

“最近VC朋友聊得最多的话题，大概就是Temu了。”孟岩说。

她曾任职于国内一家非常头部VC机构，目前执掌一家专注消费科技方向的新基金。出海，便是孟岩和团队重点关注的方向之一。这次出差深圳待了一周，密集聊了一波出海项目。

聊到Temu——一个拼多多刚上线的出海项目，孟岩的话匣子打开了。今年9月，Temu悄悄上线北美，在黄峥师妹阿布的带领下一路横扫，迅速登顶美国APPstore免费购物应用榜单第一。昨晚（11月28日），拼多多发布了最新财报，单季净利润超120亿元。令人惊讶的是，拼多多把Temu摆在首要位置。

“这种项目正是我们想投的。”和孟岩类似，李笠最近一直在看出海赛道，已经跟踪了Temu一段时间。他透露，其实不少同行都在打听进入Temu的机会，不过目前拼多多尚未开放融资机会。

李笠感叹，“Temu的火爆，让我们更深刻感受到出海广阔的前景。”

VC投不进去的项目

几天前，孟岩团队刚做完几个互联网大厂的研究，得出初步结论：Temu肯定能做起来。

这要从团队对拼多多的研究说起。今年以来，一二级市场估值倒挂，消费赛道虽然冷却，但不少品牌估值仍然虚高。相比初创公司估值动辄就喊到数十亿，孟岩开始在二级市场寻找一些便宜的机会，于是拼多多进入了团队的视野。

把几个互联网大厂分析一遍，孟岩发现，阿里的市值一直在跌，京东随着大盘涨跌，相对平稳，只有拼多多仍在逆势增长。

正如昨晚（11月28日），拼多多发布了2022年第三季度财报。报告期内，公司实现营收高达355亿元，同比增长65.1%；归属于普通股股东的净利润为105.9亿元，同比上涨546%，这已经是拼多多连续第六个季度维持利润正增长了。

PDD
CONDENSED CONSOLIDATED STATEMENTS OF INCOME
(Amounts in thousands of RMB and US\$)

	For the three months ended September 30,			For the nine months ended September 30,		
	2021	2022		2021	2022	
	RMB (Unaudited)	RMB (Unaudited)	US\$ (Unaudited)	RMB (Unaudited)	RMB (Unaudited)	US\$ (Unaudited)
Revenues	21,505,758	35,504,304	4,991,116	66,719,077	90,737,561	12,755,684
Costs of revenues	(6,558,648)	(7,414,132)	(1,042,262)	(25,202,584)	(22,535,593)	(3,168,004)
Gross profit	14,947,110	28,090,172	3,948,854	41,516,493	68,201,968	9,587,680
Sales and marketing expenses	(10,050,611)	(14,048,820)	(1,974,952)	(33,435,891)	(36,611,335)	(5,146,740)
General and administrative expenses	(334,806)	(906,573)	(127,444)	(1,120,812)	(2,324,408)	(326,760)
Research and development expenses	(2,422,421)	(2,698,166)	(379,302)	(6,969,995)	(7,978,039)	(1,121,534)
Total operating expenses	(12,807,838)	(17,653,559)	(2,481,698)	(41,526,698)	(46,913,782)	(6,595,034)
Net income	1,639,960	10,588,574	1,488,518	1,149,124	22,084,365	3,104,571
Net income attributable to ordinary shareholders	1,639,960	10,588,574	1,488,518	1,149,124	22,084,365	3,104,571

(拼多多三季度财报)

至于背后的逻辑，孟岩作了一番分析：市场下行时期，主打性价比的平台反而更加坚挺。“通俗地说，大家越没钱，拼多多越稳”。而在欧美经济下行的时候，拼多多推出了出海项目Temu，相当于“复制”了母公司的运营模式，更是来得及时。

“Temu”，一个拼多多自创的新词，母公司给予了它拿下海外市场的愿景。这个名字取得巧妙，在Temu官方下载界面上，新词汇附带着解释：“Team Up, Price Down”

，中文翻译过来大致是：“组团买，更便宜”。一股拼多多风格油然而生。



Temu: Team Up,
Price Down

今天

Bug fixes and improvements

版本 1.14.0 • 42.8 MB

头条 @投资界

今年9月1日，Temu正式面世，首站进军北美。虽然因国外法律风险，“砍一刀”没能一起出海，但Temu还是祭出了最熟悉的玩法：拉一个用户，奖励20美金。可谓把主业的“病毒式传播”玩得炉火纯青。

