



## 50 亿投资打造“大淘宝” 淘宝网宣布继续免费

2008 年 10 月 8 日，淘宝网总裁陆兆禧在北京宣布：未来 5 年阿里巴巴集团对淘宝网投资 50 亿人民币，并将继续沿用免费政策，以进一步推动中国内需消费市场的发展。

这是继淘宝网和阿里妈妈整合之后，阿里巴巴集团对其网络购物板块进行的最大手笔的推进计划。据悉，今年上半年，淘宝网交易量为 413 亿，逼近去年全年 433 亿交易总量。同时，淘宝网在流量方面持续提升，已经稳居中国互联网公司前三位。

目前，淘宝网拥有 8000 多万会员，在线商品数量达到两亿件。数据显示，中国两亿多上网人群中，已有 33% 的用户习惯网络购物，其中 76% 的网购人群把淘宝网当做网络购物的首选。“要购物，先淘宝”，已经成为中国网民的普遍共识。

现在的淘宝网，已经成为涵括 eBay（消费者对消费者的拍卖平台）、亚马逊（商家对消费者固定价格平台）、沃尔玛（面向所有消费者的主流零售方式）三者优势的综合性大平台。淘宝网认为，打造一个更为开放的淘宝大平台，创造 100 万就业机会，是“大淘宝战略”的核心所在。

淘宝网总裁陆兆禧表示，50 亿投资淘宝网，充分证明了淘宝网对未来中国互联网发展和经济增长的长期信心。淘宝网坚信，网络购物的进一步发展，必将有力的拉动国内个人消费，并为中国创造超过 100 万就业机会。这不仅仅是淘宝网的信心所在，更是淘宝网的责任所在。

在此次会议上，陆兆禧还宣布：淘宝网将继续沿用免费政策，以进一步推动中国网

络购物市场的发展。随着中国互联网用户的进一步增长，未来几年，淘宝网相信网络购物将成为网民上网的基本需求。淘宝网希望通过 50 亿的投资和继续免费的政策，进一步的提升网购在上网人群里的比例以及更大的促进市场强劲增长。

淘宝网认为，自 2003 年淘宝成立伊始就采用免费政策，完全基于中国市场的现实状况以及购物人群的真实需求。经过淘宝网 5 年免费期的培育，中国网络购物人群数量已经呈现了井喷式的增长，其市场规模也由最初的几亿人民币的年交易量增长至今年的上千亿交易量。淘宝网感谢近亿用户 5 年来对网购的热情及参与，同时淘宝网通过自身探索和努力，已经形成自身独有的、可持续发展的商业模式，淘宝网在今年 8 月份，仅凭借广告收入就实现了当月收支平衡。

据艾瑞咨询发布的《2007—2008 年中国网络购物市场行业发展、趋势预测分析报告》显示，2007 年网络购物市场规模为 561 亿元，同比增长 117.4%。艾瑞认为，2008 年中国网络购物交易规模将实现 125.1% 的高速增长，达到 1263 亿元，2011 年有望达到 5690 亿元。业内人士认为，随着拉动内需成为中国经济发展的重心，网络购物行业将成为消费者与生产厂商之间的重要桥梁。相对于欧美等经济发达国家，中国网购业还存在极大的增量空间。阿里巴巴在此时投入 50 亿元，必将对网络购物市场产生巨大推力。

业界认为，淘宝不仅培育和大大推动了中国的网购市场，更重要的是，淘宝用 5 年时间为自身以及中国网购行业建设了一整套独特的诚信体系，弥补了电子商务服务领域的一大缺陷。成立伊始，淘宝即着手从机制、技术、管理上规范，创造性地建立了以信用评价为基础的公平、公正的网上交易信用体系。随后，淘宝又率先在行业中推出“消费者保障计划”，并引发同行跟进，大幅提高买家的购物信心；同时促进卖家关注自身诚信度，进一步构筑了网络购物的诚信体系，提升了网购行业的整体发展能力。如咨询机构易观国际所认为，淘宝网评价和消费保障两条线并存的信用机制，进一步完善了网络零售行业的诚信体系，并成为这个行业的新标准。

当天，淘宝网还首次向外界介绍了淘宝网开放平台项目的部分成果。目前淘宝网拥

有近百家优秀的软件开发合作伙伴，拥有卖方营销平台、买方浏览工具、视觉产品等 12 类开放性的商务应用。

成为电子商务服务提供商是淘宝网的下一个目标。通过开放平台，淘宝网将为所有的电子商务公司提供支持与服务，从这个意义上讲，淘宝在国内不存在竞争对手。淘宝始终将目光聚焦全球，eBay、亚马逊、沃尔玛既是淘宝的竞争对手，更是淘宝学习和要超越的榜样。

要实现这一目标，淘宝网欢迎更多的企业加入网络购物行业，相互激励、共同成长。淘宝网总裁陆兆禧说：“2003 年，淘宝网加入网络购物市场，两年多时间将网络购物市场规模从 10 亿年交易额提升到 100 亿。2005 年随着腾讯的加入，三年时间中国网络购物市场规模从 100 亿上升到 1000 亿。2008 年，更多参与者的加入将会使其迅速从 1000 亿元扩张到 10000 亿元。”