

分布式自主经营，实现企业高质量经营——无界SAAS的核心特色？技术服务+系统搭建+软件开发，微三云商业思维

产品名称	分布式自主经营，实现企业高质量经营——无界SAAS的核心特色？技术服务+系统搭建+软件开发，微三云商业思维
公司名称	微三云信息技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋503室
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

分布式自主经营，实现企业高质量经营——无界SAAS的核心特色？技术服务+系统搭建+软件开发，微三云商业思维

导读：

莞云系统：微三云支持申请软件著作权

系统为微三云官方授权系统源码部署，系统功能模式支持多样化组合，比如 思购臻选秒杀模式、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、消费返利模式，共享 I WIFI 广告模式，有钱还众筹还债模式，

推三返一系统，共享购嗨购模式，乐分享模式，盲盒抢拍系统，泰山众筹模式，太爱速 m m 秒杀寄售模式，广告电商模式等，支持申请软件著作权，

更好地展现公司品牌实力、技术实力和更方便融/资推广。

“私域与边界无关，与企业高层的视野有关，与企业的野心有关！” ，微三云商业模式总监麦超近期在新零售专题会的一段话，点醒了很多品牌高

层。

原来，我们品牌企业对于平台的定义，对于私域、公域的定义，往往都被概念炒作方框定在了一个边界范围里，往往忽略了如何跳出边界，进行“全

局”思考。

温馨告知：如果您购买的是加密的源码或者封装的系统，或者只是买的一个系统账号，那么你无法申请软件著作权，自己项目的推广和公司品牌

的beishu都将受到不小阻力。

解决商业痛点+类似无界SAAS这种平台系统+搭建平台系统联系微三云麦超总监

第一部分：类似无界SAAS这种平台系统的特色第一：去平台中心化、分布式自主经营

好处是用户数据和数据资产属于平台本身，平台直只对B端商家，全部必须营业执照入驻，对外可宣称无层级，无拉人头，发展用户和商家加入称作为“链接资源”，规避传销，非法集资拉人头的嫌疑，因为传销和非法集资主要针对是自然人主体和非法骗取财物为目的。比如类似无界SAAS的平台会始终坚持一种“去平台中心化、分布式自主经营”的核心发展理念的说法，通过智慧分工、协同合作，突破边界，让每个企业成为自己的“平台”，如无界SAAS宣称为所有企业商户提供专业的技术开/发、分布式分账系统、升级服务等整套解决方案，以帮助企业提/升经营指标为思路，构建强势数据网络，打造属于企业自身的数据流/量价值体系。

类无界SAAS运营平台，不只是赋能中小微企业商户数字化转型，它变革行业，重新确立了每一个企业商户的全新生产要素：数据资产将永/久属于企业商户自己。这些永/久资产既是独立的又是一体的。世界中心化的经营创业规则将会因为“去平台中心化、分布式自主经营”的复合经济体生态而发生改变。

算力算法是无网络体系的、无层级的，符合国家政策、经济趋势、法律法规、社会的需要需求，是让企业商户们做更好的自己，是“去平台中心化、分布式自主经营”战略理念的体现，帮助企业商户打造属于自己的数据流/量价值体系，构建属于企业商户自己的商群诚信生态。

“无界批发、无界零售的定义及算法规则”、“商群创业扶持”、“分配方案”三大方面强大的算力算法赋能企业数字化转型升级的。

第二：商家入驻自主经营，独立系统，低成本搭建商城系统小程序和APP还有H5公众号商城。如果使用技术公司开/发的模块化APP，这款模块化APP基本不值钱，因为模块化APP都是中心化思维下的数据孤岛、信息烟囱，没有任何数据价值，也不能真正满足市场的需要需求。如果想要迭代升级和维护服务，还需要大量的资金投入和技术人员，这些都是广大中小微企业商户想做却又“有心无力”的。类似无界SaaS的平台系统是目前市面上少数的“去平台中心化、分布式自主经营”的数字化工具，涵盖了SaaS（软件即服务）、PaaS（平台即服务）、IaaS（基础设施即服务）等所有功能，而且打通了线上线下所有消费场景资源为所有企业商户共享，具有AI算力算法、无边界链接裂变等独特功能。