加上商品价格普遍低于同行，品类也满足了大多数北美人民群众的日常购物需求，Temu火了。在不少投资人看来，Temu增长潜力巨大——那片被SHEIN、亚马逊等群狼分割的土地迎来了搅局者。

“当国内业务进入一个较为舒适的区域，拼多多得以抽身出来，集中所有重点兵力冲击海外市场。”孟岩透露，据他所知，黄峥、阿布等拼多多元老级人物亲自坐镇，足以见他们对整个新项目的重视。

“现在美元背景的VC朋友特别关注Temu。”曾几何时，拼多多给国内不少VC/PE机构带来了丰厚的回报，直接使一批年轻投资人实现造富神话。现在，海外版“拼多多”来了，故事更加诱人。

孟岩并不掩饰，此前团队通过各种渠道跟Temu建立联系，沟通融资需求。不过一番接触后了解到，虽然Temu前期一直需要烧钱，但拼多多现金流充足，并没有分拆Temu的计划，这一业务目前也不打算融资，一级市场的投资人想投也拿不到份额。“如果开放融资，这一定是个挤破头的项目”。

VC圈虎视眈眈，所有人不愿眼睁睁错过这个重量级项目。

于是，有趣的一幕发生了：投不进Temu，VC直接加仓了拼多多的股票。

黄峥师妹掌舵，Temu大杀四方

在美国复制一个拼多多

到底谁在执掌Temu项目？

阿布

这个名字浮出水面。她是拼多多一个重量级存在，这位黄峥的同门师妹原名叫顾娉娉，从黄峥创业之初就一直追随左右。多年来，阿布鲜少出现在公众视野中，但拼多多买菜的掌舵者是她，让拼多多一炮而红的“游戏拼单”模式同样由她操刀。

一位拼多多前员工透露，“阿布相当于内部CEO，行政、技术、运营都归她管。”

阿布出手，Temu的重要程度不言而喻。为了在北美杀出一条血路，拼多多对Temu的投入不亚于多多买菜。有报道称，拼多多曾计划第一个月为Temu投入10亿，试图在用户心中建立“Team up, Price down”的品牌形象。

更直接的是，拼多多的投资者关系网页启用了新域名pddholdings.com（“拼多多控股”），并将公司介绍改为，“一家拥有并经营一系列业务的跨国商业集团，包括北美消费者电子商务市场Temu和头部社交商务平台拼多多”，在这一则介绍中，Temu甚至在语序上优先于主业“拼多多”。

Who We Are

PDD Holdings (Nasdaq: PDD) is a multinational commerce group that owns and operates a portfolio of businesses, including Temu, an e-commerce marketplace for North American consumers, and Pinduoduo, a leading social commerce platform. PDD Holdings aims to bring more businesses and people into the digital economy so that local communities and small businesses can benefit from the increased productivity and convenience through new opportunities. PDD Holdings has built a network of sourcing, logistics, and fulfillment capabilities. It shares these capabilities with its various businesses.

[Find out more about PDD Holdings](#)

[Find out more about Pinduoduo](#)

[Find out more about Temu](#)

头条 @投资界

(拼多多投资者关系网简介)

在大洋彼岸的另一头，Temu也不负众望。凭借“裂变式拉新”，上线一个月不到，Temu的单日下载量就超越了亚马逊和SHEIN，登顶美国APPs tore免费购物应用榜单第一。

抢员工、抢供应商、抢市场，焦虑传到了竞争对手这一端。社交平台上有人透露，Temu以高出SHEIN百分之六十的薪水挖人，考虑到跳槽的员工不方便搬家，Temu直接把办公地点挪到SHEIN两站开外的地铁站边。

除了高薪抢人，Temu还以巨额单量红利拿住供应商。有卖家称，“在Temu做了三个月，一天稳定1000单”。传闻中，SHEIN开始要求商家“二选一”，甚至被曝出“员工一旦跳槽Temu，永不录用”的言论，但这些信息目前尚未得到证实。

而在消费者一端，Temu更是低价抢占市场。平台上的夏季女装价格多在20美元以下，项链、戒指的价格在5-10美元的区间内，一些小物件甚至低到1美元以下。一位在亚马逊平台上做出口的从业者吐槽，Temu的零售价比他们的进货价还便宜。



