

# 每天了解一个商业模式：山海优选模式？技术服务+软件开发服务+商业思维，微三云系统

产品名称	每天了解一个商业模式：山海优选模式？技术服务+软件开发服务+商业思维，微三云系统
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

# 每天了解一个商业模式：山海优选模式？技术服务+软件开发服务+商业思维，微三云系统

前文引言：

微三云作为移动应用系统提供商，其十三大卖货系统孕育了30万+客户案例，行业解决方案遍布食品、农业、旅游、政务、美容、汽车、家

政、教育等，全面帮助企业经营移动社交电商和全渠道新零售，通过移动互联网的持续深化及服务场景的丰富延伸，提供商业模式、管理顾问、体

系移植、加盟协同等一站式解决方案，提升企业运营效率和盈利能力，赋能中小企业，让生意更好做！

微三云团队

微三云成立10年，4大创始人带领团队不断壮大，吸引300多youxiu人才同舟共济，开辟新商机，开拓新市场

电商运营+绿色积分模式+山海优选运营模式解析

一边使用用绿色积分的政策红利进行刺激消费，一边用绿色积分兑换奖金，这种商业模式让山海优选一出场吸引了大量的用户企业的

# 关注。具体是怎么做的呢？今天小编带着大家了解山海优选运营模式

绿色消费积分机制：

消费力：由消费包产出，用于兑换消费包、兑换消费红包、兑换消费券

分成券：由业绩贡献分成，用于职务分成、市场分享奖励、释放消费力

消费红包：由消费力兑换，用于消费抵扣、兑换消费力、转赠

消费贡献积分：由抵扣消费红包数量产出，用于释放消费力

山海优选积分系统中消费力的五大减量：

- 1、每月同权日，权益通对消费力的通缩；
- 2、消费力兑换集团旗下上市公司股票进行通缩；
- 3、山海优选今年借壳上市后开通更多内部通缩通道；
- 4、元宇宙各种应用场景对消费力的消耗通缩；
- 5、商城海量交易对消费力的通缩；

参与用户注册实名后免费送一个初级消费包，每天做视频广告任务，分30天释放12消费力，消费力可以用来继续复购消费包，最高可获得32%的额外消费力收益，消费力还可以用来出售（据代理介绍该积分目前可以卖到20元左右一个），想要产出更多的消费力，就需要购买这些积分，来购买消费包。

同时，公司为了鼓励参与用户推广市场，吸引更多人来投资，设置了5级代理模式，分别可享有不同的分红。接下来为大家详细介绍：

专员、直推10名有效用户，联盟贡献值达到50，总贡献值达到300，持有初级消费包，可享受平分15%交易手续费分红，赠送一个初级消费包；

主管、直推15名有效用户，联盟贡献值达到500，总贡献值达到2000，持有低级消费包，可享受平分20%交易手续费分红，赠送一个低级消费包；

经理、直推20名有效用户，联盟贡献值达到3000，总贡献值达到10000，持有gaoji消费包，可享受平分12%交易手续费分红，赠送一个gaoji消费包；

总裁、直推25名有效用户，联盟贡献值达到20000，总贡献值达到60000，持有达人消费包，可享受平分10%交易手续费分红，赠送一个达人消费包；

董事、直推30名有效用户，联盟贡献值达到80000，总贡献值达到250000，持有富人消费包，可享受平分8%交易手续费分红，赠送一个富人消费包。

注：消费包减产机制，初级消费包不自动减产，低级消费包复购一次延长一天，中级消费包复购一次延长两天，gaoji消费包复购一次延长三天，达人富贵包复购一次延长四天，富人消费包复购一次延长五天，富豪消费包复购一次延长六天。

消费力及消费券集市：注册实名认证免费赠送消费包获得，通过做视频广告任务不断积累；通过消费券集市积分点对点转/让获得，消费券与消费力可相互转/让

消费券集市转/让机制：消费力可出售/求购消费券，消费券与权益互通互兑

除此以外，山海优选还对外宣传：可零入可进行购买积分包，通过每天观看对应的广告，定期产出额外积分，有着消除泡沫的模式，消费力积分可随时售出，消费力出售使需要一定的手续费。

