

<<20位成功淘宝卖家>>

图书基本信息

书名：<<20位成功淘宝卖家>>

13位ISBN编号：9787545806397

10位ISBN编号：7545806395

出版时间：2012-8

出版时间：上海书店出版社

作者：陆炯

页数：250

字数：150000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<20位成功淘宝卖家>>

前言

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！

张勇 淘宝网CFO、淘宝商城总经理 2010年7月

<<20位成功淘宝卖家>>

内容概要

陆炯主编的《20位成功淘宝卖家》——淘宝首次授权出版对话20位淘宝卖家！
回顾成功背后的心路历程！

值此《财富人生》节目合作淘宝商城共同推出《20位成功淘宝卖家》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。

<<20位成功淘宝卖家>>

书籍目录

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

毕桦菁

【淘宝网店】青青宝宝平价店

万哥

【淘宝网店】包子手工坊

宋阿姨

【淘宝网店】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！

李叶

【淘宝网店】&SE7EN CLUB&

范宏成

<<20位成功淘宝卖家>>

【淘宝网店】范范之家

庄晓凤

【淘宝网店】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

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

淘宝商城开店攻略

附录二

淘宝商城2008—2010大事记

跋

润物细无声陆炯

<<20位成功淘宝卖家>>

章节摘录

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，这个珠子是一颗颗这样买来的？

叶军艺：对，一颗颗买回来的。

叶蓉：那么，大概的售价是多少？

叶军艺：这个东西，我只能说它的单价跟施华洛世奇的水晶是差不多的。

叶蓉：那么，在制成成品，经过你的创意设计之后，这样一条项链在你的网站上多少钱一条？

叶军艺：这一条，我记得应该是卖一百六十八块钱。

叶蓉：还好啦，可以接受。

其实，相对于叶军艺所从事的这样一个女性装饰品，就是饰品的这样一个行业；我觉得，余启明你是不是幸福感要强烈很多。

因为化妆品市场是非常大的，而且每年的增长速度也是非常惊人的。

余启明：我从2004年下半年进到企业里面，我看到很多品牌一个个起来，但也看到品牌一个个不断倒下。

叶蓉：你岳父的厂具体生产什么样的产品，是属于化妆品当中的哪一样原料？

余启明：主要是一些膏体。

一瓶化妆品里面，基本上80%到85%是水和油，经过乳化形成膏体或者说乳化剂。

然后，我们根据要求做一些调整和添加。

叶蓉：那另外的15%是什么？

余启明：可能有些化妆品那15%就没有了，它不需要添加。

但也有些比较知名的品牌或者是比较高端的品牌，会添加一些比如玻尿酸，用来美白、保湿，实现一定的功能。

但最基础的料，其实真的都是大同小异的。

很多人聊到化妆品，都觉得原料很高科技，其实完全不是这样。

叶蓉：我看过许多让人眼花缭乱的广告。

余启明：对。

对我们来说，化妆品的原料从世界各地采购过来，然后按一定的比例、一定的配方，把它们调剂起来

<<20位成功淘宝卖家>>

通过乳化、高温、高压，出来的产品其实区别是不大的。

叶蓉：我想，电视机前几乎所有的女性观众和一部分男性观众都会大量接触到化妆品。

化妆品的价格差异是惊人的，几千块钱的护肤品不鲜见。

当然，几十块钱或十几块钱你也可以买到。

如果说85%的成分都是一样的话，那产品的差异在哪里？

余启明：我们经常会说所谓的，有些东西是超市货，有些东西是专卖店专柜的货，甚至有些我们称之为“院线的产品”。

同样是水，同样是油，可能更多的一些用比较普通的矿物油，好一点的开始用植物油。

植物油里面也有差一点的，比如棕榈油，好一点的葡萄籽油，决定了它们之间的差异。

然后，还有15%的核心添加剂的区别，比如，玻尿酸这样一个产品。

它已经比较成熟，有很多不同的制作方法：第一种，是生物提取，牛的眼睛里面提取，最初它是从这里面发现的。

第二种，日本人的方法叫纳豆发酵法，用纳豆发酵，成本明显已经降低很多。

还有第三种方法，化学合成，成本又更低了。

叶蓉：我不知道叶军艺有没有这种体会，我很少去看我买的这个化妆品，它的原料是不是从牛眼睛里面提取的。

余启明：这个厂家是不会告诉你的。

叶蓉：叶军艺，你在买这种护肤品的时候知道吗？

会去关注吗？

叶军艺：我通常不会去看，因为看一排下来，看完以后也是晕的。

叶蓉：我觉得，我的习惯是会一直用某个牌子，它有新产品我可能去试试看，看看有没有不良的反应。

余启明：这点其实是非常重要的，就是品牌忠诚度的问题。

不可能每个消费者都知道化妆品里面的成分，并且这个成分是从什么渠道来制备的。

叶军艺：这个属于商业机密吗？

余启明：谈不上商业机密，只是每家厂商的用法是不一样的。

因为制备的方法途径不一样，导致它成本的差异。

