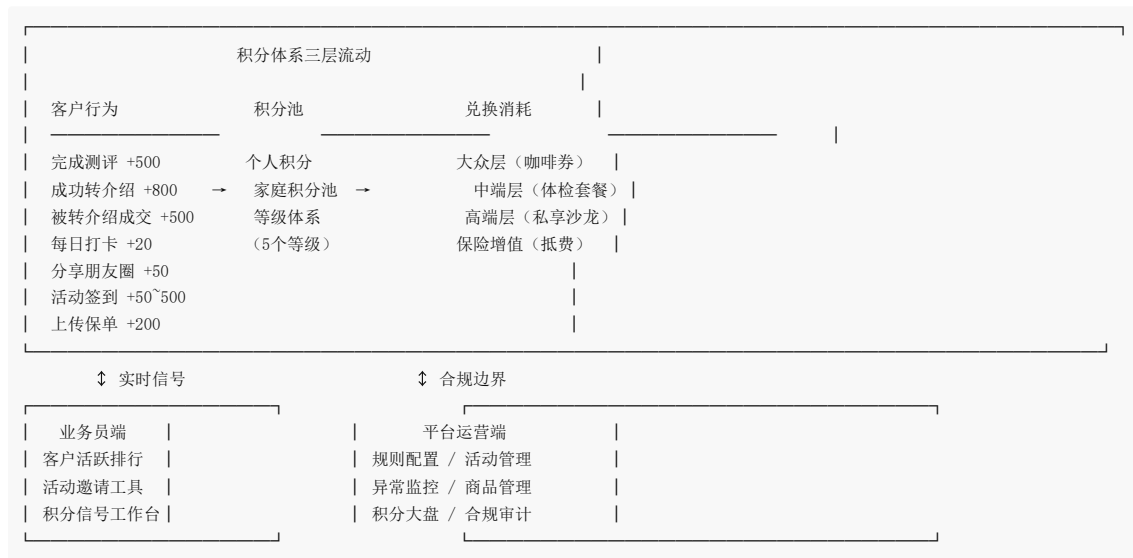


积分与活动体系 — 三端详细设计规范

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:

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

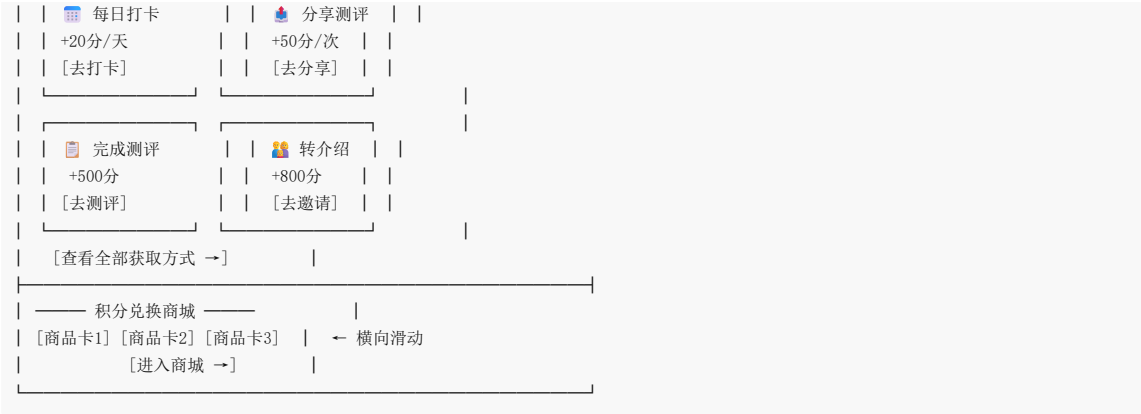
第一部分：客户端设计 (H5 + 微信小程序)

