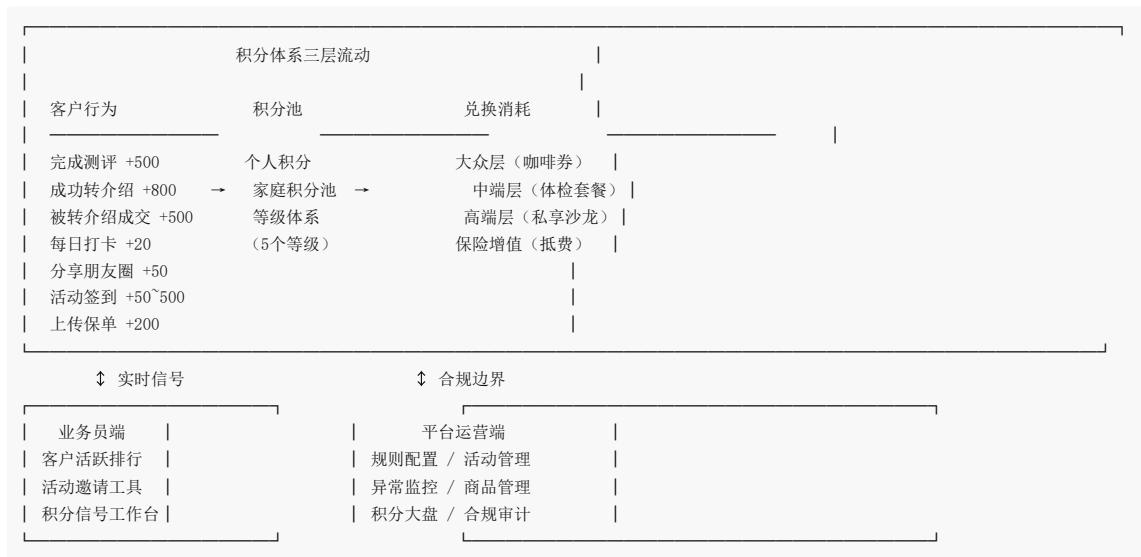


积分与活动体系 — 三端详细设计规范

版本: 1.0 | 日期: 2026-02-19 覆盖端: 客户端 (H5/小程序) · 业务员端 (App) · 平台运营端 (Admin) 设计原则: 积分 = 风险认知传播奖励, 不是折扣工具; 活动 = 正当联系理由, 不是骚扰手段

系统架构概览



核心数据流:

- 客户完成行为 → 积分自动到账 → 通知推送
- 客户积分行为 → 实时信号推送给绑定业务员
- 业务员创建活动 → 平台审核 → 客户参与 → 积分奖励

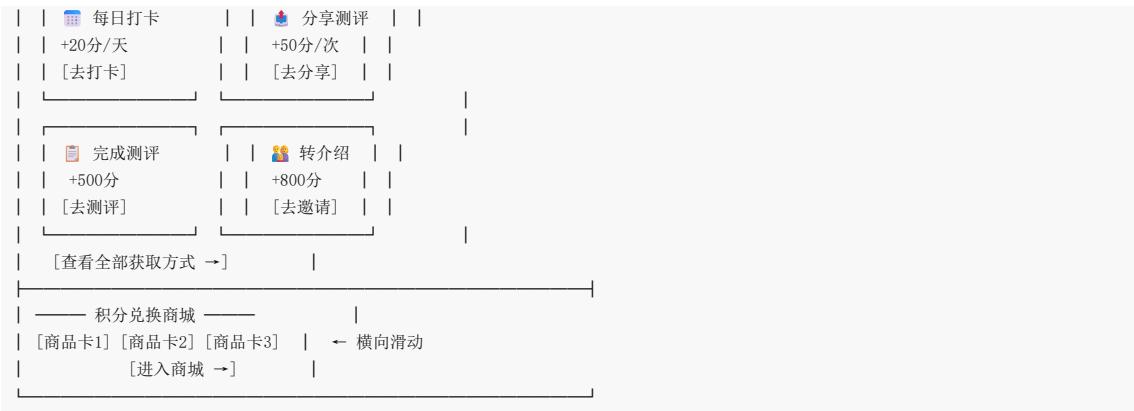
第一部分：客户端设计 (H5 + 微信小程序)

1.1 积分中心首页 (F-007 增强版)

目的: 全面展示积分资产、等级进度、赚取路径和兑换入口, 打造「积分=家庭保障成熟度可视化」的认知。

页面结构:





等级体系视觉规范：

等级	积分门槛	图标	颜色	专属权益
普通	0	灰色圆点	#A8B4C0	基础功能
银卡	1,000	银色菱形	#B0BEC5	优先客服通道
金卡	3,000	金色五角星	#F5A623	专属体检折扣
钻石	8,000	紫蓝宝石	#7B68EE	法律咨询1次/季
守护家	20,000	深蓝六边形皇冠	#2B7FBF	优先理赔通道+专属客服+年度体检

「守护家」命名策略：用户会主动在朋友圈晒「我成为守护家了」，等级名称本身是传播素材。

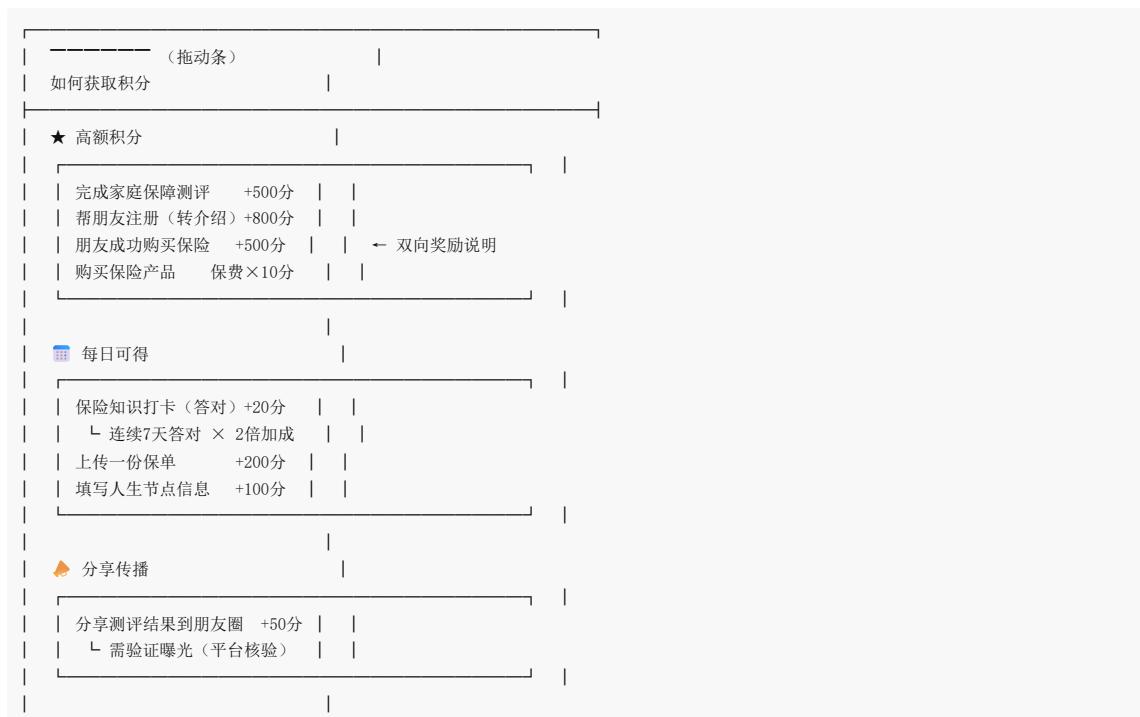
积分状态文案：

- 升级临界（距下级 < 200分）：再积 [N] 分，解锁[等级]专属权益 → （带等级权益预览）
- 过期预警（年末 30 天）：你有 [N] 分将在 30 天后失效，去兑换个好东西吧 →
- 零积分状态：完成守护检测，立即获得 500 积分，开启守护旅程 → + 测评入口按钮

