

# 淘宝十年 Product Stories 苏杰 / 编著

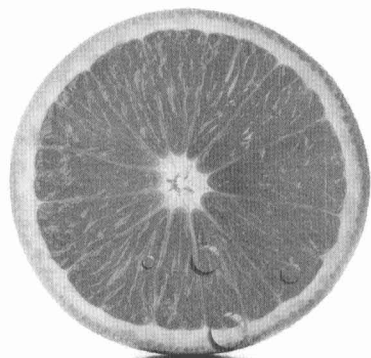
# 产品事

立刻购买

加入购物车

分享

★ 收藏宝贝



# 淘宝 产品故事

*Product Stories*

苏杰 / 编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

产品经理发展到一定阶段，再要成长，光靠学习一些知识、技能已经不够，必须通过经典案例来学习，而本书，就提供了小到页面细节、大到平台架构的丰富案例。电商从业者，无法无视“淘宝”这个标杆的存在，本书可帮助大家做出更好的选择。愿意思考的人们，也可以从“淘宝”这个产品，或者说社会现象、经济现象里，找到每天都能体会到的那些变化的原因，从而想得更明白，活得更通透。

本书细数淘宝成立十年来经历的重大变化、核心产品的设计，以及背后的思考，深挖到淘宝信奉的价值逻辑。内容涵盖商品分类与管理；首页、List 页等导购产品；搜索与导航；C2C、B2C、C2B 等电商模式的演化；交易的前中后：如营销工具、购物车、订单、评价；旺旺；天猫、聚划算，等等。适合产品经理、电商从业者及所有愿意思考的读者阅读。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有，侵权必究。

### 图书在版编目（CIP）数据

淘宝十年产品事 / 苏杰编著. —北京：电子工业出版社，2013.10  
ISBN 978-7-121-21572-8

I. ①淘… II. ①苏… III. ①电子商务—产品管理—中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2013）第 230489 号

策划编辑：张春雨

责任编辑：李云静

印 刷：三河市鑫金马印装有限公司

装 订：三河市鑫金马印装有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1000 1/16 印张：16.25 字数：253 千字

印 次：2013 年 10 月第 1 次印刷

印 数：8000 册 定价：55.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 [zlbs@phei.com.cn](mailto:zlbs@phei.com.cn)，盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

服务热线：（010）88258888。

## 宝贝评价

子柳



**《淘宝技术这十年》作者，前淘宝技术大学校长**

做产品如生孩子：苏杰的第一本书向产品经理讲述了“怀胎十月”的前后过程；这一本书则会告诉大家，那些有了出息的“孩子”是怎么养大的。转瞬十年，淘宝有幸做好了几个产品，其中故事颇多传奇，我读起来都不胜唏嘘。现在这些能够公开出来跟业界分享，确是一件好事。

黄若



**《我看电商》作者，淘宝商城创始总经理**

很多时候，产品开发过程中的讨论、反复、纠结，远远比最后展示的成品更有趣、更富于启发。

本书作者从他亲历和访谈的角度，介绍了淘宝、淘宝商城、旺旺，以及聚划算等平台产品孵化过程的许多细节和思考，十分富于借鉴意义。很多时候当一个电商产品开发出来，或者当一个商务流程推广开来后，人们容易觉得习以为常，殊不知每一项创新的背后，都有许多不为人知的彷徨、曲折甚至弯路，这些恰恰是最有价值的“营养素”。

推荐电商界同仁读一下这本书。

浅雪



---

**淘宝首批产品经理之一，一淘网站负责人，资深总监**  
回首淘宝这十年，一路摸索过来。我们经历了前所未有的挑战：买卖双方的信任问题；商业规则既要发展，也要平衡，还得防作弊；海量数据的加工处理与应用。也经历了非常多的意外惊喜：信用等级从钻石到皇冠再到金冠；因交易量太大引发的超卖。这一路，有成功，有失败，有泪水，有欢乐。能跟淘宝的亲们一起成长，是我这辈子最快乐的事情；有上亿的用户使用自己耕耘的产品，是我这辈子最骄傲的事。淘宝，永远爱你。

