

上海泰山众筹电商系统开发，泰山众筹APP源码定制

产品名称	上海泰山众筹电商系统开发，泰山众筹APP源码定制
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。

点优胜优出，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，比如贝利夫增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 ”

泰山众筹模式基础玩法逻辑：

1.用户在商城购物消费成为平台会员，后赠送相等资产，可用于在商城购物进行抵扣，或参与平台泰山众筹活动。（是参与泰山众筹活动的门槛，一般不开放提现，也可以自定义提现规则）

2. 用户成为平台会员，拥有自己的推广邀请码，推广分享好友在商城下单购物，即绑定上下级关系，并享有相对应的推广分销奖励

3. 推广两个好友在商城下单购物，即可成为平台初级合伙人享有间接奖励，推广三个好友下单购物即可成为平台中级合伙人，推广四个好友下单购物即可成为平台合伙人，不同身份的合伙人享有的间接奖励不同，在商城购物也有不同的优惠折扣

4. 商城每日签到赠送积分，邀请拉新好友关注商城公众号可赠送积分，商城下单购物可赠送积分，积分用于在的积分商城区兑换商品，或参与平台众筹项目（在其众筹成功拿奖励收益提现时用于提现销毁燃料）

注：（看是否要在商城做分销奖励，如不做，就将商城产品分部分利润在泰山众筹模式里做也可以，非常灵活）例以下做商城分销奖励分配，比例可自定义，释放等级也可以自动以，还可以另外加平级奖、分红奖、感恩奖、月度计酬等等奖励模式

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区兑换产品

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”，但这个是中性词，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？

那么它就不能出现一下子暴增，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。

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！

商业模式扩展内容：

目前充电桩主流商业模式有三大类：运营商主导模式、车企主导模式、第三方充电服务平台主导模式。

1) 运营商主导模式：现阶段主要运营模式，收入来源较单一，模式需完善

运营商主导模式指由运营商自主完成充电桩业务的投资建设和运营维护，为用户提供充电服务的运营管理模式，是充电桩行业现阶段的主要运营模式。充电运营商一般具备雄厚的资本，前期对场地、充电桩等基础设施进行大量投资。采用充电运营商主导模式的充电桩，大部分为公用充电桩和专用充电桩。由于行业竞争激烈、用户对充电费用很敏感，充电服务费提升较为困难，因此充电运营商都致力于提高单桩利用率，来提升盈利能力，桩体广告费、增值服务费等占比较小。由于参与者较多，部分运营能力较弱的运营商逐渐退出。在 300 多家运营商中，运营超过 1000 个充电桩的企业仅 15 家，一些小企业已停止运营，少量头部运营商目前主导充电桩市场。

2) 车企主导模式：车企自建桩与合作建桩模式并存

车企为提供更优质的服务，将充电桩作为售后服务提供给车主更优质的充电体验，主要适用于较为成熟的电动汽车企业当中，对于资金和用户数量有较高要求。采用车企主导模式的充电桩，大部分为公用充

电桩，以及私用充电桩。而充电桩的实际需求不断增加，车企在能源供给与技术方面相对运营商而言较为匮乏，很难解决建桩成本和车主服务之间的矛盾，同时资金压力较大，部分车企开始从自建充电桩逐渐转变到与运营商合作运营的模式。

3) 第三方充电服务平台主导模式：充电资源分配更优，单桩利用率提升

第三方充电平台一般不直接参与充电桩的投资建设，通过自身的资源整合能力将

各大运营商的充电桩接入自家 SaaS 平台，以智能管理为依托提供商业价值，其独特的流量优势使其他企

业短期内难以复制。以平台为主导的运营模式可打通不同运营商之间的互联互通，为用户提供更便捷的一站式充电体验。此种模式的收益来源于与运营商的服务费分成和以大数据挖掘为基础的增值服务，因

此与运营商之间会存在部分利益冲突，一旦头部运营商退出合作第三方平台的价值将难以体现，因此需

建立完善的相互依存、互惠互利的机制。