

# 2016

阿里巴巴生态系统互联网志愿者

# 研究报告

Alibaba ecosystem Internet volunteers  
Research report 2016



# 2016 Alibaba ecosystem Internet volunteers Research report 阿里巴巴生态系统互联网志愿者 研究报告

01 阿里巴巴志愿者群体产生的背景

02 典型的阿里巴巴志愿者群体的模式探讨

03 互联网志愿者群体的特点

04 从阿里巴巴生态互联网志愿者到我国互联网治理

互联网兴起以来，日益改变着我们的生活、工作和学习。传统的交易、交流模式都在受到不同程度地挑战，各行各业都在潜移默化地发生着渐变或者聚变。

作为根植于中国互联网应用，以让天下没有难做的生意为使命的阿里巴巴生态系统，自创立发展之初，就体现了草根和汇聚众智的基因。在治理生态构建和规则设计上，阿里巴巴也秉承该原则，让广大网民网商成为裁判者和规则的制定者，以最有效的方式在最短的时间里，自己解决自己的问题。这一独特的电子商务子生态圈经过将近四年的发展，已经成为中国乃至世界互联网治理领域一道亮丽的风景：高效、有效、执行力强且生机勃勃、创新不断。

本报告以阿里巴巴公益志愿者群体为代表，集中讨论在互联网冲击下志愿者群体的发展，相比于线下志愿者群体，互联网志愿者群体具有的新特征，以及其对国家互联网治理可能的借鉴意义。主要研究对象是阿里巴巴生态内的志愿者。

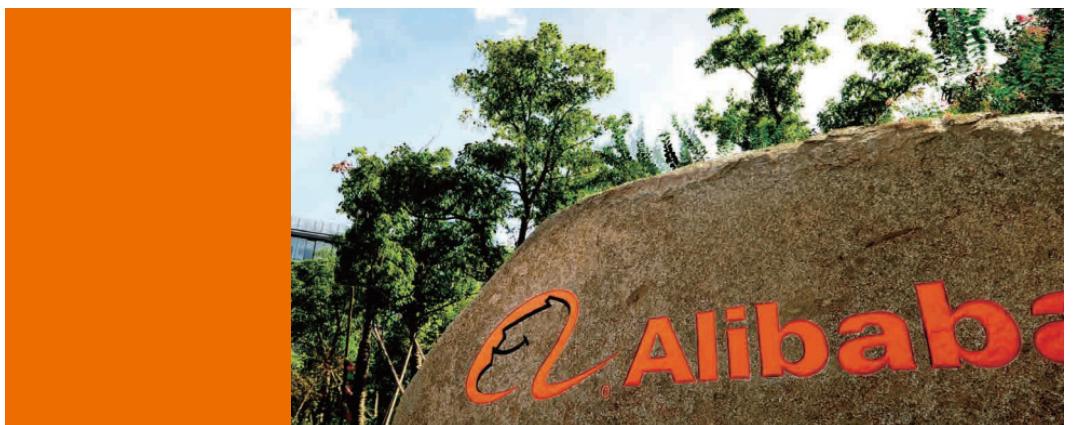


## 阿里巴巴志愿者群体产生的背景

阿里巴巴自1999年成立以来，以前所未有的速度创造了一个中国电子商务发展的奇迹。作为阿里巴巴生态系统发动机之一的淘宝网，自2003年成立以来，在交易额和影响力与日俱增的同时，发展建立了一整套网规规则体系，以促进发展、规范市场，保护各方的合法权益。

在长期的发展中，单一的由小二制定并实施规则、进行管理已经不能满足整个生态系统的发展需要，为了响应习近平总书记关于互联网治理的多元共治的中国主张，同时，为了让阿里巴巴变得更开放，让社会化会员更好的参与到阿里的生态建设中，阿里巴巴通过多年的摸索，逐步建立了形式多样的会员参与平台共建的渠道。