廖文杰



---

**阿芙 CTO**  
听苏杰滔滔道来淘宝十年产品事，其实是产品经理们这十年从产品角度、用户需求角度不断自我否定，不断微小改进迭代，用心血浇灌出来的产品和产品经理个人的成长史。回头一看，哦，原来做产品都要深入细节，沉下心来，都要过一段苦逼的岁月，在过程中提升技法和“武功”，没有太多捷径可走。

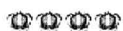
金萍



---

**淘宝营销产品、营销平台创始产品经理**  
优秀的成功的产品要顺势而为，本书很多关键产品、平台更新换代都很好地体现了这一点。产品经理可以通过细细品味书中每个产品的势和为，把握所负责产品的大势，顺势而为做出成功产品。

杨伟庆



---

**艾瑞市场咨询 (iResearch) 总裁**  
淘宝十年，可供记录和回味的不可谓不多，其中值得大书特书的，产品首当其冲。作者以产品经理的身份和视角很好地完成了这一记载。纵观业界十年，淘宝的产品故事能带给我们的启发极其珍贵，要创造自己的奇迹，眼里看着这本《事》，心中琢磨这本事！

---

---

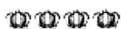
**淘江湖、淘金币、聚划算的创始产品经理**保义  
(孔志)

这不仅仅是淘宝的产品史，更是中国电子商务发展的一个缩影。为适应日新月异的电子商务发展环境，淘宝产品一直走在创新的最前沿，很多设计已然成为教科书甚至行业标准，引领着整个行业发展。这本书也是淘宝献给这个时代的一份礼物，值得永久珍藏。同时感谢编者尽心尽力地整理、编写，让我们拥有这份财富。

---

**《沸腾十五年》作者，天极网创始人，雷锋网发起人**

林军

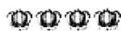


说淘宝是最多人用的产品需讨论，但说是最多人参与的产品则无异议，淘宝因人而生，有人就有故事。淘宝十年，故事多多。

---

**阿里妈妈负责人，副总裁**

超凡

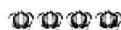


淘宝的产品发展是中国电子商务平台的成长史，为了支持上面的多样性，以及支持卖家成长和消费者体验，淘宝以平台的角色做出了很多的好产品，当中也不乏失败重来的经验。苏杰牵头真实地还原了历史，相信也可以给未来带来很多思考。如果希望了解中国电子商务的产品体系，这本书是最好的参考手册。

---

**电商微博意见领袖，触电电商创始人**

龚文祥



推荐电商人及卖家通过此书更深入地了解中国电商的“中央”——淘宝。目前阶段，熟悉、了解淘宝，是一个电商人及卖家的竞争力之一。

---

**淘宝天下《卖家》杂志执行主编**

恩雅



当产品经理邂逅了文艺青年，当数据宅男变身为周立波大波波娃，当有序的逻辑潜伏在无序的时间轴之下，这些相对立的气质便激发出矛盾之美。逻辑和趣味，这本书都提供了，这件事有点难得了。

---

---

### 淘宝卖家运营，规则管理专员

前几日同事们聚会，其中有一个离职之后去了一家 B2C 的旧同事，他整晚不发一语，看着我们像往常一样“吐槽”业务。酒过三巡之后他终于开了口，他说：“现在才发现你们的工作是真的‘have fun’啊，一会儿买家如何如何，一会儿卖家如何如何，一会儿平台如何如何，别看你们说着如何纠结、如何烦恼，脸上、眼角，冒出来的光啊，简直亮瞎了我的眼睛。”他还说：“要真离开以后你们就会知道，恐怕再难找到一份工作，能让你们再度拥有这种‘挥斥方遒’的感觉。”

