

聚焦绿色消费增长点，解构山海优选积分激励电商模式？引流拓客模式+平台运营策略+软件系统搭建，微三云麦超分享

产品名称	聚焦绿色消费增长点，解构山海优选积分激励电商模式？引流拓客模式+平台运营策略+软件系统搭建，微三云麦超分享
公司名称	深圳市微二云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	深圳市南山区粤海街道海珠社区海德三道199号天利中央商务广场702C11
联系电话	13929266321 13543762209

产品详情

聚焦绿色消费增长点，解构山海优选积分激励电商模式？引流拓客模式+平台运营策略+软件系统搭建，微三云麦超分享

重要介绍：

运营项目需要提前预留对接多种支付接口

系统购买提醒：购买系统除了看功能模式，比如思购臻选秒杀模式、美丽天天秒链动 2+1

奖励模式，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 WIFI 广告模式，有钱还众筹还债模式，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，还要看支付解决方案，如果您购买的系统，没有预留对接多种支付接口，那么当你的微信支付和支付宝支付被封了之后，将非常被动，没有汇聚支付和通联支付这些第三方分账系统，平台的税收helibishui和资金流安全都没办法保证，将给平台留下一个非常大的法律风险隐患，但如果要定制开发这个对接支付接口，少说也要几万的收费，如果买的系统没有提前对接好，那么这个费用后续就要自己埋单了。

山海优选卷轴模式+电商模式分享+微三云麦超

随着国家政策把绿色消费积分制作为一项政策红利，对于商家或者消费者都是一项利好，引导和鼓励消费者愿消费、敢消费、能消费。通过绿色消费补贴的有效植入，让每个日常生活环节都可成为拉动内需的动力。积极响应“新型消费+共同富裕”的政策导向。重构商家、消费者、平台三者之间的关系，把生产和流通各个环节通过消费补贴机制形成多方共赢的局面。

今天我们来聊一下山海优选电商平台，这个公司近期运营的异常火爆，听说把绿色消费积分制作为公司主要推广的机制和模式，导致目前市场上有不少粉丝和用户想要了解他们的商业模式和机制，下面我们步入正题。

山海优选是一家专注于绿色有机食品和健康生活的电商平台，它结合了绿色消费理念和互联网技术，推广一种“绿色积分”商业模式。该模式鼓励用户购买绿色有机产品、参与社区活动和实施环保行动，旨在构建一个可持续发展的生态圈。

具体运作中，山海优选提供多样化的消费选择，消费者可以根据自己的需求和喜好选择不同等级的消费包，每个消费包都有相应的价格、产出周期、每日任务以及释放比例。此外，中小型企业也可以通过山海优选拓展销售渠道，利用平台的liuliang和推广能力，将自身产品展示给千万会员，从而tigao销售额和利润。

“绿色积分”是此模式的核心，用户可以通过使用或分享消费红包来获得消费贡献积分。当用户持有一定数量的消费贡献积分时，可以按照一定比例释放持有的消费力。山海优选的目标是响应国家政策导向，促进农产品销售和农民增收。

山海优选对外宣传公司平台运营以下六大板块生态。

- 一、通证商城
- 二、直播
- 三、社交
- 四、共富农场
- 五、联盟商家
- 六、山海馆

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；

山海优选凭卷轴模式一边使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。山海优选模式其实本质上来说是卷轴模式？卷轴模式是一种适用于多种电商场景的商业营销模式，主要用发放卷轴、证券的方式，用卷轴代替流动资金，用绿色积分顶替风险，为消费者消费、领奖提供一站式服务，让消费者安心消费，安心领奖。

这种模式立足于国内绿色消费、生态消费的大背景，以绿色积分、合理消费为核心主旨在电商行业中站稳脚跟。对于消费者而言，这是一个可以放心参与的平台模式。对于企业而言，这是一个可以转型升级的好机会。

那么卷轴模式到底怎么玩呢？

玩法介绍：平台注册认证消费，即可获得消费包、消费力、分成券等，用户可用消费包产生消费力、消费积分继续消费，实现绿色消费，合理消费。

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

消费包套餐：

初级消费包：兑换10个，产出12个，产出时间30天，共富值1，拥有数量10，有效期一年，封顶周期45天

低级消费包：兑换100个，产出120个，产出时间30天，共富值10，拥有数量6，有效期一年，封顶周期60天

中级消费包：兑换500个，产出625个，产出时间30天，共富值50，拥有数量4，有效期一年，封顶周期60天

高/级消费包：兑换1000个，产出1300个，产出时间30天，共富值100，拥有数量3，有效期一年，封顶周期75天

达人消费包：兑换5000个，产出6500个，产出时间30天，共富值500，拥有数量2，有效期一年，封顶周期75天

富人消费包：兑换10000个，产出13100个，产出时间30天，共富值1000，拥有数量1，有效期一年，封顶周期90天

富豪消费包：兑换30000个，产出39600个，产出时间30天，共富值3000，拥有数量1，有效期一年，封顶周期90天

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，高/级消费包复购一次延长三天，达人消费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

消费力转到消费券集市设置有手续费：

I 个人共富值低于3，可转出2个，转出手续费40%

I 个人共富值达到3，可任意转出，转出手续费25%

I 主管级别用户或者持有高/级消费包，转出手续费20%

I 经理级别以上或者持有达人消费包，转出手续费15%

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****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zui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

小编在电商行业摸爬滚打多年，见证了许多平台起起落落，对各种模式早已熟透。小编在这里给大家

透透风，卷轴模式作为新模式登场具备一定的优势，如果现在就入手，日后收效定然可观。小编手里有可靠的咨询渠道与合作平台，对模式感兴趣或者想要直接起盘赚钱的老板都可以来试试哦！

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！

拓展阅读：

企业需要一套适合当下消费习惯、技术能力和商业环境的数字化系统，聚合多方资源，形成企业可持续经营的自营零售平台，帮助企业真正转型“微三云云平台模式”。A企业当时面对的现状和挑战1、A企业千万级的全域会员多数是“沉睡”会员，急需一套完整的用户经营方法论去激活和持续运营。2、传统门店导购吸纳会员的效率低下，进店客户离店后也就失联，传统门店会员权益不具备吸引力。3、A企业线上社交媒体倾向于品宣和种草，没有真正和线下门店业务实现融合打通。品牌所有的流量都处于极度零散的状态。4、企业缺乏一个真正有效的，融合线上线下的，能够经营用户和开展私域零售业务的统一平台，所以也无法获得清晰完整的核心用户画像。总结上述问题，不难发现这是大多数传统零售企业普遍会遭遇的问题。但A企业有两个得天独厚的优势，一是A企业几千家门店全部直营，可以作为前置仓履约发货，以及提供线下服务体验场景；二是他们所经营的是美妆个护日化这类高频快消产品的多品牌综合店，商品丰富，SKU足够多，而且这一定位早已占据消费者心智。

