

中小企业转型利器：链动奖励与绿色积分消费增值模式的赋能效果？ 软件开发服务+商业思维+技术服务，微三云麦超讲解

产品名称	中小企业转型利器：链动奖励与绿色积分消费增值模式的赋能效果？软件开发服务+商业思维+技术服务，微三云麦超讲解
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

中小企业转型利器：链动奖励与绿色积分消费增值模式的赋能效果？软件开发服务+商业思维+技术服务，微三云麦超讲解

导读：

微三云麦超：微三云自带产品供应链模块

系统可对接京东供应链、怡亚通供应链、供港蔬菜供应链、电器供应链等，支持一件代发，无需操心物流、选品、海关、税收、仓储等，低成本省

心创业，数万种低价优质zhengpin任意挑选，结合系统功能比如 思购臻选秒杀模式、推三返一系统，共享购嗨购模式，乐分享模式，盲盒抢拍系统，消

费返利模式，共享I WIFI 广告模式，有钱还众筹还债模式，泰山众筹模式，太爱速 m m 秒杀寄售模式，美丽天天秒链动 1 2+1 奖励 模式，全民拼购模模

式、社交盲盒系统，盲盒社交电商系统、秒杀拼购系统、预售拼购模式、拼商抽奖模式、广告电商模式等实现快速裂变销货。

基于线上线下融合的战略思维，A A 企业在转型 云平台云店模式的策略层面，制定了“用户经营”三步走计划，以期达到更快更灵活的响应且更贴

近他们想抓住的生活在数字经济时代下的年轻客户群体。

第一步，实现所有线下门店、导购、线下用户的数字化和线上化。

第二步，将零散的全域用户沉淀为有效的私域流量池。通过精细化、游戏化的用户运营，主动吸引零散用户添加门店导购的企业微信，然后继续再

通过微信群、朋友圈做统一的、有效私域运营。

第三步，实现核心用户全生命周期价值的最大化。A企业通过会员成长福利、智能化的AI精准营销，以及虚拟人物的AR直播，行业L KOL种草带

货等方式，持续提升核心用户全生命周期价值。

不难看出，零售企业已经进入到公域私域联营，线上线下融合的经营环境中。任何品牌企业执行“云店模式的用户经营”方案，都离不开功能丰富，

灵活创新的数字化系统。

微三云麦超提醒：没有对接任何的第三方供应链系统，就只能平台自己上传产品，增加运营和仓库物流等成本，因为供应链对接可以实现几万种产

品的一键上货，一件代发和一键售后退单，非常方便，但要对接第三方的供应链系统，对接接口也是一笔不少的开支，如果你买的系统没有对接好

多加供应链系统的产品，后续运营的时候就很麻烦。

。

电商模式设计+链动奖励+绿色积分消费增值模式

下面为大家介绍一下微三云的链动奖励与绿色积分消费增值模式，感兴趣的可以联系微三云麦超。加微信赠送百亿级平台推广运营执行方案+免费商业模式梳理！

第一部分：平台整体分销框架

举例：以2折产品，搭配服务点奖励+区域奖励+级差奖励+链动奖励+增值积分池产品售价1000=链动奖励330+链动分红40元+消费增值300元+产品成本200元+平台利润70元+服务点20元+省市区域代理10元+级差30元

第二部分：链动奖励比例330元+40元链动分红（37%拨出）

一.代理身份，直推奖100元：购买一单成为代理，推广奖励:直推奖励，第一单100元，第二单也是100

二.老板身份：见点奖200元:

推广第三个代理脱离原团队独立出来做老板，成为“老板”后，直推奖励:300元/单，旗下见点奖励:200元/单（无限代）

三．平级奖30元:老板拿平级老板（原来推荐关系的下级）的收益的10%（平一级），上级老板拿直推下级老板的的直推奖100元的10%就是10元，和间推奖200元的10%，就是30元，总拨出30元

四.40元链动分红：团队身份点位分红奖（可设置不同身份等级的升级条件，或者直接购买不同金额的大礼包升级到不同的级别）平台每卖一个1000元礼包，固定拿40元进分红池，给董事联创合伙人等多个级别设置不同的比例根据对应身份人数进行平均分红，比如董事平分30%，联创平分30%，合伙人平分40%，另外还可以叠加区域代理奖励和团队级差奖励

