

赋予消费者权力：集体购买在在线零售中的影响？电商运营+商业思维+源码系统，微三云技术服务

产品名称	赋予消费者权力：集体购买在在线零售中的影响？电商运营+商业思维+源码系统，微三云技术服务
公司名称	深圳市微三云信息技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

赋予消费者权力：集体购买在在线零售中的影响？电商运营+商业思维+源码系统，微三云技术服务

重要介绍：

莞云商学院：购买软件的坑之 转包现象

转包现象在行业内是一个普遍现象，由于开发工期紧张，人员不够等因素，很多公司会把项目转包给其他开发公司。但从法律方面讲，转包如果未

经过甲方的同意，是不能转包的。

为什么说转包坑多，因为需要玩两头，一边是客户项目金额，一边是开发技术成本，转包出去势必会压低价格，所以转包出去就有很高的利润空间，

价格在下级开发商手里，变成了低成本项目，项目的质量保障自然就降低，拿到手里的成品自然和预期相差甚远。而且转包后基本这个维护也需要

第三方来做，后期系统问题修复沟通的成本和耗费时间也会增加

在日益发展的互联网时代，社交电商成为了一个备受瞩目的行业。全民拼购作为社交电商的一种创新模式，以其刺激用户参与、带动产品销售的方式，迅速赢得了广大用户的喜爱和认可。全民拼购的核心理念是通过团购的方式来实现价格优势，同时通过社交网络的力量来推广和传播产品信息，从而达到销售增长的目标。那么拼购模式的具体运营逻辑是什么呢，又该如何具体落地运营呢？

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。

结语：

总的来说，全民拼购作为一种社交电商模式，具备了许多优势和特点。首先，全民拼购通过拼购玩法，激励用户的参与，增加了用户的黏性和活跃度。其次，全民拼购以低门槛的方式吸引用户加入，无论是作为拼购者还是推广者，人人都可以参与其中。此外，全民拼购还通过多种奖励机制，给予用户更多的激励，提升用户的购买意愿和参与度。最重要的是，全民拼购的运营模式是无泡沫零风/险的，通过合理的商品定价和供应链管理，平台能够实现良好的盈利，同时给予用户更合理的价格和优惠。总而言之，全民拼购作为一种社交电商模式，不仅能够带动平台产品的销售，还能够为用户提供更多购物的乐趣和实惠，是一种双赢的商业模式。

小编从事电商行业多年，见惯了行业里的风风雨雨，对各种商业模式的运行机制都非常熟悉。小编手里刚好有可靠的咨询渠道与合作平台，想要起盘自己赚钱的老板可以向小编留言获取哦！

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：

微三云商学院：购买软件的坑之 客户预算不合理

客户预算低，主观上认为技术是虚拟的东西，觉得互联网项目没什么成本，但实际上不是这样，像我们这种开发公司或者说项目外包公司，更多的

是人力成本，程序员工资普遍较高，客户预算又低，达不到预期的效果，所以就导致做出来的与预期相差甚远。一个成熟稳定，安全漏洞少，进发

支持量级比较大的的系统架构，少说开发起来也要几百万甚至几千万，开发周期时间跨度至少 1-2 年时间，试问你就给个 5 万、10 万的开发公司怎

么给你交付质量好的系统？

解决办法：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。