**“云田生活”H5技术构建设想**

云田生活——公众号为切入口

|漫步云田 | Cloud商城 |服务管理

云田-城市农耕聚合服务平台

6月6日



欢迎您，加入云田！

共建、共享、共赢城市农耕文明……

查看详情



点击“漫步云田”

云耕知识

定制云田

管理云田

云娱乐

云田博览

公益云站

720云游

云特权

我的云店

云田论坛

实时视频

……

谁说我就不能有土地？

在云端开辟我的土地……

——我耕耘，我收获！



云推荐

云易物

云淘吧

云旅游

农场秀

独一品

云工厂

半成品区

北京二商

云团购

云盟特区

点击“Cloud商城”

点击“服务管理”

|漫步云田 | Cloud商城 |服务管理

云田-CFC云耕&众创综合服务平台

6月6日



欢迎您，加入云田！

共建、共享、共赢城市农耕文明……

查看详情

谁说我就不能有土地？

在云端开辟我的土地……

——我耕耘，我收获！

关于云田

用户中心客服热线

最新动态

合作联盟

搜索| 购物车 |用户中心

|信息查询 | 我的蛛网|用户中心

逛云店

**“云田生活” 设计详情：**

1. 漫步云田
2. 单元构想：
3. 云耕知识：视频+文字形式的单向教育说明服务频道。构想包括“云田视频短片、农品介绍短片、种植标准介绍、云田运营相关说明等”
4. 定制云田：云田产品的独享定制频道
5. 管理云田：云耕的专属游戏频道
6. 云娱乐：外挂的页面游戏频道（但有积分与用户利益关联）
7. 云田博览：
8. 公益云站：专属的云田成果捐赠及展示频道
9. 720云游：外接科技的独立频道
10. 云特权：不断整个特殊资源为云田用户提供的特权服务频道
11. 我的云店：思考如何与微店无缝对接
12. 云田论坛：专属的主题化论坛频道
13. 实时视频：与合作基地视频对接
14. ……
15. 相对独立的设计板块划分：
16. 云耕知识、定制云田、管理云田、云娱乐、云田博览这5个频道虽然独立进入，但必须统一设计，运营应由一个团队负责，后台通过定制数据和积分有效关联，综合体现的是CFC云耕服务系统；
17. 公益云站：独立开发参考鑫源电商的公益小站
18. 720云游：沟通对接黑金汇的刘总，720度在线观摩体验板块独立思考合作和盈利点；
19. 云特权：目前可以暂定火车票订购、北京医院绿色通道服务、物流优惠服务、知识产权申报绿色通道服务
20. 我的云店：也可以改名叫云田微店，思考如何与微信的微店服务直接对接
21. 云田论坛：这个需要独立构想设计，论坛参考成熟化论坛运营模式，后台结合积分对接
22. 实时视频：这个主要是视频连线问题，前期主要考虑如何对接线下基地实施视频监控。
23. 用户权限开放关系设置：
24. 普通用户：也就是过客，因为前期我们主要是通过公众号传播，因此只要是关注我们的公众号，即成为普通会员（可以是通过微信、支付宝、QQ授权用户）

