

淘寶商城啟動獨立域名 發佈垂直市場戰略

2010年11月1日，領先B2C平台淘寶商城宣佈啟動獨立域名 www.tmall.com，同時以全新的面貌展現。伴隨獨立域名的推出，淘寶商城發佈了全新戰略——在堅持整體平台化運營的基礎上，打造分行業垂直市場，並依據各行業的特點制定包括物流、售後服務等在內的垂直化服務標準。淘寶商城同時宣佈，未來3個月內將投入2個億人民幣，大力推廣淘寶商城的品牌。

秉承一直以來大淘寶開放、分享的原則，淘寶商城作為B2C平台發佈的全新戰略包括，在現有基礎上，根據商品的不同特點為消費者提供個性化消費導航服務，並在後端通過整合物流供應鏈，集成物流信息，建立分行業的物流服務標準和流程。在網上購物日益發達的今天，網購正在由「淘便宜」向「淘品質」轉變。淘寶商城希望滿足消費者的需求，讓他們真正享受到網購帶來的不僅是低價，同時是質優的商品和服務。由此，大量國際國內大品牌及淘品牌在淘寶商城平台上除獲得一個嶄新的低成本高效率的行銷通路外，垂直市場的建立更讓商家優質的商品和服務能夠按照行業的特點差異化地展示和提供給廣大消費者，使消費者獲得全新的差異化的購物體驗。

淘寶網CFO張勇先生表示，淘寶商城B2C垂直市場戰略是整個大淘寶戰略的延伸。它的使命不僅是完成交易，更重要的是根據各個垂直市場的特點對電子商務的價值鏈條進行重新構架。基於此，淘寶商城將根據不同的行業分別建立標準，構架淘寶商城，商家，各類的提供服務的合作夥伴之間的協同合作關係和利益分配關係，通過整合和發揮各自的核心價值共同為消費者服務，建立全新的B2C領域內的電子商務生態系統。

淘寶網副總裁葉朋先生表示，淘寶商城B2C平台將全面打通商家、外部合作夥伴、物流快遞等環節，打造一條完整的電子商務生態體系。同時，今天的消費市場淘便宜已不是網購的惟一訴求。淘寶商城全新戰略始終落腳消費者，為消費者提供從導購、商

品到物流到後續服務的系列品質保障是最終目的。

淘寶商城全面啟動直垂市場戰略，提升服務水平和消費體驗，底氣來源於兩方面。一方面，淘寶商城經過 2 年半的發展，已有超過 3 萬品牌和數萬商家的入駐，其中既有李寧、聯想、優衣庫、阿迪達斯、戴爾、歐萊雅、寶潔、哈根達斯等國際知名品牌，也誕生了麥包包、佐卡伊、歌瑞爾等一批淘品牌，同時還帶動了寶尊、神州數碼、星晨急便等營銷、物流產業鏈上的企業快速發展。另一方面則是淘寶平台的逐年高速增長，淘寶目前註冊用戶數超過 3 億，每日訪問淘寶的人數超過 5000 萬，2009 年交易額超過人民幣 2000 億元。網購消費者的日益增多和網購生活方式的養成，為淘寶商城的垂直化戰略打下了良好的基礎。

隨著網購主流化進程的加速，消費者的需求也逐漸表現出多樣化的趨勢。對於部分消費者來說，除了從淘寶集市提供的上億件商品中淘物的樂趣，還需要一些專業市場可以提供與該品類特點相適應的服務。目前淘寶商城已經上線的垂直化市場包括電器城、名鞋館、運動館、淘特萊斯等，家裝、美容、超市、時尚等行業市場也在逐步建設中。作為垂直市場的重要特徵，淘寶商城將針對商家品牌建設——商品管理——店鋪運營——消費者購買——物流配送——售後服務等各個環節，分別架構相應的體系，建立行業標準和對消費者的承諾。尤其在網購重要的物流快遞環節，建立物流配送信息管理體系和服務標準。

淘寶商城還宣佈，未來 3 個月將投入 2 億元人民幣，展開覆蓋全國、覆蓋多種媒體的立體品牌宣傳攻勢。品牌宣傳信息將根據不同消費群體的不同購物需求進行差異化推送。即將到來的 11 月 11 日，為慶祝淘寶商城獨立域名的推出，淘寶商城將聯合阿迪達斯、李寧、美寶蓮、傑克瓊斯、羅萊家紡、多樣屋等 150 個知名品牌和淘品牌推出大型活動。活動信息和參與商家的品牌展示即將在央視及江蘇、湖南、浙江三大地方衛視展開傳播，同時還覆蓋北京、上海、成都等 8 大城市 1500 塊站台、地鐵廣告牌。而去年 11 月 11 日淘寶商城全場 5 折促銷已經創造了數個商家單日單店銷售超過百萬元的奇跡，更有傑克瓊斯單日銷售突破 550 萬。相信全新起航的淘寶商城將在今

年的 11 月 11 日大型活動中會有更多新的紀錄誕生。