“黑科技”秒杀假货 像治理酒驾一样治理假货

阿里巴巴2017打假取得历史性突破

(上接1版)

为更好地普惠全球品牌权利人,2017年8月,阿里巴巴正式上线“知产快车道”项目,对品牌权利人在阿里巴巴知识产权保护平台上发起的知识产权投诉进行快速处置。

品牌权利人很快就感受到了这个平台的魅力。“我们去年11月底通过平台获悉一条制售假冒康宝莱产品的线索,12月中旬警方就挖出了一个横跨江苏、山东、广东三省的制售假窝点,抓获嫌疑人26人,涉案金额2000多万元。这就是大数据精准作用的成果。”康宝莱(中国)保健品有限公司合规部高级总监舒亚杰说。

“成绩不是一蹴而就的,我们也是在与售假者的‘交锋’中成长起来的。”阿里巴巴平台治理部资深总监钱磊告诉记者,早期的售假者热衷将假货伪装成正品来欺骗消费者,为此,阿里搭建了处理引擎及规则来进行拦截。但售假者很快找到了应对之策,即通过胡乱堆砌品牌名称、将文字转为图片来躲避拦截,比如在图片上标注“驴牌”“小香风”等名牌商标的变异词,这种“幽灵”假货用传统的信息特征拦截很难奏效。阿里于是引入了图像识别、语义识别等算法,随后又研发出数百个大数据假货甄别模型,每日对全平台上近20亿商品进行扫描识别,杜绝售假者进入平台。

除主动防控外,阿里巴巴还通过大数据模型对可疑商品做“神秘抽检”。2017年,阿里巴巴发起十万余次抽检,投入上亿元购买可疑商品,对确定假冒伪劣商品的,立即对商家进行处理,轻则整改下架,重则关闭商家、清退店铺。

这些努力换来了消费者对平台的信心。据了解,2017年消费者因怀疑买到假货而发起的退款比率比2016年下降29%,每1万笔订单中仅有1.49笔为疑似假货。

23个省市联动:根除线下假货源头

“线下假货源头不根除,全社会的假货治理就永远无法真正收工。”在运用先进技术解决网络假货问题的同时,阿里巴巴也联合全国执法机关向线下假货源头宣战。

就在不久前,阿里巴巴打假特战队协助广东警方在佛山捣毁一个800余平米的LV制假窝点,并顺藤摸瓜查到了湖南永州、广东广州的另一LV制售假团伙,彻底捣毁其生产工厂、仓储物流点和批发档口,抓获犯罪嫌疑人10余人,涉案总金额达2.16亿元。

记者了解到,截至2017年底,阿里巴巴打假特战队已与全国23个省市开展线下打假合作,并利用大数据技术优势,累计向全国公安机关推送涉假线索1910条,协助抓捕涉案人员1606名,捣毁窝点数1328个,涉案金额约43亿元。

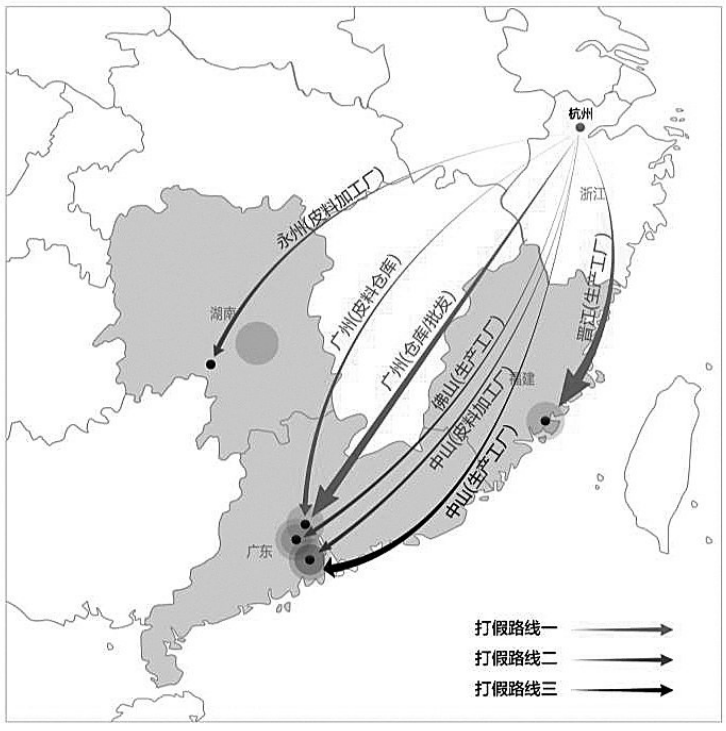
2017年4月,阿里打假特战队队员余洋(化名)深入四川德阳某工厂暗访制售假窝点时被对方怀疑,好在余洋机智地说起了四川话才成功避险。不久后,阿里巴巴协助德阳警方捣毁了这个制售假窝点,现场查获某品牌假冒服装8000多件,涉案金额200多万元。

与此同时,阿里巴巴还配合工商部门开展了2017浙江“红盾网剑”专项执法行动,查处了一大批网络侵犯知识产权案件。

尽管如此,线下假货生产源头的根治依然任重道远。2017年,被关闭的网上疑似售假店铺的数字是24万个,数据分析发现,有相当部分售假者店铺被关闭后,改头换面重新售假,且基本集中在全国多地的区域性、行业性、领域性假货带上。多地执法机关的实地打击案件也印证,假货源头并未根除,反而分工越发细致,反侦查和隐蔽能力不断加强。“比如福建莆田,虽然长期在严厉打击,但我们去年底实地探访的时候发现,每到夜晚还是有大量‘耐克’‘阿迪’鞋子被发往全国各地。”省公安厅经侦总队知识产权副支队长陈竞凯说。

