

陆 炯 主编

20^位 成功 淘宝卖家

网上创牌
被品牌时代
路上高峰
转型转出新天地



上海書店出版社
SHANGHAI BOOKSTORE PUBLISHING HOUSE

20^位成功 淘宝卖家

陆 炯 主编



上海書店出版社
SHANGHAI BOOKSTORE PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

20 位成功淘宝卖家/陆炯主编. —上海: 上海书店出版社, 2012. 8

ISBN 978 - 7 - 5458 - 0639 - 7

I. ①2… II. ①陆… III. ①电子商务—商业经营—经验—中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 148468 号

责任编辑 方 姝
装帧设计 一步设计
技术编辑 丁 多

20 位成功淘宝卖家

陆炯 主编

上海世纪出版股份有限公司

上海书店出版社出版

200001 上海福建中路193号

www.ewen.cc www.shsd.com.cn

上海世纪出版股份有限公司发行中心发行

全国各地书店经销

上海叶大印务发展有限公司印刷

开本 890 × 1240mm 1/32 印张 8.375 字数 150,000

2012年8月第1版 2012年8月第1次印刷

ISBN 978 - 7 - 5458 - 0639 - 7/F · 16

定价: 25.00 元

编 委 会

顾 问 马 云

策 划 逍遥子 梅雪林

主 编 陆 炯

编委会成员 袁念琪 王 琰 何 真
钱翰颀 肖 放 张 松
范冬梅 陈玉亭 金佳宁



未来十年

过去十年多的时间，我们想在中国证明一件事情：互联网在中国有希望，互联网将完善中国、推进中国的发展。我们坚信电子商务会存在，电子商务在中国会发展。

到今天为止，前十年电子商务也好，互联网也好，我们只证明它存在。但是，互联网和电子商务到底是否可以影响未来？对我们的生活有多大的改变？未来十年将会发生怎样巨大的改变？未来十年，企业如果不开展电子商务业务，将无“商”可图。

十年以后的商业会跟今天完全不一样，十年后见到的企业家跟今天是完全不一样的。20 世纪，企业取胜靠标准化、规模化，但是现在这个世纪，小企业靠灵活和创新取胜。今天的微软、阿里巴巴、Google，十年、二十年前都是小企业。十年后的成功者一定是 20 世纪八九十年代出生的人，而且成功者会越来越年轻。我这样告诉自己：假如不改变，怎么会有我们的机会？！

21 世纪将不再是粤商、晋商、浙商的天下，最流行的商人将是网络商人。他们没有地域差别，都是年轻人，且充满激情，充满变化和挑战。下一代杰出的民营企业家，将会在现在“80 后”、“90 后”的这批年轻网络商人中诞生。这批年轻人，更有知识，更懂得诚信，更懂得开放和分享。我相信未来的时代属于年轻人，未来的时代属于今天“80 后”、“90 后”的企

业家们。

我们“80后”、“90后”做了很多有意义的事情。我们公司90%以上的员工是“80后”，他们创办的公司连他们的父母想都不敢想，几千亿的市场，几千亿的革新。年轻人做任何事，都要很傻、很天真地坚持下去，因为有坚持就会有奇迹。

淘宝早期是把线下传统渠道的货放到网上来卖。现在，出现了一种趋势：消费者按需定制，厂商柔性生产。这才是改变商业文明、创造新的商业文明，才是颠覆沃尔玛的时代。

我们必须改变自己产品的设计，改变渠道的推广方式。必须改变创新设计的能力，以消费者为导向，柔性化生产；定制化生产将会被取代，让所有的消费者得到个性化的产品。我相信，这才是未来时代的需要。

现在淘宝上的淘品牌历史不超过三年，创业者大多都是白手起家。项目启动时，没有天使投资注入，没有深广的社会人脉资源，甚至没有互联网营销经验；但借助于淘宝的平台，大部分的淘品牌年增长率都超过300%。

我们也看见，随着这些淘品牌的成长，从当初销售质优价廉的网货起家；有一定规模后，他们开始整合生产和供应链，以保持自己的核心竞争力。他们下一阶段，就是在消费者心中树立起品牌形象。

我们的淘品牌，要“眼睛盯上自己”。门口的客户都没做好，就想做天下的生意，那是做不起来的。不要先想着做强自己的品牌，而应该先想着做好自己的服务，做好门前的客户，做好自己的口碑。

品牌有些基本的原则。第一，“品”字三个口。首先是众口说你好，才真正叫品牌。第二个要有品位。第三个要经得起品。品牌是客户说好，品牌要有品位，要经得起品，这些是基本规则。

