

去中心化DAO共治电商全新模式多/供应商入驻+供应链对接+O2O多门店+异业联盟+共享购模式

产品名称	去中心化DAO共治电商全新模式多/供应商入驻+供应链对接+O2O多门店+异业联盟+共享购模式
公司名称	微二云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	深圳市南山区粤海街道海珠社区海德三道199号天利中央商务广场702C11
联系电话	13924376557 13924376557

产品详情

去中心化DAO共治电商全新模式多/供应商入驻+供应链对接+O2O多门店+异业联盟+共享购模式

了解更多：

微三云公司怎么样？

一：微三云现在主要做的产品大类有以下5种：云平台系统供应链系统qukuailian系统云视商系统超级APP系统以上五类系统可以组合匹配出各种解决方案：新零售解决方案，移动分销解决方案，多商户商城解决方案，农村电商解决方案，直播带货解决方案，积分商城解决方案，综合电商解决方案，会员制解决方案，社区团购解决方案，直销企业电商解决方案，跨境电商解决方案，传统商家线上线下解决方案，教育行业解决方案.....等等二：微三云在2021年这一年都做了什么？云平台系统：过去1年更新了290个版本，新增应用数95个超级APP系统：过去1年更新了14个版本供应链系统：过去1年更新了10个版本qukuailian系统：过去1年更新了17个版本云视商系统：过去1年更新了9个版本微三云开放平台：过去1年帮助商家个性化定制了71个应用云平台公共底层关键能力迭代：底层能力及系统安全措施29次更新三：微三云2022有哪些新的变化风口在哪liuliang就在哪，营销应用至上私域池子太多，依然看好微信生态元宇宙与web3.0每个行业都有可能在元宇宙中找到合适形态的商业机会

著作权归作者所有。商业转载请联系作者获得授权，非商业转载请注明

第一部分：多供应商入驻平台可招募合作商入驻到自有商城，丰富商品品类，整合资源，供应商可以获

得独立后台，自主上传产品设置供货价，用户在平台下单后自动推送订单到供应商后台，供应商自己看订单发货，不需要平台发货，成本价的货款会在订单完成后自动结算给商家后台余额，商家根据平台的结算规则提现货款即可。

平台可以招募合作商，借助平台线上售卖商品，供应商赚取供货价，平台也能获得差价利润。供应商tisheng产品的销量，平台也可以减少商品库存压力，从而实现互惠共赢。

备注：接入供应商入驻功能，平台可以迅速丰富产品品类，还无需自己管理库存发货，商家卖货可以接入共享购模式进行给用户打赏共享值，促进商家卖货清库存，平台可要求商家入驻缴纳保证金，上架产品需要扣除共享积分比例，打赏用户共享值扣除共享积分比例等进行现金流控盘策略。

第二部分：供应链对接——对接怡亚通供应链和农夫铺子供应链1.农夫铺子新零售云供应链平台

F2S2B是一种集合源头特产、大供货商赋能于平台主并共同服务于顾客的全新社交新零售营销模式。F2S2B中，F代指源头特产，S即是大供货商，B即是平台F2S2B2C模式中，一方面，整合全国各地地方特产源头产品，并同时筛选youxiu的供货商供平台主集中选售，另一方面，为源头供货商打开线上销路是本次农夫铺子供应链改版升级的核心目标。

城市产业带供应链解决方案系统

农夫铺子“城市产业带供应链解决方案系统”通过整合当地特产、中小企业产品生产商、小微企业实体商家，帮助其转型升级，聚合管理，旨在带动当地产业升级发展，帮助当地产品实现跨区域流通，让异乡游子随时随地都能够感受家乡的“味道”。目前农夫铺子供应链已整合约3000多个特色SKU供平台主选择，实现一键上架产品，一件代发。2.怡亚通星链供应链深圳市怡亚通供应链股份有限公司简称怡亚通，成立于1997年，总部位于深圳。2004年怡亚通完成股份制改造，由深圳市怡亚通商贸有限公司正式更名为深圳市怡亚通供应链股份有限公司。[1]怡亚通在2007年登陆资本市场，是中国第一家上市的供应链公司。怡亚通以物流为基础，以扁平化、共享化、去中心化的1+n供应链平台为载体（全面覆盖、全域营销、全程服务），以品牌运营、产业运营为核心，帮助客户实现市场份额保量、增量，从而tisheng客户核心竞争力的整合型运营服务商。

