

电商推广服务 业务介绍



什么是电商推广服务

将孵化企业的商品上架到自有电商店铺，通过店铺流量完成销售转化，收取推广服务费用

不是代运营

-  企业无需入驻平台
-  企业无需开店
-  企业无需管理店铺

而是推广服务

-  企业只需提供商品和资质
-  我们负责上架到售出全过程
-  商品归属企业，店铺归属我们

我们是推广服务商，不是店铺代运营——商品归属企业，店铺归属我们

软件产品

技术专利

企业服务

数字工具

这项服务为客户解决什么

企业客户在推广产品时普遍面临**三大难题**

入驻门槛高



难题

电商平台开店流程繁琐、资质要求复杂，企业无力应对



解决

企业无需入驻任何平台，零门槛启动推广

运营成本大



难题

自建电商团队需要运营、设计、客服等多岗位，投入产出比难以保证



解决

借力我们已有店铺的成熟流量，商品快速获得曝光

流量获取难



难题

新店铺缺乏权重积累，商品难以获得曝光，有产品没订单



解决

企业只需提供产品，推广执行全部由我们完成

让企业用**最低的成本**，把产品推到**最多的买家**面前

企业专注产品，我们专注卖货——分工明确效率更高

业务流程全景图

企业专注产品，我们专注卖货， 分工明确效率更高



需求对接

企业提交商品资料，评估推广可行性



签约授权

签订服务协议，获得上架销售授权



商品上架

发布至京东、拼多多、腾讯云等平台店铺



推广运营

店铺流量+活动资源，推动曝光转化



结算分账

按协议约定比例进行收益结算

三大推广平台概览

三个主流平台，承载企业商品**推广需求**



京东

- 用户对**正品信任度高**，客单价高
- 适合**品牌型商品**推广
- 平台强调品质与服务，尤其适合软件、专利等高价值产品展示

品牌型商品

软件

专利



拼多多

- 用户基数庞大，**社交裂变能力强**
- 适合**标准化商品**快速起量
- 活动资源丰富，能以较低成本获取大量曝光

标准化商品

服务套餐



腾讯云

- 聚焦技术生态，面向**企业用户群体**
- 适合**SaaS工具**、**技术专利**等专业产品推广
- 用户决策链路更短

SaaS工具

技术专利

选平台的核心依据：**商品类型决定主力平台**，三个平台互为补充

平台特点对比表

高价值上京东，快起量上拼多多，技术流上腾讯云

对比维度	京东	拼多多	腾讯云
用户特征	品质导向、中高收入	性价比导向、覆盖面广	企业用户、技术人群
适用商品	品牌型软件、专利	标准化工具、服务套餐	SaaS产品、技术方案
推广方式	店铺自然流量、活动报名	活动资源位、社交裂变	平台生态内推荐与曝光

京东 — 品质信任

适合售价较高的软件授权、专利许可类商品

拼多多 — 规模覆盖

适合低价高频的服务套餐类商品

腾讯云 — 专业匹配

适合面向企业客户的数字化工具

推广服务收费标准

固定服务费模式

收费金额：待补充

按月/按项目，具体金额待定

结算周期：待补充

适合：推广周期明确、预期销量稳定的商品

服务费加销售分成模式

基础服务费：待补充

分成比例：待补充

根据商品类型、售价、推广难度综合评估

结算方式：待补充

适合：新商品试水、双方利益深度绑定的场景

选择建议：新商品先用分成模式降低企业前期成本，成熟商品再用固定模式简化结算

收费模式对比表

不确定好不好卖的，用**分成模式**降低门槛；确定性强的，用**固定模式**锁定成本

收费模式对比

对比维度	固定服务费模式	服务费加分成模式
费用构成	固定金额（具体金额待补充），按月或按项目结算	基础费（待补充）加销售额百分比（比例待补充）
企业前期成本	相对明确，可预算	较低，随销量浮动
适用商品	销量稳定、周期明确的商品	新品推广、销量波动大的商品
双方风险	企业承担销售风险	双方共担，利益一致

注：标注"待补充"的金额与比例，将在收费标准正式确定后更新



灵活切换

两种模式均可根据合作周期灵活切换，企业可随时调整



无隐藏费用

所有收费标准在签约前明确写入协议，无隐藏费用

可上架推广的商品类型

四大类商品均可上架推广



软件产品

SaaS工具、效率软件、办公套件、行业专用软件等

以激活码或账号形式交付

激活码

账号



技术专利

已获授权的发明专利、实用新型专利

以专利许可或转让形式推广

专利许可

转让



数字服务

技术开发服务、设计服务、咨询服务、培训课程等

以服务套餐形式上架

服务套餐



标准化商品

智能硬件、数字化设备、技术周边产品等

有实物交付的商品

实物交付

判断口诀：能标准化交付、有明确使用价值、不涉及特殊行业许可的商品，都可以推广

不可上架的商品类型

拿不准的不接，资质不全的不接，有合规风险的不接

平台禁售品类

-  食品保健品
-  药品医疗器械
-  化妆品
-  烟草酒类等需特殊许可品类

内容合规风险类

-  涉及政治敏感
-  虚假宣传
-  侵权盗版
-  色情暴力的任何商品

不可标准化交付类

-  纯定制化服务
-  线下实体经营项目
-  无法明确描述的商品

红线与建议



签约前审核商品资料



确保知识产权归属清晰



红线原则：三不接

电商推广服务， 让好产品被看见

企业专注做好产品，推广的事交给我们