相较于传统SaaS模式无法共享企业商户之间的数据、没有商业模式和整套解决方案的工具，无界SaaS

模式是一种去平台中心化、分布式自主经营的独特无边界的SaaS模式，消费场景前台+业务中台+数据后台可根据企业商户自己的运营需求，选择功能组件自由搭建，打造属于企业商户自己的独立APP+小程序+H5的模式。

作为数字经济核心产业的一份子，类似无界SAAS运营平台积极拥抱数字化，不断钻研创新、升级迭代，基于云计算IaaS、PaaS、SaaS、DaaS模式，采用“拎包入住”的方式赋能企业快速完成升级转型。企业商户无需承担高昂是硬件、服务器等建设费用，无需耗费大量的时间精力，就能轻松完成数字化转型升级。

企业如若盲目的进行数字化转型，会出现一些不可控的问题。而自建数字技术团队，其成本就是一个无底洞。如果是购买一套数字化产品服务，费用从几十万开始到上千万不等，后续升级迭代、个性化定制会产生额外费用，这对广大中小微企业来说不堪重负。

类似无界SAAS运营平台不只是赋能中小微企业商户数字化转型，它变革行业，重新确立了每一个企业商户的全新生产要素：数据资产将永/久属于企业商户自己。这些永/久资产既是独立的又是一体的。世界中心化的经营创业规则将会因为“去平台中心化、分布式自主经营”的复合经济体生态而发生改变。

类似无界SAAS运营平台，为企业提供一站式数字化转型解决方案及工具，企业自有“平台”，数据确权、无限边界、打破垄断，助力企业高质量经营。第三：链接360行，既提供运营能力工具，又能实现跨界盈利 分享更多独立商户加入平台，可以根据商家的销售额和它的消费采/购力等贡献度获得V值，通过算力计算获得跨界盈利收入。在消费场景前台，具有本体购物功能：线上商城、线下实体店、酒店预订、实体店配送、景点门票、二手商品买卖等，同时还打通了线上无数主流消费平台和线下无数多元化场景，所有消费均可获得V值算力赠送。

在业务中台，包括了独立云仓运营中台：独立云仓数据查询、运营、监管等功能，以及商户运营中台：商户订单处理、数据查询、运营等功能。

在数据后台，组建大数据中心，从数据存储、数据查询、数据分析、数据安全、AI算力算法等方面赋能企业商户更好地运营独立APP。

总结：类似无界SaaS平台与中心化平台有本质上的区别，不是一个维度：

首先是战略和定位不同：中心化平台定位的是消费者和营销人员。类似无界SaaS平的战略是去平台中心化、分布式自主经营，也就是帮助企业商户开/发打造属于自己的独立平台，定位的是企业商户。

第二，中心化平台上的资源都是由公司整合的，产品价格和利润都是由公司定的，营销人员和消费者属于渠道商和服/务/商只能推广中心化平台的消费获利，而类似无界SaaS平是让企业商户拥有自己独立的APP，商品上架、商品价格、利润都是由企业商户自己决定，更重要的是不仅仅是消费获利，企业商户的买、卖、链接、碎片化时间都会产生远远大于自身消费的利润和数据。

第三，由于企业商户是独立的域名App，他们的数据库也可以独立出来的；如果是中心化平台，渠道商和服/务/商除了推广平台获得商品之外没有任何数据价值。

第四，也是最重要的资金安全，中心化平台都是渠道商和服/务/商把代理保证金集中打款到平台所属的公司账户，资金安全上存在很大的风险；类似无界SaaS平是分布式分账系统和分布式三方资金监管，由企业商户们独立的、有一定信用级别公司互联互通。

第五，由于是中心化平台，渠道商和服/务/商只能推广平台组建推广消费团队，企业商户都没有链接力，也就是说企业商户和渠道商服/务/商失去了最重要的互联网打造数据流/量价值的能力，也失去了构建各行各业商群诚信生态的能力.....

