

如今看来，疫情已经跟人类打起了持久战，常态化了，持续了几年的疫情导致太多人原来的老本行做不下去了，不说传统行业裁员有多严重，咱们看做微商的，做直播的，做新零售的，社群拼团这些企业都在急着找新出路。

相信大家一直密切关注方老师，就是为了获得社交新零售领域最新最前沿的资讯，最火的商业模式，在瞬息万变的商业战场不能错过任何好机遇。婷克丽今天给大家介绍的2021年在社交电商圈最火的新商业模式——拼购。

最近在社交电商圈做这个模式的企业如雨后春笋般出现，霸屏大家的朋友圈。号称“直销残余的避难所，微商难民的翻身岛，破产老板的救命稻草，团长的新摇钱树”的神奇存在究竟是个啥？

一句话概括，它就是抓住了人类终极的成瘾心理——融入了博彩机制。

关于它的内在逻辑，给大家举个例子：

比如价值1999元的手机，10人参团拼购，但只有2个人会中得产品，另外8个人不中退产品钱，再给55个虚拟币，虚拟币积累到一定数量可以兑换更诱人产品或直接提现。中了得产品，没中奖励红包或虚拟货币，每天赚个饭票，再给中奖的人设置连中5次的奖励机制，比如退还5个产品本金，这就等于白拿了5款产品，消费者怎么看都是稳赚不赔的生意，不断吸引人参与。

拼购的底层逻辑就是以这种中奖激励人心的模式，设置产品利润拨比，利用中奖人的产品利润，补贴没中的人，再拉长用户在平台的流转周期，保证整个盘子永远有人在玩，有钱在运转，就能持续经营下去。

据说很赚钱的拼购

到底在玩什么猫腻？

很多人纳闷了，产品不中要给用户补贴钱，连续中了5次要退还用户所有产品钱，还要白送5款产品，怎么看都是赔本的买卖，企业还号称平台流水过亿，这不合理啊？

据一位专业研发拼购系统的资深玩家介绍，拼购作为新兴模式，很多人把它当

直接踩到了法律红线。因为很多企业根本不会设置或考虑什么利润拨比，只想纯玩一个模式，设置高提现门槛，用“后浪”补“前浪”，甚至发展多层次，后期套现跑路崩盘。

比如有的企业还会在平台给用户设置门槛，用户中了4次奖品后，第5次就特别难中，即使中了，退还所有产品钱还会设置长周期提现门槛，不断拉长用户在平台的留存时间，如果没有新流量进来，后期就会崩盘。为了降低退货率，规避赔本风险，还有些企业甚至直接在平台标注：“不允许七天无理由退货”，这直接违反了电子商务法。

“不过拼购那么火，一定有它存在的逻辑，它就如同一个工具，看你怎么使用了。”这位资深玩家继续介绍，其实目前大家可以把拼购理解为拓客的一种新工具，它给企业带来的主要效果就是快速裂变拓客，有趣好玩，有新鲜感，让没有用户的新盘子快速打开局面，帮助起过盘子的团长，合伙人更好的拓客、成交。但一定要设置好模式级别，在安全范围内经营，尤其是要设置好产品利润拨比，保证企业不会亏本。

由于这个模式裂变非常迅速，微信对这部分的管控非常严格，这个行业做出一定规模的企业都不会用小程序或者公众号等工具，容易被封，多数研发出了自己的APP在经营。

在产品上，要想让客户持续拼购，产品配置上一定不能太少，要定期上架一些新产品。

婷克丽发现现在市场上做得比较火的拼购平台，品类上选择偏向退货率低、高复购、刚需品，以零食+食品+日用品+企业主营产品在平台运转，分为拼购区和非拼购区，不会只做拼购一个模式，主要以社群团购+拼购结合的模式在玩。

市场上的品牌方利用拼购更多的是去拓客，快速回本现金流，比如一个客户每月有2000万的流水，但流水不是真正利润的来源，大多数客户都会在平台有流量的情况下，招收城市合伙人，开始做加盟招商，扩大线下版图，获取利润。

拼购到底合不合法？

目前很多平台借助这个模式几个月就拉起了几万甚至几十万的会员，但是，很

多人了解了这个模式会觉得它特别像前几年被定性为赌博的一元购。网上甚至能搜到有人做拼购被刑拘，那么拼购到底合不合法？能不能做？

业内资深律师指出，单纯拼购这个模式只是一种促销方式，是可以做到合法经营的，之所以被做成违法甚至犯法是因为里面加入了一些不合法的东西导致的。

比如产品价格虚高、品牌方让员工或者机器人虚假参与拼团，或者在推广中加入了传销模式等不合法的内容，才导致自己成为了不合法的模式。

我们再回到模式本身上，20人团，1人拼中得产品，19人拼不中得推广奖励。团长得管理奖励。那么一个产品给多个人分钱合法吗？

根据国家市场监督管理总局发布的自2020年12月1日起实施的《规范促销行为暂行规定》中第十二条的规定，采用新拼购模式运营的平台为了推广自己的平台商城或者商品、获取流量等，通过附带性地给予未被抽中的参与者一定的奖金或者其他利益的促销行为，属于有奖销售。

未来，拼购将何去何从？

虽说拼购本身可以规避法律风险做到合法合规，但是跟微商一样，任何一种可以去赚快钱的项目都容易被利欲熏心的从业者玩坏。目前，全国还有两三千家拼购平台，账上几亿流水，很多人玩得比较野，拼命设置各种门槛割韭菜，根本没想卖产品，纯玩模式拉人头，他们想方设法拉长用户在平台的资金流转周期，以后浪补前浪的方式保证盘子里有人有钱能运转下去。这不是健康的模式，存在巨大的风险。

那么如何让拼购长远健康有价值的运用于正常的商品市场？方雨老师在调研该市场许久后，给出了自己独特的思考。

首先，可以去做这种模式的产品，拨比利润一定要足够高，护肤品日化类、大健康类的利润率比较容易达到，其他产品只有满足以下三种逻辑，才能运用到拼购模式：

1. 清库存，超低价产品设置利润拨比，既清库存又保证利润，不亏本。
2. 品牌特卖产品，每天搞一款特卖，可以打破价格带，利用拼购模式，拉新流量吸引流量。

3. 新品测试，新的产品推到所有渠道，好卖是否，大家都打个问号，利用拼购做测试可进可退，也可以提高新品市场销量。

所有拼购平台没有流量进来，不转到正常的商品逻辑，结局就只有死路一条，但如果运用到正常的商品逻辑，和线上、线下实体结合，这个模式的价值空间就巨大。

说到底，任何牛逼闪闪的模式也都仅仅是一种工具而已，好工具的价值用在圈钱拉人头上那必然最终滑向违法边缘，只有那些主要心思放在做好产品，建好品牌的企业才能让工具、风口、红利都为己所用，而不是只吃一波红利或者被别人吃红利，这样的初衷才能永远立于不败之地。