

数字藏品尤其是**品行业的**营销工具？泰山众筹模式来助力

产品名称	数字藏品尤其是**品行业的**营销工具？泰山众筹模式来助力
公司名称	东莞市莞带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	13143659518 13143659518

产品详情

大家好，我是微三云钟小霞

数字藏品NFG为何是品牌企业，尤其是**品行业的**营销工具？

2022年，要说互联网哪个火，【元宇宙】这次词应该当仁不让！

而【元宇宙】之下，【数字藏品】赛道又是*热门的应用方向之一。

为什么？

因为它让很多企业从中尝到了巨大的“甜头”，无论是互联网巨头BAT的相继加入，还是新兴的数藏平台开启文创产品的全新销售模式，再到现在的“传统企业”麦当劳、汽车、酒企、航空等行业陆续玩起“数藏营销”，都在说明——数字藏品，NFG（非同质化商品）这个新兴的玩法，越来越成为各个行业进入【元宇宙】的**站。

数字藏品的火热，背后自然有其相应的商业价值，下面给大家总结了数字藏品对不同角色而体现出来的价值，所以才让大家趋之若鹜，并带动了相关产业的发展。

尤其是对于现在想做品牌、或者本身从事**品行业的企业，数字藏品NFG的出现，可以说是如虎添翼。

下面，我用一个例子给你讲清楚为何数字藏品NFG结合**品、收藏品、限量珍品可以将商品价值、交易价值发挥到**。

众所周知，对于传统的消费而言，销量的大小就是其商品价值的体现；而对于**品或限量藏品，主要靠的不是量，而是单个的价值，比如一个爱马仕的限量版包包就可能几十万。

另外，对于珍贵的商品，存在【难溯源】、【难确真】、【难确值】、【难确权】等问题，现在有了这个NFG技术应用，以上问题都能得到很好的解决。

假设你是一家【酒企】，经营的产品包含有中、低端产品，覆盖中低端消费人群。现在可以通过结合数字藏品NFG拓展高端酒领域，同时打造品牌。

众筹卖货作为一种新型促销活动，并不是完全虚拟的，通过用户主动发起链接人脉，邀请好友互助的模式，以更低的门槛参与并完成项目，同时实现平台引流与卖货的目的。用户如果想要玩这项活动就需要活动币，活动币是参加活动的唯一途径。

当然用户想获得活动币，我们*希望用户所做的事情还是以购买商品来做赠送，但是用户的线上消费还是乐于“免费模式”，非付费用户就需要有效地利用起来进行裂变拉新，维持留存，进一步转化为付费用户，购买自己喜欢产品的同时也能参与活动来盈利。

泰山众筹又称众筹卖货，主要核心点以买货为主，首先是用户在平台购买产品后，按正常流程发物流，同时赠送同等利润的购物币，平台会定时组织发起限时众筹活动，购物币是参加活动唯一入场条件，同时购物币也可用来在积分专区兑换产品。

。

活动按满四返一制来进行，每满四期返还**期的购物币，购物币每期以30%递增，比如**期设定1000购物币的条件，人数设置为10人，每人*多投10-100购物币，每筹满四期将返还**期的投入资产，同时参加活动每人还赠送12%的用户收益、13%的市场收益。平台也还有5%的收益。

假如用户A在平台**期投入了100购物币，那他可得到收益为：100购物币+个人收益12%=100+100*12%=112,这100购物币不能提现，只能用户参加下次活动或积分兑换产品。另外12，可提现到零钱。如在**期活动中有推荐用户B进来参与，则再加上市场收益的13%，也就是112+13=125,市场收益也是同样可以提现。同理，推荐的人越多，市场收益同样也能拿得更多。

举例：**期为1000，购物币，每期以30%递增，则：

第二期为 $1000*30\%+1000=1300$ 购物币

第三期为 $1300*30\%+1300=1690$ 购物币

第四期为 $1690*30\%+1690=2197$ 购物币

四期满则返**期用户参加活动的购物币+用户收益的12%+市场收益的13%，另外5%由平台所得，若**次无推荐则有平台收回。

第五期.....以此类推，满四返一制度进行。

那这个时候会有人问，这些所得的收益要从哪里来，首先呢商城的产品利润要控制在三折左右，比如一个100元的产品，70元的成本价，拿30出来做分配。

如果随着后期期数资产数额变大，出现爆仓（众筹失败）的话，平台设定了一系列的返还规则，如*后一期众筹失败，则返还*后一期参与的****购物币和倒数第二、第三、第四期购物的60%+40%的积分（可用于兑换产品）积分+现金的方式在复购专区进行兑换。