舒雅



他说得没错，这基本就是我们这些人每天的状态，在纠结中体会乐趣，在责任感中看到价值。淘宝的十年，是我们这些人痛并快乐地成长的十年。淘宝的产品、业务跟我们这些人一样，一路上磕磕碰碰，一时踏上云端，一时又陷在泥潭，尽管不完美，但有太多的故事值得我们去回味和珍藏。

---

### 淘宝前端委员会会长，淘宝用户体验部

“直到和你做了多年朋友/才明白我的眼泪/不是为你而流/也为别人而流……”，这是淘宝的十年，从中，你会读出你的十年。

小马



---

### 天猫前产品经理，天品网 CEO

作为前淘宝的一员和苏杰的前同事，看到这本《淘宝十年产品事》感到非常亲切感，一读就一发不可收拾，很多故事历历在目。这是本非常棒的好书，前事不忘后事之师，本书通过总结淘宝十年来产品的变迁来用实例讲述淘宝是如何做成的，这样的揭秘机会不多，大家不可错失机会哦。

大熊



- 
- 淘宝搜索，产品总监**
- 思函  
★★★★
- 淘宝产品史，不仅是淘宝主要产品发展的历史，也是淘宝成长变迁的历史，更能让人感受到传统商业体系同新兴互联网在交汇碰撞融合过程中的那些艰难、挑战和思考。
- 
- 天猫原创品牌“膜法世家”创始人兼总经理**
- 黄晓东  
★★★★★
- 作为在淘宝上成长起来的卖家，读完《淘宝十年产品事》，最初创业的画面立现眼前。那时在淘宝上没日没夜地忙碌，到今天依然历历在目。而这本书让我更了解到，淘宝作为电商平台在为买家和卖家提供交易的背后，付出了大量的心血和汗水。
- 《淘宝十年产品事》用淘宝的产品翔实、全面地解析了淘宝这十年的变化，每一个变化过程都是产品升级的体现，是每一位产品经理热忱付出的结果。
- 正是由于淘宝各个产品的支持，才使得消费者的购物体验愈发顺畅，卖家的成长更为迅猛。想要深度了解淘宝的变化，本书值得一读。作为淘宝上的卖家，非常感谢淘宝的每个产品，正是这些产品，帮助我们让顾客的体验不断提升。
- 
- 淘宝产品部，资深总监**
- 徐达  
★★★★
- 这本书可以说是对淘宝产品发展历史的一个最全面的回放。有经验、有教训，值得一读。同时，对比淘宝的产品发展和其他互联网公司的产品发展差异，也可以更清晰地了解阿里巴巴、了解中国电商行业的发展历程。
- 
- 狼客传媒有限公司，营销顾问**
- 胡敏  
★★★★
- 苏杰作为淘宝资深的产品经理人，在这本《淘宝十年产品事》中，很详细地介绍了淘宝的各个产品从开始到不断进化的一个过程。这对于所有产品经理们都是一个很好的学习机会。
-



---

**阿里集团知识管理的布道者、发起人**

小桥

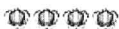


淘宝十年产品事，在我看来一直朝十个字努力：产品运营化、运营产品化。做产品设计的人，要让产品具备自动运营的能力和机制；做运营的人，要将自己的运营工作固化为产品机制自动运转。展望未来，期待着淘宝的运营、产品和技术三个飞轮都可以快速转动！

---

**古星电子商务 CEO**

黄珂



以修史之志，挖掘、整理诸多淘宝创业元老口述笔录，弥足珍贵；以产品为线，连缀穿起淘宝发展历程转变及瞬间，别具匠心。让亲历过去十年电商发展的业内人士倍感亲切，也让即将踏入此“洪流”的有识之士，分宗理脉，有迹可循。

---

**自媒体人，淘宝搜索前负责人**

鬼脚七



淘宝十年发展，背后有很多故事。在一个商业模式确定下来以后，产品的演变发挥着重要的作用。看《淘宝十年产品事》，可以了解一个产品从零用户到数亿用户的故事，可以知道一个网站从零到上万亿交易额的历程。最有价值的或许是，隐藏在这些产品背后的商业逻辑思考。值得每个希望了解淘宝、学习产品设计的朋友阅读。

