

# 莆田寄斯洛伐克COD快递 电商快递小包物流 一件代发

产品名称	莆田寄斯洛伐克COD快递 电商快递小包物流 一件代发
公司名称	深圳森鸿国际物流有限公司
价格	15.00/KG
规格参数	品牌:斯洛伐克COD物流 主营业务:斯洛伐克跨境电商小包 服务:代收货款一件代发双清包税
公司地址	深圳市宝安区沙井街道马安山社区鞍胜路35号一层-东(注册地址)
联系电话	19079896087 19079896087

## 产品详情

### 流量焦虑

打江山容易，守江山难，流量见顶之后，获得新用户的成本更高，而各大平台之间对新用户的争夺战也更加激烈。

即使很清楚高增长已经一去不复回，必须将重心放在未来，但拼多多的流量焦虑，还是难以掩饰。

多多视频可以反映这一点。和其他[电商平台](#)

相比，拼多多2月将多多视频放到APP一级入口，时机已经算晚，其短视频模式，非常类似于抖音

。

用补贴拉长用户的观看时间，吸引其他平台的KOL入驻，用利益引诱简单粗暴，确实在短时间内招

来了很多其他平台的达人，也让用户注意到这一功能，但很快多多视频的不成熟也暴露了出来。

比如之前有媒体

报道的，为了获得补贴，假冒KOL入驻、搬运现象泛滥，导致短视频的质量不高，原创环境不友好，加大了公关风险。

还有，短视频的补贴机制过于老套，没有创新，在以购物为主业务的情况下，很难长期培养出用户习惯。

另外，拼多多的流量分发逻辑是基于商品，很难像短视频平台一样积累起粉丝，再加上平台上的商品普遍利润较低，通过直播短视频带货的分佣并不高。

从长远来看，拼多多要通过短视频或者直播的这种模式，来留住老用户、吸引新用户，并不乐观。目前多多视频，仅仅能做到的是减少用户流失。

拼多多对流量的焦虑，在自己并不擅长的短视频领域已经开始了探索。除了整体环境之外，拼多多的流量之急，也源于竞争对手。

在电商领域，传统电商巨头淘宝和京东，是拼多多面前的两座大山，更不用说还有抖音、快手等新兴电商，以及一些垂直领域的中小平台。

在下沉市场，拼多多是当之无愧的，而借此崛起的拼多多，也让巨头们看到了下沉市场这一新的流量池，阿里的淘特，京东的京喜，下沉市场新用户的增长都非常迅猛突出。

此外，抖音和快手通过内容也已经渗透到下沉市场，在它们发展电商业务之后，拼多多守住下沉市

场这一护城河，显得更为紧要。

新的流量变少了，竞争对手却更多了，争夺新用户的难度大大提升，还需要警惕已有的用户被抢走，多方混战，巨头围剿，防守的拼多多压力更大。

红利到顶后的流量焦虑，带给拼多多艰巨的挑战。好在拼多多的基本盘够大，改变也已经开始，野蛮生长的时代结束后，拼多多也是时候接受服务、运营、创新能力等新的考验了。