

理解。“更好的生活不一定更贵。让原本稀缺昂贵的好东西，变成普通人也能享受的日常，这才是真正的消费升级。”林静怡说。

在重庆云阳县，返乡女孩李春花甚至办起“夕阳红培训班”，教材中老人使用拼多多，体验现代生活的便利。

还有受访者认为，拼多多的流行并不是简单地赢在下沉市场，“很多一二线城市用户早就开始拼多多了”，核心在于其撕掉了消费升级的昂贵标签，赋予它普惠的新意义。

“不做什么”的智慧

十年来，拼多多的改变是巨大的，但与那些热衷于构建生态、无限跨界的互联网巨头不同，拼多多始终行驶在电商的主航道上。

国家电子商务示范城市专家委员会委员李鸣涛表示，十年前，拼多多的横空出世打破了本以为已经稳固的中国电商市场格局，其拼购玩法、社交裂变、取消购物车、百亿补贴等独特做法迅速吸引了大量消费者和商家，成为当时增长最快的中国电商企业。十年间，电商市场风云变幻，直播电商迅速崛起、即时零售方兴未艾、AI 技术大杀四方。我们看到拼多多的核心业务依然聚焦

在电商领域，依然坚持自身的轻量化运营，通过“拼单模式”降低交易成本、依托社交链激活市场的策略也依然在坚守。拼多多的这份坚持在当今中国电商从规模扩张到价值深耕的转型过程中显得尤其值得尊敬。

这种专注让拼多多在农产品上行和制造业供应链优化上形成了独特优势。《2025 电商服务乡村振兴指数报告》显示，截至目前，拼多多已直连超过 1000 个农产区，带动超 1600 万农户参与数字经济。2020—2024 年间，拼多多合作农户人均收入增幅达 18.2%。

一群人的共赢才是平台的胜利

十岁的拼多多还展现出对融合与共赢的坚定追求。

面对电商行业的同质化竞争，2025 年 1 月，拼多多成立“商家权益保护委员会”，提出消费者利益、商家利益优先于平台利益，4 月启动“千亿扶持”计划，计划三年内投入逾 1000 亿元加码高质量生态建设。这是国内电商行业首个“千亿级别”的惠商行动，直接导致拼多多 2025 年二季度净利润同比下降 4%。

小野人照明 CEO 官礼雄感受到了这种变化。“从今年三四

月开始，我们主动下架纯粹低价的产品，淘汰落后产能。”他把平台减免的成本投入到研发人员扩充与数字工厂建设上，希望从功能、工艺等维度做出产品的特殊性。

在湖北天门，女装商家张扬在抓住电商平台政策红利的时候，通过供应链回迁，放大降本增效的效应。2019 年，了解到天门对服装产业的优惠政策后，他坚决将团队从广州迁回老家，加上拼多多去年以来的减免举措，“综合运营成本整体降低了 30%”。这部分资金被用于新款设计、设计师培养等“价值提升”领域。

“2025 天门服装电商产业大会”的数据显示，近三年天门服装行业已回流人口 8.4 万，直接带动 16 万人实现本地就业。而拼多多既是产业回流的催化剂，也是重要的承接平台之一。

从一包 9.9 元的薯片起步，到如今覆盖逾 9 亿用户、连接千万商家的电商平台，拼多多用十年时间证明：极简不是简单，普惠不是廉价，专注不是保守。它的故事核心始终是一如何让最广泛的普通人，以更低的门槛、更小的成本，享受到时代发展的红利。

在电商行业进入深度调整期的今天，拼多多的极简主义与普惠哲学，或许正预示着中国电商的未来方向。■