

执法咨询委员会

第九届会议

2014年3月3日至5日，日内瓦

阿里巴巴在互联网平台模式下的知识产权保护实践

中国阿里巴巴集团安全部资深总监倪良编拟*

一、阿里巴巴集团概况

1. 阿里巴巴集团由中国互联网先锋马云先生于 1999 年带领其他 17 人在杭州创立，他希望将互联网发展成为普及使用、安全可靠的工具，让大众受惠。阿里巴巴集团由私人持股，现在大中华地区、新加坡、印度、英国及美国设有 70 多个办事处，共有 20,400 多名员工。
2. 阿里巴巴集团经营多元化的互联网业务，致力为全球所有人创造便捷的交易渠道。自成立以来，阿里巴巴集团建立了领先的消费者电子商务、网上支付、B2B 网上交易市场及云计算业务，近几年更积极开拓无线应用、手机操作系统和互联网电视等领域。集团以促进一个开放、协同、繁荣的电子商务生态系统为目标，旨在对消费者、商家以及经济发展做出贡献。
3. 阿里巴巴的使命是让天下没有难做的生意。阿里巴巴的愿景是能够成为数据分享的第一平台，能够成为幸福指数最高的公司，能够成为一家持续 102 年的公司（跨越三个世纪）。阿里巴巴的目标是打造一个电子商务生态圈，服务一千万的中小企业，创造一亿个就业机会，服务全球十亿个用户。
4. 成立于 1999 年的阿里巴巴集团，在 2003 年宣布当年实现了日收入 100 万元，在 2004 年实现了每天利润 100 万。“一天纳税 1,000 万”已在 2012 年成为现实，这一年底，阿里巴巴旗下淘宝和天猫的交易额在该年度突破 10,000 亿元。到了 2013 年，阿里巴巴的日纳税额超 2,000 万人民币。根据阿

* 本文件表达的观点是作者的观点，不一定反映 WIPO 秘书处或本组织任何成员国的观点。

里研究中心和清华大学社会科学院此前共同发布的报告，目前，阿里巴巴零售电子商务带动的直接就业和间接就业人数已经达到了 1,200 万人左右。

二、阿里巴巴集团知识产权保护工作概况

5. 自公司成立伊始，阿里巴巴就重视对于知识产权的保护，通过不断的摸索及推进，阿里巴巴集团逐渐建立了一套集维权处理、主动管理，政府协作、品牌合作、法律普及等业务职能的多元化知识产权保护体系。目前，阿里巴巴集团每年在打击假冒伪劣商品方面的投入已超过一亿元人民币，组建了一支包括公司相关业务部门及网络志愿者在内 5,000 人的知识产权保护专业管理团队。在过去的一年，阿里巴巴集团移除了超过一亿条涉嫌侵犯知识产权的商品信息链接。

6. 面对知识产权保护这一全球性的问题，阿里巴巴作为一个全球领先的平台型电子商务企业，旨在从政府执法者和权利所有者之外的第三方角度出发，克服不同国家、不同地域对于知识产权保护法律、惯例存在的差异，找到一个符合互联网发展的、能够形成统一共识的保护途径。

三、具体措施和手段

（一）搭建在线知识产权维权投诉系统

7. 随着各国以及社会各界对知识产权保护的日益重视，作为第三方电子商务平台接收到越来越多且形态各异的投诉和通知，怎样甄别这些来自世界各地的投诉并将适格的投诉在一个较为公正、透明的流程下快速、有效的处理完毕是我们亟待解决的问题，从能否给予投诉方与申诉方一个公开、透明、实时的解决争议系统的角度出发，阿里巴巴集团建立了一系列知识产权保护系统。

- 阿里知识产权保护平台（IPP）

8. 阿里巴巴集团早在 2008 年就建立了系统化的投诉平台，并于 2013 年重点打造了阿里知识产权保护平台（IPP），旨在与全球知识产权权利人建立合作机制，为权利人与阿里巴巴集团旗下各网站之间搭建知识产权保护桥梁。目前该平台已经覆盖淘宝的投诉平台功能，未来还会连通 B2B 网站的投诉功能，为权利人提供更为便捷的一站式维权体验。

9. 截止 2013 年，仅淘宝知识产权保护平台的注册权利人数量就达到了 36,000 个，得到了全球范围内各国权利人的认可。

（二）根据网站发展情况制订合适的平台规范

10. 阿里巴巴集团旗下的 Alibaba.com、Taobao.com、Tmall.com 等平台型电子商务网站，除了遵循网站运营所依的法律要求外，还根据网站的发展情况制订了一系列有利于自身遏制用户侵犯知识产权行为的网站规则。

