

2022阿里巴巴 知识产权保护 年度报告

2022 Alibaba Annual Report on Intellectual
Property Protection

前 言

近年来，我国数字经济取得了举世瞩目的发展成就。数字经济下的新技术、新业态的蓬勃发展离不开知识产权制度对创新成果的保护。作为我国数字经济的参与者和受益者，阿里巴巴始终责任当先，不断完善和升级平台知识产权保护体系。

2022年，阿里巴巴以完善的知识产权基础设施为核心，通过技术驱动，形成了线上线下贯通、打扶并举的纵横治理模式。一方面实现高效的侵权治理，一方面托举创新创造，打造守正创新的营商环境。阿里巴巴“以智为治”，形成领先的知识产权治理策略。在多年知识产权保护实践的基础上，阿里巴巴还着力开展国内、国际广泛的联合，在政府机关的大力支持下，形成权利人、执法机关、协会、高校等的多元合作，积极承担社会责任。阿里巴巴日益成熟的多元共治，为知识产权保护增加了新动能。阿里巴巴知识产权保护体系“以智为治”结合“多元共治”，形成专业化、智能化、精细化、多元化的知识产权保护体系。

2022年底，阿里巴巴知识产权保护平台总计保护全球超过73万项知识产权权利。在侵权行为的源头治理上，2022年底阿里巴巴联合权利人，协助公安机关破获2123起案件，协助抓捕犯罪嫌疑人2737人。同时，阿里巴巴原创保护平台已保护超8亿张图片，超5633万条短视频，超过58万份设计手稿，超过1万家原创商家受益。



目 录

CONTENTS

01

专业之治：健全的知识产权保护体系，引领行业的最佳保护实践

- 线上治理：形成线上一站式闭环，权利人体验持续升级 03
- 源头治理：聚力线下打击，源头治理不断深化 06
- 以疏治堵：加强商家知识产权教育，倡导守正风尚 09

02

智能之治：技术之力托举侵权治理与创新创造

- 技术创新为数字资产知识产权保驾护航 13
- 技术创新为新业态构筑安全防线 14
- 阿里 AI 虚拟模特技术持续创新探索 15

03

特色之治：特色领域精细化治理，提供垂直保护方案

- 特色领域的知识产权保护实践：地理标志专项保护计划 **18**
- 专属领域的知识产权严保护：赛事特许商品知识产权保护共建 **20**
- 特定行业知识产权的专属保护：图书版权保护 2.0 **22**

04

生态共治：多元合作，共治共享，承担社会责任

- 权利人合作：平等、普惠的联盟合作 **24**
- 政府合作：携手共治新典范 **29**
- 协会合作：国内、国际广泛交流和对话 **30**
- 高校合作：前沿问题研究与知产青年人才培养 **32**

01

专业之治：
健全的知识产权保护制度
引领行业的最佳保护实践

阿里巴巴知识产权保护发展历程

Development Course

2002 • 阿里巴巴B2B业务网站开始受理知识产权投诉

2004 • 淘宝网开始受理知识产权投诉

2008 • 阿里巴巴B2B业务网站推出线上投诉系统：AliProtect

2010 • 建立品牌合作机制

- 建立知识产权保护专门团队

2011 • 淘宝网推出线上投诉系统：TaoProtect

2015 • 推出阿里巴巴诚信投诉机制,提供多种权益保障诚信权利人维权体验

2016 • 线上投诉系统AliProtect及TaoProtect合并升级,形成统一的线上投诉系统

2017 • 阿里巴巴打假联盟(AACA)成立,在执法机关的大力支持下,形成多元共治体系

2018 • 阿里巴巴知识产权研究中心成立

- 阿里巴巴原创保护平台上线,为平台商家原创设计保驾护航
- 图书版权保护计划1.0发布,探索图书保护新思路
- 主动防控鹊桥项目1.0发布,通过权利人共建加强主动治理

2020 • 推出AI模特“塔玑”为商家提供模特图解决方案

- 推出Simp'Ali计划,成立中小企业咨询委员会服务中小企业

2021 • 主动防控鹊桥项目2.0发布,保护新数字资产

- 发布图书版权保护计划2.0: 强化著作权保护

01

线上治理： 形成线上一站式治理 权利人体验再次升级

历经多年的经验积累和技术探索，阿里巴巴已经逐步建立了完善的知识产权保护体系。

平台以法律法规为准绳：针对各个平台建立了完善、公开、透明的知识产权规则和标准。

平台以权利人体验为核心：率先建立线上知识产权投诉通道——阿里巴巴知识产权保护平台，为全球知识产权权利人提供便捷的维权通道。还充分考量权利人的差异化维权需求，推出 online form 表单投诉，充分保障各类型权利人的维权顺畅度。此外，针对困扰权利人的申诉凭证造假的情况，推出了申诉共建项目，根据权利人提供的虚假凭证识别特征，拦截恶意申诉。

平台以主动治理为担当：打造了阿里巴巴主动防控“鹊桥”项目并持续升级。2018 年鹊桥 1.0 推出，通过品牌输入侵权特征、商品样本等知识，针对明显侵权场景开启智能化治理。随着技术和算法的不断优化，2021 年鹊桥升级到 2.0，平台将主动识别的疑似侵权商品推送权利人进行判断较准，支持权利人对确认侵权商品或信息的实时一键移除。与此同时，治理场景覆盖假货、一般商标侵权、盗图等多种侵权行为，根据权利人提供的更加多维的侵权判断信息，定制算法模型并进行扩展治理。

