



10月12日在上海七浦路联富服饰市场的一家商店内拍摄的“名牌手表”。 新华社记者 丁汀 摄

# “假名牌”成体系产供销“一条龙”

## A 千元买到“国际大牌”，“假名牌”假到真假难辨

一些购物手续显示是在香港专卖店代购的奢侈品，其实就是在内地普通店铺出售的假货，甚至是地摊货。令人惊奇的是，这些假货通过常规渠道居然难辨真假。

在上世纪90年代建成的武汉万商白马服装交易中心内，记者发现，一些专售皮具箱包的商铺在售卖国际奢侈品品牌。走进商场四楼一家名为“大巴黎”的商铺，20多平方米的商铺内各式女包琳琅满目，品牌包括“普拉达”“香奈儿”“巴宝莉”“LV”等。

商铺老板“张姐”介绍，她卖的女包几乎囊括知名一线大牌，价格从200元到5000多元不等，都是与港版正品女包一比一的高仿货。其中“LV”和“香奈儿”两款的高档A货，不仅有原厂包装，还能提供“香港购物清单”和“银行卡刷卡凭证”。

## B “白板”产品和假商标的“蝶变”魔术

一堆没有任何标识的“白板”产品，一叠假冒的名牌商标，成本低廉，并不打眼，但一旦两者联袂，顿时变成身价昂贵的“名牌”。

这样的“蝶变”魔术大戏，是假名牌生产的主要流程，在一些地方几乎每天都会上演：各种无标志的“白板”产品被缝上仿造的知名品牌商标、吊牌等标志后销往各地。

在湖南省郴州市北湖商贸商城，记者拿着大号黑色塑料袋，表示前来进货。在商城二楼的一家女装档口，记者指着一件衣服问“拿货多少钱”，老板说110元一件。记者随即问有没有韩国的几个品牌，老板说这几个品牌没有，但想要的话可以提前预约，“过几天就有新的光碟，你只要需要，都可以做。”

记者走访该商城多家档口，得到的回复基本上都是“要什么牌子都有”，有的可以直接提供，有的则表示要另外去买。在商城二楼一家男装档口，记者看到挂着的男式T恤均没有领标，而老板正在将已经贴了“劲霸”标签的T恤折叠叠好，并表示“花花公子”“金利来”等牌子都有。

在浙江杭州的“自由港四季青休闲服饰城”五楼、六楼，一些店铺在卖“阿迪达斯”“耐克”“斐乐”运动短袖衫、运动裤，也有“哥伦比亚”“北面”冲锋衣。店员告诉记者，只要提供图片或者样衣，什么品牌都可以代加工。

在江苏海门市中国叠石桥国际家纺城一家名为“坦克毯业”的店铺，记者吃惊地发现，一条印有“慈驰”标识的毛毯只需37元。记者问：“能加知名名牌

# 少数地方的“畸形GDP”

假货，向来是“老鼠过街人人喊打”。各级监管部门近年来组织了一轮又一轮打假行动，一大批制售假货的不法分子受到惩处。新华社记者调查发现，制假售假团伙也在跟监管者“躲猫猫”，打假难度越来越大。与此同时，制售假货成了少数地方的“畸形GDP”。部分制假者拥有一流的产品制造能力和完整的销售网络，却未能创造自主品牌，只能靠假货饮鸩止渴，最终越陷越深，进退两难。

## 商家“明修栈道，暗度陈仓”

在一些地方，由于打假“风声”紧，假货市场转入“地下”。有的商家“挂羊头卖狗肉”，演绎现代版“明修栈道，暗度陈仓”。

位于上海七浦路的联富服饰市场地下一层，与地铁10号线天潼路站相连，市场里多是小店铺，破旧且档次不高，其实里面暗藏玄机。

一名季姓“黄牛”带记者来到一个卖皮带的店面，店主出门拿货前先将布帘拉起来。“黄牛”说：“不敢明目张胆地摆出来，政府会查的。”

得知记者“想买‘名牌手表’”，“黄牛”把记者七绕八绕带到另一个已经关门了的商铺，里面摆满了积满灰尘的鞋盒。一个小伙子不知从何处拿来一个小盒子，里面摆着10只名牌手表，包括“万国”“宝格丽”等品牌，价格3000元到5000元不等。从商铺外表看，根本看不出是在售卖仿制品。

在上海另一个售假市场，记者来到一家外表普通的箱包眼镜商店，货架上的商品看上去都很正规。见四下无人时，商店老板在一面挂满衣服的墙角，拨开一个仅供一人通行的小通道，进入里间，推开一个堆满货物，完全看不出来是门的柜子，露出一个四面是货架、摆满了假名牌箱包的“暗仓”，有“古驰”“LV”等国际名牌，价格大抵在一两千元左右。