怡亚通目前是世界500强——深圳市投资控股有限公司旗下企业，中国首家上市供应链企业（股票代码002183），在职员工近万人，2020年业务量近1000亿元，]2021年实现营业收入约702.08亿元，2021《财富》中国500强排名168位。先后获评“全国商贸物流标准化专项行动重点推进企业”、

“国家首批服务型制造示范平台”、“国家智能化仓储物流示范基地”、

“国家AAAAA物流企业”、“第一批全国供应链创新与应用示范企业”、“中国企业信用评价AAA级企业”、“2020全球最有价值的50大商业服务品牌”等荣誉资质。目前怡亚通星链已整合30万多种SKU产品，供平台主快速扩展平台产品品类。备注：借助供应链接口对接，平台无需管理供应商，无需发货，一键上架产品，只需要在供应链完成开户和后台绑定，在供应链公司预存少量货款，即可实现批量产品一键上架一件代发，轻松运营平台。通过供应链对接快速丰富平台自营产品区的的产品，与共享购模式组合使用，实现对用户的消费返利赠送共享值，用户通过消费获得共享值，凭借共享值获得共享积分赠送实现消费获益，共享平台做大做强红利。第三部分：O2O多门店入驻和异业联盟商家入驻1.O2O多门店入驻功能——分销版的小美团1)、无限添加商家，多商家入驻，入驻申请，入驻审核，资料修改，商家页面装修，商家独立后台，可以上传产品、展示门店信息，分销设置

2)、连锁店与普通店，连锁店有总店通用会员卡和分店独立使用会员卡功能

3)、根据用户LBS定位识别，距离远近推荐附近店铺，可以根据店铺销量和评分，距离远近排序推荐

4)、可展示多少起送，配送费多少等，可设置新人优惠、满减优惠，折扣、会员价等

5)、进入商家店铺，可看到商品列表，热销推荐，领券等，可展示店面地址，客服电话导航等

6)、可以根据产品名称搜索提供同类产品的店铺

7)、同时支持线上下单、到店支付、全国配送、同城配送上门(对接爱跑腿和达达配送)

8).支持产品预约,服务类预约,技师预约,次卡预约,可进行线上预约,线下体验消费时核销

9).餐饮行业支持扫码点餐,分配桌号2.异业联盟多商家入驻线下异业联盟门店入驻平台,用于打造线下消费线上支付的综合服务场景,平台购物币可用于线下门店消费抵扣,支持门店自主上传套餐,用户在线下单核销,门店收款码支付锁定分销会员跨界盈利,商家自主发布优惠券供用户领取。

主要用于线上展示门店,设置团购和拼团套餐,引导用户线上团购商品或者拼团后,再去到店消费,或者引导到店消费后进行线上买单。入驻到平台的商家无须上传产品,可直接使用手机进行订单管理;用户可在前端看到所有的商家,根据商家位置和到店消费,线上买单。备注:通过O2O商家入驻和异业联盟商家入驻,为商家打造一个共享会员的异业联盟跨界盈利平台,为消费者提供更多刚需消费场景,增强在平台消费的用户粘性,同时平台可以打造成线上线下消费的综合型新消费平台,更容易做大做强和获得资本、政府的支持和关注。第四部分:共享购主体模式系统模式介绍(参数为举例,全部可以自定义,各种资产名称,身份级别升级条件,身份级别名称均可以自定义设置)一 注册