1.2 积分获取规则说明页

触发方式：首页「查看全部获取方式」→ 底部半屏弹出 (max-height: 80vh, 可滚动)

页面结构：





关键合规注记（页面底部小字）：

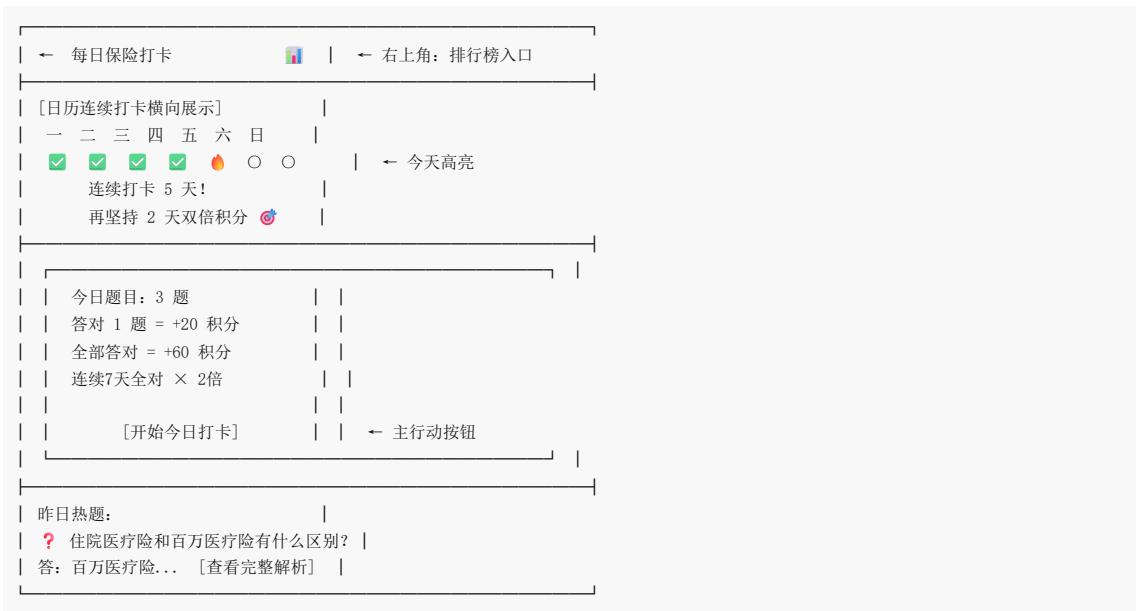
积分兑换实物商品单次上限 200 元；积分不可兑换现金、购物卡或现金等价物；保费抵扣需由合作保险公司单独授权。

1.3 每日打卡 + 知识问答页

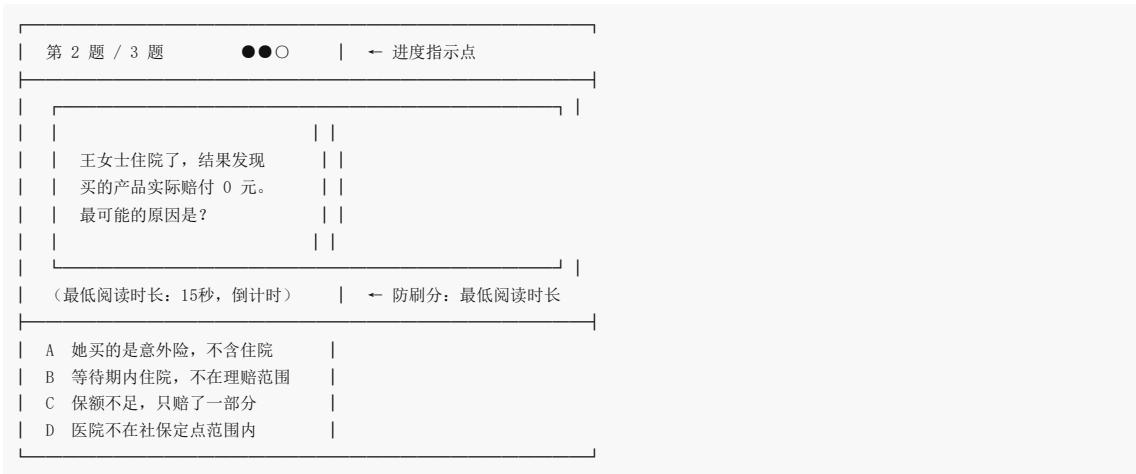
目的：每日 3 题保险知识问答，答对得积分，培养「保险认知习惯」，自然引导向测评和咨询。

页面结构（4个子状态）：

状态 A：打卡首屏（未开始）



状态 B：答题中（每题页面）



状态 C：答对反馈

✓ 答对了！ +20 积分 已到账	← 守护绿背景，从顶部滑入
解析：等待期是健康险的重要概念。 一般医疗险等待期 30天，重疾险 等待期 90-180天。	
💡 你家是否也有这个盲区？ → [测测你的守护完整度] ← 自然引流测评 [下一题]	

状态 D：答错反馈（可重做）

✗ 这道题选错了 不得积分，但可以重做一次	← 极淡红背景 #FFF0F0
正确答案：B 解析：[正确解析内容]	
[重做本题] [继续下一题]	

状态 E：全部完成庆典

🎉 今日打卡完成！	
答对 3 / 3 题 获得 +60 积分 (含连续7天×2 加成)	
你已连续打卡 5 天 超越了圈子内 78% 的朋友	← 社会比较
[看圈子排行榜] [明天继续打卡]	

答题防刷规则（前端实现）：

- 每题显示后，最少 15 秒才允许提交（倒计时无需显示给用户）
- 同一题目24小时内最多答 2 次（含重做机会）
- 每日积分上限 60 分（3题全对）

1.4 圈子排行榜（打卡小圈竞争）

设计原则：不做全国榜，做「业务员客户圈 10 人小排行」，对标微信步数——圈子够小才有竞争感。

排行榜页面：

← 本周打卡排行
「光明团队-刘哥的守护圈」 ← 业务员命名的圈子
林雅萍 连续28天 本周360分 ← 金色底，头像+名字
王建国 连续15天 本周300分
张美云 连续 8天 本周240分
4 陈志远 连续 5天 180分
5 孙晓红 连续 3天 120分