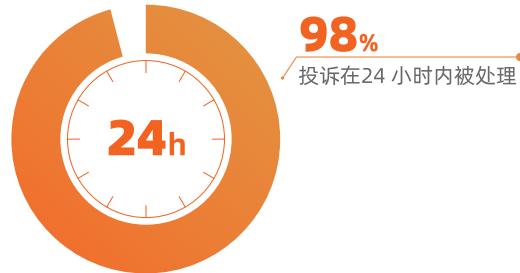
阿里巴巴在知识产权保护上始终秉承持续创新、持续投入的理念，在 2022 年不断开展新的突破。



IPP 平台权利人入驻量超 64 万



各类知识产权权利超 73 万



连续三年超过 98% 的知产投诉在 24 小时内即被处理

2022年，阿里巴巴在知识产权纠纷解决机制创新上再次走在前列，努力实现“矛盾不出网”。阿里巴巴突破性的尝试线上调解机制，在浙江（杭州）知识产权诉调中心支持下，对于侵权场景较为复杂且争议双方有调解意向的案件，双方可通过线上地方式进行协商，快速、高效地解决纠纷。阿里巴巴基于自身的机制和能力，为双方提供除投诉方式之外的知产纠纷线上多元化纠纷解决方式，这也是我国电商平台的首创。

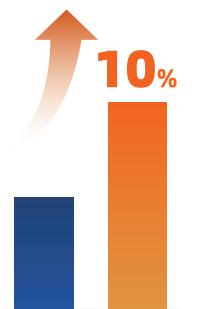
2022年，通过权利人的进一步合作，恶意申诉凭证治理的覆盖场景进一步扩大：在授权书、公章伪造的合作基础上，新增权利人尤为关注的海外代购类进货凭证的治理。同时不断加强技术应用，基于算法升级提升识别能力：通过暗水印技术、OCR识别技术、账号行为特征识别等新技术的应用，提升平台识别能力，辅助平台发现更多的申诉虚假凭证。

声 音

“针对商家提供虚假凭证进行恶意申诉这一情况，阿里巴巴与权利人展开了良好的合作共建。通过品牌方提供的品牌凭证的相关知识、申诉材料的鉴别点，平台更精准、有效地治理了虚假海淘申诉。这种合作不但保护了品牌方的知识产权，解决了行业痛点问题，也保障了消费者的权益。”

——博柏利品牌保护团队

2022年，鹊桥进入3.0阶段，平台与权利人的合作共治上升到新高度。通过知识产权保护平台建立了更多维的合作模块，权利人可通过线上化的方式便捷输入侵权判断知识，与平台形成实时交互。依托算法学习，平台可以以权利人视角进行同频治理，共同关注侵权风险。此外，平台的治理效果实现可视化，供权利人直观参考。除了多合作模块构建的智能治理体系，阿里巴巴还将主动防控与权利人维权投诉、线下专案联动打通，实现一站式的知识产权保护闭环。



权利人品牌知识提交量上涨 10%



主控假货治理量增加 12%

声 音

“通过参加鹊桥 3.0 项目，我们对有关知识产权治理有了更加实时的了解，对我们的侵权商品降幅非常明显。感谢阿里巴巴相关团队为此做出的创新和努力！”

——微软（中国）OEM 事业部 GTM 市场总监 Gillian Jia

“主动防控项目的智能算法令我们线上维权从被动升级为主动，极大提升了品牌维权的效率。期待与阿里巴巴继续深化在网络知识产权保护领域的合作，共同打造更健康的营商环境。”

——哈曼中国

02 源头治理： 聚力线下打击 源头治理不断深化

为了从源头上遏制售假行为，阿里巴巴多年来积极配合执法部门开展知识产权保护工作。通过执法机关、权利人、平台的多方共治，强有力地震慑了侵权犯罪分子，不断挤压其违法空间。2022年底阿里巴巴联合权利人，协助公安机关破获2123起案件，协助抓捕犯罪嫌疑人2737人。这一系列数字体现了阿里巴巴打假的决心。



全年累计协助侦办涉假案件 2123 起



协助抓捕犯罪嫌疑人 2737 名

2022年，针对新业态、新模式下的新型案件和司法疑难案件的突破，成效显著。阿里巴巴围绕执法机关和行业关注的重点，针对跨境、跨平台隐蔽售假等案件进行了重点打击。同时，平台也洞察权利人痛点，深入司法疑难问题，通过案件打击实现突破。除此之外，一直深化行业共治和黑灰产打击，通过行业合作实现了医药等行业专项，对虚假凭证等开展了线下黑灰产打击。为了加强线下打击效果，阿里巴巴配合执法机关通过行刑双管手段，对售假者进行全方位打击。此外，还积极根据权利人的需求实现全链路支持与合作。

案例：售假者通过境外社交媒体推广售假信息，销售假雷朋眼镜

售假者通过境外社交平台推广售假信息并利用国际平台进行隐蔽售假，由引流团伙在该社交平台发送假冒眼镜广告，吸引海外买家至国际平台以隐蔽暗号达成交易，从而逃避线上防控措施。

案件线索由阿里巴巴推送至警方，并配合警方和权利人进行线索分析及实地调查。2022年3月，该犯罪团伙窝点在上海被捣毁，警方现场抓获肖某、周某2名主要犯罪嫌疑人，查获假冒Ray-Ban等知名品牌眼镜产品近万件。本案是典型的跨境隐蔽售假案件，阿里巴巴与权利人配合上海警方，通过精准的研判分析、调查及布控，对销售及仓储的窝点进行成功打击，将侵权产品遏制在源头。

