

后众筹时代：合伙模式如何通过社群建设提升项目持续发展能力？软件系统搭建+电商模式设计+平台运营模式解析

产品名称	后众筹时代：合伙模式如何通过社群建设提升项目持续发展能力？软件系统搭建+电商模式设计+平台运营模式解析
公司名称	深圳市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

后众筹时代：合伙模式如何通过社群建设提升项目持续发展能力？软件系统搭建+电商模式设计+平台运营模式解析，微三云麦超解析

重要介绍：

移动互联时代，人们的购物目的与意义已经在悄然改变，在生活互联网化的今天，零售也必须要互联网化。微三云科技结合企业实际情况，运用新零售模式，借助第三方平台端口：分销商城、微信公众号、小程序、APP，以消费者体验为核心，思购臻选秒杀模式、美丽天天秒链动2+1

奖励模式，泰山众筹模式，太爱速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、广告电商模式等新模式营销模式创新为动力的全方位购物体验，帮助消费者实现随时随地买到物美价廉的商品。微三云是一家致力于为广大用户提供数智化服务的专业公司。

“用专业的数智化解决方案，让平台营销更有效，用户分享更有价值，给全体客户安全的系统”为使命，以“成为国内bainianpinpai、数智化领域翘楚”为愿景，认真践行“诚信、专业、创新、精进、利他”的核心价值观。公司自成立之日起，就与众多软件开发同行保持着紧密的合作关系，拥有一批zishen的用友产品实施应用和服务专家，通过提供满意的信息化的服务，为客户创造价值。公司拥有专业化的软件开发、销售和实施服务队伍，满足不同行业、不同规模企业对信息化的需求。公司全体同仁感谢您对我们的关注，并期待着与您的合作！

众筹合伙模式和社群经济模式+电商模式设计+肆拾玖坊商业案例介绍

仅用短短三年多的时间，肆拾玖坊在全国范围内迅速发展，已经建立了超过一百家销售分公司、1000个分支机构和1800个实体体验店。截至2019年3月，肆拾玖坊的股东级合伙人数量接近两万人。同时，肆拾玖坊还成为中国最大的社群运营公司之一，拥有超过5000个社群，每天有将近60万名会员在肆拾玖坊社群中展开多维度社交活动。经过6年的发展，肆拾玖坊的市场零售总额已突破20亿元，年均复合增长率高达116%。在2021年4月，肆拾玖坊成功获得A轮融资，品牌估值达到50亿元。这样令人瞩目的增长奇迹背后，核心原因则离不开肆拾玖坊的“众筹合伙模式和社群经济模式”。本篇文章将围绕这两个关键点展开，向您介绍肆拾玖坊的成功之道。

第一部分：众筹合伙模式

传统的众筹模式会遇到以下三大瓶颈：

1. **资源与价值利用不充分**：

- 众筹往往侧重于短期内筹集项目启动资金，但可能忽视了参与者更深层次的价值贡献。比如，支持者除了提供金钱外，还可能拥有专业技能、行业资源或市场推广能力等，这些无形资源如果未能有效整合和利用，会导致项目整体价值创造潜力受限。

2. **社群凝聚力与会员留存问题**：

- 许多众筹项目在筹资阶段成功吸引了一群初始支持者，但后期缺乏持续的互动与参与感，导致社群文化难以形成并维持。没有稳定的社群基础和良好的长期运营机制，会员容易流失，进而影响项目的后续发展和口碑传播。

3. **短期交易行为不利于产业生态建设**：

- 在某些情况下，众筹平台上的部分参与者可能仅仅出于自身业务需求或者短期投资回报考虑而参与众筹，而非真正关心和支持项目本身及其所代表的创新理念。这种缺乏长期承诺和共同愿景的行为不利于众筹行业建立起健康可持续的生态环境，且可能导致一些优质项目因缺乏稳定的支持而在后期发展受阻。

为了克服这些瓶颈，众筹平台及发起方可以采取如下策略：

- 建立完善的后众筹支持体系，将筹资过程转化为支持者深度参与的过程，鼓励他们贡献多元化的资源。

- 构建活跃的社区氛围，通过线上线下活动、定期更新、权益回馈等方式增强用户粘性，培养忠诚度高的核心粉丝群体。

- 引导参与者关注项目的长期价值和行业发展，倡导社会责任感和共享共赢的理念，促进众筹从单一的融

资手段转变为一个包含多方合作、资源共享的社会创新平台。

具体方案如下：

众筹合伙模式

一、股权众筹

总部层面的49个核心发起股东，都是来自各行业的精英；

创始人、CEO张传宗曾任联想集团高管；

董事长刘军是联想集团执行副总裁兼中国区总裁；

可以说每个发起人背后都带着强大的资源群体。

二、连锁众筹

由发起股东牵头，计划在全国成立108个众筹的销售公司，找到108个大舵主，

每个公司众筹200个股东，现在已经成立了100个分舵，已经拥有了1万多名股东。

这样的众筹设计，真正实现了由点到线，再由线到面的资源聚集。

三、产业众筹

很多企业的众筹，只是为了相互之间做业务，产业单一。

而肆玖坊以白酒作为入行的拜门贴，延伸出“酱酒坊、红酒坊、美厨坊、养生坊、农场坊.....”等围绕精准定位中产阶级的消费需求的全产业链，产业的延伸，则意味着利润的倍增。