条件：必须关注公众号

权益：关注即赠送50积分；

云耕知识、云田博览、公益云站、实时视频四个频道可进入观看，参与；

云娱乐可进入，利用赠送的50积分参与体验部分游戏，积分不足情况下进入积分购买页面。

云田论坛可进入浏览，但无权发言；

云特权可进入浏览，消耗计费获得使用权，积分不足情况下进入积分购买页面。

1. 云田用户：在关注微信号后，认同并按早期政策能够支付100元，并完善了个人信息的用户，这其实才是我们的真正用户。
2. 其它说明：
3. Cloud商城
4. 云推荐：平台自营或对平台利润贡献高的优质商品。
5. 云易物：专属的易物频道（进一步设计是，参考当下的易物项目）
6. 云淘吧：
7. 云旅游：主要是围绕农产品、高品质精品文化旅游的专属服务，主推短期周边休闲1日或2日游。
8. 农场秀：与平台签约的实体农场的自身特色产品及服务的专属推广销售区。
9. 独一品：这个频道的特色是商品数量不多,且限量，且更多引导云田用户自己创意品展示销售，对于企业来说主要是限量发行商品。
10. 云团购：不做社会上的大众团，仅围绕云田自营商品和预售性商品做众筹团购方式的营销。
11. 半成品区：开发方向与半成品发展企业合作，如：青年菜君、小农女等；
12. 北京二商：一个地区一个战略级深度合作国企或上市企业（北京区拟定二商）
13. 云工厂：整合规划食品定制加工服务企业，提供个性化服务产品（效仿猪八戒）
14. 云盟特区：非云田产出的快消商品，来源为与云田签订经销协议关系的供应商（如：中茶普洱、红酒等）
15. 服务管理
16. 关于云田：图文+小视频方式，展示介绍云田项目、企业、文化等信心；
17. 用户中心：用户等级管理（授权注册、升级）、用户状态显示（用户类型、等级、现金账户、积分账户、礼券状态、订单状态、个人设置、）
18. 客服热线：提供一个7\*16小时在线的互动交流形式+一个7\*8小时的400客服热线电话+7\*24小时留言版
19. 最新动态：企业+行业+合作伙伴+用户新闻趣事的信息发布
20. 合作联盟：咨询和申请加盟的通路。
21. 用户中心

云田生活——用户中心构想



云推荐

云易物

云淘吧

云旅游

农场秀

独一品

云工厂

半成品区

北京二商

云团购

云盟特区

首页 | 搜索 | 购物车 | 用户中心

逛云店

进入

“用户中心”

|

X 用户中心



云耕知识

定制云田

管理云田

云娱乐

云田博览

公益云站

720云游

云特权

我的云店

云田论坛

实时视频

……

|信息查询 | 我的蛛网|用户中心

|

X 云田生活

点击“服务管理”，再选“用户中心”

|漫步云田 | Cloud商城 |服务管理

云田-CFC云耕&众创综合服务平台

6月6日



欢迎您，加入云田！

共建、共享、共赢城市农耕文明……

查看详情

谁说我就不能有土地？

在云端开辟我的土地……

——我耕耘，我收获！

关于云田

用户中心客服热线

最新动态

合作联盟

进入

“用户中心”

头像

张珊珊

请完善个人资料

>

..

**现金**

100.00

**积分**

-6000.00

**道具**

16

**礼券**

8

|漫步云田 | Cloud商城 |服务管理

生命效期：100 当前生命值：80

预定产值：6000 当前产值：-5800

可分配值：0 已赚取值：200

**My**

**云田**

可定制量 10

已经定制 1

**云田**

**切换**

ID：88888

在售商品 10

审核中 6

**云店**

未启动 6

进行中 6

**订单**

总局数 6

进行中 2

**My**

**蛛网**

……

**设置**

商品收藏 100

云友店铺 20

**收藏**

|

X My蛛网

**支付**

**开局**

年/月/日

|

X 用户中心-设置

**局1 —— GO PLAY 时间进度**

**My蛛网 信息与管理**

直线名额 2 原点码：XXXXXXX

节点状态：1F 2 2F 3 3F 6

总节点数：12 总完成度： 40%

**积分**

**收益**

**蛛网图**

**导出**

**积分**

**战况**

**统计**

**局2 —— GO PLAY 时间进度**

**支付**

**开局**

年/月/日

直线名额 4 原点码：XXXXXXX

节点状态：1F 2 2F 3 3F 6

总节点数：12

**支付**

**开局**

年/月/日

直线名额 8 原点码：XXXXXXX

节点状态：1F 2 2F 3 3F 6

总节点数：12

**支付**

**开局**

年/月/日

直线名额 N （设定值：2~10）

节点状态：1F 2 2F 3 3F 6

总节点数：12 原点码：XXXXXXX

**局3 —— GO PLAY 时间进度**

**局N —— GO PLAY 时间进度**

首页 | 节点密友 | 蜘蛛侠榜 | 关于蛛网

>

>

>

>

>

>

个人资料

常用地址

安全设置

银行卡

系统清洁

用户手册

>

意见反馈

退出账号

>

首页 | 漫步云田 | Cloud商城 | 关于云田

进入

“My 蛛网”

