

解决终端推广难度大：批发零售挂售模式如何做？ 模式设计系统搭建+新零售生态+风控运营策略，微三云麦超介绍

产品名称	解决终端推广难度大：批发零售挂售模式如何做？ 模式设计系统搭建+新零售生态+风控运营策略，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

解决终端推广难度大：批发零售挂售模式如何做？
模式设计系统搭建+新零售生态+风控运营策略，微三云麦超介绍

导读：微三云有新零售系统吗？有什么特色？

答：微三云科技作为国内有影响力的移动应用系统提供商之一，坚持以“技术为本，服务为先”，为用户提供公众号小程序、高端APP开发、高端定制服务，目前已打造出小程序系统、微信、APP分销系统、更多模式请登录网站 <https://wsyguanyun.com> 或 <https://32wsy.com>，今天分享的是批发零售挂售模式的平台风控运营策略，感兴趣或者想搭建类似平台的老板联系小编。

小编介绍：微三云麦超：毕业于广东著名高校—中山大学资讯管理系，12年专注商业模式设计及软件开发，现任微三云全国资源总监，商业模式设计总监，电商系统商业模式开发架构师，擅长企业生态商业模式、商业零售会员增长裂变模式策划、商业闭环模式设计及方案落地，曾辅导十余个电商平台做到营收过百亿，数百个平台做到百万会员，欢迎来电咨询，专业协助企业最低成本搭建电商平台运营系统、App、小程序、公众号商城，设计闭环商业模式！加微信赠送百亿级平台推广运营执行方案+免费商业模式梳理！

批发零售挂售模式+平台风控运营策略+系统搭建模式设计联系微三云麦超总监

一、批发零售挂售模式介绍

挂售新零售卖货模式流程“五步曲”

第/一步：零售区“购买”

消费者到活动区零售价购物，即可获得商品 + 2 张（或N张，自定义）平台批发券

第二步：批发区“批发”

有批发券即可享有批发资格，以批发价购买商品，取货自用或委托平台代卖，消费者变成批发代理。

第三步：“挂售 / 自提”

消费者可选择挂售商品，由平台自动帮你把挂售的商品按零售价卖出去（卖给在零售区购物的新老会员），获取利润分配，或者选择自提商品。

第四步：“推广”

通过社交分享可优先出售商品，并可同时获得平台推广奖励。

第五步：“提现或复购”

平台按零售价售出寄售的产品，平台扣除一定比例的代卖手续费（10-20%，自定义）将结算给消费者，消费者选择零钱提现或参与复购继续批发寄卖

二、挂售寄售模式，挂售商城系统现金流算法及产品成本控制推算

假设平台扣除20%寄售服务费情况下：

情况1：3折两张

实收 $1+0.3+0.3=1.6$

产品实际零售价： $1.6/3=0.53$

退出后平台返还= $20.8-20.3=1.0$

实际用户收益0

结论:客户相当于无收益，但免费获得一份产品

情况2：3折3张

实收 $1+0.3+0.3+0.3=1.9$

产品实际零售价: $1.9/4=0.475$

退出后平台返还= $30.8-30.3=1.5$

实际用户收益0.5

结论:客户收益0.5份产品零售价，并免费获得一份产品

情况3：2折两张

实收 $1+0.2+0.2=1.4$

产品实际零售价: $1.4/3=0.467$

退出后平台返还= $20.8-20.2=1.2$

实际用户收益0.2

结论:客户收益0.2份产品零售价，免费获得一份产品

以情况3举例：平台买1份零售赠送2折批发券2张，

用户一个回合收益是 $20% \times \text{零售价}$ ，称为1份用户收益

假设平台扣除的20%全用来做分销

现假设有A,BC,DEFG,HIJKLMNO共16个人购买后挂售活动终止

第/一轮：A购买零售和批发后，B/C购买，A退出获利20%零售价，

说明：

1、平台支付A的退出的资金来源于B和C的付款，

2、平台本轮资沉淀金额为：1个零售+2个批发（含平台收益），但寄出去了ABC3份产品

第二轮：DEFG，4个人购买，BC退出，B和C均获得一份用户收益，

1. 平台支付B/C退出的资金来源于DEFG付款，

2.平台本轮实际资金流沉淀为：BC共4个批发，并寄出了DEFG4份产品

第三轮：HIJKLMNO，8个人购买，DEFG四人退出，DEFG各获得一份用户收益，

1、平台支付DEFG退出的资金来源于HIJKLMNO零售付款

2.平台本轮实际沉淀资金为：DEFG共8个批发，并寄出去了HIJKLMNO8个产品

第四轮：HIJKLMNO零售和在批发区2折付款购买批发产品后，无后续用户购买，分为提货和退批发款两种情况

方式一：提货：平台收入8人共16份批发，实际给每个客户3份产品，共发出去24个产品

平台实际资本沉淀：平台收入16个批发，发出24个产品

方式二:退批发款：平台无收入，给客户寄了一份产品，亏了一件产品。8个人共8份产品

平台实际资金沉淀：无收入，且寄出8个产品

方式一总结：平台共沉淀资金1个零售+30个2折批发，寄出产品39个产品

成本测算：剔除那个1个零售后，产品盈利平衡点价格=沉淀的批发个数*0.2/寄出产品数， $(30*0.2)/39=15.38\%$ ，产品成本不能高于15.38%，量越大越接近20%

方式二总结：平台共收入1个零售+14个2折批发，寄出23个产品

成本测算：剔除那个1个零售后，产品盈利平衡点价格=沉淀的批发个数*0.2/寄出产品数， $(14*0.2)/23=12.17\%$ ，产品成本不能高于12.17%，量越大越接近20%

总结：

1.