模式主要的优势特点是能够规避资金流风险，无泡沫、可持续，众筹失败退还的购物币仅能用于平台，重新参与活动。从而增强用户粘性，同时，用户推广能获得奖励，达到推动用户快速变化的效果，解决产品销量低的问题，中后期平台可以搭配品牌活动及模式使用，精准覆盖刚需客户群体。所以，对于中小型企业 and 互联网创业人群来说，平台引流的前提，选择一个好的模式和好的平台很重要

众筹卖货优势：

- 1.应用便捷灵活，可单一应用运营，也可以搭配商城，多渠道增加用户粘性。
- 2.引流裂变：以*短时间、*少成本通过分享深度打通人脉圈，强效解决流量问题。
- 3.分销助力：通过分销奖励模式，多种玩法激发用户自传播，助力众筹活动不断壮大。
- 4.共享红利：平台方获得流量资源，推荐者获得奖励佣金，发起人获得项目活动，支持者获得购物币、积分。
- 5.高效的资源整合：长期有效的获客方式，通过不断地分享，挖掘更多潜在目标客户。

那要怎么做呢？分以下3步：

- 1.与行业大师联名IP，在某个节日(如企业周年纪念日)推出20/30/50年份珍藏酒，全国限量生产1000瓶，并做好宣传；
- 2.同时将这1000瓶酒在线上铸成数字藏品，每一瓶酒都将拥有唯一的区/块链标识，并跟线下的酒一一对应；
- 3.线上线下同步发售，消费者可以在线上抢购，抢购成功后即可完成线上确权——谁在什么时候以什么价格买了哪一瓶酒。消费者购买后可以选择溢价转让给他人，也可以选择提货，放在自己酒柜珍藏。哪天增值了，又还没喝的话，还能委托平台再次转让！

这种数字藏品营销模式，可以将酒企的品牌和高端产品打造出来，同时大大提升高端产品流通效率。并且，对平台来说，还能从交易过程中产生盈利；消费者不仅更加容易买到真品，无需费心费力去鉴真，还能从酒的增值中持续收益，好处多多！

以上只是拿【酒企】来举例，其实，这对于其它行业的适用。对大部分行业而言，完全可以运营数字藏品NFG的思维，结合自己所在的行业来做独特的营销，在艰难的疫情之下，开辟新的营收增长模式，同时利用这新的互联网应用技术，提升品牌影响力。

好啦，今天先分享到这里，关于数字藏品如何更好结合您所在行业进行营销，以及体验数字藏品系统的前端、后台、案例，非常欢迎评论或私信交流，我必一一回复

, 帮您的企业量身定制合适的【数字藏品+实业】方案。

微三云系统的创新优势:

1. 所有模块数值自定义 ,
2. 强大的支付解决方案:同时支持10多条支付通道 , 为平台收款、分账、代付保驾护航(你懂的)
3. 安全的系统底三架构 · 平田分布式微服务架构底层和应里层分开两个服务器部署 , 防里发架构设计 , 系统安全非常有保障
4. 独有系统进发架构:支持每秒万级订单处理 , 投入6000多万自研系统底层 , 采用分布式集群、负载均衡、消息中间件、流控、读写分离

可针对企业现状 , 诊断分析进行定制化方案输出 , 帮助企业解决市场、产品、品牌、营销运营等多种需求。深耕互联网10年 , 打造了5大产品线 , 上百种营销应用 , 帮助30万+商家平均提升卖货效率300%。可为企业提供管理咨询、招商系统、培训系统、媒体宣传.....为客户塑造品牌核心价值 , 打造*优品牌效力。

针对企业进行定制化研究 , 结合产业洞察及竞品分析 , 满足企业品牌私域化运营需求