

社交农贸商店：为农产品设计社交电商平台？商业模式设计+电商运营，微三云软件开发服务

产品名称	社交农贸商店：为农产品设计社交电商平台？商业模式设计+电商运营，微三云软件开发服务
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

社交农贸商店：为农产品设计社交电商平台？商业模式设计+电商运营，微三云软件开发服务

前文引言：

可以在寻找服务商的时候找做过类似案例的，而且底层架构做的比较好而且是分布式微服务架构的。一来客户案例比较多，他们可以提

供很多免费又有用的建议，毕竟你现在遇到的难题可能人家早就走过一遍了。这个阶段一定充分沟通，但是不要指望人家为你的项目负责，主要还

是靠自己判断，服务商只是提供不同的见解以及建议。

做项目的预算不能太低，另外要找成熟稳定的公司，行业内经营至少7年以上的，主要考察公司有没有成熟的系统底层，如果预算没有达到百万以

上，千万别找从零开发的公司，坑太多了。

历史数据表明，如果企业采取比较封闭的经营管理方式，就会导致熵增加速，此时只有借助外部的能量发展创新，产生新的经营秩序，才能做

到熵减，让企业进入新的生命周期。现在看来，借助外部的数字化技术促进品牌企业转型 DTC

模式，就是传统品牌企业不可或缺的“外部能量”。

但是，传统品牌企业在转型 DTC 模式的路上，从“知道到做到”一直有几道难以逾越的鸿沟。

归农商城模式+社交电商系统+电商运营方案

归农商城 | 归农电商：归农，归家，归自然

归农创始人“蒋大”蒋宪彬的三个愿望：

- (1) 让普通用户吃到生态天然的农产品！
- (2) 让农民种植有一个合理体面的收入！?
- (3) 让每一位消费者赚到钱，让跟随的伙伴赚到钱，未来归农取之于民用之于民

据了解归农商城是一个专注于生态农产品的社交电商平台，以助农兴农为核心，以内容营销为主，以社群为市场。

归农商城创建于2015年，至今已拥有近900多万会员。

可以说是七年来一直稳定转型又盈利成功的农平台社交电商平台之一。

归农商城简介：

归农创立于2015年，集团总部位于上海闵行区旭辉浦江国际3号楼。归农积极响应乡村振兴，首创农产品社群社交电商模式，以优质社群内容营销结合“三社方法论”（社群+社团+社区）法则，开创了“互联网+社交+内容”先河，塑造了极具人文情怀的独特归农文化，并创造良好的经济效益与社会效益。

归农商城首创“中央仓储+万店同源”农产品社交电商模式，通过“六度人脉”社交裂变，目前已有900万会员。凭借市场作为保障的核心竞争力，归农在农业、生物制药、电子商务等三大产业均投资布局，已形成规模化集团，旗下有归农电商、蕙芷农旅、天下商邦、归农信息、西云数据、香域科技、万非生物等多家企业。

要做真正的快消品。什么消耗最快？水果、食品、护肤品……,说到底大多是农产品和农作物制品。2015年，蒋宪彬正式进军农产品社交电商这一细分领域。当时创立的商城还不叫归农，当时取名为蕙芷庄园，也就是归农商城的前身。

这一年，也是中国社交电商元年，与之模式类似的云集、拼多多相继成立。今年5月云集成功登陆纳斯达克，这让蒋宪彬更加坚定了自己的方向，他写了一篇《云集上市，是个好消息！》的文章以表祝贺，其中提到：“归农与云集都是2015年起步，双方各做各的，从未相互交流过，但做法和理解上高度一致。云集能够上市，说明这个‘新物种’已经被接受，是符合发展趋势的。”

这个时候的归农商城正所谓风头正劲，可放眼望去99%都是女性会员。于是，蒋宪彬又邀约一些企业家朋友，共同发起成立了“天下商邦”，以社群运营方式，打造一个以男性创业者为主要目标人群的众创

事业平台。

2019年12月，天下商邦商城上线，发布了一款酱香型白酒，当时用的是3D建模的包装效果图做预售。这款酒产自茅台镇，起初从职工到会员，没人见过实物，只有少数人喝过样品。

结果，7天不到，3万多瓶酒一扫而空，卖出了1000多万的销售额。

突如其来的爆品，让人们开始注意到天下商邦这个社群。

在蒋宪彬眼里：“通过社交场景推荐分享，天然就有信任度，而且，在发布产品前几个月，先发布了一首与‘天下商邦’酒同名的歌曲，一句‘是英雄不论成败’戳中人心。酒未到，歌先行，产品未到，内容先行，铺垫到位，蓄势充分，产品上架自然容易引爆。”

天下商邦经常邀请zhiming人士参与“私享会”，比如段力平、江南春、孔繁任等。一个有意思的细节是，每次活动现场所有人抽签就座。

在“天下商邦”商城中购物累计满1000元成为VIP消费会员，享受7折复购价格；一次性购买1.2万元的白酒套餐成为分会推广会员，享受5~6折复购价，分享其他人购买产品可获得订单金额1%的佣金；一次性购买4.8万元的套餐可成为分会股东，股东除分享佣金外还可以获得天下商邦总部公司期权10000股；一次性支付36万元保证金成为分会发起人，可获得36万元产品和自己分会团队销售额35%-49%的津贴收益（不同系列产品分红比例不同）和天下商邦总部公司期权10万股，还可以获得自己下属独立分会团队销售额6%的团队辅导费。

