



马云如此表示。他说,“做企业就要面临上,阿里巴巴集团董事局主席你认识真正的网购”的发布会的一个挑战;在日前一场“带你一定会变成这样,这是淘宝要你在前沿,在做这些事情,假货和侵权产品的前沿。只在淘宝,因为淘宝就在解决「为什么关于假货的争论」

场。禧、CEO张勇等高管悉数到场的阐述。淘宝CEO陆兆的种种误解和偏见进行了详社会上存在的关于网络打假等问题进行了公开回应,并对就社会关心的网络诚信、打假刃而上。在这场发布会上,马云

担,我们只能去解决问题,迎这种转型之痛必须淘宝来承解决假货走向正面的过程中,最好良药,现在处在网络经济可能是解决中国假货问题的挑战,天天都在爬山。但网购

发展。才能网络购物获得更大的个健康公平的交易环境,这样提供力所能及的服务,创造一宝愿意承担起责任,为消费者指责就放弃努力半途而废,淘解支持,淘宝不会因为遇到的新生事物,需要社会更多的理马云说,网络经济属于

# 马云：网购是解决中国假货的最好良药

## ■ 当下是网络购物最好的起点

诚信是当下中国最为缺乏的东西,但电子商务能够从相当程度上解决这一问题,马云说,“现在不是最坏的时代,而是最好的起点”。

他认为,互联网经济让整个社会的市场体系从无序到有序,从不规范走向自律,而通过互联网经济,透明、有依据以及鼓励诚信经营,能够比线下社会更快更有效的建立起一套网络诚信体系。

“因为网购,因为淘宝,让很多人第一次意识到诚信的重要性,意识到诚信就是财富。”马云说,淘宝摸索了一个以诚信为标准的,透明和多维度的评价信用机制,每一桩交易都透明和有迹可循,而这套体制也是网购平台商业监督的重要基础,交易数据和信用全部对消费者开放,“淘宝上诚信越好的人收入越高,不诚信者只有被淘汰,无论线上线下,诚信都是商业的底线。”

马云认为,以网络购物为代表的网络经济有几个影响,除了让诚信凸显其财富价值,还让消费者变得越来越聪明,帮助无数的低收入年轻人买到优秀的产品和服务,让工厂不断提升,让他们懂得光生产不行,还要懂营销和品牌,帮助小企业转型。

淘宝目前每天有6000万人造访,有8亿件

## ■ 打假是淘宝使命所在

持续扩大的消费人群,以及其不断提升的消费意识,是目前淘宝面对的最大命题。数据显示,去年全年,淘宝网共处理侵权商品1400万件,其中与6000余品牌商、权利人联手,直接删除的侵权商品就达571万件,处罚用户59万人次。而去年淘宝网注册人数达到了3.7亿,每天访问淘宝网的人数超过6000万。

而在过去数年间,淘宝网一直持续有力的对假冒伪劣和侵权商品进行高强度打击,专职打假维权团队超过2000名员工——淘宝投入近一半的人力来运营诚信环境,加上规则明确、第三方支付应用、消费者保障计划的实施等举措,有效遏制了侵权和假货在网络上的蔓延。

中国电子商务协会政策法律委员会副主任阿拉木斯评价说,淘宝客服等消费者保障部门已经成为中国消费者最大的维权中心。

张勇介绍说,让消费者放心网购,就必须建立有效的投诉通道和完善的售后服务。去年全年淘宝上交易纠纷发生率不到万分之六,尤其这其中的97%纠纷最终都得到妥善解决,让消费者满意而归。

而根据工商局的有关资料,淘宝网产生的消费者投诉量相对于成交量的比率,仅为线下商场的十分之一。

在线下,由于各种问题,售假者往往可以“打一枪换一个地方”,往往在相关职能部门进行查处时,根本就找不到违法者。但在淘宝上,由于相对完整的注册信息以及较完整的交易信息,绝大部分售假者都会留下或多或少的

商品,通过网络销售的变革,取消了销售的中间环节,在海量的优质商品背后,消费者自主选择的空间越来越大,可以用低廉许多的代价从淘宝找到同样优质的商品,他们会用他们的购买行为来投票。

而对传统小企业来说,不但让他们拥有自己的销售渠道,淘宝还为其市场打开新的通路。传统企业可以更快地建立品牌形象,增加销量,扩展销售范围,大幅度节省销售成本,并迅捷地得到顾客的反馈,了解市场需求,做出更灵活的反应。最为典型的麦包包、佐卡伊、摩登小姐等为代表的“淘品牌”集体绽放。而淘宝上专为阿里巴巴企业级会员开设的,面向消费者直接销售“世界级品质、中国价格”商品的“无名良品”平台,试运营期间一天的销售额就达到2000万,这也表明了工厂企业和消费者的自发选择。

