

拼多多发布2019消费者权益保护年报

97%疑似侵权链接上线前即被拦截 向执法机关移交逾千涉案线索



疫情加速了农资由线下渠道向线上转移的过程。今年1月以来,拼多多平台的农资农具销售额同比增长987%。图为平台用户用手机记录下自己首次用微耕机替代人力作业的场景

韩远

3月15日,拼多多发布《消费者权益保护年度报告(2019)》(以下简称报告)。报告从消费者权益平台保护机制、长效生态“自净”机制、严防“假货高地”溢出效应、加速知识产权保护、“百亿补贴”助力全民普惠、抗疫助农行动等六大部分,总结了拼多多在2019年度持续升级治理能力、着力构筑全方位消费者权益保护体系的相关工作经验及成果。

报告课题组在线下调研发现,消费者参与线上消费活动的广度及深度正在持续提升,一批性价比比较高的品牌在新消费浪潮中逐渐显露优势,而同时,消费者权益保护的重要性愈加凸显。

热门 运动 水果 手机 食品 电器 百货 海淘



拼小圈

查看好友动态 >

- 限时秒杀
- 断码清仓
- 全球购
- 多多果园
- 9块9特卖
- 充值中心
- 医药馆
- 现金签到
- 多多赚大钱
- 品牌钜惠
- 电器城

百亿补贴 大牌正品 官方补贴

全部 >

补贴价 ¥212	补贴价 ¥601	补贴价 ¥15288	补贴价 ¥3409	补贴价 ¥639
-------------	-------------	---------------	--------------	-------------

拼多多“春耕节”从3月17日持续至4月20日,通过农资直补直供、线上专家讲课、线下免费义诊等方式,助力400万农户春耕丰收

严防“假货高地”溢出效应

报告以详实数字展示了拼多多作为一家新电商企业在打假、治假,保护平台5.85亿消费者合法权益上的勇气与决心。这一年,拼多多构建“1+2+3”核心治理机制,即成立一个跨部门联动治理工作组,采用“人防+技防”两种治理手段,建立事前、事中、事后全周期管控机制。

“1+2+3”核心治理机制的一号位,是拼多多自创业第一天便成立的“神秘部门”——平台治理部。2019年,拼多多更是聘用了两千多名工程师,充实平台治理技术部门,占到了公司总人数的三分之一以上。

拼多多与全球多家科研机构协作,持续深入研究人工智能在平台治理领域的应用,以严密的大数据风控系统和人工巡检模式,孵化了这样一些数字:97%的疑似侵权链接上线前即被平台拦截封杀;超过8.8万家涉嫌违法违规店铺被拼多多平台主动关闭;一年来,平台向全国各级政府执法机关移交了逾千起涉案线索,协助全国各地警方抓捕了200多名犯罪嫌疑人,涉案金额过亿元,有效防控“假货高地”的“溢出效应”,有力打击了侵权假冒行为。

不断进化的平台治理体系背后,拼多多投入了大量的资源用于建设强大的技术能力。2019年拼多多Q4财报显示,全年研发费用高达38.7亿元,较上年同比增长247%,其中很大一部分用于平台治理和风控系统的持续升级。

一年里,拼多多全面升级了商家入驻系统,基于海量数据挖掘、分析、开发完成了假货识别算法,建立了一系列模型矩阵。特别是在2019年“618”前夕,拼多多基于分布式AI技术系统,与各级市场监管部门携手,实施“塔防行动”,严厉打击“借一键代发之名销售假冒伪劣”的现象,严控其他传统“假货高地”电商平台,特别是批发类电商平台对新电商平台的溢出效应。

报告还集中展示了拼多多在知识产权保护上的努力。这一年,平台上线知识产权保护系统,联合一千多家品牌权利人展开知产合作,开辟绿色通道快速处理相关诉求,并与中宣部、国家版权局等签署版权保护协议,一如既往尊重智力劳动成果,并为此而继续努力。

2019年12月,拼多多创设的“假一赔十”消费者赔付金制度,被最高人民法院纳入中国互联网司法十大典型案例之

首,肯定了平台在自治打假方面所作的规则创新。

中国消费者协会专家委员会专家、北京市法学会电子商务法治研究会会长邱宝昌认为,电商平台通过提升技术和人工防范,封杀、拦截侵权链接,以严密制度打击假冒伪劣商品,保护消费者权益,让消费者能够放心消费成为一种经营理念与企业初心,是应该提倡的。同时,如果企业能够打假与普惠并举,通过“百亿补贴”引领新消费浪潮,将实惠带给数亿消费者,是非常好的创新模式。

