

厦门泰山众筹软件开发，APP小程序公众号开发，源码开发

产品名称	厦门泰山众筹软件开发，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：

数字经济营销的兴起，明星营销的退潮。

2021年，从吴一凡到王力宏再到维娅，网络名人和高质量偶像都出现了太多的明星丑闻，极大地损害了他们的代言或广告品牌，也让越来越多的品牌意识到使用明星代言是一种危险的行为。

另一方面，今年数字经济的崛起正在加速，元宇宙、NFT、Web3等概念层出不穷。就像上的柳叶一样，100W粉丝一夜之间被添加，这让美容化妆品遇到了元宇宙的话题，引爆了社交网络。

与明星相比，虚拟偶像具有可塑性和不易翻转的优势。一旦虚拟偶像成为该品牌的发言人，它就可以继续为该品牌创造价值。目前，bat等大型平台和许多大品牌已经开始建立虚拟偶像，并将其作为品牌资产的重要组成部分。

如果说元宇宙是一种趋势，那么品牌拥抱元宇宙并进行这种营销将成为一种趋势。这一趋势不仅是创造虚拟偶像，还包括创造自己的元宇宙、创造自己的NFT作品等。未来，越来越多的品牌将营销融入虚拟经济。

回溯2000年，“互联网”的概念提出，以及2010年“移动互联网”的设想出现，唱衰与反对的人不在少数，在当时没有人能预想到会成为当今社会的常态。而元宇宙也被称为“第三代互联网”，而且元宇宙可能比互联网和移动互联网还要大，因为互联网和移动互联网本质上做的是让世界连通的事，元宇宙从本质上做的是再造一个世界、或者再造一个宇宙。

“元宇宙（Metaverse）”这个概念早来自尼奥·斯蒂文森写的科幻小说《雪崩（SnowCrash）》，小说这样写道：“现在，阿弘正朝着大街走去，那是元宇宙的百老汇，元宇宙的香榭丽舍大街.....这条大街与真实世界的差别就是，它并不真正存在，它只是一份电脑绘图协议.....更确切的说，它们不过是一些软件，通过遍及全球的光纤网络供大众使用。”

元宇宙至今没有一个准确的定义，可以看做由人类创造的虚拟世界，其实已经有很元宇宙概念的作品，如电影《黑客帝国》《头号玩家》、游戏《赛博朋克》、动漫《刀剑神域》等等都有“元宇宙”的身影。

其中《头号玩家》就是对元宇宙更为直观的描绘。电影中的虚拟游戏宇宙“绿洲”，人们除了吃饭睡觉和上厕所外，其他所有在现实世界开展的活动均可复制到虚拟空间。不仅如此，还拓展了人类可开展的活动边界，比如可以和蝙蝠侠一起攀登珠穆朗玛峰，还可以随时去沙龙沙漠去旅行。

元宇宙的发展与当下的生活有何关系？

物联网、网络及运算、人工智能、电子游戏、人机交互、是元宇宙的六大基础技术。技术，打通了虚拟世界和现实世界的桥梁，被普遍认为是元宇宙经济体系中解决方案。

作为可实现元宇宙的重要底层技术的，现如今正在悄无声息地改变着我们的生活。

如何把握“元宇宙”的财富密码？

个体对元宇宙的理解不尽相同，有些想法现在这些年就能实现，有些想法要十年或者几十年以后才能实现，像《头号玩家》里那种级别的元宇宙，恐怕要等几十年以后。统一的元宇宙目前尚不存在，使得卖家必须在比现在更分散的市场中营运，每一个数位平台吸引不同属性的消费者、述说不同的故事。

如何让消费者买单、增加销售额、认知度及参与度？商家可以从现在开始逐步尝试VR/AR、使用虚拟IP，以及在不同平台打造「实时购物」的功能，无论是探索虚拟陈列室、试穿商品及360°全方位让消费者了解商品，都将不可或缺。

独立站当前也在往相关功能应用上进行拓展尝试，例如，商家可以通过在独立站内上传「360°全景产品主图」让商品从视觉上突破静态限制，消费者在浏览商品时，通过360°全景产品主图能够更直观地与商品交互，从而弥补虚拟世界和现实世界中对商品感受的差距，提升消费者购物体验，收获更多订单。