众筹股东享有的责任、权力和利益

一、责任

- 1.所有股东均有推广、销售、代表的责任。
- 2.根据需要参与平台或区域管理的职责。
- 3.遵守价格政策，遵守市场秩序规则。
- 4.有责任参与公司后期产品引进乃至酒馆的建设运营。

二、权力

- 1.拥有联合发起人身份，有机会参与规则制定。
- 2.享有上市或融资等资本溢价。
- 3.享有经营权，城市可考虑独/家经营权。
- 4.未来平台其他产品及酒馆创始人权力。

三、利益

- 1.学习践行新模式
- 2.对接分舵乃至全国人脉和平台。
- 3.独享股东提货价。
- 4.独享返利及年终分红。
- 5.未来平台其他产品优惠及酒馆等活动的免费参与。

合伙人模式设计的核心就是两个字：“利他”你能帮助合伙人解决多少问题，合伙人就愿意在你身上花多少时间。做合伙人社群的关键，就是占领合伙人的心智空间，占领时间是占领心智的关键。

第二部分：社群经济模式

社群经济模式是一种商业模式，它利用互联网和社交媒体工具将具有共同兴趣、需求、价值观的用户群体聚集在一起，形成一种基于互动、共享和共创价值的生态系统。在社群经济中，消费者不再仅仅是购买商品或服务的人，而是成为社群中的积极参与者、传播者和共同创造者，他们通过与品牌或其他成员的深度互动，不仅对产品和服务进行消费，还可能参与产品的设计、改进甚至推广。

社群经济模式的特点包括：

- 1.情感连接：建立在产品或品牌与消费者之间的情感信任基础上，这种信任源于共同的价值观、文化认同以及社群内的紧密联系。
- 2.反哺价值：社群成员的反馈和贡献能够直接影响到产品或服务的发展方向，形成“产消合一”的效应，即消费者同时扮演生产者和消费者的双重角色。
- 3.自运转系统：社群经济能自发地形成一个自组织、自循环的经济生态，社群内部的活跃度和粘性可以促进商业活动的持续发生。
- 4.用户参与：社群鼓励成员之间的信息分享、内容创作、经验交流等多形式的参与，这些都可转化为对

企业品牌建设、产品创新和市场推广等方面的有力支持。

5. 定制化与个性化服务：社群经济模式下，企业更易获取用户的直接反馈和个性化需求，从而实现“反向定制”，提供更加精准和符合社群独特/需求的产品或服务。

6. 口碑传播与营销：社群内形成的口碑效应显著，有利于品牌快速扩散和低成本获客，相较于传统广告方式，社群内的推荐和传播更为真实有效。

社群经济模式的成功案例包括粉丝经济、会员制电商、社交电商、社区团购、知识付费平台等多种形式。企业运用社群经济模式时，需要重点打造高质量的内容输出、搭建良好的互动平台，并以机制激励社群成员的持续参与和价值创造。

肆拾玖坊社群经济

一、免费的认知商学院

肆拾玖坊的会员是以老板和高管为主体的中产阶级人群，

肆拾玖坊会邀请管理类专家，实践经验的丰富的老板，开展企业管理经营的各类学习课程，商学院则可以帮助会员提升认知，解决管理难题，

而众筹股东也可以作为讲师，信任度更高，参与感也就更强。

二、免费的企业家俱乐部

除了在线上可以分享交流，

线下也可以一起去品酒、喝茶，下茅台、上茶山、开股东会等等，让平台上的合伙人成为真正的朋友，而且这些人大部分都是经过超高人格背/书来的，影响力强。

这就解决了会员在娱乐的过程中还能交朋友，拓展人脉圈层的需求。

三、新生意平台

结合肆拾玖坊的线上商城，每个群都等于是一个店，基于社群不仅可以推肆拾玖坊的东西，可以推股东们自己的一些优质的产品。

这就解决了合伙人做生意的需求。

进一步拓展：肆拾玖坊的消费分成模式解读

今天用肆拾玖坊案例来解析一下消费分成模式如何打通私域壁垒；想搭建想运用想了解这种模式可以联系微三云麦超总监。

创新分红模式

在“肆拾玖坊”商业模式中，分红模式也是其成功的关键之一。堂口股东的收益主要来自于他们拿货量所对应的比例，即堂口股东拿货越多，其比例就越高，收益也就越大。此外，公司还为股东提供了多种收益方式，如招商收益、补货收益、年终分红、股权收益以及活动分红收益等等。这些收益方式不仅为股东提供了更多的选择，同时也激发了他们的积极性和参与感。

