

泰山众筹源码，泰山众筹商业逻辑详解，泰山众筹电商系统解析

产品名称	泰山众筹源码，泰山众筹商业逻辑详解，泰山众筹电商系统解析
公司名称	东莞市星电网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	东莞市石排镇东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	15006688653 15006688653

产品详情

向大伙儿们问好，我是的门门（陈景尧）这期门门给大伙儿讲讲大家一直非常感兴趣的商业模式——泰山众筹

众所周知，泰山是天下山，五岳之首，中华民族的象征，东方文化的缩影。天人合一思想的发源地，以泰山为名的泰山众筹究竟是什么？接下来门门用五分钟时间让你彻底了解泰山众筹这个模式

接下来门门用几个核心点给大家深入剖析清楚泰山众筹这个模式

泰山众筹一共分为四个核心点组成。

点优进优出，他是去中心化的科学众筹，分布式数字资产记账形式。他将企业资产数字化，连接企业内外部资源，为企业发展品牌塑造带来更多的支撑，用数字经济的模式为企业发展赋能，有效解决脱实入虚的问题。

第二个核心点叫四进一出，合理合规，进出平衡，当第四期成功的时候才会返回。期的本金加收益，每一笔出账的前提必然是有新的一笔进账，一大涨吃小账，进出平衡，不会出现现金流不足的情况。

第三个核心点叫爆仓重生，爆仓重生立即止损，市面上常见的商业模式基本都是后面人买单，泰山众筹也是提出爆仓重生，止损重新开启下。一轮上一轮泡沫不累计炮之后重新开始。

第四个核心点叫倍利复增，公平公正，能量守恒，每一期的上涨波幅都是上一期众筹金额的贝利夫增金额，比如贝利负增30%。当期为1万，第二期就是13000，第三期就是16900，公平公正，可持续性很强。

泰山众筹这个模式他没有强制消费，所有在平台的消费都跟产品挂钩，跟实业挂钩

让用户决定在你的平台消费而不是在其它平台消费的原因是——用户在你的平台消费可以获得一定比例的“ ”。“ ”既可以在平台购买商品的时候1：1抵扣，绿色消费；也可以选择参与“众筹活动”

泰山众筹模式分析:

连续四期众筹成功就开始出期参与众筹的人奖励自己投放本金的28%奖励，每一期众筹成功后增长30%众享额度，即每期众筹成功收益的30%=静态12%，动态奖励16%，平台维护费2%全部分完无任何泡沫。(这里的分润奖励是用产品利润来对冲的)

1.静态收益12%，每期本金投放的收益12%，用户只要众筹成功就能获得的纯收益

2.动态奖收益:16%，用户需要推广拉新获得的收益 .分享奖励 3%

.管理奖 5% .股东分红3% .区域代理 5%

泰山众筹模式玩法:在商城购物所获得的活动币参与众筹活动

D一期10000活动币

第二期13000活动币

第三期16900活动币第四期21970活动币第五期28561活动币

第六期37129活动币

第七期48267活动币倒数第四期退70%活动币给30%积分

第八期62747活动币倒数第三期退70%活动币给30%积分

第九期81571活动币倒数第二期退70%活动币给30%积分

第十期106042活动币 众筹失败 退活动币

假如:例数第十期众筹失败，即例数前第七，八，九期都视为爆仓，例数第十期退还活动币，例数第七，八、九期退还70%活动币(70%的数值比例是可以自定义)众筹不成功返30%的积分可按照每日千分比逐步释放成商城零钱可提现，或用于在平台的积分商城兑换产品

门门举个栗子

当第4期众筹完成的时候，第1期参与的用户可获得本金+收益，假设当初投入100个，这时可以获得额外10%的奖励，终有110个（平台可以自行设置是否能提现）。以此类推，第5期完成的时候，第2期的用户可出局……这样“有进有出”，并且有时间差，大账吃小账，有利于平台的资金流稳定。

爆仓熔断，安全控盘

每一个众筹活动都有限定的时间，这个也不例外，在活动期内，后一期没有完成众筹即为“爆仓”，但这个中性词，即后三期的用户获得的收益没有之前出局的那么多，平台可以有效止损，保证利润，且

后三期的用户依然可以【返还70%+30%积分】，积分可以兑换商城产品，或者平台可以对接NFG，让积分可以兑换更有变现价值的NFG，让用户获得超倍惊喜。

以上几点，可以概括为泰山众筹模式的核心要点。

接下来就可以回答文章前面的一些疑问了

比如：平台的盈利地点在哪里？

答：平台的盈利是来自产品的利润，只不过通过众筹的活动进行分配。由于众筹活动每期是按30%递增的，其中的10%则是用来回馈用户，即资产增值；10%用来作为用户裂变的推广奖励（比如直推奖励6%+团队长奖励4%），后10%作为平台的综合成本。