11. 其中，在阿里巴巴集团旗下淘宝网针对每个注册会员实行类似“驾照扣分制”的积分累计规则，即每个注册会员每自然年将会获得一定积分，如果被发现售假或者其他侵权行为，将会根据行为情节严重程度被扣除一定的分数，当积分被扣完时，将会被网站清除出平台。2013 年，在这一规则的基础上，还最新提出了“四振出局”的理念，加强对于售假累犯的关注。

12. 在阿里巴巴集团旗下天猫商城实行“保证金”制度，要求天猫商家开店时缴纳相应保证金，约束商家自觉维护知识产权。一旦发现有出售假货的商家，将面临被直接清退关店并罚没保证金的严厉处理。

（三）特殊行业实行卖家准入机制

13. 针对需要取得相关资质才允许进行产品销售的特殊类目实行卖家准入机制。目前，在阿里巴巴集团旗下淘宝网的多个行业类目实行准入机制，包括成人避孕用品类目、书籍杂志报纸类目、音乐影视音像类目、保险类目、彩票类目、淘宝旅行类目等。

14. 例如，经营书籍和音像制品的卖家，需具备并持有国家相关机构颁发的《出版物经营许可证》和《个体工商户营业执照》才被允许在这个类目下发布商品信息。

（四）主动打假管理措施

• 建立“神秘购买”机制

15. 2011 年，阿里巴巴集团旗下的淘宝网正式建立商品神秘抽检机制，抽检产品委托第三方质检机构或者品牌权利人进行鉴定。一旦发现产品品质存在问题或是假货，淘宝将依据网站规则进行处罚，情节严重的直接报送政府执法机关。

16. 淘宝建立商品神秘抽检制度，旨在构建对商品进行预防性的主动监控措施，淘宝从确认商品、购买、送检、处罚及数据反馈各个环节进行了严格的规定，商品抽检已经成为知识产权保护常态手段，成为淘宝的一项日常工作。目前，这一机制还引入了国家认可的公证技术。

• 显然假货/盗版问题的控制

17. 在平台型电子商务网站上，知识产权侵权问题往往表现为不同的形态，对于侵权形态的共性问题，即显然假货问题，阿里巴巴作为一家有社会责任感的互联网公司，会主动予以关注。通过与权利人不断的沟通交流，我们收集了一定程度的信息，并与部分合作权利人建立了定期更新机制。目前这些控制范围包括：显然假货问题，一些包含显然假货关键字的商品（如 A 货、一比一等暗示说明为假货的信息）以及一些存在显然性的用户售假行为。显然盗版问题，如尚未上映电影的光碟产品，从未出版的音像制品以及游戏破解装置等。

（五）重视建立不同领域的知识产权保护合作

• 政府部门

18. 2013 年 4 月 23 日，阿里巴巴集团与中华人民共和国新闻出版广电总局、中华人民共和国公安部、中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中华人民共和国国家知识产权局、中华人民共和国国家工商行政管理总局等政府相关行政执法部门在杭州联合召开深度合作启动仪式发布会，共同携手打击假冒伪劣、保护知识产权。通过电子商务平台、相关政府部门联动，线上线下并进，将互联网的技术手段和传统线下的执法力量结合，将有望最终根治社会上的假冒伪劣和侵犯知识产权的现象，从而建设一个诚信的新商业体系。

19. 此外，历年阿里巴巴集团还积极配合中国政府开展的“剑网行动”（打击盗版）以及“九部委网络打假行动”等知识产权保护专项整治行动。在 2013 年协同中国公安部门发起专项系列行动，打击线下售假。

- 品牌权利人

20. 2013 年，阿里巴巴集团旗下淘宝网与国际知名品牌路易威登(Louis Vuitton, 简称 LV)在法国巴黎宣布签署备忘录，双方建立积极合作机制，携手保护知识产权，共同打击互联网平台的假货销售。自 2010 年始，淘宝网就与路易威登开展定期会晤、互联网维权、联合打假等一系列合作。

21. 截止 2013 年底，阿里巴巴集团已经与 1,060 个品牌进行知识产权保护合作，其中既包括中国国内的知名品牌，也包括海外的知名品牌。

- 行业协会

22. 2012 年，阿里巴巴集团旗下网站淘宝网与美国电影协会（MPAA）签订谅解备忘录，2013 年，阿里巴巴集团旗下网站淘宝网与国际反假联盟（IACC）签订谅解备忘录。通过与大型行业协会、组织的合作，进一步推进知识产权保护工作。

23. 此外，阿里巴巴集团还与在中国的外商投资企业品牌保护委员会（QBPC）、大型出版社联盟“京版十五社”版权保护联盟、商业软件联盟（BSA）、美国服装鞋帽协会（AAFA）等行业性的知识产权保护协会、组织定期进行交流以及合作磋商。

