

# 扬州全新拼团玩法，全民拼购，长久无泡，未来已来，陈景尧

产品名称	扬州全新拼团玩法，全民拼购，长久无泡，未来已来，陈景尧
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——全民拼购

### 全民拼购模式说明

#### 1.拼单方式：

“10人团”中抽“3人”；

中奖者可获得：

A.等值的产品/购物券；

B.(商品价格)10%的“分红积分”；

C.(商品价格)的“购物基金”；

D.(商品价格)5%的“购物金”（前提是该用户拥有“购物基金”，

且奖励不超过“剩余的购物基金”；

不中奖者可获得：

A(商品价格)5%的零钱奖励：

B.(商品价格)5%的“购物金”；

## 2.拼单规则说明：

“分红积分”作为“参与平台利润分红的凭证”，不能提现为零钱，同时每月1-5号用户可以将积分用户兑换产品或者转入/转出至“积分池”，6-24号则只

能转入但不能转出“积分池”，25-30号为结算期，需“冻结积分池”，用户不能转入和转出“分红积分”，平台会根据“可分配利润”与“总分红积分”数进

行加权分红。(另:每次转入“积分池”的数量必须为“整百”。)

“购物基金”可视为“待返金额”，如A用户获得了100个“购物基金”，后续A参与继续拼团后，将以零钱形式返还“购物基金”，直到返完为止。

新用户参与，成为“1天有效期”的推广员;

用户当天有参与，平台赠送“1天推广员有效期”;

(举例:新用户A参与某个拼团活动，总共可获得2天的推广员有效期。)

拼团隐藏规则:1.当天次参与拼团并且排位，必不中;

(举例:A B C D E ...，蓝色为当天非参团，红色为当天参团，则C为此团的“不中奖人”。)

2.新人参与且排位，必不中;

(举例:A B C D E F....，蓝色为当天非参团，红色为当天参团，绿色为新用户，则C为此团的“不中奖人”。)

### 附:1.2版本新增功能大纲

1中奖规则:可设置中奖XX几次后，之后XX几次必不中奖

2、新增订单管理，当未成团的订单后台也能看到

3、关联产品限制:后台可自定义设置实物产品数量(多10个)

4、自动成团:当活动团时间到了还未达到参团人数，系统机器人自动补齐活动人数(必须后台手动开奖)

5未中奖新增赠送积分:赠送商城积分

6限制用户每天参团次数:每天可参团的次数

7每日分红:每天晚上0点结算

分销利润分配(按商品价格)

推广奖励:2级分销---2.5%，1%;

店铺奖励:(等级由高到低分别为)5%、4%、3%、1.5%;

区域奖励:省代2.5%、市代1.5 区代1%;

## 前端产品/价格展示

前端直接展示“99元/299元/399元/599元...”拼团区，用户根据所选价格直接进入选择，可供选项有“A产品/B产品/C产品/购物券”，用户只能选其一

点点关注，近我者富，评论，多赚千万。搜索陈景尧，千篇商业方案解析给你听！了解电商软件、商业模式等相关信息的读者，可详细咨询

## 扩展资料：

我们接下来进入的模块是在整个商业地图中非常重要的一个模块，收入来源。往往我们在做整个商业模式的设计和创新的的时候，收入和我们盈利的方式都是整个地图当中非常核心的一块。

我们在初讲到整个商业模式的过程，我们讲了如何去创造价值、交付价值以及如何去获取我们应该有的价值；所以在现实过程当中，我们看到很多的企业也许能够去创造一个好的价值，并且把价值交付出去。

但很多企业很可惜，他们终没有能够获取自己应有的价值。所以他花了很多的成本、付出了很多的费用，终却没有给企业带来价值。

这时候很多情况下，所带来的问题就是这里面的盈利模式，或者我们所讲的模块，叫做如何确定收入模式；其实是一个非常重要的环节，所以在这个环节当中，我们主要会讲两个内容。

个内容就是你做的商业模式主要收入会来自于哪些地方；第二是在这个过程当中，你的产品是如何进行定价的。

### 一、商业模式主要收入来自哪里？

先来看个问题，在一个商业模式当中，收入来自哪里。我们来看一个案例，从这个案例当中，你去思考一下，你的商业模式的收入来源是不是也可以按照这种方式去获取更多的收入。

这个案例是我们大家都非常熟悉的苹果手机，或者苹果这个产品，苹果在设计它的商业模式的过程当中如何成为一利润率非常高的产品；苹果的利润率应该超过了40%，它的市值也是一路飙升，是一家非常赚钱、也是非常值钱的公司。

#### 苹果的收入来自哪里？

请看一下我们这张三维图，首先：苹果的收入来源来自哪里？毫无疑问，它是来自于新用户，所谓的新用户是指，以前我可能用的产品是其他品牌的手机的产品；我因为知道了苹果的手机性能更好，所以我成为苹果的新用户。

这样，苹果通过它的品牌和产品不断的去扩大它的用户的基数不断的增加购买产品的用户的数量；因此，个重要的收入的来源就是扩大新用户。

你的产品也是如此，不管你的产品是一个新产品，还是在不断的去成长的产品或者业务，个就是我们怎么样再去找那些更多的空白的领域。

可能这些领域来自于我在A城市销售，再不断的扩展到其他的城市，从一线城市扩展到二线城市、三线城市；或者说我从国内不断的扩展到国外，再去开发更多的新的用户。

这是我们步，去获取更多新用户的来源，或者叫做步获取收入的来源。

当我们获取了步新用户以后，我第二个可以做的收入的方式在哪里呢？因为苹果的产品有一个很重要的特征，在于它是一个非常易耗品；我每天都在消耗它、使用它。

我买了一个手机，它质量好的话，用个两年三年都没有问题；但如果用户在购买了这个产品，之后他使用2-3年才做一次新的购买，再去购买你的产品，其实你的收入是很有问题的，因为你很难有在快速时间里持续地增长。

所以苹果手机做了第二个的动作，这种第二动作在商业或者商业模式的领域叫做up值；up值是我可以在单位用户身上所获取的价值有多高，我能够在他的身上去榨取更多的价值，从他的钱包里面去获取更多的收入；可能我的up值越高，我的收入或者我的估值的可能也会越高。

我们看看苹果是怎么样从单位客户身上再去挖掘更多的收入可能的。

首先，除了你买了一款苹果的手机，他还推出了其他让你进行交叉销售的方式，在产品线去延伸；所以除了苹果手机之外，还有苹果的iPad，再一次从你身上获取的收入来源；除此之外，还有iwatch等。

不同的硬件让你重复进行更多的购买，这是在产品线上的延伸，当然在苹果的商业模式里还有一个非常重要的构成；它是一个软硬件所结合的生态模式，除了我们易耗品的硬件的产品之外，你从苹果的商店里面所买到的这一个个的软件也在为苹果不断的创造更多的收入来源的可能。

很多的手机其实当时想去模仿苹果，但我们如果只是把苹果当做一台手机，你对它的商业模式的理解未免太过浅薄了，其实它是一个完整的生态构成。

Apple store是苹果整个商业模式当中非常重要的构成，他不断地让你去使用、不断地让你去消费，让你产生更多的购买和支出，这就是我们看到在整个的收入来源的第二个部分。

在这个基础上，我们还要关注的一个重要的点是什么呢？