



不过,从打动到养成习惯,不仅仅是因为拼多多抓住了齐宇新对价格的敏感点,还抓住了和齐宇新一样的北漂一族对品牌与品质的诉求。“价格是一方面,但我并不想因为价格购买不知名的小品牌、杂牌。”她以洗衣液为例,一直在用蓝月亮、威露士,虽然比杂牌洗衣液贵很多,但品牌能带来安全感,而且挑着带有“百亿补贴”字样的单品下单,反而省了不少。

给新房装修的半年里,齐宇新就像蚂蚁搬家一样从拼多多上买到了品牌卫浴、厨具等。如今,就连护肤品、美妆品以及3C数码,她都相信拼多多能“照单全收”。

说得更直白一些,他们需要在有限的消费能力之内,购买到有品牌、有品质的商品,而力推“百亿补贴”的拼多多恰好能同时满足上述需求。范日召解释称,北京市场的用户消费能力较强,

对商品和服务的要求较高,代表了一线城市消费者的普遍需求。其实,一二线城市用户选择拼多多是因为在平台上切实感受到了性价比。不管是“百亿补贴”中的苹果手机、戴森吹风机,还是水果农货,甚至只是日用品。

拼多多董事长黄峥多次在电话会上表示,“百亿补贴并不是一时的,将作为一种长期策略”。今年1月,第三方数据研究团队“超对称技术”发布的一份关于拼多多百亿补贴的数据报告显示,2019年四季度,拼多多为百亿补贴投入的补贴额达到50亿元左右,平均每件商品的补贴率约为15%。

对于从电商巨头把持十余年的互联网江湖里厮杀出来的拼多多,早已不像当年那样粗犷,无论是品类还是品牌都越发“精致”,并迅速扩充着商品阵营。

## · 比自己更了解自己 ·

齐宇新觉得,自己现在比以前活得更“自我”了,敢于表明真实诉求,并适度表达以自我为中心的小心思。其实,近几年,电商平台一直尝试去中心化的可行性,将千人千面挂在嘴边,力求为消费者实现定制化的服务。落在拼多多上,范日召强调,一线城市和其他城市消费者对具体商品的需求有所差异,拼多多平台的大数据系统会及时发现消费者的需求,并针对需求去丰富消费者需要的商品。

“希望电商能比我自己还懂我,清楚心之所想。”说起细化到具体案例,齐宇新称,新家装修时,不但第一时间找到了下水管道、除味剂、密封胶,还通过拼多多的各种关联推荐买到了门缝挡风条、防撞硅胶贴等她原本不认识的小物件。拼多多的确让齐宇新用更少的钱解决了眼前焦头烂额的大事情。

齐宇新也因此对拼多多乃至整个电商有了改观:“我要的物质和精神消费,无非就是有人懂我,哪怕这个人平台背后的机器人。如果能以我为中心的感觉,谁都想做个小公主”。在钢筋水泥的城市里,电商似乎比消费者自己更懂消费者,心之所想皆能实现也的确成了习以为常

的事情。

新电商时代,拼多多“以消费者为导向”的企业价值观,主要体现在依靠互联网技术的进步,实现交易成本的降低,让消费者以更低的价格买到商品。无论是一线城市还是其他地区,拼多多以消费者为中心的理念正在逐步改变传统电商的消费模式和习惯。

尤其是拼多多引以为傲的拼购,一度被认为是在电商巨头严防死守之下,依旧能捕捉精准客群的有效工具。范日召认为,拼购是移动社交时代的新消费模式,基于人之间的社交关系促成的交易可以降低交易成本,消费者也可以从购物的过程中得到乐趣。

网络的规模效应在移动互联网时代使得社交裂变更为容易,拼购的规模效应得以成为可能,通过消费者需求的快速集聚形成强大的需求,使得参与的消费者可以用更低的价格买到需要的商品,这和传统电商时代消费者和商家只能一对一地实现交易不同。新电商平台通过新的技术手段帮助消费者集聚大量需求,形成和商家的议价能力,使得消费者享受到更实惠的购物体验。

北京商报记者 赵述评

### 【对话企业家】

拼多多副总裁狄拉克:

## “拼”模式才能聚集供需两端诉求

北京商报:在实现小康之路上,拼多多承担了哪些责任?

狄拉克:个人对小康的理解包括两个方面的认识:一是要“小康”,这主要是经济发展水平的提升和民生的改善;二是要“全面”,这主要是实现全面脱贫,减少城乡贫富差距。拼多多是一个站位消费者的电商平台,向消费者提供高性价比的商品,并让消费者得到实惠。

在产业端,拼多多建立了更高效的“产消”对接体系;在平台端,在商品流模式和分布式AI的支撑下,提高商品供需匹配效率,大幅降低商家的线上经营成本。

在农产品领域,通过“拼”的模式聚集海量需求,并通过农货智能处理系统等技术应用,将农户的供给和用户的需求进行精准匹配。

北京商报:疫情之后,拼多多面临哪些危与机?尤其是拼多多在北京市场,发生了怎样的变化?

狄拉克:今年疫情发生以来,拼多多积极响

应习近平总书记“保供无忧”的指示,为保障消费者的“米袋子”“菜篮子”贡献微薄之力。2020年2月,拼多多上线“抗疫助农”专区,投入5亿元农产品物流专项补贴。2月以来,平台连续举办160场县长市长直播助农活动,卖出17.4亿斤农副产品。

得益于疫情推动的线上线下更深的融合,更多的北京消费者成为拼多多用户。目前,平台一二线城市用户占比接近一半,以北京为代表的一线市场用户正越来越多地将拼多多作为网络首选购物平台。今年一季度以来,北京地区新增用户数量同比增长46%。

北京商报:您认为现阶段消费市场,拼多多首先要满足消费者的哪些诉求?

狄拉克:拼多多希望满足中国最广大消费者的需求。拼多多通过创新的拼团模式、百亿补贴、分布式AI精准匹配需求和供给等各种手段,降低生产和流通的成本,目的就是为了向所有消费者提供更具性价比的商品。

## 拼多多和电商蝶变

2015年9月  
拼多多正式上线



2016年12月  
《中华人民共和国电子商务法(草案)》在第十二届全国人大常委会第二十五次会议上进行了首次审议

2018年7月  
拼多多登陆美国资本市场,在当时创下了中国企业最快上市纪录

2018年8月  
《中华人民共和国电子商务法》颁布



2019年1月  
《中华人民共和国电子商务法》正式实施

2020年1月  
中国与五大洲的22个国家建立了双边电子商务合作机制

2020年7月  
拼多多市值突破1000亿美元



2020年1月  
国家统计局数据显示,2019年全国网上零售额106324亿元

2019年  
实物商品网上零售额  
85239亿元  
增长19.5%

71751 2017年  
90065 2018年  
106324 2019年  
(单位:亿元)

吃增长30.9%  
穿增长15.4%  
用增长19.8%

