

# 优选商品模式与惠美乡村板块：永倍达赋能乡村振兴与消费者福利？ 商业思维+电商运营，微三云麦超解读

产品名称	优选商品模式与惠美乡村板块：永倍达赋能乡村振兴与消费者福利？商业思维+电商运营，微三云麦超解读
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

优选商品模式与惠美乡村板块：永倍达赋能乡村振兴与消费者福利？商业思维+电商运营，微三云麦超解读

前文引言：

微三云云平台-OMS的设计理念则不一样，考虑到不同品牌客户的业务流程和履约环节略有不同，也依托于微三云把关键履约流程都抽象成更细化的微服务结构，结合执行策略，就可以实现“关键履约流程环节可个性化配置”

### 永倍达报单及推广模式+永倍达模式+电商模式设计

永倍达，作为铸源集团旗下的耀眼之星，以其创新的消费返利电子商城模式，短短时间内便在新零售领域崭露头角，实现了流水规模的惊人增长。这一成就不仅彰显了其商业模式的独特魅力，也预示着其巨大的市场潜力。

首先，我们来看看永倍达的商业模式。其独特之处在于以下几个方面：

第一，社交关系电商与新零售的完美结合。

永倍达成功地将线上购物与线下体验相结合，为消费者提供了更为便捷、多样化的购物方式。同时，借助社交关系电商的社交属性，永倍达能够更紧密地连接消费者与品牌，增强消费者的忠诚度和黏性。

## 第二，消费者利润返还机制。

在永倍达平台上，消费者购买商品的同时，还能享受到公司未来利润的返还。这种返还机制的设计，让消费者在购物的同时也能分享到公司的收益，进一步提升了消费者的购物体验 and 忠诚度。

## 第三，积分系统与优惠活动。

永倍达还设置了积分系统，消费者可以用积分兑换商品或参与更多优惠活动。这种积分制度的设立，增加了消费者的参与度和活跃度，同时也为永倍达带来了更多的流量和销售额。

在运营模式上，永倍达采用了多元化的战略。一方面，它通过电子商务平台销售各类实物商品，满足消费者的日常需求；另一方面，它积极拥抱新兴的销售形式，如直播带货等，为县农产品打开了新的销售渠道，有力推动了乡村振兴。这种线上线下相结合的模式，不仅拓宽了销售渠道，也提升了消费者的购物体验。

消费返利是永倍达商业模式的核心策略。消费者通过消费或充值成为会员后，便能享受到一定比例的返利。这种返利模式不仅激发了消费者的购买热情，也增强了他们对平台的忠诚度。同时，永倍达还通过发展会员和推荐顾客充值等方式，鼓励会员积极参与平台的推广和发展，从而进一步扩大了市场份额。

而我们根据永倍达模式，在此基础上，我们进一步开发了全新的绿色积分倍增倍涨模式，这一模式的核心特点在于实现消费即投资，且投资只涨不跌，为消费者提供了一个无泡沫无风险的增值途径。

具体来说，该模式通过设立分红池和积分机制，将消费者的购物金额转化为积分，并随着平台的发展和更多消费者的加入，这些积分的价值将不断上升。这种机制确保了消费者的每一笔消费都能带来长期的收益，实现了真正意义上的消费增值。

此外，该模式还通过一系列精心的设计，确保了积分价值的稳定增长和无泡沫性。例如，通过设定提现手续费和分红池托底机制，平台能够确保积分价值的稳定增长，并避免市场波动对消费者收益的影响。

总结概括永倍达模式，永倍达电商平台整合了直销模式、电商模式以及游戏化引流方式，形成了一套独特的运营体系。具体设计如下：

1. **平台优势**：拥有庞大的用户基础，8000万注册粉丝和2000万活跃消费者，并与上万家企业合作，包括众多知名/名品牌。通过坚持民族品牌路线，永倍达已成为中国电商领域的翘楚。

2. **流量来源**：主要通过有趣生活游戏APP吸引流量，用户在参与抢红包、看广告等互动中可获得现金红包，同时该APP也是进入淘宝、拼多多等其他互联网平台的入口。

3. **三者关联**：铸源遵循直销法进行级差奖励；永倍达提供打折消费并发放红包；有趣生活则作为提现工具。

4. **销售产品模式**：优选商品时，企业可以获得消费金额的55%，平台留存45%用于红包奖励及运营。如能获得政/府推荐函，商品可在惠美乡村板块上线，购买此类产品的消费者可提前至第二个月获得红包补贴。

5.

**上架产品收费标准**：每款产品图片租金1000元，上限5000元，另需支付5000-50000元不等的保证金。

6. **普通消费者模式**：消费满100元后，半年后开始每月22日将得到3%-5%的红包补贴，约两年内返还完毕，以锁定会员和消费者群体。

7. **平台资金来源**：

- 从合作企业收取保证金和上架费
- 平台账期产生的现金流
- 插播广告费用
- 推流费用（通过向其他平台导流收取）
- 大数据变现，例如购物券交易、与上市公司签对赌协议等
- 酒店联合模式，通过收购商旅平台、打包上市等方式创造收益

8. **报单模式**：采用储值式报单，单笔金额为2600元，报单后用户将获得积分消费权益、增值奖励以及消费奖励等多重回馈，随着下单数量增加和级别的tisheng，提成比例也将相应tigao。