未来战略，重要的是去盯上年轻人，帮助年轻人，有年轻人就有成就预期。所以，我们所有人，要客户第一。今天网上做生意，你们不要追求

多大的营业额。没有利润你走不远,片面追求利润你将来会很痛苦,重要的是积累客户数。

我们这批人在创造至少前面没有人做过的事情——我们想创造一个新的商业文明,不再以自我为中心、以赚钱为目的。我们的网商以其开放的心态,诚信经营和负责任的企业家的形象,成为新商业文明时代的典型代表。下一代企业家,他们在电子商务的环境中,更有知识和懂得开放。我呼吁所有网商、包括“80后”、“90后”,一起来建设新的商业文明。

A handwritten signature in black ink, likely belonging to Jack Ma, the founder of Alibaba Group. The signature is stylized and cursive, written in Chinese characters.

阿里巴巴集团董事局主席

2010年7月



梦想·激情·责任

值此《财富人生》节目合作淘宝商城共同推出《淘宝商城的财富传奇》这本书的时候，我们淘品牌之一的 O. SA 女装在淘宝商城一天的销售额超过了一百二十万元，这对于 O. SA 女装品牌的创造者——一对平凡的夫妻创业者来说，是他们生命中的一个奇迹。而发生在他们身上的故事，正是那些依托互联网产生、发展起来的原创品牌们的一个缩影。对于过去两年里在“淘宝商城”成长起来的近百个淘品牌而言，利用电子商务的飞速发展，借助于互联网营造出令千百万消费者喜爱的网络原创品牌，它们真是这个时代的奇迹。

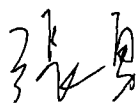
在整个采访中，我们看到淘品牌的创造者们大多为“80后”。他们对时代感恩，对未来充满激情；相比上一代的财富拥有者，他们更加“开放、分享、有责任”而且时尚。他们的财富观念，已经不仅是积累，而是要将他们积极、乐观、时尚的生活态度，传导到他们创造的品牌上。每一次和他们交谈，每一次访问他们的工厂，我都被他们这种创业的激情和投入所感动。我相信在他们中间，一定会有一些人脱颖而出，成就自己的梦想，依托这个信息时代创造出传世的品牌。

在过往的时间里，我接受采访被问过很多次这样的问题：如何看待今天的电子商务？如何看待淘宝商城孕育出淘品牌这种现象？

我想说，电子商务一定是电子和商务的完美统一。以这些淘品牌为

例,做得好的都是在电子和商务的结合上取得了比较完美的统一。他们既懂得所经营的商品品类,又了解互联网营销的特点。互联网的出现,使得一个品牌的被认知建设周期大为缩短。在互联网上开一家店就等于在全国各地开店,全国甚至全世界的顾客可以在任何只要能上网的地方,就能买到你的产品。而在淘宝上成长起来的这批创业者,他们最懂互联网,他们最贴近消费者。靠着梦想的支撑,靠着勤奋地工作,他们迅速地完成了从“卖家”到“商家”、从作坊式运作到企业化运作、从产品经营到品牌经营的蜕变。

这次淘品牌们做客《财富人生》,我相信这也是《财富人生》这个历时九年的名牌栏目所躬逢的一次盛会。和以往很多做客《财富人生》的大企业家们、大富豪们不同,这些淘品牌们都只是刚站在他们事业的起点上。在物质上可能他们不是那么富有,但是他们却拥有最宝贵的财富:梦想、激情和责任感。淘宝商城的存在价值,就是为这些淘品牌们提供一块成长的土壤,帮助他们成就各自绚烂多彩的财富人生!

A handwritten signature in black ink, appearing to be the name '张勇' (Zhang Yong), written in a cursive, fluid style.

