

年轻“小二”手指狂舞

打假特战队神出鬼没



与售假者斗智斗勇的阿里巴巴平台治理部



办公室设置的假货展示区



特战队员学习“大数据”打假相关知识



在某地一家服装店内,特战队员正在调查假货线索



工作协商



平台治理部委托国家检测机构对样品进行检测

本报记者 王志浩 通讯员 陈岳峰

为了“亲们”手中收到的是正品,在幕后,阿里巴巴打假部门在无形的战线上,与售假者斗智斗勇。3月13日,记者走进阿里巴巴,探究这个“神秘”的部门——平台治理部。

偌大的敞开放式办公区域,年轻“小二”们在电脑前手指狂舞。

“小二”孙楚说,早在2002年,阿里巴巴就开通了品牌投诉邮箱,接受品牌产权投诉处理。随着投诉量的日益增大,2010年,阿里巴巴建立了线上打假机制及团队。除了接受处理各类投诉,更要主动出击。平台治理部有一支主动防控团队,他们的职责是圈定防控范围、识别、对疑似假货商品商家进行处置、受理商家申诉四部分。

孙楚的工作是识别品牌商品在平台的假货风险,通过分析售假商品特征,建立假货风险商品的

识别规则模型。模型建好后,交由系统和人工进行风险的研判,并根据识别及处置效果的反馈,完善防控范围和精度。

在阿里,最特殊的要数打假特战队。这是一群只能露出背影的人,他们中,有警龄超过20年的前公安队长,有研究生学历的程序员,有多年工作经历的行政专员,他们经过特训,成为拥有大数据新兵器的“特种兵”。

特战队在海量数据中整理出假货线索,输送给公安、工商、质检、食药监等执法部门,同时通过艰苦的线下摸排、核查,向散落在全国各地的制售假货窝点发起总攻。他们的“打击地图”数据线索,为浙江省打击侵权假冒工作领导小组部署的“云剑行动”提供了有力的大数据支撑。2015年9月到2016年8月之间,打假特战队配合执法部门关闭了约675家假货生产、库存和销售点。

(为保护隐私,文中出现的阿里员工姓名均为化名)



打假特战队员练习搏斗技巧,以应对在实际的线下调查中,他们可能会面临的各各危险