

# 米乐火拼商城公众号开发

产品名称	米乐火拼商城公众号开发
公司名称	广州茂林网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市黄埔区城门大街2号之三5楼5103室
联系电话	19864740108 19864740108

## 产品详情

米乐火拼商城模式,米乐火拼商城系统，米乐火拼商城小程序，米乐火拼商城公众号，米乐火拼源码搭建。

免责声明：此帖来源转载于网络，仅供参考，非平台方，一切与本人无关，本公司开发系统，不是要做系统的一律勿扰！！

随着互联网的飞速发展，互联网已被应用到各个行业和人们的生活中。因此，互联网将不可避免地影响传统企业和企业的运营。传统产业与互联网的跨界融合，使每一个传统企业都面临着互联网转型的挑战。

1.米乐火拼.助力实体商家，解决企业现金流；

2.零投入，零门槛，零成本创业；

3.无伤害模式，不伤人脉；

4.刺激消费，拉动内需；

5.赋能实体商家转型升级；

6.zui好的零成本、小成本创业项目；

7.利他，让消费变投资，越消费越有钱；

8.不改变消费内容，消费途径和支付方式；

9.商家让利不让本；

10.让用户不仅趣味消费了还有钱挣；

11.刺激实体产业的恢复；

米乐火拼商城静态收益：一个账号自己玩，每天可以拼团4个类目（29.9元区、49.9元、79.9元、99.9元区）一共80次，后续开放（199元区）我们假设概率是每天每个分类各拼中1单，19次不中，平均下来6天拼团480次，拼中了24次。

秒sha区：

米乐火拼29.9元拼团次数 $6 \times 20 = 120$ 次，平均每次赚取红包金额0.39元， $120 \times 0.39 = 46.8$ 元；

米乐火拼拼中了6件商品，5件选择了寄售得149.5元，1件发货自用。

那么，6天下来总收益是： $46.8\text{元} + 149.5\text{元} - 179.4\text{元} = 16.9\text{元} + 1$ 件心仪商品。

一个月下来收益保底是： $16.9\text{元} \times 5\text{轮} (30\text{天}) = 84.5\text{元} +$ 免费撸货5件。

（本金180元）

抢购区：

49.9元拼团次数 $6 \times 20 = 120$ 次，平均每次赚取红包金额0.65元， $120 \times 0.65 = 78$ 元；

拼中了6件商品，5件选择了寄售得249.5元，1件发货自用。

那么，6天下来总收益是： $78\text{元} + 249.5\text{元} - 299.4\text{元} = 28.1\text{元} + 1$ 件心仪商品。

一个月下来收益保底是： $28.1\text{元} \times 5\text{轮} (30\text{天}) = 140.5\text{元} + \text{免费撸货}5\text{件}$ 。

(本金300元)

超值区：

米乐火拼79.9元拼团次数 $6 \times 20 = 120\text{次}$ ，平均每次赚取红包金额1元， $120 \times 1 = 120\text{元}$ ；

拼中了6件商品，5件选择了寄售得399.5元，1件发货自用。

那么，米乐火拼6天下来总收益是： $120\text{元} + 399.5 - 479.4\text{元} = 40.1\text{元} + 1\text{件心仪商品}$ 。

一个月下来收益保底是： $40.1\text{元} \times 5\text{轮} (30\text{天}) = 200.5\text{元} + \text{免费撸货}5\text{件}$ 。

(本金480元)

品质区：

99.9元拼团次数 $6 \times 20 = 120\text{次}$ ，平均每次赚取红包金额1.3元， $120 \times 1.3 = 156\text{元}$ ；

拼中了6件商品，5件选择了寄售得499.5元，1件发货自用。

那么，6天下来总收益是： $156\text{元} + 499.5 - 599.4\text{元} = 56.1\text{元} + 1\text{件心仪商品}$ 。

一个月下来收益保底是： $56.1\text{元} \times 5\text{轮} (30\text{天}) = 280.5\text{元} + \text{免费撸货}5\text{件}$ 。

(本金600元)

总结：zui大值拼4个区一个月，那就是投资1560元，收入： $84.5 + 0.5 = 706\text{元} + \text{免费撸货}20\text{件}$ 。全民伙拼-拼出精彩人生！拼团新玩法，新技能！

在“互联网”时代，始终坚持以消费者为主体的营销理念，准确把握消费者消费心理的变化，利用互联网信息资源和大数据优势同步跟踪分析消费者，为客户提供差异化、个性化的服务，并采取更有针对性的营销策略。