

保优源系列报道之三：

谋篇布局 以合作和共享开启未来
——保优源的六大布局和发展规划

“天下事有难易乎？为之，则难者亦易矣；不为，则易者亦难矣。”这是清代文人彭端淑《为学》一文中的名句，强调了要敢于尝试，敢于去做——只要做，那么困难的事情也容易了；相反，如果不做，那么容易的事情也困难了。正所谓：世上无难事，只要肯登攀。保优源商城是一个电商平台，面对着巨大的行业竞争压力，践行乡村振兴战略，致力电商下乡，推广农产品，探索新零售生态系统建设，没有任何经验可以借鉴但依然知难而上，其贵就在于“做”，敢想敢干。

保优源有独特的战略定位、创新的商业模式和以消费者聚集为核心的共创、共建、共治、共享的经营理念，有已经建立起来的六大业务板块——优品乐购、家乡馆、优基地、生活服务、文娱服务、社交电商(参见“保优源系列报道之一、之二”)，同时，还有着清晰的六大布局和发展规划。保优源以合作共赢的心态与消费者一起携手共进，砥砺前行，开启未来。

保优源的六大布局

保优源的六大布局分别是代言人制、视频直播、电商CPS、社区CPS、金融CPS、大健康。



Large advertisement for Bao You Yuan with the slogan 'I love my hometown, I am my representative' (我爱家乡我代言). It features a scenic background of a rural landscape with mountains, a house, and a tractor. The text includes '紧跟时代步伐 振兴乡村经济' and '推荐地方特产 建设美丽家乡'. A QR code and service number are also present.

1. 代言人制。代言人就是在保优源代言自己家乡的人，每一个认同保优源理念，充满正能量，愿意把自己的休闲时间投入到保优源来，愿意为他人贡献的、有趣、有爱、有料的人，都可以成为代言人。地方特产不能只在当地知名当地销售，而应该通过推广让尽量多的人知道。地方特产不同于其他产品，最懂它的肯定是当地人、家乡人，只有这些人才能“代言”得更好。在保优源商城中，代言人为自己家乡代言，分享家乡的乡情乡味、最美特产，将特色产品通过平台推广到全国，既为商城和消费者提供了质优独特的特产，又为建设家乡出力。

保优源家乡代言人工作已经开展了一段时间，并在持续招募中。保优源非常重视打造家乡代言人体系，将根据代人对商城的贡献不同给予不同的奖励权益。同时，代言人的功能也将逐步丰富，除了推荐产品分享产品，以后会更加专注于社区CPS板块，培养并支持开发全国社群团购业务。

2. 视频直播。直播已成为当前快速传播信息的主流方式之一，保优源将开通“直播+社交电商”的创新型模式，逐步实现全民直播，助力个人IP提升，打造家乡代言人+P端直播团队。家乡代言人将率先开启自己的直播，真正地面向全世界推广自己的家乡，同时让自己的私域流量快速变现。

3. 电商CPS。保优源将不断拓展电商CPS板块，链接全网知名电商，实现共享流量和红利。保优源将对接淘宝、京东、拼多多、唯品会、聚划算、苏宁易购、小米有品等电商巨头，将其平台上的优惠商品整合起来，为消费者提供商家内部的大额优惠券和返佣

奖励。还要对接滴滴、携程、麦当劳、肯德基的打折卡，甚至饿了么、美团、大众点评、景点门票等，帮消费者寻找其返佣优惠。

4. 社区CPS。社区团购商业模式以微信群为载体，以分享为形式，在发动代言人创业的同时整合众多社区团购团长的社区资源，形成集中管理+预售+团购的社区团购。主营销场景是由社区居民和团长为主组成的拼团微信群，由社区CPS招募的团长统一管理，相当于每个群就是一个线上门店。

社区CPS的核心模式是C2P2B2C模式，此模式是C2P2C基础模式的深化模式，此模式中的“B”设定为社区团长，通过众多“B”的分销能力从P拿货，获得更强的议价能力，而不是通过总代理、分代等中间商。

5. 金融CPS。保优源计划接入多家银行，凡是保优源的注册消费者均可在APP一键在线申请信用卡，填写个人资料后即可办理多家银行的信用卡。只要银行批卡，不管激活与否，办卡者都可赚取银行的推广佣金。