圈子逻辑:

- 客户默认进入绑定业务员的圈子（业务员可命名圈子，如「刘哥的守护圈」）
- 圈子上限 20 人（人少=竞争激烈=留存效果强）
- 满员后新客户进入同一业务员的新圈子
- 无绑定业务员客户：进入平台公共圈（随机分配 10 人）

通知时机:

- 被超越：林姐刚超过你了，你现在排第 5 名！ + [去打卡追回来]
- 成为第1：你现在是圈子第一名！ 🎉 (不打扰，仅首次出现时)

1.5 积分兑换商城（三层差异化）

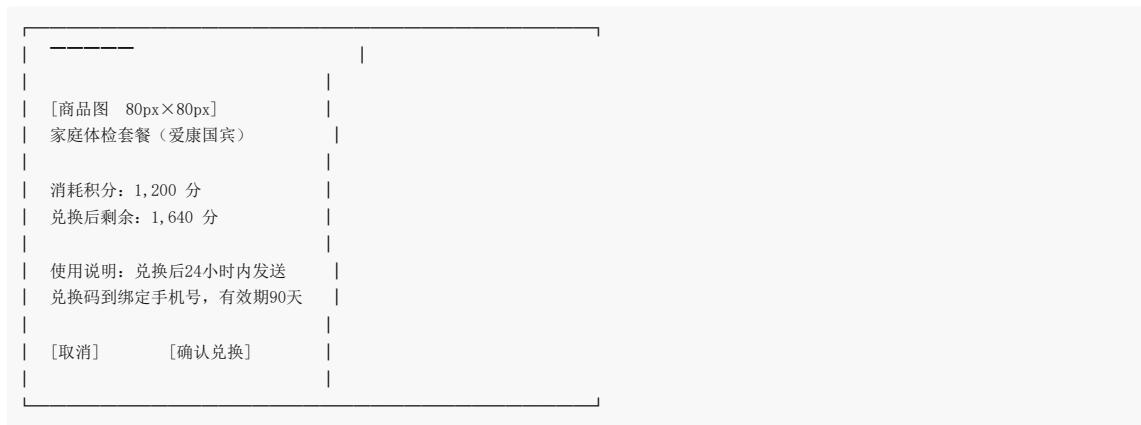
商城首页:



商品卡片规范:

- 尺寸: 156px × 200px
- 已售罄：灰色遮罩 + 已售罄 Tag
- 库存紧张 (< 20 件)：仅剩 [N] 件 红色小字
- 等级锁定：模糊展示 + 锁图标 + [N级解锁]

兑换确认弹窗 (底部 Sheet) :



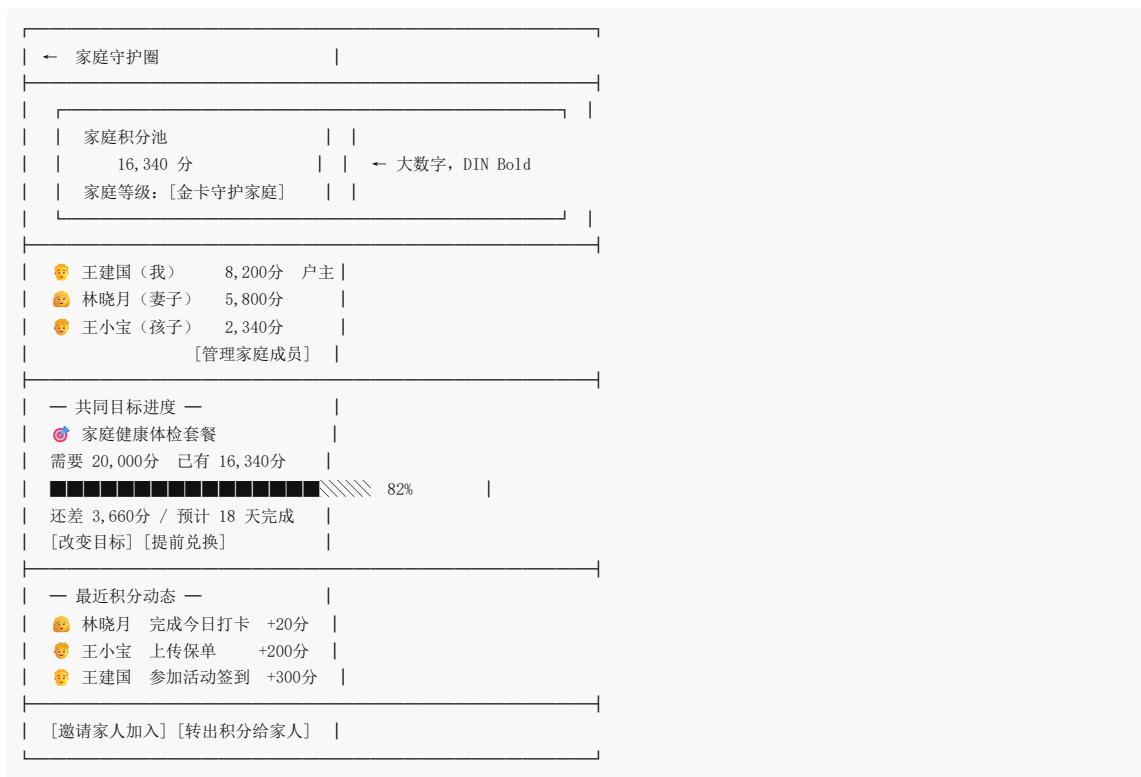
兑换成功页:

确认兑换后 → 全屏庆典动画 (彩带落下, 0.8s)
→ 「兑换成功! 守护升级了 🎉」
→ 兑换码 / 使用入口
→ [分享给家人] [继续逛商城]

1.6 家庭积分池页面

目的: 家庭成员共享积分池, 合力兑换家庭级权益 (如家庭体检套餐), 强化家庭裂变动力。

家庭积分池首页:



邀请家人流程:

[邀请家人加入]
→ 生成专属邀请页 (含家庭守护圈简介+当前池积分展示)
→ 被邀请方点击 → 注册/登录 → 确认加入
→ 双方各得 +300 分奖励 (邀请成功)
→ 家庭池合并 (被邀请方历史积分合入)

转出积分弹窗:

转积分给家人
选择成员: [林晓月] [王小宝]
转出数量: [] 分 (最多可转 8,200 分)
说明: 积分转出后不可撤回
[取消] [确认转出]

