，无需等待卖家签收。2015 年，有 3000 万以上的消费者享受到了该项服务。

网络志愿者助力打假。除专业打假队伍，阿里巴巴还组建了一支由 5000 名热心消费者组成的“志愿者”团队。志愿者们通过“人肉”搜索，寻找并举报淘宝网上的知识产权侵权行为。其中，部分优秀志愿者还作为“神秘买手”参与商品品质神秘抽检工作。这些“神秘买手”根据指定要求及规范，不定期购买特定商品，并将包裹原封不动地寄送至第三方质检机构鉴定，一旦鉴定为劣质产品，阿里巴巴将根据结果及平台规则，对商家做出相应处罚。目前，“神秘抽检”的整个采买及商品转运过程，全部在电子公证环境下进行，以确保准确和公正。2015 年，阿里巴巴购买及鉴定费用支出近 1 亿元。

第五章 阿里打假的困境与挑战

一、平台间缺乏联动，给售假者可乘之机。随着阿里巴巴打假力度的不断加强，一些售假者为规避风险，开始通过时下流行的社交软件，来完成假货展示、推广、议价等过程，只将阿里巴巴作为担保交易工具。甚至，一些被阿里巴巴清退的店铺，名目张胆地将假货转移至其他平台继续销售。平台间缺乏联动，给了制假售假分子以可乘之机。

【相关案例：卖家利用不同网络平台完成售假行为】



卖家先通过社交软件中的社群功能，对仿冒手表做展示，再邀请卖家去淘宝网平台上做担保交易。卖家通过这种方式，减少淘宝网平台上假货信息曝光次数，规避淘宝网平台的监控与处罚。

二、权利人鉴定配合程度参差不齐。品牌权利人，是假货治理的最直接受益者，也是产品真伪鉴定的唯一法定主体，权利人配合鉴定的程度，直接关系到打假的结果与成效。权利人不配合鉴定，不仅会导致鉴定准确性丧失，让不法分子逍遥法外；甚至可能导致商家因错误鉴定而被迫关店，损害多方利益。

【相关案例】

2015年11月，阿里巴巴配合公安机关破获了一起假冒奢侈品围巾案，涉及多个欧洲奢侈品品牌。案件查处后，多数涉案奢侈品品牌都积极配合，协助警方完成假货鉴定工作。但因某奢侈品品牌未及时反馈鉴定结果，致使公安机关无法顺利开展赃物价值认定工作，影响案件收尾。

三、法律法规滞后，定罪处罚难，违法成本低。互联网技术日新月异，制假、售假行为也随着技术、商业模式的演进而变化，与之相对比，法律法规滞后性问题就尤为凸显，在一定程度上降低了制假售假的违法成本。因适用于互联网售假的法律法规不健全，阿里巴巴作为企业往往只能利用平台规则驱赶售假商家。实际打假过程中，执法部门也常常受制于法律法规。在执法中，工商部门缺乏通过IP地址定位售假商户的权限，公安部门虽有权限，但往往由于案值不足而难以立案。根据相关规定，已销售案值5万元、未销售案值在15万元以上的售假认定承担刑事责任。为规避风险，一些制假售假者已开始将产、供、销等环节进行了物理隔离，避免现场查获“足够量”假货，以逃脱法律制裁。此外，在判决环节，对于平台提供的嫌疑人店铺交易记录，往往难以作为证明售假金额的电子证据采纳。

【相关案例：北京丰台假酒案】

2015年1月27日，北京地区有312家线上关联店铺涉嫌销售假酒，几乎囊括了茅台、五粮液、轩尼诗等国内外知名品牌。其3个月线上交易额高达5000万元。1月28日，阿里巴巴将线索移交北京市经侦总队；1月30日，北京市经侦总队正式受理该案。2月9日警方联合工商、权利人展开收网行动。最终，该案因线上售假的电子证据难获认可，现场查获假酒价值未达到立案追诉标准，警方将案件移交工商部门做行政处罚。

现有法律在“互联网+”大背景下的滞后性，也给了一些不诚信权利人以可乘之机。有少量权利人恶意抢注商标、申请垃圾专利，或伪造著作权证明后，向阿里巴巴知识产权投诉平台发起恶意投诉，要求平台下架指定“侵权”商品；更有甚者，有权利人在恶意投诉后，私下向卖家收取“保护费”。这种让人疲于应对的恶意投诉，不仅给卖家带来了经济损失，也扰乱了电商市场的正常经营秩序。

【相关案例：软玻璃恶意投诉事件】

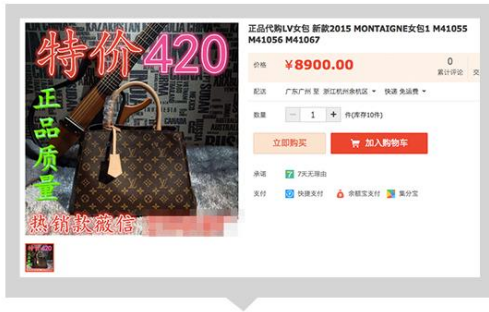
国内某公司将某行业通用名称“软玻璃”注册为第24类商标后，向阿里巴巴发起投诉，以“未经授权使用商标关键字”为由，要求平台下架所有带有“软玻璃”关键字的商品链接，严重影响该行业平台商家正常经营。虽该商标后经相关职能部门认定无效，但卖家因恶意投诉造成的经济损失，却难以挽回。

