



《中国商报·法治周刊》
官方微信平台



扫一扫 更精彩

中国商报

法治周刊

2018年8月9日 星期四 总第6889期 邮发代号1-18



《中国商报·法治周刊》
官方微信平台



扫一扫 更精彩

从拼多多假货风波看平台及平台内卖家的法律责任

电商平台假货泛滥 追责建制刻不容缓

纵深 >>>

治理假货问题 急需“三板斧”

有观点认为，假货并非电商平台的原罪。其给出的说辞是，假货并不是由电商平台直接出售的，电商平台其实也是假货的受害者，平台内经营者售假的行为违背了与平台的关于保护知识产权、保证产品质量的约定，损害了平台的商誉。

那么，这难道意味着，不管假货如何泛滥，平台都不用承担责任了吗？答案显然是否定的。

日前，已经通过三审的电子商务法草案新增了第三十七条规定，其中针对电商平台对平台上销售假冒伪劣商品等行为不及时采取措施，以及对消费者未尽到安全保障义务等情形，进一步明确和细化了其法律责任。

草案规定，电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求，或者其他侵害消费者合法权益行为，未采取必要措施的，依法与该平台内经营者承担连带责任。对关系消费者生命健康的商品或者服务，电子商务平台经营者对平台内经营者的资质资格未尽到审核义务，或者对消费者未尽到安全保障义务，造成消费者损害的，依法与该平台内经营者承担连带责任。

事实上，消费者权益保护法从维护消费者知情权的角度，也提出了网络交易平台的信息披露义务与责任。该法第四十四条规定：消费者合法权益受到损害的，网络交易平台提供者不能提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式的，消费者可以向网络交易平台提供者要求赔偿。这可以解读为，电商平台在不能提供卖家有效信息时，应承担先行赔付责任，再向侵权卖家追偿。

此外，侵权责任法第三十六条第二款、第三款还规定：“网络用户利用网络服务实施侵权行为的，被侵权人有权通知网络服务提供者采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施。网络服务提供者接到通知后未及时采取必要措施的，对损害的扩大部分与该网络用户承担连带责任。网络服务提供者知道网络用户利用其网络服务侵害他人民事权益，未采取必要措施的，与该网络用户承担连带责任。”

那么，到底怎样治理假货问题，保障消费者的合法权益呢？业内人士给出了治理假货问题的“三板斧”：强化平台治理；加大对平台内卖家的监管力度；加快构建和完善新型的市场监管体制机制，同时也需要包括政府、平台、商家、用户、服务商等在内的多方力量来协同治理等。

事实上，近年来，越来越多的大型电商平台如淘宝、京东等已开始意识到打假的重要性。2017年7月，上海奉贤区人民法院对淘宝网诉平台售假店铺案进行一审宣判。法院认定，被告的售假行为对淘宝网商誉造成损害，判处被告向淘宝网赔偿人民币12万元。这起案件也是全国首例公开宣判的电商平台起诉售假网店的案件。

然而，毕竟电商平台并无执法权，对售假商家也只能是采取封店等措施。网络售假者若想再卖假货，很可能会换个马甲继续卷土重来。因此有观点认为，打击假货，不能只让电商一个人战斗。消费者要积极维权，有关监管机构该出手时也要及时出手。

本报记者 李海洋

盗版的皮皮鲁、7.5元的奶粉、200元的冰箱、300元的电视……自拼多多7月26日在美股上市以来，假货、山寨的质疑声愈演愈烈，拼多多由此陷入到了一场舆论风暴之中，并被贴上“让中国打假倒退20年”的标签，最终引来了监管层的出手。这一切，或许是拼多多始料未及的。

在舆论风暴中，拼多多曾一天三次回应市场的质疑。然而，其创始人的回应有用给行业之嫌，被媒体解读为“缺乏真诚”。7月31日上午，拼多多召开临时沟通会，拼多多联合创始人达达说，假货、山寨的问题，拼多多是有的，其他平台也都有，假货问题是社会问题，让三岁的拼多多承担这一责任是不公平的。

虽然各平台采取了有效措施来打假，但至今各平台也未曾真正杜绝假货。如何打假，已经成为摆在众多电商平台面前的一道难题。

拼多多深陷舆论风波

7月26日，拼多多以每股19美元的价格正式登陆美股市场。上市当天开盘报价26.5美元，比之前的IPO定价上涨了39.47%，盘中一度创下27.45美元的高价。“80后”创始人黄峥一夜之间身价便超过了刘强东。

