

# 全民拼购模式app开发说明

产品名称	全民拼购模式app开发说明
公司名称	广州存希科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市天河区
联系电话	13126482563

## 产品详情

在新零售模式中，消费者需求定制化，线上线下的融合，促使生产智能化。需求及生产供给信息相互融合，根据消费大数据和消费者定制需求进行产能控制，制定生产计划，有效减少企业库存积压等状况，提高企业利润。“全民拼购”是一种新的消费模式，它是基于社交平台和社交网络的新型购物场景，将产品或服务信息直接在社交网络上进行分享和传播，消费者在分享链接的同时也能享受到商家提供的奖励及服务。

回顾一下以前的旧版本：

1.0：拼团（模式类似拼多多，人满就开团，人人拿产品，很普通的一个模式，没什么缺点优点）

2.0：抽奖团（中奖拿奖品，不中奖返金额+红包）

新的全民拼购又是如何设置的？

全民拼购模式说明

1.拼单方式：

“10人团”中抽“3人”；

中奖者可获得：

A.等值的产品/购物券;

B.(商品价格)10%的“ 分红积分 ”;

C.(商品价格)的“ 购物基金 ”;

D.(商品价格)5%的“ 购物金 ”(前提是该用户拥有“ 购物基金 ”,

且奖励不超过“ 剩余的购物基金 ”;

不中奖者可获得:

A(商品价格)5%的零钱奖励:

B.(商品价格)5%的“ 购物金 ”

“ 分红积分 ” 作为“ 参与平台利润分红的凭证 ”,不能提现为零钱,同时每月1-5号用户可以将积分用户兑换产品或者转入/转出至“ 积分池 ”,6-24号则只

能转入但不能转出“ 积分池 ”,25-30号为结算期,需“ 冻结积分池 ”,用户不能转入和转出“ 分红积分 ”,平台会根据“ 可分配利润 ”与“ 总分红积分 ”数进

行加权分红。(另:每次转入“ 积分池 ”的数量必须为“ 整百 ”。)

“ 购物基金 ” 可视为“ 待返金额 ”,如A用户获得了100个“ 购物基金 ”,后续A参与继续拼团后,将以零钱形式返还“ 购物基金 ”,直到返完为止。

新用户参与,成为“ 1天有效期 ”的推广员;

用户当天有参与,平台赠送“ 1天推广员有效期 ”;

(举例:新用户A参与某个拼团活动,总共可获得2天的推广员有效期。)

拼团隐藏规则:1.当天次参与拼团并且排位,必不中;

## 1.2版本新增功能大纲

1中奖规则:可设置中奖XX几次后，之后XX几次必不中奖

2、新增订单管理，当未成团的订单后台也能看到

3、关联产品限制:后台可自定义设置实物产品数量(多10个)

4、自动成团:当活动团时间到了还未达到参团人数，系统机器人自动补齐活动人数(必须后台手动开奖)

5未中奖新增赠送积分:赠送商城积分

6限制用户每天参团次数:每天可参团的次数

7每日分红:每天晚上0点结算

分销利润分配(按商品价格)

推广奖励:2级分销---2.5%，1%;

店铺奖励:(等级由高到低分别为)5%、4%、3%、1.5%;

区域奖励:省代2.5%、市代1.5 区代1%;

拓展：

2022年5月，抖音电商宣布将兴趣电商升级为全域兴趣电商。在这一新的发展阶段，兴趣电商的经营场域从以短视频、直播为核心的内容场，延伸至以搜索、商城、店铺共同构成的中心场，以及加深品销协同的营销场。由此，“人找货”和“货找人”的链路被双向打通，商品也成为其中的关键角色，好商品是好内容的前提，也是好服务的基础。

对于经营者来说，在全域兴趣电商时代，洞察消费者的兴趣所在，进而围绕用户兴趣进行内容创作和商品开发，才能获得持续的增长。

报告从抖音平台内容创作与消费趋势出发，对抖音电商商品趋势展开分析，并针对商品孵化、启动、爆发、续销的经营全过程提出方法引导，帮助抖音电商商家在快速进化的市场中把握风向，抓住下一个增

长点，用内容创造消费流行。

抖音快手的直播卖货效果越来越显著，那么除了直播，难道就没有别的方式来带动消费吗？答案是有的，从以往的消费数据来看，直播带货获得也都是产品，其实还有很多同质化的小产品是无法用抖音直播来带动的。不仅成本高，而且经不住时间的考验。要想长期做好自己的品牌，可以结合适合自己的模式不断引流再截流，后回流，源源不断的流量就会来。已经有很多成功的案例了。如果大家想了解更多，欢迎前来咨询，我愿意随时做出波比。