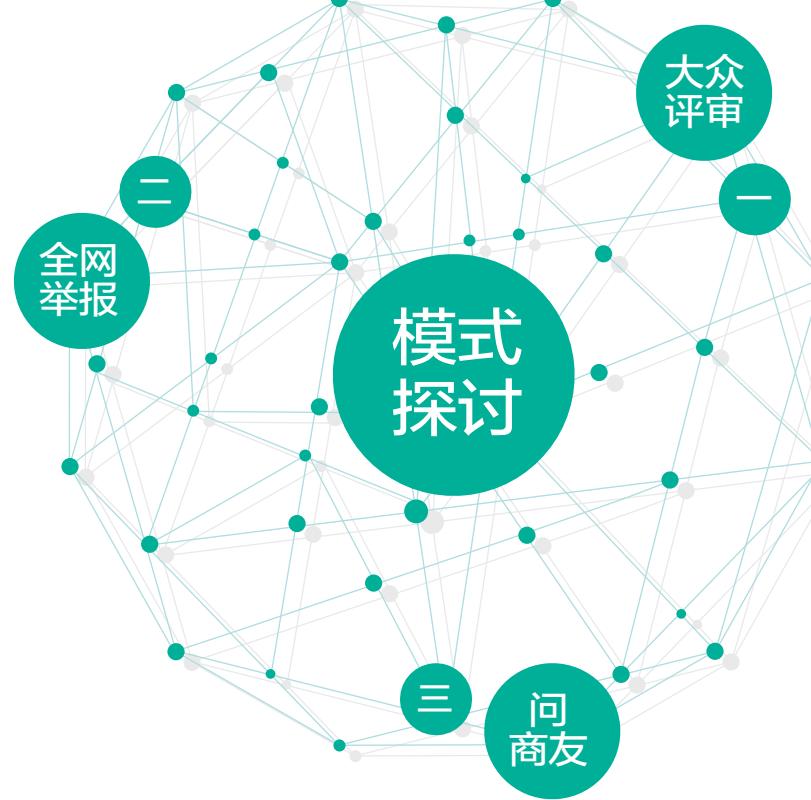
这个过程中涌现了很多淘宝会员志愿者，他们在规则的完善、平台的共建、商家的成长方面起到了不可替代的作用，阿里巴巴也开始逐步把这一新生力量纳入生态系统治理体系统一协调，有意识的提供环境和养分让这些群体能够有更好的发展，同时也能让这些群体发挥更大的管理、建设效用，把整个生态系统建设的更健康有活力。





## 典型的阿里巴巴志愿者群体的模式探讨

阿里巴巴庞大的体系中，活跃着非常多的志愿者，可以说生态系统内的各种角色都参与到了其中，这里我们就三个经典的且成规模的志愿者群体展开分析。



## 阿里大众评审 pan.taobao.com

### 产生背景 BACKGROUND OF CREATION

随着淘宝网的发展壮大，交易规模的增加和复杂性的增强，单纯的由填报小二制订并执行规则已经不能满足发展的需要，急需外部力量参与规则评审。2012年12月18日，淘宝设立大众评审机制，吸收淘宝会员（最初以卖家为主）以投票的方式裁定规则是否合理，供阿里巴巴店小二做参考。

在大众评审机制产生的半年后，受到这种基于采集多数人的意见做出裁定模式的启发，淘宝将大众评审模式引入了交易纠纷判定。在淘宝上，每天有数以万计的买卖双方发生交易纠纷，大部分纠纷并不复杂，裁判者完全可以根据过往的购物经历做出支持其中哪一方的判定。而店小二的处理在时间和思维上也有一定的局限性，引入会员判定可以为买卖家节省等待的时间，同时也能在评审过程中，收集外部对于规则的不同意见。在引入纠纷判定后，参与大众评审的人数出现了急剧增长，一些富有大众评审特色的特征和模式也慢慢的浮现出来。

### 发展模式 DEVELOPMENT MODEL

随着淘宝网的发展，各项商品管理规则更新、优化节奏加快，为了更好的验证优化更新后的效果，淘宝产生了让这些规则的切身相关者-淘宝卖家都来评评理的想法，具体就是针对每条规则，让这些会员以投票的方式支持或反对从而发表自己的意见。

