



拼多多平台商户正在打印客户订单。

“双十一”忙得设备都“冒烟了”

拼多多“激活”国内下沉市场

“我们的机器已经连续72个小时不停运转了，摸摸都烫手，再继续，设备都给冒烟了。”今年双十一，山东济宁一家拼多多母婴专卖店非常火爆，负责人李文彬说，设备远超负荷，人员也在超负荷运转。据悉，该专卖店主打婴儿类湿巾产品，定位下沉市场，双十一订单高达3.7万，一天交易额52万，远超平时。

何为“下沉市场”？今年，乌镇互联网大会上，“下沉市场”成了最热的词汇，而整个2019年都在讨论这事。拼多多、趣头条、快手、轻松筹被称作是下沉市场“四大天王”。2018年，年仅三岁的拼多多赴美上市，让当时在一二线城市打得昏天黑地的两大巨头幡然醒悟。但如何激活下沉市场潜力，才是其中至关重要的因素。

订单是平时三倍，拼多多百亿补贴“撑腰”

今年双十一，各大电商平台依然超越往期的销售额，而且速度越来越快。今年对主打下沉市场的李文彬来说，这个双十一注定是繁忙的。

据介绍，从凌晨开始，该母婴专卖店工厂的订单机就工作不停，一天时间收到下单3.7万个，销售额高达52万。

“订单机因为不停工作，发热比较厉害。”李文彬说，这个双十一的销售额是非常可观的。日常的订单在8000-15000单，销售额在10万到20万元之间。双十一的销量远超平时。

李文彬表示，为了应对暴涨的订单，他有四五个工厂在同步开工。据介绍，工厂满负荷生产在5000到8000件，一次有同时数个工厂同时开工加紧生产，预计两到三天发完全部货物。

今年双十一，拼多多对2万种品类补贴，包括3C类的苹果、华为、小米等，以及大量农产品。

拼多多百亿补贴项目负责

人宗辉表示，百亿补贴不会补贴全品类，补贴选择标准是爆款畅销。补贴农产品的逻辑是，生鲜是高频次消费，有助于留住用户。

宗辉透露，拼多多后台有一个比价小组，重大节假日期间，比价小组24小时在线。若是发现某个商品搜索量提升，小组成员会沟通店小二，店小二再找到商家共同制定补贴策略。补贴部分由拼多多与商家共同承担，拼多多占大头。

“简单粗暴”，真金白银“砸给”用户

“前两天一个好朋友兴奋地打电话给我说，感谢拼多多让我领了200块钱红包。”一天，一位拼多多的员工接到了这样一通电话。连他自己都还不知道，原来自家平台又推出了新的分享活动——天天领现金。

据了解，天天领现金刚推出的时候，几乎没有门槛，只要够人数砍到200元就能领到现金红包。据说有不少人因此薅到了羊毛。这种动动手指就能拿钱的活动，又一次引发全民追捧，短短一周时间，几乎每个

人的手机上每天都会收到无数条好友发来的帮忙领现金的链接。

不得不说拼多多产品部对消费者心理的把握达到了极致。对于薅羊毛这种事，不管你是五环内消费者，还是下沉市场消费者都毫无抵抗力。200块钱对五环内消费者来说，或许是凑热闹的心理，下沉市场或许看中这真金白银，但不管怎么说，这个产品把所有网络用户的热情都调动了起来。

当很多人都在玩砍价的时候，拼多多又裂变出了新的玩法，200元裂变一个新用户，再度拉高了拉新门槛。小玩家玩不起，大玩家又不想玩。如此简单粗暴的拉新，也就只有拼多多能玩转。

连拼多多联合创始人达达都说：“拼多多今年会继续扩大百亿补贴，坚持不让消费者做数学题，简单粗暴直接降价。”

