

天猫原创品牌发展现状及策略研究

■姚沈晗 南京财经大学营销与物流管理学院

摘要:天猫原创品牌作为电子商务发展的产物,以其独特性逐渐受到人们的关注,但其能否健康发展受到各方面因素的影响。本文分析了天猫原创品牌的发展现状,同时为天猫原创品牌的进一步发展提供策略。

关键词:天猫原创品牌;策略

随着互联网的发展及普及,电子商务已经成为我国重要的商业形式之一。天猫通过为中小企业提供网络销售平台,逐渐成为我国电子商务中知名度较高的网站之一。特别是去年“双十一”的促销活动中,350亿的成交额引起了我国学者的普遍关注。在其成交额中占大比重的“天猫原创”也因此被众多学者研究。

天猫商城官方对“天猫原创”的解释是:“在天猫平台上诞生成长的年轻品牌,这些年轻品牌气质非凡,他们是各个领域的佼佼者。”电子商务的迅速发展为天猫原创品牌提供了较好的机会,但是如何在激烈的市场竞争中获得一席之地,对于这些原创品牌来说还是一件困难的事情。因此本文从天猫原创品牌的发展现状研究中分析天猫原创品牌的优势和劣势,最终为天猫原创品牌的进一步发展提供策略。

一、天猫原创品牌的发展现状

电子商务的繁荣发展为天猫原创品牌提供较好的发展时机,中国电子商务研究中心发布的《2013年度电子商务/互联网金融系列研究报告》中指出,截止到2013年6月,全国电子商务交易额达4.35万亿元,同比增长24.3%;同时中国互联网络信息中心发布的《第33次中国互联网络发展状况统计报告》中也指出,截止到2013年底,中国网络购物用户规模达3.02亿人,使用率达到48.9%。从以上数据可以看出,电子商务已经成为我国经济发展的重要组成部分,同时为天猫原创品牌的发展提供了较好的环境。其次随着网络消费者人群的不断壮大,年轻一代的消费群体开始同时关注到价格和质量这两个方面,与淘宝网的个人店铺相比,天猫原创品牌在质量较有优势。最后与传统品牌相比,天猫原创品牌可以为消费者提供个性化的服务,可以根据市场的变化及时做出调整,从而满足消费者的需求,这同时也为品牌的发展提供的一定的保障。

但是,天猫原创品牌的发展并不是如此乐观,在看到其发展的优势的同时不得不关注其发展所存在的问题,这主要体现在原创品牌企业的资金短缺、规模较小,缺乏先进的管理方法和巨大的竞争压力上。企业为了丰富自身网店的商品,满足更多的消费人群,往往需要投入较多的资金以便充实其上架商品,同时品牌建设和推广过程也需要较多的资金投入,这使得大多数的原创品牌企业遇到资金短缺的问题。其次,原创品牌企业往往以中小企业为主,它们的创始人往往缺乏管理能力,对于公司管理、员工管理等方面缺乏经验,从而在品牌建设的过程中遇到较大的难题。

天猫原创品牌在今后发展过程中拥有着巨大的挑战,电子商务企业的竞争不断加强,特别是天猫原创品牌数量的不断增加。如何从同类竞争者中脱颖而出,拥有稳定的消费群体,成为每个原创品牌急需思考的问题。其次线下品牌渐渐向线上发展,它们以其品牌知名度,拥有较为稳定的消费群体。如何通过品牌建设,使得与线下品牌的竞争中得到消费者的青睐,也是天猫原创品牌需要关注的问题。

二、天猫原创品牌的发展策略

1. 确定独特的市场定位

随着经济的迅速发展,生活水平的不断提高,人们面对产品的

个性化需求也不断提升。因此创造属于自己的品牌特色是原创品牌在同质化程度越来越高的市场上的一把利器。这就要求天猫原创品牌根据自身产品的特色和目标群体的特点确定自身独特的市场定位,从而满足消费者不断深入的个性化需求。

2. 加强品牌推广,提高品牌知名度

网络原创品牌企业可以通过各种品牌推广活动如虚拟社区互动、网络广告、促销活动等加强与消费者之间的联系。一方面这些推广活动可以获取消费者需求变化的相关信息,为企业产品更新提供信息来源。另一方面通过与消费者之间的互动吸引目标群体及潜在目标群体的关注。从而保持稳定的消费群体,获得较高的品牌知名度。

3. 加快产品更新速度,缩短上架周期

网络消费群体往往追求新鲜,他们对于产品更新要求较高,因此原创品牌应不断的上架新产品从而保持消费群体对本品牌的新鲜感,同时企业可以采取少量多次上架新产品取代一次大量上架,有效的缩短上架周期,吸引消费者的持续关注,保持网站流量的稳定增长。

4. 加强企业内部管理建设

目前大多数的天猫原创品牌还处于品牌建设的初始阶段,对于企业管理、人员管理等方面的认识还不够完善。企业将大量的精力关注在产品本身,而对于企业自身的管理缺乏重视,因此天猫原创品牌的发展需要企业培养一批专业的企业管理人员,对企业财务、人员、采购等方面提供科学的管理方法,为品牌的健康发展提供保障。

5. 在突出价格优势的同时提高产品质量

我国电子商务其产品质量方面的缺陷逐渐突出,消费者对于产品质量的不信任程度较高。因此天猫原创品牌在自身发展的过程中一方面要突出自身的价格优势,从而逐渐被大众群体所接受。另一方面需要更加关注产品质量,以便提高消费者满意度,获得品牌忠诚。

三、结束语

综上所述,天猫原创品牌作为电子商务发展的产物,以其独特性占据着一定的市场份额,得到了电子商务各方面的关注。但是不论是在自身建设过程中,还是所处的环境都对其能否健康发展提出了挑战。因此天猫原创品牌必须找准自己的市场地位,不断加强品牌推广,缩短产品上架周期,加强自身企业管理,为消费者提供质优价廉的产品能够在激烈的市场竞争中获取更大的发展空间。

参考文献:

- [1]盘娟梅.网络原创设计服饰品牌如何商机无限[J].中国商贸.2010(17):46-47.
- [2]中国电子商务研究中心.关于编制2013年度电子商务/互联网金融系列研究报告的通知[EB/OL].http://b2b.toocle.com/zt/2013bgdzh/.
- [3]中国互联网络信息中心.第33次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL].http://www.cnnic.net.cn/hlwzfzyj/hlwxbzg/hlwjtjbg/201301/t20130115_38508.htm.

天猫原创品牌发展现状及策略研究

作者: [姚沈晗](#)
作者单位: [南京财经大学营销与物流管理学院](#)
刊名: [商场现代化](#)
英文刊名: [Market Modernization](#)
年, 卷(期): 2014(3)

本文链接: http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_scxdh201403032.aspx