案例：打击医美制售假药劣药合作专项

为了打击医美制售假药劣药的犯罪行为，阿里巴巴打假联盟医药行业小组积极响应公安部“昆仑2022”专项行动，携手阿里巴巴开展了医美专项行动：积极组织专项培训，宣介产品知识；创建医美产品白皮书，实现产品快查、案件快速对接，并提供相关信息与平台共同打击隐蔽侵权行为，助力行业规范；最终，医药行业小组权利人与阿里巴巴开展了线上线下合作，协助执法机关对线索开展了研判分析，将规模庞大、组织构架复杂的制售假团伙一网打尽，保护了患者安全，提升了国际形象。

其中，广东和江苏警方破获的假医美针剂案由于其案值巨大，人员庞杂，涉及地域广，得到了公安部的肯定以及表彰，并且案件被公安部，最高人民检察院，以及国家药监局联合督办，为公安部2022年的重点专项行动吹响了集结号。

案例：山东菏泽生产销售假冒安踏品牌服装案

权利人安踏经购买鉴定商品侵权，在对相关商家发起投诉后，商家提供疑似伪造申诉材料规避处罚。权利人希望可以支持针对该类犯罪开展专项打击。后经阿里巴巴进行线索收集，确定莆田、大连、菏泽等多个团伙并且存在相应关联，故将线索推送至菏泽执法开展侦查。2022年12月，菏泽公安连续打掉菏泽、大连、营口、莆田、青岛、上海等地多个制售假犯罪团伙，端掉多个销售、生产窝点，针对售假团伙以及伪造公章进行恶意申诉的团伙进行了打击，起到了强有力的震慑作用。

声 音

“在整个医美专项合作中，阿里巴巴与医药小组权利人在情报收集、特征挖掘、能力共建、分析研判、执法合作等方面开展合作。在阿里巴巴的支持下，配合广东、江苏、上海等地执法针对医美犯罪开展集群打击，并取得丰硕战果，极大地打击了相关犯罪的嚣张气焰。AACA 医药小组成员对阿里巴巴表示由衷的感谢，希望在未来的合作中，阿里巴巴和权利人可以继续紧密合作，深化中国知识产权保护，持续推动行业发展，打造良好的营商环境。”

——阿里巴巴打假联盟医药行业小组

“在侵权行为的源头打击上，通过平台分析锁定侵权线索，并在执法机关的大力支持下，多方面协同，最终定位到多个制售假犯罪团伙，成功全链条打击，起到了强有力的震慑作用，净化了营商环境。这次执法机关、权利人、阿里巴巴的合作再次体现了多元共治的高效性和必要性。”

——崔瑞林，安踏集团法务管理部知识产权总监

在线下合作层面，阿里巴巴还通过鉴定合作项目主动分析和产出线索，设立专门的抽检资源对疑似目标进行抽检并提供权利人进行鉴定。平台将高危目标举报至执法部门进行线下打击，实现了从线上到线下的闭环，为权利人一站式打击知识产权侵权提供了新路径。

案例：嘉实多假冒机油汽配案件

2022 年 7 月，嘉实多通过鉴定合作，在平台的大力支持下，成功破获一起假机油汽配案件。平台通过算法产出可疑线索，通过公证测买交由品牌方嘉实多鉴定。产品鉴定为假货后，由阿里巴巴配合执法机关进行打击，最终全链条收网并抓获犯罪嫌疑人 5 人。这种由鉴定合作产出线索到案件收网的一站式解决方案解决了部分权利人发现线索难、维权成本高的痛点。

声 音

“从线上线索的挖掘到线下的行动落地，不仅及时防止假货进一步浸入市场、震慑了造假者，也为平台、权利人与执法人员之间的合作树立了一个极好的榜样。”

——蒋勇，嘉实多（上海）管理有限公司品牌保护经理

03

以疏治堵： 加强商家知识产权教育 提升合规意识

阿里巴巴始终秉持“守正创新，规范发展”的商业理念。平台重视并致力于引导商家合规经营，为商家提供知识学习与答疑解惑的渠道。

2022年，阿里巴巴在市场监管部门的指导下，建设了网络经营合规培训基地，通过普法教育栏目《合规最前线》持续向商家普及合规知识。在世界知识产权组织（WIPO）、执法机关、法院等的大力支持下，平台持续向商家普及知识产权法律法规。此外根据行业特色及热点时事等，定制化的推出宣导教育，提高商家对知识产权的认知，促进健康的营商环境。

案例：“4.26 世界知识产权日”商家知识产权合规教育

2022年“4.26 世界知识产权日”期间，阿里巴巴邀请到世界知识产权组织（WIPO）官员为商家跨境业务带来国际商标注册保护介绍。同时邀请杭州市余杭区人民法院未来科技城人民法庭负责人王淑贤，进行直播宣导，通过介绍知识产权法律法规、侵权典型案例，共同提升商家知识产权维权意识，合规合法经营。



《合规最前线直播间》



法治宣传教育示范基地

案例：知识产权系列 “冬奥” 知识产权培训专题

在 2022 年北京冬奥会和冬残奥会举办期间，阿里巴巴针对社会热点话题“冬奥”做专项知识产权内容的合规专项解读。阿里巴巴将直播间搬至北京，邀请北京市市场综合执法总队嘉宾，用一线真实执法案例，为平台商家进行“冬奥”相关的知识产权热点问题解析，为喜爱“冰墩墩 / 雪容融”的商家进行知识产权合规提醒。

案例：美妆行业商家定向培训

平台基于美妆行业常见的侵权场景、商家容易忽略的误区上线了教育内容。其中包括盗图、品牌词滥用、仿冒包装装潢等常见侵权场景的逐一介绍、侵权规则解读及处罚警告，协助商家直观、全面的了解侵权危害。培训内容通过具体案例呈现，以图文结合的趣味形式，以便商家理解和吸收。

