

# 拆解批发零售挂售模式：产品成本控制与用户收益实现的数学逻辑？ 商业思维+软件开发服务+平台运营，微三云麦超解析

产品名称	拆解批发零售挂售模式：产品成本控制与用户收益实现的数学逻辑？商业思维+软件开发服务+平台运营，微三云麦超解析
公司名称	深圳市微三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

拆解批发零售挂售模式：产品成本控制与用户收益实现的数学逻辑？商业思维+软件开发服务+平台运营，微三云麦超解析

### 重要介绍：

微三云现在拥有自研开发应用云平台系统，一个系统底层集成 200 多个创新应用模式，做电商平台只需要挑选自己需要的应用功能 2 源码就能搭配出自己的源码系统，创新模式比如全民拼购模式、社交盲盒系统，盲盒社交电商系统、消费返利模式，共享 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，思购臻选秒杀模式、美丽天天秒链动 2+1 奖励模式，秒杀拼购系统、预售拼购模式、拼商抽奖模式、广告电商模式，NFT/NFG 电商系统等 200+营销应用和shida奖励模式助力商家掘金移动社交新时代

批发零售挂售模式+软件开发服务+系统搭建模式

## 批发零售挂售模式简介：

批发零售挂售模式是一种新型的零售销售模式，它将传统的批发和零售结合起来，通过挂售的方式让消费者参与到销售过程中，从而实现更多的利润和销量。在这个模式中，消费者首先到零售区购买商品，购买商品后会获得一定数量的平台批发券。第二步，消费者可以凭借批发券享受批发价购买商品，并可以选择取货自用或者委托平台代卖。这样一来，消费者不仅可以享受更低的价格购买商品，还可以成为批发代理，为其他消费者提供商品。第三步是挂售或自提，即消费者可以选择将购买的商品挂售出去，由平台自动帮助销售，并获得销售利润分成。这样一来，消费者既可以获得购物的乐趣，又可以通过挂售商品获得额外的收入。当然，消费者也可以选择自提商品，自己使用或者继续进行批发销售。第四步是推广，通过社交分享等方式进行推广，消费者可以优先销售商品，并获得平台的推广奖励。这样一来，消费者不仅可以通过自身的销售获得利润，还可以通过推广活动获得更多的奖励。最后一步是提现或复购，平台会按照零售价售出挂售的产品，扣除一定比例的代卖手续费后结算给消费者。消费者可以选择将结算金额提现，或者选择继续进行复购，参与更多的批发寄卖活动。这种批发零售挂售模式可以有效地发挥消费者的购买力和销售能力，实现多方共赢。消费者可以以更低的价格购买商品，参与销售并获得收益，平台也可以通过消费者的销售活动提高销量和zhiming度。总体而言，批发零售挂售模式为消费者提供了更多的购物和赚钱的机会，同时也为平台带来了更多的销售和利润。

