





01

一、拼多多企业简介

02

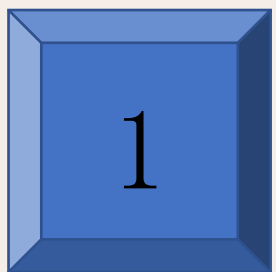
二、 企业环境分析

03

三、 拼多多企业案例引入

04

四、 拼多多企业的管理职能



# 一、拼多多企业简介





# 一、拼多多企业简介

(一)成立背景 拼多多，是国内移动互联网的主流电子商务应用产品平台。成立于2015年9月，用户通过发起和朋友、家人、邻居等的拼团，可以以更低的价格，拼团购买优质商品。拼多多旨在凝聚更多人的力量，用更低的价格买到更好的东西，体会更多的实惠和乐趣。通过沟通分享形成的社交理念，形成了拼多多独特的新社交电商思维

(二)发展现状 2019年12月，拼多多入选2019中国品牌强国盛典榜样100品牌。2021年3月，黄峥辞任拼多多董事长，由联合创始人陈磊接任。截至2023，拼多多已经成为中国最大的电商平台之一，拥有超过8亿活跃用户

(三)企业愿景 作为一个中国的电商企业，拼多多以提供物美价廉的商品为使命，为广大消费者带来实实在在的实惠。拼多多的公司愿景是通过技术和创新，为消费者提供更加便宜、实惠和优质的商品，致力于成为全球领先的综合性电子商务平台



# 一、拼多多企业简介

(四) 企业使命 拼多多的使命, 是为用户创造价值, 满足最广大人民群众的需求。“用户第一, 消费者至上”, 是拼多多不变的信条。

(五) 价值观  
1、 实惠价格 2、 社交分享 3、 品质保障 4、 用户体验

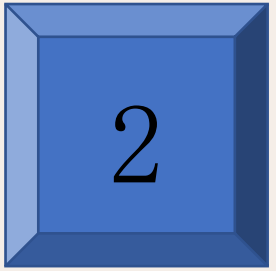
(六) 战略目标  
1. 持续扩大用户基础, 提高用户粘性。  
2. 加强供应链建设, 提高商品质量和用户体验。  
3. 拓展国际市场。  
4. 投资技术创新。  
5. 深化社交电商模式

01

01







# 二、分析 企业环境





## 二、 企业环境分析

### (1) 宏观分析——PEST分析

1、 政治和法律因素 随着社交电商行业的快速发展，国家对电商行业的重视程度也在不断加强，近些年电商政策和相关法律不断出台。宏观政策为社交电商的发展提供了良好的环境，但也对社交电商的发展提出了更多的规范性要求

2、 经济人口因素 网上购物的不断发展，网络零售额高于社会零售额增速，促进了拼多多等电商行业的发展。

3、 社会和文化因素 网民规模的不断增加，人们消费方式的转变，让拼多多短期内就能快速积累了大量的用户，知名度和影响力实现爆发式增长

4、 技术因素 经过阿里和京东在电商行业的接近20年的耕耘，电商行业的零售平台基础建设已经完成。如物流体系、大数据、移动支付、供应链等，拼多多此时进入电商已是站在巨人的肩膀上，可以直接拿来前人创造的有利条件并加以利用。

5、 竞争环境因素——波特五力模型

(1) 潜在进入者的进入威胁

(2) 替代品的替代威胁

(3) 产业内现有企业的竞争



## 二、 企业环境分析

### (2) 企业内部环境分析

- 1、 资源分析
- 2、 企业核心能力分析
- (3) 市场决策能力

(1) 产品竞争能力

(2) 营销活动能力





## 二、企业环境分析

### (3) SWOT分析

- 1、 优势      (1) 裂变式传播降低获客成本      (2) 简易购物流程提高用户活跃度  
(3) 发现式购物提高购买转化率
- 2、 劣势      (1) 价廉但质劣      (2) 商家入驻门槛低、服务差
- 3、 机会      近年来，国家一系列电子商务和平台经济政策日益推进，鼓励平台经济的新业态的发展，助推社交电商顺利站在成长的新风口。随着国家惠农政策、社交电商行业政策的进一步推进，拼多多社交电商将会受益于更多的扶持与鼓励
- 4、 威胁      阿里淘宝特价版抢占低端市场，京东也通过微信入口进入拼团市场，极易被复制的模式并不能作为拼多多社交电商的坚实壁垒。对社交电商模式的再度推陈翻新，突出平台本身独特的优势，提升品牌与服务进而提高用户粘度，是拼多多社交电商平台亟待解决的难题



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/268104053062006100>