若按平台净利润来算：买1个零售赠送2个2折批发券的情况下，产品的成本分别不能高于15.38%和12.17%

2.根据产品盈利平衡点价格=为沉淀的批发资金*0.2/寄出产品数的公式，随着量增大，数值增大，这个批发个数和寄出产品数无限接近，百分比逐渐趋向接近20%，意味着产品零售价和产品成本之间，产品成本绝对不能超过20%。

当然平台还有其他盈利的地方弥补：

1. 大礼包的销售收益(有购买大礼包应用模式组合的)

2. 平台扣除20%的寄售手续费可以预留一部分利润，共退出了ABCDEFG7个用户共14个零售，截留

资金 $14 \times 20\%$ ，可以预留一半作为平台收益，假设只分销10%，相当于多了14个零售的10%，按方式一测算，产品成本最低线则是 $(1.4 + 30 \times 0.2) / 39 = 18.97\%$ ，方式二产品成本最低线则是 $(1.4 + 14 \times 0.2) / 23 = 18.26\%$ ，这个百分比随着量增大，趋向无限接近于30%，意味着产品成本绝对不能高于零售价的30%。

3. 扣除20%后，是客户可提现金额，提现平台扣除6%-7%的代扣税款，加上单笔1-2元的手续费，再加上100元以上提现和或只能提现100元的整数倍，这样平台可以增加一些资金沉淀和现金流，还可以限制每周只能提现一次等。

以情况1举例：平台买1份零售赠送3折批发券2张，

用户做完一个流程相当于免费拿一份产品

第/一轮：A购买零售和批发后，B/C购买，A退出免费获得一份产品

3、平台支付A的退出的资金来源于B和C的付款，

4、平台本轮资沉淀金额为：1个零售+2个批发（含平台收益），但寄出去了ABC3份产品

2. 平台支付B/C退出的资金来源于DEFG付款，

2、平台支付DEFG退出的资金来源于HIJKLMNO零售付款

第四轮：HIJKLMNO零售和在批发区3折付款购买批发产品后，无后续用户购买，分为提货和退批发款两种情况

方式一总结：平台共沉淀资金1个零售+30个3折批发，寄出产品39个产品

成本测算：剔除那个1个零售后，产品盈利平衡点价格=沉淀的批发个数 $\times 0.3$ /寄出产品数， $(30 \times 0.3) / 39 = 23.08\%$ ，产品成本不能高于23.08%，量越大越接近30%

方式二总结：平台共收入1个零售+14个3折批发，寄出23个产品

成本测算：剔除那个1个零售后，产品盈利平衡点价格=沉淀的批发个数 $\times 0.3$ /寄出产品数， $(14 \times 0.3) / 23 = 18.26\%$ ，产品成本不能高于18.26%，量越大越接近30%

1若按平台净利润来算：买1个零售赠送2个3折批发券的情况下，产品的成本分别不能高于23.08%和18.26%

2.根据产品盈利平衡点价格=为沉淀的批发资金 $\times 0.2$ /寄出产品数的公式，随着量增大，数值增大，这个批发个数和寄出产品数无限接近，百分比逐渐趋向接近30%，意味着产品零售价和产品成本之间，产品成本绝对不能超过30%。

大礼包的销售收益(有购买大礼包应用模式组合的)

3.平台扣除20%的寄售手续费可以预留一部分利润，共退出了ABCDEFG7个用户共14个零售，截留资金 $14 * 20%$ ，可以预留一半作为平台收益，假设只分销10%，相当于多了14个零售的10%，按方式一测算，产品成本最低线则是 $(1.4+30*0.3) / 39=25.74%$ ，方式二产品成本最低线则是 $(1.4+14*0.3) / 23=24.34%$ ，这个百分比随着量增大，趋向无限接近于40%，意味着产品成本绝对不能高于零售价的40%。

4. 扣除20%后，是客户可提现金额，提现平台扣除6%-7%的代扣税款，加上单笔1-2元的手续费，再加上100元以上提现和或只能提现100元的整数倍，这样平台可以增加一些资金沉淀和现金流，还可以限制每周只能提现一次等。

结语：品牌新零售卖货系统，“生产-仓管-配货-进货-销售”一站式管理，重构“人货场”，线上品牌集合，线下布局体验，全渠道并行发展。

生产：吸引供货商入驻，丰富平台商品类目，扩大受众群体，赚取入驻费用。

仓管：通过物码管理，一物一码，价格统一掌控，有效控制窜货与乱价，便于结算及管理，提高销量，合理分润。

配货：拥有派单分仓体系，平台可选择【按推荐关系】、【按区域】分仓派单，链接关系，分配派单奖励。

进货：支持按要求进货、充值货款、上级审核、购买礼包等多种方式申请成为订货商，拥有提成奖、推荐奖、伯乐奖、充值/支付返点等多种补贴，激励订货。销售：推广奖励、排队奖励等10大奖励机制，激励推广积极性，加速渠道渗透，快速覆盖市场，加速卖货。

另外，微三云品牌新零售卖货系统打通线上线下会员体系，同步后台管理数据，线上线下全渠道并行发展。更多干货内容，详情请看网站 <https://wsyguanyun.com> 或 <https://32wsy.com> 社区新零售卖货系统，通过建立供应链端+线上平台+社区零售联盟，通过数据分析+营销推广+客户关系管理+智能物流，实现身份共享、商品互通、极速送货，同步会员体系与分销奖励，提供点对点服务，打通社区零售“最后一公里”销售。更多干货内容，详情请看网站 <https://wsyguanyun.com> 或 <https://32wsy.c>