



阿里推拼团业务,仿拼多多类 App 蜂拥而出

拼多多“四面受敌”

□本版撰文 信息时报记者 潘敬文

因“小米新品”、“创维先锋”等“擦边球品牌”而惹上麻烦的拼多多,正面临着更严峻的市场挑战。昨日记者从阿里巴巴方面证实,支付宝与淘宝最近已经合作上线了拼团功能。除了面临阿里巴巴这个强劲对手的挑战,拼多多更面临“拼趣多”、“厂多多”等众多仿照拼多多平台模式的竞争。有业内人士认为,由于目前各大品牌均对拼多多类 App 的“插边球”行为采取睁只眼闭只眼的态度,因此真要拼团最好选择靠得住的平台。

阿里拼团功能上线

记者昨日证实,支付宝最近与淘宝合作,悄然上线了拼团功能。据悉,这只是双方业务合作的第一步,而两大平台的联手,也给了外界更大的想象空间。

据记者了解,在支付宝首页的底部,就能找到这个“拼团”页面。该功能采取的是“限时拼团”,会分时段给用户推荐不同的拼团商品。可以看到,支付宝上的这些商品全都来自不同的淘宝店家,涵盖了日用、食品、服饰等十多个品类。但拼团价会比淘宝价格再低一些,很多甚至都是再打5折的降价幅度。

记者尝试点击拼团后发现,支付宝的拼团功能更加多样,除了可以自主发起拼团、邀请好友外,还能由系统匹配,加入到已经开始的拼单中。而且这样的操作成功率更高,记者几乎没有等多久便完成了一单拼团。此外,支付宝页面上也时不时会

提示:当前有人拼团成功。

在支付宝上出现的这个拼团功能,不仅商品来自淘宝,订单、会员系统与淘宝打通,而且推荐的拼团商品,似乎也结合了用户此前在淘宝上的购物习惯。

电商巨头全部推出拼团业务

其实,这已经不是淘宝第一次发力拼团电商。今年3月,淘宝就推出了淘宝特价版,宣布要做“消费分级”。根据阿里巴巴最近一份财报显示,支付宝的国内用户已达5.5亿,而第三方统计的淘宝月活用户数也超过4.3亿。因此本次拼团,能有效开发支付宝和淘宝里面的客户群。记者了解到,“拼团”只是淘宝和支付宝业务合作的第一步。

而除了阿里系外,京东和网易也早已上线了拼团类业务,并有可能进一步发力。今年6月,京东上线了一款名为“京东拼购”的小程序,官方介绍称,“京东拼购”是基于京东商家,利用拼购营销工具,通过拼购价及社交玩法,刺激用户多级分享裂变,实现商家低成本引流及用户转化的一个工具,主打“低价不低质”概念。“京东拼购”小程序内不仅开设了9.9元包邮的窗口,更有一些商品拼购价低至1元。

比支付宝、京东更早,网易在2017年就推出了“网易一起拼”、“严选一起拼”平台。目前,网易的拼购平台包含数码、服装、鞋包、居家等商品品类。有业内人士认为,对于阿里、京东等电商巨头来说,上线开展拼团业务并非难事,只是新增一条业务线。预计阿里、京东等巨头不会把拼团

购物作为主要的业务来经营,目的主要是对拼多多进行战略防御。

拼多多陷入“游击战”

除了面临其他电商推出拼团业务的竞争,拼多多还陷入到一众仿照拼多多模式的平台“游击战”中。

由于“超低价格、拼团”的拼多多的模式并无太高的进入门槛,因此拼多多的成功马上吸引了大批仿照拼多多的 App 出现。记者发现,目前市面上已经出现了拼趣多、厂多多、一起买买买等类拼多多 App。打开这些 App,这些 App 几乎都与拼多多相似的模式。

比如诞生于深圳前海的电商平台拼趣多,与拼多多有着几乎相同的玩法、相似的商品:价格都是几元、十几元的相似低价,品类则囊括了食品、生活用品、鞋子、雨伞等。在左上角则不停有“开团”的提示。另一家名为“厂多多”的拼团购平台,自称是工厂直供、不赚差价,从工厂直接进入销售环节,如同一个主打拼团的“小京东”。打开“厂多多”里面同样充斥着大量几十元的商品,诸如53元的电动牙刷、52元的迷你风扇,129元的饮水机等等。

对于上述类拼多多 App,有接受采访市民表示不会使用,原因是“怕假货”,尤其是怕“买电器出问题”。但也有市民表示无所谓,只要够便宜就行。“管他拼多多还是拼趣多,9元买了一条泳裤,只要能穿一个月,就算划得来。”一位退休工人如此表示。

专家提醒最好到靠得住平台去拼

虽然很多品牌都在类拼多多平台上“被山寨”,但目前而言,却鲜有品牌商对类似平台进行诉讼或者投诉。很多品牌商在接受信息时报记者采访时,对拼多多的问题都是三缄其口,不愿意回答被“山寨”的问题。

接受记者采访的中国电商研究中心主任曹磊表示,很多被“山寨”的新品,其实并不能简单界定为“侵权”,甚至“本身也是合法注册商标,只是与大品牌类似而已。”

艾媒咨询 CEO 张毅则认为,很多品牌商,本身要么是拼多多的正规合作商,要么忌惮拼多多庞大的流量,担心迟早有一天需要跟拼多多合作,因此对被“山寨”的行为,大多选择“睁只眼、闭只眼”。此外张毅还认为,拼多多类 App 针对的人群,毕竟跟很多品牌商针对的人群不同,正如苹果不会去理会山寨 iPhone 一样,很多品牌商不但不会去理会拼多多上的擦边球品牌,甚至还乐于拼多多变相起到了向中低消费群体普及自身品牌的作用。

张毅认为,如果怕买到“山寨”货,选择到支付宝、京东、网易严选等平台上拼团,相对而言是一个更好的方案。

拼多多近期大事记

●7月27日 拼多多纳斯达克上市。上市首日股价上涨40%。

●7月28日 针对拼多多平台出现的创维先锋、创维云视TV、创维美、创维酷酷等假冒创维、山寨创维,创维发布严正声明,要求拼多多“停止造假”。

●7月29日 童话大王郑渊洁称自己举报拼多多,原因是拼多多上面的店铺盗版皮皮鲁图书。
7月30日 极米无屏电视发布严正声明,称并未自行或授权第三方平台在拼多多上销售相关产品。

●7月31日 拼多多在上海召开沟通会。拼多多称一直在坚决打假,但把所有行业归在三岁的拼多多身上是不公平的,希望给拼多多一点时间。

同一天,拼多多表示,正受到罕见的波次网络舆情攻击。拼多多已经向国家互联网中心发起举报。

也是这一天,拼多多董事长兼 CEO 黄铮发表全体员工信,称要坚持本分,一个一个扎扎实实解决实际问题。黄铮在信中表示,坚持本分,即使是恶意的攻击,也要善意解读。

●8月1日 上海市相关部门约谈拼多多经营者,要求其立即开展自查自纠。拼多多表示,将积极配合,进一步打击平台上侵权假冒商品。当天拼多多股价大跌。

●8月2日 美国多家律所对拼多多发起集体诉讼。

●8月7日 支付宝联合淘宝推出拼团业务,拼多多迎来劲敌。

●8月8日 有消息传出,拼多多正在寻求收购第三方支付牌照,交易目标是上海付费通信息服务有限公司,而付费通支付牌照估值可能在5亿到7亿之间。此前拼多多并无支付牌照。

