

讲解一下全民拼购：电商模式下的集体消费经济？平台模式搭建+商业模式设计+软件开发，微三云技术服务

产品名称	讲解一下全民拼购：电商模式下的集体消费经济？平台模式搭建+商业模式设计+软件开发，微三云技术服务
公司名称	微二云信息技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋503室
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

讲解一下全民拼购：电商模式下的集体消费经济？平台模式搭建+商业模式设计+软件开发，微三云技术服务

重要介绍：

微三云移动应用云平台莞云市场总监麦超为大家带来了云平台新增应用：线下商城、服务点、云客服、补贴金、招商奖励、运费奖励的功能模式、使用场景以及应用优势的讲解，让大家第一时间get到云平台的新技术。微三云作为移动互联网供应链的整合和赋能者，通过“云平台”汇聚“软件与服务”各方机构，连通产业链上下游，为互联网企业的合作互惠与稳定发展提供全方位助力。

小编介绍:

微三云麦超，微三云营销总监、商业模式总监，商学院院长，首席商业模式策划导师，在软件开发和商业模式策划行业至今已经超过10年，截止到2023年1月累计亲自服务1557个平台客户，期待能帮你找到合适的软件，合不合作您说了算，我的服务您看结果，期待这次能帮到您！

公司：微三云集团（莞云）

旗下子公司：微三云信息/微三云大数据/莞云/鸿云/商二/商六/莞带/莞链/达丰云

晶抖云（微三云）云平台开放平台开/发者：星电/尾音/云前/超越网络

公司规模：公司经营已超10年，独享整栋5000平方写字楼，年营业额8000万到2个亿，全职员工300人（全职开发/技术180人），服务过百亿级生态模式平台超过30家，服务过上市公司国企超过10家，服务过电商模式创业平台超过20万家。

资质：双软认证企业，省高新技术企业，自主专利30多项，软著300多个

地址：东莞市石排镇瑞和路1号松山湖高新技术创新园B座整栋

联系：麦总监（负一层电梯直上504）

备注：加微信免费领取数十位平台操盘手和商学院导师联手整理的《分销商城百亿级平台运营合规方案及推广秘诀2023年版》，来公司需提前门岗报备并享受免费停车，免费梳理设计商业模式，有需要进一步联系，可以关注公众号“微三云信息”咨询任意内容或者直接百度“微三云麦超”即可获得小编联系方式！

全民拼购+广告电商+系统搭建

第一部分：什么是“全民拼购”模式？

一、全民拼购模式（模式亮点：同等价格多种产品同一个活动公排加速成团，另外加强了对中奖人的补偿和奖励）

“10人团”中抽“3人”（团人数和中奖人数都可以自定义，可创建无限个活动）

中奖者可获得：

- A.（商品价格）百，分百等值的产品/购物券；支持10种展示产品或购物券，购物券名字可自定义
- B.（商品价格）百，分百的“分红积分”；享受每月一定比例的加权分红，分红积分名字可自定义，比例可自定义
- C.（商品价格）百，分百的“购物金”；比如参与100元的团中奖得100购物金，参与1000元的团得1000购物金。
- D.（商品价格）获得5%的“购物金”释放可提现（前提是该用户拥有“购物金”，且奖励不超过“剩余的购物金”，比如参与100的团可以释放5元一次，参与1000元的团可以释放50元一次，看当次参与多少价格产品的团，比例可自定义）；
- E.（每次活动自定义金额比例）日分红：用户通过参团中奖可获得参与每日分红的个人分值，平台可根据昨日的中奖订单数计算出分红金额进行分红；每天晚上0点结算,针对昨日有中奖的用户根据中奖金额作为份额平均分红

F.(商品价格)赠送百，分百消费积分：赠送商城积分，可用于积分商城或者其他方式变现

不中奖者可获得：

A.(商品价格)5%的零钱奖励；比例可自定义

B.(商品价格)5%的“购物金”释放可提现；（前提是该用户拥有“购物金”，且奖励不超过“剩余的购物金”，比例可自定义）

C.(商品价格)赠送百，分百消费积分：赠送商城积分，可用于积分商城或者其他方式变现

二、拼单规则说明

“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”。）

“购物金”可视为“待返金额”，如A用户获得了100个“购物金”，后续A参与继续拼团后，将以零钱形式返还“购物金”，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.当天第，一次参与拼团并且排位第，一，必不中；

（举例：A B C D E ...，蓝色为当天非首次参团，红色为当天首次参团，则C为此团的“不中奖人”。）

2.新人首次参与且排位第，一，必不中；

（举例：A B C D E F...，蓝色为当天非首次参团，红色为当天首次参团，绿色为新用户，则C为此团的“不中奖人”。）

3，连续中奖次数获得不中奖特权

规则：可设置连续中奖XX几次后，之后连续XX次必不中奖

4、累计中奖次数获得不中奖特权

规则：累计中奖 XX 次，之后连续 XX 次必不中奖

5、多少次内zui多中多少次

规则：X 次内累计中多少次，则剩余次数全部不中

PS：建议后期不直接跟客户讲，属于操盘隐含规则，容易导致不中奖特权的人数过多，当绝大部分用户都获得不中奖特权时,即特权冲突时，平台可

以提前两种规则：二选一

1) .成团流失：参团人均有不中奖特权，系统判定成团失败，拼团金退回然后系统自动重新开团，不扣减特权次数

2) .随机开奖

：参团人均有不中奖特权，系统判定成团照样成功，系统会自动随机中奖，必不中奖特权会失效)