此前，上海市曾对位于南京西路580号“淘宝城”内的30余家售假店铺集中打击，当场查获大量山寨名牌箱包服饰。办案人员发现，这些售假者都在店铺门外，包括走道和大厅，都安装了监控探头。店铺中实际面积非常大，设置三四道暗格，在最里面的暗室还设置了一个约50厘米高的逃跑通道。检查人员来执法时，店铺老板可钻进这个暗道逃往隔壁市场。

而在广州桂花岗皮具市场，假货“大本营”藏匿于广州白云世界皮具贸易中心周边的民宅。对开设在民宅里的“假货展厅”，监管存在操作难度。平时都是大门紧锁，没有熟人开门根本进不去。

在各地市场，售假者都对“生面孔”保持高度警惕。

在北京聚龙商城一家箱包店，店主向记者推荐一款“普拉达”女包，报价只要280元，而同款正品专柜要3000多元。令人惊奇的是，这些包括假冒国际奢侈品牌的女包，被“巧妙”藏在一只在售的大型普通旅行箱里，混迹于一堆箱包中间，毫不起眼。

在广州白云世界皮具贸易中心，一名商贩压低嗓门对记者说：“先交订金，傍晚6点半后取货。”知情人介绍，之所以选这个时段，一是因为监管人员基本下班；二是因为市场即将关门，人员拥挤，现场监管难度大。

10月12日，在上海七浦路联富服饰市场的一家商店内，店主向记者出价，其“名牌包包”的价格为680元。

新华社记者 丁汀 摄

## C “假货利益共同体”支撑“假货产业”

在假冒名牌产、供、销“一条龙”产业链条中，最核心的是实体店老板和电商店主相互勾结形成的“假货利益共同体”，他们彼此依赖，沆瀣一气，共同撑起整个造假链条。

记者发现，这个利益共同体在实际运作中形成一个相对固定的流程：首先，电商店主去实体店铺取光碟，里面有各种已经拍摄好的假货照片，将这些照片上传到电商店铺，买家就可以自己选择品牌了。如果有买家下单，电商店主就通过QQ等方式，将商品型号、颜色等信息告诉实体店商供货，供货商则会告知电商店主一个编号。电商店主凭借这个编号可以直接去实体店铺取货，贴上相应的标签和吊牌，就可以找快递发货。

在湖南郴州北湖商贸商城，一进去，就可以领取各种宣传资料和光碟。记者随机拿取几张光碟，发现一张男装的光碟里有“花花公子”“金利来”“梦特娇”等品牌，价格从90元至140元不等，这些品牌的产品图片全部是一样的，只是胸标和领标不同。在一张女装的光碟里，则直接展示了“哥哥”“秋水伊人”等品牌的吊牌图片，商品信息图片的“品牌”一栏为空白，这意味着电商店主可以根据自己需要添加品牌名称。

一位店主向记者表示，实体商城里有的货源是仿专卖店里的品牌服



## “正宗假货”有代工产业背景

一些假货团体仿造能力之强，几乎匪夷所思。那些以假乱真的“正宗假货”，制假者往往引以自豪：“连我们自己都辨不出真假。”

拥有一流的工艺水平，却造不出知名的自主品牌——这既是假货的起因，也是假货的恶果：因没有响亮的自主品牌而造假，越是依赖造假越打不响自主品牌。在一些地方，已形成这样的恶性循环。

位于上海市七浦路的联富服饰市场，记者仔细打量一款“香奈儿”斜挎包的高仿品，外包装、售后卡等一应俱全。据店主介绍，这个档次叫“原版货”，属于仿制品中最高级别，五金件、皮料从国外进口，在香港等地组装，一般的专柜鉴定师都很难判定真假。

安福市场是莆田假鞋的发源地。在其附近一栋名为“尚客优”的公寓楼7楼一个房间里，一位老板娘告诉记者，无论是刚刚推出的最新款，还是官方已断货的经典款，都有。其中，一比一的高仿鞋和正品鞋根本看不出区别，而且具有防伪标识，可以扫码。“真标真底，能过海关。”她自信满满。

“正宗假货”是代工产业衍生的“畸形儿”。记者发现，仿造水平最高的假货来源地，几乎都有较发达的代工产业背景。

在杭州四季青服装批发市场，一家店里挂着几套没有任何品牌标识的运动服。店员解释说，这些属于“厂牌”，也就是自己厂品牌的服装，“其实厂牌和厂里代工的其他国际大品牌，质量面料和技术都一样的。”

