



# 由新冠病毒疫情引起的 全球趋势如何影响在线 品牌保护策略

# 由新冠病毒疫情引起的全球趋势如何影响在线品牌保护策略

作者：东亚区域总监 Alban Kwan 和 CSC 域名及品牌滥用维权部门主题专家 Lan Huang

我们的社会正处于停顿的状态，没有人能预料未来将会发生什么。在这样的危机时期，我们都是探索者，探索危险和机遇并存的全新领域。

或许我们无法左右疫情所带来的巨大社会变革，但我们可以控制发展趋势并引导其向积极的方向前进。在日常工作中，我们应该如何面对海量的变化？重中之重是经济的复苏，这也将是全球企业的首要关注点。无论是从知识产权（IP）还是从网络安全的角度来看，人们通常把数字资产和品牌保护视为支出而不是一种投资，但如果我们能了解风向，就能帮助企业规避风险，并更好地利用环境变化来协助复苏。

## 1. 发展迅猛的电子商务

人们普遍预测，新冠疫情会使全球电子商务再次迅猛发展。乔治城大学的 Deborah Tannen 教授认为，在疫情过后，我们与其问“有理由在线上做这件事吗？”不如问“有没有更好的理由在线下做这件事<sup>[1]</sup>？”封城和社交疏离政策迫使大多数国家的人们在网上购物。据最新统计，美国电子商务收入较上一年同比增长 110%，欧盟增长 69%，而亚太则是增长 45%，至于全球其它地区，其增长为 200%<sup>[2]</sup>。从线上品牌保护的角度上来看，品牌可能会受两方面的长久影响：

**新兴电子商务平台或线上市集的增长。** 在中国市场，前五大电商平台占了约 85% 的市场份额<sup>[3]</sup>，而美国前五大电商平台只占了 64%<sup>[4]</sup>，欧洲则更加多样化<sup>[5]</sup>。在中国，企业可能会有多种网络销售渠道，但多数只是横向多元化，意即为将自己的商品放在多个网络电商平台上，如阿里巴巴、微信小程序、京东等，而建立自己的网站则是次要的。对于西方企业来说，品牌通常以使用自己的网站为主的方式进行在线电子商务为主，而种类较多的线上市集则作为辅助支持业务<sup>[6]</sup>。然而，即便是在西方一些国家，更多此类网络市集也在不断地出现，来为那些没有能力开展实体业务而难以生存的小企业提供支持。即使是像 Facebook® 这样的大型企业，最近也推出了 Facebook Shops 来支持小企业。

**新的线上用户。** 我们也观察到了另一个新趋势：许多电商新用户涌入市场。特别是发达国家的新用户很可能是对互联网不熟悉的人，也可能是老一辈的人。但这一族群现在被迫尝试网购，成功创建了购物账户，所以过去网购的不安全感也得到了遏制，今后他们对网购的抵触情绪会降低。

**全新的虚拟购物方式。** 虚拟现实购物并不新鲜，早在 2016 年，阿里巴巴集团就已推出 Buy+ 服务提供虚拟现实购物。宜家等一些大型家具企业从 2017 年开始便为客户提供增强现实服务。过去，消费者似乎并不能适应这种购物方式，然而现在这种情况可能会发生改变。例如，英国政府正在考虑解除封城，但据英国报道，即便解封，2020 年结束以前，社交疏离规定可能会继续执行，这也许会对购物经验造成负面影响。Currys 和 John Lewis 等英国主要零售公司可能从中看到了潜在机会，并推出虚拟购物服务，为顾客提供虚拟店内体验。客户能够与业务代表对话，且业务代表可能会必须询问客户的个人信息或信用卡信息用于购物。也因此给欺诈者提供了机会，进而策划新形式的网络钓鱼<sup>[7],[8],[9]</sup>。

现今在中国社交媒体及电商平台最热门的话题是直播带货。直播带货原本为阿里巴巴集团所开始的一项购物活动，如今其规模成长到，光是单一直播主所推广的商品，一夜之间，交易金额可高达 3-4 亿美金，其数字可观甚能与许多上市公司的年收入相提并论。

阿里巴巴可称为直播带货概念的先驱，过去三年旗下淘宝直播每年销售成长 150%。而直播带货其成功理论来自粉丝经济（或称宠粉经济），利用关键意见领袖（Key Opinion Leadership）即网红（网红）来开放粉丝购买优惠去推广。此与西方的网红（常被称 influencer）推广的概念不谋而合，但直播带货在中国的规模为另一层次，其对业务扩张的影响显然更甚。

如今无论是京东，抖音，微信，百度，所有电子平台都开始设立自己的直播平台。除此之外。不止网红会参与直播代购的制作，许多大企业以及机构的执行长，甚而政府机关代表，如市长，也参与直播带货的制作。