02 智能之治： 技术之力托举 侵权治理与创新创造

电子商务的虚拟性、即时性等特点，使得电商平台知识产权保护不断面临挑战。阿里巴巴坚持通过技术创新提高治理效能，持续探索建立新领域新业态知识产权治理策略。自 2019 年公布“知产保护科技大脑”以来，阿里巴巴始终在技术领域不断突破创新，并多次在国际国内峰会上斩获大奖。



01

技术创新 为数字资产知识产权 保护保驾护航

阿里巴巴原创保护平台针对图片、创意、短视频等用户上传的数字内容建立了原创认证和抄袭检测体系，通过AI技术对平台海量商品内容建立索引，可高效准确检测侵权内容，并快速进行处置。随着短视频的异军突起，阿里巴巴视频指纹和视频水印技术可以将原创短视频“盖戳”存证，在遭遇侵权时实现一键维权。

视频指纹，顾名思义是指通过对视频中的每一帧做视觉特征编码使得每一段视频具备自己的唯一特征。视频指纹技术的应用，能够快速在平台海量的视频中检测到盗用的情况。即使侵权人对原创视频进行编辑或修改，视频指纹仍然能保留原创内容特征。

视频水印通过在视频中嵌入视觉无法感知的版权方唯一识别ID，对版权视频打上“标签”，从而确认视频版权的归属。视频水印能抵抗各种常见类型盗版攻击，包括裁剪、缩放、录屏、手持设备录制攻击等。因此，能够准确、高效的识别平台上的盗用视频。2022年，视频水印技术在视觉效果、处理效率等方面均获得突破。视觉效果上结合人眼视觉特性确定水印嵌入位置和比例，有效降低人眼对水印的感知；此外短视频水印支持单帧截屏提取，视频被多次压缩传输后仍能正确提取出水印，从而有效追溯盗版源头。

基于技术托举，截至2022年底，阿里原创保护平台已保护超8亿张图片，超5633万条短视频，超过58万份设计手稿，帮助超过1万家原创商家受益。阿里巴巴通过技术保护数字资产，使得平台内确权成为在司法体系之外的重要补充。



保护超8亿张图片



保护超5633万条短视频



保护超过58万份设计手稿

02

技术创新 为新业态构筑安全防线

针对直播带货等新兴业态，平台不断加强内容管控，降低知识产权侵权风险。针对直播中的售假行为，平台创新建立具备高时效、高准确率的直播领域假货风险识别能力。

2022年，平台基于算法能力建立了风险主播人脸样本库，通过人脸比对质量高度相似算法技术精准识别风险主播；同时还在商品层面建立了风险商品知识库，通过品牌信息、商品特征等及时发现侵权商品。基于直播间动态截帧技术，进行匹配达到快速识别，高效定位风险直播。

此外，淘宝直播对平台内开播的直播流接入数字水印模型，有效防止盗播，当用户盗用他人直播视频流时，平台通过水印匹配手段，对盗播场次做及时处理。

科技创新对新业态新模式保驾护航，既是挑战也是机遇。阿里巴巴还充分发挥治理智慧，利用技术优势，推动平台商家知识产权创造和运用，助力平台经济发展。让技术突破为创新创造提供新动能。

03

阿里 AI 虚拟模特技术 持续创新探索



全国首款 AI 虚拟模特 - 塔玑在 2020 年底正式上线，通过 AI 创新技术为平台用户提供模特效果图的数字化服务。一方面帮助中小商家降低上新的图像拍摄和制作成本，降低盗图风险；另一方面，用创新技术保护创新创造，让商家有更多能量去创新创造、推动商业进步。

2022 年，塔玑基于算法深度学习，通过在线人物 - 服装 - 背景多层渲染提升图像生成效率。塔玑也在领域内第一个实现了多尺码试衣功能，其背后的服装液化变形、3D 纹理映射等技术效果均处在领先水平。阿里巴巴还推动立项了虚拟模特及数字人领域的行业技术标准。

基于技术升级，塔玑实现了模特类型及场景丰富度提升；模特类型也全面扩充，截至目前已有 200 多种模特供选择。并且，塔玑已经具备为商家提供专属模特、多背景选择和结合人体尺寸的多样化生成能力。

目前，塔玑已免费开放给淘宝、天猫、1688、淘特、银泰和阿里巴巴国际站等多个电商平台的服饰类商家。截至 2022 年底已有超过 29000 家商家使用 AI 虚拟模特，累计生产超过 160 万张 AI 虚拟模特图。



案例：塔玑商家故事

在了解塔玑之前，淘宝店主方钟宏的网店图片需要经过邀请模特、拍摄、选片、后期处理等复杂工序。每一次都需要耗费很多时间沟通风格、效果，时间及金钱成本上都需要有很大投入。

2022 年，他通过阿里巴巴原创保护平台了解到塔玑，该产品可免费快速产出虚拟模特图。抱着试试看的心态，他上传了几张衣服的平铺图和矢量图，没想到虚拟模特穿衣效果图非常逼真。相对去找模特、摄影师、美工来说实在方便太多。随着塔玑的不断发展，他使用塔玑的图片也从简单的 T 恤、衬衫逐步到大衣、连衣裙等复杂款式。目前，方钟宏已非常熟练的使用塔玑产品。据店主透露，如果店铺全部使用虚拟模特，至少让他在图片成本上降低 70% 的开销。

03 特色之治： 特色领域精细化治理 提供垂直保护方案

随着阿里巴巴知识产权保护基础设施的不断夯实和完善，阿里巴巴也在构建特定领域知识产权保护实践。

01

特色领域 的知识产权保护实践： 地理标志专项保护计划

地理标志作为一项重要的知识产权，是促进区域特色经济发展的有效载体，是推进乡村振兴的有力支撑。阿里巴巴一直以来秉承互联网助农的社会责任，在知识产权保护领域，也积极打造地理标志专项保护，特别成立了地理标志专项保护计划。