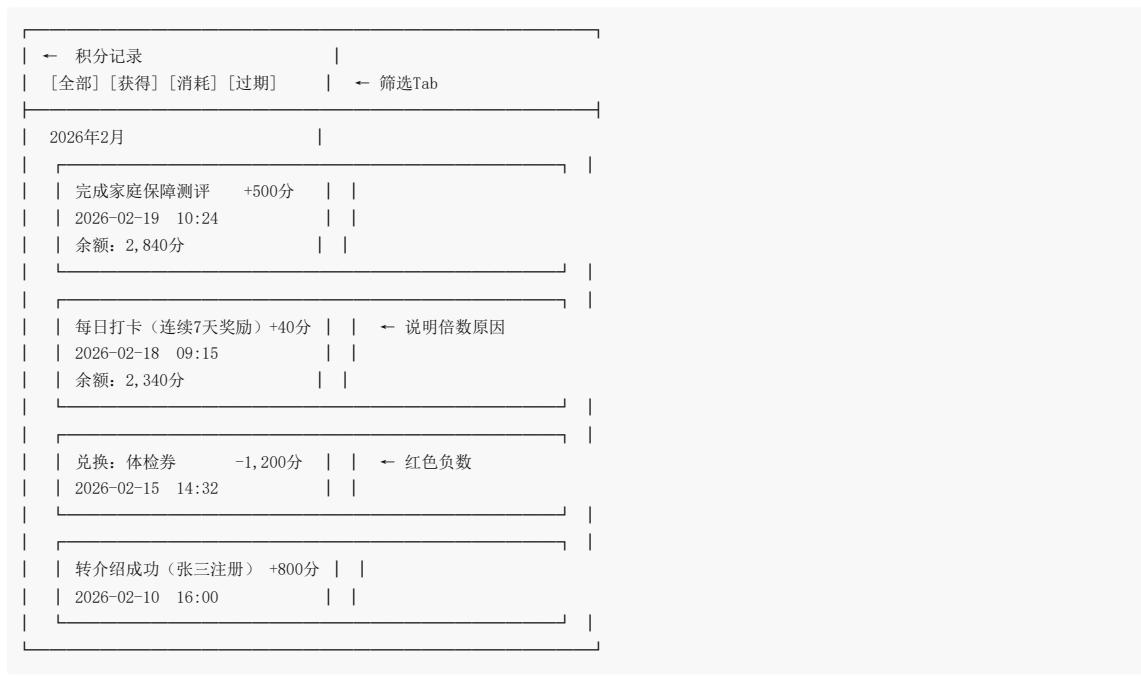
规则说明 (底部展开) :

- 家庭池最多 6 人
- 积分可合并计算等级 (取最高个人等级 + 家庭池奖励上浮1级)
- 家庭池积分消耗后, 各成员个人余额不变

1.7 积分明细记录

触发方式: 积分中心首页右上角「…」→ 积分记录

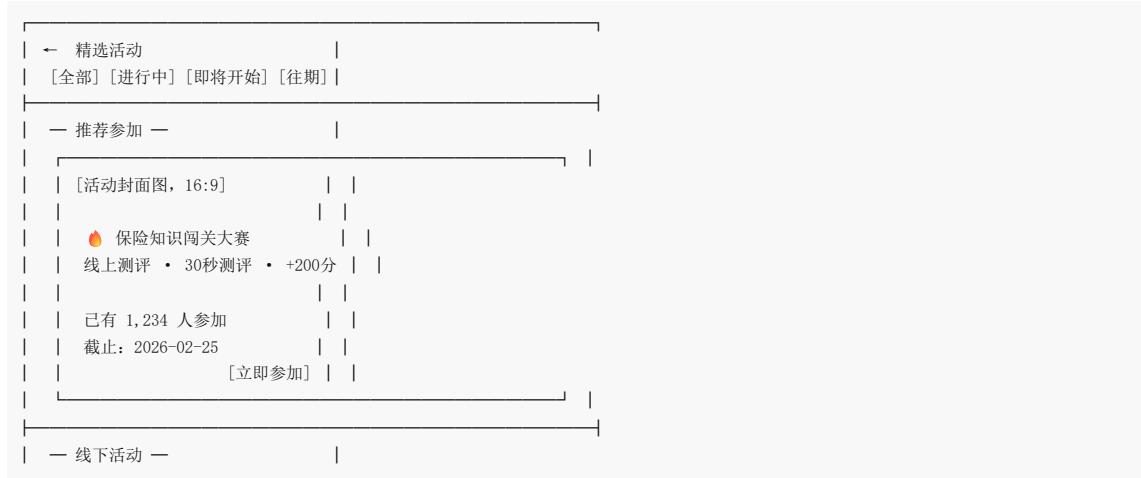
页面结构:

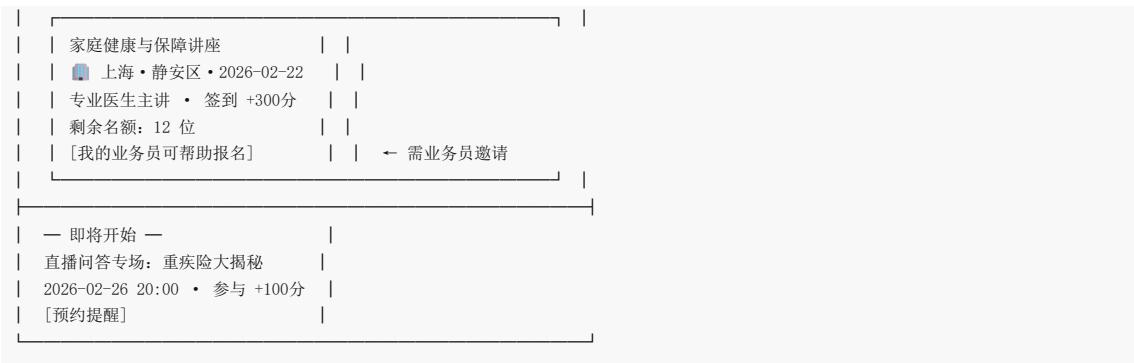


1.8 活动列表页

触发方式: 首页 Banner 入口 / 积分中心「参与活动」入口 / 业务员分享链接

页面结构:

