



淘宝推出创意商家评选机制支持年轻造物者

第五届淘宝造物节从线上到路上 打造崭新的虚拟狂欢节体验

中国杭州，2020年7月30日 – 在淘宝造物节迎来五周年之际，中国最大移动商业平台淘宝今天宣布推出全新的创意商家评选机制，用以支持优秀的年轻造物者及小商家，使平台上的“神店神物”可以大放异彩，并且更加高效地触达逾 8.4 亿名中国零售市场用户。

淘宝造物节自 2016 年起开始举办，为淘宝具标志性的年度盛事。今届活动采用全新形式，结合线上线下，将虚拟互动展览和商家公路之旅集于一身，把淘宝造物节的特色商家和作品，从杭州出发，带到西安、成都、及武汉，在四个城市与造物节粉丝近距离交流。

全年平台资源 支持创意商家

淘宝造物节是淘宝打造出来、以支持创新创意为主题的项目，广受商家及用户欢迎，有助提升市场对参与商家的认知度，同时把更多新颖有趣的产品带给消费者。今年淘宝将活动升级，更上一层楼，并推出创意商家评选机制，为中国深具创造力的年轻商家及创业者，提供一整年的品牌曝光及市场推广资源支持。

创意商家评选机制将由行业专家组成的第三方评判团，对过去五年参与淘宝造物节的特色商家评分，为近 200 名商家颁发分成四个级别的数码奖章。这些商家的产品还将登上淘宝具备“千人千面”个性化推荐功能的“有好货”栏目内，大大提高其知名度和曝光率。

阿里巴巴集团首席市场官董本洪表示：“全新的评选机制旨在鼓励原创性和创造力。造物者通过参与淘宝造物节，可以获得全年的业务推广资源，进一步带动他们的业务及容量增长。这也是我们致力于帮助小企业及年轻造物者实现梦想、走向成功的长期目标。”

淘宝创新的内容化商业策略

淘宝造物节于 2016 年举办首届活动，而淘宝也于同年推出内容化商业策略，今次推出的评选机制正是其中的新猷。内容化策略促使淘宝由以交易为主导的电商市场转变为多元互动的商业平台，为用户提供各式各样的内容，既能推动销售效率，也有助加强消费者粘性。平台上各种受惠于内容化商业策略的旗舰工具还包括淘宝直播、微淘（淘宝上的社交媒体平台）、短片视频、迷你博客及精选推荐频道“有好货”等。

由内容化商业策略带动，近年来淘宝的创意商家数目录得大幅增长，目前已超过 20 万，较 2018 年增长了 200%。

淘宝行业负责人张凯夫强调，淘宝致力于透过内容化策略培养中国年轻一代造物者及商家。他表示：“我们将继续利用独特的内容化策略优势，帮助年轻企业家和小企业赢得市场青睐，并为消费者提供更好的购物体验。”

淘宝造物节首次公路之旅

为传递“造唤新生”的主题，本年度淘宝造物节推陈出新。自 8 月 10 日起一连四日，淘宝将藉助平台上 3D 虚拟互动产品“淘宝人生”搭建线上会场。淘宝用户可通过个人独一无二的虚拟化身体验六大主题的线上展馆，并与一众明星的虚拟化身进行互动。

今年另一创新在于参观淘宝造物节的用户无须亲身前往现场；取而代之的是大会将嘉年华活动主动带到他们身边。淘宝造物节的商家将开展公路之旅，由杭州出发，亲身前往成都、西安及武汉，在四个城市与淘宝造物节的粉丝互动交流。

由即日起在为期 20 天的公路巡游中，以造物节为主题的大篷车将摇身一变成为移动展厅，在各城市展示淘宝造物节 2020 的精选“神物”。此外，淘宝及一众造物者还将在各城市举办以当地独特文化和传统为主题举办小型线下活动。

###

关于淘宝

淘宝 (www.taobao.com) 创立于 2003 年，在大数据分析和技术的优化下，为来自大城市和欠发达地区的消费者提供高度互动的个性化购物体验。在淘宝上，消费者能够获取高度相关且引人入胜的内容以及商家实时提供的最新信息，从而获悉产品信息并感知新潮流。他们还能够与彼此以及他们喜爱的商家和 KOL 们互动。平台上的商家主要是个人和小企业。易观的数据显示，按截至 2020 年 3 月 31 日止 12 个月期间的交易总额 (GMV) 计算，淘宝是中国最大的移动商业平台，拥有庞大且不断增长的用户社群。淘宝为阿里巴巴集团旗下业务。

媒体联络

李子繁
阿里巴巴集团
+852 5237 8897
eva.lee@alibaba-inc.com

李洁玲
阿里巴巴集团
+852 9728 0979
k.lee@alibaba-inc.com