

拼多多涉售假 官方責令整改

正品商家嚴正交涉 在美股價下挫蒸發市值近400億

神州熱點 香港文匯報訊 (記者 孔雯瓊 上海報道) 在美國納斯達克上市沒幾天的內地電商拼多多，目前深陷「售假」、「山寨」輿論漩渦，先是創維打響維權第一槍，緊接着知名作家鄭淵潔亦舉報其銷售盜版圖書。就在拼多多遭遇多方筆伐口誅後，昨日還驚動國家市場監督管理總局，要求上海市工商局約談拼多多，責令其對假冒偽劣商品立即開展整改。

國家市場監督管理總局表示，密切關注有關拼多多的報道，高度重視媒體反映的拼多多平台上銷售侵權假冒商品等問題，已經要求上海市工商局約談平台經營者，並要求上海市和其他相關地方工商、市場監管部門，對媒體反映的以及消費者、商標權利人投訴舉報的拼多多平台上銷售山寨產品、傍名牌等問題，認真開展調查檢查，不管是第三方平台還是平台內經營者，只要構成違法，都將依法嚴肅處理。

滬約談要求自查自糾

隨後，上海市工商行政管理局發佈消息稱，7月31日已經約談拼多多平台經營者，要求其立即開展自查自糾，對媒體反映的以及消費者、商標權利人投訴舉報的問題進行整改，切實維護消費者合法權益。拼多多對此回應，將積極配合調查，嚴厲打擊侵權假冒商品，努力達到社會和廣大消費者的期望。

貨價極低 剛在美上市

據悉，拼多多為內地新晉電商巨頭，目前App滲透率僅次於淘寶，是內地排名第二的綜合電商平台。自2015年創立以來，拼多多飛速成長，今年7月26日登陸納斯達克，每股發行價19美元，按照接近5.82億股的股票期權計算，其市值約合1,624億元(人民幣，下同)。上市使得拼多多站在了聚光燈下，很快消費者發現這是一箇「雲集地攤貨」的超級大平台，諸如小米視界、三星視聽、王牌天下等「傍名牌」的山寨、假冒商品層出不窮。很多商品價格低到不可想像，7.5元的貝因美奶粉，90元的戴森吹風機，400元的50寸王牌天下電視機等。

創維打響維權第一槍

因不堪忍受品牌在拼多多上遭到假冒，創維打響了維權第一槍，7月28日發表聲明，稱針對拼多多平台上出現的涉嫌假冒創維品牌的電視產品，正與拼多多嚴正交涉，涉及部分假冒商品包括創維先鋒、創維雲視聽TV、創維嘉、創維美、創維酷酷、創維雲視聽、創維e家、創維等。緊接着，一直注重版權維護的「童話大王」鄭淵潔亦舉報拼多多店舖，稱該網店售賣盜版皮魯圖書，給自己造成了損失。記者查詢發現，拼多多上的皮魯圖書4冊售價12元，而正版圖書4冊售價在百餘元左右。多方輿論壓力加上官方介入，昨日拼多多(Nasdaq: PDD)收盤價為22.59美元，市值為250.25億美元，比最高點低了55億美元左右，對應人民幣蒸發了近400億元。



■拼多多上多見的假冒侵權商品通過用接近正品名稱的方式混淆視聽。例如圖中「松下智能」、「長虹TV」。



■國家市場監督管理總局要求上海市工商局約談拼多多，責令其對假冒偽劣商品立即開展整改。

同行斥：不能因便宜就無底線

特稿

對於拼多多，來自競爭對手的指責同樣毫不留情。「拼購雖然可以便宜，但是沒有品質和服務的拼很難走遠，不是因為便宜就可以沒有品質沒有底線。」蘇寧易購總裁侯恩龍在7月27日舉行的蘇寧易購818發燒購物節發佈會上說。京東集團首席執行官劉強東也有類似言論，他婉轉地表達了自己對拼多多的看法，「如果你在中國購物過幾次，也許只要三次，你就會有自己的答案。」兩家都在不久前上線了自己的拼購業務。業內人士認為，拼多多是受益於中國移動互聯網滲透率的不斷提升帶來的消費升級。但這種極致低價的模式，又是通過對消費升級進行提前透支來創造的一種表面繁榮。而假冒偽劣產品的泛濫，則更是劣幣驅逐良幣，以「消費升級」之名，行「消費降級」之實了。

