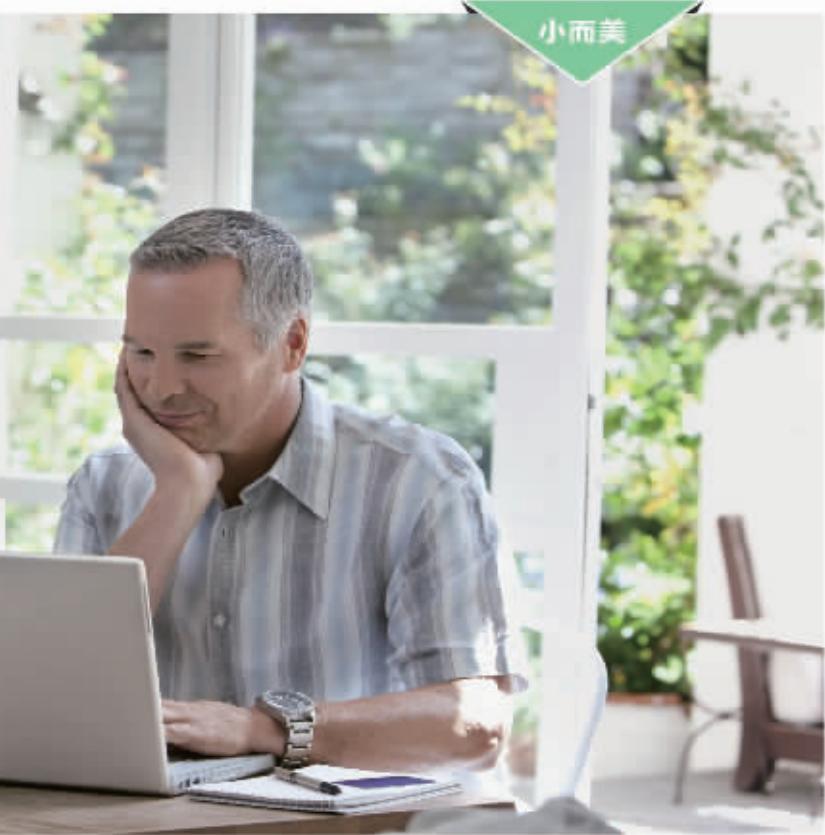


老外也开淘宝店 小而美分享无国界

“全世界都有淘宝店主”可不是一句玩笑话。淘宝网上，在中国的老外店主、在世界各地的华人店主，已经非常普遍。

两个有着中国糖葫芦内心的男人开心地做着童装品牌，一位美国 Geek 青年开张了自己的甜品店，一位 85 后中国女孩在纽约的自家厨房里开始创立自己的原创品牌，一位远在世界尽头挪威的妈妈设计师，把对挪威的印象收进了一针一线里……

这些独具个性的小而美店铺们，关心的可不是“西风东渐、东风西渐”之类的大命题，他们只是通过淘宝这个平台，和顾客们分享自己创造的美丽小世界。



法式“糖葫芦”：当老外遇到胡同文化

一件围兜叫“唏哩呼噜”，表面细心地贴了一块橙色小圆巾，可以擦嘴。可爱的樱花状安抚巾，纯棉的蓝花布看起来温柔又安静，还有一个直接的名字叫做“摸一摸”……如果说这些灵动和地道中国味的童装是由两个法国人设计的，你会不会吃惊地不敢相信？

“糖葫芦非常北京，它给我的印象就是我的北京生活。”用创始人之一，Amelie 自己的话来讲，“Tang’ Roulou” 糖葫芦 (<http://tangroulou.taobao.com/>) 是一个诞生在中国，充满中国元素的法国品牌，每一件作品都包含了设计师对胡同文化满满的爱意。

在创立 Tang’ Roulou 之前，两位主创一个做策展一个做出版行业，都不是设计师出身，“我们实际上并没有考察童装这方面的潮流，只是在中国随性地旅游，找找新布料，尽可能地从我们看到的事物上寻找灵感。”另一位创始人 Pierre-Yves 说：“东方文化真的很丰富，那些灵感就在马路边上等着我们。”

在实体店销售之后，Amelie 和 Pierre-Yves 又将它搬上了淘宝网——这或许可以看作是她们又一个特别中国的举动。一位买家妈妈这样评价：“外国设计师更考虑衣服的功能性，活动性很好，能做孩子的日常穿着，很自然，不突兀。”最重要的是，糖葫芦赢得了小顾客们的高度认同：“宝宝一岁三个月，看到后要求穿上，不肯脱了”“这几天天天穿，一听见我们拿出这件小绿衣就笑”……

热卖推荐



Tang'Roulou 婴儿围兜
淘宝价：RMB 210



Tang'Roulou 樱花安抚巾
淘宝价：RMB 180

一块会编程的美国派在中国

把斯坦福计算机系和淘宝烘焙店这两个风马牛不相及的词组放在一起，听起来充满了超现实意味。而一位美国小伙，将它变成了非常顺理成章的现实。

Mark Huetsch 毕业于斯坦福计算机系，从小学习西点烘焙的他，2009 年和北京女孩王惊共同创立了一家淘宝网上的甜品店“派悦坊” (<http://piehouse.taobao.com/>)。“我们爱甜品，因为它能让我开心。派悦坊希望客户在享受甜品的同时，收获更多乐趣……我们会坚持让乐趣来主导我们的创意产品和服务，带给每一位顾客最好的甜蜜体验。”在派悦坊的店铺简介中，派悦坊创始人 Mark Huetsch 这样写到。

