

消费模式介绍：太爱速抢单模式如何链接消费者与利润共享？软件开发服务+技术服务+源码系统，微三云电商运营

产品名称	消费模式介绍：太爱速抢单模式如何链接消费者与利润共享？软件开发服务+技术服务+源码系统，微三云电商运营
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

消费模式介绍：太爱速抢单模式如何链接消费者与利润共享？软件开发服务+技术服务+源码系统，微三云电商运营

前文引言：

微三云技术学院：购买软件的坑之交付以及后期维护 交付过程中要注意代码以及相关交付资料的完整性，一般项目交付资料包括各个端代码（Android&iOS&Sever），数据库设计文档，项目部署文档，接口文档等等。维护一般包括：数据维护，网络安全维护和日常维护。核心目的要保证APP的正常运行，迅速处理一些APP本身或者APP后台运行时的bug。定期进行垃圾数据清理，定期做数据备份（主要是为了防止服务器崩溃，数据丢失情况发生。）同时要提高产品的防控级别，杜绝黑客攻击。一般互联网的市场标准，维护第一年免费的。维护是很有必要性的，尤其是数据的保护这方面，大家在后期要多注意。另外就是客/服支持，一般成熟的公司有客/服支持部分，会一对一建群，有专职客/服，随时操作有问题都可以咨询指导，而不是让业务员给你回复，客/服还会安排线上或线下的操作培训。

解决建议：签合同时必须了解清楚售后服务的范围、权利和义务，写进合同里。电商平台DTC转型落地，关键一步是在于如何把沉淀的“宏观数据”转为执行层面的“微观决策”。直白一点就是怎么利用DTC大数据指导和改进商品企划？是增加

SKU,还是删减？是增加功能，还是优化设计？再结合运营，如何通过DTC

的数据洞察，为一线导购生成一个提高客户复购和

留存的有效决策？这也是微三云在研发数字化系统应用时着重考虑的事情。所以，在第三个系统鸿沟面前，数字化服务商应该给予品牌企业更多的帮助，大家要协同作战，跨越鸿沟

思购抢单模式开发+思购秒/杀置换模式解析

小镇上来了一个陌生的年轻人，年轻人交了一百块定金给旅馆的老板去楼上挑房间，旅馆老板拿着这一百块钱还给了卖猪肉的，卖猪肉的把钱还给了卖饲料的，卖饲料的把钱还了厂商，厂商拿着钱还给了按摩店的小姐，小姐拿着钱还给了旅馆老板。后年轻人在楼上挑不到满意的房号，旅馆老板又把那一百块钱退给了年轻人。结果小镇上的债务还清了，GPD增长，可是所有人的口袋里还是原来那个钱，那一百块钱谁都没拥有。这个故事告诉我们，钱只要流动，才能产生价值！

第一部分：思购趣拼模式

思购趣拼拥有强大的全类目供应链资源和多年的社交电商平台运营经验的思购趣拼APP，平台通过电商广告的完美融合，设计了独特的拼团新模式，让每一位消费者都能感受到购物乐趣。自由变成轻的创业用户，通过分享商品别人购物你就能得到佣金，成交越多，收入越多，不用囤货，不用自己发货。

思购趣拼

思购趣拼，以其独特的定位与模式，正在改写现有的社交新零售电商格局。平台秉持“为世界优质商品价格瘦身”的宗旨，致力于提供消费者更为优惠、充满趣味的购物体验，同时为轻创业者提供零压力、零风/险的分享经济机遇。

轻松入门，无强制消费：思购趣拼摒弃了传统电商平台的各种会员费用，用户只需购买心仪商品即可轻松加入，无任何强制消费压力。

分享即收益，零压力推广：用户在分享平台商品时无需过度宣传或说服他人，只需将商品信息传递出去，感兴趣的人自然会被吸引并主动参与，形成零压力的口碑传播。

公平回报，凭实力赚钱：思购趣拼强调付出与收获的正比关系，用户需通过实际努力推广商品或商机，而非坐享其成。平台不承诺暴富神话，而是鼓励用户凭借个人能力，实实在在地赚取佣金。

消费即投资，双重价值：用户在平台消费的同时，不仅提升会员等级，还能获得全球精选的优质商品。这种“消费即投资”的理念，使得用户在享受购物乐趣的同时，实现了资金的有效利用。

扩展阅读：今年市面上流行了一种十分火爆的商业运营模式，叫抢购商业运营模式可以帮助电商平台快速裂变展团队。

事先说明：本人从事软件开发营销系统，不在于任何平台运营，本文重点在于探讨商业逻辑和运营模式，系统属于工具。模式请咨询小编获取。

第二部分：太爱速互助抢单模式

如果新零售市场出现一个这样的消费模式，由平台和入驻商家打造一个城市商业生态，能够满足大家日常衣食住行的消费场景，让消费者一起参与共创共建，让所有参与者的消费变成投资，自己掌控消费增值，严格的来做，也可以通过用去中心化上链的技术记录下来给到我们的消费所获得的增值资产。