（店匠的建站 SaaS

能够完美与360°全景产品主图插件兼容，卖家朋友们可以直接在商品详情页中使用）

除了选择售卖渠道、将2D体验切换至3D之外，商家还需要针对消费者是使用电脑、手机还是其他设备，都要提供相对应的功能。除了视觉之外，声音也是沉浸式体验的关键部分，要创造什么样的音乐和声音来使内容生动化，也是不可或缺的重点。

此外，除了售卖实物“在线选购、线下收货”，还可考虑在未来探索打造「虚拟产品」让消费者选用，这也是增加品牌曝光度及实质营收的机会点。

后，虽说目前的“元宇宙”建设仅初现雏形，但以当前的趋势来看，跨境电商参与进去也只是时间问题，这对商家而言是一次转型的机会，抓住先机，就等于抓住商机

就直接简单聊下关于NFT结合电商的落地应用问题，同时为了便于理解，下面画了一个简化版的图，让大家能够看懂NFT是如何结合线下实体以及电商来做的。我再尽量用简单的文字把上面几个重要的流程作个总结，希望能让您更加清楚：

1.首先要有一套NFT电商系统，它可以为你的每一个商品铸成的NFT序列号

（你可以把它理解为的“身份证”）；

2.假设现在你手上有一个古董/名画，你可以用这个NFT电商系统给他生成一个

专属NFT，然后就可以发布到平台交易了；

3.用户在平台（手机端）看到这个NFT古董/名画，有两个选择，一是直接购买，可以提货，平台寄送，放家里收藏；二是买了之后直接在这个平台上挂售出去，如果有其他人买了的话，那平台和这个卖家都

能盈利（如果是创作者发布的古董，那意味着三方都可以赚钱）；

4.整个交易流程，线上数字世界和线下物质世界相互映射，传导价值；5.只要在这个平台流通，就会产生价值，流通即价值！任何一套系统的背后，都应该是“用合适的技术解决行业的痛点以及用户的需求”，那么【NFT电商系统】解决的是哪些痛点和需求呢？

门门我认为有以下几点：

1.当前及未来的主力消费群体从“物质消费”转向“精神消费”、“投资消费”传统电商更多满足的是消费者的日常购物需求，而当前用户的需求早已不止于此，尤其是90后甚至00后这群用户，愿意为精神需求买单；

2.艺术作品市场缺乏合适的交易平台，创作者赚钱渠道少。不管是实物古玩还是数字艺术作品，这些满足用户精神需求的东西，价值不小，但传统电商平台难以发挥这些“限量作品”的商业价值，且这类平台又比较少，这样就进一步导致艺术创作者的收入难有保障。

3.限量商品、艺术品如不流通，不仅要成本（如租金），低效率还影响其商业价值；因此，NFT电商系统的出现，将会给相关行业带来新一波互联网红利！NFT值得让所有行业重做一遍！当前NFT风靡一时，大量商家要么加入NFT行列，开发NFT平台供用户使用，并从中收取部分收益。直接加入NFT项目好的

方式是使用自己的IP推，但是很多商家没有自己的IP，所以很多商家选择NFT系统开发公司。所以对于一个没有技术人员的团队来说，开发NFT平台好的办法就是找的nft系统开发公司来完成。

适合什么样的团队? 首先，要有丰富的开发经验 图片加载中...，才能在短的时间内完成平台的开发建设，让项目方不会错失良机。其次，的人员，无论是对接人员是UI还是开发人员，都需要，让项目方的需求得到清晰的沟通和实现。后就是保护，保护项目方的隐私，保护平台用户的信息安全，平台出现问题及时维护，这样的nft系统开发公司才值得选择。