地理标志商标投诉专项指引页面

在阿里巴巴地理标志专项保护计划中，平台建立了更为便捷的投诉通道，提供更为专业的投诉指引协助权利人维权。同时，建立高效的投诉响应机制，快速处置侵权商品，提升权利人的投诉体验。另外，不断优化防控治理策略，主动开展相关侵权产品的治理。截止到 2022 年底，阿里巴巴累计保护地理标志证明商标 180 个，历史累计受理地理标志侵权商品超 5000 件。



累计保护地理标志证明商标 180 个



受理侵权商品超 5000 件

与此同时，平台积极对商家进行合规经营教育，进一步规范地理标志的使用和宣传问题，助力地理标志产品的全面保护。例如针对“南汇 8424 西瓜”、“阳山水蜜桃”等地理标志的合法使用进行广泛的宣传教育。

除此以外，阿里巴巴还专门开展一系列地理标志知识产权保护座谈会，开展地方合作。2022 年，平台代表专门赴湖南省岳阳市湘阴县樟树镇，实地考察调研樟树港辣椒产业及品牌保护，与当地政府、企业围绕“加强樟树港辣椒品牌保护，助力乡村振兴”主题展开共建交流。此外还针对“炎陵黄桃”、“西湖龙井”、“十八洞村”等多个地标品牌开展合作，为维护地标品牌的知名度和美誉度提供了有力保障。

随着地理标志品牌效应不断提高，地理标志国际交流合作的也在不断扩展。阿里巴巴与意大利农业部继续在地理标志合作备忘录框架下合作，协助保护意大利地理标志。目前在合作框架下的有 CHIANTI, PROSCIUTTO DI PARMA AND GORGONZOLA 等 43 个著名地理标志。

02 专属领域 的知识产权保护： 赛事特许商品知识产权保护

基于北京冬奥会知识产权保障的良好经验，阿里巴巴在赛事特许商品知识产权保护上建立了一套完整的内外协同治理机制。通过建立投诉快速响应处理通道、特定风险识别算法升级、线上线下联动治理，对商家进行侵权教育等为体育赛事保驾护航。

阿里巴巴的冬奥保障

在全民共襄冬奥盛举之际，阿里巴巴也始终在积极响应各级主管机关的号召，加强平台上赛事特许商品的知识产权治理。阿里巴巴专门成立“北京冬奥知产保障”工作组，运用线上线下打击相结合的方式保驾护航。线上通过主动防控、自主巡查严密监控侵权行为，有力打击侵权商品的流通和销售。为了更加有效的震慑侵权行为，还特别成立线下奥运知产保护专项，紧密配合多地公安对涉奥违规行为开展线下打击。此外主动向商家宣导奥林匹克知识产权保护相关法律知识，并开通奥运侵权举报专用通道，接受社会监督。



北京奥组委向阿里巴巴颁发感谢信

在 2022 年世界杯期间，阿里巴巴结合自己自身的主动防控能力，与世界杯赞助商品牌形成良好的合作共建。高效、主动的打击和治理相关品牌侵权产品，有效维护了权利人的合法权益，获得了权利人的高度认可。同时，为了普及赛事知识产权保护积极开展商家教育，全方位提高商家的法治意识，营造尊重赛事知识产权的良好氛围。

声 音

“感谢阿里巴巴对彪马知识产权保护的支持。特别是在 2022 年卡塔尔世界杯期间，阿里巴巴积极响应我司对赛事相关产品的关注，携手相关权利人成功开展 2022 卡塔尔世界杯知识产权专项治理项目，显著提升了权利人的线上维权效率。我们期待与阿里巴巴继续协同合作，共治共建，加强平台知识产权保护。”

——Neil Narriman，知识产权总顾问，彪马

阿里巴巴已经为 2022 杭州亚运会知识产权保护工作开展全面的准备工作。阿里巴巴会持续高度重视赛事知识产权保护工作，目前各项工作正在稳步推进。

03

特定行业 知识产权的专属保护： 图书版权保护 2.0

盗版图书长期困扰行业发展，不但破坏健康的营商环境，还有损消费者的身心健康。为了应对电商平台盗版图书治理，阿里巴巴于 2018 年推出图书版权保护计划 1.0，积极解决业内反馈的痛点，搭建算法能力为新书进行盗版识别和管控，收到权利人的广泛好评。

随着算法能力的不断升级以及权利人合作的不断加深，2021 年阿里巴巴持续扩大图书版权保护范围，增加了对畅销书、经典图书的保护。同时也推出了“一键投诉”功能，平台基于算法识别出来的疑似侵权链接进行推送，权利人判断后可以点击“一键投诉”快速发起维权投诉。让维权变得更加便捷。

近一年，阿里巴巴新增了典型盗版场景专项整治，如书籍电子版盗版形态、相关衍生行业（影视剧、音视频）盗版问题等。接下来，阿里巴巴会持续关注版权方面的典型问题并积极探索解决方案。

声音

“近年来，线上盗版图书维权因成本高、周期长等问题一直是出版行业的一大痛点。然而我们很高兴地看到，阿里巴巴平台自 2018 年开始陆续推出“图书版权保护计划”等多项解决方案，并与“京版十五社联盟”等形成维权战略合作。平台主动对盗版图书进行检索，利用平台先进的技术实现高效治理，大大降低权利人的维权成本。此外还提供推送疑似侵权链接和一键移除等服务，显著提升了维权效率和效果。相信在双方的深入合作下，未来的版权保护之路将会更加光明。”

