



突然下架! 拼多多被“砍一刀”

被指“恶意软件”遭暂时下架 财报发布一夜蒸发千亿

突然下架

谷歌公司发言人埃德·费尔南德斯在一份声明中表示,已经通过 Google Play Protect 对在谷歌 Play 商店之外发现的含有恶意软件的拼多多应用进行了处理,出于安全考虑,该应用的 Play 版本也已经被暂时下架。埃德·费尔南德斯进一步表示,谷歌公司将正在进一步调查此事,将拼多多 App 下架是一种安全预防措施。

对此,拼多多在电邮声明中表示,谷歌的声明不具有决定性,并称谷歌同时暂停了几款应用程序。但拼多多并未对此作出更详细的说明。

彭博社报道称,谷歌公司并没有提到海外版拼多多“Temu”,目前这款 App 仍可以正常下载。Temu 经营着美国几乎所有商品的在线超市——从家居用品到服装再到电子产品——已迅速成为美国 iOS 和 Android 下载次数最多的应用程序。据报道,自 9 月推出以来,该应用程序截至 2 月的下载量已达 2400 万次,每月活跃用户超过 1100 万。

近日,国内知名独立数据安全研究服务机构深蓝 DarkNavy 发布一则报告称,有知名互联网厂商通过持续挖掘安卓厂商 OEM 代码中的反序列化漏洞攻击用户手机,窃取竞争对手软件数据,以防止自身被卸载。

报告指出,该互联网厂商通过上述一系列隐蔽的黑客技术手段,在其合法 App 的背后,达到了:隐蔽安装,提升装机量;伪造提升 DAU/MAU;用户无法卸载;攻击竞争对手 App;窃取用户隐私数据;逃避隐私合规监管等各种涉嫌违法违规目的。

其实,早在 2018 年 11 月,中消协就曾点名拼多多。当时中消协通报了 100 款 App 个人信息收集与隐私政策测评情况,多达 91 款 App 列出的权限存在涉嫌越界,但在侵犯用户隐私方面拼多多最为离谱,被列为通报典型案例。中消协在通报典型案例中指出,拼多多 App 对使用任一服务即表示同意本政策的所有内容以及首次使用即使未签署协议也视为同意的条款存在不合理性。

谷歌出手,突然下架。3月21日,环球时报援引彭博社报道,谷歌公司称,由于发现拼多多的多个版本中存在恶意软件问题,已经将这款 App 从谷歌商店下架。

在被谷歌下架前夕,拼多多发布的最新财报,也令市场失望。拼多多 2022 年第四季度的营收、净利润,均不及市场预期,导致拼多多股价遭遇大跌,单日跌幅超 14%,单日蒸发市值达 165 亿美元(约合人民币 1134 亿元)。

市场担忧的风险或许是拼多多货币化率的提升已经趋近天花板,中国电商的大环境之下,拼多多大概率要“告别”高速增长期。同时,拼多多还将面临抖音、快手等新电商平台的竞争压力,以及京东刚刚推出的百亿补贴,电商行业的存量竞争已然刺刀见红。
侃见财经

一夜蒸发 1100 亿

而在被谷歌下架前夕,拼多多发布的最新财报,也令市场失望。

北京时间 3 月 20 日,拼多多发布 2022 年第四季度及全年财报,财报显示,四季度营收为 398 亿元,同比增长 46%,全年营收 1306 亿元,同比增长 39%;四季度净利润为 95 亿元,2022 年归属于普通股东的净利润 315 亿元,同比增长 306%。

但市场预期,拼多多四季度营收 410.08 亿元;净利润 97.5 亿元,相比之下,拼多多的成绩单大幅不及市场预期,这也令市场大失所望。

当日晚间,美股开盘后,拼多多股价持续大跌,截止当日收盘,跌幅超 14%,总市值缩水至 997.7 亿美元(约合人民币 6856 亿元),单日蒸发市值达 165 亿美元(约合人民币 1134 亿元)。

更现实的问题是,中国电商的大

环境之下,拼多多大概率要“告别”高速增长期,将与国内其他电商平台进入平稳增长。同时,拼多多还将面临抖音、快手等新电商平台的竞争压力,以及京东刚刚推出的百亿补贴,电商行业的存量竞争已然刺刀见红。

于国内市场而言,竞争日趋白热化。比如就在今年 3 月,京东百亿补贴上线。一级入口,范围覆盖京东平台的全品类,自营和第三方商家都有,颇为诱人。

很明显,京东的百亿补贴对拼多多构成直接挑战,就个人购物体验来说,相比拼多多,京东的物流优势明显。如果双方价格打到相差无几,拼多多失去了最大优势,物流似乎又不太行,威胁性还是挺大的。

国内电商市场逐渐成为红海,这似乎是不争的事实。此前国家统计局数据显示,2022 年全国网上零售额 13.79 万亿元,同比增长 4%。其中,实物商品网上零售额 11.96 万亿元,同比增长 6.2%,占社会消费品零售总额的比重

为 27.2%。2021 年,全国网上零售额 13.1 万亿元,同比增长 14.1%,增速比上年加快 3.2 个百分点。其中,实物商品网上零售额达 10.8 万亿元,首次突破 10 万亿元,同比增长 12.0%,占社会消费品零售总额的比重为 24.5%。

内卷或卷到海外,成为电商巨头的选择。此前选择“从农村包围城市”的拼多多,2022 年也将触角伸到了海外。

2022 年 9 月,拼多多的海外版 Temu 在美国上线,砸钱势头凶猛。据报道,今年 2 月,Temu 砸下 1400 万美元(约 9550 万元)买下素有“美国春晚”之称的“超级碗”两个广告时段,投放了一条 30 秒的广告。

30 秒 700 万美元、平均每秒 23 万美元的广告花费,创下了该赛事广告的历史最高价,拼多多真是豪啊。最终收效如何?

但谷歌公司的突然下架,也给拼多多海外业务蒙上了一层不确定的“阴影”。

拼多多“出海”后 需克服“水土不服”

每个国家和地方的合规性政策不同,要想全球化,Temu 也需要进行本地化运作,进行合规性处理。在 Temu 的网站上,“支付安全、数据安全、知识产权保护”就被打在一个显眼的位置。

范德比尔特大学专门研究安全和隐私的施密特(Schmidt)就表示, Temu 的数据和隐私实践并不突出,该公司很可能收集了大量有关用户的个人数据,然后将这些数据用于销售广告。

对于 Temu 更进一步的合规,拼多多也在采取行动,据报道,拼多多的组织架构正在发生调整。简单来说,拼多多正在与 Temu 进行拆分,防止海外政策等因素影响 Temu 业务的正常进行。对此,还有分析指出,由于数据隐私与安全上的不确定,拼多多或将加快与 Temu 的拆分速度。拆分后的 Temu 如果还延续拼多多在国内的产品扩张方式,恐怕不太容易。

在当下电商存量争夺的市场中,尤其是京东百亿补贴攻入拼多多腹地之后,拼多多的盈利之路愈发困难。但就目前情况看,不论海内还是海外,拼多多都要对保护用户数据安全付出更多行动了。