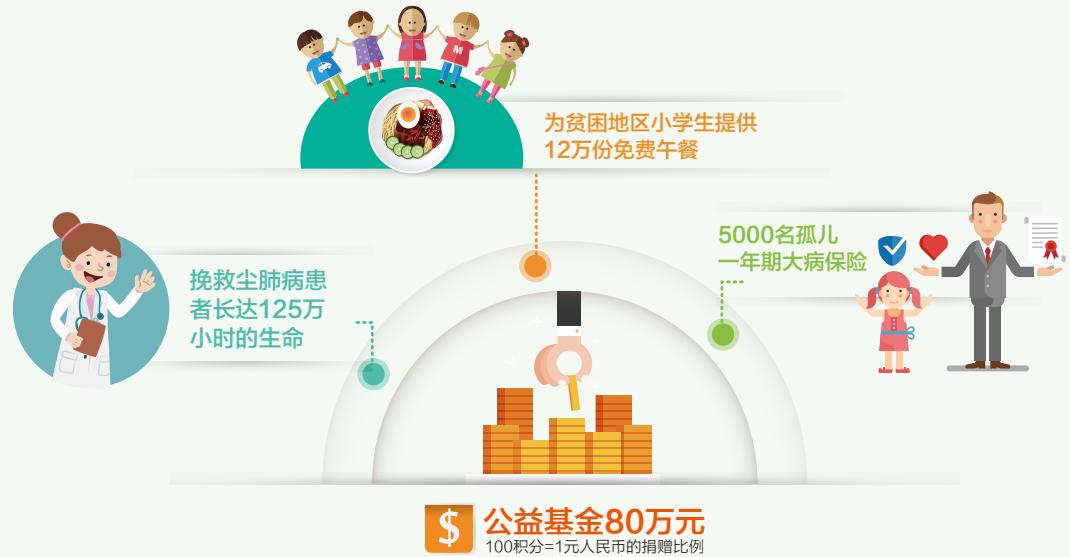
经过一年的试运行，淘宝于2013年12月30日正式推出“用户纠纷判定中心”：由买卖双方组成大众评审团，投票裁决。凡账号注册满90天，通过支付宝实名认证且信用良好的买卖双方，都可以申请成为大众评审员。试运行一年后，共有48万买家和33万卖家参与，完成了34万个判定任务。

成立之初，开放给大众评审的纠纷任务有三类：一是卖家因商品错放类目被处罚的申诉；二是卖家违约受处罚的申诉；第三是买卖双方交易纠纷。每个任务判定通过31位评审，评审员是随机选出的，投票后获得票数多的一方胜出。前两类评审直接由大众评审投票判定；对于交易纠纷类，会对大众评审设有复议制度，（一方）对结果不满意可提出申诉，由淘宝店小二介入处理。

## 裁判机制 ADJUDICATION MECHANISM

在评审人员参与的门槛设计上，对参与者在淘宝的会员等级、诚信等级做了限定，买卖家条件略有差异。此外，还设置了一套反作弊机制，如如何避免“同机”、“抱团”等，从产品设计上避免乱投票行为的产生。另外，还设立了冻结、清退模式，可以及时把不适合的评审员清理出去。

在票制设计方面，在业务不断发展的同时，针对接入的各块业务的不同特性，制定了不同的票制。在人员运营方面，大众评审在设立之初就设计了一套完善的会员体系，有着相应的晋升机制，但晋升只和活跃度相关；而另一方面，对于反作弊的处罚又是十分严厉的，也就是说，最高等级的评审员同样可能因为触犯了反作弊机制而被清理出去，规则面前人人平等。



除了等级，会员每完成一个判定，会奖励相应的积分，积分可以用来做阿里巴巴相关网站礼品的兑换和公益捐赠（以100积分=1元人民币的捐赠比例）。截止到2016年3月，通过大众评审员判定任务累积贡献的公益金达80万元。利用这些基金，淘宝网为将近5000名孤儿购买了一年期大病保险，努力让他们的生活不再受到疾病困扰；为超12万名贫困地区的小学生提供热腾腾的免费午餐，挽救尘肺病患者长达125万小时的生命。



## 发展前景 DEVELOPMENT PROSPECT



受理的业务包含了规则评审、交易纠纷判定、山寨品牌清理、不合理评价判定、滥发申诉判定在内的平台各项治理相关的业务。非标准化、需要采集更多意见样本的业务模式在和大众评审这样的社会化参与模式结合后，产生了剧烈的化学反应，比如：