1 新用户微信扫描二维码出现注册界面,APP下载界面,填写手机号,验证码,设置密码提示注册成功后直接跳转到app下载界面。

2 新人注册就赠送300共享值,不购买激活礼包激活不能使用二 激活

1 会员注册成功后,在商城首页普通产品区购买任何一款产品,即成为消费贵人,可享受直接分享奖励,不具备升级权限

2

在商城里VIP礼包区购买产品进行激活可以获得双倍共享值奖励,并可以激活注册时赠送的300共享值。

购买4999激活礼包的会员。具有可以和公司申请成为区域运营中心资格。三 级别

1 消费贵人:新注册会员,在普通产品商城非激活专区购买了任意一款产品,即成为消费贵人,只享有直接分享推荐奖励,没有晋级资格。

2 vip:条件是专区购买激活礼包

线上奖励:40%共享值(参数)线下奖励:5%积分(参数),仅享有直推奖励。

3 店主:至少直接分享6个VIP(参数)团队不低于66个VIP(参数)

线上奖励:50%共享值(参数,40%直推+10%级差)线下奖励:7%积分(参数)

4 店商:直接分享中至少有2个店主。即可升级为店商

线上奖励;55%共享值(参数,40%直推+15%级差)线下奖励8%积分(参数)

5 服务商:直接分享中有至少2个店商,可升级为服务商。

线上奖励:60%共享值(参数,,40%直推+20%级差)线下奖励:9%积分(参数)

6 备注：

线上奖励指的是购买平台自营产品，普通商城区和激活礼包区的奖励。

线下奖励说的是商家打赏部分和商家上传产品销售部分，如果你是商家的推荐人或者是消费者的推荐人都可以获得奖励，各级别极差拿奖励。

四:区域运营中心

1 必须购买4999元激活礼包。才可以和公司申请成为区域运营中心。

可获得所属区域商家让利额度8%（参数）等值的积分

五 商家（打赏）

1：会员购买399或者399之上的激活礼包就可以提交申请成为商家

具有打赏功能（让利现金十倍共享值赠与）

（购买399及以上激活礼包后，跳出提示界面。

提示是否成为可上架产品并且拥有打赏功能的商家身份

选择否直接关闭界面，选择是进入商家申请界面，提交申请公司审核，审核内容（ ... ）

2，线下通过打赏功能进行打赏时，进行打赏的商家的推荐人和被打赏的消费者的推荐人都获得商家赠与共享值所消耗积分的积分奖励，如：vip，得5%，店主7%，店商8%，服务商9%

3 商家打赏获得其赠与共享值的20%的共享值

如；赠与一个消费者1000共享值，本身获得系统奖励200共享值。

商家操作打赏功能时消耗销毁的是积分，没有积分不能打赏其他人共享值！

消费者得到是共享值。

系统里积分指导价如果是1000元/积分，打赏其他人1000共享值就需要消耗自己价值一百元的积分，也就是0.1积分。

4商家审核通过后，具有打赏功能，必须在账号内预留足够的积分，可用于其上架的产品被购买后需要向消费者支付的共享值。

5, 商家上架的产品, 由公司负责, 上架产品时必须设定赠送的共享值额度, 赠送共享值最低不能低于产品零售价格!

消费者购买, 点击确认收货后; 所设定共享值划到消费者账号, 商家账户销毁等值积分

六 点对点交易

1: 积分可以在系统里面互相变现交易

七: 积分空投释放规则

1第一个月每天释放100(参数), 第二个月递减50%(参数)以此类推

2释放时间是每天中午十二点, 上线后根据市场情况, 设定开启空投时间。

3空投同时设置每天积分的指导价格(参数)

4空投个人所得积分规则系统公式: 个人所拥有的值 ÷ 全网如所有激活的值 × 每天空投的总量

5空投得到多少积分, 同时销毁多少等值的共享值(根据积分指导价换算, 扣减共享值系统公式: 所扣减的共享值=获得积分量*积分价格, 默认共享值价值是1元人民币)

