

拼多多地毯式洗脑

燕大 燕梳楼 2023-12-01 22:37 发表于江苏



本文音频，请点击收听

燕梳楼

6分钟

作者 | 燕大

拳打阿里，脚踢京东，拼多多火爆刷屏。

前天拼多多发布财报，完全超出市场预期，不是太差，而是太好。

2023年三季度，营收688亿元，增长94%，利润167亿，增长60%；前三季度，拼多多总的营收、经营利润增速分别为75%、71%。

这种业绩简直吊打国内外众多巨头企业。

财报发布后，拼多多市值一度超越阿里，目前在1883亿美元，与阿里巴巴（BABA.N）差距不到20亿美元，更是京东（JD.O）的4倍多。

而就在今天早上，统计部门还发布了11月（制造业采购经理指数）PMI为49.4%，比上月下降0.1%，这个数字趋势向下说明制造业景气度略有回落。

拼多多在当下经济景气度不高的大环境下能有这种业绩，属实独树一帜，十分惊人！

01.

经营上将主营干到极致。

从业务聚焦上看，拼多多只有主营业务，而非像很多巨头成长之后开展多元化，要么跨界砸巨资坐汽车，要么一窝蜂涉入房地产。

主站、买菜加上新上线一年多的拼多多海外版Temu，三者做到极致，顶起拼多多一片江山。

Temu自去年9月1日首站上线美国以来，不到两年时间已经进入48个国家和地区。新业务确实砸下大量成本，导致营业成本在前三季度暴涨151%。

但是，与成本暴增相反的是人力成本反而在2023年的前三个季度里下降7%。

这一点就非常可怕了，要知道开拓新业务和增加业绩往往意味着人力成本跟着暴涨，忙时招人、闲时裁是常态，但拼多多仅凭这一点就能完胜众多竞争对手。

要知道，阿里大约24万人，京东更多，据报道超过50万，而拼多多据报道始终保持在1.3万人左右，仅为阿里的是阿里的1/18、京东的1/38。

换句话说，同样的营收拼多多的人均创收远高于阿里京东，现在的数字就是如此。

按照拼多多前三季度1588亿元的总营收来算，拼多多人均创收约1222万元，是京东的7倍还多。

显然，拼多多扬长避短也着实把长处发挥到极致，连阿里内部人都看了都泛酸。

拼多多发完财报，当晚一位阿里员工在内网发帖表示：此刻难眠，也不敢想……那个看不起的砍一刀，快成老大哥了。

没想到不经意的一句感叹，竟引来马云罕见回应，表示：

“特别好，请大家多提建设性意见...创新想法...阿里人家都在看都在听。我更坚信阿里会变，阿里会改。所有伟大的公司都诞生在冬天里。”

“AI电商时代刚刚开始，对谁都是机会，也是挑战...”

02.

地毯式广告轰炸、莫名被推送，但拼多多貌似在被推上神坛。

据说拼多多以薪酬高、工作时间长闻名业内，上班从早上11点到晚上11点，一周六天，11+11+6外加不定时加班，碰上双十一这种电商节，可能要连上十几天才能休息一天。

累么？肯定累的，一周超过70个小时的工作，用一句拿小命换钱也不为过。

报道说其内部人际关系纯粹、工资高，换句话说累是工作累而不是心累，如果是真的话，那还稍好点，无休止的职场宫斗、站队往往就能损耗大半社畜精气神。

少点狗屁倒灶的内斗、PUA，是所有打工社畜梦寐以求的。

拼多多如果真的没有其他企业那种各种形式主义极强的无效会议、日报周报，而只需完成手上的活的话，那用长工时来博高收入确实能够留下一大批熟手。

从侧面讲，这种内部文化也自然让人员效率更高，积极性更高。

但个人觉得吧，没那么简单，有点阅历的都应该明白有人的地方就有江湖，职场宫斗PUA之类几乎必然存在。拼多多员工用11+11+6创造人均创收神话，我更愿意相信是劳动力市场的过剩，换句话说就是高工资永远不怕招不到人。

因此在听说开办“多多买菜”时团队是从主站抽调，而打造抖音海外版时团队又是从主站、买菜中抽调，你就能理解为什么拼多多员工仅是阿里的1/18而人均创收却远高于阿里了。

拓展一项业务就招募一批人，收购一块业务就增加一批员工，对企业来说一是成本高昂，二是员工熟练度和效率都不会很好。

但拼多多将人员成本控制在低位，而把对人的利用提到极致，11+11+6+不定时加班，所以不奇怪为什么他们能够人均创收一千多万，远超同行。

03.

业绩是爆表，但凡事总有两面。

一面是作为企业，拼多多为追求极致效率和业绩，打造对自身最有利的“人设”无可厚非；另一方面，地毯式广告轰炸、莫名其妙被下载和各种推送，很是让人心烦，简直防不胜防。

面对顾客，地毯式广告洗脑、帮砍价、频繁被套路推送等等，你可以非常烦它，但你架不住它更便宜。

跟其他平台比：

你质量好，我比你便宜；你服务好，我比你便宜；你物流快，我比你便宜；你牌子大，那也得降价，必须给我更便宜！

总而言之，拼多多主打一个货比三家之后搁它这最便宜，让顾客感到更划算。

单凭这一招就能虹吸大量客户，喜欢的很喜欢，烦的直接卸载。

而拼多多业绩火爆的背后，一方面是各种罚款、仅退款等不平等规则，让众多小商家内卷到极致卷到白热化，以此来获得最低价。

小商家与拼多多的矛盾有多大？4月份拼多多开设自营店铺直接被众多小商家抱团“炸店”复仇，导致其自营店铺迅速下架。

而深层次的另一方面，拼多多能创下创收神话，怕也是间接反映出底层百姓消费的降级。

反映在指标上就是相关部门统计的（消费价格指数）CPI，10月份20个省份CPI下降。

这个数字连续走低意味着需求持续下降，反应的消费者心态是：能少买就少买、能不买就不买，能买便宜的就不买贵的。

而消费降级的背后是收入和就业的不确定性增高，这种状况现实存在。

所以个人觉得，拼多多的业绩也是另类温度计，它持续火热，或许真的说明我们真的在变穷。

或者，是穷人的群体在不断增加。



- End -
位卑未敢忘忧国！



@关注和转发，就是最大的支持@
对话作者请添加微信：
Y2023-2053



燕梳楼
只为苍生说人话，位卑未敢忘忧国
845篇原创内容



公众号

素材来源官方媒体/网络新闻

喜欢此内容的人还喜欢

医院爆满！到底是支原体感染，还是...
燕梳楼



外国人加入中国籍，身份证上写什么民族，你知道吗？
汉字乾坤



交警暴力执法击倒电动车主，真相曝光，处理结果揭晓
两个奔跑中的80后

