

## 社交电商：酒水行业结合泰山众筹模式！

产品名称	社交电商：酒水行业结合泰山众筹模式！
公司名称	东莞微三云大数据科技有限公司
价格	.00/请来电咨询
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋403室
联系电话	15989888821 15989888821

## 产品详情

受疫情反复影响，供应链体系不畅、居民消费意愿走低，商家库存压力巨大，让作为拉动经济增长“三驾马车”之一的消费不容乐观。稳经济仍是当前政府各项政策发力点，政策效应也将逐步释放。但在线下消费受疫情影响的背景下，如何尽快撬动消费市场，还需一个有力的支点，那便是电商平台。

国家统计局数据显示：2020年、2021年全国网上零售额分别为11.76万亿元、13.1万亿元，分别同比增长10.9%、14.1%。今年4月份，社会消费品零售总额同比下降11.1%，但电商、网上零售仍保持增长，1月份至4月份，实物商品网上零售额同比增长5.2%，占社会消费品零售额的比重也有所提升。

近年来，酒类电商也日渐兴起，或是依托原有购物平台延伸或是自建都呈现出一派火热，而针对酒类物流等问题的出现，只能依托已有的大平台购物规则与《国家物流法》等法律法规执行、赔付等。一个正适用于酒类自己的物流准则正在搭建。

小编日前在中国酒业协会官/网注意到，中国酒业协会发布关于征集《酒类电子商务平台销售及配送规范》团体标准起草单位的通知。据了解，《酒类电子商务平台销售及配送规范》团体标准经中国酒业协会批准，由香港洋酒生产商联合有限公司北京代表处及其成员单位牵头制订。该团体标准的制订是为更好地引导酒类电商企业履行社会责任，加强行业自律，提高社会公信力，保障酒类行业健康和可持续发展。

在小编看来，《酒类电子商务平台销售及配送规范》团体标准的批准，会更加完善酒类电商平台的未来发展。

近年来，伴随着物流、仓储等配套设施的完善，酒水行业结合新零售发展的模式愈发清晰，酒企、酒类电商平台、酒水B2B服务平台等均集中精力布局新零售领域。与传统酒水零售模式和酒类电商模式相比，酒类新零售更强调渠道协同，并注重酒类消费者购买体验。通过供应链管理、大数据分析、场景应用变化等不同方面新技术的产生、零售模式的改变，破解中国酒企“传统经销渠道老化”、“假冒伪劣酒水横行”，“获客困难”等问题。

众筹卖货“新引擎”：

富络经典模式玩法很简单，10块到3000的金额不等，自由选择，操作灵活，在APP里换好酒酿后就可以参与预约和抢占了，一开始体量比较小，所以每仓有50%是预约的，50%抢占

两天一仓，每仓增长30%

第/一仓总额度是20000元

第二仓总额度是26000元

第三仓总额度是33800元

第四仓：以此类推

玩法介绍

一生酿好一坛酒，让世界爱上中国酱香

参与规则

向平台兑换酒粮后，在酒窖里进行发酵，从而得到酒体，酒体可以在公司的商店里进行回购，得到余额，余额可以提现

如果不兑换酒体，可以转换成酒粮继续酿酒，产生收益

每仓有50%以预约的方式，50%以抢占的方式，2天/仓，仓/30%增长

第三仓满仓后，第/一仓的酒粮成功酿出酒体，可以得到6%的增值收益

例：100斤的酒粮=106斤酒体

两天一仓，三仓为一轮，也就是6天，按照一个月30天，等于可以酿5轮的酒体， $5 \times 6\% = 30\%$ 【增值收益相当于月化率30%】，这是个人收益，还不包含团队收益

每仓以30%的规模增长，假如到了第100仓的时候，酒窖没有达到规模，那么就意味着酿酒失败，该仓酒粮全部返还，zui后参与酿酒的二十人，获得该酒窖利润10%的奖励

该仓倒数一仓，二仓(第99仓，98仓)酿酒失败，可以获得70%的酒体，30%的积分+幸运值+优先权

兑换产品后额外获赠相应的幸运值，次日起参与酿酒利润的10%

进入幸运池

例：今/日酿酒利润是1千万，积分看广告是3千万，A手上持有300的幸运值，那么A今/天获得的酒粮相当于 $1\text{千万}/3\text{千万} \times 300 = A\text{所得酒粮}$

该仓酿酒失败后，从第/一仓开始循环，周而复始，生生不息