类似无界SaaS平台是帮助各行各业企业商户打造属于企业商户自己的平台或APP，企业商户可以自己链接各行各业，自己上架商品，自己定价定利润，自己推活动，拥有属于自己的域名和数据确权。如果企业商户的数据量大，可以自己在数据交易所上市，如果企业商户数据量小不能单独上市，可以联合商群其他企业共同上市数据交易所，企业商户具有独立又联合的属性。比传统企业自己开/发App、数据孤岛维度高很多，类似无界SaaS平提供技术开/发，技术服务和整套解决方案。

也就是说类似无界SaaS平除了技术中心以外，（技术中心也只是为了帮助企业服务，比如无限次数的迭代升级等，企业商户自己花巨资请技术团队也要给技术团队打开技术服务后台的），其它一切都是属于企业商户自己的，包括企业商户的数据库都是完全可以独立的，所有企业的买、卖、链接、碎片化时间等商业数据都有记录和来源查询，都是以企业商户为中心。所有资源和技术功能都可以共享。

目前为止，市面上所有宣传赋能中小微企业商户的各种公司和模式，无论大小都是中心化平台，企业商户只能入驻他们的中心化平台卖产品，消费者买产品，再加一点模式，仅/此而已！能够做到去平台中心化、分布式自主经营，模式加工具的服务和整套解决方案的平台，还是比较少的，是一个新的创业平台赛道。

第二部分：类似无界SaaS不足之处

第一，概念创新，但产品技术能力不足，非专业软件公司基因操盘手本身并不是技术出身，也没有运营过10年以上的软件技术开/发公司，没有软件开/发的基因血统是个短板。尽管类似无界SaaS这种平台对外宣传自己开创了一种全新的商业模式，但这种说法在实际操作中并未得到充分验证。相反，一些消费者反映，在使用类似SaaS的产品和服务过程中，遇到了诸多问题，例如服务不稳定、功能不完善等。这些问题不仅影响了消费者的体验，也对公司平台的品牌形象造成了损害。第二：全球化还不能实现类似无界SaaS的数字化转型背后确实存在一些令人担忧的问题。虽然该公司声称自己实现了真正的全球化，但实际上，其在全球范围内的表现仍然有待提/高。因此，我们在关注无界SaaS的过程中，应该保持警惕，避免被其看似诱人的口号所迷惑。

第三部分：微三云去中心化生态矩阵解决方案超级APP+去中心化供应链+超级去中心化云平台+数字生态积分元宇宙NFG联盟链平台系统+文交所生态矩阵模式第一：超级APP作为超级链接工具，通过超级二维码，链接社交生态，个人自媒体生态，直播短视频，去中心化钱包和多平台共生共存，资讯+短视频+直播+多平台号+社交聊天+朋友圈+社交圈+红包转账+钱包功能

超级APP系统功能：

超级App功能：

- 1.原生开/发，可直接上架苹果应用商店，各大安卓市场，各个子平台可以设置APP分身独立上架
- 2.孵化平台模式：多个平台可以通过超级App一起展示，会员互通，根据不同平台原来的内在逻辑进行分佣，可以给多个平台提供统一登录窗口
- 3.集成社交，新闻资讯（新闻资讯自动同步今/日/头/条的），自媒体，钱包功能运营功能
- 4.可对接广告联盟创收（5万活跃会员预计每月有25-70万广告收益）
- 5.可对接外部电商平台，实现跨平台会员互相导流、资源整合
- 6.短视频，直播功能（类似抖//音），已对接数字积分联盟链系统观看视频赠送数字积分或者算力、活跃值
- 7.社交板块现有功能：
 - 1) .点对点聊天：发文字，发图片，转现金余额红包，转区块/链积分红包（购买区块/链系统方可使用），加入或移除黑名单，语音聊天，视/频聊/天，拍照片，转账，收藏
 - 2) .附近的好友