叶蓉：雾里看花，我听得一头雾水。

其实，我们看到一个高端的品牌是不是大量的钱都用在砸市场，请明星做市场营销的铺垫？

余启明：对啊。

但是化妆品就是这样一个市场，一定程度上它需要大量的广告堆积出来。

坦率来说，很多女孩子她不知道自己真正需要什么样的化妆品。

叶蓉：那你是在戳破一个神话吗？

实际上，我们花的好多钱都不值啊。

余启明：我不能说戳破这个神话，我是用一种相对而言比较平易的方法去接触我的消费者，我依托网络这个渠道。

所以，没有大量地做广告的投放。

因为我希望有一些精确式的打击，类似于巡航导弹一样。

我知道我的客户具体在哪里，我通过一些网络上的交付手段，直接到达他们手里，这样对我来说成本就低很多。

然后，效率可能是和传统广告类似的。

创造之路 叶军艺：我的创业是从一次闲逛开始的。

无意中进了一家商店，进去之后，我看到四只鹦鹉特别漂亮，站在一个水晶的台子上。

反正女孩子嘛，不管买得起还是买不起，先进去看看再说。

结果，旁边有一位先生在挑礼物。

我记得特别清楚，这么高的水晶高脚杯，我当时不知道它是水晶的就觉得它只是玻璃杯。

<<20位成功淘宝卖家>>

那位先生说，给我包起来吧。

店员说，好的。

先生，八千八，这边刷卡。

我当时就目瞪口呆，觉得怎么可能这么贵，这确实是我走入奢侈品牌的一个契机。

刚好一个月之后，我发现报纸上有这家品牌的招聘，结果，我莫名其妙就进去了。

就是这样子。

P4-7

<<20位成功淘宝卖家>>

后记

润物细无声 沙沙的夏雨，敲打着马路两旁遮天蔽日的悬铃木。

雨点儿穿过树叶，渐起水花，湿了路面。

坐落在淮海中路上的上海图书馆里，正录制着《淘品牌——网络财富传奇》系列节目的收官之作——论坛。

也是在2009年的夏日，我们推出了第一档关于淘宝网上创业者的故事。

到今年的夏天，一共是九档节目、十八位嘉宾的网络财富传奇。

这一系列节目，展现他们在互联网、在淘宝商城、在淘品牌这一平台上的财富人生。

这一片神奇的土地，不仅是草根们的美丽天空，同样也是成功人士打造品牌的好舞台。

开播已有九年的《财富人生》，对于一个题材、一个主题的系列访谈节目，进行这样的跨年度制作和播出，那是从未有过的。

节目得到了观众朋友的欢迎和业内人士的好评。

那年，一个名叫万哥的聋哑人创业的短片，在网上悄然走红，在光天化日下流行。

直到今天，我们仍然清晰地记得那些画面：万哥在电脑上打开他的淘宝旺旺，在烈日下骑着助动车奔走送货。

蓝天白云下的钱塘江边，一家三口依偎着，眺望远方……万哥通过网络改变生活、改变自己的故事，吸引了我们的目光，开启了我们思想的闸。

一如他在淘宝商城的名字“落叶之秋”，以这一片叶子，不仅能使人知秋，而且能够知晓秋天之后。

我们要感谢万哥、毕桦菁、宋阿姨、“淘宝网第一美女”李叶，告诉我们能做掌握自己命运的主人。

要感谢郭峰把钻石带到以往与贵重商品无缘的网络销售，告诉我们成熟的业态需要共同构建。

要感谢2009年销售达到四千万、今年冲向亿元大关的叶海峰，告诉我们蓝海就在眼前……他们以第一个“吃蟹”的勇气，吃苦耐劳的精神，不断创新且百折不挠的实践；不但打开了一片新天地，同时也显现了榜样的力量。

历史已经证明，一个已经开始与我们共存共生的新商业模式，由此将给人们的生活、生活方式，以及人与人之间关系等等，带来新的影响和变化，进而影响到我们的文化，以至于文明。

作为一档上海地区最早开播、最具影响的大型财经访谈节目，《财富人生》一直关注着社会经济的发展，关注着社会经济中人的变化。

尤其是在新媒体蓬勃兴旺、势头强劲的今天，那些极具成长性、富有强大生命力和拥有远大前程，并与大多数人关系密切的新商业模式，我们将予以关注、跟踪和研读。

因为这是媒体的责任，这是传媒人的责任。

无论是见证企业和企业家的成长，还是彰显人性的力量；对我们来说，这还只是事情的一个方面。

我觉得，更为重要的是，我们要与其共同前行；与他们同命运，共呼吸。

惟有这样，我们的节目才能紧贴人生，才能真切地感知时代和社会，才能一路歌声。

好雨是慷慨的，大地是无私的；关键在于自己。

但愿那时的你、我、他，都不是一颗干瘪的种子，会在雨中再发芽、开花…… 陆炯 《财富人生》

制作人 2010年7月16日

<<20位成功淘宝卖家>>

媒体关注与评论

一个有理想的人和一个有理想的企业，都有一个不屈的灵魂。

“阿里巴巴”为青年人开了一扇门，这扇门可能很小，但穿过这扇门，前面就是光明的坦途，要坚定不移地走过去。

——摘自新华网《理想的共鸣——温家宝总理考察阿里巴巴侧记》 请总理放心电子商务，阿里巴巴是一家拥有理想主义的公司。

我们感恩这个时代给了我们这样的机会，为几千万甚至上亿人提供服务：也请总理对80后、90后的年轻人放心，我觉得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。

——阿里巴巴集团主席马云

<<20位成功淘宝卖家>>

编辑推荐

陆炯主编的《20位成功淘宝卖家》记录了20位淘宝卖家成功背后的心路历程。

本书展现20位淘宝卖家的网络财富传奇。

展现他们在互联网、在淘宝商城、在淘品牌这一平台上的财富人生。

这一片神奇的土地，不仅是草根们的美丽天空，同样也是成功人士打造品牌的好舞台。

<<20位成功淘宝卖家>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>