

## 链动2+1电商系统源码，烟台APP软件开发

产品名称	链动2+1电商系统源码，烟台APP软件开发
公司名称	东莞市星电网络科技有限公司
价格	.00/件
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——美丽天天秒，2+1链动模式机制

一、会员身份：只有老板和代理两种身份，购买499礼包即可成为代理，发展2个代理即可升级老板

#### 二、代理身份

1.成为代理条件：加盟区任意消费499（金额可自定义），成为代理(产品自选，不指定)，即可生成自己的推广码。

2.成为代理后权益:

1) .免费专区：下单扶持成为代理十元运费可以零元购，终生享受免费用洗衣液，免费用洗面奶，免费用面膜，免费用各种美妆产品等。

2) .会员特权价：可以在农副产品区，享受低廉的价格，获得更优质的绿色农产品

3) .推广奖励:直推奖励，单100元，第二单也是100元

4) 销售其它产品8%~40%利润

团队销售其他产品也均有差价利润

二、五个奖励：直推奖100元，见单奖200元，平级奖10%，帮扶奖20%，分红奖

直推奖：推荐一个代理消费获得的直推分佣奖励。（比如A代理推荐B用户，B用户去下单，A代理就可以获得100元直推奖励）。

见点奖：推荐一个代理消费获得的见点奖励。（比如A老板推荐B代理，B代理推荐C用户，C用户去下单，A老板就可以获得200元见点奖励）。

发展3个市场起无限代见单200

1.成为老板条件：完成直推2单499元

2.成为老板权益：直推奖励，单100元，第二单也是100元，完成直推2单后

升级为老板，升级老板后完成直推第3单后享有无限代见点间推奖励。

成为“老板”后，直推奖励:300元/单，旗下间推奖励:200元/单（无xian代）

提现秒结算秒提现0手续费，（特色优势：2级分润，无xian代拿钱）

平级奖：老板与老板之间两者身份一致的时候，平台额外补贴给上级老板的奖励。（A老板扶持出了下级B也成为老板，此时A.B是平级身份，那A可获得B收益的平级奖，如：B老板直推了个代理获得300收益，平台设置的平级奖励为10%，那么A就能获得30元平级奖励）。

团队身份点位分红奖（可设置不同身份等级的升级条件，或者直接购买不同金额的大礼包升级到不同的级别）

帮扶奖：1、完成平台设置的提现任务（推荐2人成为老板，团队下需要“N”个代理，后才可解锁收益，没有达成每次只能解锁80%收益，剩下20%冻结成基金，完成任务之后才可解锁）（只需要完成一次即可）

分红奖：设置门槛升级团队长身份V1、V2、V3，每个身份拥有独立的奖金池，按人头平分收益

平台每卖一个499，固定拿30元进分红池，给董事联创合伙人等多个级别设置不同的比例根据对应身份人数进行平均分红，比如董事平分30%，联创平分30%，合伙人平分40%

举例：分红奖总佣金为100元，V1奖金池20%，V2奖金池30%，V3奖金池50%，且达到V1身份人数1，V2身份人数5，V3身份10，则：

V1奖金池1人，直接获得： $100 \times 20\% = 20$ 元

V2奖金池5人，每人获得： $100 \times 30\% \div 5 = 6$ 元

V3奖金池10人，每人获得： $100 \times 50\% \div 10 = 5$ 元

特别说明：

1.感恩机制：这个模式特别设置了下级帮扶上级的感恩互助机制，下级代理想做老板，需要将原两个直推团队留给上级老板，帮助上级裂变团队，然后自己再重新发展新的市场，新发展的下级也会帮助上级，如此循环，讲解如下：

假设A推荐B，B推广了B1和B2两个499代理，满足条件升级成为独立老板时，之前直推的市场B1和B2两个市场需要留给原来的上级，B1和B2这两个市场如果也分别推广了两个499代理，(分别为C1，C2，C3，C4)升级独立老板时，也需要把他们的C1，C2，C3，C,4个市场留给A，从而A可以获得2生4,4升8,8升16。。。的团队架构，A实现团队的自动裂变。

2.20%链动基金互帮互助机制:代理或老板收益提现时，需预留冻结20%在平台，完成指定任务才能解冻全部可提现。

指定任务

1：之前直推留给上级的个团队B1和B2均升级为代理级别或老板级别

2：B1和B2团队伞下订单超过10单

本机制主要预防下级脱离的时候留下两个不动的小号或僵尸账户，实现真正的下级帮助上级发展团队

保护原来推荐关系，基因链关系不烧伤，人数可自定义，拿关系链团队无xian代级差奖励，统团队身份点位分红奖一样，可设多个身份，比如董事/联创/合伙人，可设置不同身份等级的升级条件（比如直推人数，直推指定身份等级会员数，订单量，消费金额，大小腿业绩占比，伞下总业绩），或者直接购买不同金额的大礼包升级到不同的级别。