**处理时效大大提高**  
如2000个交易纠纷，以每天工作8小时计算，若由41个店小二来处理，需要整整30天，而利用大众评审机制则在24个小时之内就可以完结；

**在认知存在较大差异的领域能够迅速征集到有效的改进意见**  
以2013年为例，大众评审对640条淘宝规则的执行状况进行了监督，优化了22条有争议的规则；

**大众评审的参与，让我们可以有更高的参考标准**  
如山寨品牌清理，相应的法律法规不是很健全，这个时候普通消费者的认知和意见就会对市场起到重要的参考作用，采用大数据+社会化的参与，为这个生态体系内山寨品牌的清理提供了强有力的依据。

大众评审对纠纷的判定在不断的增长，也在不断打破原有模式，展开更多的探索和创新。2016年淘宝会将大众评审接入业务项目评审，把意见采集和专业度相结合，同时规避店小二在审核上的风险。

在应用端的发展上，除了不断改进PC端的产品以外，我们还重点发展了无线端，将两个端的业务进行较为清晰的界定。无线端的参与门槛较低（更能利用到碎片化时间），适合量大且评审材料不复杂的业务；而PC端则适合专业度强、评审材料相对较多的业务。两个端各自发展，适合不同的习惯人群，适用不同的判定场景。



## 产生背景 BACKGROUND OF CREATION

随着淘宝网的飞速发展，平台多样化的商品组成和多元化的商业模式已经让淘宝更接近一个社会化的生态系统。这个生态在促成亿万消费者和百万商家交易的同时，就像自然生态会有细菌和病毒一样，也滋生出了一些违规现象。尽管淘宝平台投入了大量人力、资源以及大数据的支持，为纯净市场环境做了很大的努力，但还是无法根本解决日新月异的违规问题。

“淘宝不是平台的淘宝，淘宝是大家的淘宝”。我们希望更快速、有效地制止不正当竞争给消费者和诚信商家带来的损失，我们希望把权利交给广大的网民群体，希望社会化的力量能够实打实地参与到平台治理中，一起共建更加公平、公正的电商平台秩序，给亿万消费者带去更好的购物体验。



## 设计理念 DESIGN CONCEPT

全网举报中心为保障诚信商家和消费者的共同利益，通过社会化力量参与平台的举报和治理，旨在共同维护平台公平公正的秩序体验。其主要特点有：

**01 多元化的举报入口**。目前，举报人可以通过以下四个举报入口进行举报：第一个，在搜索商品结果页面“右上角”的举报入口；第二个，设在天猫商品进入商品详情页面左侧；第三个，位于淘宝商品进入商品详情页面右上角；第四个，直接进入jubao.taobao.com，选择需要举报的类型，填写完整即可举报。

多元化的举报入口能帮助用户在各种场景下方便迅速的发起举报，避免了以往用户不知道在哪里发起举报的尴尬窘境。

**02 全新门户恶意拦截**。设计师在举报平台新门户logo的制作上煞费苦心。威严的手掌和纯净的小苗结合，映衬着“行一举之力，创十分纯净”的理念，蕴含着“人人都献出小小的力量参与到举报中，共同维护市场纯净”的美好愿景。因此，全网举报平台有了一个可爱的昵称：“小公举”。

温婉的昵称，反衬了强大的能力。全网举报平台拥有出众的无效举报拦截能力。像自己举报自己、恶意举报他人这种情况在这里都将得到强有力的遏制。



新的虚假交易举报将以往“处理慢”这个最大的痛点彻底抹去，整个举报从发起到通知结果一般将不会超过7个工作日。处理时间的缩短，将极大提高举报人的体验，对提升举报人对全网举报平台的信任和信心也有着长足的作用。

**04 个性化表单**。在新的虚假交易举报中，举报证据的提交变得更加具有结构性，包括举报描述、图片凭证、订单号等，基本覆盖了虚假交易举报中可能用到的所有凭证类型。用户可以根据自身掌握的实际证据上传凭证，使得整个举报更加有凭有据、真实合理。

在新的虚假交易举报中，根据用户举报时的高频需求，违规的实际场景被有效细分，举报人可以更加精准的表述自身遇到的各种实际情况，帮助平台更快更有针对性的识别违规行为。这大大提高了举报数据的应用潜力。