---

**《天下网商》执行主编**

康倩茹



如果你以为本书通篇都是 IT 男的技术术语，对之望而却步的话，那就大错特错了。一个“事”字道明，淘宝十年产品发展史，并不是艰涩难懂的技术进阶过程，而是由一个个细节、一段段故事、一个个鲜活的人组成。作者用心良苦，但文字深入浅出，即便是外行人读来，也将受益良多。

---

---

**《正在爆发的互联网革命》作者，前淘宝人，电商宝、新电商创始人兼 CEO**

马国良



《淘宝十年产品事》是淘宝十年的产品史，更是中国电子商务发展最为核心的产品史。作为一位参与者和经历者，历历在目。本书无论是专业性还是故事性都非常鲜活到位，非常的好看，相信会是产品经理和电商从业者必备的成长书籍。

---

**《玩法变了》作者，老淘宝人，蘑菇街 COO**

李研珠



所有经历过淘宝发展的人，都能体会淘宝的产品之路有多曲折。不断地尝试、纠结、改变、反思，同时也是在和运营不断碰撞中才成就了淘宝的产品体系和现在的规模。我好高兴苏杰愿意花时间去整理这些有价值的经验教训，不讲大道理，不装，不是回忆录，这太好了！

---

**淘宝搜索，运营专员**

云柏

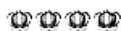


淘宝产品史，从产品的视角记录了淘宝的发展变迁。通过这本书，不仅能了解淘宝发展中每一次重大决策背后的故事，细细品味，还能窥探淘宝这十年的发展哲学！

---

**《产品经理修炼之道》作者，1688 无线业务负责人**

费杰



淘宝的产品这么多年沉淀下来，超级的庞大和复杂。我自己仅了解其中的一些皮毛，看了这本书同样非常受益。这种书给我带来了更全面、翔实的参照和启发，同样也成为我拓宽产品视野的一本真正实战的书。感谢苏杰这么多年来的努力和坚持。

---

**@osa 品牌服饰 CIO**

王鹏飞  
(艾迪)



作为和淘宝一起成长起来的“淘品牌”卖家，我更能体会书中产品背后的故事，面对目前电商行业的产品现状，我更加坚信“很牛的产品都是从苦逼的岁月中熬出来的”，相信各位电商从业者会从《淘宝十年产品事》中看清自己未来的产品规划与方向。

---

---

**天猫高级产品专家**

大炳

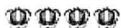


淘宝产品的历史记录记录了淘宝系这个中国乃至世界的消费电子商务“巨无霸”生态系统的进化过程，让我们充分感受到了电子商务澎湃的生命力。观史为鉴，这部产品史为继续有志于在这个生态系统中探索和成就自我的个体奠定了思考的基础和方法论。希望大家从这里出发，把握规律，洞悉消费心智，不断创新，参与和见证这个伟大生态体系的进化。

---

**聚划算，运营专员**

陈三



“道生一，一生二，二生三，三生万物”，道就是万物运行的本源。不论今日小伙伴们对淘宝有着多少种理解和感受，作为资深产品经理，苏杰眼中的淘宝就是一个“产品”，就是这一切变化之“道”。在淘宝成立十周年之际，苏杰的这本书带给我们一个独特的视角，值得每位电商业者一读，大有裨益。

---

王慧文

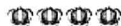


**美团网副总裁，人人网联合创始人**

读懂淘宝，从这本书开始。

---

何徐麒



**《天下网商·经理人》执行主编**

随着阿里巴巴的重心从 MP（管理岗+技术岗，强调管理职能）转向 PM（强调专业技术），一批阿里巴巴的技术和产品人才进入了大众视线。更可贵的是，他们梳理了阿里巴巴历年来在电子商务上开拓性的技术和产品探索，并无私地将这些宝贵经验分享给所有人。从历史追寻的意义上，读《淘宝十年产品事》，就是读一本产品经理视角的中国电子商务变迁史。所有有志于在未来做出更好产品体验的电商，都应该看看这本书。