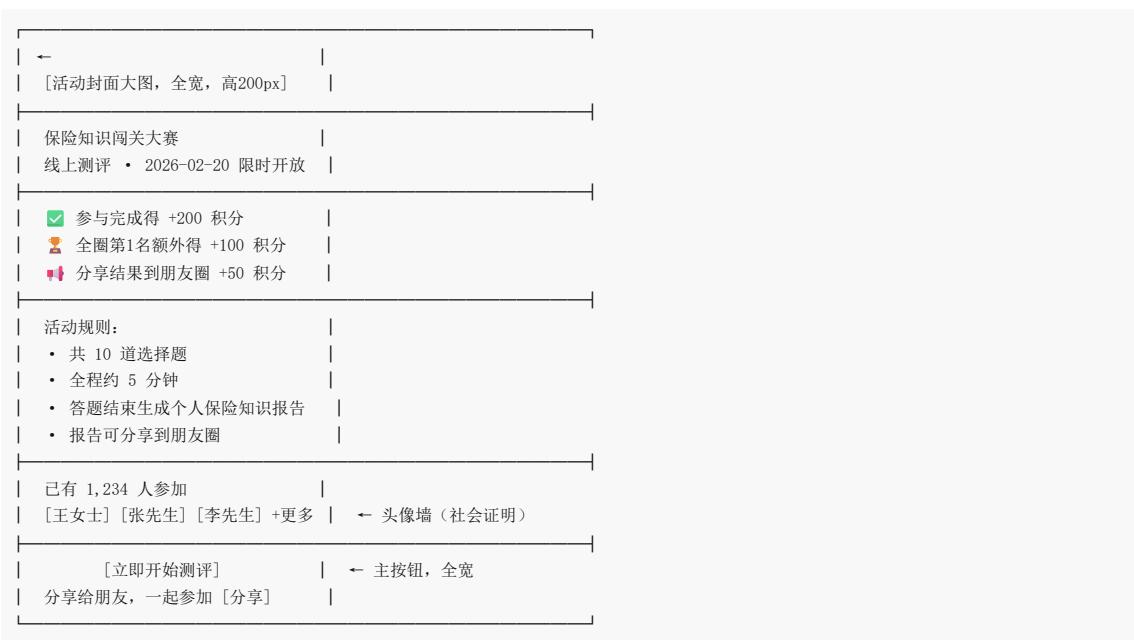




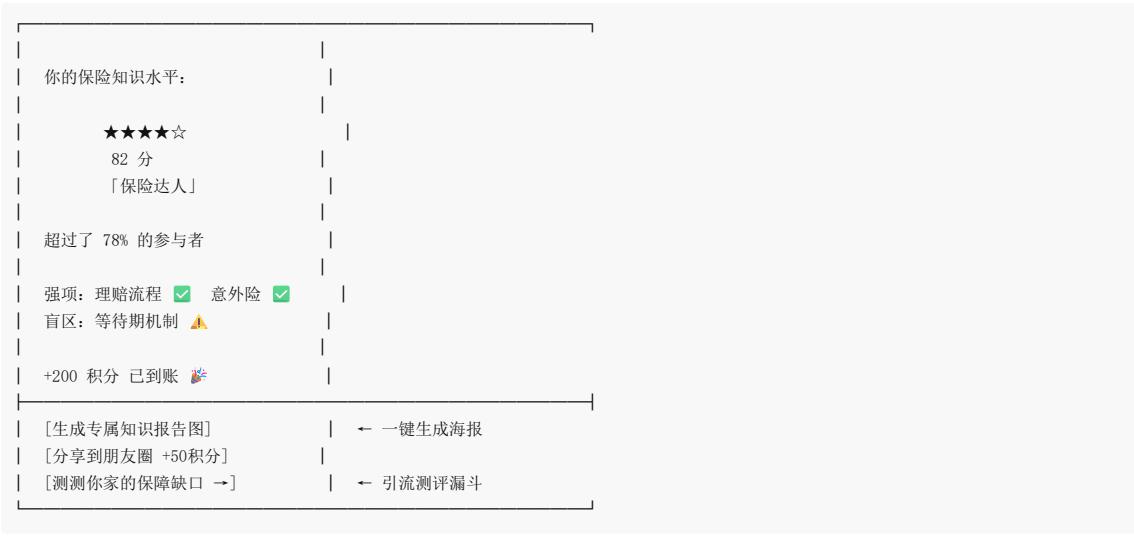
1.9 线上测评活动详情页

目的: MVP 首选活动类型——零场地成本、天然传播、合规无风险、数据沉淀用户知识图谱。

活动详情页:



测评结束 → 结果页 (核心传播设计) :



1.10 裂变三段奖励通知设计

核心机制：转介绍奖励分3次推送，不是一次给完——制造持续惊喜感，强化行为记忆。

推送时间轴：

T+0（朋友注册成功后1分钟内）

| 🎉 [APP推送] 你的朋友刚注册了！ |
| 李明通过你的邀请成功注册 |
| +800 积分 已到账（点击查看） |

T+次日早9点

| 🎉 [APP推送] 你邀请的李明昨天参加了打卡！ |
| 他完成了第一次保险测评 🌟 |
| 你的转介绍正在帮助他的家庭更有底气 |

T+成交后 24 小时内（限时通知）

| 🎉 [APP推送] 李明购买了保险！ |
| 🎉 你额外获得 +500 积分 |
| （限时24小时：分享你们的守护故事 →） |

通知设计原则：

- 第1次：即时满足（积分到账）
- 第2次：情感连接（朋友的成长）
- 第3次：惊喜感（超预期的额外奖励）+ 紧迫感（限时分享）

第二部分：业务员端设计 (Agent App)

2.1 客户活跃度排行榜

位置：工作台首页 → 「我的客户圈」Tab 或今日战报底部入口

页面结构：

← 我的守护圈活跃排行	切换排序维度		
本周 (2026-02-17 ~ 02-23)			
「刘哥的守护圈」 • 共 18 位客户			
按活跃度	按积分		
排名	客户	本周积分	状态
1	林晓月	380分	活跃
2	张建国	320分	正常
3	王美华	260分	正常
4	陈志远	180分	正常
5	孙红梅	120分	降温
6	李国华	60分	冷却
...
15	赵大明	0分	沉睡
16	钱小丽	0分	沉睡
今日可触达：	李国华 孙红梅 (冷却/降温中)		
建议：	发送「知识文章」作为低压触达		
[一键生成触达话术]			

客户活跃状态定义：

状态	颜色	定义	业务员建议动作
活跃	绿色	客户本周活跃度高，表现正常。	无需特别关注。

🔥 活跃	守护绿	本周积分行为 ≥ 3 次	观察, 择机深入
✓ 正常	蓝色	本周积分行为 1-2 次	保持现状
⚠ 降温	暖橙	本周较上周下降 > 50%	发低压内容触达
● 冷却	信号红	连续 3 天无任何行为	发有价值文章, 不销售
✳ 沉睡	灰色	连续 7 天无行为	查看人生节点, 找联系理由

底部业务员行动入口 (按状态智能推荐) :

- 对「冷却」客户：发送今日精选文章（一键转发，不露销售意图）
- 对「降温」客户：查看客户最近关注内容
- 对「沉睡」客户：查看人生节点，是否有触达理由

2.2 积分触发的高意向信号

位置：工作台首页 → 信号卡片（与其他信号混排，标注来源）

积分触发信号卡片样式：

The image displays two examples of signal cards. Each card has a header with a red circle icon and text, followed by a vertical list of triggers and actions.

Example 1 (High Intention):

- 高意向 • 仪表盘行为 NOW |
- 【林晓月头像】林晓月 |
- 连续 3 天查看「养老保险」维度 |
- 上次沟通：14 天前 |
- 推荐话题：老年人金规划 |
- 建议方案：[查看系统推荐方案] |
- 【记录跟进】 [发送计划书] [一键话术] |

Example 2 (Transfer Introduction Alert):

- 转介绍预警 • 48h内 |
- 【张建国头像】张建国 |
- 他邀请的朋友「王先生」已注册 24 小时 |
- 王先生尚未完成保障测评 |
- 建议：提醒张建国帮朋友完成测评 |
- (张建国可额外获得 500 积分) |
- 【查看张建国】 [生成提醒话术] |

积分触发的信号类型：

信号	触发条件	优先级	推荐话术方向
高意向：仪表盘深度查看	某维度连续3天查看	● 立即	该险种方案
转介绍卡在注册未测评	朋友注册24h未测评	● 48h内	帮助朋友完成
积分快过期（年末）	客户积分30天到期	● 本周	推荐兑换品
客户升级到「守护家」	等级变更	● 祝贺	专属权益介绍
客户参与活动后	活动完成次日	● 24h内	询问体验感受

2.3 活动邀请工具

位置：工具箱 Tab → 「活动邀请」

页面结构：

The image shows the structure of the 'Activity Invitation' tool page. It features a header with a back arrow and the page title, followed by a main content area.