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。

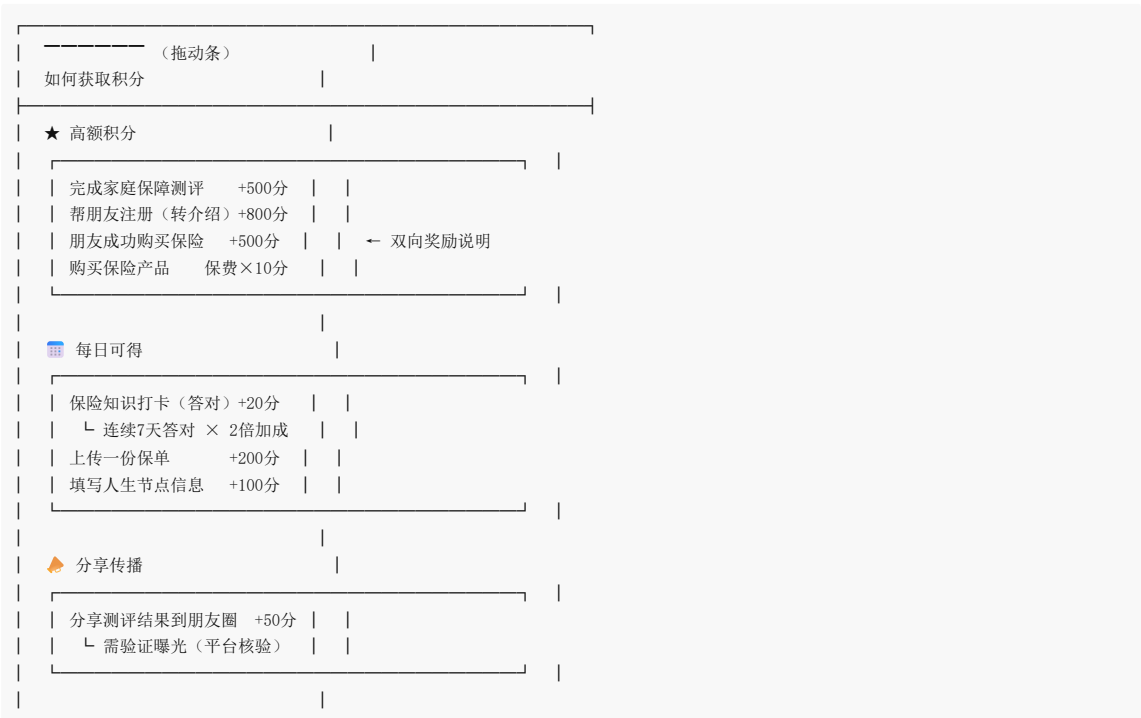
积分状态文案：

- 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：



第 2 题 / 3 题		●●○		← 进度指示点	
<p>王女士住院了，结果发现买的该产品实际赔付 0 元。最可能的原因是？</p>					
(最低阅读时长：15秒，倒计时)		← 防刷分：最低阅读时长			
<p>A 她买的是意外险，不含住院 B 等待期内住院，不在理赔范围 C 保额不足，只赔了一部分 D 医院不在社保定点范围内</p>					

状态 C：答对反馈

✔ 答对了！	← 守护绿背景，从顶部滑入
+20 积分 已到账	

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	← 极淡红背景 #FFF0F0
不得积分，但可以重做一次	

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	

6	李国华	连续 2天	60分	
•	•	•		
🔥	你	第 4 名	连续 5天 180分	← 本人位置固定显示 (超越了 60% 的圈友)
本周榜单更新：每天 00:00				
[分享我的排名] [邀请朋友加入]				

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：

积分兑换商城

搜索

当前积分：2,840 分

全部

生活优惠

健康服务

专业咨询

保险权益

沙龙名额

← 分层Tab

推荐（根据积分等级个性化）

体检券图

咖啡券图

家庭体检套餐

瑞幸咖啡券

1,200分

150分

价值 ¥298

价值 ¥22

兑换

兑换

健康服务（林姐最爱）

家庭年度体检套餐

1,200分

法律咨询1小时

800分

在线问诊3次

600分

生活优惠（小王专属）

瑞幸咖啡券×5

300分

视频平台会员月卡

200分

健身课体验券

400分

仅限守护家（张总专享）

🔒 需守护家等级解锁

私享财富管理沙龙名额

2,500分

高端健康管理年卡

3,000分

← 模糊展示，激励升级

保险增值

1年意外险（平台版）

1,200分

续费保费抵扣（上限20%）

需联系

← 需合作险企授权

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）：

[商品图 80px×80px]

