

清除“李鬼”，为“互联网+”护航

“双11”，北京白领苏女士从网上旗舰店抢了一条599元的羊绒裙，正喜忧参半地等着收货。便宜是便宜，但会不会是假货？以往多次买到假货的教训告诉她，“旗舰店”也不那么让人放心。

就在“双11”之前，国务院办公厅印发《关于加强互联网领域侵权假冒行为治理的意见》，将网上销售假劣商品、网络侵权盗版列为重点打击对象。

互联网在带来丰富和便捷的同时，也因侵权假冒大量发生而让人头疼。在“互联网+”时代，怎样才能让“李逵”打败“李鬼”，营造一个开放、规范、诚信、安全的网络交易环境？



假货之伤戳痛了谁？

“十二五”期间，我国网络零售交易额规模达到27898亿元，同比增长26倍，超过美国成为全球最大的网络零售市场。而国家工商总局抽查结果显示，2014年的网购正品率只有58.7%，网络消费成为消费侵权案件多发领域。

跨境电商和“海淘热”正风起云涌，奢侈品假货也成“泛滥地”。奢侈品牌爱马仕CEO帕特里克·托马斯在接受媒体访问时说：“80%在互联网上以爱马仕之名贩售的商品是假货。”

4月，上海市查获全球最大规模跨境网售假冒“LV”品牌案件。这一犯罪团伙的销售网络辐射亚美欧三大洲，涉案金额高达上亿元。

业内人士称，互联网为造假披上更隐蔽的外衣，形成线上线下造假“一条龙”利益链：造假者、网上批发商、物流公司、实体卖家，整个过程分工明确，已初具公司化运作特征。

此前浙江警方曾破获一起跨越7省市，涉案总金额达6200万元的假冒安利案件，造假各环节就是通过网络“对上眼”的。公安部门侦查发现，作案者通过线下采购原材料灌装生产，然后在互联网寻找批发商，经物流公司将假货配送下家。

说到底，假劣商品戳痛的还是消费者。安利(中国)区域公关事务总监李君介绍，该公司目前生产和销售数百种产品，由于不法分子造假手段不断升级，普通消费者根本无法一一了解每种产品的真假区别。

某些地方假货太多，导致一些消费者对那里的商品产生排斥。有些网购者一看鞋来自福建莆田就不买，于是售假者又发明了“异地上线”——将货物先从莆田寄到异地，再从这些地方寄到客户手中；而消费者能查询到的快递单号跟踪则是从异地开始的，而不是从莆田发出的。这意味着，消费者网购时，无论发货地点显示是上海、广州等国内城市，还是美国、韩国等海外地区，他买的都可能是莆田的假鞋。

在莆田安福市场，记者询问多家摊点，除邮政摊点明确表示不做外，其他大型物流公司摊点几乎都能帮助卖家异地上线，境外等一些地区还能走顺丰快递。一位业务员介绍，在美国上线要套单，可以在顺丰、联邦快递两家中选一家，需要一周到12天，价钱36元。

在安福市场一家名为58贸易的小店内，记者看到，几名年轻人正在填写快递单，旁边放着“耐克”“阿迪”品牌鞋。这些流行鞋款吊牌防伪标一应俱全，旁边还有一个装有POS单和发票的塑料袋，上面都是英文，销售门店显示为香港铜锣湾、钻石山等。

怎样解开网络侵权之结？

假“李逵”也使两把板斧，左手是假货，右手则是侵权。

北京老中医丁义明就中了侵权的招。最近，一位从网上购买“发家宝”生发产品的消费者，从南京找到丁义明家里，见面就骂“骗子”，说自己被骗了3000多元，就因为买了丁义明的专利产品。

这种“骚扰”不是一次了。几年前，丁义明研制出防脱发配方，获得了国家专利证书，但未及时缴费，导致专利过期。他的发明根本没有量产，一些公司

却声称得到他的授权，开始售卖假冒防脱发产品。受害消费者找不到造假者，就把怨气都发到了丁义明身上。

“自己一辈子的心血被人假冒，还被说成骗子。”想起这些遭遇，老人就感到心寒。

据北京市海淀区法官曹丽萍介绍，自2009年以来，海淀区法院网络知识产权案件每年以30%左右的速度增长。今年5月1日起施行立案登记制后，增幅达到近70%，前十个月已受理各类知识产权案件超