Header:

- ← 活动邀请工具 |

— 当前可邀请活动 —

保险知识闯关大赛
线上 • 截止 2026-02-25
客户参与得 +200积分
已邀请: 5人 已参与: 3人
[生成专属邀请链接] ← 带业务员归因参数
[选择客户批量邀请]

家庭健康与保障讲座
线下 • 2026-02-22 14:00
上海静安区 • 剩余12名额
报名截止: 2026-02-20
[为客户报名]

— 我的邀请效果 —
本月邀请: 23人 参与: 17人
参与转化率: 74% 行业均值:45%
获得归因积分(我的客户): ↑ 3,400分

批量邀请流程:

- [选择客户批量邀请]
→ 客户列表 (多选, 默认按「最近活跃」排序)
→ 选择邀请方式: 微信消息 / 朋友圈话术 / 企业微信
→ 预览话术: 「[活动名]这个活动挺有意思的, 参加完还能得积分, 你看看 →[链接]」
→ [一键发送所选客户]

2.4 业务员端「每日任务」积分维度

位置: 工作台首页 → 每日任务清单

积分相关任务项:

今日任务 ■ 4/7 完成

今日打卡 (业务员也有打卡) ← 业务员账号也参与知识体系
 发送1篇保险内容给客户
 邀请3位客户参加本周活动 ← 活动邀请任务
 跟进今日冷感客户 (2人)
 记录1个客户人生节点 ← 积分奖励: 客户填写节点
 完成1次计划书制作
 关注本周圈子排行榜 ← 激励关注客户活跃度

第三部分: 平台运营端设计 (Admin)

3.1 积分规则配置 (完整版)

位置: 侧边栏 → 积分管理 → 积分规则配置

行为积配置表 (完整 7 类 + 合规注记) :

积分规则配置		[新增行为] [导出规则]			
行为分类	行为描述	当前值	日上限	状态	合规注记
首次行为	完成注册	100	1次	<input checked="" type="checkbox"/> 启用	无

首次行为	完成首次测评	500	1次	<input checked="" type="checkbox"/> 启用	首次唯一	
学习打卡	每日知识打卡	20	60分	<input checked="" type="checkbox"/> 启用	最低15秒/题	
学习打卡	连续7天×倍率	2×	—	<input checked="" type="checkbox"/> 启用	倍率叠加到基础分	
内容互动	上传保单OCR	200	1次	<input checked="" type="checkbox"/> 启用	需实名验证	
内容互动	填写人生节点	100	5次	<input checked="" type="checkbox"/> 启用	按节点类型不重复	
内容互动	分享测评朋友圈	50	1次	<input checked="" type="checkbox"/> 启用	需验证曝光	
社交裂变	成功转介绍注册	800	5次	<input checked="" type="checkbox"/> 启用	被邀请方实名注册	
社交裂变	被邀请方成交	500	— 次	<input checked="" type="checkbox"/> 启用	须合规审核后发放	
保险行为	购买保险产品	10/元	—	▲ 特殊	须险企授权，审批	
保险行为	续保成功	300	1次	▲ 特殊	须险企数据接口对接	
活动参与	线下签到	300	1次	<input checked="" type="checkbox"/> 启用	GPS定位验证	
活动参与	线上测评活动	200	1次	<input checked="" type="checkbox"/> 启用	按活动ID去重	
活动参与	直播答题	100	1次	<input checked="" type="checkbox"/> 启用	实时答题才得分	

积分规则编辑弹窗：

编辑积分规则：每日知识打卡

积分值： 分/次
 每日上限： 分 (3题全对上限)
 规则说明：
 连续奖励设置：
 状态： 启用 禁用
 生效时间： [定时生效: ____]
 合规备注：

[取消] [保存修改] (修改需二次确认)

3.2 等级体系配置

位置：积分管理 → 等级配置

等级体系配置			[全局预览]
等级名	积分门槛	专属权益	操作
普通	0	基础功能	[编辑]
银卡	1,000	优先客服通道	[编辑]
金卡	3,000	专属体检折扣10%	[编辑]
钻石	8,000	法律咨询1次/季度	[编辑]
守护家	20,000	优先理赔+专属客服+年检	[编辑]

家庭积分池等级计算规则配置：

- 家庭等级 = 家庭内最高个人等级 (可配置为：最高个人等级 / 家庭均值等级)
- 家庭池积分合并计算门槛 (当前：合并计入所有家庭成员积分总和)

3.3 积分过期策略配置

积分有效期策略

基础有效期： 个月 (无任何活跃行为则过期)
 活跃续期时长： 个月 (任意积分行为触发续期)
 年末集中提醒时间：每年 月 日 开始
 提醒频次：
 提醒文案：

3.4 活动管理系统

位置：侧边栏 → 活动管理

活动列表页：

活动管理						[新建活动]
[全部] [进行中(3)] [待审核(2)] [草稿(5)] [已结束(12)]						
活动名称	类型	开始	结束	参与/目标	操作	
知识闯关大赛	线上	02-20	02-25	1,234/2,000	[查看][下线]	
家庭健康讲座	线下	02-22	02-22	12/50	[查看][编辑]	
直播答题专场	直播	02-26	02-26	预约234	[查看][编辑]	
私享财富沙龙	邀请制	03-05	03-05	待确认	[审核][邀请名单]	

活动类型与权限 (对应brainstorm五类) :

活动类型	说明	创建方	审核要求	MVP阶段
线上测评H5	知识测评，生成报告，天然传播	运营	内容审核	<input checked="" type="checkbox"/> 首选
直播答题	实时答题抢积分，互动强	运营	内容+直播	Phase 2
线下健康讲座	专业医生主讲，签到积分	业务员/运营	人工审批	Phase 2
线下财富沙龙	邀请制，律师/理财师	运营	严格审批	Phase 3
亲子活动	家庭场景，低门槛裂变	业务员/运营	人工审批	Phase 2

3.5 新建活动向导 (4步)

步骤一：基本信息

活动名称: []

活动类型: 线上测评 线下讲座 直播 邀请制沙龙

活动封面: [上传图片, 建议16:9, ≤2MB]

活动简介: [多行文本, 10-500字]

活动时间: 开始 [日期选择器] 结束 [日期选择器]

活动地点: 线上 (链接) 线下 (地址+地图选点)