3) .通讯录好友

4) .社群聊天/建群聊天（单个群最高5000人）

5) .私域社交圈（类似微信朋友圈，可植入社交圈广告类似朋友圈广告，用户发布限制）

6) .公域社交圈（类似微博，全网发动态图文，公开展示，用户发布限制）

7) .聊天增强功能：

私密模式：用户开启该好友不在通讯录与消息列表中显示，只可通过搜索查询

消息传输方式：用户可单独设置聊天的消息传输方式

消息保留时长：用户可设置消息的保留时长，过期后即自动销毁对方记录

清空聊天记录：用户可清空与当前用户的聊天记录

清空双方聊天记录：用户可清空与当前用户双方的聊天记录

群发助手：用户可群发消息

清空所有聊天记录：用户可清空当前消息列表中的全部聊天记录

查看我的手机号：用户可设置是否公开自己的手机号

隐身模式：用户开启后即隐藏自己的全部信息

第二，去中心化供应链，全面赋能多个子平台一键上架产品，一件代发

逆天了！超级供应链系统！

微三云供应链系统，功能类似京东供应链系统，超级去中心化供应链系统（F2S2B）

PS：运营“货”的平台：找最/好的货源，供给最多的平台，打造商业生态体系

上游供应商：

上游：整合优势农产品供应链、源头供应商，独立后台上架产品，为下游平台一件代发产品

上游：整合行业供应链、工厂，独立后台上架产品，为下游平台一件代发产品

上游：整合其他实力综合型供应链，独立后台上架产品，为下游平台一件代发产品

上游：整合跨境电商供应链，独立后台上架产品，为下游平台一件代发产品

推广体系：初级业务/经理/主任，供应商发货给予不同级别不同分成

下游采/购商：

下游：供货给N个第三方平台（提供API接口供第三方商城系统对接），可以小程序，公众号，APP，或者自己超级APP体系孵化的商城分系统，批量一键上架产品

下游：结合云平台商城，输送模式系统+供货给N个平台（各个平台独立运营独立主体独立收款，平台提供供应链产品和提供多种模式系统供选择），批量一键上架产品

下游：供应给N个线下门店+批发市场+企业级采/购商

推广体系：初级业务/经理/主任，平台出货给予不同级别不同分成

附加价值：

1.结合超级APP，超级APP管人，供应链系统管货，孵化新平台，直接把会员和货直接对接过去，快速孵化新平台

2.供应链公司大数据价值:用于上市或被国/企收购：有订单，有数据，有利润，100%赚钱的核心公司，如销巴生活供应链被国/企收购，怡亚通供应链上市

3.合法转移平台利润：通过供应链公司通过经销合同等业务流程，合法把平台利润或者预留创始人收益的资金合法转移到供应链公司，合法沉淀资金

适合人群：

1.供应链公司：数字化管理运营

2.产业带：对接多个下游平台，通过API能力批量上架产品，货卖全国，可同时打造一个批发端前端采/购商城

3.商业模式运营公司：为实体公司输出商业模式、会员、和产品一键上架

4.品牌运营公司：对下游平台进行产品+短视频批量上架，批量孵化品牌旗下线上小程序门店第三，超级去中心化云平台私域电商系统，帮助更多实体商家实现私域裂变营销全新云平台适配市场大部分营销模式及功能应用，按需选择，低门槛入门，随时迭代更新！全国唯一一家有商业生态思维的软件定制开/发服/务/商。

系统功能如下：

一.选择附加主要运营模式选择(即分销商城+X模式，可多选或全选):

1.拼商拼团抽奖模式(火)、

- 2.全民拼购模式（火）
- 3.异业联盟拼团抽奖模式（火）
- 4.跨境电商模式、
- 5.社交电商会员制模式
- 6.挂售寄售模式、
- 7.微商2021年版新云仓代理模式（火）
- 8.O2O团购跨界盈利模式（火）
- 9.多供应商入驻模式、
- 10.在线教育知识付费模式、
- 11.线上线下结合新零售模式、
- 12.复购拉新分红榜模式(火)、
- 13.三三公排滑落分红模式(火)
- 14.云店奖励模式、
- 15.短视频图文带货模式、
- 16.小程序直播电商模式、
- 17.运费奖励模式(火)
- 18.团队奖励(伞下累计月度总业绩级差奖励)
- 19.招商奖励模式
- 20.补贴金模式（新礼包代理 云仓模式）
- 21.直播电商带货模式
- 22.社区团购模式、

