

## 拼多多批发业务能做成吗？

拼多多又有新动作。据媒体报道，拼多多近日上线了一项名为“多多批发”的新业务。同时，拼多多商家页面新增“供货管理”功能，同时新增了“批发供货”与“一件代发”服务。

01

### 不收商家费用的多多批发

官方称，拼多多批发采购平台旨在打造服务于中小企业间的交易平台，在帮助好货商家获取流量的同时为千万商家提供百万货源。目前该业务并未全量开放，只有经官方“小二邀请”方能体验。

虽然目前多多批发还未正式对外开放，但从其功能和服务来看，这是一个针对中小货源厂商和商家的平台。

对中小货源厂商，多多平台采取0佣金、无推广费的模式。目前，获得邀请的货源商家可在后台“供货管理”中找到创建入口，0费用开通“多多批发”功能，然后即可将店铺内的商品上传至拼多多批发市场，成为批发供应商。成功批发供货商的好处是，将有更多的面向“小B”商家的销售渠道和机会。不过，拼多多虽然不对入驻货源商家收取佣金，但对货源商家是有要求的。据供货规则显示，货源商家的批发价格等于商品平底价X批发折扣。如，申请直达底价的商家折扣需在拼单价的7折以下。依据商品历史成交记录可略有浮动。

对有需要采购的商家来说，可以在多多批发市场进行小规模采购，也可以通过“一件代发”业务将订单委托给供货商发货，供货商按照订单的需求，将货品送至不同用户手中，并获得售后等相关的配套支持。

当前多多批发首页主要有直达底价、好货上新、分类热卖榜三大资源位。如前所言，拼多多为几大资源位设置了一定的要求。如好货上新需首次进入批发会场内的商品；分类热卖榜需过往7天成交易额大于零的商品等。

商品类别方面，目前多多批发涵盖的品类包括：鞋包、百货、母婴、洗护、内衣、美妆、男装、生鲜、手机、家纺、运动、数码、车品、家装、电器、健康、图书等。

02

### 多多批发上线的背后

多多批发上线的背后，拼多多平台生态



正在向多样性发展。

2019年6月，拼多多在夏季“618大促”期间推出了“百亿补贴”。拼多多“百亿补贴”的早期目的在于提升平台竞争力，让拼多多触达更多圈层，并让消费者普遍得到质优价低实惠。

一年时间过去，拼多多百亿补贴战略效果显著。通过“百亿补贴”，拼多多进一步提升了平台用户黏性，加深了平台用户对产品价值的认知，强化了用户对平台的信任值，增强了拼多多对品牌商、厂商、商户等产业链资源的掌控力。

百亿补贴之下，拼多多平台生态加速成长。据拼多多4月25日公布的2019年全年业绩报告显示，截至2019年底，拼多多平台活跃商家数超过510万，较上年同期的360万增长41.7%。据拼多多5月22日发布的2020年第一季度财报西安市，过去12个月内，拼多多的年度活跃买家数达6.28亿，单季度劲增4290万，继续保持用户的高速增长势头。

百亿补贴之下，暴涨的用户和激增的商家在拼多多AI算法之下开始实现“最优匹配”。如一线用户和品牌商家、农户农货的匹配，三四五线城市用户和品质商品的匹配。市场互选之下，拼多多商家、用户生态

初步完成了对自我层级的划分。在用户、商户的自我层级划分中，平台也完成了对平台商户的资源及能力认知。如有背靠产业带的商家，它拥有货源优势。另外一些商家，虽然没有货源优势，但在营销、渠道运营商又有过人之处。

不管是货源商家还是运营商家，他们都是拼多多不会放弃的优质资源！如何做好精细化运营，进一步帮助平台商家做大做强，更好的发挥各自的资源、能力优势？多多批发由此而生。

当然，多多批发的目标不止于服务拼多多商家，它还是服务全网商家、用户的平台。多多批发的市场在拼商家，也在平台之外。

03

### 拼多多批发业务能做成吗？

玺哥认为，多多批发是肯定能做成的。只是做成什么规模，做出什么水平的问题。第一，拼多多自身已经积累了众多的货源商家（新品牌计划，百亿补贴）。第二，商家是一个流量群体，哪里有流量，商家就会往哪里去，特别是中小货源商家，一般都会多平台下注，重点关注1-2个平台。

在货源商家方面，玺哥曾在《拼多多“百亿补贴”正在构建一条“以货为中心”的护城

河》一文指出，拼多多通过“百亿补贴计划”、“新品牌计划”等的实施，对品牌、生产商实现了高质量的整合，已构建起了一条“以货为中心”的护城河。从“新品牌计划”开始，拼多多实际就在有意识的构建自己的货源商家库。彼时拼多多就称，将扶持1000家工厂，使制造业的价值回归制造本身，放大制造环节的附加值，以保证制造业的持续稳定发展。数据显示，参与拼多多新品牌计划C2M定制化生产的知名品牌，在一年前就已经达到800家以上。百亿补贴战略的推进更是进一步提升了拼多多在货的控制力。数据显示，参与“百亿补贴”计划的国内外品牌超过2800家，热门补贴商品超过23000款。平台推动之下，这些货源商家必然不会放过多多批发的红利。

