

對於 USTR 將淘寶網列入惡意市場的逐點反駁

USTR：

「中小企業仍舊在進入和使用淘寶網的投訴系統時存在問題。2017 年，更多的中小企業就淘寶網事宜向美國政府機關及使館尋求幫助，需求高於其他電商平台。」

阿里巴巴回應：

- 這毫無說明力。阿里巴巴是世界上最大的電子商務平台，僅僅通過計算投訴數量而沒有具體內容，來與其他平台做比較是不恰當的。
- 那亞馬遜、易趣以及其他平台情況又如何呢？USTR 並沒有向美國公司問詢同類型的數據，因此沒有立場進行比對。
- 我們非常直接地與美國中小企業建立聯絡，通過路演的方式、與美國政府建立合作，並與那些由小企業組成的協會互動，等等。
 - 我們參加了美國專利商標局的全國路演，來向中小型企業宣導我們的知識產權保護各個項目。
 - 舉個例子，去年 6 月，阿里巴巴在底特律舉辦了 Gateway 17，有超過 3000 個美國的小企業和創業者參與其中，並學習到了如何在參與中國不斷成長的消費型經濟，來抓住機遇提升銷量，並在美國創造就業機會。作為 Gateway17 的一部分，我們邀請了美國專利商標局做了以「與美國專利商標局一起加強創新」的主題演講。阿里巴巴在展會現場，搭建了一個知識產權保護資源中心，由我們的專業知產保護團隊來向這些美國小企業和創業者介紹知識產權資訊並提供幫助。
- 歷史上，阿里巴巴有兩個平台——TaoProtect 和 AliProtect，我們將這兩個合併了，以方便權利人能有一個多語言、唯一的統一入口，用來註冊帳號，提交知識產權資質，並隨後提交刪除侵權連結的請求。
- 這個知識產權保護平台的網頁上，有清晰的分步驟多語言引導，來解釋如何註冊並在我們的平台上保護知識產權。
- 當權利人提交其知識產權時，我們可以接受其提交多語言的註冊文件。
- 我們提供的一個線上投訴表格，即使權利人不願在我們的平台上註冊帳戶，也可以通過這個表格來提交刪除連結的請求。我們相信，這個表格對於那些中小企業來說特別有用，尤其是不經常使用我們知產保護系統的中小企業。
- 我們提供了一個簡單而唯一的電子郵箱地址，用來提交刪除阿里各平台上侵權連結的訴求。
- 我們大面積傳播了我們知產保護政策的書面解釋，並且提供了接入阿里巴巴專職人員的渠道，來協助知產保護。
- 我們有統一、清晰地公開聲明：禁止在阿里巴巴平台銷售知識產權侵權商品，並且會處罰銷售侵權商品的商家。
- 阿里巴巴資助許多企業參加 IACC 的市場安全擴展項目，讓包括中小企業在內的權利人，能夠提交誠信刪除侵權連結的請求，並獲得來自誠信投訴機制的培訓。

- USTR 使用向美國政府提出的投訴數量作為正當的證據，但當類似的數據點由阿里巴巴來提供時，卻執意其不能代表權利人投訴的侵權連結越來越少。

USTR：

阿里巴巴已經做出了一些努力，有些措施在過去半年中已經能夠遏制淘寶網上提供銷售侵權產品的情況，也有權利人表示，看到了阿里巴巴在此領域取得的進步。

回應：

這暗示我們只聚焦於過去六個月，非常荒謬。多年以來，處理侵權假貨商品已經成為阿里巴巴最具優先順序的事情，而且阿里巴巴穩步提升相關工作。這也能通過淘寶 2012 年從惡名市場被移除得到證明。

USTR：

一個美國汽車零配件協會（名稱待核實）提出，在淘寶網搜索品牌商的產品時，很少會出現合法連結。並且，有些淘寶商家據稱會在產品連結中，把美國品牌名換成中文，導致國際買家找不到合法連結。

阿里巴巴回應：

- 該內容引用自某汽車協會（Auto Care Association），這個協會去年整整一年都拒絕通過有與阿里巴巴、淘寶網對話的方式，解決他們的問題。USTR 對此心知肚明。此外，這個協會的整個報告，都是對上一年度報告的複製粘貼。
- 其他此前呼籲將阿里巴巴/淘寶網列入名單的汽車行業協會，今年並沒有這麼做，反而認可了一年來的顯著進步，這裡就是一個案例：<http://www.alizila.com/alibaba-takes-e-commerce-industry-lead-blocks-airbag-component-sales/>