据拼多多自称，其活跃买家达3.43亿，这意味着每4个人里就有1人用过这个创立不到3年的产品。拼多多发展速度极快，其最好的证明是：1000亿元的商品交易总额，京东用了10年、唯品会用了8年、淘宝用了5年，而拼多多却只用了两年零三个月。

然而，在网友对拼多多的评论中，低价、爆款、山寨多、质量差等是最常见的关键词。引发此次舆论风暴的并不是低价问题，而是公众对拼多多假货和山寨商品泛滥的质疑。

在拼多多上市后的第二天，即7月28日，创维集团旗下RGB电子公司的一则声明——“拼多多购物平台上出现大量假冒创维品牌电视产品”便成为引发此次风暴的第一次飓风。声明中称，拼多多平台上部分假冒创维品牌电视产品有创维先锋、创维云视TV、创维嘉、创维美、创维酷酷、创维云视听、创维e家、创维等。创维要求拼多多下架山寨产品。

第二次飓风来自童话大王郑



在美股风光上市的拼多多，一时间深陷舆论风波。伴随着市场质疑声四起，拼多多随后几天的股价一路震荡下行。截至美东时间8月2日收盘时，拼多多的股价为20.31美元。
CNSPHOTO 提供

渊洁。7月29日上午，郑渊洁在微博上表示，收到多位读者的举报，拼多多平台上某店铺销售盗版“皮皮鲁”系列图书，他已经向国家版权局和全国扫黄打非办公室举报。郑渊洁同时表示，经律师证据保全向拼多多取证购买，收到的图书确为盗版书，封底的防伪标识竟然是印上去的。而拼多多“星宝宝家居生活专营店”并未向消费者展示“出版物经营许可证”。

伴随这两次飓风而来的，是拼多多平台上大量山寨商品的截图在各个网络渠道被疯转，立日、超能洗衣液、小米新品、索尼4K电视，最让人愤怒的是7.5元一罐的贝因美奶粉。在美股风光上市的拼多多，一时间深陷舆论风波。伴随着市场质疑声四起，拼多多随后几天的股价一路震荡下行。截至美东时间8月2日收盘时，拼多多的股价为20.31美元。

7月31日，在被舆论风暴席卷几天后，拼多多终于站出来回应市场的质疑，且一天内做出了三次回应。

当天上午，拼多多董事长兼CEO黄峥发布了题为《坚持本分，即使是恶意的攻击，也要善意地解读》的全体员工信，表示：“一边倒的正面不是我们追求的，一边倒的负面也从来不是真实的拼多多”。当天下午，拼多多召开临时沟通会，其联合创始人达达回应的核心逻辑就是，这些都不是拼多多的错。“老于妈、粤利粤、康师傅、娃娃哈、太白兔”是网友恶搞的，“掉色拖鞋以及陀螺仪刮胡刀、门锁相机”也都是恶搞的，从来都没有在拼多多上出现过。

就在拼多多回应媒体外界质疑后的8月1日上午，国家市场监督管理总局出手了。国家市场监督管理总局表示，已经要求上海市工商局约谈拼多多，对媒体及消费者反映的山寨产品、傍名牌等问题开展调查，

只要构成违法就会严肃处理。

当天下午，拼多多发布声明称，将全力配合工商、市场监管部门开展调查，进一步严厉打击平台上侵权假冒商品，努力达到社会和广大消费者的期望。同时，拼多多在声明中表示，真诚欢迎社会各界群策群力，形成打击侵权假冒商品的社会共治局面，共同为最广泛消费者提供更好的服务。

电商平台 深受假货困扰

中国的电商市场正持续较快地增长。就在拼多多于美股上市的同一天，国家发改委发布的有关数据显示，今年1月到6月，全国网上零售额实现40810亿元，同比增长了30.1%，高于同期社会消费品零售总额增速20.7个百分点。其中，实物商品网上零售额实现31277亿元，同比增长29.8%，增速较上年同期提高了1.2个百分点。

然而，随着网购的普及，人们常会发现，电商平台上的山寨货在大肆泛滥。今年6月，有电商投诉平台发布了“6·18”期间的投诉数据。在今年6月18日，投诉到平台的涉假问题共计156件，含虚假宣传、虚假承诺、假冒伪劣产品等，涉及到了相关平台或卖家的诚信问题。其中，消费者明确指控买到假货的投诉共计达52件。