应该说这种活动对下沉市场是极具吸引力的。毕竟白捡200块钱，对于平时省吃俭用的老百姓来说还是能买不少东西。

而事实是，一旦用户在拼多多上有了不错的用户体验后，就会经常在上面买东西。原因就是便宜。

数据调查显示：下沉市场用户空闲时间更多，但整体对价格敏感，虽偶尔表现为购买力较高。因此他们才有更多时间去邀请身边人帮自己砍价。

据QuestMobile《下沉市场报告》显示，截至2019年3月，下沉用户规模超过6亿，占比超过一半，正式成为互联网用户的“多数派”。下沉用户收入水平普遍低于非下沉用户，表现在线上消费能力略低于全体网民，终端价格在200元以下占比也偏高，这导致下沉用户对于现金奖励、价格等非常敏感。

政策红利倾斜，农村百姓与五环白领购物均等

消费市场下沉正在迎来政策红利。今年8月27日，国务院出台20条促进消费的实招，其中包括“加快发展农村流通体系”、“加快连锁便利店发展”等。

2018年，山东城镇化率在61.18%，全国排名第11位。2019年，全省常住、户籍人口城镇化率将分别达到62%左右和51.5%左右。山东省各个地级市都在大力进行城镇化转移，以临沂为例，其2019年城建计划显示，要完成农业转移人口市民化20万人；实施棚户区改造2.1万户，新开工老旧小区改造项目94个。

今年8月份，山东省出台《关于大力拓展消费市场加快塑造内需驱动型经济新优势的意见》中指出，要培育农村消费市场。其中提及，开展新一轮汽车“下乡”行动，有条件的市可对农村居民报废三轮车以及购买3.5吨及以下货车、1.6升及以下排量乘用车给予补贴。支持淄博市、烟台市、潍坊市开展国家城乡高效配送专项行动试点，鼓励电商企业布局建设农村电商配送末端网点，大力发展连锁化品牌化便利店，打通农村消费“最后一公里”（省商务厅牵头负责）等。

近日，商务部国际贸易经济合作研究院发布《下沉市场发展及电商平台价值研究》，报告认为，下沉市场增长并不等于低质低价商品的增长。下沉市场对于品质商品也有巨大需求，低端商品正在逐渐被中端品牌商品取代。

而电商平台的出现，恰恰让消费者变得扁平化，让下沉市场老百姓与五环内消费者一样，能触及到所有的上游商家，大家的

机会是均等的。从网上买衣服、日用品、快消品，不光保真，还经常有优惠，快递还能送到家。

拼多多恰好抓住了这些用户需求。让老百姓享受电商购物的便利，通过百亿补贴、天天领现金等活动把价格拉低，把用户拉进来。从夹缝中，杀出了一条血路。

谁会吃掉下沉市场的蛋糕？

乌镇互联网大会上，达达说：“下沉市场之前是被大家遗忘的市场，下沉市场很多消费者是没有享受到好的商品和服务的。其实传统连锁超市和传统电商平台很早就开始布局了，但没有取得成功，原因就是很多企业还是用圈地的方式去做，这不可取。”

因此，三四五线城市甚至广袤的农村地区正成为新的增量市场。根据QuestMobile发布的《中国移动互联网2018年度大报告》，三四线及以下城市月度活跃设备达到6.18亿，已经超过一二线城市，占整体的54.6%。

谁能把握这部分用户，谁就能拿到更大的增量份额。但是对下沉市场对争夺战才刚刚开始。但是，这个市场并不好打，大平台有更大的话语权，二选一、物流管控都是新兴平台需要攻克的问题。因此达达才会说：“我们认为到了今天，还想走垄断道路，估计已经行不通了，新消费一定会大战新零售。”

《下流社会》一书作者三浦展认为，“下流社会”的消费习惯是并不追求华丽，也不追求特别的设计感，仅仅从合理的角度入手，注重服装的性能，或者说在同等性能下以更便宜的价格提供大量生产的商品。

江湖已变，风云正起。
(齐鲁晚报·齐鲁壹点 任磊磊)



仓库正在紧张备货中。