找一家靠谱的NFT系统开发公司，其实和找其他类型的软件开发公司是一样的。一个好的nft系统开发公司会给你出很多的主意以及让你了解很多nft开发方面的内容盒案例，无论是行业匹配还是技术实力，都会比其他发展更有保障。NFT平台开发在元宇宙中扮演着重要的角色，我们的开发人员可以为您的业务创建一个多 功能让用户喜爱的平台。附：首先是二级交易限制解决方案，这个属于系统顶层架构。传统接入蚂蚁链，至信链，长安链等等都会有比较多的交易限制（比如不能做二级交易）和比较高的发行合作成本（比如蚂蚁链5元一个成本，至信链100万的起步门槛），但软件公司采用Tbass底层自研区/块/链NFT智能合约新链（跟至信链平行关系），没有日交易额限制，交易发行NFT没有固定成本和gas费，可以放开二级市场交易，自主运营开放性强，独有源码+Saas子账号模式，帮助客户运营自有平台的同时，孵化更多垂直生态NFT行业平台，比如音乐nft子平台，博物馆馆藏子平台，书法艺术作品子平台，古董nft子平台，玉石nft子平台等等，后期可上升为不同平台的共同生态数字藏品交易所，不同子账号独立发行的nft可以在同一个平台用同一个钱包 地址交易二是抢购进发解决方案，这个属于系统底层架构问题。

比如直接沿用耗资6000多万自主研发的云平台底层，通过性能弹性扩张，负载均衡，级架构设计，订单处理深度优化等技术手段，完美解决nft抢购时常常高进发问题（比方说上个月某客户前后花100多万买了外面三个系统都没办法解决这个问题，后面跟微三云合作成功运营起来了）

第三是营销解决方案，这是入口营销模式的问题。直接云平台已开发完成的200多个创新营销模式，盲盒带货，拼团，砍价。砸金蛋，刮刮卡，大转盘，短视频，直播，会员制，礼品卡，二手易货，积分商城，寄售，众筹，预售，拍卖，拼购返利，社交盲盒，支付有礼，预约，白名单，空头，nft合成等等，帮助企业更好发售预售数字藏品NFT

第四是支付解决方案。可以通过云平台商城为前端入口，合规合法购物支付，无风控，同时支持支付，支付宝支付，通联支付，汇聚支付，杉德支付，提单支付，区/块/链支付，并通过正常商城支付赠送/数字积分等资产，用或数字积分兑换数字藏品，解决支付通道对NFT交易的风控和限制

第五.App上架解决方案。NFT交易App很难在上架到应用宝和苹果应用商店，甚至要办理通过率极低的相关备案证书，原生超级App，方便客户轻松上架到任何应用市场，嵌入数字藏品平台同时解决了跨平台二次登录的问题，让数字藏品用户的平台无需办理区/块/链相关证书即可上架，让用户在应用市场直接下载，方便平台运营推广，而很多同行系统要么是一个无法上架的H5形式App，要么只能在钱包App浏览器打开的Dapp形式，不方便国内用户推广

总结：

开发一个好的数字藏品系统，要从系统顶层架构，系统底层，高进发处理，市场运营营销，支付，App上架等各方面做了全盘的深度优化，才能为行业大咖提供的NFT平台系统源码。NFT盲盒系统，NFT盲盒软件，NFT盲盒模式制度，NFT盲盒商城系统，NFT盲盒系统软件APP，张经理什么是NFT呢？盘和林

称，NFT是非同质化货币，其主要是通过不能复制，不能篡改的特性建立智能合约，以智能合约的方式帮助数字资产实现权力确认，过去数字资产是一段代码，是可复制的，也是可篡改的，通过NFT技术建立智能合约，这些数字资产就有了性，从而避免了被篡改，被复制的可能性，从而形成了一套有效的确权体系。在全球，当前NFT主要是和数字艺术品结合，让数字艺术品具备交易价值，具备性。

NFT，全称Non-FungibleToken，是一种非同质代币。它是不可分割的、无可替代的、独特的功能，是可以锚定现实世界物品的数字凭证。更笼统地说，NFT可以是任何数字，包括但不限于声音、文字、图片，甚至游戏、衣服、品。NFT关于盲盒商城系统的开发，NFT盲盒商城开发技术与建设。它的关键创新在于提供了一种标记原生数字资产所有权的方式，所有权可以存在于中心化服务或中心化图书馆之外。早在、网易等国内大厂加入之前，马斯克、姚明等人物，可口可乐、迪士尼、漫威、Facebook等企业和LV、GUCCI等品牌已经入局。