曾從事酒類電商的行業人士常亞楠指出：拼多多的客戶群是三四線市場的消費者，這部分消費者京東和阿里巴巴難以全面覆蓋，就是所謂的五環以外的消費者。

部分消費者知假買假

以葡萄酒行業為例，拼多多正是瞄準了入門級消費者，正是其宣傳的所謂「3億消費者」。三四線市場的不少消費者葡萄酒知識缺乏，在乎價格，拼一單葡萄酒，便是不好喝，試錯成本不高。69元一箱的葡萄酒拼了2.9萬箱就說明問題。還有一些消費者，本來就是知假買假的，他們看重的是所謂的名牌帶來的面子。」一位行業人士指出。對於拼多多對葡萄酒行業的影響，有行業人士認為，拼多多的定位決定了精品酒經銷商不可能與之合作。而對於平民化的葡萄酒品牌來說目前也存在合作難題，首



■拼多多出售的「傍名牌」山寨、假冒商品，價格極低，包括不到400元人民幣的智能手機，7.5元的貝因美奶粉。



■綜合新京報、中通社報道

律師：店家售假 平台有責

香港文匯報訊(記者 孔雯瓊 上海報道) 據悉，除部分知名品牌的權利人正積極與拼多多經營者交涉售假事宜外，知識產權律師也在通過證據保全等方式固定侵權證據。

以接近正品名稱混淆視聽

上海凱正律師事務所孫建律師向香港文匯報記者表示，就電商平台上出售假冒侵權產品來看，平台方與生產廠、銷售商構成共同侵權，同樣需要承擔相應的民事責任，電商平台是有義務將假冒商品的銷售信息予以屏蔽和刪除；也有義務根據行政、司法機關或權利人辦案所需，及時向行政執法機關、司法機關提供侵權信息。

目前拼多多上多見的假冒侵權商品是通過用接近正品名稱的方式來混淆視聽，亦被稱為「碰瓷」產品，比如「小

米新品」、「王牌天下」、「三星視聽」、「VDVD手機」等，孫律師認為，並不是每個消費者都可火眼金睛的識別假冒商品，這些足以構成消費者的混淆與誤認的商品，這便需要平台履行審核義務，以及主動採取有效的手段來制止侵權商品進入平台銷售。

侵權商品質量差存隱患

假冒侵權商品對於消費者的傷害不僅在於錢財的損失，更重要的是有可能危及健康和生命。特別是一些家電產品，有的侵權產品沒有3C認證、不標生產廠商，產品製作成本極其低廉也必然產品質量較差，使用壽命短，特別是會存在較高安全隱患，如發生觸電、火災、爆炸等事故，極有可能對人身或財產造成嚴重傷害，這是拼多多這個平台應該值得重視的問題。



■拼多多日前在美上市。右四為拼多多創始人、董事長兼CEO黃輝。網上圖片

另外，還有相關人士透露，拼多多作為平台目前依然沒有意識到自身責任，不能及時向權利人提供售假、造假的侵權主體及侵權數據等信息，也不能有效制止商家的售假行為，導致售假行為對權利人及消費者的損害在持續擴大。「恐怕不久後上海的知識產權法院要被訴拼多多案包場，如果他們還是不合作的話。」該人士如此感歎。

