

# 拼多多：近观中国增长最快的 App<sup>1</sup>

2017年12月9日，猎豹移动公司(Cheetah Mobile)发布了中国电商 App 的排名。淘宝位列榜首。紧随其后的第二名是“拼多多”。

拼多多是中国领先的社交电商，也是中国互联网历史上增长最快的 App。让我们贴近它详细考察。

## 拼多多的特点

当想到拼多多的时候，经常浮现于脑海的两个词就是：成瘾性和病毒性。

拼多多用尽一切办法促使你与朋友们分享它。你一旦分享了这个 App，它就能妥妥地把你的那些朋友吃定。为了实现这样的效果，这款 App 整合了一系列的手段。

## 团购

拼多多 App 的核心功能就是团购：每件商品都有一个官方正式价格和一个团购折扣价。为了得到折扣价，我可以找另一个朋友来加入团购，然后产品会分别配送到我们各自的地址。



每款产品都有全价和“团购价”



购买后，我被邀请与朋友分享



只要有一个朋友购买，产品就发货了

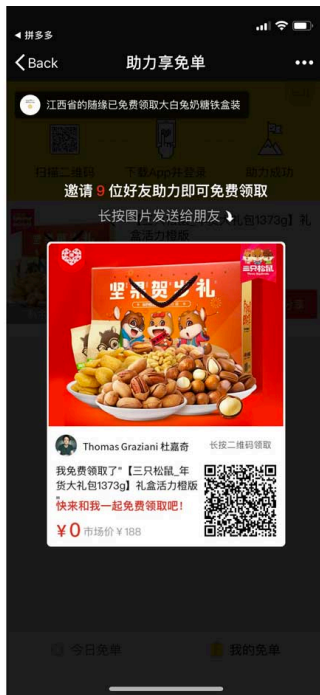
<sup>1</sup> Pinduoduo: a Close Look at the Fastest Growing App in China, by Thomas Graziani, January 28<sup>th</sup>, 2018, WalktheChat, <https://walkthechat.com/pinduoduo-close-look-fastest-growing-app-china/>

## 免单

便宜的产品确实很棒。但是免费的产品呢？这正是拼多多提供的。

这款 App 免费提供不少种类的产品。你需要做的就是让数量足够多的用户关注拼多多官方账号、安装 App 并通过微信注册。

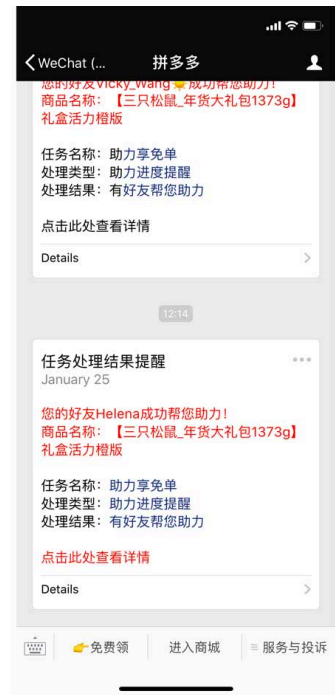
一次 App 安装会为你赢得一小盒糖果。而九次 App 安装会给你带来创业食品公司“三只松鼠”1.3 千克的坚果。我就是这么做的。



有二维码可与朋友分享



对于这次促销, 需要有 9 个朋友安装该 App



当有朋友加入时微信会发送一则通知

当然, 我那些棒棒的微信好友们帮了忙并安装了 App。然后, 第二天……



这听起来像是一个疯狂的策略，但并非如此。这个套装产品的全价是 99 元，团购价是 79 元。但“三只松鼠”的毛利率很高，很有可能提供给拼多多免单时的价格只有 20~30 元。

这样算下来，一次高质量的 App 安装花费 3 元钱，而且安装还与微信账号关联起来了。这样的促销还让新用户真正收到一份快递、与产品发生交互，并与朋友们分享使用体验。正是这样的策略推动拼多多蹿升到 App 商店的顶端。

此外，人们可能会在免单产品已经被领取了之后还继续帮助发出邀请的朋友去扫描二维码。就拿我这个例子来说，有 25 个朋友为了帮我免单而扫了二维码：拼多多新获取一个注册用户的成本还不到一元钱！

