

美国突然又对阿里下手了……

时隔四年,阿里又入美国的“恶名市场”名单

CEO张勇向打假小二表示:我们的打假不会因哪个名单而停止

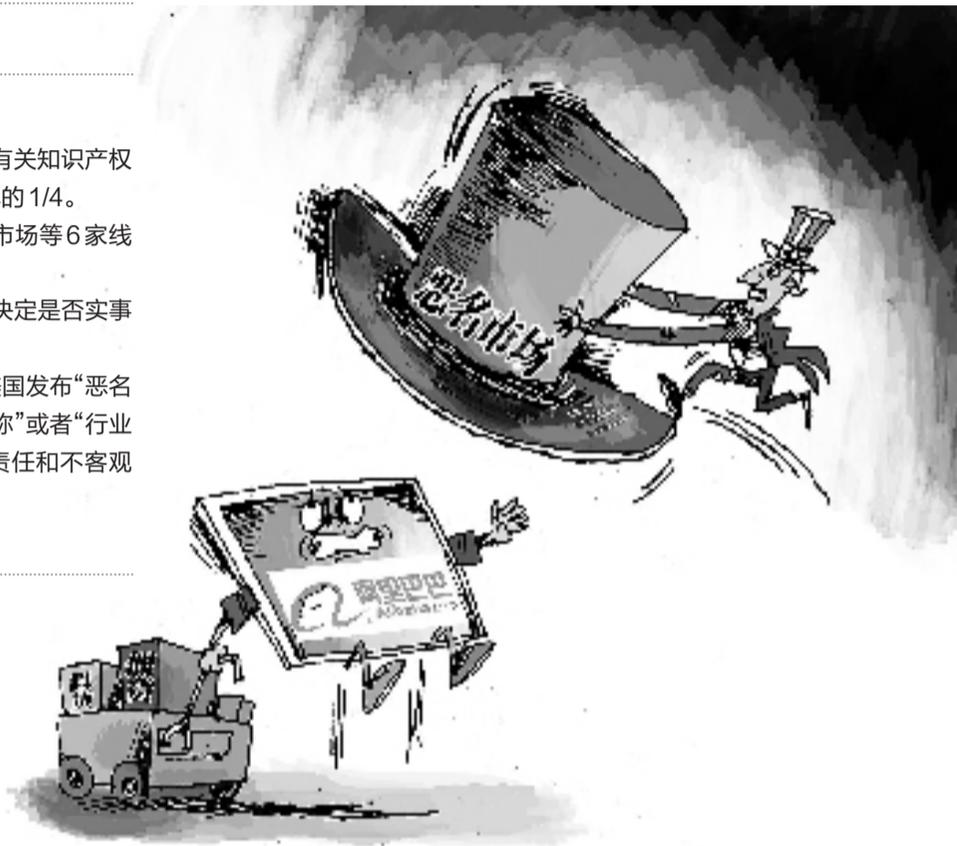
本报记者 陈婕 综合报道

美国当地时间12月21日(北京时间22日凌晨),美国贸易代表办公室发布有关知识产权保护的报告,淘宝网等10家中国市场被列入所谓的“恶名市场”,几乎占到总名单的1/4。

此次共有10家中国市场“上榜”,包括淘宝网等4家线上市场,和广州白云市场等6家线下市场。

阿里巴巴集团总裁白求恩称对此决定“感到非常失望”,“我们高度怀疑这一决定是否实事求是,抑或是被当前的政治氛围所影响。”

事实上,中国官方也一直不承认这份恶名市场名单。中国商务部此前曾对美国发布“恶名市场”名单做出回应称,美方在恶名市场名单中,对中国相关企业的描述使用“据称”或者“行业指出”等模棱两可的措辞,既没有确凿的证据,也没有详细的分析,是非常不负责任和不客观的。



“恶名市场”名单究竟是个什么鬼

“恶名市场”名单由美国贸易代表办公室发布,目的是为了协助有关机构加大力度打击侵犯知识产权的行为。从2011年2月首份恶名市场名单发布至今,百度、淘宝、搜狗、迅雷、狗狗搜索、腾讯拍拍网等都曾不幸入选。

从打击侵犯知识产权、保护消费者利益的角度看,恶名市场名单有一定的价值。不过,因为这份名单是美国贸易代表办公室站在美国相关法律和执法环境的立场、单方面所发布的,因此并没有在其他国家得到足够的认可。