### 一．批发零售挂售模式介绍

#### 挂售新零售卖货模式流程“ 五步曲

##### 第/一步：零售区“ 购买 ”

消费者到活动区零售价购物，即可获得商品 + 2 张（或N张，自定义）平台批发券

##### 第二步：批发区“ 批发 ”

有批发券即可享有批发资格，以批发价购买商品，取货自用或委托平台代卖，消费者变成批发代、理。

##### 第三步：“ 挂售 / 自提 ”

消费者可选择挂售商品，由平台自动帮你把挂售的商品按零售价卖出去（卖给在零售区购物的新老会员），获取利润分配，或者选择自提商品。

##### 第四步：“ 推广 ”

通过社交分享可优先出售商品，并可同时获得平台推广奖励。

##### 第五步：“ 提现或复购 ”

平台按零售价售出寄售的产品，平台扣除一定比例的代卖手续费（10-20%，自定义）将结算给消费者，消费者选择零钱提现或参与复购继续批发寄卖

## 二、挂售寄售模式，挂售商城系统现金流算法及产品成本控/制推算

假设平台扣除20%寄售服务费情况下：

情况1：3折两张

$$\text{实收} 1 + 0.3 + 0.3 = 1.6$$

$$\text{产品实际零售价: } 1.6 / 3 = 0.53$$

$$\text{退出后平台返还} = 20.8 - 20.3 = 1.0$$

实际用户收益0

结论:客户相当于无收益，但免费获得一份产品

情况2：3折3张

$$\text{实收} 1 + 0.3 + 0.3 + 0.3 = 1.9$$

$$\text{产品实际零售价: } 1.9 / 4 = 0.475$$

$$\text{退出后平台返还} = 30.8 - 30.3 = 1.5$$

实际用户收益0.5

结论:客户收益0.5份产品零售价，并免费获得一份产品

情况3：2折两张

$$\text{实收} 1 + 0.2 + 0.2 = 1.4$$

$$\text{产品实际零售价: } 1.4 / 3 = 0.467$$

$$\text{退出后平台返还} = 20.8 - 20.2 = 1.2$$

实际用户收益0.2

结论:客户收益0.2份产品零售价，免费获得一份产品

以情况3举例：平台买1份零售赠送2折批发券2张，

用户一个回合收益是20%\*零售价，称为1份用户收益

假设平台扣除的20%全用来做分销

---

现假设有A,BC,DEFG,HIJKLMNO共16个人购买后挂售活动终止

---

第/一轮：A购买零售和批发后，B/C购买，A退出获利20%零售价，

说明：

1、平台支付A的退出的资金来源于B和C的付款，

2、平台本轮资金沉淀金额为：1个零售+2个批发（含平台收益），但寄出去了ABC3份产品

第二轮：DEFG，4个人购买，BC退出，B和C均获得一份用户收益，

1. 平台支付B/C退出的资金来源于DEFG付款，

2.平台本轮实际资金流沉淀为：BC共4个批发，并寄出了DEFG4份产品

第三轮：HIJKLMNO，8个人购买，DEFG四人退出，DEFG各获得一份用户收益，

1、平台支付DEFG退出的资金来源于HIJKLMNO零售付款

2.平台本轮实际沉淀资金为：DEFG共8个批发，并寄出去了HIJKLMNO8个产品

第四轮：HIJKLMNO零售和在批发区2折付款购买批发产品后，无后续用户购买，分为提货和退批发款两种情况

方式一：提货：平台收入8人共16份批发，实际给每个客户3份产品，共发出去24个产品

平台实际资本沉淀：平台收入16个批发，发出24个产品

方式二:退批发款：平台无收入，给客户寄了一份产品，亏了一件产品。8个人共8份产品

平台实际资金沉淀：无收入，且寄出8个产品

方式一总结：平台共沉淀资金1个零售+30个2折批发，寄出产品39个产品

成本测算：剔除那个1个零售后，产品盈利平衡点价格=沉淀的批发个数\*0.2/寄出产品数， $(30*0.2)/39=15.38\%$ ，产品成本不能高于15.38%，量越大越接近20%

方式二总结：平台共收入1个零售+14个2折批发，寄出23个产品

成本测算：剔除那个1个零售后，产品盈利平衡点价格=沉淀的批发个数\*0.2/寄出产品数， $(14*0.2)/23=12.17\%$ ，产品成本不能高于12.17%，量越大越接近20%

总结：

1.

若按平台净利润来算：买1个零售赠送2个2折批发券的情况下，产品的成本分别不能高于15.38%和12.17%

2.根据产品盈利平衡点价格=为沉淀的批发资金\*0.2/寄出产品数的公式，随着量增大，数值增大，这个批发个数和寄出产品数无限接近，百分比逐渐趋向接近20%，意味着产品零售价和产品成本之间，产品成本绝对不能超过20%。

当然平台还有其他盈利的地方弥补：

1. 大礼包的销售收益(有购买大礼包应用模式组合的)

2. 平台扣除20%的寄售手续费可以预留一部分利润，共退出了ABCDEFG7个用户共14个零售，截留资金 $14*20%$ ，可以预留一半作为平台收益，假设只分销10%，相当于多了14个零售的10%，按方式一测算，产品成本最低线则是 $(1.4+30*0.2)/39=18.97%$ ，方式二产品成本最低线则是 $(1.4+14*0.2)/23=18.26%$ ，这个百分比随着量增大，趋向无限接近于30%，意味着产品成本绝对不能高于零售价的30%。