6.购物金静态释放+动态释放：（静态多少会产生泡沫，谨慎使用，控盘能力强的可以谨慎尝试）

静态：购物金按总余额每天释放**比例（如万分之三），参与拼团可以获得加速释放**比例每次的资格，具体后台可以设置。

动态释放一：每次参团，不管是否中奖，均可按照该参团金额释放

5%（自定义比例），直到购物基金余额释放完，比如 100 元拼团，继续参团 20

次即可回本

动态释放二：下级参团，直推上级或间推上级可以均可固定释放多少金额或者按购物基金余额释放一定比例，比如上级的购物基金余额是 100 元，

每次直推下级参团加速释放 1 元，直推 20 人，则一天内下级全部平均参团 5

次，上级的购物基金就释放完了，可以通过推荐下级参团，快速回本。

第二部分：广告电商模式介绍

什么是广告电商模式？

广告电商模式是消费者在平台消费，通过赠送其积分，让消费者平台产生一定的粘性，并且消费者还能通过看第三方广告，由广告主买单+平台

补贴的方式，将拥有的积分变现，zui终实现消费”省钱“、“免费”、甚至“赚钱”的目的。

为何用“广告电商”的模式？互联网有三大变现的方式，分别是——电商、游戏和广告。而广告又深度关联电商和游戏。这样的组合，就可以形成

传说中的“互联网经典模式”：各大平台的广告收益不会分给消费者，那中小平台想要获得“流量”，则可以将广告收益与消费者关联，用资本的钱来达到吸引用户、留住用户、

进而引导复购和裂变传播。

下面这个图，就是广告电商模式的业务逻辑。

由于积分看广告变现的方式有 5 种，今天先拿第一个方式【区间递减】来举例，方便大家理解，至于后面的 4 种变现方式，感兴趣的朋友可以翻阅

我之前写的文章。

假设消费者 A 在你的平台上消费了 200 元，获得了 200 个积分，这时 A 有两个选择：

1. 在积分商城兑换商品；
2. 看平台对接的第三方广告（比如 4 个各 30 秒的视频广告），将积分变现（可提现）。

若选择看广告积分变现，那么看完 4 个激励视频广告后，可以获得固定金额奖励：1 元，同时积分数量也会从 200 个变成 199 个……以此类推，若

后续没有消费，到第 200 天的时候，用户之前消费的 200 元已通过看广告的方式全部“收回”，等同——免费！而在 200 天之前，则是“省钱”，200 天之后，就是“赚钱”！

此外，平台推广者还能获得分销推广收益(如图)，从而可以加快“回本/赚钱”速度！

第三部分：总结：全民拼购+广告电商模式消费者为什么愿意参与？

为什么“全民拼购”模式秒杀传统“拼团”模式？

- 1.全民拼购可以让所有参团的用户都能有所收获：拼中可以得产品，还能送积分看广告变现，拼不中不仅没损失，还有奖励拿；
- 2.丰富且完善的奖励机制让消费者愿意主动、持续的参与活动，并实现自传播裂变；
- 3.平台可设置多样化的活动形式，并且还可以结合线上线下来玩；

（……更多优势可咨询了解）

平台做“全民拼购+广告电商模式”有何好处？

1.创新的模式不仅可以带动销售额，还可以吸引大量的粉丝（流量）；

2.有了流量，就能进行多种变现，比如对接第三方广告、第三方生活服务资源.....实现躺赚！

截止目前，“全民拼购”模式经过市场一线反馈和长达一年半的优化，已经更新迭代了数十个版本，可以算是市面上zui完善的“拼购”系统。

由于篇幅有限，在此就不一一详解上百项的更新功能细节了，如要了解“全民拼购”更多创新组合玩法以及数据精算，可关注我

结语：

附：底层架构逻辑清晰、产品延展性强是云平台的核心优势，针对微三云旗下的云平台、区/块/链、云视商、供应链等系统与电商搭配使用逻辑，重点结合云平台已有的30+产品应用（短视频、众筹、批发零售、大礼包、快递分佣、招商奖励.....）与客户案例，围绕“引流-转化-沉淀-裂变”商业逻辑，现场设计了多套解决方案，麦总扎实的产品知识与丰富的市场经验，深深赢得现场每一位听众的高度认可。：微三云从初始团队发展至今，已经历了十年的风风雨雨，面临一次次发展瓶颈仍然屹立不倒，这其中的主要原因是：微三云始终“专注于技术、立足于服务、发展于创/新”，通过不断寻求突破，赋能更多企业，带动整个行业发展，方能持续企业生命力。