“百亿补贴”引领新消费浪潮

安全加实惠的消费环境,是拼多多一直致力于打造的商业生态。拼多多创始人黄峥强调,拼多多生存的基础是为用户创造价值,无论是激进还是保守,都将永远专注于“本分”这一内在价值。

平台治理部的“秘密仓库”,是拼多多一个半公开的秘密。它专门用于封存各种证物——来自全国各地的抽检志愿者以匿名身份从可疑店铺购买的抽检样品,并定时送至品牌方做鉴定。这样的暗访模式只是拼多多打造安全消费环境的一环,闪电退货、极速退款、退货包运费,建立“消费者赔付金”“平台消费者保障基金”,首创全行业最严格的“假一赔十”制度……都是拼多多在打造“一键无忧”消费环境中的努力。

报告还讲述了拼多多创立“百亿补贴”这一电商界明星项目的初心。作为中国新消费浪潮的主要推动者,2019年,拼多多率先推出“百亿补贴”,联合超过1300个品牌,通过定向匹配等综合措施,仅仅2019年Q3和Q4拼多多便支出了161.8亿元市场补贴推广费用,让利消费者的同时,致力于打破中国城乡二元消费结构,推动消费平权,以更实惠的产品价格、更丰富的商品种类、更贴心的消费场景,满足不同层次消费者的消费需求。

这一以网购模式拉动内需的尝试,是新电商适应新经济时代的创新模式。为了更好地推动消费端与生产端直连,满足消费者需求,拼多多分别在两个方向上发力。

在农业数字化上行上,拼多多以“拼”模式为中国“小而散”的农业生产提供了多对多的匹配模式,让原产地“最初一公里”和消费端“最后一公里”直连,比如拼多多上的吐鲁番哈密瓜,价格低于批发市场,湖北秭归的脐橙、河南中牟的大蒜、广西的百香果、云南的菠萝等

各地优质农货,价格只有超市的一半甚至四分之一。作为中国最大的农货上行平台,2019年,拼多多实现农(副)产品成交额1364亿元,农(副)产品年活跃买家数达2.4亿,较上一年同期增长174%。

新品牌计划也是这一年里拼多多继续深耕的战略性领域。拼多多于2018年12月推出了新品牌计划,为做大做强国内自主品牌提供数据支持和流量倾斜。截至2019年12月底,已经有超过900家知名品牌在内的企业参与“新品牌计划”,足迹遍布安徽、江苏、山东、福建等地,累计推出2200款定制化产品,涉及家电、家纺、百货、数码等近20个品类,累计定制化产品订单量超过1.15亿单。

此前,新华社瞭望智库发布的《2019长三角新消费发展报告》显示,相比传统电商企业,由拼多多等新电商平台倡导的新消费概念倡导从消费者需求出发,重塑产品、渠道和盈利模式,体现了消费变革的结构性趋势,更加从产业链、供应链、价值链的角度来分析技术变革对消费的影响,是引领新消费浪潮的电商头部企业代表。

3月11日,拼多多发布2019年度Q4财报,2019年全年,拼多多平台成交额(GMV)突破万亿大关,达10066亿元。黄峥表示,经过近5年的发展,拼多多有能力以更大的规模、更强的组织应变能力,去承受未知的挑战,有效履行企业社会责任。

一些来自拼多多的数字在疫情防控期间产生:划拨10亿元专项资金累计补贴超过1.8亿件抗疫防护用品,向湖北地区每天定向提供300万只售价不足2元的一次性口罩,联合浙江大学成立1亿元抗疫基金,“抗疫农货”专区成立并设立5亿元商品补贴资金,联合多地政府通过市县县长直播带动超过8.4万吨农产品“出村进城”……

“我们必须履行我们的社会责任,并优先考虑消费者的利益,因为没有他们,就不会有拼多多。”报告引用黄峥的发言说。



藜麦沙高萝卜种子
碧根多片 品莹剔透 生产耐旱

惊爆价 ¥ 4.6

马上抢



四季小香葱种子
春季盆栽秋季种植蔬菜籽青

惊爆价 ¥ 4.1

马上抢



家用撒药机
喷雾器 电动喷雾器 水桶喷雾器
每小时可喷洒近800斤

惊爆价 ¥ 370

马上抢



【大丰收】5%高效氯氟氰菊酯
功夫菊酯果树青虫腻虫地
喷雾器 喷雾瓶 喷雾器
喷雾器 不伤花 不伤果 地上花苗盆栽适用

惊爆价 ¥ 25

马上抢



直连全齿轮
能直连汽油柴油小型全齿轮耕

惊爆价 ¥ 2747

马上抢

本次“春耕节”补贴农资SKU超过15000款,将满足农户的一站式物资需求