家庭体检套餐（爱康国宾）

消耗积分：1,200 分

兑换后剩余：1,640 分

使用说明：兑换后24小时内发送
兑换码到绑定手机号，有效期90天

[取消]

[确认兑换]

兑换成功页：

确认兑换后 → 全屏庆典动效（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：

← 家庭守护圈

家庭积分池

16,340 分 ← 大数字，DIN Bold

家庭等级：[金卡守护家庭]

👤 王建国（我） 8,200分 户主

👤 林晓月（妻子） 5,800分

👤 王小宝（孩子） 2,340分

[管理家庭成员]

— 共同目标进度 —

🎯 家庭健康体检套餐

需要 20,000分 已有 16,340分

82%

还差 3,660分 / 预计 18 天完成

[改变目标] [提前兑换]

— 最近积分动态 —

👤 林晓月 完成今日打卡 +20分

👤 王小宝 上传保单 +200分

👤 王建国 参加活动签到 +300分

[邀请家人加入] [转出积分给家人]

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：

← 积分记录

[全部] [获得] [消耗] [过期]

← 筛选Tab

2026年2月

完成家庭保障测评 +500分

2026-02-19 10:24

余额：2,840分

每日打卡（连续7天奖励）+40分

2026-02-18 09:15

余额：2,340分

← 说明倍数原因

兑换：体检券 -1,200分

2026-02-15 14:32

← 红色负数

转介绍成功（张三注册）+800分

2026-02-10 16:00

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：

← 精选活动

[全部] [进行中] [即将开始] [往期]

— 推荐参加 —

[活动封面图，16:9]

🔥 保险知识闯关大赛

线上测评 • 30秒测评 • +200分

已有 1,234 人参加

截止：2026-02-25

[立即参加]

— 线下活动 —

家庭健康与保障讲座	
📍 上海 • 静安区 • 2026-02-22	
专业医生主讲 • 签到 +300分	
剩余名额: 12 位	
[我的业务员可帮助报名]	← 需业务员邀请

— 即将开始 —	
直播问答专场: 重疾险大揭秘	
2026-02-26 20:00 • 参与 +100分	
[预约提醒]	

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：

←	
[活动封面大图, 全宽, 高200px]	

保险知识闯关大赛	
线上测评 • 2026-02-20 限时开放	

✅ 参与完成得 +200 积分	
🏆 全圈第1名额外得 +100 积分	
👉 分享结果到朋友圈 +50 积分	

活动规则:	
• 共 10 道选择题	
• 全程约 5 分钟	
• 答题结束生成个人保险知识报告	
• 报告可分享到朋友圈	

已有 1,234 人参加	
[王女士] [张先生] [李先生] +更多	← 头像墙 (社会证明)

[立即开始测评]	← 主按钮, 全宽
分享给朋友, 一起参加 [分享]	

测评结束 → 结果页 (核心传播设计)：

你的保险知识水平:	
★★★★☆	
82 分	
「保险达人」	
超过了 78% 的参与者	
强项: 理赔流程 ✅ 意外险 ✅	
盲区: 等待期机制 ⚠️	
+200 积分 已到账 🎉	

[生成专属知识报告图]	← 一键生成海报
[分享到朋友圈 +50积分]	
[测测你家的保障缺口 →]	← 引流测评漏斗

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

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] [按打卡天数]

← 切换排序维度

排名	客户	本周积分	状态	
	林晓月	380分	🔥 活跃	
	张建国	320分	✅ 正常	
	王美华	260分	✅ 正常	
4	陈志远	180分	✅ 正常	
5	孙红梅	120分	⚠️ 降温	← 橙色：本周下降明显
6	李国华	60分	🔴 冷却	← 红色：连续3天无行为
• • • • •				
15	赵大明	0分	❄️ 沉睡	← 灰色：7天无行为
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	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：

● 高意向 · 仪表盘行为

NOW

[林晓月头像] 林晓月

连续 3 天查看「养老保障」维度

上次沟通：14 天前

推荐话题：养老年金规划

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]