步骤二：积分设置

参与积分: 完成参与得 [200] 分

额外积分 (可选): 圈子第1名额外得 [100] 分
 分享结果得 [50] 分

每人参与上限: [1] 次

活动总名额: [50] 人 (-1=不限)

报名截止: 活动开始前 [2] 天

步骤三：邀请权限

谁可以邀请客户参加:

所有业务员 (公开活动)
 指定业务员组 (选择)
 仅运营邀请 (邀请制)

业务员邀请后是否获得归因奖励:

是, 客户参与后业务员得 [50] 分
 否

步骤四：合规确认

主讲人资质: [上传持证截图] ← 必填 (线下/直播类)

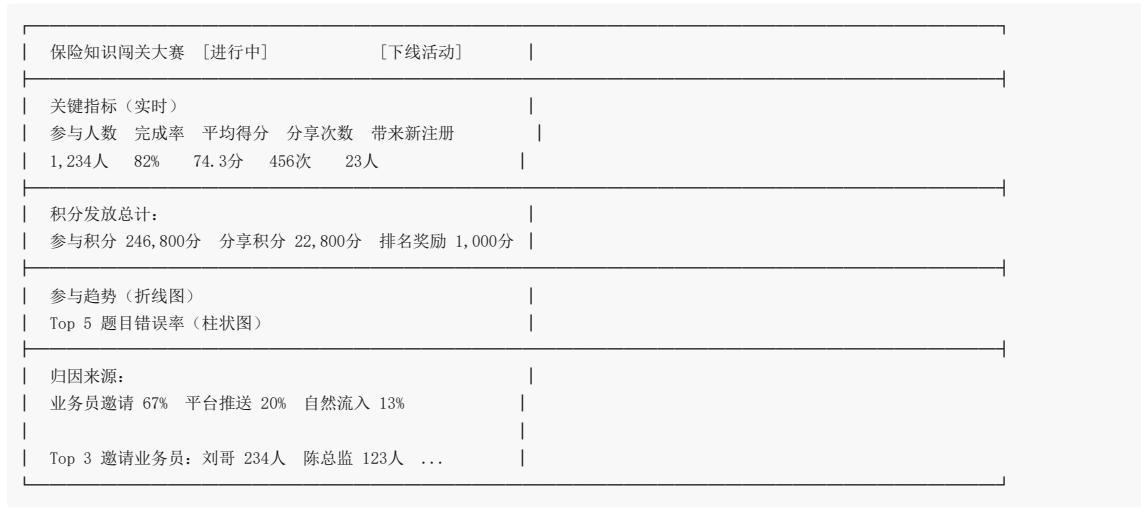
合规承诺:

主讲内容不含炒停话术
 不夸大产品收益
 不使用恐吓性语言
 积分奖励符合平台规则上限

[提交审核] (提交后进入「待审核」状态, 审核完成通知)

3.6 活动数据详情

活动详情页 (审核通过/进行中) :



3.7 积分兑换商品管理 (三层差异化配置)

商品列表:

兑换商品管理 [新增商品]						
[全部] [大众层(100-300分)] [中端层(600-1500分)] [高端层(2000+)]						
商品名称	层级	积分	库存	已兑换	状态	操作
瑞幸咖啡券	大众	150	500	234	<input checked="" type="checkbox"/> 上架 [编辑] [下架]	
视频会员月	大众	200	无限	567	<input checked="" type="checkbox"/> 上架 [编辑] [下架]	
家庭体检券	中端	1,200	50	23	<input checked="" type="checkbox"/> 上架 [编辑] [下架]	
法律咨询	中端	800	100	45	<input checked="" type="checkbox"/> 上架 [编辑] [下架]	
私享沙龙券	高端	2,500	10	2	<input checked="" type="checkbox"/> 守护 [编辑] [下架]	
意外险1年	保险	1,200	无限	89	<input checked="" type="checkbox"/> 审批 [详情]	

商品层级与目标用户映射 (运营配置说明) :

层级	价值区间	目标用户	设计逻辑	合规要求
大众层	≤ ¥50	小王 (年轻/单身)	高频低价, 咖啡/会员/游戏	单次≤200元
中端层	¥50-¥300	林姐 (家庭主力)	实用健康服务, 体检/咨询	服务类最安全
高端层	> ¥300	张总 (高净值)	身份杠杆, 邀请制沙龙名额	须守护家等级
保险增值	—	全客群	意外险/保费抵扣	须险企授权

新增商品表单 — 关键字段:

商品分层: 大众层(100-300分) 中端层(600-1500分) 高端层

所需积分: [1,200] 分

商品类型: 虚拟商品 (兑换码) 服务类 (预约制) 实物

解锁等级要求: 无要求 银卡+ 金卡+ 守护家

实物商品价值: [298] 元 (必填, 合规审计用) ← 系统验证≤200元上限

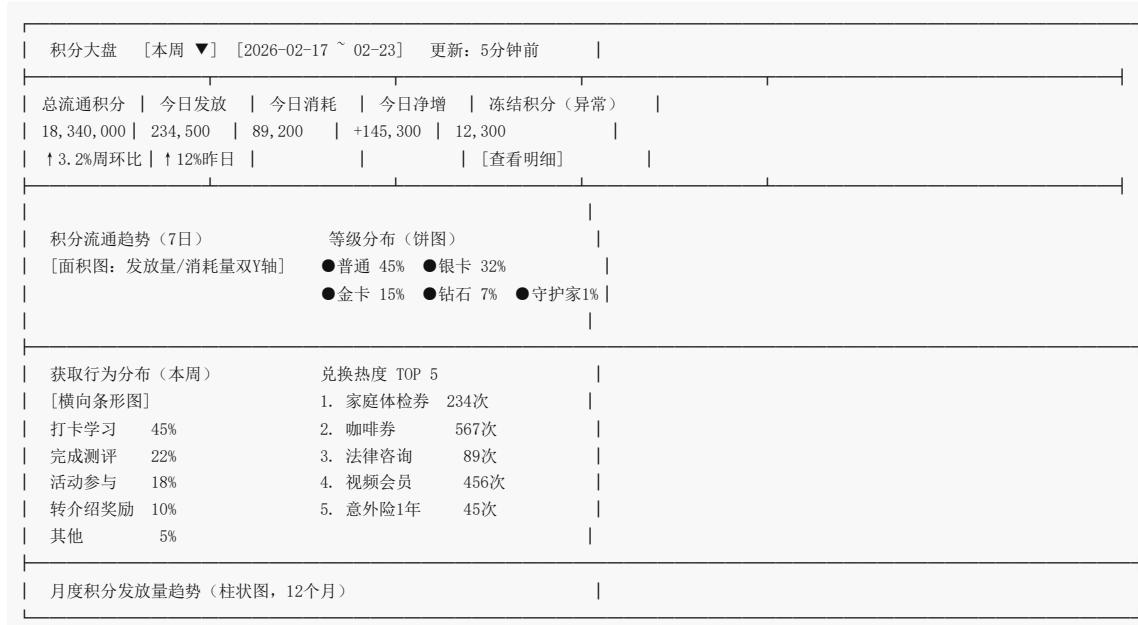
兑换码上传: [批量上传CSV, 每行一个兑换码]