若西方企业想在中国互联网上推广自身业务，必须了解当地在线业务的生态，而直播带货是一不容忽视的趋势。

对于正在向海外扩张的中国企业来说，他们需懂得选择最适合推广自己业务的渠道，不管是为其线上电子业务创立自主品牌网站，或者是确定进驻哪些电子业务市场。

中国企业现在需要的不仅仅是对品牌保护有更深入的了解，也不单是与阿里巴巴和京东这样的电商企业建立关系，也更需要建立一中央管理的线上品牌保护政策，该政策不单是支持在电商平台上的维权打假，而是也能帮助其全球性且持续性的业务扩张。除了建立自己的电子商务网站外，还需要更深入地了解与在线业务相关的各种议题，如域名策略、网络安全、隐私和物流等问题，进而能应对任何挑战。

在中国，由于大多数消费者都使用广受欢迎的移动应用程序进行购物、交易和接收营销信息，电子邮件并不是网络钓鱼攻击主要的威胁载体。也因此，许多中国企业在管理此类网络钓鱼攻击方面准备不足。由于网络犯罪分子利用人们对新冠病毒的恐惧，今年以来全球电子邮件钓鱼诈骗增加了 660% 以上，其中超过三分之一都与假冒品牌有关。随着中国企业在海外发展品牌，他们在与全球消费者的沟通中将更加依赖电子邮件。再加上大量缺乏经验的新网购使用者涌入，他们需要做好准备，保护消费者免受任何网络钓鱼和欺诈攻击。

全球随着网络购物网站的大幅增长及欺诈份子的滥用，消费者无法轻易在众多网站中分辨真假，也因此更容易遭受损失。新用户尤其容易受骗，在恶意欺诈网站上不知不觉中透露自己的个人信息。更困难的是，如今几乎 75% 的钓鱼网站都会显示 HTTPS，他们通常使用免费、通过域名验证的安全套接层 (SSL) 或传输安全层 (TSL) 数字证书进行加密，即使是经验丰富的购物者也容易受骗，误以为该网站值得信赖。

在一个充满不信任和恐惧的环境中，随着没有经验的网购者进入市场，企业加强对消费者的保护变得更为重要。如何加强网络安全、主动监测网络侵权、以及打击虚假网站，将对维护线上品牌安全至关重要。

现今企业因受驱动而加大数字化转型力度，也开始转向发展线上业务。而随着越来越多的客户在网上交易，企业必须开始考虑许多其他问题，如用户隐私问题以及其许多相关政策如《通用数据保护条例》(GDPR)，以求合规性，也来确保企业能制定适当相应的隐私政策。现今虚拟现实融入网络购物体验，虽然是对未来更进一步，相应之下也可能会带来用户隐私问题，而这远不止是暴露偏好、语音、图像、个人数据及其它账户凭证。

据观察，网络犯罪活动已出现新高峰，与世界各地的新冠疫情爆发相呼应。然而随着 GDPR 的实施，WHOIS 的信息被删减，阻碍并降低了企业对制造欺诈网站的网络犯罪分子进行调查和打击的能力。



## 2. 去全球化导致更多地方侵权行为

一些评论家认为，自 2008 年以来，去全球化已经发生，而新冠疫情则是对全球化的一次致命打击。但也有一些人认为，去全球化只是暂时的再平衡现象，从长远来看，全球化始终不可避免。然而现今世界贸易占各国 GDP 的比例在下降，这也是一个事实<sup>[10]</sup>。新冠病毒迫使一些全球化经济最坚定的倡导者，例如欧盟，在疫情期间重新设置边界，各国被迫再次优先考虑自身国家利益<sup>[11]</sup>。

而互联网的发展可以说是全球化背后的关键力量之一，但由于互联网的性质是跨国的，去全球化也会对其产生巨大影响，可能最终会导致本地供应链与本地化的品牌侵权行为增长。

本地化侵权行为可能会以多种形式出现。为了利用民族情绪去营销，我们预测可以看到网站更频繁地使用国家代码顶级域名 (ccTLD) 甚至国际化域名 (IDN) 来展示本地内容，而不是将各地区网站合并在一个全球性通用的.com 下。亦有可能会有更多使用当地语言的侵权行为，使监控变得更困难。侵权行为将更多地注重地理因素，如使用当地社交媒体、论坛、物流公司等，在当地进行传播。另外由于各地对知识产权侵权行为的规定不尽相同，有些比较复杂，有些则过于宽松，因此，对侵权行为的执法将更具挑战性。

