

打破消费限制，微三云消费增值模式让消费者越花越有，吸引消费者? 技术服务+系统源码+平台运营，微三云麦超介绍

产品名称	打破消费限制，微三云消费增值模式让消费者越花越有，吸引消费者? 技术服务+系统源码+平台运营，微三云麦超介绍
公司名称	深圳市微三云信息技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

打破消费限制，微三云消费增值模式让消费者越花越有，吸引消费者?
技术服务+系统源码+平台运营，微三云麦超介绍

重要介绍：

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。微三云平台-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”

消费增值经济模型+商业模式设计+平台运营

一、核心逻辑：

消费积分回馈与盈利池构建 用户在平台上消费时，平台将按照一定比例赠送积分。与此同时，产品的利润部分将被纳入盈利池，以支撑积分价值并用于积分回购。具体而言，每笔订单利润的70%将以同等价值积分的形式赠予用户，确保新增消费带来的盈利池资金增长超过流通积分的增长，确保积分价格持续上行。

积分卖出与盈利池回流 当用户选择将积分兑换为现金并提现时，平台将扣留20%的金额回流至盈利池。这一机制使得每笔积分卖出时，盈利池的资金消耗小于流通积分的消耗，从而推动积分价格持续上扬。

收益倍数退出机制 设立2倍或3倍收益强制退出机制。当用户通过消费所获积分总量按当前积分价格上涨后的价值超过其原始消费金额的2倍或3倍时，系统将自动卖出用户剩余积分，将其转化为零钱余额，用户若想继续参与消费增值需重新投入。该机制有助于平衡早期用户快速退出与积分价格增速的关系，保持积分价格单边上扬态势。

平台发展与融资助力 平台随着规模扩大，将依次进行天使轮、A轮、B轮、C轮、D轮等多轮融资。部分融资资金将被用于消费补贴，刺激消费增长，进一步充实盈利池并加速积分价格上涨，让更多用户受益。最终，平台计划通过反并购上市，使用户积分可兑换为上市公司股份，在证券市场二级市场实现增值变现。平台创始人、核心团队成员依据其贡献获得配股，经过锁定期后交易，实现财务自由。

二、分销模型融入

平台商业模式设计中可嵌入丰富的分销逻辑，包括但不限于：

直推奖：直接推荐新用户的奖励。

间推奖：间接推荐新用户的奖励。

多级别级差奖：根据推荐关系层级设定不同奖励比例。

平级奖：同一等级团队成员达成业绩目标后的奖励。

区代、市代、省代：区域代理级别的销售业绩奖励。

股东加权分红：根据持股比例分配平台整体利润

2.消费积分增长模型演算：比如用户消费1000，产品成本300，分销总波比300，平台利润100，进入盈利池300，给消费者赠送210积分，积分起盘价是1元这个时候，当第一笔消费产生，盈利池总金额300元，流通总积分210个，积分实时价格增值到1.43元第2个用户又进来消费1000，进入盈利池300元，赠送用户价值210元积分（ $210\text{元}/1.43=147\text{个积分}$ ），这个时候盈利池总资金为600元，总流通积分为357个，积分增值到1.68元第3个用户消费1000，进入盈利池300元，赠送用户价值210元积分（ $210\text{元}/1.68=125\text{个积分}$ ），这个时候盈利池总资金为900元，总流通积分为482个，积分增值到1.87元。。。如此类推。。。每新增一笔订单，积分都会单边上扬增长一次

当积分价格涨到4.76时，第一个用户持有的积分价值相当于1000元（ $210*4.76=1000$ ），用户可以选择回本卖出或者继续持有积分增值，当积分价格涨到14.29元（ $3000/210=14.29$ ）第一个用户盈利3倍强制正式退出，当积分价格涨到20.41元时（ $3000/147=20.41$ ），第二个用户盈利3倍退出。。。如此类推。。。3.卖出积分增长模型演算假设积分增值到9.52元的时候，第一个用户持有积分价值2000元，他消费才消费了1000元还拿了产品，这个时候他想获利退出，那么他把价值2000元的积分卖出，平台给他结算80%就是1600元，那么就是有400元回流到盈利池，盈利池实际减少了1600元而已，但是流通减少了价值2000的积分，那么积分价格会往前增长上扬，。。。如此类推。。。

4.适用应用场景：

1) 实体行业清库存：发行绿色积分，积分单边上扬增值，拉动消费清库存

2) 老会员平台历史泡沫问题转化 老会员应付资产转化成消费币，让用户在平台消费产品，提货交付，完成交割处理历史问题，交割同时赠送绿色积分，老会员的积分分批释放，同时推广新用户拉动消费，获得正向增长盈利池，积分单边上扬，当积分增长的价格*老用户持有流通积分量=老用户应付资产价值时，让老用户持有的积分能回本或者赚一部分退出，那么老用户的问题就逐步解决了，当平台把消费增值的经济模型公布出去，所有用户都知道依托这个经济模型平台的积分是单边上扬的，而且随时有资金可以托底回购积分，他们就更加不舍得把积分卖掉，还会继续消费获得更多的积分，平台逐步可以消泡沫走上正轨。

3) 怕走分销涉传，改消费增值用户返利模式：很多平台之前用的是团队分销模式拉动会员裂变，但是做久了团队长就会麻木，慢慢就不推了，另一个因素是，如果分销模式做的太合规又不好推，做的激进了可能又涉传，那么改成消费增值用户返利的经济模型zui好不过，消费增值侧重用户本身的消费获利，所以不需要太强的分销逻辑，都可以吸引用户下单和分享，就算只设置二级分销和区域代/理，都能促进团队裂变，平台模式更加合规合法。

4) 平台运营新手启动平台：对平台运营新手来说，或者对传统企业老板转型互联网平台推广运营的人来说，选择什么平台机制很头疼，选择劲爆的分销模式容易涉传，选择合规的普通分销模式又推不动，选择静态的返利模式容易涉及非吸，选择纯动态的返利模式又不好推广，那么，这个消费增值模式既合规又简单粗暴，用户消费享受平台长期发展红利，消费送绿色积分，积分每天单边上扬增值，zui后资本市场二级市场变现，几乎所有用户都能免费消费还赚钱，还不需要特别复杂的团队分销模式就可

以推广分享，不用担心涉传，是比较理想的起步模式。

综上所述，消费增值经济模型结合分销逻辑，通过精心设计的商业模式、积分增长与卖出机制，以及适用于多种场景的应用策略，不仅为平台构建了可持续发展的商业闭环，也为用户提供了富有吸引力的价值回报，实现了平台与用户的共赢。

由于篇幅有限，难以详尽介绍，想体验消费积分模式的运营后台，演示账号，详细落地方案可以联系微三云麦超总监。

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：

购买电商系统，记得认准专业源头开发公司（怎么也得有80个技术以上吧），记得问系统底层是不是自己研发有专利证书的，有没有过万的正在运营的源码客户？迭代更新的频率有多快？近两年，由于品牌企业、电商平台不断提升对订单履约的重视程度，履约形式一直在迭代升级，前置仓、闪送、同城购、社区团购等层出不穷，争夺【中场和近场】的零售业态也更加多元化。但所有形式变化的底层逻辑都遵循着如何更好的服务用户，如何更

好的盘活区域内资源，企业需要在两者之间寻找平衡点。可视化、可量化的数字化方案无疑是zuihao的天平砝码。