淘宝网 CFO、淘宝商城总经理

2010 年 7 月



序一

未来十年 马云



序二

梦想·激情·责任 张勇



第一辑 网上创牌



叶军艺

厦门香水树饰品有限公司设计总监、
麦琪美饰品牌创始人
【淘宝商城名】 Match's 饰品旗舰店

余启明

国货护肤品牌“植物语”创始人
【淘宝商城名】 植物语凌鼎专卖店

编导手记

创意之美

第二辑 被品牌时代



张翔

广东中山歌瑞尔服装有限公司总裁、
歌瑞尔品牌创始人
【淘宝商城名】 GAINREEL 内衣旗舰店

周 勇 深圳市欧莎世家服饰有限公司总经理、
O. SA 品牌服饰创始人
【淘宝商城名】 O. SA 品牌服饰旗舰店

编导手记 品牌之梦

第三辑 路上高峰



董 路 兰缪内衣 CEO
【淘宝商城名】 优品生活内衣专营店

郭 峰 珂兰钻石 CEO
【淘宝商城名】 珂兰钻石旗舰店

编导手记 攀向成功的阶梯

第四辑 转型转出新天地



周防猛 芙莱克斯(厦门)服饰有限公司董事长
【淘宝商城名】 Deepocean 旗舰店

张龙江 Seven Days 服装公司董事长
【淘宝商城名】 Jr 旗舰店

编导手记 梦想照进现实

第五辑 女设计师的网络传奇



徐巧芸 “后构想”品牌创始人
【淘宝商城名】 后构想女装旗舰店

吴芳芳 上海乾瑞服装有限公司总经理
【淘宝商城名】摩登小姐旗舰店

编导手记 率真 · 感性 · 激情

第六辑 草根的天空

107

毕桦菁
【淘宝网】青青宝宝平价店

万 哥
【淘宝网】包子手工坊

宋阿姨
【淘宝网】千千结毛线店

编导手记 为自尊的生存

第七辑 毕业了,我们创业吧!

129

李 叶
【淘宝网】&SE7EN CLUB&

范宏成
【淘宝网】范范之家

庄晓凤
【淘宝网】宝宝星美丽小铺

编导手记 青春线

第八辑 淘品牌,让生活更美好

151

- 张 勇** 淘宝网 CFO、淘宝商城总经理
- 唐 葵** 方源资本总裁
- 叶海峰** 麦包包董事长兼首席执行官
【淘宝商城名】麦包包箱包官方旗舰店
- 苏 勇** 复旦大学管理学院企业管理系主任、
东方管理研究中心副主任、教授、
博士生导师。
- 周 勇** 深圳市欧莎世家服饰有限公司 CEO,
O. SA 女装品牌创始人之一。
- 编导手记** 谁的眼泪在飞

附录一

181

淘宝商城开店攻略

附录二

245

淘宝商城 2008—2010 大事记

跋

249

润物细无声 陆 炯

第一辑

网上

创牌



淘品牌

叶军艺

厦门香水树饰品有限公司设计总监、
麦琪美饰品牌创始人

【淘宝商城名】Match's 饰品旗舰店

早年曾任职施华洛世奇中国公司高管，仗着练就的时尚触觉，她走上了创业的路上。2007年，由职业经理人转型成为自由设计师；创立麦琪，入驻淘宝商城，成为全职网商。麦琪美饰定位于“优雅女孩，可爱女人”。设计中常以细腻手法糅合童话元素，饰品极富个性魅力。心灵手巧的她，喜欢手工和设计。她设计制作的“麦琪娃娃”，在网上一经推出就受到网友的热捧，不到一个月就走红网络。入驻淘宝商城以来，迅速成长为淘宝饰品类的人气品牌，并成为一线杂志《昕薇》、《瑞丽》的合作品牌。



大学毕业后，他带着憧憬进入社会科学院，四年后耐不住寂寞，就下海投入房地产大潮。岳父所开创的事业原本是社办工厂，以化妆品原料设备的生产制造、出口贸易为主。但是，金融危机造成外企有大量“悔单”。

带着背水一战的心态，余启明开始创建新品牌的试水。他立足网络，尤其是借助淘宝商城的力量，探索出一条“网上创牌”的新路。2008年末，“植物语”进驻淘宝商城；2009年11月，单日销量已突破30万元。

余启明

国货护肤品牌“植物语”创始人
【淘宝商城名】植物语凌鼎专卖店



设计的价值

叶蓉: 我注意到你今天戴了一条非常漂亮的项链,是自己设计制作的吗?

叶军艺: 对,是自己设计的。我是在一次香港亚太珠宝展上看到的,然后一直找就找了三年。去年,去东京玩的时候就发现了这个东西。刚开始写电子邮件去的时候,人家不理你,他觉得中国是一个制造低端产品的国家,他会说这个东西你用不起。我写了很多次邮件,最开始找的是代理商。他说对不起,我觉得我们的价位不适合你。我说,我是很有诚意要做这件东西,我也真的很想买,我们的采购量不会太小。他说,那好吧。你把你们的网站、你们公司的规模等都给我报一下。

我就把所有的东西都报过去了。第二封邮件来了,还是说对不起,我觉得我们价位并不适合你,你们的东西太低端了。我是一个骨子里面可能就有一点点偏执,也可以说坚持的人。就一直持续不断地去给他写信,到后面,我也不知道是那位日本先生他烦了呢,还是说被我感动了。终于,他把我的邮件转给了原厂商。结果,转过去之后很幸运。他们说,我们可以卖给你。

叶蓉: 如果是一个欧洲、美国或者其他发达国家一个市场比较成熟的采购商,我相信情况会截然不同。我想问一下你,这个珠子是一

