

# 干货分享：链动3+1模式在农村电商、社区团购等细分市场的落地实践？技术服务+商业思维，微三云麦超介绍

产品名称	干货分享：链动3+1模式在农村电商、社区团购等细分市场的落地实践？技术服务+商业思维，微三云麦超介绍
公司名称	微二云信息技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋503室
联系电话	13929266321 13929266321

## 产品详情

干货分享：链动3+1模式在农村电商、社区团购等细分市场的落地实践？技术服务+商业思维，微三云麦超介绍

前文引言：

微三云系统架构上解决单体模式紧耦合、难以扩展的问题，每个服务可独立部署，功能模块按团队专注负责，系统功能丰富，比如思购臻选秒杀模式、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，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，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，更好的独立扩展和性能支撑，满足应用功能并发开发

**链动模式玩法介绍+模式系统源码定制+商业模式设计**

链动模式是一种在直销、社交电商或网络营销领域广泛使用的运营策略，以“链动3+1模式”为例，该模式通过设定特定的推荐规则和激励机制，驱动用户进行人际网络的拓展和商品销售，实现快速裂变和收益增长。以下是对其具体玩法、系统源码定制及商业模式设计的详细介绍。

## 第一部分：链动3+1模式

### 一 什么是链动3+1模式？

"链动3+1模式"是一种在直销、社交电商或者网络营销领域中常见的运营模式，它是一种基于人际关系网络的分销裂变策略。

### 二 具体含义和运作方式如下：

“3”：代表直推新用户数量。在这个模式中，一个现有用户（通常被称为“推荐人”或“上级节点”）需要直接推荐至少3个新用户加入平台或购买产品，这三个新用户构成了推荐人的第一层下线。

“1”：代表晋升条件。当推荐人成功引导这3个新用户后，其中任意一位新用户如果再继续推荐新的用户（即推荐人的第二层下线），那么推荐人就满足了晋升条件，可以实现等级提升或享受更高/级别的收益待遇。

链动：这里的“链动”主要体现在两个层面。一是用户通过推荐新用户形成上下级关系链，形成一个金字塔式的用户网络；二是这种模式设计鼓励用户持续推荐新用户，以推动整个用户链的动态增长，即“链动”。

### 三 模式特点：

快速裂变：通过设定“直推3人”的简单门槛，鼓励用户迅速扩大自己的团队规模，实现用户基数的快速增长。

激励机制：满足“+1”条件即可晋升，提供明确的晋升路径和奖励，激发用户的积极性和参与度。

收益分配：通常这种模式会设定多层次的收益分配制度，包括直接销售提成、团队业绩奖金、领导奖金等，使推荐人在其下线网络的消费或业绩中获得收益。

### 四 玩法介绍：

三加一模式的核心是在传统2+1链动模型进行升级，并结合了传统的代/理机制，形成了一种全新的商业模式。该产品将线上和线下两个渠道进行有效融合，利用数字化技术和智能系统实现全渠道的营销和服务，以便为消费者提供更加方便、高效、智能的购物体验。

未来商业模式的新风口将是全新的链动3+1模式，与此同时，通过全渠道的营销和服务，吸引更多消费者，tigao公司的销售额和业务员的收入。

## 一、成为用户条件

用户购买了1000元产品，那么他们可以成为我们的用户。一旦成为用户，他们将获得推广权限，并且可以通过推广我们的产品来赚取提成。

## 二、用户销售提成说明

一旦成为用户，当你分享一个新用户时，你将获得150销售提成。当你再分享一个用户B时，同样能获得150销售提成。当你分享一个用户C时，同样也能获得150销售提成。与此同时，你还能晋升为代/理身份。

## 三、代/理分享奖金说明

在成为代/理后，每成功分享一个新用户，都可获得300服务奖金。分享人数没有限制，但你的第一排只能容纳四个位置，超过这个限制的新用户会自动滑落到你的市场弱区。

## 四、老板身份奖励政策

举例：若你推荐的用户D成功分享了用户D1，D将获得销售提成150元，而你将获得150元的服务奖励。接着分享给D2，D和你都可以获得150元的销售提成，你还能获得150元的服务奖励；接着分享给D3，D和你都可以获得150元的销售提成，你还能获得150元的服务奖励；同时，D1升级为代/理后，再分享给D4，D就可以获得300元的销售提成了。如果D4再分享一个D5，那么D将能够得到一个价值150的服务奖励。D1D2D3市场中的前三个会员已经由你D1D2D3分享出去了，每个会员你都会获得150服务奖金。

简而言之，如果你分享了ABCD四位用户，那么ABC分享的新用户将为你的上级老板做出贡献，而B用户也会为你带来三位用户，这三个用户将使你获得150服务奖励。这三个用户是属于你的，每个人都会贡献三个用户给你，所以总共就有九个用户。通过这种方式推进不断的链式反应，可以实现无限的链动效果，进而快速实现每月收入百万。