不止如此,为逃避打击,越来越多的制售假者开始跨国境跨平台流窜,比如转向facebook、微信朋友圈或者其他电商平台等。“上述康宝莱案件中,其中一名嫌疑人王某就是在淘宝店售卖假冒减肥药被关店后,转向了微商。”阿里巴巴平台治理部知产保护总监叶智飞说。

“说到底,还是制售假的利益太大,违法成本太低。”叶智飞说,目前刑法中对“生产销售伪劣产品罪”的定量标准是销售金额5万元以上,这个标准是1997年确定的,这么多年没有调整过,但制假售假的形势早已日新月异,刑事打击对制售假者的震慑作用相对较轻。对此,阿里巴巴集团已经率先对售假卖家进行民事追偿,提高他们的制售假成本,“让售假者痛”。



假冒LV系列案线下打假示意图

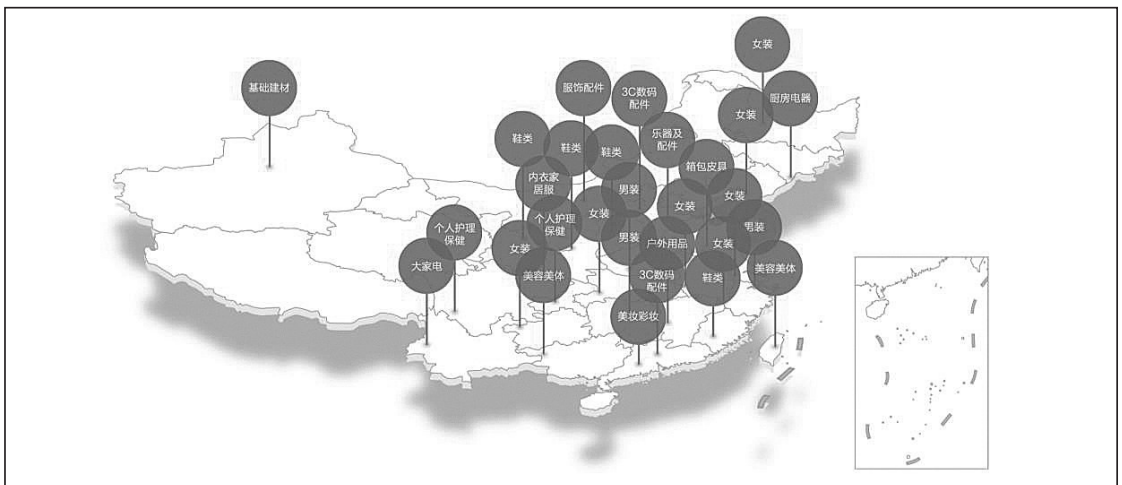
2017年3月8日,淘宝网以“违背不得售假约定、侵犯平台商誉”为由,将平台上出售假冒玛氏猫粮的姚某告上法庭,索赔267万元并要求其公开致歉。2017年7月20日,上海奉贤区法院审理认为,姚某在淘宝平台出售假货损害了与商品相关权利人的合法权益,降低了消费者和社会公众对平台的信赖和良好评价,对平台商誉造成损害,一审判决姚某赔偿淘宝网损失及合理支出12万元。这是阿里巴巴作为平台发起的国内首例针对售假卖家的民事诉讼,拉开了阿里以民事诉讼手段打击售假行为的序幕。“虽然赔偿不多,但是案件的胜诉给网络治理开辟了一条新的道路。”叶智飞说,这个案件也入选了2017年人民法院十大民事行政案件,并入围了最高人民法院与中央电视台联合开展的“2017年推动法治进程十大案件”。

一个共识形成:“像治理酒驾一样治理假货”

要真正实现“制假直接入刑”“让售假者疼”,还有很长的路要走。

“比如平台作为商誉损失方的法律良性标准亟待建立。”阿里巴巴集团高级法律专家张译文说,当前,由于裁判尺度不统一等原因,涉互联网新型案件时常会出现同案不同判的结果。“比如,我们已经提起民事诉讼的12起案件中,很多由于商誉损失难以举证量化,最终法院认定的判赔金额和索赔金额都有着不小的差距。”张译文说,诉讼结果很大程度上能向社会及售假者传递出打假信号。

让阿里巴巴充满信心的是,对于网络售假,一个共识已经形成,那就是“像治理酒驾一样治理假货”。自2017年全国两会期间,阿里巴巴董事局主席马云呼吁开始,“像治理酒驾一样治理假货”得到了社会各界的回应:全国20余个工商、质检、食药监及公安等执法机关与阿里巴巴签署了共治协议,13个省市的双打办、双打成员单位齐聚阿里巴巴召开“云剑联盟”行动会议,全球首个“大数据打假联盟”成立,越来越多的品牌权利人加入合作……2017年12月23日,“像治理酒驾一样治理假货”还获选国家质检总局“2017质量之光”公众评选“年度质量事件”。



线上售假者与线下假货带分布高度一致

一年来,社会各界用打击假货的实践,证明“像治理酒驾一样治理假货”在全社会取得了前所未有的共识,越来越多的力量参与到打假事业中来。

“未来,阿里巴巴将以更开放的姿态,联合权利人、正品卖家、消费者对假货进行合围打击,并呼吁各方力量进行社会共治。”郑俊芳在昨天的发布会上说,阿里巴巴打假,不仅是在探索网络治理的规则,同时也是参与社会治理、承担社会责任。

本版图片由阿里巴巴提供