创立之初，凭借口味纯正、用料天然扎实的美国派，派悦坊迅速获得了吃货们的认可。不过，一位美国 GEEK 的探索精神可不止于此。除了最传统纯正的甜品之外，Mark Huetsch 还希望用创意和科学的设计灵感，制作梦想中的西式甜品，并且不断地将纽约最新流行的甜品带到中国。

2010 年，派悦坊推出风行纽约的夹馅儿纸杯蛋糕派；2011 年，派悦坊将纽约甜品界的传奇“红丝绒蛋糕”带来中国，并凭借一系列创新产品，获得 TIMEOUT 中文版“年度推荐甜品屋”大奖，红丝绒蛋糕也成为店铺内最受喜爱的蛋糕品种。2012 年，派悦坊还把送货范围从北京扩展到上海，相信 Mark Huetsch 和王惊会把来自纽约的甜品分享到中国更多的地方。

热卖推荐



派悦坊招牌大都会红丝绒蛋糕
淘宝价：RMB 99-699



派悦坊夹心纸杯蛋糕
淘宝价：RMB 25

纽约厨房里起家的Babyghost

淘宝网上既有在中国开店的老外，更有身在国外的中国设计师们。被自己戏称为厨房起家的 Babyghost (<http://babyghost.taobao.com/>)，不是食物，而是淘宝网上炙手可热的独立女装品牌，并且深受刘雯、雎晓雯等名模喜爱。

Babyghost 的风格很街头很随意，可穿性很强，不是奇装异服，却让人找到自己的个性。

“当时的条件有限，我们还没有这个工作室，没有场地，而是在自己的厨房里开始的。”Babyghost 就这样由一位 85 后中国女孩黄悄然和合作伙伴 Joshua 在纽约的白家厨房里起家。

黄悄然毕业于东华大学时装设计专业，后赴纽约 PARSONS 艺术设计学院学习，有着知名服装品牌的实习和工作经验。虽然远在纽约打拼，然而成立独立品牌的起步，却是从淘宝网开始。

“在品牌设计刚起步的时候，淘宝网这个已经很完善的现有平台对我们非常重要，没有地域的限制、时差的限制，销售起来会容易很多，所以我们在淘宝网设立了网店。”

她直言，顾客们的反馈是令她最开心的事情。“拿到我们服装的客户都很满意，反馈给我们很高的评价，还有很多客户会把穿我们服装的照片发布在网上，对我来说，她们能喜欢我们的服装就是我最开心的事，我相信任何设计师都是如此吧！”

热卖推荐



独特修身短上衣（名媛对麦同款）
淘宝价：RMB 439



独特修身长袖短上衣
淘宝价：RMB 269

*免责声明：本栏内所有提到的淘宝价仅供参考，实际价格均以淘宝网当天搜索价格为准。

双十二 小既是美，感谢有你！

2012 年 12 月 13 日，淘宝网宣布，在刚刚结束的“12.12，不一样的淘宝”活动中，有超过 1.5 亿的买家和商家互动。在此双 12 活动期间，淘宝网远超去年双 12 的巨量交易额中，有 80% 来自草根和个体的中小店铺。截止整个“双十二”预热期，消费者求优惠数达 1403 万，而商家做出响应的优惠商品数达 1200 万，有 110 万商家报名参与；而在 12.12 当天，淘宝上用于买卖家沟通联系的阿里旺旺登录数更是创下历史新高。

这次双十二活动，淘宝网主要以商家自主发动和组织的活动为主，以百万商家自主策划、相互联合、以差异化的服务来赢得客户，以消费者和商家之间的互动为主要形式，是中国零售史上参与度最为广泛的一次平台化营销。它最终确立了一个结果，在未来的零售商业模式中，“小而美”型店铺将依赖个性活力、真诚服务占据主要位置。

正如期间淘宝推出的“淘宝时光机”一样，这场亿万用户与百万商家的亲密互动，集中展示了电商从一种尝试性的先锋行为，历经十年发展，已经成为主流普世的社会商业形态，而“淘宝，是一种

生活”的理念，得到了一次彻底的印证体现。

淘宝网总裁助理表示，“双十二”是中国购物方式从 B2C 到 C2B 转变的一次大胆尝试，我们欣喜得看到以“小而美”为代表的商家群体正在学会直接面对消费者的需求做出反应，卖家自己的努力、创意、独特的商品成为核心，“我们为网商们改变而骄傲。”

此前有分析指出，未来几年，在线零售业将在中国经济总量中将会占有越来越大的比重，而在这场空间和总量巨大的增长过程中，双 12 所验证出来的“小而美”趋势将会大行其道。

善诚说：“淘宝网从来都是小而美的。小而美，拼的是价值，不是价格，简而言之，就是会有一批特定的客户愿意追着你，不管你是卖商品，还是提供服务。”淘宝网表示，与传统商家比，网商都是小的。小是特色，小是专注。小是让每个消费者感受到不一样。

按照阿里巴巴集团的规划，在未来三年间，阿里集团将会集中资源推动“双百万战略”，即在淘宝平台上，打造出至少 100 万个年销售额突破 100 万元的小而美型店铺。

