

## 这两种实体店可以运用的模式了解吗？泰山众筹模式+嗨购生活家模式+系统搭建软件开/发，微三云麦超介绍

产品名称	这两种实体店可以运用的模式了解吗？泰山众筹模式+嗨购生活家模式+系统搭建软件开/发，微三云麦超介绍
公司名称	深圳市微三云信息技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

### 产品详情

这两种实体店可以运用的模式了解吗？泰山众筹模式+嗨购生活家模式+系统搭建软件开/发，微三云麦超介绍

导读：微三云经历5年深耕，业务布局清晰、品牌实力凸显、管理体系完备，文化活力十足，团队动力强劲，先后开设深圳、武汉、天津、上海、广州直营分公司，产品远销日本、韩国、白俄罗斯及马来西亚等地，行业解决方案遍布食品、农业、旅游、政务、美容、汽车、家政、教育等，渠道商覆盖华南、华中、华北、华东、西南、东北六大中华区，合作服务企业超过30万+

微三云对比其他同行的类似模式系统优势

1) 功能扩展性：未来的优化和扩展计划：增加云平台电商200多个应用功能模式与共享购模式的互通组合使用，比如参与平台拼购，短视频，直播，O2O，异业联盟，泰山众筹，抢单寄售，链动奖励，礼包分红，社区团购，云店模式，智慧新零售等，参与这些平台营销模块，也可以获得贡献值奖励或者积分奖励，且微三云系统的所有应用功能的后续版本优化，每个月一次，客户都可以免费更新，相当于买的是一个永久更新的，永远不会落伍的“活”的系统。预告一下：区/块/链系统春节后将全面升级，增加N多新模式功能玩法，敬请期待。

2) 生态化运营的扩展性：微三云独立开/发有超级云APP，区/块/链系统，元宇宙NFT系统，商学院知识付费系统，供应链系统，云平台电商系统等六大生态运营系统，未来共享购模式将增加与供应链系统和商学院知识付费系统、元宇宙NFT数字藏品系统的打通融合。

3) 强大的系统底层：累计投入过亿元自主研发的系统底层(全国有自己独立研发的强大底层系统的软件公司屈指可数)，支持千万级的用户并发，支持10万笔每秒的订单并发，独有防黑客攻击策略，云服务

器性能自动监控，分布式微服务架构，齐全的开/发API接口方便快捷二次开/发。4) 同类系统zui全的支付和税收合规解决方案：支付方面，除了对接官方的微信，官方支付宝外，还对接了众多第三方支付，如汇聚支付，通联支付，易宝支付，杉德支付等等，为客户提供全方位的分账、收款、代付解决方案。税收合规方面，已对接腾讯高灯科技和深圳粮饷社，为客户提供灵活用工、佣金发放代开/发票，税务免费咨询，股权免费咨询等全方位税务合规解决方案

5)强大的技术开/发团队：10年老牌互联网模式开/发公司，每年软件销售额营收1亿+，全职技术250+，可满足30多个项目同时并行开/发，开/发实力行业口碑一流，众多创新营销模式均领先同行研发上线，可充分满足客户做大后各种各样的开/发迭代功能需求开/发。

微三云系统优势+泰山众筹模式+嗨购生活家模式+系统软件开/发就联系微三云麦超总监

今/天重点讲讲泰山众筹模式和嗨购生活家模式。

下面回来讲今/天要分享的内容，泰山众筹和嗨购生活模式是否有泡沫？该如何控盘？

今年zui火的模式就属于“抢购寄售及泰山众筹和近段时间兴起备受市场关注的嗨购生活，ck轻奢荟、开心茶坊、贝城等平台参照的就是泰山众筹模式，那这些平台的模式都有个共性，主要就是以购买商品获得变现资产，凭资产在平台模式活动专区参与众筹认购，那用户是如何凭资产在活动专区参与认筹从而获利？后面小编微三云麦超会给大家分享。传统生意越来越难做已成行业共识，但微三云麦超认为互联网时代从不缺新风口——社交电商，新零售，短视频电商，虚拟/货币各种模式层出不穷。那以当下的市场来说又有什么新模式来适合引流推广，并快速建立会员渠道呢？企业该如何在铺天盖地的公域流量中夹缝生存，通过构建自己的私域流量池并塑造平台品牌价值呢？那一个好的商业模式就显得很重要了，从用户的角度来说都喜欢玩新的模式，薅有前景并新起盘的模式平台。

## 一、泰山众筹模式

只要用户在平台任意购买产品即可额外获得众筹积分，使用众筹积分即可参与泰山众筹活动，活动成功出局后可获得对应奖励，众筹积分是作为会员的赋能增值，以产品入局，利用产品带动活动引流的核心，把产品本身的价值送来吸引用户认购众筹的，通过产品效果形成消费习惯，成与不成，都不损伤平台及用户，这也容易激起消费者的购物趣味性，同时能促进新老会员的复购频次，缩短复购的时间，提高复购的转化率。

泰山众筹控盘制度是怎么样的？

1、四进一出：指当众筹活动到第四期成功的时候，第/一期参与众筹的粉丝就会出局，从而获的奖励，当第五期众筹成功的时候，第二期参与的粉丝出局，获得出局奖励，以此类推，直至众筹活动结束或失败。

2、倍利复增：指每完成一期众筹活动的时候，下一期奖增加30%的众筹积分，如：第/一期活动1000积分

，第二期活动为1300积分，第三期活动为1690积分，以此类推。

3、爆仓重生：众筹活动时间内，无法完成众筹，则会众筹失败，那就视为爆仓，将重新开启第/一期循环。约3~7天/周期，无法完成众筹金额，则活动失败，成功则继续进行下一轮

