

成都泰山众筹软件开发APP小程序公众号开发，源码开发

产品名称	成都泰山众筹软件开发APP小程序公众号开发，源码开发
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D一山，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

泰山众筹一共分为四个核心点组成：

核心点叫优进优出

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）

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。（这里的分奖励是用产品利来对冲的）

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 众等失败 退活动币

假如:例数第十期众笔失败，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、九期遇还70%活动币(70%的数值比例是可以自定义)众器不成功返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

点点关注，近我者富，评论，多赚千万。分享模式，分享知识，分享系统，分享价值。搜索门门，千篇商业模式解析给你听！了解电商软件、商业模式等相关信息的读者，请联系下面这串神秘数字

内容扩展：

拼购，又称为团购或集体采购，一般是通过互联网平台，由专业的服务机构组织一些有意向的消费者组织在一起来购买同一个产品，不仅价格优惠，而且质量也好。这样，可以帮消费者节约一笔钱，也能帮平台留住用户，复购率也很大。

提供团购的商家一般是区域中的知名品牌，且所有供货商均为厂家或本地的总代理商，透过本网站指引‘一站式’低价购物，避免了选购、砍价的麻烦。通过团购，消费者可以采取集体维权的形式，使问题以更有利于消费者的方式解决。

电商的发展趋势（一）打造品质是拼购电商发展的决胜关键调查发现消费者对假冒伪劣商品深恶痛疾，商品质量低劣是导致拼购电商目标用户远离的首要因素。拼购电商要进一步扩大市场，是否做好了深层次的品质打造，是下一阶段决胜的关键。以苏宁拼购、京喜为代表的拼购平台在商品采购和商家认证方面的把控，为商品品质提供了较好的保障，未来各大平台围绕商品品质的竞争将继续，拼购电商将从消费升级逐步进入到品牌升级阶段。（二）“C2M+数字化”成为新的趋势把核心数字化能力与特价版并列作为依托，C2M模式和特价版作为数字“新基建”的探索和尝试，正帮助50万工厂和120万商家加速数字化转型，把握“后疫情”机会，C2M把传统意义上做产品的企业转型为生产型服务企业，数字化是产业带商家从简单的加工制造向更高阶段延伸的新引擎。正大力打造数字化产业带。（三）进一步加强对产品和消费心态的挖掘目前拼购电商对产品和消费心态的挖掘有待加强，一方面是商品品类和品牌较、等传统平台相距甚远;另一方面需要进一步做好用户消费能力分析、心理分析、行为分析，要比传统电商做的分析更细致、高效和精准，才能更好地发挥拼购模式的优势。（四）做好精细化的用户运营管理拼购电商行业已过扩张期，伴随着人口红利的逐渐消失，较低的获客成本优势不再延续。如何让消费者同

时享受到私人定制的购物体验 and 轻松愉悦的社交体验，是平台留住顾客的关键。这就要求平台做好细致的用户运营，做到精细化管理，将不同类型的用户和相应类型的商品相连接，和相应类型的社交方式相连接，提供相应类型的商家和服务。从长远来看，加强品控与服务，提升平台在消费者心目中的形象是平台可持续发展必须面对的问题。拼购平台形象的提升需要依托于大牌入驻、正品保障以及优质服务体验等方式，需要将流量适当向头部品牌商户集中。大品牌销售渠道多且相对稳定，话语权强，品牌入驻平台会优先考虑品牌本身整体利益，不太可能为拼购平台执行特殊的低价政策，大量品牌商的入驻也会打破拼购平台通过小品牌和低质商品打造出来的低价优势。这些变化与平台早期爆发式增长的动力来源相悖，势必会影响平台已有长尾商户的价值和利益。如何平衡消费者、商家与平台自身的利益将成为平台未来发展的巨大挑战。

【全民拼购】模式是结合了当下流行的“社交电商”与“拼购玩法”，通过全民更人性化的奖励机制，将产品销售中的利润大化让利于参与拼团的用户。激励用户参与、分享的同时，也可带动平台产品销售，实现“多方共赢”的效果。

三、拼团玩法

为提高品牌关注度，提高公司决定对部分产品进行限时特价优惠活动，规则如下；

1、用户可在平台自由选择100、300元、500元等产品价格的拼团活动，满10人后即开团，3人可中奖(买货成功)，7人不中奖（买货失败）。“无论成败，皆有所获”

2、3人中奖(买货成功) 7人不中奖（买货失败）

可获得相应价格的产品或等值的；平台全额退回参与拼团的款项；

可获得（商品价格）100.%的“购物基金”；可获得（商品价格）5%的广告奖励；

可解锁5%的“购物金”（如有“购物基金”）；可解锁5%的“购物金”（如有“购物基金”）

可获得（商品价格）10%的“分红积分”；

用户若参与同一个拼购活动连续中奖3次(买到优惠商品)，后续该用户继续参与该拼购活动则将连续10次不中奖，让其它用户也能有机会买到优惠商品！