## 发展情况 DEVELOPMENT SITUATION

全网举报平台(jubao.taobao.com)现已覆盖虚假交易举报、假冒及盗用举报、滥发信息举报、商品品质举报等八大类型，是平台违规治理的重要来源。

平台上线10个月以来，吸引了80多万名社会化力量参与到平台共治中，累计收到举报信息423万条，同时也为平台治理提供了大量情报线索。在这项成果中，3万名爱淘精英起到了至关重要的作用，他们来自不同的领域，有的是律师、警察、教师、普通职员，有的是来自平台的网购达人、淘宝讲师、电商从业者。他们深入了解淘宝规则，在各自精通的规则范围内，为快速识别违规做出了重大贡献，为亿万的消费者带去了更放心、更安全的网购体验。

2016年8月，全网举报用户分层体系正式上线，也成为晋升爱淘精英的标准制度，用户分层体系基于大数据下的用户行为分析和周期性违规发现能力的复盘，将全网举报用户分为六个晋升层级，并给予不同的层级权限及激励，让爱淘精英在治理违规的同时也能享受升级打怪的乐趣。



## 项目意义 PROJECT SIGNIFICANCE

阿里新全网举报平台的上线，使得商家的日常经营活动更常态化的受到广大会员的监督。在“全民目击”的氛围之下，违规现象无处遁藏，来自会员的发现，对部分商家而言，违规的风险和成本将成倍的增加。

此招一出，乱发空包或许会成为违规者作茧自缚的行为。另外，以刷单平台为代表的虚假交易灰色利益链条已经受到了强烈冲击，在越来越大的打击压力下，甚至有不少刷单平台暂停了刷单活动。

“淘宝是大家的淘宝”，全网举报为群众举报和治理打开了一扇窗，以更开放的态度拥抱用户。将市场监管交还市场，加强了会员对平台的理解与信任，是平台与用户之间进行信息交流和情报传递的重要纽带。全网举报的创立，不仅更加有效地抑制了不当竞争，还可以提前为消费者止损，成为会员的重要保障机制。此外，通过主动管控加社会化治理双管齐下，弥补了平台在违规发现时效性上的不足，帮助平台不断更新和完善了规则。



## 成立背景 FOUNDING BACKGROUND

在淘宝发展过程中，商家的成长在很长一段时间内是自我摸索的过程。纵观淘宝网成立以来的13年来，商家间的互助是淘宝网最大的特色之一，例如：可以见到线上（淘宝论坛、在线商盟）各类分享，线下也有不同的组织，如地方商盟等。但是这些互助仍然限于话题互动、经验探讨的范畴，其真正的意义和价值并没有被深入挖掘。直到“喵言喵语反恶互助联盟”的圈子化、线上化运转，商商互助初具规模；随后，问商友社区的问世，一个由大数据智能分发，社会化互助，用商友智慧解决商家问题的问答平台的出现，商商互助联盟开始转型并逐渐发展壮大。