4、非本金入局：以产品销售货物的时候，不适用本金入局，只需要购买商品平台赠送购物币的形式，商品与众筹绑定，商品入局，用户即可免费获得商品，还能够参与众筹赚钱。所有营销分润背后的本质，必然是来自销售产品的利润+企业合理的补贴，然后在这个基础之上进行巧妙的分配制度之际，从而实现用户受益、平台盈利的双赢结果。

## 二、嗨购模式

另外zui近有一个新的“消费返利与上链积分”结合的嗨购生活商业模式也非常火爆，可以将积分通证化，数字化，通过上链技术紧密地联系在一起形成供应商、平台、创业者、消费者四位一体，多方共赢的命运共同体模式。平台通过商家联盟的方式，把线上线下各行各业的实体商家整合到平台，多方共同投入，达到抱团共享资源，相当于多方分担营销成本，减少平台的资金投入。

商家运用嗨购生活打赏机制，不用改变原有经营和销售方式，只需要使用平台的嗨贝让利10%给消费者，让利后所使用的嗨贝即刻销毁，消费者获得让利额10倍积分奖励，商家获得让利额2倍积分奖励，消费者和商家拥有的积分又可每天兑换嗨贝，嗨贝可用来二次消费和变现，实现商家和消费者双赢，真正实现消费者绑定和永/久锁客。

积分兑换的嗨贝是可以在C2C市场交易变现，商家每卖出一个产品都需要消耗嗨贝数量，嗨贝数量不足时，商家是不能在平台继续挂卖产品，需要到C2C市场交易购买嗨购，例如一千元的产品，商家让利10%，就是100元，那么平台扣除的不是实际的100元，而是需要扣除价值到100元的嗨贝，嗨贝的价值取决C2C交易市场，假设一个嗨贝价值10元，那么商家卖出的这个产品需要消耗10个嗨贝。

嗨贝是恒定总量发行的，每日空投数量为498枚，每年递减50%空投，随着会员量的不断激增，商家让利越来越多，应用到嗨贝的需求也会越来越大，消费人越来越多，持有人越来越多，共识越来越强，价格越来越高！嗨贝拥有完整的总量机制控、通缩机制，销毁机制，应用机制，同时真正赋能消费者，赋能商家，赋能实体，打造完美的生态链条。积分价格控制控盘策略主要考虑一下多个步骤和维度：1.先确定平台的顶层架构：保证平台整体可控的关键，计划平台做到多大量，做多少年做到多大规模，做多少营业额多少会员用户，为了做到这个zui终目标，计划用于激励市场，对市场会员、商家会员、创始团队等参与平台建设的人分配多少收益。同时制定平台的项目上市和融资计划，什么时候开启ABCDE轮融资，什么时候启动IPO上市、并购上市或着反并购上市等。举例：平台计划做1000亿，对参与平台建设的人分配100亿的收益2.定下积分的总发行量和每日空投数量、多长时间空投完成，创始团队预留数量举例：每天释放空投1000个积分，5年空投完成，每年差不多365万，空投总量1825万个，创始团队预留675万个，总发行2500万个积分3.预估积分涨幅空间：预估积分销毁总量，剩余流通积分总量，结合平台建设总预算分配金额，计划积分zui高可能的zui终价格。举例：假设5年中间通过交易手续费，商家让利扣积分、转赠手续费、抽奖兑换等方式总计消费了30%的积分，剩余流通积分1750万个，总分配价值100亿，计算

流通积分zui高积分价值571元，就是控盘过程中，尽量不要超出这个价格，否则就超出zui早设定的平台贡献建设者的总分配金额，同理，如果总发行只有250万个，那么zui高积分价格是5710元。

4.确定平台消费用户的消费收益率较高收益率和较低收益率和对应的积分价格的参考值：因为要控制平台运营的“刹车”和“油门”，就是用户的收益率，用户收益率低了，就影响推广，收益率高了，后续就不好控盘。举例：假设用户消费zui低收益率是万分之五每天，zui高的收益率是千分之一每天。假设今/天平台所有用户全网存量待释放共享值是1000万，今/天计划空投1000个共享积分，那么用户收益率按万分之五的收益来算，今/天平台总分配金额是5000元，除以空投1000个共享积分，就是积分的单个价格在5元，如果收益率是千分之一的话，积分的价格是10元5.设定平台加入控盘的时间节点：什么时候需要进入“刹车”和“油门”控制的时间节点，如果会员增长较快，可以适当降低收益率，增加平台的控盘空间，如果会员增长慢下来，又要提高一下收益率，增加新用户和会员裂变举例：比如在平台待释放共享值在2000万左右，这个时候对应的万分之五收益率和千分之一的收益率分别对应的共享积分价格是10元和20元，这个时候就要开始加入控制每天的用户收益率，灵活使用缓慢增长和跳跃增长，收益率调整需要灵活处理，前期积分价格较低，可以远低于万分之五，后期积分价格增长上来了，可以在万分之五的收益率上下波动。6.根据平台推广情况及时灵活调整自己的控盘策略举例：比如积分原始发行价，从0.01元或者0.1元开始首发，用多长时间涨到1元，多长时间涨到10元，平台的会员量增速等等多个维度实时分析，合理单边上扬增长，持续调整积分价格实现持续控盘。总结：在保证平台整体可控的基础上，通过灵活调整积分价格增长幅度（单边上扬增长），实现对用户消费收益率的调整（类似国家经济调节的央行降息和加息），收益率的调整有利于平台健康稳步增长，避免发展停滞或者过快增长。