ALL

Jewelry & Accessories

Pet Supplies



New User Gift >



\$7.36 ~~\$9.19~~



\$17.28 ~~\$21.59~~



\$15.68

头条 @投资界

二级市场也在研究Temu。东兴证券

此前分析，Temu采取类自营模式，卖家负责供货，平台掌握商品定价权，并要求卖家报送产品底价。凭借主业在国内打下的供应链基础，Temu得以将价格压到了最低，一度引发网友惊呼：“直接整顿美国电商行业！”

目前，有媒体公布了

一组数据：Temu的日均GMV已经突破150万美元（约1000万人民币）

，入驻商家数量近3万个，SKU高达30-40万，涵盖24个一级类目。如果数据属实，那么Temu月度GMV就已超3亿人民币，也就是说，两个月不到，Temu就超越了跨境电商9成玩家一年的体量。

一家才上线两月的跨境平台，发展势头如此迅猛。按照之前的设想，年底前Temu的GMV目标是3-5亿美元，并在未来一年达成30亿美元的目标，这相当于SHEIN目前体量的1/10。

“Temu证明了这样一个逻辑：即便是在发达国家，有钱人依然只占很小的一部分，国外同样有下沉市场，拼多多在中国的那套逻辑或许依然适用。”看过Temu的数据后，上海一位VC投资人直言。

“现在正是进入海外市场最好的时机。”分析完Temu，孟岩坦言，“从大环境来看，经济下行时期，人们对‘性价比’的需求更甚，加上这两年美国通胀，客观上给了Temu这类平台更宽松的崛起空间。”

当互联网大佬集体坐镇

出海大时代来了

“除了黄峥，阿里蒋凡、字节跳动张一鸣、京东刘强东都去海外找机会。”一位接近互联网大厂的VC感叹，几乎所有人都坚信，中国崛起更多全球性互联网平台的时候到了。

正如孟岩分析，几个互联网大厂的国内业务正在稳定增长，此前混战不休的社区团购胜负已定，国内竞争再也“卷”不出新高度了，国外却还是一片蓝海，充满着各种可能性。身经百战的玩家们，开始了“Copy from China”之旅。

去年，原淘宝、天猫总裁蒋凡被派到了东南亚，负责包括Lazada在内的海外业务。在此之前，Lazada多次更换CEO，但还没有一员大将坐镇。而在阿里的组织架构调整和张勇的内部信中，蒋凡所代表的海外业务首次被提到了与零售比肩的位置。据了解，蒋凡下一步可能还要去欧洲。

而在字节跳动这边，孟岩透露，“今年抖音GMV应该能到2万亿，天花板肉眼可见。包括张一鸣在内的几个核心高管，都在积极开拓海外市场。”此前，字节的海外业务TikTok已经定下目标：2022年底全球

日活用户数超10.5亿。此外，字节还在不久前推出了专门卖女装的跨境独立站IfYooou。

“但目前TikTok依然是重点”，上述投资人透露，“他们觉得东南亚市场小，下一部分重心也是欧美的直播电商。”

如今，海外烽烟已起，群雄逐鹿。位于上海某互联网大厂的吴彬提到，“最近感受越来越强烈，中国公司在不远的未来，会越来越多的出海。TikTok、SHEIN、Temu等平台，已经开始挑战国外巨头构建的体系。”

实际上，这波出海浪潮并非一朝一夕出现。中国新经济经历过去20多年的发展，形成了独特的互联网模式。“这些模式是可以搬到海外去的，比如在中国已经成功的电商、外卖、生鲜等项目。”孟岩介绍。

借鉴中国已经发展完善的互联网创业模式，再加以当地本土化创新，这便是“Copy from China”，而这些模式去到海外又将成为新的增量，创造出新的产业体系，这也吸引了一批国内VC的关注。

“最近我们一直在追踪他们的动态，也经常跟这些巨头聊，寻找还会在他们的生态下长出来的新公司。”孟岩说，现在TikTok、Temu等新平台往外涌，会有空间长出新品牌来，这与抖音在国内催生一批新品牌的逻辑一样。

此外，国内某头部VC机构也已经设置了专门的投资团队，重点关注“Copy from China”的项目。红杉中国、高瓴、高榕资本、IDG资本、GGV纪源资本等大多数主流投资机构，同样在近年将出海和全球化作为了机构发展的重要方向。

这是属于中国VC们的一个黄金领域——毕竟亲历了中国模式创新时代，国内投资人能够更早发掘项目，也能够提前预知企业的发展空间以及潜在风险。过去二十年的创投回报神话，也许正在异国他乡生根发芽。

(文中孟岩、李笠、吴彬为化名)