

阿里巴巴召開首屆「權利人共創會」 與品牌共建知產保護新秩序

中國杭州，2016年7月1日 — 阿里巴巴集團召開首屆「權利人共創會」，集團首席治理官鄭俊芳向在場的100多個品牌代表分享2016年上半年的最新治理成果，並宣布全球首個以品牌權利人為中心的電商+權利人共建體系「權利人共建平台」正式上線。

鄭俊芳表示：「在保護知識產權的問題上『一個都不能少』，只有電商平台、品牌權利人與執法機構積極溝通、結為盟友，才能在複雜多變的互聯網環境中打造出多方參與、社會共治的知產保護合作模式，從而獲得更好的知產保護體驗及效果，形成真正的良性循環。」

四大舉措解決品牌痛點、降低維權成本

包括LV、Burberry、HP、Adidas等超過100家有著悠久歷史的國內外一線品牌，以及中英貿易協會(CBBC)、中國外商投資企業協會優質品牌保護委員會(QBPC)等7大行業協會均出席此次共創會。

鄭俊芳在致辭中表示，中國電子商務產業快速發展，知識產權保護的主場已從線下轉移至線上，而互聯網技術在促進電商高速發展的同時，亦為知識產權保護提供了新的手段。她指出，通過合理運用大數據技術，不僅能快速發現線下製假基地，更可以挖掘出跨國販假集團。

2016上半年，阿里巴巴積極傾聽品牌權利人的聲音，量身定制四大舉措，包括獨創了一套以「大眾評審」為核心的山寨品牌創新管理模式，用以解決品牌權利人長期以來的維權訴求。鄭俊芳表示：「除常規化的投訴受理和線下打擊外，集團還重點開展了『LOGO塗抹治理』、『山寨治理』、『掃霾行動』和『重複侵權治理』等四大行動，分別收穫了不錯的效果。」鄭俊芳介紹，「掃霾行動」通過規則宣導、發布攔截、存量清理等手段多管齊下，對「同款」、「仿款」、「媲美」等傍名牌或通過品牌名堆砌引流的商品實行嚴格的主動處置。截至2016年6月，「掃霾行動」已處理超過2,000萬涉嫌不當使用他人權利的商品，使品牌投訴量下降超過50%。

阿里巴巴擁有全球領先的主動防控體系。2015年全年，在侵權識別技術的幫助下，由集團主動發現並攔截的涉假商品量，是品牌權利人投訴後刪除的商品量的8倍，此數字在侵權識別技術快速升級後得到幾何式增長，截至2016年上半年已經高達22倍。換言之，在權利人投訴某個商品前，已經有至少22件涉假商品被集團發現並主動處理。

除此之外，阿里巴巴亦建立了全球最專業的圖片侵權識別系統，通過圖片算法技術實現實時掃描。集團的技術升級能切實幫助品牌權利人降低維權成本，提高知產保護效率。

知產保護需要權利人協同

鄭俊芳在會上亦分享電商平台在實施知產保護時遇到的切實困難。她指出，對於大量商標權、著作權糾紛，電商平台對每個品牌的專業知識有其局限性，直接根據模型認定假貨受到一定限制。而在現實情況中，權利人隨意鑑定、不配合鑑定，甚至偽造憑證、提供虛假商標投訴授權書等惡劣行為時有發生，大大影響平台正常維權工作，亦對正常賣家的經營造成影響。

鄭俊芳表示：「打假需要全社會的共同努力，單靠阿里巴巴是不行的。因此集團開發了『權利人共建平台』，邀請已經加入阿里誠信維權機制、有強烈意願參與知識產權保護的誠信權利人共同合作。我們期望通過這種互聯網化的共建模式，真正賦能權利人，幫助他們提升知產保護效率，降低打假成本。」

「權利人共建平台」將根據品牌權利人提供的品牌、產品型號、假貨特徵等，結合大數據模型進行全網搜索，隨時向權利人提供需要進行專業判斷的疑似侵權鏈接。權利人在作出判斷後，可通過誠信投訴賬號對侵權鏈接發起一鍵投訴，阿里巴巴將依據平台規則作出決策。

目前已有超過 180 家品牌加入「權利人共建平台」，它們均是阿里誠信維權機制成員，其中不少還指定了專人管理誠信投訴賬號，致力於投入更多資源參與知產保護，提升共建效能。

###

關於阿里巴巴集團

阿里巴巴集團的使命是讓天下沒有難做的生意。集團創立於 1999 年，以商品交易額（GMV）計算，目前是全球最大的網上及移動商務公司。阿里巴巴集團為企業提供根本的互聯網基礎設施以及營銷平台，讓其可借助互聯網的力量，建立網上業務並與數以億計的消費者和其他企業進行商貿活動。

媒體聯絡

劉湘琳
阿里巴巴集團
電話：+852 6378 5626
電郵：crystal.liu@alibaba-inc.com

徐君宜
阿里巴巴集團
電話：+852 9372 2226
電郵：deborah.tsui@alibaba-inc.com