### 短期优惠券

拼多多提供优惠券。这在中国算不上有什么特别。

不过，拼多多的优惠券的有效期超级短：通常只有两小时。



用户可以转动轮盘以赢取优惠券



奖金大多为五角或一元



优惠券有效期仅有两小时

这样的消息非常明确：你不应该犹豫徘徊。拼多多是一个你应该在此购物的平台，而且你应该现在就买。

### 让朋友来“砍价”

拼多多创造病毒性激励的另一种方式是通过邀请朋友们帮忙“砍价”来获得低价。

你可以把具体某款产品分享给朋友们。每当一位朋友出手帮你“砍价”一次，产品的价格就下降一点。最终，你可以免费得到该产品。





选出你想要低价获得的产品



你可以让朋友来帮你“砍价”



朋友点击时价格会下降，直至为0

这样的招数看上去也成本不菲，但它可以对品牌来说是划算的。为了得到 150 元的电炖锅（实际价值可能也就 50 元），你得拉来大约 25 个朋友登录到拼多多的微信商城。

你这样做同时为支持该品牌而提供了强有力的社交认证(social proof)，因为你让朋友们知道你真正地很想得到这个产品。

### 红包+排行榜

使用红包来奖励用户邀请朋友们加入，这是病毒营销的另一个老招数。拼多多奖励用户的每个红包金额在 5 元~20 元之间。

在这方面，拼多多又做了进一步发展。拼多多不仅奖励用户们，还展示一份排行榜，列出由于邀请朋友加入而获利最多的那些用户。





请朋友们安装该 App 以换取现金



通过腾讯的 App 实现社交网络分享



排行榜显示了哪些用户获利最多

排名第一的用户因与 290 个朋友分享而获利 2940 元。我们很多人都有数千微信好友。所以很容易想象我们在朋友圈也这样分享同样能获利颇丰。突然间，我们头脑中构想的一点点小钱变成了几千块呢。

### 抽奖

另一个来自拼多多的病毒性机制是使用抽奖。用户通常需要支付一点点入场费(一分钱)参与抽奖。要激活抽奖，他们必须在一定的时间段内邀请足够多的朋友加入。

如果有足够的朋友加入，用户就有机会仅花费一分钱而获得该产品。

这就是另一种营销招数：

- 人们并不清楚究竟总共有多少人会加入抽奖，也不知道胜算究竟有多大。
- 界面设计得让用户误以为这是一场团购，他们于是会把产品信息分享出去以期达到团购所需的人数。
- 如果你没能赢得抽奖，那么拼多多会把一分钱退给你，并且送你一张优惠券让你买更多东西。



你可以花一分钱来参与一次抽奖



要邀请到 5 位朋友才可以开始抽奖



一旦有 6 位朋友加入，  
你就有机会赢取该产品

不必投入多少，品牌就可以用这种高效、低价的方法做营销。尽管用户可能在已经邀请了六个朋友加入拼单之后才发现这是一个拼单陷阱。

### 客服消息

拼多多对客服消息的使用也很出色。这些消息是定制化的，在用户关注拼多多账号或者发生交互的 48 小时后就能发送。

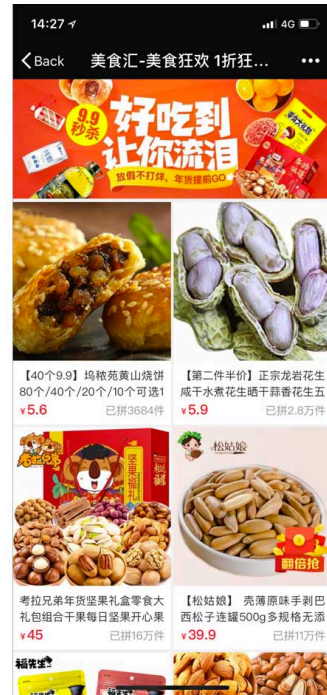
多数企业的账号只是用这些消息来欢迎新用户或者响应他们的客服需要。但拼多多所做的就要多多了：他们用这些消息持续地向用户们推荐新品。



