

大健康领域产品电子商务销售的前景链动2 + 1模式解析

产品名称	大健康领域产品电子商务销售的前景链动2 + 1模式解析
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
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402室
联系电话	13728755927 13728755927

产品详情

近日，商务部电子商务司发布了《中国电子商务报告2019》，对2019年中国电子商务发展情况、发展特点以及未来发展趋势进行了总结盘点。即使在世界经济增速放缓的情况下，我国电子商务依然呈现积极态势：规模大，全国电子商务交易额达34.81万亿元；结构优，农村电商进入规模化专*业化发展阶段，跨境电商成为外贸转型升级的重要方向；模式新，大数据、小程序等技术广泛应用，直播电商、社交电商等模式深化创新。

[1]随着电子商务产业的不断深化发展，越来越多的生产企业、销售企

业、创业个人等将电商销售这种“新零售”模式作为其产品推广及拓展销售的重要渠道。2020年伊始，由于新冠疫情对于全球的影响，“宅经济”再次强势发展。大健康产品的需求和电商销售进一步走入人们的视野，而这类产品的电商平台也为广大人民群众在严酷疫情的应对中提供了一把有效便捷的“保护伞”。2020年春节期间，线上问诊、居家健康管理、运动健身需求爆发。根据相关数据

[2]显示，医疗服务行业整体月活在3000万左右，同比增速TOP 5 APP中，叮当快药、科瑞泰Q医、北京挂号网、丁香医生、健客网上药店分别同比增长190.9%、189.1%、182.8%、173.1%、154.4%。同时，医药电商平台更多成为消费者抢购防护用品如口罩、消毒液、手套、酒精以及预防及抗病毒药物的重要途径。

[3]本文将从法律合规角度结合行业实践，以药品、医疗器械、保健食品为切入点，从大健康产品电商销售的现状、我国现行法律法规监管体系、大健康产品电商营销的合规热点问题三个部分入手，初步阐述及分析大健康领域产品电商销售的模式下面临的或潜在面临的主要合规风险，并简要提出合规相关建议。

大健康产品电商销售的现状

从销售的产品类别和交易对象来看，大健康领域电商销售主要集中在药品、医疗器械以及保健食品三大类。这些大健康产品或依托于电商销售的平台，或建立线上自营业务，共同构建起完整的大健康产品电商服务的产业链。由于看准大健康电商产业发展的黄金期，一些商业巨擘也顺势而为，如娃哈哈集团于2020年5月在杭州正式推出旗下的电商平台“康有利”，布局并专注大健康领域销售。

于医药电商销售而言，早在2013-2018年间，我国医药流通和医药电商市场规模就逐年增长，据商务部统计，2018年我国医药电商的市场规模高达978亿元，同比增长32.7%。

于医疗器械电商销售而言，自2018年则开始细分并主要集中在家用治疗类、家用康复类、家用监测类、家用保健类及家用理疗类这五类产品市场。我国目前家用医疗器械市场规模与医药市场规模比约为1:3，艾媒数据中心的统计数据表明，2020年在医药电商端，以三高治疗、助行、呼吸机为代表的家用医疗器械占比突出，在B2C端的占比高

达24%，仅次于西药类。

于保健品电商销售而言，截止至2019年，保健品市场规模约达2227亿元，2021年有望突破3300亿元。于此同时，众多国际知名一线国际保健品品牌受到中国消费者喜爱。然而，由于其在华发展道路存在着包括进口政策、境内资质监管等方面的诸多障碍，因此，诸如澳大利亚品牌Blackmores、Swisse；日本品牌FANCL一类的国际品牌主要仍通过线上渠道销售。

由此可见，以药品、医疗器械、保健食品为主的大健康产品的电商销售呈上升趋势的发展态势迅猛，随着2017年下半年药品、医疗器械网络交易的一些规章出台，至2018年《电子商务法》及近日国家市场监督管理总局关于《网络交易监督管理办法（征求意见稿）》的发布，越来越多的生产者、经营者、销售方等愈加重视电子商务渠道经营行为的合规性，以求长远、稳定、健康地立于市场。

那我们应该如何开拓线上商机呢？

首先我们应该搭建属于自己的线上商城，培养属于自己的私域流量。

在如今这个时代，大部分的流量都掌握在主流平台当中，我们做自己的线上商城要想获取流量，只有两个办法。第一个就是“烧钱”买流量，虽然这个方法可以在短时间内获得巨大的流量，可是这个流量很难去转化，并且伴随着巨大的风险。

而搭建属于自己的私域流量，传统的品牌营销方式，要么找明星代言，要么找渠道打广告，要么找网红带货，无可否认，这些营销方式还是有一定的效果的，能提升品牌的知名度，也能带来一定的销量。但是与此同时，这样的营销也是需要成本的，而且这笔成本还并不低。但是借助私域流量宣传，那就不一样了！不需要打广告，商家只需要在平台发布新产品的信息、促销的信息，用户就可以直接收到，无需花费任何成本，就直接达到了宣传的目的。接下来小编就给大家简单分享一个可以快速搭建私域流量的方法。

链动2+1模式：

开发2+1链动模式软件详情有哪些呢？

一、晋升机制

会员层级：代理、老板

代理：直接消费“499”元，获得该身份

老板：直接推荐2个“代理”，获得该身份

二、奖励模式

1、直推奖：顾名思义就是直接推荐一个代理/会员，会员消费获得的直接分佣奖励。（比如a代理推荐b粉丝，b粉丝去下单，a代理就可以获得直推奖励）。

2、见单奖：顾名思义就是推荐一个代理/会员，会员消费获得的见单奖励。（比如a老板推荐b代理，b代理推荐c粉丝，c粉丝去下单，a老板就可以获得见单奖励）。

3、平级奖：就是会员老板与老板之间，两者身份一致的时候，平台额外补贴给上一级老板的奖励。（比如a老板推荐b老板，b老板推荐c

代理，c去下单，b拿见单奖，a老板跟b老板是一样老板等级，a老板可获得平级奖）。

4、帮扶奖：完成平台设置的任务（推荐“N”人成为老板，之后才可100%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）

三、玩法详情

这是一种全新的商业模式逻辑，人帮人的一个商业模式玩法

代理；只能获得一个直推奖励

老板：可以获得所有的奖励模式（直推、见单、平级、帮扶）

留人、走人操作玩法：

帮助直属下级代理，或者通过自己努力晋升成为老板，都需要留下两个会员，给自己的上级

完成平台设置的任务，之后每次收益都将100*%获得，没完成平台帮扶任务，则是只能获得80%的收益，剩下的20%，需要等到完成任务之后才可解锁。（只需要完成一次即可）

开发2+1链动模式类软件的特点有哪些？

1、二级分销，不存在多层级，合理合规分佣收益

2、走人机制：推荐两人消费499即升级老板，关系脱离，走人自己带新线

3、留人机制：自身成为老板后，为上级留下开始推荐的两人

4、奖金每天都可以提现，公平公正公开，人人平等，团队以2的倍速裂变倍增，轻松升级，直推2单晋升为平台高*级别(老板身份)，享受利润大化，老板直推奖励300，利润拨比高，老板间单高收益200。