七、报单模式：储值式报单

报单金额：2600元/单

（一）报单奖励：

1. 赠送同等价值的积分可以用来消费，按5%转130的购物币，10%在店里消费，90%在商城上消费使用。在商城享受补贴红/包，把钱循环回来。

2. 公司拿出所有利润的24.5%做1.5倍的增值。2600增值到3900（消费券），下单68天以后每个月的8.18.28这3次，每单大致在50左右，一个月大概150。这个钱一可以在商城1:1的继续消费，继续得补贴。二可以等攒够2600后在重复报单，三可以到有趣生活里提现（扣除7%的税款）。四在有趣世界的版块1:1兑换成金贝进行交易。（现在金贝1贝难求）

3.消费奖励，在报第二单时奖励的3%，28天后按级别和单数进行提成奖励。报单越多，奖励的比例越高，推广就有提成。利益最大化就是账户里钱够了就去复消。增加单数，提/高/级别，一共分为13个级别，级别越高，

(二) 奖励越高奖励汇总：

- 1.从第二单下单的28天后，会有不同级别的提成奖励。
- 2.在购物券消费的半年后，每月的22日开始有3%--5%的红/包补贴。
- 3.报单68天后，每个月的8日18日28日每单50左右的奖励，直至1.5倍的增值结束。

(三) 级别说明

永信达级别及奖励

级别	报单份数 (2600元/单)	钱数	级别差	备注
一	2-3单	26	1%	
二	4-7单	91	3.50%	
三	8-15单	156	6%	
四	16-30单	221	8.5%	
五	31-60单	286	11%	
六	61-120单	351	13.5%	
七	121-240单	416	16%	
八	241-480单	481	18.5%	
九	481-960单	546	21%	
十	961-1920单	611	23.5%	
十一	1921-3840单	676	26%	
十二	3841-6000单	741	28.5%	十二级和十三级目前结
十三 (星级经理)	6001单以上	780	30%	2.5%，十三级季度分

备注： 升级级别：团队报单份数累加； 奖励分为推荐奖、提成间接推荐级差奖励；  
报单收益为3900元/单，分为2年时间返回

推荐级差奖：

只要是你伞下报的单，都算你的业绩，累计单数提/升级别；并享受报单级差奖励。

循环复投模式A报单100份，投入26万元；按照每个身份证号可以报7个账号排列如下A (1份) 主号推荐 A2 (1份) A5 (1份) A6 (94份)

日期	奖励明细	报单单数	金额	A1 (主号)	A6 (复投号)	成本数
11月3日		100		6级 (100单)	6级 (94单)	260000

11月28日	推荐奖 $2600*3%*99=716$ 722 报单奖励： $26(1级)*2+91(2级)*3+351(6级)*94=33319$ ；奖励合计：41041	16	添款559	6级（116单）	6级（110单）	260559
12月28日	推荐奖： $2600*3%*16=1248$ 报单奖励： $351(6级)*16=5616$ 元奖励合计：6864	3	添款936	6级（119单）	6级（113单）	261495
1月8日	报单补贴： $50元/单*100=5000$	2	添款200	7级（121单）	6级（115单）	261695
1月18日	报单补贴： $50元/单*100=5000$	2	添款200	7级（123单）	6级（117单）	261895
1月28日	报单补贴： $50元/单*100=5000$ 推荐奖： $2600*3%*3=234$ 报单奖励： $351(6级)*3=1053$ 元奖励合计：6287	2	余款1087	7级（125单）	6级（119单）	260808
2月8日	报单补贴： $50元/单*116=5800$ 推荐奖： $2600*3%*2=156$ 报单奖励： $416(7级)*2=832$ 元奖励合计：6788	3	添款1012	7级（128单）	7级（122单）	261820
截止报单三个月，账户累计单数127单，增加27单，额外可得到 $2600*1.5*27=105300$ 。就算以后不再参与复投，收益可增值为39万元-复投已用2万-本钱26万+后报的27单增值为10万=21万（两年左右补贴完的收益金额），若继续						

综上所述，永信达电商平台通过多元化的商业模式、巧妙的引流策略以及丰富的会员激励机制，实现了平台的高效运行和持续发展。

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：

分布式微服务架构优势：比喻，人要上楼，究竟是人动还是大厦动？这个思考来源于我对产品经理所说的“关键履约流程环节可个性化配置”这样一个系统性能的解读。这样的理解也是颠覆大家对于软件系统的认知的。在这里我们可以用一个比喻来描述这样的场景。比如，一个客户想要进入一栋大厦的8楼，那么传统认知就是到达大厦8楼只有乘坐电梯和楼梯两种方式，并且通常只有这两种。原因在于这栋大厦设计的时候，其框架底座是固定死的，8楼只能在8楼，且只能通过电梯和楼梯进入。就好比以前，品牌企业选择一套数字化系统，那很多对应的关键履约流程环节就是固定死的，这个是在系统研发的时候就固定下来，无法更改的，牵一发而动全身。那么，结果就是一部分客户用起来顺手，也有很多客户用起来很别扭。比如所有订单必须先通过审核，才能备货；财务流程一定是滞后的，逆向流程往往也是反人类的。但系统厂商不会为某些客户去更改标准产品的流程，因为只要是固定的流程就不可能满足所有客户需求的。如果为A客户改动了流程，必然导致B用户的体验下降。