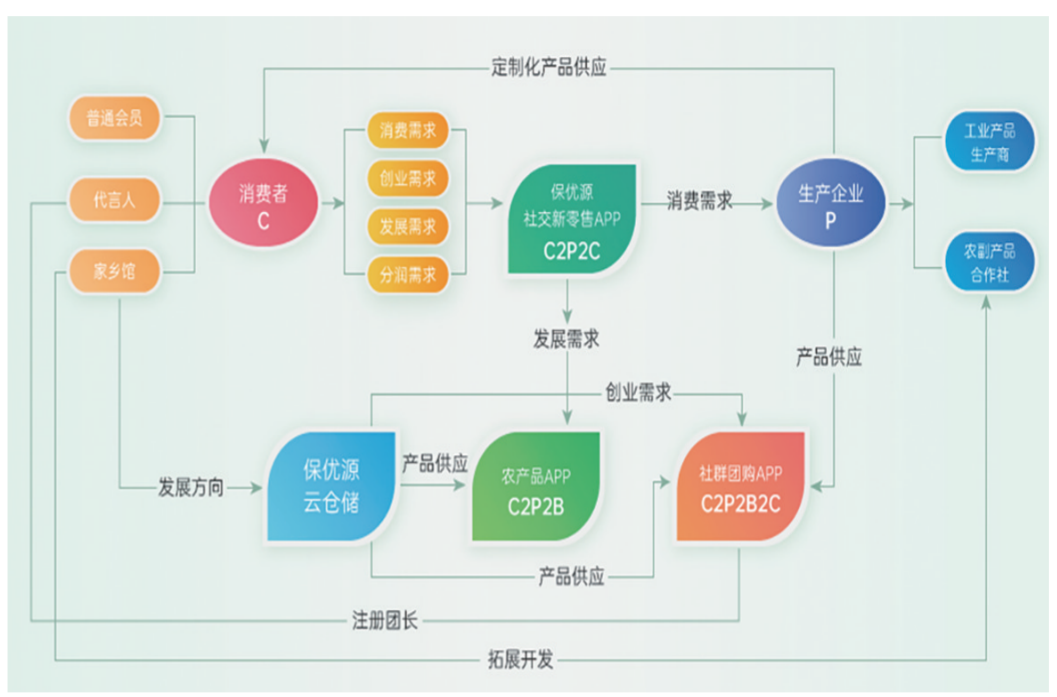
6. 大健康。健康一直是人们关心的主流话题，尤其在后疫情时代，大家更加关注自己和家人的身体健康。保优源将紧跟趋势，发展大健康事业，守护千万家庭的健康，如：扩大上架健康产品品类，引进保健品产品种类，链接开通寻医问药服务等。

保优源的发展规划

1. 保优源的业务模型(如图)

2. 产品类目规划 (1)地方性特色农副产品占比70%，包括新鲜果蔬、肉蛋水产、副食特产、预包装食品等四大类目；生活刚需工业产品占比30%，包括家纺日用、家电数码、服装服饰、图书音像等四大类目。

(2)不同发展阶段产品类目规划：初期



保优源的业务模型

设置产品质量门槛，在精不在多，以地方特色产品为核心，部分生活刚需品为辅助，筛选并积累地方龙头合作社和优秀联营商，挖掘特色产品、质优产品，合作共赢；成熟期在部分地市选/建/投数个地方农业合作社作为产品供应基地，形成基地产品特色化、打造农产品特色品牌；同时引入品牌类目、保健品类目；高速发展期完成全国范围内的地方农业合作社的选、建、投工作，全面布局，合理规划，引导推动农业经营由“种什么卖什么”向“要什么种什么”转变，形成共生共荣、错位竞争的产业生态；同时引入跨境类目，建立优质的全球商家资源库。

3. APP布局

随着保优源的发展壮大，业务板块内容将

逐渐丰富，条件成熟时将由现在的一个APP优化成三个APP，实现更专业的功能分类。第一，保优源社交新零售APP——保优源商城，保留目前APP的主要板块，这是保优源商业体系的基础。第二，保优源社群团购APP(名称待定)，致力于保优源的商品零售，它是社区团购商业网络，也是家乡代言人的利益着力点，保优源商业体系的垂直化延伸。第三，保优源农产品交易APP(名称待定)，致力于解决保优源农业合作社商业网络集采问题、农产品货源采购成本高、产地销地行情不透明、好货贱卖等问题。它是保优源家乡馆(地方运营中心)、农业合作社商业网络发展方向，也是保优源商业体系与各地政府链接的桥梁纽带。

(南庄)

法院公告栏

Multiple columns of legal notices from various courts, including the Chongqing Ansheng County People's Court and others, detailing various legal proceedings and judgments.