

## 京东百亿补贴给拼多多打了一场免费的广告

京东的百亿补贴和电商行业 38 购物节一道上线，其促销信息都出现在京东手机应用首屏。传闻百亿补贴活动的“买贵双倍赔”机制出现在了 38 购物节。

活动规则体现了京东对补贴投入规模的控制，例如限制企业客户、限制部分活动商品购买数量、结算金额不足 10 万元的需在 10 分钟内支付等。

活动商品价格也反映了京东的谨慎。

根据东方证券研究所对 72 件商品的“抽查”，京东百亿补贴价格占优的只有 14 件，拼多多有 54 件，另有 6 件两家平台同价。



京东优势主要在其核心品类手机通讯上，例如 iPhone 14/Pro 系列、华为 Mate 50 系列等。

但这也是有限优势——它 256GB 版本的 iPhone 14 Pro 一开始比拼多多便宜（6 日晚 9 点，拼多多发券拉平价格），128GB 和 512GB 版本则贵过拼多多。还有比如小米 12s 12G+256GB 黑色版本京东比拼多多贵过 100 元。

不清楚京东以后是否会如此坚决地补贴，但通常电商想靠撒钱改变用户对平台的固有印象，一开始就彻底地撒通常会更有效，尤其当打着竞争对手最被人记得住的标签。

久谦中台的一份纪要显示，拼多多百亿补贴比价系统每日零点全网比价，次日凌晨两点前完成比价并呈现结果，限时秒杀则实时比价，秒杀位置的商品还要做内部赛马、考核销售额。

拼多多发明“百亿补贴”的几年间，阿里和京东先后跟进过，但暂时还

没有哪一家像拼多多那样真把“省”烙身上——  
建立心智以后还能持续低价——它们的百亿补贴更像防守而非进攻。

其实拼多多的百亿补贴到第二年已经不是“真百亿”了，但这又如何呢？竞争对手拿更多的钱，或者砸更少的钱，到最后还是在加强用户对拼多多“省”的认知。

本文链接：<https://dqcm.net/zixun/167817744011282.html>