---

---

**老阿里人，口碑网创始人，投资人**

李治国



苏杰是产品经理中的有心人，他经常思考，懂得总结，愿意分享。市面上分析淘宝的书很多，要么是从战略上条分缕析，要么是局外人指点江山；而这本书将从产品经理的视角还原淘宝的产品路线及变迁，会让读者从更微观的角度了解淘宝，以及了解阿里人在 Marketplace（交易市场）的创建方面的一些经验。现在越来越多的阿里人把阿里的 Marketplace 经验复制到各个领域，因为每个领域都需要更开放、透明、中立、高效的交易平台。

---

**知名科技商业观察家，微创新研究中心创始人、首席研究员**

金错刀



我常说，互联网公司非得产品经理得天下，这本书，告诉你，淘宝如何靠产品经理打天下。告诉你另一个鲜为人知的淘宝，从产品经理的角度发现淘宝的后台，很干货：从导购，到搜索，再到旺旺，再到天猫，90%的产品经理，都是在守江山，在已有的产品上做优化，淘宝的产品经理则是不断进攻。一些产品经理大牛也纷纷出场，如一灯、超凡、浅雪等。

---

**淘宝搜索，产品经理**

冰陵

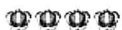


如果你好奇今天的淘宝是如何成长的，如果你遗憾没有亲身经历那些变革，如果你面对问题苦于没有经验……那么你需要本书！以史为鉴，以史为镜，方能少走弯路！

---

**蓝狮子数字出版中心主编**

崔瑾



别不承认，你的生活早已离不开淘宝。  
既然如此，多了解一下你的生活伴侣，又何尝不可？

---

---

**淘宝创始团队成员，淘宝大学前负责人**

伴随着淘宝的成长，有数不清的产品在淘宝中诞生，这些产品有的如流星稍纵即逝，有的如明星璀璨不朽。无论成败，回头的时候往往会迷失自己来时的路。这本书也许可以帮大家拨开历史的尘埃，寻踪觅迹到一些线索。

小宝



无论别人怎么看，在我的心里，淘宝历史上最牛的产品依然是旺旺和支付宝，这两个产品保驾护航了淘宝从小到大，充分满足了淘宝生存和发展的需求。甚至支付宝从一个产品，衍变成了一家伟大的金融公司，这是很多人始料未及的。我的总结是：一个好的产品必须符合的原则是能否满足客户的需求，而一个伟大的产品必须符合的原则是是否可以树立行业的新标准。

---

**Guang.com 创始人，UCDChina 发起人，贝塔.朋友发起人**

深读一个成功产品的发展和变迁史，绝对比深读十本产品设计理论书籍的收获要再多十倍。做产品其实没多少理论，实践和别人走过的路才是最能学到东西的地方。

白鸦



---

**淘宝搜索，产品经理**

十年前，淘宝还刚出生；十年后，淘宝已然茁壮成长。这之间的故事，都融在这本书里，读完后，你将比淘宝的小二们更了解淘宝。

书影



---

**旺旺与客户端事业部，测试工程师**

淘宝在过去的十年间取得了极大的成功，但十年间的探索也不可避免地走了一些弯路。我们愿与广大读者一起分享现在的辉煌，更愿意分享我们过去的经验和教训。希望书中的故事能带给读者一些启发和借鉴，淘宝网愿与您共勉。

帅牛



---

**前 Facebook 第一位中国籍研发经理，《打造 Facebook》作者，天使投资人**

王淮



有些人恨淘宝，更多的人爱淘宝，但没人可以否认，淘宝颠覆了中国人的购物习惯。苏杰以一个产品经理的角度告诉你一个活生生的淘宝故事——淘宝是如何诞生的，背后那些鲜活的人是谁，他们是如何将淘宝一步一步打造成现在的模样。这背后的各种琐碎最后汇聚成了一个伟大的产品。我很享受这个阅读和学习的过程。