另外，多多批发对拼多多之外的平台商家也是很有吸引力的。如前所言，商家是一个流量群体，哪里有流量，商家就会往哪里去。只要多多批发能展示出自身的聚合订单能力，多数商家都会被吸引过来的。

还有更为重要的一点是，拼多多的AI技术。拼多多所引领的社交裂变电商模式，一个成功的关键就是利用AI技术，最大程度地提升了“货找人”过程中需求侧与供给侧之间的匹配度，从而在不断提升的用户体验中实现了自身的壮大和发展。在其近年来推行的C2M反向定制模式中，拼多多的AI技术也为厂商提供了更加精准的用户画像，并实现了更高效的用户触达和市场反馈。而在多多批发的业务模式中，供需双方的精准匹配是决定业务成败的关键。玺哥相信，在AI技术的支持下，多多批发定能为供需双方带来更好的供给体验。

不过，当前B端市场竞争激烈，多多批发想要做大也不容易。

在多多批发的前面，有B2B龙头1688，还有京东、苏宁等企业业务。而且，当前这些企业也在加强防御。以1688为例，当前已和淘宝特价版达成了供给联盟。而淘宝特价版则一直在努力提升自己对于1688货源厂商的变现价值。如近期淘宝正在内测的“看看”短视频，目的就是为了解决商家趋利的特性，留住商家。一句话，B端业务的竞争本质是流量变现的竞争，哪里有流量，哪里就变现价值更好，商家就会去哪里。

## 腾讯游戏副总裁有话说：新文创战略成为领头羊，提前解密未来电竞



作为电竞市场的一大霸主，腾讯游戏已经走过了十载（十年）光阴。

很多游戏玩家几乎都已经被这位霸主所笼络，心甘情愿地贴上腾讯游戏玩家这个标签。

当腾讯游戏副总裁张巍“如期”现身于2020全球电竞大会上，他对外透露了一组重要的数字，2020年全球电竞用户有望达到4.95亿。

相对而言，腾讯游戏之所以能够成为电竞市场的一大霸主，这完全离不开腾讯的用户基数，以及腾讯游戏产品体验团队的百般努力。

全球电竞用户

关于“2020年全球电竞用户有望达到4.95亿”这组数据，腾讯

游戏副总裁张巍也作出相关预测：中国将超越北美，成为最具商业价值的电竞市场。

当然这组数据的参考价值确实不小，起码让外界人士看到电竞市场的“人口红利”。

除此之外，腾讯游戏产品体验团队也会因此而获得一份电竞市场的用户基数资料，为后期的游戏产品“孵化”提供了一定的创作方向。

腾讯的新文创战略

电竞市场的价值正在不断被各大霸主挖掘，腾讯游戏副总裁张巍则作出以下表态。

希望通过新文创战略，持续推动电竞与城市长线、深入的结合，在内容维度、营销维度、生态维度，更好地发挥电竞的产业价

值和文化价值，为城市注入新活力。

站在游戏玩家的角度来看，“新文创战略”这个关键词看起来很高大上，其实不过是腾讯游戏用来赚钱的一个“套路”而已，让氪金玩家的“金腰包”不断变瘦才是真正的用意。

解密未来的电竞

很多时候，大家或许（可能）会关注未来的电竞市场，面对这方面的看法，大家几乎对此都是“众说纷纭”。

在腾讯游戏副总裁张巍看来，未来的电竞，将和前沿技术（5G、AI、VR等技术）相互推动，升级孕育出全新的体育形态和竞技体验。

## 美林贷款

### Marion Mortgage LLC

诚实 敬 业  
经营 验 丰  
客 户 至 上

Loan officer  
Suma Kolli  
NMLS #986394  
703-955-0481 (C)  
suma@marionmortgage.com

地址: 14637 Lee Highway, #103 Centreville, VA 20121  
http://www.marionmortgage.com  
Tel: 703-830-6680(O) 703-830-6681(O) Fax: 703-830-6682

5-106

NMLS#176854

NMLS#177851  
President  
黄捷 博士  
Jayie (Jenni) Rowe  
571-934-8000(C)  
jrowe@marionmortgage.com

Hard Money Loans, Fix Up, Condo Investment, Business to Business Only  
民宅(包括FHA贷款)、商业、土地及建筑贷款

MC-2854 NMLS ID #176854  
MB 11096 www.nmlsconsumeraccess.org