——外语教学与研究出版社

04 生态共治： 多元合作，共治共享 承担社会责任

阿里巴巴多年来一直秉承开放、合作、共治、共享的基本理念开展全方位的知识产权保护工作。在政府、权利人、平台以及全社会的共同推动下，着眼海内外知识产权广泛合作，阿里巴巴电商平台知识产权“大保护”格局正在构建形成。并在各方的协同努力下，更加积极地承担社会责任。

01

权利人合作： 平等、普惠的联盟合作

阿里巴巴一直坚信，交流与对话是解决知识产权问题的重要手段。为此，平台广泛联合品牌方，就知识产权问题开展深入、持续性的共建和探索。

2017 年 1 月，全球首家由电子商务平台发起的知识产权保护联盟——阿里巴巴打假联盟（AACA）正式成立。阿里巴巴联手海内外品牌同盟，依托双向资源供给，让打假更有力、更高效、更透明。截至 2022 年底，已有来自 21 个国家和地区的 220 家成员超 1100 个品牌加入 AACA，覆盖了更广泛的行业和更多创新领域。

声音

“自 2017 年以来，Levi's 一直是 AACA 的活跃成员。一直以来，AACA 将权利人、执法机构、政府机关的力量凝聚在一起，本着共同的目标寻求解决方案和创新合作，以打击假冒和侵权行为。我们感谢阿里巴巴集团在帮助我们打击侵权商品方面的持续的合作和支持。我们期待，未来能够与阿里巴巴以及 AACA 继续紧密合作，共同打击假冒行为，倡导尊重知识产权。”

——Zach Toczyński, Levi Strauss & Co. 全球品牌保护高级总监

“AACA 是一个行业共治方面非常有价值的合作机制。”

——石桑陌，英国驻华大使馆知识产权专员

过去一年，联盟聚焦行业共性的痛点问题，通过 AACA 行业工作小组，协力推进并获得了创新性的工作成果。例如，酒类行业组联合四川大学法学院建立了酒类行业知识产权保护研究基地，确立了包括开展酒类行业知识产权保护法律体系研究等一系列目标。此外，出版及软件行业组联合在华国际出版商联盟（IPCC）深度开展版权保护实践交流、工业行业小组在线下专案全链条溯源打击上取得了一系列新突破。



AACA 活动图集

除了行业问题的垂直治理，AACA 始终保持业内的敏锐度，围绕业内热点话题及新兴领域的前沿知识产权保护问题进行深度探讨。2022 年，联盟围绕电子销售证据在执法司法中的认定、知识产权惩罚性赔偿、元宇宙空间中的知识产权保护等议题进行了广泛的交流和研讨。在 2022 年 AACA 年度大会上，阿里巴巴邀请了来自市场监管、执法机关、驻华使领馆、学界专家、阿里巴巴平台代表以及 300 多位 AACA 成员方代表，围绕“新兴领域纵深探索互联网知识产权保护”主题进行了交流讨论。

此外，阿里巴巴也在持续向外输出联盟优秀合作成果和实践经验。2022 年，AACA 咨询委员会课题研究小组重磅发布《电子销售证据在知产维权案件中认定的典型案例及法规汇编》。这是 AACA 首次针对行业热点问题发布行业视角研究成果。AACA 成员还联合共创了知识产权行业性奖项——知鹰奖，设置有最佳行业共治奖、最佳合作案例奖、优秀个人奖三大类奖项，旨在输出 AACA 的合作成果和经验普惠行业。2022 年，知鹰奖首次引入由执法机关、协会组织和媒体组成的专家评审团，对入围奖项的工作组、案例和个人进行专业点评。

2022年度知鹰奖

数字经济时代的共治共享

奖项名称	获奖名单
最佳行业共治奖	工业行业工作组
	酒类行业工作组
	医药行业工作组
最佳合作案例奖 (线下合作专案)	富邑葡萄酒集团
	诺华
	孩之宝
	路易威登
	强生
	斯平玛斯特
	微软
	苹果
	日产
	西部数据
最佳合作案例奖 (其他合作项目)	嘉实多
	天丝集团(红牛)
	波司登
	博柏利
	蔻驰
优秀个人奖	章艳华 (Nora Zhang)
	陈永明 (Amelie Chen)
	严武洲 (Wuzhou Yan)
	王欣 (Annick Wang)
	谭燕平 (Florence Tam)
	张少飞 (Felix Zhang)

阿里巴巴始终坚守平台、普惠的知识产权保护理念，帮助和扶持中小企业一直是阿里巴巴的使命与责任。针对中小企业知识产权维权，阿里巴巴于2020年专门成立了Simp'Ali计划，旨在为中小企业提供简化的知识产权保护工具和信息交流等服务渠道。截至2022年底，已经有包括欧美、日韩等超过700个中小企业加入该计划。基于Simp'Ali提供的便利度，成员加入后的投诉通过率平均超过97%，大大降低了维权成本，提升了维权效率。

2020年，阿里巴巴打假联盟宣布，为把海内外中小型企业的知产保护提升至更高水平，成立中小企业咨询委员会(SME Advisory Committee简称SAC)，为全球中小型企业提供更全面的知产保护服务。随着SAC的不断成熟和发展，中小企业成员已经逐渐探索出具备自身特色的知产保护合作模式，同时积极吸收原有AACCA品牌权利人的知识产权保护经验。当前，中小企业的知识产权保护正推向新的阶段，线上、线下合作不断探索出新的路径。

