

# 打通上下游产业链，实现企业资源有效交互，协同创造，打造富有凝聚力的企业生态体系

产品名称	打通上下游产业链，实现企业资源有效交互，协同创造，打造富有凝聚力的企业生态体系
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403室
联系电话	15766340569 15766340569

## 产品详情

商城系统SaaS模式怎么玩？/商家联盟/生态闭环/通证经济/通证如何结合实体落地？/万企联盟

全方位激发企业“向心力”、主体创造力，链接企业发展参与者、创造者、贡献者，打通上下游产业链，实现企业资源有效交互，协同创造，打造富有凝聚力的企业生态体系。

个体企业的发展往往在资金、资源、业务等层面陷入困境，资金的流动、人力物力等资源的汇集、用户的开拓及留存等问题，是一个企业或者项目发展的关键，也是企业家及合伙人最关注的问题。

商业联盟的优势在于弱化个体企业劣势，放大个体企业长处，通过多企业优势互补，提升企业竞争力。

传统商业联盟多处于书面协议上的联盟，各企业用户信息封闭，联盟生态圈中，企业与企业之间的信息、用户流通性不明显，部分可实现信息互通的联盟圈，由于共识机制难以建立、推动成本高等因素影响，共赢的目标离之甚远。

基于区块链建立的可信任通证积分系统，可实现企业联盟打造共享积分，通过数字资产的流动，带动联盟全体效益最大化。

商业联盟可通过形成个体企业间的共识，发行建立在区块链上的可信任、可追踪溯源、不可篡改的共享数字积分。

通过通证积分系统对接多个商城系统，实现积分共享与流通，增强商业联盟凝聚力，解决积分利用率低、消费困难问题，从而带动用户在多商城系统间流动，积累大数据。

同时，商业联盟的共享积分还可在通用积分交易平台兑换成其他积分或者通用积分，实现跨联盟效益，结合实体经济发展制定战略规划，实现商业联盟的效益最大化。

随着业务产业的拓展，企业发展壮大，企业成立集团公司，进行品牌升级，提升企业综合实力。

出于业务、产业、地域的差异化，集团公司旗下的分公司子公司难以产生协同力，为集团公司的发展做出贡献。

通过集团公司发行的，打破不同业务、产业、地域限制的共享数字积分，以数字经济的思维，充分调动企业生态主体创造力，协调各分公司、子公司的力量，共同拉动集团公司的发展。

集团公司可通过共享数字积分的发放，形成集团内部的奖励机制，调动各产业公司的生产积极性，并在保障各独立分公司、子公司权益的同时，促进各产业之间的权益转换、数据互通，尤其是针对集团的战略发展项目，起到快速引流的效果。

同时，共享积分对象可以为客户、员工、合作伙伴等企业生态成员，针对不同的成员亦可制定不同的发放机制、流通机制，实现区/块/链数字积分、商业目标、参与者的良性互动。

互联网用户增速见顶，平台竞争激烈，该如何突围？

生态/抱团

有效整合中小商家，形成消费生态，满足消费者多元化需求；

创新机制

用创新的机制/工具打通生态内平台、商家与用户的关系；

用户之上

用户在生态内消费不仅可以省钱，还有机会免费、赚钱；

如何快速整合众多中小商家，形成消费商业生态？

【生态积分】是通过区块链技术发行的恒定、不可篡改、可信任、可流通的积分，是【广告商业生态解决方案】中打通生态内各角色消费循环的重要机制/工具，实现平台内各商家通用通兑，打破传统积分不能通用的痛点，让消费生态循环变得可持续。

如何让中小商家加入生态？

很多企业不愿意参与别人的平台，想要打造各自的私域流量，生态大系统超级云APP能够很好的解决这个难题，其具有类公众号、小程序架构，能支持企业接入各种商业场景，每个企业都独立运作互不干扰，又能共享生态大系统超级云APP的流量，为企业打造生态系统奠定基础。

为了更好的让各中小商家加入生态平台互利共赢，所有商家内的用户的消费，平台赠送【广告券】，从而让平台内的商家更具竞争力。

举例：

某用户在商家A出消费100元，可获得平台赠送的100【广告券】，相比在传统电商平台消费，赠送【广告券】更能起到引流的作用。

【广告券】有何用处？

消费者获得平台赠送【广告券】后，可通过看平台的“广告任务”，将【广告券】按一定的比例转化为【生态积分】。

消费者有100个【广告券】，当天看完平台的6个激励视频“广告任务”，可获得1个【生态积分】(此时广告券剩99个)，进而在其它商家继续消费或变现。

平台如何与生态内商家结算，控制成本？

商家先向平台充值【广告积分】，当消费者在商家消费后获得平台赠送的【广告券】，此时会按一定比例扣除商家的【广告积分】，等于商家贡献部分利润进行引流。

商家先向平台充值100元的【广告积分】，当消费者在商家消费100元会获得平台给的100个【广告券】，同时平台会扣减商家15个【广告积分】，等于商家承担15%的成本。

如何快速打造生态内全品类供应链？

当部分商家的产品数量较少时，可直接对接供应链，从中挑选适合自己商城销售的产品供消费者选购。

消费者在商家A买了一个100元的产品，由供应链直接发货。由于供应链给商家的供货价为80元，那么供应链这边会扣除商家A的80元货款

平台如何增加盈利渠道？

广告商业生态解决方案业务流程图

简易梳理【广告商业生态解决方案】各角色业务流程

- 1.各中小商家在区/块/链应用端申请成为【商户号】角色，并可用微信/支付宝/消费积分(即”通证积分“)进行充值，获得【广告积分】；
  - 2.消费者在生态内商家消费可获得【广告券】，同时会按比例扣除商家的【广告积分】；
  - 3.消费者在区/块/链应用端通过【广告券】看激励视频”广告任务“，获得“消费积分”(即”通证积分“)。
- 消费者可将其提现(消费积分数量\*消费积分单价)，也可以在生态内商家消费抵扣。

广告商业生态价值

广告商业生态解决方案，整合各行业商家，丰富消费生态

并通过打造互用、互通的生态积分机制，

让用户消费从此省钱，甚至免费！赚钱！

通证积分生态系统需要深入了解的朋友们可以关注小编或者给小编留言，看到的都会给大家回复！！！！

主页也有小编的联系方式可以随时找到小编

10年软件开发公司，承接各类软件开发，协助梳理各种商业模式设计，小程序、公众号、APP、H5等多网合一(供应链、商城营销系统、商业模式、社交APP、直播、短视频、跨境电商、知识付费、NFT数字藏品、供应链系统)

第三十七条 电子商务平台经营者在其平台上开展自营业务的，应当以显著方式区分标记自营业务和平台内经营者开展的业务，不得误导消费者。

电子商务平台经营者对其标记为自营的业务依法承担商品销售者或者服务提供者的民事责任。

第三十八条 电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求，或者有其他侵害消费者合法权益行为，未采取必要措施的，依法与该平台内经营者承担连带责任。

对关系消费者生命健康的商品或者服务，电子商务平台经营者对平台内经营者的资质资格未尽到审核义务，或者对消费者未尽到安全保障义务，造成消费者损害的，依法承担相应的责任。

第三十九条 电子商务平台经营者应当建立健全信用评价制度，公示信用评价规则，为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径。

电子商务平台经营者不得删除消费者对其平台内销售的商品或者提供的服务的评价。