USTR：

儘管 USTR 在 2016 年的報告中提出，建議淘寶網應當擴展其誠信投訴機制，但就報告，這個項目仍然不易操作且並不足以停止假貨在平台上的銷售。

阿里巴巴回應：

- 參加誠信（Good Faith）項目的數量大幅提升，截至 2017 年 8 月，超過了 1400 個，一年間增加了 50%。
- 更進一步，截止到 2017 年 9 月，基於 IACC 市場安全項目（讓權利人能夠通過 IACC 進行誠信的關於刪除侵權連結的請求提交），阿里巴巴已經移除了超過 197000 個涉嫌侵權的商品連結。
- 阿里巴巴資助許多企業參加 IACC 的市場安全擴展項目，讓包括中小企業在內的權利人，能夠提交誠信刪除侵權連結的請求，並獲得來自誠信投訴機制的培訓。阿里巴巴是全球唯一一個這麼做的平台。

- 誠信投訴機制中將近三分之二的品牌來自美國等中國之外的國家。
- 此外，誠信投訴機制的關鍵在於，侵權連結 24 小時內就能被刪除。我們現在對絕大多數刪除請求的回應程度已經達到了類似的級別，即使沒有在誠信投訴機制中。USTR 悍然無視這一關鍵事實。正如我們在 USTR 報告中解釋過的——97%的刪除請求，無論是否在誠信投訴機制中，都能在 24 小時內得到處理；83%的這些請求在該時限內被真正刪除。

USTR：

雖然有兩家美國貿易協會表示，與阿里巴巴的對話機制優化，而且淘寶網及阿里其他平台的線上處理也有提升，但是這些網站上的大量侵權商品對於很多美國品牌來說，依然是個挑戰。

根據其中一家協會的表態，有些會員企業仍然表示存在如在投訴刪除系統中由延遲繁瑣等等問題。該協會強調，基於阿里巴巴網路的大體量、全球化覆蓋以及增長幅度，解決這些問題非常重要。

回應：

- 此前很多積極努力，希望我們列入惡名市場名單的機構，今年已經轉變了態度，並且要求 USTR 不要將我們列入這個名單。
- 今年，除了 Auto Care Association 外，沒有協會要求將淘寶列入惡名市場名單。該協會去年一整年都拒絕與我們溝通對話，而且他們今年的報告整體複製粘貼自去年的報告。

USTR：

儘管阿里巴巴做出了相當大的努力去解決 2016 年列上名單時提出的擔憂，仍存在很多沒有解決的擔憂。比如說，阿里巴巴沒有一個演算法來客觀地評估在淘寶平台上的侵權產品的規模，也沒有客觀地來闡述，在過去一年中假貨的數量及廣泛性降低了多少。阿里巴巴目前提供的數據，沒有辦法直接回饋淘寶平台上假貨問題的規模及現狀，而只是暗示已經取得了成績。比如說，投訴數量的下降，可能暗示了整個平台上的正面趨勢，但是不能說明在淘寶上整體假貨情況。

回應：

- 對待侵權商品的態度上，我們平台比世界上任何一個電商平台都公開透明。哪怕是亞馬遜和 eBay，也不如我們來得透明。
- 在所有平台上掃描監測侵權商品已經常態化，一旦我們懷疑是假貨，就會刪除連結。而且我們也已經報告了所有相應的數據，證據就在提交給 USTR 的報告中。
 - 我們的演算法具備每秒處理 1 億個數據的能力，這使我們能夠在賣家發佈商品的過程中對可疑的商品描述進行即時掃描。這種能力也確保了我們不僅能夠在發佈後刪除侵權商品，而且能夠在商品發佈過程中進行即時掃描，從而阻止賣家發佈侵權內容。

USTR :

而且，阿里巴巴解決權利人的擔憂，看起來更多是幫助全球大品牌，而不是中小企業，這些阿里巴巴聲稱取得的成績仍有待客觀驗證。

回應:

- 這句話忽視了 USTR 早已知曉的事實，並且顯而易見是錯誤的。（詳見阿里巴巴提交的 301 報告中第 33 頁）
- 阿里巴巴作為一家企業的願景，是幫助中小業繁榮發展——他們的成功就是我們的成功，所以保護他們的知識產權至關重要。
- 阿里巴巴為中小企業實施了訂製版的服務，包括：
 - 提供一個簡單的線上表格來提交刪除請求；
 - 創建一個面向所有權利人的唯一入口——知識產權保護平台；
 - 搜尋引擎優化，使權利人輕鬆找到 IPP 平台；
 - 標準化針對刪除請求的快速回復來確保一致及清晰的溝通；
 - 推動更嚴苛處罰、罰款，降低造假者的獲罪門檻；
 - 擴大 IACC 安全市場擴展計劃，免費納入更多中小企業參與其中。
- 與負責知產保護的政府機構一起，阿里巴巴參與到了小商家的知識產權保護教育之中，甚至引入到阿里巴巴在底特律開展的 Gateway'17 促進小商家出口的活動中，這項會議有超過 3000 個美國小企業參與。
- 阿里巴巴也參與了美國專利商標局的全美路演，向中小企業介紹並解釋阿里巴巴的知識產權保護項目。我們會繼續將知產保護引入我們針對美國乃至全世界中小企業開展的活動之中。
- 目前，中小型企業可以通過更簡易的流程來保護他們的知識產權，且由更多的中小企已被宣導來使用阿里巴巴知識產權保護系統。

USTR :

阿里巴巴報告說，在這一年度評估期間的改變，是在 2017 年的下半年實施的。阿里巴巴應該繼續在全平台推行這些改革，同時與權利人一起來進一步改良這些機制以及對於新興的假貨趨勢能夠快速反應。

回應：

- 這一內容是在暗示我們只在過去六個月中聚焦於知產保護，非常荒謬。USTR 完全忽略了我們過去多年以來所付出的努力。
- USTR 居高臨下地對阿里巴巴提出，應當繼續推進我們正在實施的出色知產保護工作。如果我們保護知識產權的動機不是保護我們的消費者和他們的生意，這一警告或許有用，但事實並非如此。
- 我們所提交的報告的第五部分，詳細闡述了是如何拓展與品牌的合作。

- 針對 USTR「與權利人一起來進一步改良這些機制以及對於新興的假貨趨勢能夠快速反應」的建議，我們專門建立了阿里巴巴打假聯盟（AACA），據我們所知，在行業中僅此一家。
 - 舉個例子，我們 2017 年 1 月建立的 AACA，共有來自全球 30 個品牌加入，涉及 12 個行業。AACA 的目標是鼓勵權利人、電子商務平台和執法機關通過加強溝通和資訊交流共同合作打假。AACA 還分享成員之間的最佳實踐，並進行聯合媒體宣傳，教育公眾和消費者瞭解假冒產品帶來的危害。AACA 還成立了諮詢委員會，旨在為權利人創造有效的溝通管道，為重要的知識產權執法相關戰略和政策提供回饋意見，以及建立領先的行業論壇，討論應對線上知識產權侵權活動，相關訴訟和平台做法的新趨勢。

編者注：

2016 年 USTR 給阿里巴巴提出了三個建議，下面表格中已明確列出，我們的做法並不僅僅是落實，而是更有成效地採取了措施。

UST 在 2016 年報告中提出的建議	阿里巴巴採取的行動及成效
1. 簡化權利人註冊及提交刪除請求的流程	<p>行動:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 合併淘保護和阿里保護兩個平台的註冊和登陸流程，以便權利人現在能有一個有英文介面但是唯一的統一入口，用來註冊帳號提交知識產權並提交刪除侵權連結的請求。 • 在網頁上用英文清晰列出了如何註冊及使用我們知產保護的每一個步驟。 • 讓權利人註冊時，可以用多種語言提交註冊商標文檔。 • 為權利人提供了線上表格，用於提交刪除連結的申請，即使他們沒有註冊帳戶也可以使用。我們希望這表格對於不經常使用知產保護平台的中小企業會更加實用。 • 提供了針對所有平台的統一郵件投訴管道 • 參加了 USPTO 在美國的路演，向中小型企業介紹和講解我們的知識產權保護體系。我們廣泛傳播針對我們知識產權保護政策的書面解釋，並有專人協助知識產權保護。 • 公佈了禁止銷售侵權商品連接的規則，會對銷售侵權的商