3. 扣除20%后，是客户可提现金金额，提现平台扣除6%-7%的代扣税款，加上单笔1-2元的手续费，再加上100元以上提现和或只能提现100元的整数倍，这样平台可以增加一些资金沉淀和现金流，还可以限制每周只能提现一次等。

---

以情况1举例：平台买1份零售赠送3折批发券2张，

用户做完一个流程相当于免费拿一份产品

第/一轮：A购买零售和批发后，B/C购买，A退出免费获得一份产品

3、平台支付A的退出的资金来源于B和C的付款，

4、平台本轮资沉淀金额为：1个零售+2个批发（含平台收益），但寄出去了ABC3份产品

2. 平台支付B/C退出的资金来源于DEFG付款，

2、平台支付DEFG退出的资金来源于HIJKLMNO零售付款

第四轮：HIJKLMNO零售和在批发区3折付款购买批发产品后，无后续用户购买，分为提货和退批发款两种情况

方式一总结：平台共沉淀资金1个零售+30个3折批发，寄出产品39个产品

成本测算：剔除那个1个零售后，产品盈利平衡点价格=沉淀的批发个数\*0.3/寄出产品数， $(30*0.3)/39=23.08\%$ ，产品成本不能高于23.08%，量越大越接近30%

方式二总结：平台共收入1个零售+14个3折批发，寄出23个产品

成本测算：剔除那个1个零售后，产品盈利平衡点价格=沉淀的批发个数\*0.3/寄出产品数， $(14*0.3)/23=18.26\%$ ，产品成本不能高于18.26%，量越大越接近30%

1若按平台净利润来算：买1个零售赠送2个3折批发券的情况下，产品的成本分别不能高于23.08%和18.26%

2.根据产品盈利平衡点价格=为沉淀的批发资金\*0.2/寄出产品数的公式，随着量增大，数值增大，这个批发个数和寄出产品数无限接近，百分比逐渐趋向接近30%，意味着产品零售价和产品成本之间，产品成本绝/对不能超过30%。

大礼包的销售收益(有购买大礼包应用模式组合的)

3.平台扣除20%的寄售手续费可以预留一部分利润，共退出了ABCDEFG7个用户共14个零售，截留资金 $14*20\%$ ，可以预留一半作为平台收益，假设只分销10%，相当于多了14个零售的10%，按方式一测算，产品成本zui低线则是 $(1.4+30*0.3)/39=25.74\%$ ，方式二产品成本zui低线则是 $(1.4+14*0.3)/23=24.34\%$ ，这个百分比随着量增大，趋向无限接近于40%，意味着产品成本绝/对不能高于零售价的40%。

4. 扣除20%后，是客户可提现金金额，提现平台扣除6%-7%的代扣税款，加上单笔1-2元的手续费，再加上100元以上提现和或只能提现100元的整数倍，这样平台可以增加一些资金沉淀和现金流，还可以限制每周只能提现一次等。

小编介绍：

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hao商城，原生app，DAPPI功能定制！

地址：东莞市石排镇瑞和路1hao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）

无论是否合作，我都将是您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：

微三云企业价值观使命：让再小的商家，也拥有自己的卖货系统 1 .

去中心化，让商家不再依附大平台，让商家不再受大平台的克扣抽成； 2 .

可定制化，让商家可以建立自己独特的商业模式；微三云商学院认为，用户洞察是在引流获客、留存转化后的又一重要环节，以数据为依据优化产品与运营。通过基于数据的深度处理及模型分析，帮助企业挖掘用户特征及价值，更好地制定精准且差异化的营销策略，从而实现长期用户维护、提升用户忠诚度与复购可能性。正如前文所说，“私域”的概念诞已经有 5 年，已经逐步从粗放经营转向精细化经营时代，对品牌商家来说，最重要的就是需要了解不同平台差异，

制定完善的私域运营策略，持续经营、快速迭代，以提升企业的数字化生命力