库存预警阈值: 剩余 [20] 件时告警

3.8 积分大盘 (增强版)

位置：侧边栏 → 积分管理 → 积分大盘

页面布局 (1440px宽屏)：



关键指标说明：

指标	计算公式	健康参考值	告警阈值
月积分参与率	月内有积分行为用户 / MAU	≥ 30%	< 15% 告警
积分兑换率	月消耗 / 月发放	15%~25%	< 10% 或 > 40%
积分人均兑换周期	从积分到期到兑换的平均天数	≤ 45 天	> 60 天
冻结积分占比	冻结积分 / 总流通积分	< 0.5%	> 2% 告警

3.9 积分异常监控 (增强版)

位置：积分管理 → 异常监控

5类异常规则 (完整版)：

规则类型	触发条件	风险等级	处置建议
设备积分超限	同设备24h积分行为 > 50分	中	人工确认后冻结
最低时长违规	答题完成时长 < 15秒/题	高	自动撤销当次积分
位置异常签到	签到坐标距上次 > 1000km, 间隔 < 6h	高	自动冻结+通知
短时高频行为	同类行为1h内触发 > 20次	中	48h观察后处置
IP账号集中	同IP 1h内完成 ≥ 5个账号积分行为	高	自动冻结所有关联账号

异常记录列表：

积分异常监控 今日新增 3 条						[规则配置]
用户	异常类型	触发时间	风险	状态	操作	
王**	IP集中	10:24	高	待处置	[查看][冻结][忽略]	
张**	位置异常	09:15	高	已冻结	[详情][解冻]	
李**	设备超限	08:30	中	待确认	[查看][忽略]	

状态流转 (无变化)：

```

[待处置] → 人工审查
  └── [忽略] → 关闭
  └── [冻结积分] → [已冻结] → 申诉 → [待复核] → 解除/维持
  └── [封号] → [已封号] → 申诉 → [待复核] → 解除/维持

```

第四部分：系统设计规范

4.1 积分计算核心规则

防重设计：

行为去重键（每行为类型不同）：

- 每日打卡: user_id + date (YYYYMMDD)
- 完成测评: user_id (全生命周期唯一一次)
- 分享朋友圈: user_id + date (每天1次)
- 活动签到: user_id + activity_id
- 转介绍注册: user_id + invitee_user_id (防止同一个人重复计算)

积分事务处理：

- 积分发放: 异步队列处理, 确保行为记录先于积分发放
- 积分消耗: 同步处理 (兑换场景, 需即时锁定积分)
- 家庭池计算: 每次个人积分变更后, 异步更新家庭池总量

4.2 家庭积分池规则

规则	说明
最大成员数	6人
邀请加入	邀请方和被邀请方各得300分
积分转出	家庭成员间可自由转让, 不可撤回
等级计算	家庭等级 = 家庭内最高个人等级
家庭池兑换	家庭成员可使用家庭池积分兑换家庭级商品 (如家庭体检套餐)
退出家庭池	退出后个人积分不变, 家庭池减去该成员贡献的积分

4.3 防刷分技术规范

防刷手段	实现方式	适用行为
设备指纹	基于Canvas/WebGL/UA生成设备ID	全部行为
最低完成时长	前端倒计时 + 后端时间戳校验 (需 > 15s/题)	答题打卡
GPS定位验证	线下签到时提交定位坐标, 后端验证活动场馆半径200m内	线下签到
IP限流	同IP 1h内 ≤ 5 账号完成积分行为	全部行为
账号隔离	业务员账号与客户积分规则完全隔离, 不可互转	全局
实名绑定	积分行为须绑定实名认证手机号	高价值行为

4.4 合规红线

行为	结论	合规替代方案
积分兑换现金/购物卡	✗ 严格禁止	服务类权益 (体检/法律咨询)
积分直接抵扣保费 (中介操作)	✗ 禁止	须保险公司单独授权配合
实物商品兑换	✓ 有条件允许	单次≤200元, 平台自有预算, 留存发票
服务类兑换 (体检/法律)	✓ 最安全	以「平台会员权益」名义, 合同签在平台主体
业务员代替客户操作积分	✗ 禁止	实名答题+签到定位验证
积分购买保单 (促成交)	✗ 禁止	积分仅作为服务权益兑换, 不可作为投保对价

第五部分：推送通知设计规范

5.1 推送时机与文案

触发事件	推送时机	文案（客户端）	推送时机（业务员端）
积分到账	行为完成后1分钟内	+[N] 积分已到账，当前[总分]分	—
等级升级	积分到账后即时	恭喜升级 [等级名]！你已解锁[权益]	客户[姓名]升级为[等级]，可发送祝贺
转介绍第1次	朋友注册后1分钟	你的朋友[名]通过邀请注册，+800积分已到账	[客户名]成功带来新用户，点击查看
转介绍第2次	次日早9:00	你邀请的[名]完成了首次打卡	—
转介绍第3次	成交后24h内	🎉 [名] 购买了保险！你额外获得+500积分	—
积分过期30天	每年12月，首次	你有[N]分将在30天内到期，去换个好东西吧	—
积分过期7天	最后7天每2天1次	还有7天，[N]分到期了，别浪费了 →	—
被圈子超越	排名变化后1h内	[名]刚超过你了，现在你排第[N]名！[去追回来]	—
圈子第1名	首次登顶	你现在是圈子第一名！继续保持下去	—
活动开始提醒	活动前2h	今天 [时间]，[活动名]开始了，参加得[N]积分 →	你邀请的客户将参加[活动名]，提前打招呼

5.2 推送控制规范

- 每日推送上限：单用户每日最多 3 条非系统通知
- 免打扰时段：22:00 ~ 08:00 期间不推送（延迟到08:00）
- 用户可自主关闭积分通知类别
- 业务员推送单独频道，不影响客户推送配额

附录：MVP 积分体系最小可行版本

按brainstorm建议，MVP阶段只做3件事，快速验证核心假设：

MVP 积分获取（只开放3种）：

- 学习积分（完成1篇知识文章得10分，每日上限30分）
- 活动签到积分（线下/线上活动签到50分）
- 完成测评（500分，唯一一次）

MVP 积分兑换（只上线1档）：

- 体检优惠券 1 档（200积分换价值128元体检套餐）

MVP 验证指标（3个月）：

假设	验证指标	健康目标
学习积分能提升留存	月活提升	基准 +20%
体检券兑换率验证权益吸引力	兑换率	15%~25%
业务员组织活动意愿	人均活动次数	0.3 → 1次/月

MVP 成功标准达产后，按序解锁：

- Phase 2：转介绍积分 + 家庭积分池 + 中端兑换品 + 圈子排行榜
- Phase 3：守护家等级 + 高端沙龙名额 + 保险增值兑换 + 直播活动

本文档配合以下规范使用：

- [客户端UI/UX规范](#)
- [业务员端UI/UX规范](#)
- [平台运营端UI/UX规范](#)
- [brainstorm: 积分体系与客户粘性](#)