6备注: 每日空投在设置当日积分价值后自空投

八: 重复消费

1. 会员每个月必须需要进行重复消费, 每个级别会员消费额度不同, 设置参数。

2购买产品之日起, 30天之内必须重复消费, 不消费空投积分停止

停止后又进行了消费, 空投重新开始(消费多少金额可以续期多久)

九备注

1是系统后台设置各种统计列表, 每日空投, 个人空投总额度等相关列表

2后台管理员可以手动调节会员级别

3会员前台显示。直接推荐会员列表及其伞下业绩总额度及上级别总人数

4支付方式, 添加积分支付和积分加现金支付, 第三方汇聚支付

十: 补充说明

1分享收益

购买激活礼包，升级成为消费贵人，及上级别，即可获取分享权限，享受分享收益。

分享收益

直接推荐一名新会员：

- 1 所分享的会员激活后，分享者得100共享值奖励，
- 2 获得直推会员消费收益40%共享值（确认收货后，进入账户）
- 3 获得直推会员线下消费让利额5%积分奖励（级别不同百分比不同）
- 4、获得直推商家让利额5%等值积分励 线下奖励（级别不同百分比不同）

第五部分：积分价格控制控盘策略主要考虑一下多个步骤和维度：1.先确定平台的顶层架构：保证平台整体可控的关键，计划平台做到多大量，做多少年做到多大规模，做多少营业额多少会员用户，为了做到这个最终目标，计划用于激励市场，对市场会员、商家会员、创始团队等参与平台建设的人分配多少收益。同时制定平台的项目上市和融资计划，什么时候开启ABCDE轮融资，什么时候启动IPO上市、并购上市或着反并购上市等。举例：平台计划做1000亿，对参与平台建设的人分配100亿的收益2.定下积分的总发行量和每日空投数量、多长时间空投完成，创始团队预留数量举例：每天释放空投1000个积分，5年空投完成，每年差不多365万，空投总量1825万个，创始团队预留675万个，总发行2500万个积分3.预估积分涨幅空间：预估积分销毁总量，剩余流通积分总量，结合平台建设总预算分配金额，计划积分最高可能的最终价格。举例：假设5年中间通过交易手续费，商家让利扣积分、转赠手续费、抽奖兑换等方式总计消费了30%的积分，剩余流通积分1750万个，总分配价值100亿，计算流通积分最高积分价值571元，就是控盘过程中，尽量不要超出这个价格，否则就超出最早设定的平台贡献建设者的总分配金额，同理，如果总发行只有250万个，那么最高积分价格是5710元。4.确定平台消费用户的消费收益率较高收益率和较低收益率和对应的积分价格的参考值：因为要控制平台运营的“刹车”和“油门”，就是用户的收益率，用户收益率低了，就影响推广，收益率高了，后续就不好控盘。举例：假设用户消费最低收益率是万分之五每天，最高的收益率是千分之一每天。假设今天平台所有用户全网存量待释放共享值是1000万，今天计划空投1000个共享积分，那么用户收益率按万分之五的收益来算，今天平台总分配金额是5000元，除以空投1000个共享积分，就是积分的单个价格在5元，如果收益率是千分之一的话，积分的价格是10元5.设定平台加入控盘的时间节点：什么时候需要进入“刹车”和“油门”控制的时间节点，如果会员增长较快，可以适当降低收益率，增加平台的控盘空间，如果会员增长慢下来，又要tigao一下收益率，增加新用户和会员裂变举例：比如在平台待释放共享值在2000万左右，这个时候对应的万分之五收益率和千分之一的收益率分别对应的共享积分价格是10元和20元，这个时候就要开始加入控制每天的用户收益率，灵活使用缓慢增长和跳跃增长，收益率调整需要灵活处理，前期积分价格较低，可以远低于万分之五，后期积分价格增长上来了，可以在万分之五的收益率上下波动。6.根据平台推广情况及时灵活调整自己的控盘策略举例：比如积分原始发行价，从元或者0.1元开始首发，用多长时间涨到1元，多长时间涨到10元，平台的会员量增速等等多个维度实时分析，合理单边上扬增长，持续调整积分价格实现持续控盘。总结：在保证平台整体可控的基础上，通过灵活调整积分价格增长幅度（单边上扬增长），实现对用户消费收益率的调整（类似国家经济调节的央行降息和加息），收益率的调整有利于平台健康稳步增长，避免发展停滞或者过快增长。第六部分：共享购模式的创新优势一、对比云联惠等消费返利模式，共享购模式有以下创新优势：1.消费返利只是赠送共享值和共享积分，不返现金，避免非法集资承诺保本保收益的返现金思路2.因为返的不是现金，避免团队奖励模式设置，不涉及传销多级分销团队计酬，相对安全很多3.平台不碰商家资金，只要平台会员不而已shuadan虚假交易，消费用户和商家、平台都是非常健康没有任何风险的4.平台不返现金，没有提现功能，意味着不可能出现类似云联惠和销巴生活这种消费返利平台用户挤兑提现问题，平台可以无风险长久运营。5.后期积分通过合规交易所

