



45亿元补贴加码“五五购物节” 拼多多携手新老品牌立足上海、辐射全国

1 支持“首发经济”，提升优质供给

早在2018年5月，上海就提出全力打造“全球新品首发地”的城市定位。进入2024年，上海首发经济的规模和质量更是远超往年。

在27日的启动仪式上，上海发布了商旅文体展联动政策、上海市深入推进提升支付便利度举措和消费品以旧换新政策，将进一步突出商旅文体展共联、商品和服务共促、品牌和场景共融，推出多场特色主题活动。

据悉，27日晚上，拼多多携手中央广播电视总台落地了一场主题为“拼在上海 乐享生活”的百亿补贴专场带货直播。在三小时的直播中，平台重磅补贴的国际大牌、“沪牌”老

字号、潮流新品牌等品质好物也吸引了广泛关注。一些品牌甚至在“五五购物节”预热阶段就迎来了线上消费的“开门红”。

比如，家喻户晓的品牌伊利就吃到了首波红利。4月25日，伊利冷饮与拼多多联合打造的“甄稀超级品牌日”活动迎来爆发，通过站内站外联动、多渠道引流造势，店铺单日销售额较日常增长了10倍以上，首次突破百万元大关。

伊利液奶则准备在“五五”期间聚焦当下潮流消费趋势，推出如优酸乳线条小狗、畅意草莓熊、伊利纯牛奶迪士尼公主装、QQ星味可滋唐老鸭等系列IP联名新品，

希望通过IP自带属性与粉丝黏性搭建起与消费者沟通的桥梁，给拼多多用户带来更高的情绪价值。

为了让消费者更经济地实现消费升级，拼多多今年创纪录地投入共计45亿元消费补贴。近三年来，拼多多已累计为“五五购物节”投入消费补贴逾120亿元。

与此同时，平台还在“五五购物节”活动专区搭建了“上海制造一起拼”“上海好农货”“丝路云品”“对口帮扶好货”“绿色健康消费”等主题楼层，旨在推动更多海内外优质产品对接中国消费市场，提升优质供给的丰富性。

2 助力“沪字号”走出上海

作为全国首个大规模综合性消费节庆活动，“五五购物节”已是加强海内外品牌宣传推介的重要窗口。拼多多作为连接消费者与生产制造源头的桥梁，在联动线上线下、“沪里沪外”消费方面发挥着重要力量。

为了助力打响“首发上海”品牌，拼多多首次在“五五购物节”期间推出“新品首发季”活动，覆盖家电、美妆、运动、文具、食品等类目。

山林食品是上海老牌熟食品品牌，此前一直以线下业务为主，且业务集中在上海地区。直到去年下半年，山林食品开始布局线上，借助拼多多平台“出海”。随着上海进入“五五时间”，线上线下预热活动开启，近一周，拼多多山林大红食品旗舰店销

售额实现了翻倍增长。

在百亿补贴专场带货直播中，山林食品上线了一款线下同款大红肠，人气很高。山林食品电商总经理蒋诗源表示，“我们希望通过参加‘五五购物节’，让新上海人、更多年轻人都能知道并了解我们的商品，让更多人尝试山林大红的产品，促进销售，带动品牌发展。”

上海老牌化工日用品生产商立白，今年首次参与平台的“五五购物节”活动，准备了粉、精、皂、液、珠、助洗六大品类充足的货品系列宽度，以及爆品立白大师香氛系列专供规格、专供香型、立白内衣洗专供香型等产品助力提升货品高度，还提前备货入仓、沟通联系物流，确保库存充足、发

货及时迅速，为广大消费者提供优质服务。

立白电商总经理郑殷宁表示，“每届五五消费季活动内容不断创新与丰富，不仅持续吸引上海消费者的目光，辐射周边区域关注，更有助于引领消费潮流，助力消费升级，促进区域增长，对我们品牌声量、份额增长带来了良性的作用。”

高质量消费是拼多多今年的重点工作之一。此前，拼多多集团联席CEO赵佳臻表示，“2024年是消费促进年，我们将继续从服务消费者需求出发，丰富商品种类和服务形态，改善质价比，优化购物体验，加强用户活跃度，为认真做生意的优质商家提供更多被消费者看见和认可的机会，巩固平台生态的正向循环。”

3 首次打造“新品首发”季

事实上，随着近年来大批品牌陆续入驻拼多多，并且都在平台上获得了明显增长，拼多多逐渐成为国内外品牌开展新品首发、首秀、首展的首选平台。

小米作为全球领先的智能手机品牌之一，与拼多多一起参与到“五五购物节”活动中。小米中国区电商部总经理于澎表示，“‘五五’期间，小米将在拼多多平台同步首发包括双出风柜机空调、超大尺寸电视、超薄嵌入式多门法式冰箱等在内的科技好物，非常期待让更多人看到焕然一新的小米大家电品类。”

全球最大的文具制造商之一、上海本土企业晨光文具，一直与拼多多保持着密切合

作。在百亿补贴专场带货直播中，晨光上架了两款产品：一款是能代表其在书写工具上优势和实力的刷题七支笔组合套装，另一款是经典畅销的晨光多功能复印纸。

“公司今年计划上线十几款新品，包括孔庙祈福系列考试套装、金榜题名系列考试套装等，这些产品不仅在功能上满足消费需求，同时还向考生们提供更多情绪价值，为莘莘学子送上美好的祝福。”晨光线上业务总经理江巍表示。

有着93年历史的经典上海美妆品牌百雀羚，近年来持续发力线上。去年，百雀羚在拼多多保持持续增长，产品覆盖全国更多区域。

今年的“五五购物节”，百雀羚非常重视。其为拼多多平台消费者专门定制研发的“多效紧致”抗老系列产品已于4月上线，未来两个月还将陆续推出主打舒缓、补水、保湿的“舒缓沁润”系列产品，为平台消费者持续让利，力求亮眼的消费表现。

据悉，未来两个月内，心相印、匹克、特步、361°、酵色等品牌还将在拼多多平台集中开展新品首发活动。据项目负责人介绍，平台不仅要为消费者提供品质好物，还要让大家从购买中获得价值感和幸福感，“我们将针对首发新品倾斜百亿补贴等扶持资源，增加对优质商品的曝光，打造新颖、多元、健康的消费体验。”

“今年拼多多将投入共计45亿元消费补贴，助力五五购物节促消费活动。上海地区用户进入专区即可领取各类补贴券。”4月27日，在商务部、中央广播电视总台、上海市人民政府共同举办的2024国际消费季暨第五届上海“五五购物节”启动仪式上，拼多多联合创始人范洁真揭晓了为这场年度消费节庆准备的“用户回馈大礼包”。

“五五购物节”是上海增强消费市场回升势头、打造国际消费城市的标志性活动。作为上海本土成长的新电商平台，拼多多已连续五年积极参与，投入力度逐年递增。

为助力“五五购物节”出圈，让“沪里沪外”的消费者都能享受品质消费，今年拼多多不仅设立活动专区、联合中央广播电视总台开展专场直播，还推出平台首个“新品首发季”活动，携手家电、美妆、运动、文具、食品等类目知名品牌，着力打造首发经济的平台特色。

“‘五五购物节’不仅是上海的，也是全国的。”范洁真表示，“我们希望立足上海、辐射全国，让全国消费者都能参与到这场美好的消费盛宴当中。”