網友調侃：3億人都敢騙

稱呼不囉：因為他們窮，所以拼多多就把假貨賣給他們？這不就是那個段子說的那樣，這有個老實人，大夥一起來坑他！

余豈要成爲一個WE：為什麼這麼多人黑拼多多啊，我覺得挺好的，畢竟京東和淘寶都怕買到假貨，拼多多就不用擔心，肯定是假貨。

村上酷子：以下品牌恭祝拼多多成功美國上市：小米新品、松下新品、老于媽、粵利粵、雷碧、康帥傅、娃娃哈、七匹狼、綠剪刀香糖、可日可樂、必相印紙巾。

一般如水：拼多多，3億人都敢騙的購物平台。

■香港文匯報記者 孔雯瓊 整理

殯葬改革「搶棺材」 江西認做法「過激」

香港文匯報訊 綜合中新社、華夏時報、「俠客島」微信公眾號消息，入夏以來，江西的殯葬改革便不斷引人注目，網絡流傳的視頻顯示當地出現「搶棺砸棺」的場景：執法隊進村入戶，強行將村民的棺材抬走，成百上千副棺木，密密麻麻地在空地上堆積如山，挖掘機一錘一錘搗毀，一口口的棺材瞬間化為碎木。江西省政廳昨日發出文件承認，在推進殯葬改革過程中，有些縣鄉出現簡單過激做法，這些現象雖屬少數，但造成不良影響。文件要求立即制止、糾偏，防止「一刀切」、「運動式」的傾向。文件說，按照民政部等16個部門《關於進一步推動殯葬改革促進殯葬事業發展的指導意見》的精神，從今年開始，江西省部署推進殯葬改革。但是，有些縣鄉對殯葬改革

的複雜性認識不足，沒有進行充分、深入的宣傳引導工作，導致出現入戶收集、集中拆解棺木等簡單過激的做法，引起了社會廣泛關注。

方案被指冷血霸道

不過，江西的殯葬改革方案「零點行動」，連日來受到媒體的質疑，即「2018年9月1日零點起，不管身份，不管地區，喪葬100%火葬，並且在8月31日前村民主動上繳家中棺木，主動有獎，逾期要罰。」《檢察日報》發表評論說，《殯葬管理條例》規定殯葬管理的方針是：積極地、有步驟地實行火葬。也就是說，要把殯葬改革的進度和尺度，分階段、分層次地推進。這樣規定的出發點，是基於群眾情感基礎和心

理接受能力，還有改革的規律。觀念的革新向來沒有一蹴而就，而「零點行動」「一律」「100%」「強行火化」給人帶來的是不由分說的冷血和霸道、目中無人、無法無天的粗野和囂張，還有急功近利的官本位。

需遵移風易俗規律

「俠客島」微信公眾號則在評論中批評，改革急於求成，行政加大力度，幹群矛盾激化，甚至群眾激烈反抗，輿論嘩然，可以說是江西此次殯葬改革帶來的客觀效果，可與曾引激烈爭議的周口平墳、安徽六安殯葬改革相提並論。

評論認為，全國各地現存的殯葬文化，是一項嚴肅的社會制度。作為一項流傳千年的習俗，有其合理性。它不僅關涉到人心穩



▲網上流傳的挖機搗毀棺材。 視頻截圖



▲網上流傳執法隊強行將村民的棺材抬走。 視頻截圖

定，亦有利於社會治理。未經深入研究，嚴肅論證，僅僅用一句「千年舊俗」就否定現存的喪葬文化，是對國家、民族和社會的極端不負責任。殯葬改革，可以對喪葬文化中不合理、也不為群眾所認可的部分，如建墓、豪華墓地和活死人墓、喪事上大跳脫衣舞、

大操大辦等採取措施、給予規制，但不能連同喪葬文化的內核及其優秀部分一併否定。哪怕是一種舊俗，也需要遵從移風易俗的規律，不能簡單地用行政強制替代群眾工作。「殯葬改革是關乎人心的治理，需慎之又慎！」