广州桂花岗皮具假货之所以集中，同样“得益”于发达的国际皮具品牌代工产业。据当地业内资深人士介绍，一些上等假货生产的质量控制

## 假货困扰中国 马云怎么看？

作为全世界最大的电子商务平台，阿里巴巴对待假货的态度，直接影响到数亿消费者的权益。

日前，阿里巴巴集团董事局主席马云就此接受了新华社记者专访。

## “假货是阿里之痛 也是中国经济之痛”

记者：有观点认为阿里巴巴借助假货来助长业绩，阿里巴巴今天的成功是假货的成功，您怎么看？

马云：我不相信靠不诚实能真正成功。我们有个统计，每卖出一件假货，就会让阿里巴巴失去5个以上的用户。阿里巴巴是假货的受害者。几年前，因为淘宝不让卖假，广东那边卖假货的，在香港给我设了个灵堂，你说阿里巴巴和假货是什么关系？

我其实不担心阿里巴巴平台上销售的产品，那个假冒伪劣的比率很低。我们的投诉率是八十六万分之一，远远低于线下实体店。而且在我们这，只要你买到了假货，一定可以解决，退货，赔偿，卖家封店。我们每年投入几个亿用于监控假货卖家，这些手段是有效的。

假货对阿里巴巴平台的伤害是有限的，但是对中国制造的伤害才是根本性的，因为我觉得在线下，我们还没有找到对付假货的有效办法。

记者：您认为假货对我们国家最大的伤害是什么？

马云：假货对我们国家最大的伤害，就是不诚信的人比诚信的人得到要多，就是创新没有价值，我觉得这是对一个国家一个民族最大的伤害。假货之痛，看得见的伤口在阿里巴巴，看不见的内伤在我们的经济转型。

我们需要的不是一个企业独自面对假货这场战争，这不是阿里巴巴的战争。阿里巴巴把假货都赶出去了，它们在其他地方一样可以生存，现在事实上阿里平台下架的假货，在其他平台照样卖。我认为我们仅仅把假货从阿里巴巴赶走，是对消费者的不负责任。我们需要的是法律的完善，机制的建立，提高造假者的成本，让不诚信的人寸步难行，让有能力的中国制造创出自己的品牌。这是阿里巴巴对待假货的终极目标，这才是对消费者负责的态度。

## “假货就像病菌 我们要治假，不是仅仅打假”

记者：您是从什么时候开始，意识到假货是个严重问题的？阿里巴巴是否经历了一个从回避假货到正视假货的过程？

马云：阿里巴巴从诞生的第一天起，就知道需要解决好假冒伪劣问题，这对任何一个商场都是一样的。我们从来回避侵权商品的问题，因为根本回避不了。假货就像病菌存在周围的空气里，你回避空气里的细菌测试？对待病菌的正确态度，就是承认它，然后打败它。

记者：这个时候你们做了什么？阿里巴巴有没有尽自己的全力打假？

马云：从这个时候开始，阿里巴巴同时做两件事：系统性地监控售假，并且通过大数据分析得出线索，并将线索报送相应监管部门；提供资源和机会，帮助那些不想继续卖假的制造商和销售商打造自己的品牌。这里有一个概念要澄清。“打假”是执法行为，企业要明白，自己是没有执法权的，我们能做的是发现问题，把商品下架，把线索报给监管部门，等待执法部门依法处理，这是法律的边界。阿里巴巴这个部门有上千名员工，每年花10个亿，已经送了400名不法分子进监狱。我们很多知识产权保护方面的主管是世界级的专家，就因为经手的案子太多，成专家了。

## “未来一定是由互联网和大数据来解决假货问题”

记者：您刚才说到假货就像空气里的病菌。我们都知道，病菌是杀不光的，您是不是想说，假货问题其实是无解的？

马云：我说假货是病菌，无法回避，不是逃避问题，而是说我们要客观、辩证看待这个问题。跟假货的斗争，就是跟人性的阴暗面做斗争，这是一场永久性的战争。人类没有因为害怕病菌而拒绝空气，也没有因此就容忍病菌的滋生，对待假货也是一样。

记者：您过去在多个场合说过，互联网不生产假货，反过来，互联网能够真正消灭假货，这听起来很奇怪，您可以解释一下为什么吗？

马云：假货不是互联网生产的，这很好理解，没有阿里巴巴之前，假货已经存在了。为什么我认定最后要靠互联网和大数据解决假货问题？因为事实上现在最有效的手段就是这两个：通过互联网，我们有了一套评价体系，在线下很难；通过互联网，商品出厂就有二维码；通过大数据，直接定位那个卖假甚至造假的人。这些互联网领域的创新创造，真的是对打假有里程碑意义的贡献。（据新华社杭州10月12日电）