## 五、独特的轮替机制

在拥有四位用户之后，将自动启动轮替机制，每七天进行一次轮替。如果你有4个市场，分别是ABC和D市场。在第一组七天中，ABC市场的收益归D所有；在第二组七天中，BCD市场的收益归A所有；在第三组七天中，ACD市场的收益归B所有。

## 第六条、产品复购

当用户获得三千元的奖励后，需要再购买一千元的产品，才能继续享受服务奖励，之后再次达到规定金额后需要再次复购。

## 第二部分：链动3+1与链动2+1结合电商，突破传统卖货思维

链动2+1是个什么样的模式？

链动2+1两个身份：代/理/商、合伙人。以自酿酱香型白酒，市场价599元，现在平台福利售价499元为例

【代/理/商】：需要自购买499产品，就可以获得【代/理/商】身份，自购省100元，推荐他人赚取推荐奖100元。（比如A代/理推荐B用户，B用户去下单，A代/理就可以获得100元直推奖励）。

【合伙人】：推荐两个代/理/商，就可以升级获得【合伙人】身份，自购省300元，推荐他人赚取推荐奖300元，团队下级代/理/商进货赚取间推奖200元（比如A合伙人推荐B代/理，B代/理推荐C用户，C用户去下单，A合伙人就可以获得200元见单奖励）。

链动2+1模式亮点：A代/理推荐了B代/理和C代/理，A可以得100元+100元的直推奖励，即A代/理升级成为合伙人。当B也想成为合伙人时，则B要直推B1代/理和B2代/理，B得100元+100元，而A代/理获得200元+200元的间推奖励。当此时B就成为合伙人就可以独立开/发新市场了，而B1代/理跟B2代/理还是留在A合伙人这条线做业绩，当B1也想成为合伙人时，也要再发展直推2个代/理如B3跟B4，而A一直可以获得团队间推广收益200元+200元。一直都有团队新增代/理的业绩，一直有人帮你做市场

链动2+1模式是否合法合规？

线上分销，可能很多人理解为传销，其实深入去了解并不是的，很多大的电商平台都有做分销，对没有理解三级分销或者误会三级分销为传销的这里和大家普及下，所谓的三级分销模式，意思就是A发展B，B发展C，C发展D那么三级佣金的是以直接接近消费者的三级获得佣金，什么意思呢，就是D买了，那么C.B.A拿到佣金，如果D发展的E，E买的。那么是D.C.B拿佣金，与A无关。

平时我们了解的传销是没有实物的，就是靠拉人头、缴纳入会费，无下限发展的金字塔式的集资，三级分销在国家掌控上是合法的，但微信官方对此微信的关系链也早有预防，所以建议平台还是做两级以内，有利于长远发展。从整个体系架构来说“链动2+1”模式就直推和间单讲，都是立足于二级分销的体系来做的，加上团队间单奖有着走人和留人的机制，有断层因素，所有也不存在多层次团队计酬。

做任何的一个模式平台本质应该还是要以卖产品和销售为导向：不要做收钱不发货，搞集资，不要卖假货和伪劣产品，违背生意规律的平台自然不会长久，只有在合理合规的模式上运营，互利共赢，才能长远发展。

链动奖励模式详细讲解：

1.会员身份：

只有老板和代/理两种身份，购买499礼包即可成为代/理，发展2个代/理即可升级老板

特别说明：

感恩机制：这个模式特别设置了下级帮扶上级的感恩互助机制，下级代/理想做老板，需要将原两个直推团队留给上级老板，帮助上级裂变团队，然后自己再重新发展新的市场，新发展的下级也会帮助上级，如此循环，讲解如下：

假设A推荐B,B推广了B1和B2两个499代/理，满足条件升级成为独立老板时，之前直推的市场B1和B2两个市场需要留给原来的上级，B1和B2这两个市场如果也分别推广了两个499代/理，(分别为C1，C2，C3，C4)升级独立老板时，也需要把他们的C1，C2，C3，C,4个市场留给A，从而A可以获得2生4,4升8,8升16。。。的团队架构，A实现团队的自动裂变。

20%链动基金互帮互助机制:代/理或老板收益提现时，需预留冻结20%在平台，完成指定任务才能解冻全部可提现。

## 指定任务

1：之前直推留给上级的个团队B1和B2均升级为代/理级别或老板级别

2：B1和B2团队伞下订单超过10单

本机制主要预防下级脱离的时候留下两个不动的小hao或僵尸账户，实现真正的下级帮助上级发展团队

## 2.代/理身份

成为代/理条件：加盟区任意消费499（金额可自定义），成为代/理(产品自选，不指定)，即可生成自己的推广码。

成为代/理后权益:

(1).免费专区：下单扶持成为代/理十元运费可以零元购，终生享受免费用洗衣液，免费用洗面奶，免费用面膜，免费用各种美妆产品等。

(2).会员特权价：可以在农副产品区，享受zui低廉的价格，获得更优质的绿色农产品

(3).推广奖励:直推奖励，第一单100元，第二单也是100元

(4)销售其它产品8%~40%利润

(5)团队销售其他产品也均有差价利润

## 3.老板身份见点奖：

发展3个市场起无限代见单200

能推三人的来撩拿无限管道见点奖，推三人开启管道收益，

成为老板条件：完成直推2单499元，

成为老板权益：推奖励，第一单100元，第二单也是100元，完成直推2单后升级为老板，升级老板后完成直推第3单后享有无限代见点间推奖励。成为“老板”后，直推奖励:300元/单，旗下间推奖励:200元/单（无限代）模式劲爆，全球首创，终生只需消费499，无限链动拿钱，提现秒结算秒提现0手续费，（特色优势：2级分润，无限代拿钱）

4.平级奖: 老板拿平级老板的收益的10%（平一级）

版本特别更新点：

团队身份点位分红奖（可设置不同身份等级的升级条件，或者直接购买不同金额的大礼包升级到不同的级别）

平台每卖一个499，固定拿30元进分红池，给董事联创合伙人等多个级别设置不同的比例根据对应身份人数进行平均分红，比如董事平分30%，联创平分30%，合伙人平分40%

特别更新点：团队级差奖（跟原来云平台商城和大礼包分佣逻辑走）

保护原来推荐关系，基因链关系不烧伤，人数可自定义，拿关系链团队无限代级差奖励，统团队身份点位分红奖一样，可设多个身份，比如董事/联创/合伙人，可设置不同身份等级的升级条件（比如直推人数，直推指定身份等级会员数，订单量，消费金额，大小腿业绩占比，伞下总业绩），或者直接购买不同金额的大礼包升级到不同的级别。

特别更新点：

省市区等区域奖励（跟原来云平台商城和大礼包分佣逻辑走）

省市区独/家代/理，享受级差收益，以用户下单的实际收货地址为准进行订单分佣

## 5、4.0版本：福利奖与贡献奖

还有客户讲，我把1hao线和2hao线送给上级，后续跟我关系不大，收益也比较少，如果我一直没有发展第3条线，那么我除了平级奖外基本没有收益，能不能再增加一些强关系，让我有动力去激活1hao线和2hao线？那么4.0版本创新开/发引入了一个福利奖和贡献奖。

福利奖就是，上级拿的见点奖拿出一部分，来平分给下级有能力的老板，老板可以获得拿到福利奖平分的前提是他直推的1hao线和2hao线各孵化成功2个下级老板（即7人团队结构），如果下级老板多个人达标可以拿福利奖，则同时达标的这几个老板平均分这个福利奖。

贡献奖就是，平台创建了一个比老板更高的身份（购买大礼包成为，平台创收），可以称呼为大老板（大boss），1hao线和2hao线的伞下所有订单，大老板都有一定比例团队收益，由关系链zui近的大老板获得，这个奖励由平台额外支出进。

综上所述，链动模式通过精心设计的推荐规则、晋升路径和奖励体系，有效激励用户进行人际网络拓展和商品销售，实现用户增长与收益裂变。在实际应用中，结合电商场景和合规要求，可以灵活调整奖励细节，确保商业模式的稳健运行与可持续发展。

结语：

模式玩的好，业绩差不了，观察身边优/秀的商家老板，平台操盘手，无不都是爱学习，寻改变，不拘于一格，不默守陈规的性格；保持着对市场方向的敏锐力，新模式新平台的洞察力，对自我认识的清醒力；我每天分享介绍的商业模式，软件平台都是不断跟着市场的趋向和实践检验的反馈，关注我一段时间经常看我文章看我介绍的老板们会发现自己对模式的认知认识好像都不那么陌生了；关注我，你身边需要一个懂技术懂运营懂模式懂市场的老板。

微三云麦超：

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

拓展阅读：

当下公私域融合、线上线下融合、2C和2B

融合已是趋势，品牌触达消费者、经营消费者的方式越来越灵活多变。

那什么是品牌的“私域”呢？——我们认为，品牌视角下的私域肯定不止是腾讯所定义的“私域”。

当下，私域的定义往往与具体业务负责人的身份和利益有关。例如，如果只是天猫店的业务负责人，他的私域就是天猫入会的会员；如果是抖音和kuaishou的业务负责人，私域就是抖音和kuaishou的粉丝团。如果是在腾讯微信生态的业务负责人，私域就是公众hao/视频hao粉丝，是微信好友与企微客户数，是小程序平台的jiaoyi额等数据。如果是所有线上业务的负责人，负责公域和私域的整体运营，这时候他们还会思考如何把公域消费者导入到私域去统一运营。而这就是线上的公私域融合。