1. 搜索：平台内商品/供应商/品牌/价格，搜索功能。
2. 信息查询
3. 云田状态实时查询
4. 每日农贸市场信息查询（同步地区知名农贸市场）
5. 农业知识查询（农品信息、种植工艺信息、鉴别保存等）
6. 供应商资质查询（主要是进驻平台的供应商、合作农场等）
7. 购物车：一般通用功能+以物易的购物功能？

**“云田生活” 运营构想：**

1. 用户条件、权益划分：
2. 普通用户：通过关注云田公众微信号，并授权获得微信基本用户信息，即可自动成为云田用户。（我们将这样的会员定位成，普通的公众号粉丝会员）

权益：

* 获得公众号关注促销的福利；
* 获得一些频道的浏览权；
* 可以在云商城中按市场指导价购买商城产品；
* 获得50个积分，用于体验消费，参与娱乐等；

1. 云田用户：
2. 通过关注公众号，并按要求完善个人信息，支付100元，成为真正的云田用户；
3. 已经是普通会员的，随时通过会员中心，按要求完善个人信息，支付100元即刻升级为云田用户。
4. 云田会员每年需要续交100元会费才可以保持继续生效（现金支付缴纳会费同样可以享受次月自动返现60元的政策，另一方面也可以用自己的积分100分冲抵会费，积分冲抵成功不享受返现及再次积分赠送，但可以获得礼券奖励政策）

权益：

* 获得普通用户的所有权益；
* 获得云田定制专属现金礼券1张（价值200元，有效期12个月）；
* 获得云田用户积分100分；
* 支付成功后，于次月15日~20日期间，自动返现60元（现金账户体现）；
* 应季获得超值礼品1分（视赞助情况而定，且限量）
* 2016年获得参与云田云耕体验资格，并免费租借到一块体验云田（价值3000元）；
* 2016年，免费额外赠送云田自营“枣国队长”若羌灰枣一袋（包邮）。

1. ……
2. 体验田产品构想：

云田——体验田

1. 价格：1000元；
2. 价值积分：X（租借者，需要在形式上扣除等值积分，即欠平台积分）
3. 有效周期：100天（14~15周）
4. 体验种植品种：黄瓜/草莓/土豆/……/，选一；
5. 产能：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 品名 | 品种 | 种植标准 | 产量值 | 产值积分 |
| 黄瓜 | 津优35 | 无公害种植 | 500公斤 | 2000分 |
| 草莓 |  | 有机种植 | 20公斤 | 2000分 |
| 土豆 |  | 无公害种植 | 1000公斤 | 2000分 |
| …… |  |  |  |  |
| 注：   1. 产值积分云田认购价格的2倍； 2. 用户体验开始，按照选择的品种，账面积分为对应品种积分的负数值； 3. 体验用户在云田游戏体验过程中，会不断的赚取积分，赚取的积分不断冲抵负积分，在有效期内当积分变为正数的时候，即意味着自己收获时刻的来临。 | | | | |

1. 积分管理构想：

【积分的获取】

1. 每日签到：奖励1积分（1年会员有效期内的最大奖励值预计365分）；
2. **在规定时间里完成播种任务要求：一次性获得100分；**
3. **认真管理云田，周任务达标一次，即可获得100分；（有效期最大奖励值预计1500分）**
4. **连续3周达标，奖励：200分；（有效期最大奖励值预计1000分）；**
5. **累计10周及以上达标，额外奖励：300分；**
6. **有效期内参加实地体验活动1次或多次，完成即获得800分；**
7. 云娱乐闯关，按游戏规则，获得奖励积分；（详见具体的游戏部分）
8. 云商城购物按具体商品的积分奖励值获得对应的积分；（思考：防止虚假交易）
9. 消耗积分在幸运转盘中抽奖大额积分；
10. 直接充值购买积分：（规则另计）
11. 参与易物交换，成功一笔，按定额10个积分奖励；（思考：防止虚假交易）
12. 激活参加蛛网游戏，发展团队获得积分返利；（三级分销奖励原则）
13. 每天分享一次，获得2积分（有效期最大奖励值预计200分）；
14. 论坛互动赢得积分（规则另议）
15. 定制云田，按对应价值积分，直接获得对应积分；

