

禾风牧语生态平台运营方案

一、项目核心定位

以“365元生态禽蛋年卡”（3只童子鸡+3只公鸡+6只老母鸡+365枚鸡蛋，12次自提）为核心产品，搭建“城市合伙人+商家团长+会员”三级裂变体系，通过低门槛准入、高佣金激励与高频自提场景，快速覆盖365个城市，打造“生态农产品直供+社区裂变服务”的闭环平台。

二、核心角色、准入门槛与权益体系

（一）城市合伙人

准入门槛：投资1万元

核心权限：发展商家团长+直接推广会员+区域运营统筹

收益构成：

直推会员佣金：50元/单（含配送）；不参与配送则29.96元/单（减20.04元）

旗下商家团长订单分红：20元/单

无直接推广商家佣金，享旗下网络间接收益关联

附加权益：区域独家运营权、生态产品优先采购权、年度收益分红资格

（二）商家团长

准入门槛：365元

核心权限：发展会员+承接自提服务+订单配送

收益构成：

订单佣金：30元/单（含配送/自提服务成本）

推荐奖励：成功推荐1名城市合伙人，获公司奖励1000元

附加权益：平台物料支持、自提点位流量扶持

(三) 普通会员

准入门槛：365 元（购买生态禽蛋年卡）

核心权益：12 次生态禽蛋自提+推广奖励

收益构成：成功推荐 1 名会员，获 30 元/单奖励

附加权益：会员专属价、新品试吃、自提优先权

三、阶段性运营目标

初期（1-3 个月）：签约 30 个重点城市合伙人，每个合伙人发展 5 名商家团长，累计拓展会员 1.5 万人，完成 10 个城市自提点位布局

中期（4-6 个月）：覆盖 100 个城市，城市合伙人达 100 名，商家团长超 500 名，会员突破 8 万人，月自提订单量稳定在 1.2 万单，投诉率 \leq 2%

长期（7-12 个月）：实现 365 个城市全覆盖，城市合伙人满额，商家团长超 3000 名，会员规模达 30 万人，形成“签约 - 推广 - 自提 - 复购”的自循环生态

四、关键运营策略

(一) 招商推广：快速搭建城市服务网络

城市合伙人招商：

渠道：线下招商会（聚焦二、三线城市创业群体）+ 线上创业社群/短视频推广（突出“1 万元投入，年赚 10 万+”收益亮点）+ 老合伙人推荐奖励（推荐 1 名奖 800 元）

扶持政策：前 50 名签约合伙人，赠送价值 5000 元推广物料+10 张会员体验卡（用于拓展首批会员）

商家团长招商：

渠道：城市合伙人线下地推（优先对接社区超市、水果店、菜鸟驿站等高频流

量点位) + 线上同城号曝光 (突出“365 元当团长, 轻松赚佣金”)

选址标准: 社区辐射半径 1 公里内, 有固定经营场所, 可提供自提存储空间

会员拉新:

场景化推广: 商家团长门店张贴“365 元吃一年生态禽蛋”海报, 到店消费满额可抵扣 50 元会员费; 会员分享推广海报, 好友下单后即时到账 30 元奖励

体验转化: 推出“99 元体验装” (1 只童子鸡+30 枚鸡蛋), 体验后升级年卡可抵扣 99 元

(二) 产品与自提服务: 保障核心体验

产品供应链:

源头把控: 与生态养殖基地直签, 确保禽蛋新鲜度 (出栏/产蛋后 48 小时内配送到自提点)

标准化包装: 按“1 次自提份额”分箱包装, 标注生产日期、保质期及烹饪建议

自提服务管理:

流程规范: 商家团长提前 1 天通过平台发送自提提醒 (短信+微信), 自提时核对会员信息, 确保无错领、漏领

服务标准: 自提点位营业时间 \geq 12 小时, 会员临时无法自提可申请延期 (最长 7 天), 逾期未提由商家团长联系协调, 避免浪费

配送补充: 针对不便自提的会员, 由商家团长提供配送服务 (含在 30 元佣金内), 配送范围限门店 3 公里内, 24 小时内送达

(三) 佣金激励与结算: 激活裂变动力

结算规则: 订单完成 (会员自提/配送确认) 后 T+5 日结算, 无纠纷全额到账

额外激励计划:

城市合伙人: 月度直推会员超 80 人, 奖励 2000 元; 旗下商家团长超 10 名且月

均订单 50+, 奖励价值 3000 元生态大礼包

商家团长: 月度发展会员超 50 人, 额外补贴 500 元; 年度推荐城市合伙人达 3 名, 奖励 1 万元现金

会员: 年度推广会员超 30 人, 升级为“VIP 会员”, 次年会员费减半+推广奖励提至 40 元/单, 额外赠送 2 只老母鸡

(四) 裂变体系优化: 降低推广门槛

工具支持: 为所有角色提供统一推广物料 (含产品实拍图、收益测算表、裂变海报), 支持一键分享至微信、抖音等平台

数据可视化: 开通专属后台, 城市合伙人和商家团长可实时查看旗下团队规模、订单量、佣金明细, 会员可查看推广进度

层级管控: 严格执行“城市合伙人→商家团长→会员”单向发展权限, 禁止跨层级发展, 确保合规运营

五、风险管控与保障

资金安全: 城市合伙人投资资金专款专用 (用于区域供应链搭建、推广支持), 平台开具正规凭证, 每季度公示资金使用明细

产品保障: 建立售后快速响应机制, 会员对产品质量有异议, 24 小时内由商家团长上门核实, 确有问题无条件换货+补偿 1 次自提份额

合规运营: 所有奖励基于真实会员签约, 设置“每人最多发展 3 级下线”限制, 杜绝传销式裂变, 留存推广记录备查

六、支持体系: 降低运营难度

物料支持: 统一提供品牌海报、产品手册、自提凭证、会员权益卡等标准化物料

培训支持: 线上直播 (招商技巧、会员维护) + 线下实操 (自提服务流程、售后处理), 为城市合伙人和商家团长提供 1 对 1 指导

技术支持：优化微信小程序功能，实现会员注册、订单查询、自提预约、佣金提现等一站式操作

七、预算与收益测算（示例）

单城市合伙人投入产出（1年）：

投入：1万元

预期收益：直推会员 100 人 ($100 \times 50 = 5000$ 元) + 发展 8 名商家团长，每团长月均 40 单 ($8 \times 40 \times 12 \times 20 = 76800$ 元) + 额外激励 5000 元 → 合计 8.68 万元
(收益率 768%)

平台前期预算：招商推广费 60 万元、供应链搭建费 80 万元、物料制作费 20 万元、技术开发费 30 万元、应急保障金 30 万元，合计 220 万元

八、复盘与调整

每月跟踪核心指标（城市覆盖数、裂变转化率、自提满意度、投诉率），季度优化策略：如某区域自提率低，可增加配送补贴；某角色推广动力不足，可临时提高佣金比例，确保项目稳步推进。