对于以国内市场为主的中国企业来说，消费者对本地生产的商品有着更强的偏好，但除此之外，可能不会感受到去全球化的实质性影响。

然而无论是在境外扩张的中国企业，还是全球性的跨国公司，都可能面临比以往更强烈的海外市场本土化需求。

## 3. 供应链的地理位置变化和假冒伪劣的来源

目前中国是所谓的“世界工厂”，然而随着中国劳动力成本的不断增长，有报道称工厂正在向越南、孟加拉国等南亚、东南亚国家以及巴西转移，以实现多元化发展，并降低物流成本<sup>[12]</sup>。中美贸易战和去全球化可能会加速这一趋势。此外，罗斯福研究所的托德·塔克认为，在疫情过后，世界将经历一次实质性的调整，各国政府将在国内供应链建设中发挥更强的作用，甚至在传统盟友之间也是如此<sup>[13]</sup>。我们看到各国都在寻求新的定位，其中美国、日本正在积极为企业提供各种替代方案，以期将工厂迁回当地市场。

供应链的重新定位也将改变仿冒的态势。伪造网络也有自己的供应链，否则，连假货都无法生产和销售。过去，大部分仿冒商品都来自中国，部分原因是合法品牌生产便利，可能会过度生产或有需要处

理的瑕疵品，从而为这些所谓的“A货”（过度生产的商品）和“XXXXX”（瑕疵品）创造了市场。由于“金发女孩效应”，即供应链、生产设施和材料在中国可以随时获取，从而为制造假冒产品提供了合适的条件，导致中国能够较为便利地生产出“完全一致”的假冒商品。

例如，当大量工厂转移到越南时，最终将有助于当地供应链的建立。新一批造假者需要一个值得信赖的渠道来分销这些产品，而在网上分销要容易得多。这可能会导致全新本地电商平台的出现，以及利用现有的全球平台（如阿里巴巴）来销售这些产品。

如果制造业在中国外部多元化，中国可能会出现短期的产能过剩。过剩的产能可能会拉低原材料和零部件的价格，也许能让本地企业受益，但也有可能被造假者买走用于自己生产。

从长远来看，我们预计IP侵权问题在很大程度上将不只在中国发生，而是会来自各个层面。此外，虽然中国近年来一直在完善知识产权保护法，但对于其生产的商品数量来说，可能力度仍然不足。中国国内也建立了较为成熟的供应商与合作结构。随着制造业（和假冒商品）向其他国家转移，这些国家将建立新的生态系统，新的IP问题肯定依然会出现。

电子商务商店预计会增加，而本地制造还需要更加多样化的本地物流，这也可能会增加当地制造假冒商品的机会。因此执法行动不能再只关注来自中国的大宗货物，因为造假厂商知道这些货物很容易被海关查获，所以会寻找新的停靠港和当地执法部门建立新的关系。

假冒商品只是其中一个议题，其他类型的IP问题，如欺诈性域名、网站、社交媒体和移动应用程序，以及执法行为的适当性，必须因应不同的司法管辖区有所调整，解决方案可能更加复杂难解。

## 4. 不信任

有媒体报道，世界各地的中国恐惧症日益严重，对中国的不信任已经达到了相当高的程度。美国对中国的认知在各方面继续恶化<sup>[14]</sup>。最近，通过中国的社交媒体，我们都会有相同的感受，那就是整个中国对美国的信任感也在急剧下降。公众更希望私企领导者（CEO）能够领导中国的社会变革<sup>[15]</sup>。这与我们传统上对私企自我发展优化的预期完全不同。

全球不信任是如何影响一个机构的？目前美国和中国都在指责对方传播虚假新闻和错误的指控。不论真实情况如何，美国和中国最大的手机品牌都正在受到攻击和潜在抵制行为的影响。假新闻有可能成为竞争对手攻击品牌声誉的一种策略。虽然假新闻不一定会升级到地缘政治层面，但不信任和两极分化可被用来损害品牌形象及名声。

现在为一关键时期，品牌形象和信任度对企业来说是重中之重。过去，线上品牌保护通常集中在监控打击 IP 侵权方面，而虚假陈述、虚假挂靠、造谣等问题不是主要关注点。在不信任的世界里，企业机构可能需要将这些因素纳入其整体品牌保护战略中。

品牌信任对于任何一个品牌来说都是至关重要的，无论其来自何方。根据《福布斯》2000 年的榜单，美国、欧洲和日本的企业长期以来一直都被列为全球最有价值的品牌。然而，中国品牌迅速崛起，从 2013 年到 2019 年，上榜企业数量从 136 家增长到 356 家。由于长期以来在全球范围内的知名度和美誉度，这些成熟的西方及日本品牌可能会遭受更多基于利用消费者对其品牌信任的攻击，如 IP 欺诈攻击、电子邮件欺诈等。

另一方面，中国企业则面临着一个问题，由于受政治环境影响，他们可能会发现自己正处于一场艰苦的战斗中，不信任和虚假信息成为他们品牌建设的主要障碍，中国品牌可能会发现自己的声誉危在旦夕。他们将被迫表现出更高的诚信、透明度和问责制以应对这一外部因素。虽然这种危机并不是品牌自身造成的，但是品牌必须要以极其强势的姿态向世界证明自己的品牌值得信赖。

