

保健品电商销售发展迅猛，泰山众筹模式助力品牌推广？

产品名称	保健品电商销售发展迅猛，泰山众筹模式助力品牌推广？
公司名称	微三云
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	黄浦区凝彩路26号
联系电话	13539721118 18002838656

产品详情

自2020年3月新冠肺炎疫情在全球快速扩散后，健康观念兴起，人们深刻意识到了人体免疫力的重要性。除了通过日常健身运动，服用适合自身的保健品的确是提高免疫力更方便直接的办法，并且越来越成为人们日常健康管理必不可少的一部分。

而在众多销售渠道里，受益*大的便是电商模式。一方面，疫情将原本属于商超、药店模式的顾客逐渐转为线上;另一方面，人们健康观念提升、以及居家拥有了更多的浏览手机的时间，这些因素都给电商模式带来了更多的客流量。

从阿里数据来看，2020年，保健品线上渠道销售额剧增。2019年全年阿里渠道线上保健品销售额214.1亿元，2020年阿里渠道保健品销售额333.96亿元，同增55.95%。从2020月度数据来看，变化也十分明显。1月份销售额仅13.97亿元，同比增幅0.07%，三月份销售额则达到了21.46亿元，11月份达到了62.13亿元，同比增幅63.27%。

一、我国保健食品销售模式概况

我国保健食品销售模式多样化，其发展阶段经历了三个历程：

保健品市场诞生于20世纪80年代前后的中国改革开放之初，此后20年时间内，保健品主流销售模式是店铺销售。

这种模式直到1997年，因为传销在中国的出现，才开始出现了变化，到了1998年后，中国无店铺销售风起云涌，在其后近10年时间这种直销模式成为与传统店铺销售并驾齐驱的两大主流销售模式。

而很多人把这种无店铺销售模式，定义为直销。尽管一些企业把这

种模式定义为会议营销或服务营销。但无论冠以何种称谓，这两种形式都无法回避一个共同的实质，那就是与传统的模式完全不同，都是将产品从厂家直接送到消费者面前。

2007年初，保健品企业开始进行行业销售模式转型，这种转型是逐渐抛弃原有依赖店铺销售的渠道模式，而替代以互联网为平台的远程无接触销售模式。2008年这种行销模式在网上蔓延，现今这种模式在互联网上已非常普遍。

泰山众筹模式：

众筹是商城应用快速驱动用户自我裂变的一种促销活动。通过用户主动发起链接人脉，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。注意我们的重点“卖货。”我们所有的电商模式都只围绕着一个事那就是把我们的货卖出去，那么为什么要利用这个模式呢？没有前期用模式去推动一个新平台的发展，那么就会面临一个地步只能用钱去烧，去用更多的资金去推动平台发展，就算吸引到了足够的用户，但当资金撤出用户粘性不足就会慢慢退

出平台。而众筹模式*重要的就是吸引用户，引流并且增加用户之间的粘性。

互联网众多项目中，首个提出爆仓重生止损的模式，也是目前当下跑的*稳健的商业模式玩法，一共分为四个部分组成；

【优进优出】；去中心化，科学众筹，分布式数字资产记账形式，将企业资产数字化，链接企业内外部资源，为企业发展、品牌塑造带来更多支撑，用数字经济的模式为企业发展赋能，有效解决“脱实入虚”的问题。

【四进一出】；合理合规，进出平衡，当第四期成功的时候，才会返回**期的本金+收益，每一笔出账的前提必然是有新的一笔进账，以大账吃小账，进出平衡不会出现现金流不足的情况。

【爆仓重生】；爆仓重生，立即止损，市面上常见的商业模式基本都是“后面人买单”，泰山众筹也是首个提出爆仓重生止损，重新开启下新一轮，上一轮泡沫不累计，消泡之后重开。

【倍利复增】；公平公正，能量守恒，每一期的上涨波幅都是上一期众筹金额的倍利复增金额，比如；倍利复增20%，当**期为100，第二期就是120，第三期就是144，公平公正，可持续性強。

解析泰山众筹模式怎么玩？

游戏规则：限时限量消费认购，每期认购时效为36小时内，超市未认购满，即为本期认购失败。

参与方式：常见的消费1：1获得**【通证资产】**，并且赠送他**【消费积分】**

玩法如下：

第1期消费众筹金额10000元，每人限购100-3000；

第2期消费众筹金额13000元，每人限购100-3000；

第3期消费众筹金额16900元，每人限购100-3000；

第4期消费众筹金额21970元，每人限购100-3000；

...以此类推

当第四期成功，则**期返回广告补贴70%可体现，30%消费积分

爆仓重开：当*后一期未认购满，系统自动重开结算，该期全额退回+
幸运红包；倒数三期得70%广告补贴+****购物卷+优先勋章

??

??

?????? ?????muzixl888