据统计,2010年我国网上零售市场交易规模达5131亿元。而网络购物不仅能促进经济发展,还能拉动物流、支付等就业岗位,对于促进社会稳定、扩大就业、增加消费等方面具有重要意义。中国电子信息产业发展研究院副院长徐晓兰预测,未来5-10年,我国电子商务还将有5-10倍的成长空间。

痕迹。

在维权成本上,线下信息不透明,维权成本高,投诉费时费力又费钱,加上“谁主张谁举证”,往往奔波数月毫无结果,让消费者维权望而却步,甚至线下维权被看成一件“勇敢、有智慧”的事情。

相比线下,淘宝网所有的交易信息均有相关记录,让售假行为无所遁形,消费者可以24小时随时通过网络举报维权并查询投诉进展。淘宝去年推出了全网购物保障服务,并先后投入3亿的消费者保障基金,消费者在淘宝购物出现纠纷,未能和卖家达成有效协商的,淘宝网将予以先行垫付。淘宝在2009年颠覆性的将“举证责任倒置”引入普通消费领域,推出“买家申诉、卖家举证”制度,如果买家认为购买的商品为假货,淘宝要求相关卖家承担“举证”责任,解决了弱势消费群体维权的操作难度。

而这些也正如张勇强调的,没有一家企业能有淘宝这样的决心和行动。张勇希望社会能给淘宝更多理解,他认为,打假和维权是淘宝作为平台天生的使命所在,淘宝比更多人迫切希望将假冒伪劣和侵权商品荡涤一清。

有评论称,就维权成功率和维权效率而言,淘宝在很多方面做的已经比线下要好,但某些人却故意漠视数千万消费者用它们的购买行为做出的投票,忽视淘宝为社会消费做出的贡献,反而倾向于说因为淘宝网的所谓“纵容”,损害了当下中国的网上交易市场,损害了消费者利益种种,这是一个不公平的现象。

## ■ 打假不是打掉淘宝

作为一个社会性难题,有一个公认的事实“即便淘宝关了,社会上的假货也不会因此减少一点”。

假冒伪劣久存于中国消费市场,是全社会的毒瘤。公平而言,无论线上线下,假货始终难以断绝的原因在制假这个环节。尤其严重的是,目前一些线下的犯罪团伙将魔手伸向了网络,一些网络诈骗已经成为一个黑色产业链,包括屡禁不绝的网络刷钻,以及前段时间发生在阿里巴巴上福建欺诈团伙案件。

从现实上看,市面上有太多的假货制造商,实体市场中假货泛滥程度远远超过网上,而在现实中假货的问题远没有得到实际的解决的时候,去苛求作为渠道的网络上没有假货,不啻于刻舟求剑。毕竟一个生产源头就可能产生成千上万的销售渠道,无论是从打击难度还是效果上,如何打击“假货”的生产源头才是关键。

张勇认为,打假应该将挖出线下制假窝点和监督市场,打击售假并行。很多品牌在线下打假经常面临取证难的问题,根本不知道假货从哪里来的,也不知道假货到底销售了多少。而通过有关监管部门和淘宝网协同打击,因为每一笔交易都是记录在案的,对于取证更有利。同时,还能通过线上的线索追溯到线下,打掉线下的制假窝点,达到真正打击假货的目的。去年以来,在商务部等国家九部委的领导下,淘宝网给予支持和配合,成功破获了多起线下制假案件。

观察人士认为,虽然淘宝一直在积极主动积极的打击假货和处理侵权,但作为一个网络交易服务平台,淘宝并不参与网上商品交易,非交易当事人。在全社会的打假问题上,淘宝能做到的仍属有限。因此,把遏制假货的可能维系于淘宝和网络平台,是电子商务不可承受之重。

马云认为,假货是几十年以来的危害问题,不可能靠一家企业能够解决,而是要靠几代人的努力才有望清除。打击假货,“要依靠网购平台一起,而不是打掉淘宝。”

外间舆论认为,围绕电子商务和互联网经济的法律法规目前还有待完善,但用比线下还高的标准来要求线上购物平台,要求网络购物平台承担比线下零售店还多的责任,不啻于是一种苛责。

张勇认为,在互联网经济建设诚信的趋势中,淘宝已经主动积极行动起来,探索各种解决路径,因为“这个互联网商业时代的成熟和发展,有赖于淘宝和更多同行一同努力”。

张勇呼吁,打假和知识产权保护需要在制度层面、社会管理层面和公司运营层面多方努力。只有当企业、消费者和监管制度联动升级,线下源头和线上渠道并进,才能有希望让缺失的诚信体系得到更好的改善。