尽管拼多多在此次回应市场质疑之时有用给行业之嫌，但同时也揭示出了一个不争的事实，淘宝、京东、聚美优品甚至是国际电商平台亚马逊等确实也曾一度深受假货的困扰。

资料显示，2015年1月，阿里巴巴在美遭到集体诉讼，导火索是中国工商总局在发布的“白皮书”中提到了阿里旗下淘宝销售假货等问题。尽管该诉讼在隔年的6月被美国地方法院驳回，但当时对阿里的间接影响是：4个交易日蒸发了300多亿美元市值。

此后，阿里在打假工作上投入的资金和精力与日俱增。阿里于2015年底成立了平台治理部，向假货和一切侵犯知识产权的行为宣战。截至2017年7月，已有2000多名员工专职负责打假，年投入达10亿元。尽管如此，依然未能完全遏制假货渗入平台。

即便是国际电商平台亚马逊，也曾遭受过假货的侵扰。2017年，亚马逊将打假定为重点目标。而今年5月，据英国《卫报》调查，亚马逊上关于假冒产品的投诉仍在继续，投诉对象以规模较小的制造商为主。

就连社交平台、二手货平台甚

至是微信小程序也都一度成为了假货的橱窗。打开某短视频平台，在酷炫的背景音乐下，网红们展示衣服、鞋包、化妆品等的短视频吸引了大量网友的关注。点击该平台推出的“购物车”按钮，即可跳转到商品页面。但是，许多“网红”直通购物车里的商品却受到网友的诟病，如三无产品、价格虚高等等。

本是提供给人卖家售卖闲置物品的平台，近年来却也逐渐沦为奢侈品、数码产品等假商家的“天堂”。在每封打假的高压之下，大量被清退的商家涌入了门槛低、监管松的二手平台。以苹果充电器为例，百余元就可以在二手平台买到原价600余元的“原装正品”，其实从包装到实物均是假冒的“山寨”产品。

此外，有媒体调查发现，原本定位于记录美好生活、记录世界的“南抖音、北快手”也皆难逃微商的“魔爪”，成为了展示假冒化妆品、山寨奢侈品的橱窗，甚至部分疑似制假视频还获得了平台的推荐。

而微信小程序在今年1月也曾因假货风波一度深陷舆论风暴。有媒体报道称，在微信小程序里输入“高仿”“精仿”等关键词，便会弹出一系列售卖高仿手表、箱包等的线上店铺。微信方面回应称，已永久下架875个此类小程序。

消费者不满，平台头疼，从一个平台到另一个平台，为何假货如此盛行？一名家电行业从业者在接受媒体采访时表示，售假的商家都是想着捞一笔就走，即便最后被罚款，前面也挣够了，一些商家甚至出事直接跑路了事，找都找不到。在电子商务研究中心法律权益部助理分析师贾路看来，售假利润大、售假成本低、监管难度大、消费者知假买假、维权成本高等多种因素共同促成了电商平台假货的泛滥。

其实，拼多多在打假问题上并非毫无作为。从2016年4月起，拼多多便开始有计划地加大力度进行打假。拼多多的假货处理规则明确，若平台发现商家疑似销售假货，将通过实施暂时下架商品、临时增加保证金金额、限制店铺资金提现三项举措之一项或多项对商家进行处理。一旦平台判定商家售假事实成立，商家要赔付消费者该款商品历史总销售额的10倍。

对此，黄峥曾解释称，拼多多“假一罚十”等打假政策是在淘宝打假规则的基础上做了改进，相比于其他平台更为严格。然而，这样的打假力度已两度引发矛盾。

在他看来，假货泛滥，消费者不满，平台头疼。如何打假，已经成为摆在众多电商平台面前的一道难题。



电商平台售假 难逃法律责任

●已经通过三审的电子商务法草案新增了第三十七条规定，其中针对电商平台对平台上销售假冒伪劣商品等行为不及时采取措施，以及对消费者未尽到安全保障义务等情形，进一步明确和细化了其法律责任。

●电子商务平台经营者依法与该平台内经营者承担连带责任。消费者权益保护法从维护消费者知情权的角度，也提出了网络交易平台的信息披露义务与责任。

●侵权责任法第三十六条第二款、第三款还规定：“网络用户利用网络服务实施侵权行为的，被侵权人有权通知网络服务提供者采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施。”



为了防范假冒伪劣疫苗流入市场，近日，河南省唐河县人民检察院干警深入全县疾控中心，了解疫苗采购渠道、储存环境、流向动态等，摸排公益诉讼线索，确保未成年人使用疫苗安全。图为检察干警在疾控中心冷藏室和工作人员一起查看疫苗储存情况。
牛凌云 王永强/摄