也因为任何虚假网站、有问题的社交媒体账号或钓鱼邮件能产生放大效应。中国企业若想继续打造品牌形象，可能要采取零容忍政策，并参与国际互联网社区，促进相互了解，不仅对公司自身，对更广泛的社会也有好处。

而在经济低迷时期，随着供应链的移动，新老供应商为争夺市场，对知名品牌的虚假挂靠行为可能会增加，从而导致交付的产品不合格，损害消费者的信任。为了维护品牌信任，品牌商可能还需要改进其认证流程。例如我们观察到的一个案例：造假者建立了一个虚假的验证网站，以钓鱼的方式获取真实的验证码并用于假冒产品。

随着建立信任和品牌声誉变得愈加重要，企业战略可能要把重心从侵权监测和维权转变为声誉管理和信任维护。

本文概述了新冠病毒疫情带来的趋势变化对在线品牌保护的一些潜在影响，这些影响有的可能是短期的，有的则可能从根本上改变格局。从商业上讲，复苏是重中之重。IP 在传统上被理解为企业的一种支出花费，那么 IP 专业人员如何协助经济复苏呢？IP 专业人员可以通过积极预测上述潜在影响并制定适当的应对策略来提升价值。对于可能经历供应链转变的西方品牌来说，其可以受益于主动采取措施

以防止新造假渠道的产生。而对于一个可能会在不经意间就受到不信任的中国品牌来说，其可以受益于对在线品牌滥用表示出强烈而直接的回应。应该采取什么样的行动，还得根据各公司自身情况而定，不过，如果有一点我们可以肯定的话，那就是电子商务普及化，各项在线技术会更广泛利用。这就意味着，从 IP 和安全的角度来看，在线 IP 保护将会越来越重要。

[1] Deborah Tannen, politico.com/news/magazine/2020/03/19/coronavirus-effect-economy-life-society-analysis-covid-135579

[2] COVID-19 Commerce Insight: ccinsight.org/

[3] arketrealist.com/2019/07/just-how-far-ahead-is-alibaba-in-chinas-eCommerce-market/

[4] techcrunch.com/2018/07/13/amazons-share-of-the-us-eCommerce-market-is-now-49-or-5-of-all-retail-spend/

[5] postnord.com/contentassets/f1c34a0cd6b04ff591b2199de13f3986/e-handel\_europamaster\_0910-en\_us\_final.pdf

[6] daxueconsulting.com/chinese-online-marketplaces/

[7] essentialretail.com/news/covid-currys-virtual-shopping/

[8] architectmagazine.com/technology/ikea-launches-augmented-reality-application\_o

[9] internetretailing.net/covid-19/covid-19/new-virtual-reality-stores-enable-retailers-to-open-their-high-street-shops-online-21305]

[10] macrotrends.net/countries/WLD/world/trade-gdp-ratio

[11] How the coronavirus pandemic is changing the world | Fareed Zakaria: youtube.com/watch?v=IdKtWp7jIHl

[12] cnbc.com/2020/04/21/supply-chains-will-move-away-from-china-after-coronavirus-mark-mobius.html

[13] Todd N. Tucker, Director of Governance Studies at the Roosevelt Institute, politico.com/news/magazine/2020/03/19/coronavirus-effect-economy-life-society-analysis-covid-135579

[14] pewresearch.org/global/2020/04/21/u-s-views-of-china-increasingly-negative-amid-coronavirus-outbreak/

[15] edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-02/2019\_Edelman\_Trust\_Barometer\_Global\_Report\_2.pdf



## 关于 CSC

CSC 是企业域名、域名系统 (DNS)、数字证书管理以及数字品牌和欺诈防御领域值得信赖的供应商，位列福布斯全球 2000 强企业和“全球最具价值 100 大品牌®”。随着全球公司加大安全性方面的投资，CSC 可以帮助他们了解存在的已知安全盲点，并帮助他们保护域名、DNS 和数字证书。CSC 的专有安全解决方案可保护公司在线资产免受网络威胁，避免重大经济损失、品牌声誉受损，或因不遵守《通用数据保护条例》(GDPR) 之类的政策而受到重大经济处罚。我们还提供在线品牌保护（在线品牌监控和执行活动的结合），采用全面的数字资产保护方法，并提供欺诈防御服务来抵御网络钓鱼攻击。

请与我们联系 [cscdbs.com/cn](https://cscdbs.com/cn).



©2020 Corporation Service Company 版权所有。保留所有权利。

CSC 是一家服务公司，并不提供法务或财务建议。本材料仅供参考。

请咨询您的法务或财务顾问，判断本材料的信息是否对您有用。