【重点强调】以上数据仅作为举例方便理解，实际的数据设计，平台应该根据产品的利润情况以及补贴力度，在运营过程中动态调整，让平台的运营可持续发展。

这，是不是也间接回答了“泰山众筹是否是资金盘”的问题了？

另外，互联网的变现除了产品销售，还有非常普遍的一个渠道——广告，这个取决于用户数量，当前面的众筹活动运营到一定成绩的时候，如果用户数量可以达到100w，那平台每天就可以额外获得非常可观的广告收益（放心，广告联盟我们也已经对接好的了）

泰山众筹模式优势：

以往的一些众筹模式就像水的通道不受控制，水池的水一下子大起来，就需要更多的水去补充，那么它的生命周期，就相对短。

那么泰山众筹又是什么类型？

很好理解，它的水一开始就限制，每一期都按一定比例整大，水池的水保持着稳定的流速进出，好理解吧？

那么它就不能出现以下子暴增，后续没有流量跟不上的情况，它相对前者比较稳，这是它的优点。

如何合法合理合规的运营？

有实物托底，有商品交易，平台有利润，项目才能长久。

众筹内容明细：比如土地、线下门店、商品、公益、股权，不能说天天对着空气喊口号，这个也太虚了。

广告商业模式：对接资本广告，平台有盈利。

异业联盟；和线下实体店赋能，把流量双向导入，大家一起打造一个商业生态圈，比如获得的积分，可以到实体店消费等等。

后，补充下市场经过近半年来的，增加了哪些新玩法？比如：

1.为了让活动更加有秩序进行，增加了每一期的活动时间限制；

2.为了进一步保障后几期用户的权益，可以赠送【优先勋章】，让其可以优先参与下次活动.....

分享模式，分享知识，分享系统，分享价值。如需完整方案，软件开发，模式策划，需要了解电商软件等相关信息或者其他方面的电商问题的读者，可以留下联系方式私信小编，门门都会一一回复，搜索门门，千篇商业方案解析给你听！

文章扩展内容：

软件定制

每个企业都有自己独特的管理模式和 workflows，而目前市面上所有的管理系统，如OA、ERP、CRM、HRM、进销存等系统大多数都是通用软件，这种类型软件很难满足企业个性化的需求。为了满足企业个性化业务需求，让软件来适合企业管理方式，而不是让企业去适应软件的功能而使用，所以根据企业个性化管理流程和方式，量身定制一套属于自己公司管理模式的软件，已经是每个企业信息化管理实施的标准。

软件外包

软件一直致力于提供高品质软件外包服务。软件本着“不断追求完美”的做事风格，在众多项目实践过程中不断探索与优化项目管理流程建设。软件开发团队已形成自己一套独特的项目开发模式。这套模式有效地解决了项目开发过程中的管理和控制难点。如：公司在软件需求管理、软件质量管理、项目进度管理等方面均走在同行前列。在众多项目的实践过程中，此模式得以健全和验证，保证了优质的软件产品交付给客户。

移动APP

研拓积累了大量移动应用APP开发经验，涉及的平台包括iPhone、iPad、Android手机和Android平板；

一站式综合服务软件面向企业级客户提供定制开发，包括公众号、企业号、小程序定制开发。伴随客户进行从需求到战略到实施的完整过程，帮助其进行五个阶段或特定阶段的需求服务，大限度强化和建立客户在行业中的优势地位。

广告电商是通过我们重新开发了，解决了以前的种种问题并给大家总结了之前广告电商的四大问题：

一、用户在各大平台看广告，间接给平台赚钱，却不能给自己带来一些好处。

二、平台给的虚拟积分，更多只能用来抵扣消费，不能提现，用途有限。

三、传统电商更多依靠卖货赚钱，有时还要砸钱做广告，导致利润率更低。

四、平台想对接广告，但无从下手，也没有模式的辅助,让广告价值更大化。

这四点就是传统电商以及社交电商中，广告板块的问题。而我们全新的广告电商是结合了“社交电商+广告分佣”，让消费者在购物的同时可以获得积分，并且还能通过观看平台对接的广告任务，让消费者手中的积分变现（得广告奖励），终实现广告主、平台和消费者三方共赢的效果。

并且设置了三种应用模式供您使用：

一、消费累计，返佣递减：消费者在平台任意消费即可获得积分，通过观看广告任务，平台根据消费者剩余积分按比例返佣为零钱，零钱可提现、可消费。举例：您在平台消费了200，获得了200个积分，平台按2%的比例广告返佣，那么次日可得到4，此时还剩196个积分，“第二天”继续看广告任务返佣，可得： $196*2\%=3.92$ ！

二、新增消费，阶梯返佣：消费者在平台任意消费即可获得积分，达到积分门槛后可通过观看广告任务，平台按比例将积分返佣为零钱，零钱可提现、可消费。举例：当您在平台消费了100，由于未达到广告返佣的积分门槛，故不返佣；当您在平台继续消费了200元，共拥有300个积分，此时达到【200】的积分奖励门槛，(如图)按1%的比例广告返佣，那么次日您可得到： $200*1\%=2$ 元；如果您这时又消费了600，累计积分为900个，达到【400】积分奖励门槛，那么看完广告后次日您可得到：4元