首先，消费分成模式是一种电商营销模式。在该模式下，消费者的消费行为转化为投资行为，消费过程中不仅能够获取商品，还能通过平台的一系列操作获得平台设定比例的分成。

这种机制并不是突然出现的。

因为市场的发展，平台的竞争，消费者变成消费商的理念被提出并实施，消费分成模式也通过不断地创新而完善，再融合各个平台的特色形成风格不一的消费分成模式，其运行逻辑其实都是一样的，那就是——消费拿分成。

如何消费拿分成？

在消费分成模式下，消费者通过购买平台指定商品获取拿分成的资格。从此，消费者转变为消费商，等平台结算消费商即可获得平台发放的分成。当然，这分成的比例不会太高，因为平台需要维持基本运营，这些分成大多从新增业绩中抽取，既能给予消费商便利，也能维持平台运转。

除此以外，消费商若想提/升收入，还可以完成平台内的任务，比如分享好友，比如观看视频，比如浏览资讯，比如购买商城产品。完成任务即可获得额外设置的奖励，当然，分享好友成功能获得更多奖励，因为你为平台带来了更多流/量。

通俗来说就是，你在平台内买了5000元的指定产品成为消费商，你当月分享10个好友就能获得10份200元的分享奖金=10*200=2000元，平台当月结算新增营业额为5000万，分成比例为7%，消费商有1000人，你就可拿到5000万*7%÷1000=3500元。也就是说，你当月可以拿到2000+3500=5500元。

相比起公域流通，酒类产品在私域流通更广，而私域流/量作为近些年来的热门领域备受关注。

简单来说，私域流/量是可以进行二次以上链接、触达、发售等市场营销活动客户数据。而私域流/量和域名、商标、商誉一样，是属于企业私有的经营数字化资产。因此，平台要引流，品牌要出名，私域流/量就是一个开拓市场的方向。

消费分成模式具备社交属性，同时也能带动产品在私域流通，卖货的同时打通私域壁垒，创造更多财富，这就是消费分成模式的特点。

以上是小编的个人见解，对消费分成模式感兴趣的朋友可在评论留言。

总结：肆拾玖坊商业模式的优势主要表现在以下几个方面：1 体验式消费：肆拾玖坊注重用户体验，将传统白酒的消费场景与文化、旅游等元素相结合，打造出独具特色的体验式消费模式。消费者可以在品尝美酒的同时，了解/酒文化、历史和酿造工艺，甚至可以深度参与其中，亲身体验传统酿酒工艺，从而增强消费者对产品的认知和忠诚度。2 社群化运营：肆拾玖坊通过建立社群，将有着相同兴趣爱好的消费者聚集在一起，形成了一个以社交、分享、互动为主要目的的社区。社群成员可以共同分享消费体验、交流使用心得，甚至可以参与到产品的定制和研发中来，这种社群化运营模式不仅增强了消费者对品牌的黏性，还有助于口碑传播和品牌形象的塑造。3 数字化营销：肆拾玖坊紧跟数字化趋势，利用互联网、大数据等技术进行精准营销。通过收集和分析消费者数据，了解消费者的年龄、性别、地域、购买偏好等信息，为不同消费者群体提供定制化的产品和服务。同时，数字化营销还能够帮助肆拾玖坊提/高市场反应速度，及时调整经营策略，抢占市场先机。

4 产业链整合：肆拾玖坊通过对酱酒稀缺资源的优化升级，创新用户体验，整合和强化多个行业的流通渠道，形成了一体化的供应链、销售渠道、终端体验、产业集群各行业的联动。这种产业链整合模式不仅提/高了企业的综合竞争力，还为整个行业的发展起到了积极的推动作用。5 创新精神：肆拾玖坊在产品研发、营销策略、商业模式等方面都表现出强烈的创新精神。团队成员不断探索新的市场机会和商业形态，勇于尝试新的经营模式和营销手段，为品牌的发展注入了源源不断的活力。

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！

附：

最近微分销系统好像很火，很多人都去找了微三云，是不是真的有用啊？

有用是有用的，像微盟，有赞这些的系统是saas

的形式，而微三云的是源代码销售的，这就要看企业家是想要自己掌控数据还是别人掌控数据了。

东莞市微三云信息技术有限公司，移动应用系统产业价值创造者！创立于2014年，是高新技术企业、双软认证企业，专注于移动应用系统研发和行业生态链建设的创新型科技企业。目前旗下拥有“卖货系统、云视商系统、云平台”等多种产品营销矩阵，全面帮助企业经营移动社交电商和全渠道新零售，通过构建技术、资本、运营“三位一体”的

整体服务输出方案，提升企业运营效率和盈利能力，赋能中小企业！