提示：

2~6项的积分获得范围值总和应考虑控制在其定制云田的“产值积分”值的一个范围内（例如产值积分的60%~130%之间）；

云田——标准田

积分收益分类：

1. 非虚拟种植收益类；此类为直接奖励行为，不收虚拟种植收益约束；所得积分直接计入主账户，例如：
2. 每日签到、连续7日、14日、30日签到；
3. 每日推广的行为鼓励，及积分奖励；
4. 直接充值购买的积分；
5. 泛娱乐中获得的积分；
6. 抽奖等活动收获的积分；
7. ……
8. 虚拟种植收益类：此类要考虑如何在上下线阈值控制范围内实现与种植预计收成积分的 互动；此类积分获得直接计入副账户，例如：
9. 购买云田后，获得的对应预期产能评估积分（参照对应表）；
10. 按周结算副账户积分金融收益获得的积分；（参考国家金融利率及周结算原则）
11. 劳动种植奖励或处罚积分；

举例：某人9月10日认购了一块6个月有效期的云田，价格2000元，对应的产能积分价值为4000积分，则其副账户6个月的复合运算思路如下：

1. 从9月起，每月自动释放400积分到起主账户用于其消费；
2. 9月10日是周六，我们设定当日所在周和结束日所在周不计息；这样基本上就可以的出一个有效的6个月内整数倍的周息计算量，固本例约25周，

假定每月固定释放日为认购同日，则其次周息计算的本积分为：3600积分；

我们按0.8%计算（这个可调整），则在10月10前的有效周内，每周获得28.8个积分（积分统计结算仅保留到个位数，采用后尾直接减除制度），即实际到账为28个积分；

10月10日以后，周息计算的本积分变化为：3200积分；实际到账为25个积分；依次计算到6月结束

1. 修正：上述是正常静态至，但在实际中，应用户虚拟劳动的实际，会出现奖励劳动积分到副账户或扣除副账户积分，这样积分的计算在上述基本变化的基础上应按周同步周息计算的本积分的变化数值。
2. 副账户积分在6个月有效期满时，一次性统计结算，并一次性释放到主账户。

注解：积分账户设置主账户和副账户，主账户的积分在平台内可自由流通使用，甚至未来可以兑换现金；副账户的积分本质反映的是一种资产性积分，在条件成熟的情况下，由系统判定，并在智能提示下，由用户自己最终决定是否转入主账户使用。副账户的积分在冻结期享有一个固定的类金融收益率。

【积分的用途】

1. 按积分折算价值，收取自己种植的农品；
2. 积分直购：（主要是游戏装备、道具；充值话费、特权服务；抵金券等）
3. 积分换购：根据商城的集体产品，对应积分换购政策；
4. 公益捐赠：
5. 信用抽奖：

【积分的奖罚】

1、不能按要求完成日常种植任务的，每日扣罚10积分（积分累计扣罚达到奖励处罚值+保小于等于保底产值时，处罚封顶）；

2、围绕认种日常任务，当任务完成给予相关奖励，奖励累计值+保底值大于认种基础积分值30%时，视为产能上线饱和（封顶）

1. 后台工作服务的内容及流程梳理
2. 其它构想

云耕状态平衡值设想

产值分数：

1000

保底值

标准值

高产值

2000

2600

状态值：

劳动效能

时间效能

温度效能

湿度效能

土壤效能

防疫效能

维护效能

效能转换

状态

干扰因素：

时间

人

强度

动作频次

页面停留

每日签到

当日气温

温控措施

时间

当日湿度

湿控措施

时间

时间

施肥动作

松土动作

时间

除草动作

除虫动作

用品选择

时间

农用工具

人

用其它效能值相互转换（导向是不怎么划算的）

关于蛛网游戏

建设我的蛛网，构建我自己的销售渠道。

蛛网是一个类三级分销的人头发展行为：

第一层是对100元注册金的三级奖励再分配，同时采用对对碰触发奖金方式；

第二层是创新设计任何一个节点在蛛网销售的业态：

按照三级线索，任何一个节点在网内发布销售信息需要支付50~100元广告费，而这个广告费如何分配很关键；同时收到广告任何一个节点发生费用，按照实际交易额的40%（上限）给与返利，这个返利也是可以在分配的。

上述两个互动收入来源的分配，我们可以将其分为3大部分10%为平台管理服务费；50%通过三级线索向上自动按比例分配；40%冲入蛛网奖池基金，全网个节点均有获利权（细节设计需要）。