商标在实质审核中，审查员对于该商标在这个行业是否具有显著性存在一定的主观认知，所以存在个别行业内普遍使用词汇被注册为商标的情况。然而，由于商标注册人的主观恶意难以举证，因此卖家对于损失的诉求也难以实现。此外，法律上也未对这类损失的理赔规则做明文规定。

四、变种信息展示手段频出，不断挑战信息层面的假货识别技术。目前，高精度的文字识别、图像识别技术，是整个互联网领域的难题。阿里巴巴的主动识别技术，虽能对涉假文字、图片信息做识别，但受限于客观原因，实际识别效果无法达到100%。一些售假不法分子利用业界现有技术局限性，采用变种信息展示手段，规避平台监控，不断攻击平台的假货防控体系。

【相关案例：卖家利用图片、变异词售假】

相关案例：卖家利用图片、变异词售假



五、黑灰产猖獗，暗中助力售假行为。如今，身份信息贩卖、手机黑卡销售、网络刷单等黑灰产业相互依附，形成了完整的产业链条，为不法分子网上售假提供了便利。其中如恶意注册、虚假认证、虚假交易等部分黑灰产业甚至已经发展成了“一条龙服务”，从前期骗取农村、工厂人口身份信息，到后期网络交易平台虚假认证和虚假交易整个过程，都有跨地区的专人或公司负责。这些利用虚假信息注册、认证，经过刷单公司“包装”的淘宝店铺，大多流入了售假团伙手中。

猖獗的黑灰产业，滋生了大量违法犯罪的同时，也给打假带来了困难，更严重威胁着互联网行业的安全。一方面，针对网络黑灰产的线下打击虽然效果显著、社会影响力巨大，但司法投入成本高、相关法律法规不完善等问题，也使得打击工作屡屡受阻；另一方面，固有的侦查、取证手段与现有“互联网+”的要求不匹配，公检法机关在网络黑灰产业犯罪事实的认定上存在较大困难，这让不法分

子更加肆无忌惮。猖獗的黑灰产业，已经成为假货社会共治道路上无法回避的问题。

【相关案例：福建虚假认证团伙案】

2014年，由上海、福建、浙江、湖南等多地警方联合破获，总案值高达2150余万元的假冒“耐克”品牌运动鞋中，不法分子使用的等多个淘宝账户存在明显虚假认证行为。事后调查发现，这些身份信息均来自一个福建莆田虚假认证团伙。该团伙涉及贩卖账号725个，其中490个账号为通过虚假认证的“高仿真”账号。在这些账户中，355个账号用于销售假货，成交订单28万笔，销售金额高达1295万元。

第六章 社会共治的几条倡议

假货治理是一个世界性的难题，无论权利人、政府还是平台，各方每年都投入巨大成本来进行各种打击和治理。阿里巴巴作为一家企业，我们清醒地意识到，凭借一己之力不可能解决这一世界性难题。但我们坚信，如果社会各方共同参与，探讨如何在互联网时代大数据力量上进行分工合作，一定能逐步缓解这个问题的社会危害性。为此，我们倡议：

一、政府牵头，整治黑灰产。网络黑灰产业，已经成为假货社会共治道路上无法回避的问题，更是“互联网+”发展道路上的巨大隐患。阿里巴巴希望政府有关部门牵头，联合有关基础设施企业，整治手机黑卡等黑灰产业，净化网络环境。

二、加强平台联动，搭建涉假信息共享平台。面对售假行为“跨平台化”的趋势，阿里巴巴建议有关部门牵头，搭建涉假信息共享平台。互联网企业之间，能够通过该平台，实现商业数据保密基础上的涉假数据共享，联动作战，共同推进网络治假，保护知识产权。

三、健全法律体系，推动法律法规的“互联网+”。面对网络售假违法成本低的现实问题，阿里巴巴希望国家立法机构，能够及时跟踪互联网市场动向，制定出公平合理的法律法规，严惩违法分子，实现各方的利益平衡。如：明确网上电子“销售记录”在案值认定上的作用，制定假货半成品的认定标准，明确有组织虚假交易行为可适用“非法经营罪”追责等。

四、政企联动，携手治理假货。阿里巴巴作为互联网企业，有能力通过大数据力量快速及时地掌握网络售假者的信息、动态；政府部门则能够依法运用行政、司法手段，打假制假售假行为，服务权利人，保护消费者。在社会化治假道路上，政府、企业应各司其职。一方面，阿里巴巴不断提升大数据能力，积极向政府部门推送涉假案件线索，配合协查；另一方面，政府不断加强执法力度，提高执法强度。通过政企通力合作、资源互补，在治假道路上携手共进。

五、建立权利人鉴定中心。打击假货是权利人保护其商标这一知识产权义不容辞的责任，而在整个假货治理中权利人做假货鉴定又是非常关键的一环，但现实会发现有个别权利人对平台或执法机构打假过程中的鉴定需求不太愿意配合，会造成假货案件迟迟不能处理。阿里巴巴呼吁权利人，为了保护自身知识产权，请配合电子商务网站提出的联合打假请求、配合企业建立假货数据库，配合消费者出具商品鉴定证明材料，与电子商务网站协同打假，通过打假信息的流畅交互，协助公开假货信息、售假卖家与店铺。

为更好地鉴定假货，提升打假工作效率，阿里巴巴希望有关部门建立权利人鉴定中心，邀请权利人协助执法部门开展假货鉴定，提高打假效率。

六、抵制假货，从我做起。阿里巴巴呼吁消费者增强假货辨别能力，拒买假货；一旦不慎购入假货，积极向有关部门举报，必要时配合政府部门查处假货窝点、打击售假行为。