客服消息可以针对每位用户而调整



这是推送特卖的好办法



可以根据购物历史数据进行推荐

不同于“广播”消息的数量限制（微信公众号每个月最多可推送四条），这些消息没有数量限制而且可以针对每位用户而定制。它们可以完美地基于订单历史而进行产品推荐。

我们在注册后的 24 小时内就收到了 5 条消息——是微信公众号发来的非常显眼的消息！不仅如此，如果用户点击了拼多多微信官方账号内的某个菜单项（例如，查询订单状态），那么上述 48 小时的时间窗口就会再次被打开，然后拼多多就继续发送消息。

### 自动支付

我们最后要提及的一个招数就是拼多多在使用的“微信自动支付”。如果你出行时在使用滴滴打车的话，你可能已经用上了这个功能：只要你完成了一次乘车行程，订单就直接转到你的微信支付账户而无需进一步的验证。

拼多多恰恰就是这么做的：在你第一次付款时，它默认为你开通“免密支付”。在完成首次购买后，你就再也不需要输入密码了，而是可以实现一键式支付。





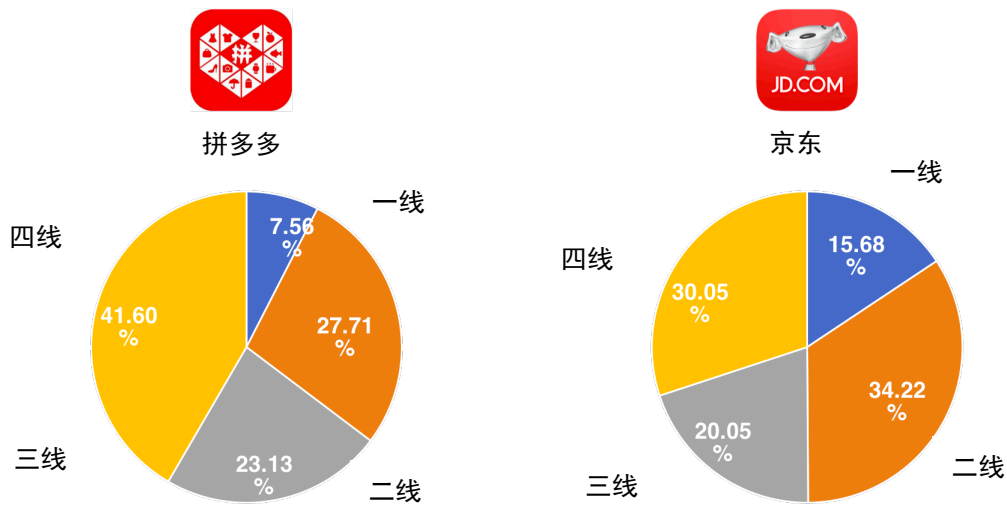
这是增加冲动购买的一个好办法，堪称拼多多安身立命的基本法宝。

## 拼多多简史

- 2014年1月：前谷歌员工黄峥创办了拼多多。
- 2015年9月：拼多多从一串华丽丽的投资人那里获得了A轮融资，其中包括淘宝网的前总裁孙彤宇。
- 2016年9月：B轮融资筹得一亿一千万美元，投资方包括腾讯和IDG。
- 2017年12月：猎豹移动公司将拼多多评为电商App的亚军。

有人可能想知道究竟是什么导致了如此爆发性的增长。除了我们前面提到的这些招数外，拼多多还有一个特点：它在小城市（三线城市和更小的城市）的表现格外好。

## 拼多多和京东基于城市层级的用户分布状况



Source: Jiguang Big Data, November 2017 Data, WalktheChat Analysis

有 64.7%的拼多多用户来自三线或者更小的城市，而京东的这一比例只有 50.1%。而拼多多只有 7.6%的用户来自一线城市。

此外，拼多多用户中的大多数是居住在小城市、40 岁以上的女性。这些用户价格敏感性极高，但是她们购买频率也很高并且掌控着全家的采购。这些用户可能对电商购物经验不多，但是一旦她们上手(并且把朋友们也都拉到购物平台上)就会为拼多多带来长期的收益：她们购买力强，而且持续地使用该 App。

### 结语

在过去的两年，拼多多经历了急速的增长而跻身中国电子商务的前列。其成功的核心是对社交化商务、病毒营销和用户保留的高度强调。

尽管其成功轨迹具有独特性，但是众多品牌和平台还是可以从拼多多的成功中有所借鉴。通过将这些技巧运用于你自己的企业，你也能够获取数量更多、参与度更高的用户。