	<p>家進行處罰。</p> <p>成效:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 阿里巴巴知識產權保護平台註冊帳號數同比增長 11%。
<p>2. 讓更多人能參與誠信投訴機制</p>	<p>行動:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 截止到 2016 年 9 月，基於 IACC 市場安全項目（讓權利人能夠通過 IACC 以誠信投訴機制標準提交刪除侵權連結請求），阿里巴巴已經移除了超過 197000 個涉嫌侵權的商品連結。 • 資助了包括中小企業在內的權利人加入 IACC 市場安全項目，讓他們能夠以誠信投訴機制的標準來提交刪除侵權連結的請求，並得到關於誠信投訴機制的培訓。 • 加入誠信投訴機制的好處之一，是侵權投訴能在 24 小時內得到處理。現在，97%的刪除請求，無論是否加入了誠信投訴機制，都能在 24 小時內得到處理；83%的這些請求在該時限內被實際刪除。 <p>成效:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 加入誠信投訴機制項目的參與數量，在 2016 年 9 月到 2017 年 8 月之間的 12 個月中，顯著提升。 • 加入誠信投訴機制的品牌中，約三分之二是國際品牌。
<p>3. 縮短淘寶處理投訴的時間以處罰售假商家</p>	<p>行動:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 推出「知產快車道」，更快地處理所有權利人的知產投訴。 • 2017 年 2 月，淘寶實施了簡單的三振政策。如果一個商家被鑒別為三次出售任何假貨或盜版，則其會被永久禁止開店。淘寶在前幾年實行的三振則要求三次投訴必須基於同一權利。 • 持續擴展主動防控項目，在 2016 年 9 月至 2017 年 8 月之間，淘寶主動刪除的侵權商品量是權利人投訴刪除量的 28 倍。 <p>成效:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • 97% 知識產權投訴在 24 小時內被處理，其中 83%的連結被刪除。 • 2016 年 9 月至 2017 年 8 月之間，淘寶主動刪除的商品量是權利人投訴刪除量的 28 倍；其中 98%的這些侵權連結在刪除前沒有產生銷售。 • 向執法機構提供案件調查線索，讓超過 1,000 人被捕，關閉接近 1,000 個線下制假售假窩點。
--	---

今年的報告完全忽視了阿里巴巴保護知產的工作早已超越了落實 2016 年建議的事實，並且，以一個經典的改變規則的方式，建議阿里巴巴在 7 個新方面採取行動。然而，阿里巴巴早已在這些領域取得了實際成績。

選擇如此操作，USTR 已經損害了自身名譽，並且顯示出，它的運營機制並不是公正的或者基於事實的。這也向其他本想更積極保護知識產權的電商傳遞了一個可怕的訊息：懷揣誠意與 USTR 合作，並不會帶來任何好處，我們已經是個明顯的案例了。

USTR：

在接下來的一年裡，除了其他努力外，阿里巴巴應該：1) 認真考慮將在阿里巴巴和速賣通平台上實施的汽車安全氣囊和安全氣囊配件禁售政策擴展到淘寶網平台，以及擴展到其他在 C2C 市場中通常不銷售的被廣泛假冒的產品，如剎車片和其他汽車零部件;

回應：

- 阿里巴巴是全世界第一家禁止銷售汽車安全氣囊和安全氣囊元件的電商平台，我們在此領域已經領先。
- 其他知名的的美國電商平台上，這些商品依然在售。

USTR：

2) 努力確保向中國執法部門提交的犯罪線索導帶來了有意義的執法成果，比如說針對大型製造商和假冒商品的分銷商;

回應：

- 這非常荒謬，阿里巴巴向執法機關移交的線索，已經使得超過 1000 個嫌疑人被捕，接近 1000 個線下假冒偽劣生產廠商和銷售點被關閉
- 據我們所知，阿里巴巴向執法機關移交的制售假線索的數量和品質，都是其他電商平台所遠遠不及的。