---

**伊米妮女包（含小米包铺）总经理**

陈荷忠  
（大米）



我是 2009 年开始接触和做淘宝的，在 2009 年之前我没逛过淘宝，所以，2009 年之前的淘宝是什么样的我是没概念的，这本书让我比较全面地了解了 2009 年之前的淘宝，对我起到了知识普及的作用。2009 年之后，我自己做淘宝，所以看这本书的过程中很多东西比较熟悉。但是之前是站在局外来看的，不清楚淘宝的那些变化的前因后果，这本书让我明白了很多原理。这本书很棒，我相信有很多电商从业者和我一样，对淘宝的了解是一段一段的，或者是表面的或浅层的，这本书能让我们完整、全面地了解淘宝产品的变化，并通过这些变化背后前因后果的推敲，琢磨和掌握一些原理，对自己做产品有很大的借鉴意义。

---

**商派创始人兼副总裁**

计三勇



我跟随淘宝从 2006 年走到现在，看到那些过去的、当前的产品和名词，终于有机会了解到这些产品的来龙去脉、始末由来，很兴奋。也是这一个个的产品帮助我们发展业务，拓展销售，帮助商家更好地发挥自己的能量，让淘宝这个大舞台始终保持行业的领先优势。同时，也能从这些产品的演变过程，了解到平台的一些运营思想。这些运营思想，有更广泛的价值和意义，可以在不同的领域有所应用。

---

---

**浙江大学管理学院教授，《电子商务》课程主讲**

李小东



《淘宝十年产品事》是一部淘宝产品的发展史，更是一部产品经理的成长史，只有“以客户为中心”的产品才能赢得市场。

---

**易观国际，助理总裁**

叶坚峰



若论产品的用户数，大淘宝的每一个产品基本上都是过亿用户。但看似风光的产品背后，都是一个个吐血的产品经理。大公司拥有过亿的用户基数，一个好产品的出现反而会面对更加多舛的命运，所以，当你真正理解了大淘宝产品背后的故事后，你可能离一个成功的产品经理不远了。

---

——通过各种方式给作者反馈，就有机会让你的点评也出现在这里哦，我们打算重印一次就更新一批，：)

# 目录

第 1 章	引言：故事要开始了	1
	初心：为啥会有这本书	2
	本书的写作特色与局限	3
	本书的主要结构	5
	本书的产品定位	7
第 2 章	从“商品”说起	9
	01. 一个买家的淘宝之旅	10
	02. 产品经理都是分类控	14
	03. 看似完美的类目+属性	17
	04. 解决问题，而不是做产品	20
	05. 谈感情，还是谈利益	23
第 3 章	“淘宝”就是导购	27
	06. “淘宝”的由来与首页	28



07. “导购”到底是什么玩意儿 .....	32
08. 被别人打败，不如被自己打败 .....	35
09. 向超市学习，前后台类目拆分 .....	38
10. 旧的新概念：SPU/SKU 及其他 .....	41
<b>第 4 章 “搜索”的启示 .....</b>	<b>47</b>
11. 从通用搜索到淘宝搜索 .....	48
12. 效率与公平，买家与卖家 .....	51
13. “阿基米德”与卖家的抗议 .....	55
14. 从技术到业务，解决“局整矛盾” .....	60
15. 事关体验，导航的“皮子”与“里子” .....	63
16. 心态的修炼，从罚人到度人 .....	66
17. 从商品到产品，一站式的理想 .....	70
18. 最懂你的搜索，精细化与个性化 .....	74
<b>第 5 章 “电商”还是商 .....</b>	<b>77</b>
19. 赚钱，从“招财进宝”开始 .....	78
20. 电商参与商业的轻重程度 .....	82
21. 从淘宝团购到“聚划算” .....	85
22. 淘江湖的“遗产”：无心插柳柳成荫 .....	88
23. C2B 与预售，交易的未来 .....	96
24. 指路明灯，聊聊数据产品 .....	99
<b>第 6 章 “下单”之前 .....</b>	<b>105</b>
25. 支付宝、交易系统的诞生 .....	107