2011年12月,新华社就曾发表评论,认为美国以保护知识产权为名展开所谓“维权”行动,以“美国标准”单方面发布“恶名市场”名单,有失公允。

事实上,中国公司在这份“恶名市场”名单上的比重着实不小:百度和淘宝都在2011年进入到第一份“恶名市场”中。之后,包括搜狗、91无线、北京秀水街、北京海龙电子城、上海杨浦颐高数码城、深圳罗湖市场、浙江义乌小商品市场、香港女人街等也进入名单。

在2015年“恶名市场”名单报告里,又新增了上海七浦路市场、深圳罗湖商业城、广州金龙盘市场和汕头澄海市场。

阿里总裁:怀疑是否受到政治影响

阿里巴巴集团总裁白求恩在第一时间表示:“阿里对于美国贸易代表办公室将淘宝纳入‘恶名市场’名单的决定感到非常失望。四年前,正是该办公室将我们从这一名单上移除。四年来,我们与品牌权利人、执法机构开展了系列将造假者绳之于法的实际行动,更有效、更先进地开展了知识产权保护工作。而美国贸易代表办公室恰恰在这时将我们重新列入‘恶名市场’名单,我们高度怀疑这一决定是否实事求是,抑或是被当前的政治氛围所影响。”

阿里巴巴方面表示,目前有超过10万品牌在其旗下平台上开展业务,它们不可能全都做出错误判断,这也恰恰体现了品牌权利人对阿里的高度信任。

就在美国“恶名市场”名单宣布不到12个小时,阿里巴巴集团CEO张勇用一篇千字内部信的方式鼓励奋斗在一线的打假小二

们,认为他们在过去一年倾尽全力、不负期望,同时明确表示:“我们发誓保护‘知识产权’,但我们不维护‘知识霸权’。我们不允许淘宝成为一个‘恶名市场’,但我们也不害怕来自市场的恶意。”

去年12月,阿里巴巴专门组建了平台治理部,全公司上上下下有2000多名员工全职负责打假,另有5000名社会志愿者积极参与打假。

对于这支“打假团队”,张勇在内部信中给予了高度肯定,认为其通过大数据分析发现并下架了大量侵权商品,是权利人投诉下架商品数量的16倍之多,逼停了线下多年泛滥的制假窝点,送了超过800个制假售假者进监狱,为上万品牌维护了利益。

阿里巴巴首席平台治理官郑俊芳表示,这对于一个任何时间都有超过10亿件商品、年度活跃买家4.34亿的平台而言,是全球范围内没有任何先例可循的挑战。

截至目前,阿里已和包括苹果、Burberry、LV、Cartier、Nike等在内的逾1.8万个国际品牌合作打假。到2016年8月,阿里主动拦截和下架商品和接到权利人投诉而下架商品的比例是16比1,这一数字2014年的时候是8比1。

贸易制衡已落伍 “柏林墙”早已倒塌

“中国企业被美国政府以各种理由进行变相制裁,这不是第一例,也不会是最后一例。但阿里巴巴将更加积极地参与到中美两个大国之间在贸易领域、知识产权保护领域的对话中去,为中国企业争取平等贸易的权利。”郑俊芳强调。

2012年1月,针对美国贸易代表办公室再次发布恶名市场并将淘宝网再次列入恶名市场名单,商务部新闻发言人曾公开表示,对此高度关注和严重不满。当年12月,美国贸易代表办公室宣布将淘宝网从“恶名市场”名单中移除。

而时隔四年后,美国再次把淘宝网列入恶名市场。这次阿里CEO张勇强调,“我们过去的努力,从来都不是为了哪个名单而出



发的;我们未来的打假,也不会因为哪个名单而停止”。在他看来,阿里所做的一切,是为了淘宝这个市场的公平,为了4亿多喜欢和相信阿里的消费者,为了“让天下没有难做的生意”那颗初心。

郑俊芳表示,阿里巴巴在打假这条路上不是一个人在战斗,有越来越多的权利人、执法机构在投入到这场战斗中,中国相关执法机构对阿里巴巴打假支持力度之大远超出某些人的想象。任何标签、任何偏见都不会阻挡阿里巴巴打假的步伐,也无法逆转全球化的趋势,贸易制衡已经落伍,“柏林墙”早已倒塌。

商务部研究院消费经济研究部副主任赵萍则认为,美方一直发布“恶名市场名单”,中国市场却越来越规范,“这不是因为美国指手画脚,而是中国自主进行的自我规范和发展”。赵萍坦言,中国确实存在假货问题,但许多市场也在努力打假、保护知识产权。

进入“恶名市场”名单的中国市场