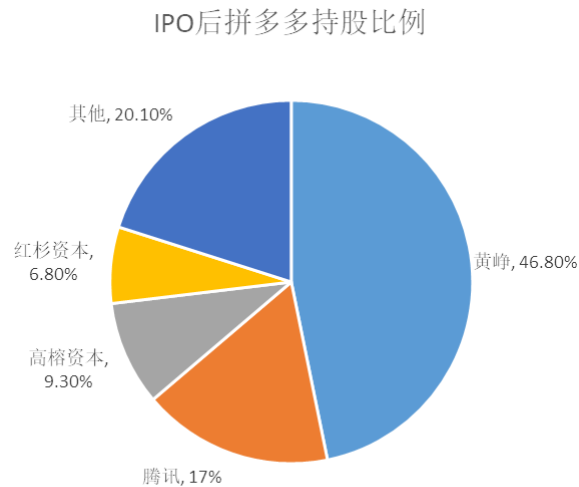


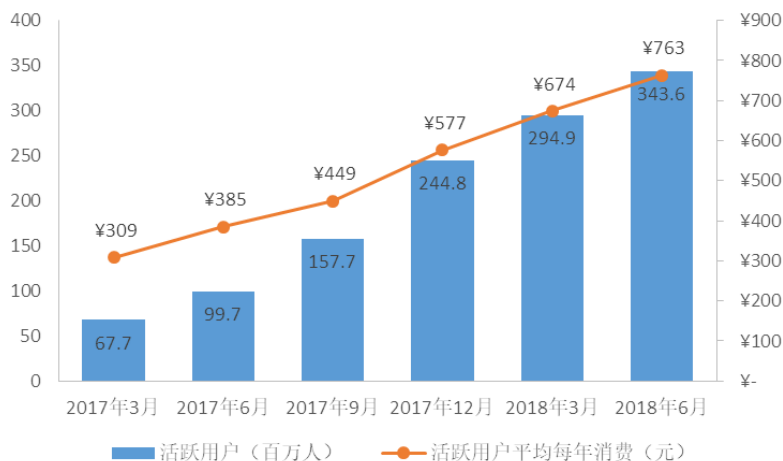
## 拼多多纳斯达克上市饱受争议，是金子还是“概念”？

2018年7月26日，拼多多以19美元美国存托股票正式在纳斯达克发行，总募集资金16.2亿美元。创始人黄峥因未能赴美敲钟，纳斯达克甚至破例将钟从纽约送至上海，由中美消费代表两地同时敲钟。开盘后，拼多多高开后下行调整，随后一路跌宕上升，并于收盘时以26.7美元收官，IPO当日上涨40.5%完成首秀。环视今年赴美上市的中概股首日表现，拼多多的表现当属极为亮眼。根据F-1/A，IPO结束后，黄峥占总股约47%，腾讯占总股约17%，高榕资本占总股约9%，红杉资本占总股约7%。



## 聚光灯下的活跃用户与 GMV，融资对于拼多多来说如此顺利

拼多多2015年9月正式上线，然而就在刚刚三周年之际，活跃用户量已屡创新高，达到3.44亿人，GMV增长更是迅速上升至人民币2621亿元。就活跃用户量这一数字已超过唯品会，仅次于淘宝和京东。在GMV方面，相比而言，阿里和京东分别用了10年和6年的时间才突破1000亿元。而拼多多的高速的成长也受到了众多资本的垂青。2015年8月便收到网易丁磊、顺丰王卫、OPPO段永平、淘宝创始人孙彤宇和魔量资本的百万美元A轮融资。2016年7月完成由高榕资本、新天域资本的1.1亿美元B轮融资。2017年1月再获红杉资本2.15亿元C轮融资。在2018年4月获得13.69亿美元的腾讯、红杉资本的融资后开启了上市之路。



### 背后的盈利机制：在线广告与交易佣金才是拼多多的摇钱树

所谓线上广告机制是商家通过竞价的方式获得关键词使用权，当消费者搜索其关键词时可以先看到商家的产品广告。而佣金是指当商家完成一笔交易后，要交付给拼多多总交易金额的 0.6% 作为平台的使用、支付等费用。通过这种盈利方式，配合多渠道的市场宣传语用户量，拼多多 2018 年第一季度实现营收 13.84 亿元，与 2017 年同期 3702 万元相比增长了 36.4 倍。

### 存在的问题仍受争议，三岁的拼多多是否“跑”的太快？

拼多多在营收上表现固然亮眼，然而 2018 年第一季度仍然亏损 2.01 亿元，净利润率为 -15%。在用户增长方面，根据 Trustdata 的数据，新增月活跃用户规模明显放缓，未来是否能保持高速增长存在疑问。

特卖电商

### 拼多多快速发展完成用户积累 2018年Q1月新增用户规模呈现下降趋势



数据来源：Trustdata移动大数据监测平台

Trustdata

另一方面，有部分消费者反应自己购买的商品与描述大相径庭、质量低下、食品安全等问题，也有部分商家反映出营销方式、知识产权等诟病。这些问题使得拼多多在上市的过程中饱受争议。面对上市后打假成本等问题，CEO 黄峥表示阿里走过的坎坷与困难拼多多也将经历，但是相比阿里解决的速度会快一些。

IPO 的完美首秀固然是令人满意的答案，然而公司存在的问题与风险也不容小视。对于拼多多而言 IPO 才是千里之行的第一步，前方任重而道远。

(单位: 千元)	2016年度		2017年度		2017年第一季度		2018年第一季度	
总营业收入	¥	504,864	¥	1,744,076	¥	37,019	¥	1,384,604
总营业支出		(577,870)		(722,830)		(54,433)		(318,700)
毛利润		(73,006)		1,021,246		(17,414)		1,065,904
总经营支出		(213,204)		(1,616,970)		(198,495)		(1,319,037)
经营利润 (亏损)		(286,210)		(595,724)		(215,909)		(253,133)
其他收入:								
利息收入		4,460		80,783		7,503		50,163
外汇收入 (亏损)		475		(11,547)		(136)		(2,136)
担保负债公允价值改变		(8,668)		-		-		-
其他收入 (亏损), 净值		(2,034)		1,373		819		4,085
息税前利润		(291,977)		(525,115)		(207,723)		(201,021)
税费		-		-		-		-
净利润	¥	(291,977)	¥	(525,115)	¥	(207,723)	¥	(201,021)