6000件。

在去年底的“2015春夏上海时装周”上，国内新生代服装设计师张娜创作的服装设计受到好评，没想到，今年夏天北京、上海多地知名百货里就出现了她的“山寨”版。迫于无奈，她对相关公司提起诉讼，走上了漫漫维权路。

从收集证据到发律师函再到真正进入诉讼程序，张娜至今已花费了三万多元，还付出很大的精力自证清白。业内人士分析，她打这场官司，仅一审就需要至少半年时间。

各方联动，剑指“毒瘤”

对于网络假冒侵权这一“毒瘤”，打击从未停止。

全国打击侵权假冒领导小组办公室副主任柴海涛介绍，农资、食品药品、化妆品、医疗器械、电器电子产品、汽车配件、装饰装修材料等关系到消费健康安全领域，成为打击整治的重点。商务部、工信部、工商总局、质检总局、食药监总局、新闻出版广电总局等部门纷纷加大对网络假侵权的打击力度，今年上半年处置违法违规网站172个。

在这场打假战中，企业也纷纷从幕后走向前台。

阿里巴巴集团因假货而一再卷入舆论漩涡。鲜为人知的是，这家企业里，专职负责打假的员工已超过2000人，去年打假投入超过10亿元，删除的链接总数为1.3亿件，其中权利人投诉删除1200万件，公司主动发现并删除1.2亿件。

阿里巴巴安全部资深总监王明强表示，除根据消费者投诉举报打假外，阿里

巴巴正通过阿里云大数据处理平台等来提高打假效率，目前已达到实时分析数据每秒1亿次的速度。通过分析识别具有售假风险的“高危”用户，及时反馈给行政执法部门，联手打假。

截至今年8月底，阿里巴巴集团共向浙江省“双打办”推送售假线索1143条，共破案244起，抓获犯罪嫌疑人516人，捣毁窝点344个，涉案案值近15亿元，共涉及百余个国内外知名品牌。

如何突破网络打假难题？

网络打假，难！

“互联网领域侵权假冒隐蔽性强，具有线上线下、环节、区域之间融合的新特点，对传统监管方式构成挑战，已成为一个世界性难题。”柴海涛说。

“网络打假难，在于很多时候你不知道你的对手是谁、在哪里。网店即使实名登记也未必是真名，填写的地址也可能虚假，让工商部门无从查起。”中国电子商务研究中心分析师方盈芝表示。

“打开网店，数百件写着uma wang的衣服，没有一件是真的。”原创设计师品牌uma wang的设计师王汁说，维权成本太高，自己已经到了眼不见心不烦的地步，只能不去纠结维权。

网络商业模式日新月异，法律常滞后于技术的发展。不管对企业还是执法部门，都常会面临缺乏可参考规定的

难题。

不容回避的是，一些知假买假的消费者助长了侵权假冒的气焰。

记者在采访中了解到一个例子：北京一位王女士花1000元买了个假的巴宝莉(Burberry)手提包，划伤后拿到正品巴宝莉柜台修理，店员真就给修复了，根本没看出来这是个假货。

这位女士并不因买假货而苦恼，看见柜台上“同款”正品标价近一万元，她反倒“偷着乐”。“正品价格太贵，赝品价格只有正品的十分之一，又不容易被人看出，起码满足了自己的虚荣心。”

上海市商业经济研究中心首席研究员齐晓斋认为，消费者应提高自己的保护意识，不能知假买假，为虎作伥；相关部门和企业也应给予消费者更多产品辨伪的宣传。

“线上打假主体多、力量散、效果微，问题突出。”浙江杭州市质监局局长邵华建议，尽快扩大电商平台和执法部门打假合作，推动主要电商平台建立信息通报制度，实现电子商务投诉举报、违法案件相关数据的互通及执法协作。

中国政法大学教授来小鹏认为，要加快电子商务立法，研究制订电子商务平台与网上经营者侵权假冒责任划分的相关规定，制定统一编码的电子商务交易产品质量信息发布规范。

“针对利用微信、微博售假等新问题，需推进信用体系建设，发布失信企业‘黑名单’。”柴海涛说，去年以来，商务部推动行政处罚案件信息公开，正着手建立全国侵权假冒“黑名单”数据库，将适时向社会公众提供查询服务。

(新华社北京11月13日电)