

社交电商商业模式创新案例分享（一）：拼多多

产品名称	社交电商商业模式创新案例分享（一）：拼多多
公司名称	东莞市数云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋501室02
联系电话	18002820787 18002820787

产品详情

——拼团型社交电商（拼多多）——

拼多多成立于2015年9月，是一家专注于C2B拼团的第三方社交电商平台。用户通过发起和朋友、家人、邻居等的拼团，可以以更低的价格，拼团购买优质商品。其中，通过沟通分享形成的社交理念，形成了拼多多独特的新社交电商思维。拼多多作为2018中国网上零售B2C业界代表之一，其月GMV已破100亿元大关，日前已经成功登陆纳斯达克，一跃成为国内第七大互联网公司。

拼多多创始团队从2007年起就涉足电商领域。先后创立了母婴食品领域*大的代运营公司和具有卓越研发实力的游戏公司，为好奇、贝亲、安满、中粮等品牌提供全渠道电商运营服务。在创立拼多多之前，集团已经有近2000名员工，在北京、上海、广州、深圳、浙江、江苏、香港、美国、新加坡等地均设有分公司。拼多多所属集团现有员工5000余人，核心团队来自谷歌、微软、雅虎、百度、阿里巴巴、腾讯等知名互联网高科技公司。

拼多多的核心竞争力是依靠微信整个生态，以“爆款低价”的商品和创新的拼团模式，促使用户自发在微信上分享凑单，产生大量的拼单用户和订单后迅速聚合，形成流量入口的主要来源。该独特的流量优势成为拼多多迅速崛起的根本原因，同时为品牌快速成交提供了有效的平台和人群，实现C2B高效收益转化。

——拼多多核心特色——

1、赋能商户，服务升级：

拼多多自成立以来，一直致力于将社交行为和购物行为有机整合在一起，基于社交的元素，让用户在逛的过程中，获得和朋友在一起互动的感受。

2、品牌升级，构建“拼品牌”矩阵：

拼多多将集中资源推动“千亿计划”，即在拼多多平台上，每个行业都能够打造出1~2个年销售额5~10亿的成功案例。未来，拼多多会持续发力平台的品牌升级，提升平台的品牌影响力，将拼多多“多乐趣，多实惠”的品牌形象深入到每一个消费者心中。同时还将加速品牌升级的进程，不仅希望联合品牌商家的力量构建“拼品牌”矩阵，为用户提供更加可靠有趣的购物体验。

3、整合资源，发力内容营销：

拼多多整合App、微信、QQ、微博等多平台资源，重点打造内容营销平台和店铺营销平台，帮助店铺建立用户的关注关系，实现店铺用户的沉淀。另外，拼多多将开放更多数据能力，通过平台内部算法为商户提供一站式数字营销服务，为商家提供了多生态多场景和多种玩法，帮助商户实现精细化的用户运营，从而获得更高品质的人群定向，持续产生

店铺的访问和成交。

4、以C2B模式为产业链赋能投入100亿，“一起拼农货”扶贫助农：

拼多多一方面投入100亿的营销资源，在500个产地严格选品，帮助优秀农货建立商业品牌，并利用平台规模优势整合资源，为产地提供分拣、物流、包材一体化解决方案，并联合第三方共同投资薄弱环节。另一方面，拼多多还将新培育1万新农人，通过这些更年轻的商业组织，带动更多产地建起标准、品牌。从爆款频出的“拼工厂”到与精准扶贫紧密对接的“拼农货”，拼多多以C2B模式为产业链赋能，为更多工厂、农户连接平台上的3亿用户，实现田间直发餐桌，降低了中间流通成本，*短的流程中保证货品的新鲜，解决农业供应链的货源与交付难题。

5、拼多多迅速获取用户的关键是社交和低价：

拼多多让价格低得有些不常理的商品，通过用户分享、拼团在微信里自发传播。这一模式从商家角度而言，超低价商品利润空间仅有1~2块钱，甚至完全没有利润，但可以做引流款——贪便宜的用户会被超低价吸引过来，虽然用户未必真买，但却有极大可能性购买页面中，推荐该商家店铺的相关或类似商品。这样做商家可以不需要太大的投入，就能获得不错的收益。从代理运营商家角度而言，通过代理运营商家客服、CPC运营优化、拼团运营、美图优化、营销策划、自媒体运营等服务赚取交易佣金。从买家角度而言，无论是发起拼团，还是参与拼团，买家都会享受到价格相对较低的商品，满足消费欲望的心理作用。

6、具有代表性的流量入口在哪？

在拼多多流量入口有很多，分为站内流量和站外流量，之后又分为免费流量和付费流量，而“限时秒杀”功能，是拼多多App流量的*大入口，其作用如下：短时间内获得积累一批基础销量（含评价），快速达到*低的活动销量门槛，利用低价优势能迅速占位活动资源。通过寻找巨大让利空间和*短亏损时间的**平衡点，获得*快的销量增长。

拼多多模式存在的问题：由于低价爆款的策略驱动，拼多多平台上出现了很多以次充好的商品，导致用户投诉率，退换货率相对较高，上市之后仍被假货风波困扰，拭待解决。