

## 拼多多

创办于2014年，于2018年美国纳斯达克上市，国内新电商开创者，通过社交+电商的模式，以拼着买，才便宜的社交拼团为核心，好货不贵为运营理念，主打百亿补贴、农货上行、产地好货等，为消费者提供补贴折扣品牌商品、原产地农产品、工厂产品等

### 品牌简介

**拼多多优惠券商城，超低价商品火热抢购中，再不抢就来不及了>>**

上海寻梦信息技术有限公司成立于2014年，2015年4月，创办新电商平台拼多多，拼多多现为公司旗下主要产品。目前，拼多多平台已汇聚6.281亿年度活跃买家和510万活跃商户，平台年交易额达人民币11572亿元。

拼多多以开创的社交拼团为核心模式，主打百亿补贴、农货上行、产地好货等，专注于服务中国广大的普通消费者。

拼多多平台以“好货不贵”为运营理念，为消费者提供补贴折扣品牌商品、原产地农产品、工厂产品和新品牌商品等。其中，拼多多开创发起的百亿补贴创造了中国电商行业活动规模和持续时长的新纪录。

拼多多脱胎于农产品电商拼好货。人民网此前发布报告显示，拼多多已经成为中国较大的农产品上行平台。2018年7月，拼多多在美国纳斯达克证券交易所正式挂牌上市。

创立至今，拼多多始终将消费者需求放在首位，通过C2M模式对传统供应链成本进行极致压缩，为消费者提供公平且具有性价比的选择。

通过去中心化的流量分发机制，拼多多大幅降低传统电商的流量成本，并让利于供需两端。基于平台大数据，拼多多根据消费者喜好与需求，帮助工厂实现定制化生产，持续降低采购、生产、物流成本，让“低价高质”商品成为平台主流。2019年，拼多多平台订单包裹数已突破197亿个。

新电商模式所释放的潜力，也为拉动中国内需、推动广大区域消费升级作出了巨大贡献。目前，拼多多平台的商品已覆盖快消、3C、家电、生鲜、家居家装等多个品类，并以持续增长的速度，满足消费者日益多元化的需求。

拼多多将创新的电商模式与扶贫紧密结合，为推动农产品大规模上行提供了有效途径。平台的“拼购”模式能够迅速裂变并聚集消费需求，实现大规模、多对多匹配，将农产品直接从田间送到消费者手中，令中国农业生产与需求离散化的劣势转变为优势。

基于此，拼多多积极响应党中央、国务院关于打赢脱贫攻坚战和实施乡村振兴战略的号召，投入大量资源，深入全国近千农业产地，以市场为导向解决覆盖农产区产销问题，以技术为支撑打造“农货中央处理系统”，创新了以农户为颗粒度的“山村直连小区”模式，为脱贫攻坚贡献积极力量。

基于“最初一公里”直连“最后一公里”的产销模式，拼多多大力培育具备网络营销能力的“新农人”，努力实现应急扶贫与持续造血的融合发展。截至2019年底，拼多多已累积带动86000余名新农人返乡，平台及新农人直连的农业生产者超过1200万人。通过精简农产品供应链，拼多多持续提升留存价值链的附加值，推动生产要素尤其是人才要素实现优化配置，有效激发覆盖产区的内生动力，带动产业下沉。

拼多多立足中国，与中小企业共同成长。平台“拼购”少SKU、高订单、短爆发的模式，不仅能迅速消化工厂产能，还帮助生产厂商通过“现象级”爆款迅速赢得消费者的信任，树立品牌形象。

拼多多通过提供免费流量，大幅降低生产商的营销成本，平台还持续向

有志于打造自主品牌的生产商倾斜资源，助力其转型升级。

创立至今，拼多多平台已催生近千家工厂品牌，并通过C2M模式持续推动多个产业集群的供给侧改革。2017年，拼多多在长三角的19个产业带中，共计扶持18万商家，帮助大量工厂摆脱代工地位，以低成本实现品牌化。2018年12月，拼多多推出了聚焦中国中小微制造企业成长的“新品牌计划”，旨在扶持1000家覆盖各行业的品牌工厂，帮助他们有效触达消费者，以低成本培育品牌。

登陆纳斯达克之后，拼多多正专注于带领平台入驻品牌走向国际，为培育中国品牌、推动中国品牌得到国际认可作出更多贡献。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/pdd-433530.html>