山海优选对外宣传：

为了平衡市场，消耗泡沫，在参与用户将消费力转换为消费券是设置了手续费要求：

共富值小于3，扣除40%的手续费；

共富值大于等于3，扣除25%的手续费；

主管和gaoji，扣除20%的手续费；

经理和达人，扣除15%的手续费。

分成券：

I 分享实名认证用户获得分成券

I 分享用户兑换消费包获得分成券

I 用户市场职务每天可领取分成券

I 城市服务商每天可领取分成券

I 分成券价值与消费力等值，每天释放消费力，释放比例1%-3.5%，根据用户评级释放

消费红包：

I 消费力可以兑换消费红包（根据集市价格）

I 消费红包可以用于商城消费抵用

I 消费红包自动生成二维码可以扫一扫使用

I 消费红包可以通过手机号转赠

I 消费红包恒定价值1RMB

注：直接分享用户可以获得消费红包核销数量的60%的消费贡献积分；间接分享用户可以获得消费红包核销数量的25%的消费贡献积分；商家可以获得消费红包核销数量的100%的消费贡献积分

市场收入：

I 分享新用户奖励0.6个分成券，连续6天任务，每天0.1个，中断不再奖励

I 分享用户兑换消费包可获得对应数量6%的分成券，有烧伤机制（以自身持有最大的消费包为准）

I 每分享一个会员实名认证后增加一点共富值（前三个月连续30天未完成任务共富值清零）

I 用户通过市场分享完成职务考评可获得一次性消费包奖励以及长期评级分成

I 通过一定条件成为城市服务商可获得每日城市分成，根据城市市场发展规模进行奖励

第二部分：绿色积分模式解读

消费增值经济模型+商业模式设计+绿色积分模式

一、核心逻辑1. 消费赠送积分，同时产品利润进入盈利池托底积分价值和卖出回购2. 每笔订单利润进池利润金额\*70%为赠送用户同等价值的积分，促使每笔新增消费进池资金的增长大于流通积分的增长，保证积分价格永远单边上扬3. 积分卖出，用户兑换现金零钱提现时需要扣留20%回流到盈利池，促使每笔新增积分卖出时盈利池的资金消耗比流通的积分消耗少，保证每笔卖出积分订单都推动积分价格单边上扬

4. 2倍或3倍收益强制退出机制：所有会员消费获得的积分总量\*积分增长后的价格，超过消费金额2倍或3倍，则系统强制卖出用户积分余额变成零钱余额，强制退出，复投方可继续参与消费增值5. 前期用户退出较快，积分价格增长较快，后期会逐渐增速降低，但始终保证积分单边上扬，到某个瓶颈期，新用户进来获得积分较少，增长退出较慢时，前期获利用户会产生悲观情绪进行卖出积分，大量卖出积分后，平台积分迅速减少，但盈利池资金减少比积分减少慢，积分再度快速上扬，重新激活市场进入一个新的上涨循环6. 随着平台越做越大，进行天使轮-A轮-B轮-C轮-D轮等融资，融资后部分资金可以作为消费补贴拉动消费，增加盈利池金额和积分加速上涨，让更多用户获利。7. 最终，平台发展到足够体量，用反并购上市逻辑让用户积分兑换上市公司股份，通过证券市场二级市场增值变现，平台创始人和大团队根据贡献获得配股，锁定期过后交易变现实现财务自由。

备注：1.可以结合分销模型一起做支持直推奖+间推奖+多级别级差奖+平级奖+区代+市代+省代+股东加权分红等分销逻辑

2.消费积分增长模型演算：比如用户消费1000，产品成本300，分销总波比300，平台利润100，进入盈利池300，给消费者赠送210积分，积分起盘价是1元这个时候，当第一笔消费产生，盈利池总金额300元，流通总积分210个，积分实时价格增值到1.43元第2个用户又进来消费1000，进入盈利池300元，赠送用户价值210元积分（210元/1.43=147个积分），这个时候盈利池总资金为600元，总流通积分为357个，积分增

值到1.68元第3个用户消费1000，进入盈利池300元，赠送用户价值210元积分（ $210\text{元}/1.68=125\text{个积分}$ ），这个时候盈利池总资金为900元，总流通积分为482个，积分增值到1.87元。。。如此类推。。。每新增一笔订单，积分都会单边上扬增长一次