## 发展情况 DEVELOPMENT SITUATION

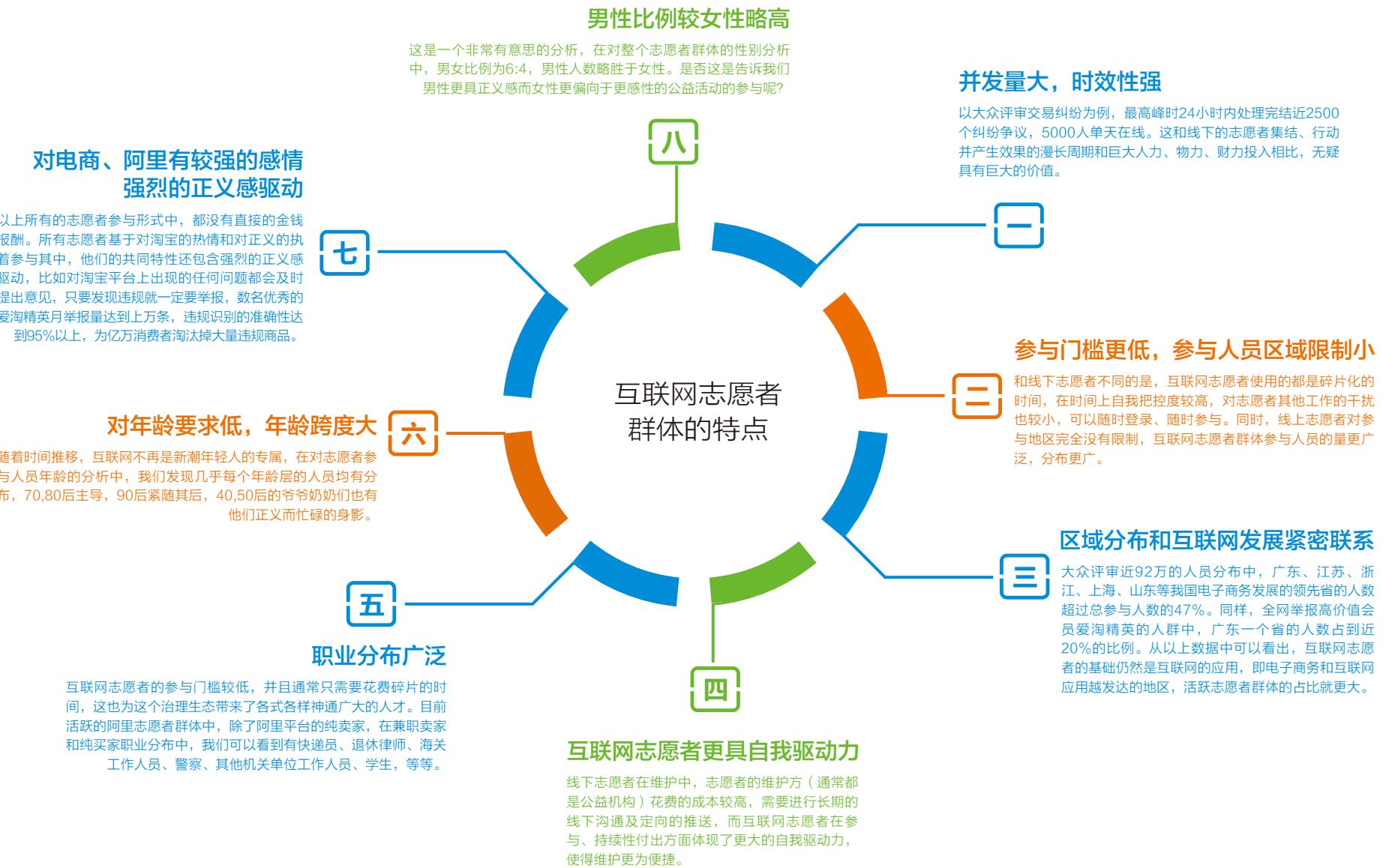
与其他社区和平台的商友互助不同的是，今天问商友社区的志愿者成员之间更像家人。他们有行业背景和知识的相似，场景的高度雷同，使得商家帮助商家时更有同理心，处理问题反而更在“点子”上，竞争对手之间的好奇心和模仿心理，可以使商商互助很快找到动态平衡点，该模式属于社会化互助中的一部分，成为阿里巴巴商家间很有特色的相处模式。同时，该模式的出现，也逐渐改变了人们对于商商竞争，同行恶性竞争的不良印象。



03

## 互联网志愿者群体的特点

互联网志愿者基于互联网和阿里巴巴独特的生态系统、平台文化，逐渐形成了以下几个较为明显的特征。



## 人物故事



何女士

在检察院工作的何女士，在其先生的极力推荐下加入大众评审，至今坚持了近4年的时间，是大众评审元老级人物。有时候工作都忙到晚上12点，但仍然不忘打开电脑，做判定2小时后再入睡。很多时候夫妻间的话题也都是对大众评审案例的讨论。将所学用到为整个社会所用，何女士觉得很有成就感。



张佳序

广东的商家志愿者张佳序，是互助商盟成立的第一批志愿者之一。刚开始做志愿者的时候，最少10个旺旺会同时闪屏，对于一个平时只做管理决策和疑难处理的店长来说，是一件很头痛的事。但是看到商友的急切求助，他总是欲罢不能，认为这是一份责任，不可以推脱。

# 04

## 从阿里巴巴生态互联网志愿者 到我国互联网治理

阿里巴巴庞大的体系中，活跃着非常多的志愿者，可以说生态系统内的各种角色都参与到了其中，这里我们就三个经典的且成规模的志愿者群体展开分析。

### 1、阿里志愿者模式是中国特色的互联网多边治理模式的具体体现

互联网具有固有的“多主体性”，政府、互联网从业者、网民等都可以成为网络虚拟社会的主体。同时，非中心性的网络虚拟社会，单靠某一方主体的力量不可能达成目标。因此，网络社会协同治理是网络虚拟社会法治化建设的现实需求，也是完善网络虚拟社会治理理论成果、切实提高社会管理科学化的必然选择，而构筑和谐的网络社会需要多方协同治理。这种协同治理有别于传统治理，不再是由平台运营者单方面管制维护网络公共秩序，而是由平台和网民遵守共同的网络准则，维护网络社会的和谐、稳定。