案例：完美日记线下合作案例

阿里巴巴在侵权监测过程中发现某商家存在售假嫌疑，对商家实施了处罚，而后发现商家提供虚假授权材料、进货凭证进行申诉。经过线索分析，阿里巴巴联合品牌方完美日记配合嘉兴平湖公安进行立案侦查。经分析溯源，公安机关在新乡等地将相关犯罪嫌疑人抓获，嫌疑人对其通过伪造材料进行售假的犯罪事实供认不讳。

声音

“逸仙电商（“完美日记”母公司）为AACCA旗下中小企业咨询委员会（SAC）成员，在阿里巴巴的大力支持下，从线索产出到落案实现全链条的合作，配合执法成功落地刑事案件。通过溯源打击，有效震慑了犯罪分子，让我们的品牌保护工作落到实处。未来，我们期待能够和阿里巴巴有更多这样的合作，共同打击侵权行为，为中小企业发展提供更多的支持。”

——逸仙电商法务总监 符许舜

知识产权保护工作是一项系统性、战略性的工程。除了重拳打击侵权行为，提高全社会知识产权意识、形成尊重和保护知识产权的社会风尚更是一项长期的社会责任。

自 2021 年开始，阿里巴巴创意性的筹办知识产权科普“快闪博物馆”，通过当前流行的快闪形式，为大众提供沉浸式的真假鉴定体验。以丰富多彩的真假产品辨识活动以及充满趣味的知识产权知识让公众树立正品心智。

2022 年，阿里巴巴联手 29 个品牌在杭州共同举办了第二届知识产权快闪博物馆活动。现场配置了真假展品区，趣味知识挑战区以及丰富多样的互动活动区，并配合线上答题有奖互动，吸引了广大消费者的热情参与。



快闪博物馆现场盛况

阿里巴巴还联合权利人制作系列真假鉴定短视频，向广大消费者传递真伪鉴别方式。通过趣味短视频，让消费者更加生动易懂地获取鉴定知识。截止目前和权利人共同推出了多期作品，并通过多种传播渠道向公众持续传播。

阿里巴巴还通过支付宝迷你程序答答星球设立知识产权趣味问答，帮助广大消费者提升安全认知能力。在 2022 年的“4.26 世界知识产权日”上，阿里巴巴联合出版与软件行业品牌方、京版十五社联盟、在华国际出版商联盟 (IPCC) 联合推出了版权公益知识推广活动，倡导全社会反对盗版，繁荣文化市场。

此外，在国家知识产权局办公室、中国知识产权培训中心的指导下，阿里巴巴也关注青少年知识产权意识的启蒙。平台通过阿里公益打造两期“中小学知识产权公益漫画”，通过中国知识产权培训中心、阿里公益设计等媒介刊发，受到青少年读者及家长们广泛欢迎。

02 政府合作： 携手共治新典范

在政府合作层面，阿里巴巴多年来始终与政府机构保持良好的协作互动。在执法机关、监管机构以及其他部门的督导和支持下，在线下案件打击、特色领域知识产权保护等方面成果显著。除此以外，政企合作促进知识产权保护在其他层面也在不断开展和延伸。

在国家知识产权局的指导下，阿里巴巴成为电商平台专利权评价报告共享试点单位。阿里巴巴通过接通国家知识产权局专利评价报告数据，建立了快速处置实用新型和外观设计专利侵权投诉的机制。一方面，评价报告数据共享提高了阿里巴巴专利权纠纷解决效率；另一方面，协助阿里巴巴有效确认实用新型和外观设计专利的真实性、有效性。2022年，阿里巴巴调用国家知识产权局专利权评价报告超过86000件，据此退回专利权超过800个。

为充分发挥电子商务平台促进经济发展的特有作用，更好助力地方经济高质量发展，阿里巴巴在河北省市场监督管理局的指导下，先后在石家庄、唐山、保定、邢台、廊坊五个试点区域，开展知识产权保护等电商助企合作项目。目前，阿里巴巴已向河北省内广大商家，开展知产保护线上培训，助力地方企业的知识产权保护。

03

协会合作： 国内、国际广泛交流和对话

2022年，阿里巴巴持续推进与国内外知识产权保护组织的交流合作，积极与世界知识产权组织(WIPO)、国际反假冒联盟(IACC)、英国驻华大使馆、英中贸易协会(CBBC)、意大利驻华大使馆、意大利商会(CICC)、中国外商投资企业协会优质品牌保护委员会(QBPC)、北京反侵权假冒联盟(CAASA)等合作开展活动，推动业内交流，共同提升知识产权保护国际、国内影响力。

多年以来，阿里巴巴致力于联合IACC及其成员更好地处理全球范围内的假冒问题。自2013年阿里巴巴加入IACC's MarketSafe®项目，双方始终关注高效解决线上知识产权问题，并开始着力中小企业成员的知识产权保护。

2022年，阿里巴巴赞助中小企业参与IACC年会以及欧洲刑警组织知识产权犯罪会议，让中小企业有机会与包括阿里巴巴、权利人、协会和政府组织等进行广泛的经验交流。此外，阿里巴巴还专门针对中小企业开展研讨会，邀请欧盟知识产权局官员、密歇根州立大学学者等带来专门的分享，吸引了100多家中小企业参与。

声音

“阿里巴巴在帮助中小企业保护知识产权方面持续展现出真正的领导力。阿里巴巴提供的工具、信息和支持非常宝贵，可以帮助中小企业更好地保护其知识产权。IACC非常自豪能够与阿里巴巴保持长期的合作伙伴关系”