当积分价格涨到4.76时，第一个用户持有的积分价值相当于1000元（ $210*4.76=1000$ ），用户可以选择回本卖出或者继续持有积分增值，当积分价格涨到14.29元（ $3000/210=14.29$ ）第一个用户盈利3倍强制正式退出，当积分价格涨到20.41元时（ $3000/147=20.41$ ），第二个用户盈利3倍退出

。。。如此类推。。。。

3. 卖出积分增长模型演算假设积分增值到9.52元的时候，第一个用户持有积分价值2000元，他消费才消费了1000元还拿了产品，这个时候他想获利退出，那么他把价值2000元的积分卖出，平台给他结算80%就是1600元，那么就是有400元回流到盈利池，盈利池实际减少了1600元而已，但是流通减少了价值2000的积分，那么积分价格会往前增长上扬，。。。如此类推。。。

4. 适用应用场景1) 实体行业清库存：发行绿色积分，积分单边上扬增值，拉动消费清库存

2) 老会员平台历史泡沫问题转化 老会员应付资产转化成消费币，让用户在平台消费产品，提货交付，完成交割处理历史问题，交割同时赠送绿色积分，老会员的积分分批释放，同时推广新用户拉动消费，获得正向增长盈利池，积分单边上扬，当积分增长的价格\*老用户持有流通积分量=老用户应付资产价值时，让老用户持有的积分能回本或者赚一部分退出，那么老用户的问题就逐步解决了，当平台把消费增值的经济模型公布出去，所有用户都知道依托这个经济模型平台的积分是单边上扬的，而且随时有资金可以托底回购积分，他们就更加不舍得把积分卖掉，还会继续消费获得更多的积分，平台逐步可以消泡沫走上正轨。

3) 怕走分销涉传，改消费增值用户返利模式：很多平台之前用的是团队分销模式拉动会员裂变，但是做久了团队长就会麻木，慢慢就不推了，另一个因素是，如果分销模式做的太合规又不好推，做的激进可能又涉传，那么改成消费增值用户返利的经济模型zui好不过，消费增值侧重用户本身的消费获利，所以不需要太强的分销逻辑，都可以吸引用户下单和分享，就算只设置二级分销和区域代理，都能促进团队裂变，平台模式更加合规合法。

4) 平台运营新手启动平台：对平台运营新手来说，或者对传统企业老板转型互联网平台推广运营的人来说，选择什么平台机制很头疼，选择劲爆的分销模式容易涉传，选择合规的普通分销模式又推不动，选择静态的返利模式容易涉及非吸，选择纯动态的返利模式又不好推广，那么，这个消费增值模式既合规又简单粗暴，用户消费享受平台长期发展红利，消费送绿色积分，积分每天单边上扬增值，zui后资本市场二级市场变现，几乎所有用户都能免费消费还赚钱，还不需要特别复杂的团队分销模式就可以推广分享，不用担心涉传，是比较理想的起步模式。

---

小编介绍：微三云麦超，微三云市场总监、资源总监，首席商业模式策划导师，我本人在软件kaifa和商业模式策划行业至今已经9个年头，累计亲自服务5000+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！

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：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

公司：微三云集团（旗下子公司：莞云/鸿云/商二/商六/莞带/莞链/微三云大数据/二云信息/达丰云）

软件二次kaifa合作公司：星电/尾音/微云视/超越网络

公司规模：公司经营已超10年，整栋5000平方写字楼，年营业额1~2亿，全职员工300人（全职kaifa技术180人），服务过百亿级平台超过30家，服务过创业平台超过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

扩展阅读：

【温馨提示：该文章收集于互联网，仅作为开发需求者的模式案例参考作用，非平台方！不是做系统的玩家勿扰，如有定制开发需求请详询。如有

违/规及侵/权请联系作者删/除！】

微三云十年历程，凝聚着微三云人的激情与超越，五载耕耘，充满着微三云人的光荣与梦想。云平台发布揭开了微三云发展新篇章，开启了

梦想新启程，再一次展现了微三云对下一个八年的坚定信心和决心。