二、.选择需要的辅助营销运营工具功能应用:

- 1.礼品卡、 2.充值码、 3.秒杀、 4.拼团、 5.抽奖大转盘、
- 6.会员礼包、 7.手机官/网、 8.积分商城、 9.同城论坛、10.供应链选品、 11.APP 分发、
- 12.众筹、 13.微信群活码、 14.全球仓应用、15提货点、16.支付有礼、 17.公众号导购、
- 18.智慧会务、19.小程序直播 20.智能云客/服、21.智能名片 22.智慧酒店
- 23.美业应用 24.服务点 25.小程序直播、26.拼团应用

三、系统标配免费赠送奖励模式(可多选或全选，不冲突)

- 1.推广奖励(一级二级或高/级奖励，不同等级身份不同比例)
- 2.级差代理(V 1/V 2/V 3或多级，配合平级奖使用)
- 3.区域代理(省/市/区县/街道，以收货订单地址进行分配)
- 4.分红奖励(跟级差身份等级对应和伞下业绩挂钩的权重型加权分红模式)

四.提供第三方供应链产品资源(已对接完成京东慧采，全球仓，怡亚通，供港蔬菜，其他第三方接口需定制开/发)

五.标配赠送运营端口：公众号、小程序、H5网页版，H 5封装APP，PC端（需要原生APP或APP分身上架应用市场的需另外付费）

六.其他功能需求微定制（如创新的运营模式、创新的分销模式、创新的平台模式、细节订单规则个性化定制跨平台对接接口开/发）

第四：去中心化联盟链：链平台系统

重磅推出：区块/链生态平台联盟链系统

- 1.同时支持数字通证积分发行+NFT发行+数字权益发行+数字版权发行+数字发票发行+数字版权发行
- 2.底层多节点联盟链架构，方便平台找多个国/企yangqi和政府单位背/书，共建有公信力的联盟链（参考至信链和长安链）
- 3.底层功能涵盖多链接入+联盟链交易所+节点利益计算+SaaS管理+商户管理参数自定义+服务层接入+商户计费系统

第五：文交所NFG系统（具体强大功能私聊）为电商平台提供合规出入金+税务合规+去泡沫等解决方案

腾讯联盟链NFG数字藏品系统+文交数艺通NFG专版：NFG虚实结合NFT发行+NFG增值模型+合法NFT交易所，彻底解决平台合法出金、税收合规、平台消泡沫和支付入金问题

微三云集团 麦超：

毕业于广东中山大学，微三云信息总经理、微三云资源总监，微三云首席商业模式策划导师

本人在软件开/发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！

公司：微三云集团（旗下子公司：微三云信息/微二云/微三云大数据/鸿云/商二/商六/莞云/莞带/莞链）

公司规模：公司经营已超12年，整栋5000平方写字楼，年营业额1~2亿，全职员工300人（全职开/发技术200+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：旗下3家双软认证企业，4家高新技术认证企业，1家专精特新认证企业，自主专利30多项，软著300多个

主营各种创新营销模式开/发，支持各种小程序商城，公众号商城，原生app，DAPP功能定制！

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（负一层电梯直上504麦总办公室）

联系电话：麦总监

无论是否合作，我都将是你选购软件的军师和朋友！

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

扩展阅读：

微三云云平台：我们将目光转向线下场景，如果作为线下业务负责人，私域就是门店//导购触达的消费者数量，以及门店业务覆盖的物理范围等。

如果这时线下业务负责人，还统合管理了品牌直营的微信小程序业务、官网零售业务，自然就会从私域运营角度出发，将线下门店，线上小程序、

官网渠道的所有私域统一思考。

如果是作为消费者零售业务总负责人，所有面向消费者的阵地，所有可以销售的领域，其实都是私域。因为他们的职责让他们不得不考虑，要全方

位地进行消费者和会员的统一运营，权益的统一和“一盘货”经营。