

持续重仓投资产业带 拼多多高质量发展战略进入全面加速阶段

■上海农科院可移动种植架。

11月21日,拼多多发布了截至9月30日的2024第三季度财报:受益于宏观消费的平稳回升,拼多多业绩保持稳健,本季度营收同比增长44%至994亿元,归母净利润同比增长61%至250亿元,但环比有所下滑。

拼多多在财报中表示,三季度中,拼多多一直坚持的高质量发展战略进入全面加速阶段,平台对生态建设的投入进一步加大,先后推出了“百亿减免”“电商西进”“新质商家扶持计划”等多项重磅举措,超过千万商家实现了降本增效,也为广大消费者提供了更加丰富的优质供给。

“过去这个季度,我们推出了一系列减免及扶持的举措,通过真金白银的退返、减免等方式促进商家降本增收,推动产业带迈入高质量发展的新阶段。”拼多多集团执行董事、联席CEO赵佳臻表示,受益于供给侧的坚定投入,平台为广大用户提供了更加丰富的农货、国货及全球好物,进一步满足了广大用户日趋多元化的消费需求。

“正如上个季度所说,我们在本季度加大了生态投资的力度,在供需两侧都收获了积极正向的反馈。”拼多多集团董事长、联席CEO陈磊表示,未来几个季度,公司将继续坚定地执行高质量发展战略,不断完善平台及产业生态,给用户、商家及产业带来更长远的回报。

从“百亿减免”“电商西进”到“高质量发展”,这是一份需要全国视野、着眼长远才能读懂的财报。

■采写:新快报记者 郑志辉
■图片:受访者提供



■花漾为合作品牌设计的化妆刷成品。

借力拼多多,产业带5年走完了40年的路

“中国的刷子看沧州,沧州的刷子看青县”,大大小小的化妆刷工厂在青县星罗棋布,全县44万总人口中有1.6万人从事化妆刷行业,当地化妆刷年产值高达30亿。

今年双十一,当地品牌花漾更再次登上拼多多化妆刷热销品牌第一名。谁能想象,2016年花漾创始人决定转营电商的时候,在当地招聘“美工”时大家甚至不知道美工是什么工种。

从0到“亿”,从三四个人的团队到上百人的“新质供给”,花漾用了5年时间。“当时我们是在平台上做得比较早的化妆刷商家,所以很快就爆出了几个爆品之后,直到现在也在不断丰富产品,每个月都有两款套刷上新。”花漾创始人代士朋介绍说。

电商和商家相互成就,带来显著的成效。代士朋表示:“我们从2016年入驻拼多多,运营到今年,拼多多的销量已经能够占到全渠道的50%左右。”

在山东胶东半岛西部的县级市平度,假睫毛产业可以追溯到40年前,从外贸代工或生产批发起步,逐渐形成了



■开幕式现场。

产业雏形。自2019年开始,在部分拼多多头部商家的带动效应下,假睫毛电商在平度遍地开花,当地产业也迎来发展最为迅猛的5年。

目前平度假睫毛企业已达到3895家,旺季的快递单量日均能达到30万件,从业人员超过6万人,每年生产1.2亿副假睫毛,行业产值超过100亿,成为当地的支柱型产业之一。

当地其中一家头部商家创始人安法

新质商家扶持计划,再助产业带从白牌迈向新质品牌

随着消费者的需求被挖掘,产业带源头厂家的供给不断被发现,中间的平末端也开始发生从追求“量”到追求“质”的转变。

“我们与优质商家伙伴共同成长,一起为平台消费者提供优质的产品和服务,而满意的消费者又能为整体生态带来源源不断的动力。这是我们长期健康发展的关键。”在此前的财报电话会上,拼多多集团执行董事、联席CEO赵佳臻曾提到。

三季度,拼多多进一步加大了对平台生态的投入,先后推出了“百亿减免”“电商西进”“新质商家扶持计划”等一系列举措,推出了多项服务费退返权益,下

调了先用后付服务费、商家的店铺保证金以及提现门槛,全方位降低商家的经营成本,很多农货、国货商家仅推广服务费的退返,每年就能节省数十万元,为商家及产业带的转型升级创造了活力和空间。

目前,“新质商家扶持计划”已深入沧州美妆刷、慈溪小家电、平度假睫毛、东海穿戴甲等数十个产业带,依托平台的数字技术助力当地商家从初级加工迈向深度加工,从产业白牌迈向新质品牌,引领产业带加速进入高质量发展。

为了给西部等偏远地区用户带来更多普惠,拼多多还大力推进“电商西进”计划,免除了偏远地区订单的物流中转费,全部由平台承担,大幅降低了商家寄

译认为,以拼多多为代表的新电商,引爆了假睫毛的国内市场,加速了平度假睫毛的发展进程,用了短短四五年的时间就走完了外贸代工四十年的路。

据不完全统计,2018年前后,拼多多的崛起为亳州、沧州、六安、平度、东海等产业带带来了巨大的国内市场,带动产业规模快速扩大,如亳州花草茶、平度假睫毛等产业带从三五百家商家、工厂,迅速膨胀至三五千家。

往偏远地区订单的快递费用,农货生鲜、日用百货等品类的快递费用最高降低了7成左右,西部地区快递订单量环比呈现显著增长,极大地激发了商家开拓西部市场的热情,促进了东西部地区之间的经济活力。

“受益于供给侧的坚定投入,商家有了更多的动力和空间对产品、技术进行创新升级,进一步满足广大用户日益多元化的消费理念。”赵佳臻表示,从消费趋势来看,一二线城市用户买走了更多的新品手机、大牌美妆和健康轻食,满足了个性化消费需求;三四线及县域用户买走了更多的高端家电、母婴用品和水果海鲜,实现了消费升级。

反哺农业,更多农研科技计划持续推进

作为一家起家于农业的平台,拼多多三季度继续加大了回报农业的力度,在农业农研领域进行了多项投入。

9月19日,在丰收节前夕,拼多多携手全国各地17个科技小院的师生代表,向直播观众展示东北沙棘养生茶、广西北海鲜虾酥、四川峨边鲜食笋、云南洱海留香米等近20款农研新成果,累计吸引了1850万网友围观、拼单,实现了农业研究与生产实践、产业发展的无缝对接。

随后,第四届“多多农研科技大赛”决赛如期开幕。在决赛的第一阶段,6支农研团队利用前沿的农业技术,在集装箱里完成了“植物工厂”的创新改造,探索节能、减耗等科学种植的新思路。接下来,

决赛队伍还将进入智能化种植阶段的比赛,继续探索农业种植的前沿技术和场景应用,为农业农研发展注入新活力。

9月26日,由联合国粮农组织发起,拼多多支持的“2024年全球农创客大赛”决赛也接棒开幕,来自全球多个国家的数十位青年农研创业者,集中展示了利用数字化技术解决全球农业难题的创新方案。大赛结束后,拼多多还带领本次获奖的团队参加了联合国粮农组织在罗马主办的2024世界粮食论坛活动,向全球农业从业者推广参赛选手的创新方案。

“过去这个季度,我们在农业农研、生态建设上不断加码,持续反哺社会,反哺农业和产业。”陈磊表示,未来几个季

度,将坚定地进行长期投入,继续重仓“新质供给”“电商西进”等生态建设,推动平台及产业加速迈向高质量发展。



■工人们正在流水线上分拣软枣猕猴桃。