- 阿里巴巴，以及阿里巴巴集團創始人、董事局主席馬雲曾公開呼籲在中國加強法律對知識產權的保護，加大執法力度，包括針對製售假加大刑罰等，並在現實中為全球保護知識產權付出了極大努力。唯有嚴刑重典，才能讓製售假者痛。
- 阿里巴巴並不是執法機構，也不可能確保向中國執法機關移交的制售假線索能夠取得有效執法成果。我們所能做的，就是提供訊息，為調查提供支援，至於是否採取行動，要由當地執法機構決定。
- 全世界沒有一家私企能夠履行政府的角色，但這正是 USTR 報告中堅持讓阿里巴巴做的事情。如果 USTR 對中國政府抱有關切，應當直接向中國政府提出。USTR 不應該將阿里巴巴捲入雙邊關係之中。

USTR :

3) 謀求提高治理重複侵權政策的有效性;

回應：

- 去年的報告中，USTR 提出的三個建議中，並沒有詳細瞭解阿里巴巴對重複侵權者採取的措施，
- 多年來，我們已經大幅提高了相應措施，並為此配置了大量資源，使用前文的技術處理這個問題。
- 事實上，2017 年 2 月，淘寶實施了簡單的三振政策。如果一個商家被鑒別為三次出售任何假貨或盜版，則其會永久禁止開店。

USTR :

4) 向權利人提供侵權賣家的聯繫方式，侵權產品下線後銷售量的詳細情況，以協助權利人跟進採取措施;

回應：

- 事實上，權利人已經可以在投訴成立，侵權連結刪除後，要求阿里巴巴提供連絡人訊息。
- 儘管我們不能向權利人直接披露銷量數據，但權利人若想採取進一步的法律行動，可以請當地執法機關來要求阿里巴巴提供相應訊息作為協查，這才是常規的操作。
- 針對這類合作，阿里巴巴有明確而專門的資源提供。

USTR :

5) 尋求中小企業的建議，並為其提供諮詢建議的機會，針對中小企業在淘寶網等平台上所面臨的挑戰制定更有效的政策；

回應：

- 阿里巴巴的使命是讓天下沒有難做的生意，中小企業的成功就是我們的成功，所以保護他們的知識產權對阿里巴巴來說至關重要。
- 為中小企業提供特惠政策，很多成果都是通過這些中小企業自己給出的建議來推出的，包括：
 - 提供簡單的線上表單來提交刪除請求；
 - 為所有用戶建立一個統一的知識產權保護平台入口，加快刪除請求的處理；
 - 搜尋引擎優化，更容易找到 IPP 平台；
 - 刪除請求的回復標準化，以確保一致並清晰的溝通；
 - 呼籲加強對知識產權的立法執法，降低立案門檻；
 - 以及擴大國際反假冒協會（「IACC's」）的 MarketSafe 擴展項目讓更多中小型企業免費加入。
- 阿里巴巴把中小企業的知識產權保護教育與政府部門合作併入阿里巴巴在底特律的 2017 小企業出口促進活動中，有超過 3000 家美國小企業參加了此次活動。
- 阿里巴巴同樣參加了 USPTO 在美國的路演，向中小型企業介紹和講解我們的知識產權保護體系。我們將繼續把知識產權保護加入到我們在美國及全球範圍內的針對中小型企業的活動中。
- 中小企業現在能夠更加便利地使用阿里巴巴知識產權保護項目保護知識產權，並接受相關教育宣導。

USTR：

6) 改進工具用於避免未經授權使用產品圖像來助于銷售侵權產品;

回應：

- 通過先進的圖片識別技術，權利人已經能夠常規提交刪除圖片侵權的請求。
- 我們一直在研發並使用最先進的圖像識別技術，幫助避免出現侵權和盜圖。

USTR：

7) 確保侵權賣家和商品不會從 TMall 或淘寶網轉移到阿里巴巴擁有和運營的其他平台，比如地址為 2.taobao.com 的閑魚。

回應：

- 天貓不存在知識產權問題，這顯示出 USTR 對阿里巴巴商業體系的無知。
- 我們一直在持續不斷的努力，提升我們跨平台的保護知識產權的技術和規則。
- 我們已經做出的努力能夠經受得住任何謠言，但對天貓平台的指控非常荒謬。