鼓励会员不断分享商品、推广会员来获利，从而达到轻松销售大量产品获取利益的目的。和“归农商城”的销售模式也与之相似。

归农商城模式

归农对外宣传：自己是一个专注于生态农品的社交电商平台，它让你通过体验、分享、赚钱的方式，传播回归自然的理念和情怀。

2015至今仍然保持100种左右的产品，宁缺毋滥。虽然说商者均为利，但只有为消费者考虑的商家才能真正长久地盈利。归农让消费成为消费商的模式，是zuihao的多方共赢模式。

归农商城会员体系模式

据悉，“归农商城”采用三级分销模式，社群指的就是归农的会员群体，会员可以升级为族长、队长和村长，会员分享商品可以获得佣金和管理费，升级还可以获得津贴奖励。

关于推广分润模式说明：

- 1、推客 任意消费者，只要在商城购买过任何商品，都可以免费申请参与推广分享,不指定“认购”商品，无门槛费。
- 2、佣金推客推荐会员成交，获得4%-12%比例的佣金，不同产品利润不同，分润比例不同。属于cPS，按成交支付互联网推广费的性质。
- 3、推客辅导费:辅导他人参与推

比如:产品知识、短视频制作、文案写作/沟通技巧等方面的培训，根据被辅导对象佣金收入的业绩,习获得一定比例的辅导费。非团队分佣，属于劳动报酬性质。

4、群管津贴:社群夺L候员下单消费，群生可获得群管津贴。任意一笔订单，只有一个人拿群管津贴,不存在一个订单多人、多级分佣的性质。

5、群管晋级制度群主分三个“级别”:族长，队长、村长，是按群规模来定义的。最小规模的群。

称为“族”，培养3个族长可以申请成为队长”，培养9个族长，可以申请成为队长。

队长津贴比例是族长的2倍，村长津贴是族长津贴的3倍。

6、社区服务站站长津贴:社区服务站负责本地配送与用户服务，凡是不用快递配送由站长配送的订单站长可头得3%-15%的站长服务津贴。

简单来说就是在“归农商城”购买任意商品都可以成为会员（推客）。

会员可以享受佣金和辅导费奖励。

假如，会员A推荐B购买产品，B成为会员，会员A可以获得订单金额4%~12%的佣金（不同产品分润比例不同），会员B又推荐了会员C，那么会员B和会员C销售产品会员A都可以获得订单金额一定比例的辅导费奖励（不同产品分润比例不同）。

会员直接推荐30个会员可升级为族长

族长可以额外获得其伞下团队所有订单金额2%~3%的津贴奖励；

族长培养3个族长可升级为队长，

队长可以额外获得其伞下团队所有订单金额4%~6%的津贴奖励；

队长培养3个队长可升级为村长，村长可以额外获得其伞下团队所有订单金额6%~9%的津贴奖励。

归农商城是一个专注于生态农品的社交电商平台，它旨在通过体验、分享、赚钱的方式，传播回归自然的理念和情怀。该平台提供各种各样的天然、安全、营养的农产品，如蕙芷品牌的芦荟系列、精油系列等。在归农商城，用户不仅可以购买产品，还可以成为消费商，拥有自己专属的归农微店，开始享受佣金收益。同时，归农商城的创始人蒋宪彬有三个愿望:让普通用户吃到生态天然的农产品、让农民种植有一个合理体面的收入、让每一位消费商赚到钱，未来归农取之于民用之于民

注明：小编所有分析的项目，只是分析商业模式，小编不参与任何分析过的项目运营，也不投资参与任何项目，不做任何项目私下评估，（以上分析不构成任何投资建议）

玩项目的玩家勿扰，玩家勿扰，玩家勿扰，玩家勿扰，玩家勿扰，玩家勿扰

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！

扩展阅读：

尽量选用成熟的源码系统，独立部署，不受他人影响，虽然前期付出成本高一点，长远来说却是最便宜的方案。

商户私域运营精细化程度tisheng

这一点从商户私域布局与经营的关注维度就可以充分体现——

「用户转化」、「私域成本」、「公域引流」作为品牌销售额的关键指标，是商户最关注的三项因素。

从本质上看，私域是成本与效益的博弈，在可接受成本范围内，如何撬动更大业绩增长是商户的关注重点。再从运营链路分析，商家最关注的“公

域拉新”作为私域运营的起点，会直接影响后续私域liuliang的盘活与运营。

通过对当下私域现状分析，我们可以清楚看到，公私域联动、精细化和代运营是当下品牌私域运营三大特征，随着用户对传统运营手段“免疫、同

赛道竞品越来越多，品牌企业必须对自己下“狠心”，升级自己的私域“手段”。

如果品牌只懂得漫无目的地加好友、拉群、发红包、群发广告，那这样的私域也仅仅只停留在粗放式运营的阶段，难以在“私域红海”中突出重围

——这也是很多私域新玩家“投入高却运营难”的背后原因。

那么企业该如何寻找精准的“支点”，来撬动更大业绩增长点？关键在于，需要通过构建更综合、更专业的私域运营，来告别粗放运营模式，升级

私域业务。

对于即将迎来 Q4，缺乏长期主义思维和体系化运营思维，私域只会更加寸步难行。企业需要回到业务本身，因地制宜、深耕细作。