● 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：

← 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	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 4/7 完成	
<div><div></div><div></div></div> 今日打卡（业务员也有打卡）		← 业务员账号也参与知识体系
<div><div></div><div></div></div> 发送1篇保险内容给客户		
<div><div></div><div></div></div> 邀请3位客户参加本周活动		← 活动邀请任务
<div><div></div><div></div></div> 跟进今日冷却客户（2人）		
<div><div></div><div></div></div> 记录1个客户人生节点		← 积分奖励：客户填写节点
<div><div></div><div></div></div> 完成1次计划书制作		
<div><div></div><div></div></div> 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

行为积分配置表（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		合规登记								
首次行为	完成注册	100	1次		启用	无													

	首次行为	完成首次测评	500	1次	✔启用	首次唯一			
	学习打卡	每日知识打卡	20	60分	✔启用	最低15秒/题			
	学习打卡	连续7天×倍率	2×	—	✔启用	倍率叠加到基础分			
	内容互动	上传保单OCR	200	1次	✔启用	需实名验证			
	内容互动	填写人生节点	100	5次	✔启用	按节点类型不重复			
	内容互动	分享测评朋友圈	50	1次	✔启用	需验证曝光			
	社交裂变	成功转介绍注册	800	5次	✔启用	被邀请方实名注册			
	社交裂变	被邀请方成交	500	—次	✔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	✔启用	GPS定位验证			
	活动参与	线上测评活动	200	1次	✔启用	按活动ID去重			
	活动参与	直播答题	100	1次	✔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：

[20]

分/次

每日上限：

[60]

分（3题全对上限）

规则说明：

[最低阅读时长 15 秒/题，错误可重做但不得分]

连续奖励设置：

连续 [7] 天，倍率 [2] ×

状态：

●

启用

○

禁用

生效时间：

[立即生效]

○

[定时生效：_____]

合规备注：

[按设备指纹去重，同IP 24h上限 5 个账号]

[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：

[12]

个月（无任何活跃行为则过期）

活跃续期时长：

[6]

个月（任意积分行为触发续期）

年末集中提醒时间：

每年 [12] 月 [1] 日 开始

提醒频次：

首次提醒 + [30] 天 + [7] 天 + [1] 天

提醒文案：

[你有 {N} 分将在 {day} 天后到期，去换个好东西吧 →]

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）：

保险知识闯关大赛 [进行中]										[下线活动]											
关键指标（实时）																					
参与人数		完成率		平均得分		分享次数		带来新注册													
1,234人		82%		74.3分		456次		23人													
积分发放总计：																					
参与积分		246,800分		分享积分		22,800分		排名奖励		1,000分											
参与趋势（折线图）																					
Top 5 题目错误率（柱状图）																					
归因来源：																					
业务员邀请		67%		平台推送		20%		自然流入		13%											
Top 3 邀请业务员：刘哥										234人		陈总监		123人		...					

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	✅上架	[编辑][下架]
视频会员月	大众	200	无限	567	✅上架	[编辑][下架]
家庭体检券	中端	1,200	50	23	✅上架	[编辑][下架]
法律咨询	中端	800	100	45	✅上架	[编辑][下架]
私享沙龙券	高端	2,500	10	2	🔒守护	[编辑][下架]
意外险1年	保险	1,200	无限	89	⚠️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）：

积分大盘					本周 ▼	[2026-02-17 ~ 02-23]		更新：5分钟前	
总流通积分		今日发放		今日消耗		今日净增		冻结积分（异常）	
18,340,000		234,500		89,200		+145,300		12,300	
↑ 3.2%周环比		↑ 12%昨日						[查看明细]	
积分流通趋势（7日）					等级分布（饼图）				
[面积图：发放量/消耗量双Y轴]					●普通 45% ●银卡 32%				
					●金卡 15% ●钻石 7% ●守护家1%				
获取行为分布（本周）					兑换热度 TOP 5				
[横向条形图]					1. 家庭体检券 234次				
打卡学习 45%					2. 咖啡券 567次				
完成测评 22%					3. 法律咨询 89次				
活动参与 18%					4. 视频会员 456次				
转介绍奖励 10%					5. 意外险1年 45次				
其他 5%									
月度积分发放量趋势（柱状图，12个月）									

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）：



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（促成交易）	✗ 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！🏆 [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）：

1. 学习积分（完成1篇知识文章得10分，每日上限30分）
2. 活动签到积分（线下/线上活动签到50分）
3. 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 成功标准达成后，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](#)