——Bob Barchiesi, 国际反假冒联盟主席

阿里巴巴也始终与中国外商投资企业协会优质品牌保护工作委员会(品保委)以及北京反侵权假冒联盟(CAASA)等协会组织保持密切的交流和合作，在品保委互联网品牌保护大讲堂上分享平台在互联网知识产权侵权治理中的经验和观点。在CAASA联合英国知识产权局合作举办的中国电商平台保护机制创新线上研讨会上提出建设性的意见和建议。

声 音

“近年来，阿里巴巴一直积极探索知识产权保护路径，逐步建立起比较完善并不断更新迭代的管理机制，从全链条各环节严格把关，有利于从源头遏制假冒商品进入电商平台。从线上线下联动打假、多方参与社会共治，形成以打假联盟为代表的品牌打假新模式，推动多方合力构建打假共同体。”

——北京反侵权假冒联盟

随着越来越多的中小企业通过跨境电商走出国门，商标海外注册无疑是开拓国际市场的重要保证。2022年，基于与WIPO一直以来的良好合作，WIPO大力支持中小企业通过WIPO马德里商标国际注册体系进行海外商标布局，助力跨境电商品牌保护。目前，该试点合作进展顺利，有利于中小企业提升国际注册效率，降低海外保护成本，帮助企业保护宝贵的知识产权资产。

04 高校合作： 前沿问题研究 与知产青年人才培养

阿里巴巴知识产权研究中心与清华大学、浙江大学、中国人民大学、复旦大学等多家知名高校合作，就知产领域热点、难点和趋势性典型案例等与学界专家共同探讨。

针对阿里巴巴的知识产权保护机制，浙江大学管理学院专聘副院长黄灿教授专门进行了课题研究。黄灿教授及其研究团队的《用创新保护创新：阿里巴巴电子商务平台知识产权治理之路》于2022年9月获得了中国管理案例的最高奖项——第十三届全国百篇优秀管理案例奖。黄灿教授认为，阿里巴巴通过机制创新和技术创新，联合品牌权利人、商家、消费者以及政府机构等多元主体，采用线上与线下相结合的治理模式，有效地应对了电商环境下复杂的知识产权问题。

阿里巴巴知产研究中心通过各种形式支持知产领域的青年人才培养，并开展了多种形式的合作和激励。

阿里巴巴携手人民大学法学院成立知产联合教研基地，并在2022年“4.26世界知识产权日”上，共同发起了“知产新青年成长计划”，希望通过名校名企携手，“助新知”、“助科研”、“助实践”，助力知产新青年快速成长。参与“知产新青年成长计划”合作的企业包括励讯集团、施耐德电气（中国）有限公司、沁园集团股份有限公司、APM Monaco、欧普照明、安踏集团、鄂尔多斯羊绒集团、浙江苏泊尔股份有限公司、三只松鼠股份有限公司以及九阳股份有限公司等12家阿里巴巴打假联盟成员。其中，包括阿里巴巴在内的8家企业率先为这些高校学生提供了多个知产领域的实习与就业岗位。



“知产新青年成长计划”海报

声 音

“每一次科技革命和商业模式创新，都会对知识产权法提出巨大挑战，并需要知识产权法作出回应。而回应的前提是深刻了解实践中的最新发展，这些内容只有深入产业一线，才能够知晓和掌握，并最终作出准确客观的回应。因此，要成为一名优秀的知识产权青年人才，就要做到既能仰望星空，也能脚踏实地。‘仰望星空’就是要打好扎实的理论基础，树立远大的理想目标，‘脚踏实地’就是要立足当下，接地气地了解一线实践。希望‘知产新青年计划’为更多知产领域学生提供理论与实践相结合，校园与企业共发展的良好平台，让学生有更多施展才华的通道。”

——万勇，中国人民大学法学院教授

同时，阿里巴巴与清华大学合作设立了“清华大学阿里巴巴知识产权青年奖学金”，并于2022年联合发起首届“网络经济与知识产权研究”优秀论文评选活动。本着“为新型知产问题寻求解法，为未来知产工作培养人才”的共同目标，面向全国高校在校学生征集围绕互联网经济场景中的新型知产课题的论文，并从中筛选出知产学术“未来星”。该活动共收到来自国内外24所高校学子的参赛报名，主题涉及电子商务与知识产权保护、AI虚拟形象的知识产权保护等前沿话题。



论文评选海报

声 音

“同学们对本次征文活动的热情远超预期，让我们倍感欣慰，同时也感到责任重大。期待来自各大高校的青年学子们‘以文会友’，共同探索研究数字经济下新型知产问题的解法。同时也期待通过与阿里巴巴知产研究中心的深度合作，共同推动中国知识产权理论研究和发展。”

——崔国斌教授，清华大学法学院知识产权法研究中心主任

此外，阿里巴巴也与复旦大学法学院合作设计“电子商务平台知识产权保护实务课程”，鼓励高校学生学习和研究数字经济下的知识产权问题，并为高校学子提供实践经验和案例，共同推动研究成果的转化工作。

未来，阿里巴巴希望继续发挥平台优势，对接校企需求，拓展知产人才的社会实践渠道，帮助行业培养更多复合型知产新青年人才。

结语

阿里巴巴的知识产权保护探索已经走过 20 年，经过多年的实践，一套科学、高效的电商平台知识产权保护体系已然形成。面对新形势、新业态、国际化带来的知识产权侵权新风险，电商平台知识产权保护还需要更高的智慧，更新的技术和更有担当的社会责任感，持续储备治理能力。

未来，阿里巴巴将继续总结经验，加强技术创新，发挥带动作用，持续提升治理能力和水平，引领行业知识产权保护的最佳实践。在与政府、权利人、协会机构、高校等合作共治下，努力推进电商平台知识产权的新发展与新探索，为建设高水平知识产权强国，贡献更多的知识产权保护平台实践。