省市区等区域奖励

省市区代理，享受级差收益，以用户下单的实际收货地址为准进行订单分佣

点点关注，近我者富！评论点赞，多赚千万！搜索陈景尧，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，请联系景尧

扩展资料：

编辑导语：电商行业的发展正在从流量转移，开始投身到新的星辰大海。流量、电商、技术都在发生根本性的变革。人们无法从流量红利中获得红利，只能寻找新的破局之道。本文阐释电商发生蜕变的内在逻辑和原因，一起来看看。

当电商行业的发展开始从流量身上转移开去，它才算是真正进入到了一个全新的发展阶段。这是我们判断电商行业的发展是否有创新的法则。简单来讲，以流量为衡量标准来分析电商是否进化，才是正确的

姿势。

由此，我们再来看待以往的那些电商新物种，无论是新零售也好，数字零售也罢，就会发现，它们始终都在围绕着流量这个核心旋转，却始终都没有离开原地。概念换了很多，电商却依然没有发生本质性的变革。直到玩家们再也无法通过流量来获得红利，他们才会开始寻找新的破局之道。

这场新的破局之道，正是以摆脱流量的束缚为开端的。

在这场新变局里，纵然流量依然是重要的，但是，电商玩家们关注的焦点开始从传统意义上的流量思维转移到了更大的层面上，开始转移到了更新的领域里，它们试图通过这样一种「转移」来找到更多新的发展可能性。巴巴的产业带建设、的产业链打造、的农研专项，无一不是在向我们透露这样一种发展新趋势。

这样一种全新的发展趋势，告诉我们，电商行业的发展开始彻底放弃对于以往发展模式的幻想和迷恋，转而投身到了新商业的星辰大海。对于电商行业来讲，这是一次全新的进化，这是一次全新的挑战，更是一次全新的机遇。把握住了这次新机会，它所带给我们的想象空间和发展机会，丝毫不比电商时代逊色。

如果在电商时代，我们仅仅只是看到了为数不多的头部电商平台的萌芽和壮大的话，那么，在后电商时代，我们将会看到远比这些数量多得多的新电商玩家的诞生。

严格意义上来讲，只有真正进入到了这样一个发展阶段之后，电商行业才真正开启一场全新的进化。

需要明确的是，这样一种全新的进化，不是偶然的，更不是头部电商平台们有先见之明，而是电商内在的发展逻辑业已发生了根本性变革。这些根本性变革，才是导致电商发生本质性蜕变的内在逻辑，才是导致新的「巴巴」出现的关键原因。

## 一、流量业已发生了根本性变革

在电商时代，谈及流量，我们始终都将其与转化绑定在一起的。正是因为如此，电商玩家们才会对流量如此地痴迷，才会把流量当成是生命线。无论是对于传统的电商玩家而言，还是对于新生的电商玩家来说，无一不是如此。

无论是从商业模式的打造上，还是从生态体系的构建上，流量始终都扮演着相当重要的功能和作用，流量始终都是它们的法则。当流量红利尚且存在的年代里，将流量与转化绑定在一起是非常必要的。它不仅能够切切实实地让电商可以形成商业上的闭环，而且还能够吸引资本市场的关注和青睐。

然而，等到流量不再是红利，特别是电商无法让流量得到转化的时候，流量的本质业已发生了根本性的改变。

在很多情况下，当下的流量仅仅只是扮演的是一个数量的角色，它不再有转化的意义，仅仅只能代表一家电商平台规模的大小。说到底，流量还是规模和效率为主导的发展模式之下的存在。站在这个角度来看，电商对于现在的流量来讲，早已不再是一个新奇的存在，而是变成了一个司空见惯的存在。

电商存在的价值和意义，同以往我们在传统时代看到的实体店铺并没有太多的区别——它们都是一个场所而已，只不过一个在线上，一个在线下罢了。这个时候，如果我们再想要让流量对电商产生新奇感，已经是一件难事。因此，我们需要变革的是电商行业本身，而非流量的获取方式和转化方式。

因此，在当时当下的发展情势之下，流量本身同样发生了一场根本性的改变。它们更多地呈现出来的是数字、数据的特质和意义。认识到流量本身的这种显著性变化，并且找到它们与电商转变之间的内在联系，或许，才能为电商的创新和改变找到新的发展方向。

