

淘宝商城启动独立域名 发布垂直市场战略

2010年11月1日，领先B2C平台淘宝商城宣布启动独立域名 www.tmall.com，同时以全新的面貌展现。伴随独立域名的推出，淘宝商城发布了全新战略——在坚持整体平台化运营的基础上，打造分行业垂直市场，并依据各行业的特点制定包括物流、售后服务等在内的垂直化服务标准。淘宝商城同时宣布，未来3个月内将投入2个亿人民币，大力推广淘宝商城的品牌。

秉承一直以来大淘宝开放、分享的原则，淘宝商城作为B2C平台发布的全新战略包括，在现有基础上，根据商品的不同特点为消费者提供个性化消费导航服务，并在后端通过整合物流供应链，集成物流信息，建立分行业的物流服务标准和流程。在网上购物日益发达的今天，网购正在由“淘便宜”向“淘品质”转变。淘宝商城希望满足消费者的需求，让他们真正享受到网购带来的不仅是低价，同时是质优的商品和服务。由此，大量国际国内大品牌及淘品牌在淘宝商城平台上除获得一个崭新的低成本高效率的营销通路外，垂直市场的建立更让商家优质的商品和服务能够按照行业的特点差异化地展示和提供给广大消费者，使消费者获得全新的差异化的购物体验。

淘宝网CFO张勇先生表示，淘宝商城B2C垂直市场战略是整个大淘宝战略的延伸。它的使命不仅是完成交易，更重要的是根据各个垂直市场的特点对电子商务的价值链条进行重新构架。基于此，淘宝商城将根据不同的行业分别建立标准，构架淘宝商城，商家，各类的提供服务的合作伙伴之间的协同合作关系和利益分配关系，通过整合和发挥各自的核心价值共同为消费者服务，建立全新的B2C领域内的电子商务生态系统。

淘宝网副总裁叶朋先生表示，淘宝商城B2C平台将全面打通商家、外部合作伙伴、物流快递等环节，打造一条完整的电子商务生态体系。同时，今天的消费市场淘便宜已不是网购的惟一诉求。淘宝商城全新战略始终落脚消费者，为消费者提供从导购、商

品到物流到后续服务的系列品质保障是最终目的。

淘宝商城全面启动直垂市场战略，提升服务水平和消费体验，底气来源于两方面。一方面，淘宝商城经过 2 年半的发展，已有超过 3 万品牌和数万商家的入驻，其中既有李宁、联想、优衣库、阿迪达斯、戴尔、欧莱雅、宝洁、哈根达斯等国际知名品牌，也诞生了麦包包、佐卡伊、歌瑞尔等一批淘品牌，同时还带动了宝尊、神州数码、星晨急便等营销、物流产业链上的企业快速发展。另一方面则是淘宝平台的逐年高速增长，淘宝目前注册用户数超过 3 亿，每日访问淘宝的人数超过 5000 万，2009 年交易额超过人民币 2000 亿元。网购消费者的日益增多和网购生活方式的养成，为淘宝商城的垂直化战略打下了良好的基础。

随着网购主流化进程的加速，消费者的需求也逐渐表现出多样化的趋势。对于部分消费者来说，除了从淘宝集市提供的上亿件商品中淘物的乐趣，还需要一些专业市场可以提供与该品类特点相适应的服务。目前淘宝商城已经上线的垂直化市场包括电器城、名鞋馆、运动馆、淘特莱斯等，家装、美容、超市、时尚等行业市场也在逐步建设中。作为垂直市场的重要特征，淘宝商城将针对商家品牌建设——商品管理——店铺运营——消费者购买——物流配送——售后服务等各个环节，分别架构相应的体系，建立行业标准和对消费者的承诺。尤其在网购重要的物流快递环节，建立物流配送信息管理体系和服务标准。

淘宝商城还宣布，未来 3 个月将投入 2 亿元人民币，展开覆盖全国、覆盖多种媒体的立体品牌宣传攻势。品牌宣传信息将根据不同消费群体的不同购物需求进行差异化推送。即将到来的 11 月 11 日，为庆祝淘宝商城独立域名的推出，淘宝商城将联合阿迪达斯、李宁、美宝莲、杰克琼斯、罗莱家纺、多样屋等 150 个知名品牌和淘品牌推出大型活动。活动信息和参与商家的品牌展示即将在央视及江苏、湖南、浙江三大地方卫视展开传播，同时还覆盖北京、上海、成都等 8 大城市 1500 块站台、地铁广告牌。而去年 11 月 11 日淘宝商城全场 5 折促销已经创造了数个商家单日单店销售超过百万元的奇迹，更有杰克琼斯单日销售突破 550 万。相信全新起航的淘宝商城将在今

年的 11 月 11 日大型活动中会有更多新的纪录诞生。