（六）深入源头的假货线下打击行动

24. 众所周知，假货以及侵犯知识产权问题是一个社会问题，假货源于实体领域的制假领域，利用电子商务平台销售假货是只是售假的一种渠道。同时实践表明，在电子商务平台上，由于每一笔交易在技术上都有记录，每个售假者的信息都有迹可循，这就意味着，传统线下因假货的隐蔽性和流传广特点而导致发现假货难的问题会得到很大解决。互联网技术能够为知识产权保护和打击制售假冒伪劣商品提供更为有利的条件。

25. 2013 年，阿里巴巴配合中国的刑事执法机关，共办理侵犯知识产权案件 77 起，抓获 51 个团伙售假，涉案价值超 3.6 亿元。

（七）注重知识产权保护的正面引导，搭建消费者保障体系

- 知识产权知识的普及教育

26. 阿里巴巴每年制作知识产权保护手册，包含公司介绍、维权通道、规则解读、成功案例等内容，将阿里知识产权的主要业务集中在一起，展现给权利人、卖家等不同群体。同时，利用淘宝大学（一种新型授课方式）线上系统公开对卖家招募进行培训，普及基本的知识产权知识，并在网络卖家集中的地域举办卖家知识产权培训会，对平台卖家从正面宣传知识产权保护的重要性。

- 我们认为鼓励创新是最好知识产权保护方式

27. 除了采取一系列的打击侵权手段外，阿里巴巴注重鼓励一些中小企业打造自己的品牌、技术，并为之提供帮助。如天猫商城专门开辟的“天猫原创”品牌专区。（“天猫原创”品牌指的是通过在线电子商务形式发展起来的受消费者欢迎的自主品牌）

- 卖家转型及正品扶植

28. 正面推动知识产权保护，帮助售假卖家转型，也是阿里巴巴在开展知识产权保护工作过程中，重点关注的。互联网售假的形态链条就是卖家通过假货渠道进货，基于商品发布商品信息，消费者通过互联网平台或搜索平台获取商品信息，买卖双方达成交易。在这个过程中，如果假货渠道能够被有效

的转化成正品渠道，那么整个互联网销售链条将会变得健康。我们发现，通过一系列的卖家转型计划实施，并在处罚与教育想结合的过程中，进行初犯教育和警示，累犯从重的管理方式，有 25%的售假卖家不再出售假货。

- 重视消费者保障

29. 以阿里巴巴集团旗下淘宝网为例，建立淘宝消费者保障计划、全网购物保障计划和支付宝的第三方担保交易，一直是淘宝为消费者保驾护航的多重保证。在 2011 年，淘宝网还投入 2 亿人民币的先行赔付资金，为消费者提供更高层次的服务体验，同时引导整个行业市场的良性发展。

四、未来展望——思路创新

（一）侵权者的民事责任承担

30. 依据阿里巴巴打造的现有互联网知识产权保护体系，无论从配合执法机关针对售假者进行刑事打击或行政取缔，还是与权利人合作进行在线的侵权信息清查，都已经取得一定成效。如何进一步的创新管理思路，以第三方电子商务平台的角度，克服不同地域、不同国家知识产权保护差异化，将会是新的突破。将目光回归到知识产权保护的本质，即保护权利所有者受损利益的角度出发，更多的建立与权利人的合作，要求侵权者承担相应的民事责任，会是一项有利于工作发展的新举措。

（二）侵权非法所得的控制和阻截

31. 阿里巴巴集团经营多元化的互联网业务，其中就包括网络支付业务，阿里巴巴集团关联公司支付宝是中国最多人选用的第三方网上支付平台，已经与多个金融机构包括全国性银行、各大地区性银行以及 Visa 和 MasterCard 合作，为国内外商家提供支付方案。加大金融支付方面的知识产权保护联防机制建立，通过侵权行为事前的发现，事中和事后对于侵权非法所得的控制和阻截，将会从非法产业链的核心利益方面给予侵权者最为沉重的打击。

五、网络知识产权保护实践过程中的困难与挑战

32. 互联网商品信息及销售行为存在海量性和复杂性的特征，同时随着电子商务平台打假措施的更新，售假信息还逐渐形成变异性、隐蔽性的特点。实践中，会发现部分售假信息以采用变形词、暗语等形式发布。

33. 互联网的无国界性，使得信息传播存在跨地域性的特征，现阶段还缺乏已经形成的具有全球性统一共识的互联网知识产权保护机制。

34. 存在权利人滥用其权利现象，打着知识产权旗号，实则为了维护其商业渠道利益的情况，将知识产权保护与商业渠道的管控交织在一起。

35. 本国权利所有者在他国进行知识产权保护工作的适应性。

[文件完]