## 二、电商业已发生了根本性变革

一直以来，电商给我们的鲜明的特点和意义，就是它们在撮合产业上下游过程当中所发挥的功能和意义。正是因为如此，电商才会受到了如此大的追捧。然而，电商的这样一种特质，仅仅只是在信息不对称的年代里是有效的。等到信息极大地丰富，特别是等到它在撮合和对接产业上下游方面开始失去优势，电商的功能和作用早已不再是撮合和中介这么简单，而是具备了更加丰富的内涵和意义。

因此，电商进入到新的进化阶段的另外一个深层次的原因在于，电商本身业已发生了根本性的变革。现在的电商，早已不再是简单意义上的撮合和中介的角色，而是更多地成为了一种新型的基础设施。无论是对于消费端，还是对于产业端，都是如此。在这样一个阶段，如果我们依然还延续以往以撮合和中介为主导的发展模式，势必会将电商的发展带入到死胡同里。

每一个时代应当有属于每一个时代的发展模式。当电商的本质业已发生了根本性的变革，我们需要找到的是属于这样一个发展阶段的新商业模式。当电商成为「新型基础设施」之后，撮合和中介不再重要，对于产业的助力和赋能，对于消费者的体验的优化和提升，才是关键所在。

欲要达成这样的目标，仅仅只是以平台和中心的方式来建构电商平台，早已不再适用。我们需要给电商找到新的商业模式，找到新的商业逻辑，只有这样，才能让电商玩家们的发展摆脱当下的发展困境。那么，什么才是真正适合当下电商的新商业模式呢？我认为，彻彻底底的去中心化，彻彻底底的去平台化，找到与产业深度且全面融合的正确的方式和方法，才是真正保证电商行业可以获得新发展的关键所在。

当电商真正实现了自身的蜕变之后，互联网时代，我们司空见惯的平台和中心为主导的电商模式将不复存在，取而代之的是，新的基础设施和新的产业。这才是电商未来发展的根本方向。在互联网年代，如果我们将一个平台的大小，看成是考量电商成败的关键的话，那么，在新的发展阶段，考量电商成败的关键，在于与产业结合的深浅，对产业赋能的多寡。未来，哪一家电商平台可以与产业端、消费端产生深度融合，哪一家电商平台在「基础设施」的布局上足够完善，哪一家电商平台就可以在新的发展阶段获胜。

## 三、技术业已发生了根本性变革

以往，谈及电商，谈及O2O，我们经常提到的是互联网技术，我们经常提到的是撮合和对接的效率。可以说，互联网技术，才是真正促进电商行业从萌芽状态到发展壮大的为根本的技术；可以说，互联网技术，才是真正能够让电商成为一种生活方式的关键技术。然而，经历了PC时代和移动互联网时代的双重洗礼之后，互联网技术业已发生了根本性的变革。

现在，谈及互联网技术，我们经常会将它与数字、数据以及人工智能、物联网等新技术联系在一起。这种现象告诉我们，互联网技术早已不再是互联网技术本身，而是蜕变成了新的技术，新的形态，并且开始对衍生于互联网技术的物种产生改变。当新技术成为电商的驱动力，当新技术从内部开始重塑电商的时候，电商本身同样开启了一场全新的变革。

首先，电商本身开始发生变革。

无论是从电商平台提供的服务上，还是从电商本身的功能上，新技术都在促使电商本身发生一场深刻变革。当电商的这些流程和环节开始发生变革，电商必然会发生一次改头换面的全新发展。

其次，电商的关联方开始发生变革。

当互联网技术当道，无论是上游产业，还是下游消费者，它们对于电商来讲都是收割的角色。借助互联网技术，电商玩家们可以通过撮合和中介来获得新的发展机会；等到互联网技术发生根本性的变革，再去对电商关联方进行收割已然不太可能，这必然促使电商玩家们发生一场深刻变革。

在这样一场全新的变革之下，电商不再靠撮合和中介获利，转而通过满足用户的新需求，助力产业的新转型来获利。在这种情况下，传统意义上的电商不再有存在的必要，取而代之的是一种全新的电商模式的产生。正是因为如此，电商行业必然会开启一场全新的进化。

可以预见的是，新技术之下的电商，不再是一个撮合和中介的平台，而是变成了一个隐没于新产业的方方面面的存在。至此，电商同样开始蜕变。

#### 四、结语

毋庸置疑的是，电商行业的发展正在从流量的身上转移开去，开始投身到了全新的星辰大海。这并不是偶然的，而是有着深层次的内在原因的。正是由于流量、电商、技术等要素都在发生一场根本性的变革，才导致了电商这样一种新进化的产生。认识到这一点，我们才能真正把握电商进化的本质脉络，才能彻底放弃对于流量的幻想，真正用新的视角来看待电商，来寻找电商的新破局之道。

以此为开端，电商行业的发展才能真正进入到一个全新的发展阶段，电商才能真正蜕变。