### 2、阿里志愿者模式是互联网社会的治理模式创新，为政府治理现代化中广泛民众的参与提供了一种借鉴和模式

阿里巴巴构建的大众评审机制是国内首个将陪审团制度转化运用至网络交易纠纷中的模式，改变了传统的国内网络交易平台处理纠纷的方式，开拓了互联网社会的治理模式，是一种极具创新性的尝试。事实上，这种由网民广泛参与的平台治理模式与政府现代化治理中强调的推动公民的广泛参与不谋而合，这种治理模式可以为下一步行政体制改革和电子商务法律体制的完善提供参考。

### 3、阿里志愿者模式符合国际上网络争议解决的发展趋势

在全球范围内，近十几年来，兴起了一种替代性的“在线纠纷解决机制”，简称ODR（Online Dispute Resolution）。ODR具有开放性、即时性、便捷性、经济性的优势，国际上许多互联网企业、商业组织、政府机构、国际组织都在积极提倡并推广ODR，把ODR作为保障交易安全，促进电子商务发展的重要机制，以增进互联网企业和用户之间的信任和信心。

与国际ODR发展水平不同的是，我国目前的ODR发展较缓慢，尚未建立起全面的制度体系。而阿里志愿者模式就是一种创新性的ODR模式，将简单的网络交易纠纷交由大众在线进行裁决，以淘宝网判定中心（pan.taobao.com）的形式存在，提供了除淘宝小二介入调解之外的另一条解决交易纠纷的途径，旨在以更快捷高效的方式解决简单常见的交易纠纷有助于高效解决争议。

### 4、阿里志愿者模式是平台企业承担社会责任同时将公益活动相结合的典范

阿里巴巴将大众评审机制与社会公益活动有机结合在一起。通过公益金计划，让评审员在参与判定的同时，可以通过捐赠获得的公益金去帮助社会上有需要的群体，评审员可以将积分以一个积分对应1分钱捐赠给三个公益项目（孤儿保障、免费午餐、大爱），个别评审员们还可能获得“公益大使”称号，更多困难人士也得到了来自公益的帮助。

这种模式不仅仅是互联网企业自身发展社会公益事业、承担社会责任的体现，更推动了广大网民参与公益事业的热情。从事公益活动本身就促进了和谐社会的构建，而通过制度构建让网民成为公益主体，更能形成巨大的社会正能量。大众评审、大众公益的方式，形成了服务社会、帮助他人的辐射带，实现了输出大于输入的社会效应，是企业承担社会责任、从事公益活动的典范。

### 5、阿里志愿者模式是用互联网方式治理互联网的典型，可以以最小成本获得纠纷解决的最高效率

阿里志愿者模式让普通的用户参与进了平台的治理之中，推动构建健康、和谐的互联网环境，利用互联网的方式、以用户需求为导向的方式定纷止争，有效打击销售假货、虚假交易等违规行为。改变了传统的由政府主导的自上而下的强制性治理模式，进而改变原有固化的金字塔管理结构，发挥了网民自治的主动性，增强了网络纠纷处理的灵活性。

### 6、阿里志愿者模式有利于树立社会诚信，是建立网信事业和互联网信用社会的有效探索

诚信乃立业之本、经营之道，社会信用是保障社会秩序稳定的平衡剂。社会信用制度的建立、完善和广泛运用于社会各个领域，其本质是社会诚信在网络世界中的体现。阿里志愿者模式的建立完善了互联网信用环境，是互联网企业探索性制定出的社会监督制约机制，以信用制度来确立、保障、规范、管理，达到真正意义上的可持续发展。

总之，阿里志愿者模式值得互联网企业与其他行业内的企业、乃至政府在治理时借鉴，这种创新性的模式有效地处理了日益频繁的各类纠纷矛盾，推动了社会正能量的传播，提升了公众的社会参与度与积极性，体现了，开放、平等、协作、分享的互联网精神，推进了互联网多边治理模式和互联网和谐社会的构建。