五.20%链动基金互帮互助机制:代理或老板收益提现时，需预留冻结20%在平台，完成指定任务才能解冻全部可提现。

指定任务

1：之前直推留给上级的个团队B1和B2均升级为代理级别或老板级别

2：B1和B2团队伞下订单超过20单

本机制主要预防下级脱离的时候留下两个不动的小号或僵尸账户，实现真正的下级帮助上级发展团队

六：避免故意留两条死线给上级：两个方案只能二选一

方案一：周期自动强制换线

每周或者每月自动统计最活跃下级，随机替换掉AB线其中一个，保证上级至少拥有一条活的线。

备注：链动奖励模式是相对合规模式，整体是属于推荐使用的模式，可以设置只有直推奖和间推奖，变相的二级分销，推广效果不错，当年美丽天天秒仅仅用5个月就有80多万购买499礼包的付费会员，但要注意始终还是会涉及隔代计酬，所以谨慎使用

方案二：三三滑落机制每个人只能发展3条线，直推第4个人和第5个人，需要滑落到第3条线下面，帮扶满一层，然后直推第6.7.8.9个人开始滑落帮扶留给上级的1号线和2号线，帮扶满4个点位后，第10.11.12.13个人对财富线3号线进行帮扶4个点位，然后再帮贡献位的1号线和2号线8个点位，如此类推。。。这个模式方便做团队深度，激活僵尸点位，是不错的解决方案。第三部分：消费增值板块300元（总拨出30%）

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。

解析：

二.消费积分增长模型演算：

1、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（ $210元/1.68=125$ 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

2、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。。。

备注：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，做的激进了可能又涉传，那么改成消费增值用户返利的经济模型zuihao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，最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。第四部分：叠加新零售团队分销，服务点20元+省/市/区等区域代理10元+级差30元，总拨出6%一.服务点奖励：20元平台招募10000个服务点，每个服务点加盟费9800，配货多少数量产品，用户在平台下单，选择附近服务点提货，核销时平台给予服务点20元奖励，同时也是免费引流客户给线下门店服务点，服务点可以自行销售门店自己的会员卡，套餐服务等等，对平台来说，可以快速招商加盟铺货发展加盟店和店中店服务点。二.省市区等区域性代理10元（方便平台卖地图收大钱）以订单收货地址为计算标准的提成，分为大区代(多个省)、省代、市代、区代（不同地方叫区/县/镇）、自定义区域（比如街代），奖励完全合规推荐使用，可以用于平台卖地图招商举例：区代奖励3元，市代奖励5元，省代奖励8元，大区代奖励10元，采取级差制，最高总拨出10元三.团队级差奖30元（董事30元/联创20元/合伙人10元，级差制）拿伞下无限代级差收益（如董事/联创/合伙人/团长/VIP会员等多个级别身份），最多可设9个级别，可购买礼包升级，可帮助平台快速扩展团队和收团队长加入费用，用于招商收钱或内排阶段赠送身份，也可考核发展团队/业绩/自身消费条件升级，比较常用。

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！

结语：

微三云系统：自带 S SAAS 架构模式

独有源码S+SaaS双模式部署，自带 S SAAS 渠道中心，非常方便给下游客户贴牌 M OEM 系统，不仅可以自用系统，可以给同行贴牌卖系统，自用

系统同时可以卖系统账号赚钱。另外还可以实现一个源码带 N N 个独立 S SAAS 平台的企业生态运营模式：

品牌云店是企业转型「云店模式」的商业平台

基于前期大量的模式探讨和目标客群消费行为分析，企业开启了数字化生态破局计划。依托于

几千家连锁门店，企业上线了由微三云提供技术支持的品牌云店系统。

品牌云店支持全直营的新零售业务。品牌云店把线下门店的“人、货、场”进行数字化之后搬到线上，彻底串联打通了企业线上和线下零售业务，

搭建了一个全新的直营社交新零售平台。

总部作为供应商，招募若干个独立推广运营团队进行独立推广，平台提供货源，每个独立平台自己运营，可独立使用不同的分销模式、不

同的市场模式、不同的运营方法、不同的应用功能，系统功能比如 思购臻选秒杀模式、推三返一系统，共享购嗨购模式，乐分享模式，盲盒抢拍系

统，消费返利模式，共享 I WIFI 广告模式，有钱还众筹还债模式，美丽天天秒链动 1 2+1 奖励模式，泰山众筹模式，太爱速 m m 秒杀寄售模式，全民拼

购模式、社交盲盒系统，盲盒社交电商系统、秒杀拼购系统、预售拼购模式、拼商抽奖模式、广告电商模式等，独立绑定支付、独立收款、独立

运营主体，隔离平台的风险，有能让独立运营的平台有非常大的自主权。