交易，对接友盾通证交易所，上海碳排放交易所，海南三亚积交所等，彻底避免积分交易变现的潜在法律风险。二、对比其他模式的新零售模式1.其他模式基本是基于产品利润或者资金盘现金流的方式来运营，利润分销模式已经不好推广，还无法完全杜绝传销风险，而资金盘模式，又无法完全杜绝非法集资风险，都是无法长期运营，打造出一个上市公司的。

2.如今，已经过了融资烧钱快速做大的时代，像淘宝、美团、饿了么、拼多多这种烧钱模式已经无法复制，但共享购提供了另外一种可能性，就是以理性消费+通证积分+积分运营+多平台合作+会员运营广告变现+项目融资上市等多维度的生态运营平台，更容易被资本市场接受。

三、对比其他同行的类似模式系统优势1) 功能扩展性：未来的优化和扩展计划：增加云平台电商200多个应用功能模式与共享购模式的互通组合使用，比如参与平台拼购，短视频，直播，O2O，异业联盟，泰山众筹，抢单寄售，链动奖励，礼包分红，社区团购，云店模式，智慧新零售等，参与这些平台营销模块，也可以获得贡献值奖励或者积分奖励，且微三云系统的所有应用功能的后续版本优化，每个月一次，客户都可以免费更新，相当于买的是一个yongjiu更新的，永远不会落伍的“活”的系统。预告一下：qukuailian系统春节后将全面升级，增加N多新模式功能玩法，敬请期待。2)生态化运营的扩展性：微三云独立kaifa有超级云APP，qukuailian系统，元宇宙NFT系统，商学院知识付费系统，供应链系统，云平台电商系统等六大生态运营系统，未来共享购模式将增加与供应链系统和商学院知识付费系统、元宇宙NFT数字藏品系统的打通融合3) 强大的系统底层：累计投入过亿元自主研发的系统底层(全国有自己独立研发的强大底层系统的软件公司屈指可数)，支持千万级的用户并发，支持10万笔每秒的订单并发，独有防黑客攻击策略，云服务器性能自动监控，分布式微服务架构，齐全的kaifaAPI接口方便快速二次kaifa。4) 同类系统最全的支付和税收合规解决方案：支付方面，除了对接官方的微信，官方支付宝外，还对接了众多第三方支付，如汇聚支付，通联支付，易宝支付，杉德支付等等，为客户提供全方位的分账、收款、代付解决方案。税收合规方面，已对接腾讯高灯科技和深圳粮饷社，为客户提供灵活用工、佣金发放代kaifapiao，税务免费咨询，股权免费咨询等全方位税务合规解决方案5)强大的技术kaifa团队：10年老牌互联网模式kaifa公司，每年软件销售额营收1亿+，全职技术250+，可满足30多个项目同时并行kaifa，kaifa实力行业口碑yiliu，众多创新营销模式均lingxian同行研发上线，可充分满足客户做大后各种各样的kaifa迭代功能需求kaifa。