每天睁开眼睛都离不开消费，我们每天不管在线下实体店或者线上电商网购的地方消费，可从来我们的消费和我们没有关系，都是一锤子买卖，付完钱收到货就没有关系。

那么有这么个消费模式你所产生的消费都和自己的利益有关系，在这里消费产生的利润，平台能够实现共享共赢，让参与者一起享受分红，这样的消费模式会喜欢吗？你会更愿意在这个平台上消费吗？

前不久也是出现了这个市场爆发力极强的——太爱速互助抢单模式，太爱速抢单寄售卖货模式主要是打造合理的消费返利的新经济发展平台消费创业的新模式，这样的商业模式不仅消化了库存，代理商能够转到利润，消费者也能够以更低的价格获得商品，避免了中间商的层层加码。消费者转换身份成为消费商，在花钱购物的同时又能够获得收益，从而激发消费的积极性。

太爱速互助抢单模式：消费增值，共享共赢

太爱速互助抢单模式以其创新的消费返利机制，构建了一个让消费者参与共创、共享消费增值的城市商业生态。

消费与利益深度绑定：该模式打破了传统消费的一锤子买卖，让消费者在日常消费中不仅能获得所需商品，更能将消费行为转化为投资，参与平台利润共享，实现消费增值自我掌控。

消化库存，多方共赢：平台通过抢单寄售模式，有效消化商家库存，保障代理商利润，同时让消费者以更优惠价格购买商品，去除中间环节，实现消费者、商家、平台的三方共赢。

身份转换，消费创收：消费者在平台消费的同时，可转变为消费商，既满足消费需求，又能获取额外收益，从而激发大众消费积极性。

三、操作流程详解

太爱速互助抢单模式具体操作流程如下：

积分流转：平台与团队长/代理合作，团队长购买积分后转售给会员，会员使用积分兑换提货券。

预约抢购：会员使用提货券参与标准场或经典场的预约抢购，根据预约场次不同，冻结相应共享值。

商品溢价与交易：抢到订单的用户间进行点对点交易，商品每次重新上架价格上涨6%，直至市场价格达到5000元后，由团队长或代理回收，扣除4.5%维护费，剩余部分作为用户收益。

一、具体操作流程：

平台对接团队长/代理，由团队长等有身份特权的向平台充值购买积分-- 团队长再把积分转卖给伞下会员-- 会员购买到积分后，回到平台兑换成提货券-- 兑换提货券后平台在1:1的赠送共享值

提货券：是提取商品的唯一权证，当提货券没达到平台规定的提货值时，会员想拿到产品，那就需要在向推荐人购买积分去兑换。

共享值：是参与活动的门槛，每预约一场活动就需要冻结，活动结束后会解冻，每场溢价6%抢到商品后，有4.85%是用来产品上架的燃料消耗，1.15是变现收益。

二、活动每天有两场，分为：标准场 经典场：活动开启前5--10分钟停止预约，可连续预约接下来的两场；每场活动分为标准场经典场两个活动区；预约不同的场次，可以抢购不同价格的订单，需要冻结的共享值数量也不一样，如果共享值不足的时候是不能参与活动，需要在向推荐人购买积分兑换

标准场：冻结200共享值

经典场：冻结500共享值

当用户抢到订单后，用户与用户之间点对点的交易，抢到的订单【溢价转售】。

商品每次重新上架6%上涨

直到市场价格为5000元后，会由团队长或者代理回收产品，因为醉开始是由团队长向平台支付充值积分，也就是产品的钱，那这4.5%的维护费金额会从消费者的共享值里扣除，平台可以拿来做动态收益。

总结而言，无论是思购趣拼的社交新零售模式，还是太爱速互助抢单模式，都在积极探索和实践新型消费模式，让钱在流动中创造价值，赋予消费者更多权益，推动零售市场的创新与繁荣。这些模式的兴起，无疑为消费者提供了更加多元、实惠且富有乐趣的购物选择，也为新零售行业的发展注入了新的活力。

篇幅有限，难以详尽介绍，感兴趣的可以联系小编微三云麦超总监获取详细资料。

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，DAPP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：

莞云介绍：微三云电商云平台系统，真实花了3年打磨云平台底层，再花了2年从1个应用到60多个应用，功能丰富全面程度可匹配市场电商90%的功能需求。新消费时代的真正锚点，在于人际代差带来的消费底层逻辑的改变。用户购买的不再只是一件件商品，面对个性化的需求满足以及不断迭代的服务体验，消费者们购买的是他们心中对理想生活场景的定义，消费变成了人的自主性的延伸。