

BUSINESS ACTIVITY
PLANNING

2026

城市合伙人计划

盟日云逛街平台——到店活动业务筹备中
诚邀个人活动方、文化传播公司合作

星煜盟达科技 2026.9.5

目录

DIRECTORY

业务概述

业务内容

运作方式

细节把控

投入成本

预期收益



01

业务概述

- 市场背景
- 宗旨和目标
- 商业目的
- 产品介绍
- 代理资质
- 目标计划

市场背景

人民需要

人们生活压力大，
需要扩展社交圈，
交换思想，体验不同
的生活，科技不能取
代工业，但能取代
服务业

社会需要

线下公共场所，
民众能保持良好秩
序，相信线上自治的
形成安全应急响应

商家需要

线下门店回暖动力
不足，消费集中流
需，线上转化率在成
本高转率低

国家需要

政府出台许多拉动
内需，扶持实体经济
举措，发展文旅产业

存在弊端

本地生活平台或带
货达人，利润两极化，
高抽佣，共同富裕
加剧不利于共同富裕



产品介绍

我们将推出“自助广播站”小程序，帮助活动方更好地管理参与人员，以及成员之间更便捷地沟通互动



使用场景

活动助手



路线指引



广播互助



宗旨和目标

01

Colorful Life

Business Goals

Social Value

03



让生活精彩

参与门槛低，有安全 and 质量保障，让人们尽情感受丰富多彩的生活



达成商业目标

要让平台代理商，活动方，商家都能获取利益



激发消费活力

社交场景消费为线下门店带来实实在在的客流量，并产生新的创业机会

商业目的

平台推广

1

为了推广“盟日”云逛街平台和后续开展电商业务

提升门店销售额

2

活动串联多个线下场所，直接为门店带来客源



开发新客

3

通过策划活动让消费者体验从未了解过的产品和服务，为复购带来可能

带动消费

4

除了活动套餐内消费，客户也会产生更多消费需求

目标计划

产品计划上线时间：**2026.10**现需招募城市代理运营商，一个月内完成所辖区域各类活动方的入驻认证



任务时间

承接代理授权起一个月内



任务范围

一般为市级代理，一线城市以区为单位



招募对象

14个类别活动方：
快闪，相亲，运动，
音乐，文艺，游戏，
亲子，传统，商务，
公益，旅游，剧本，
周边游，慢生活



结果导向

规定时间未完成招募
将增派人手，2倍时间
仍未完成，退回一半
代理费取消代理资格

代理资质

代理商为文化传播公司法人，并缴纳代理费5000元 (可0成本启动，代理费在后续收入中按10%扣除)

活动策划、执行经验

丰富的不同规模活动举办经验，对不同状况有预防应对措施



良好的职业素养

严谨细致的执行态度，组织协调能力，商务谈判能力，品牌意识，敏感的商业嗅觉



文娱行业相关资质

网络经营性文化许可证
营业性演出许可证
广播电视节目制作经营许可证



一定的行业资源

活动用户资源和合作商资源，产业链资源





02

业务内容

- 代理商定位
- 工作内容
- 进度规划
- 执行策略

代理商定位

活动品牌孵化 导师



活动主旨

休闲交友、体验生活



兴趣导向

专注爱好、用心生活

工作内容

招募活动方

发布招募信息和通过社交媒体主动寻找活动方

认证签约

确认活动方身份，了解活动内容，介绍平台，完成入驻签约

运营培训

进行活动策划、组织、宣传、安全培训，品牌规划



运营监管

监管活动方执行情况，提供意外状况防范补救措施

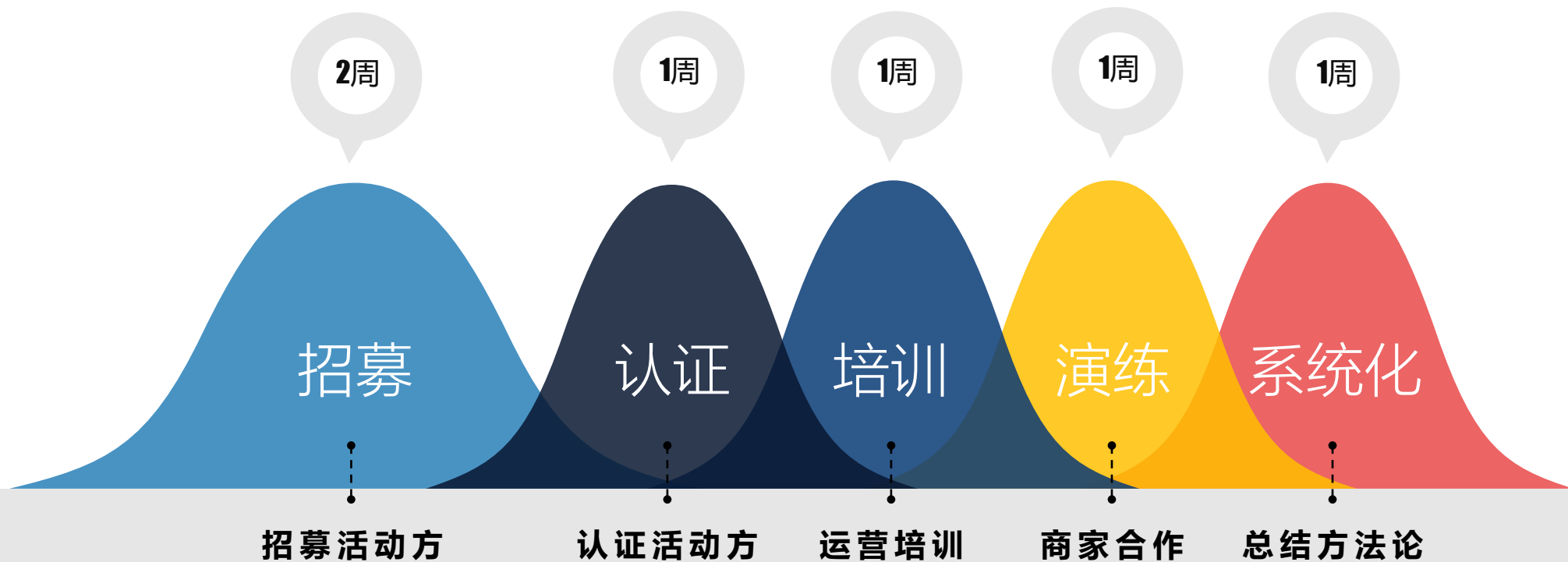
活动品牌孵化

创建活动品牌招加盟商，或帮助活动方做品牌策划

商务合作

协调商家、活动方、用户三者关系，与商家保持良好沟通方便开展后续业务

进度规划



任务期限：2026.9.4-3026.10.15

执行策略



因地制宜，定制活动

以用户兴趣爱好为出发点，结合每个场馆特色定制活动内容，不能出现推销行为，保持轻松愉快的氛围



打造案例，制定标准

每场活动的价值不能停留在活动结束后，必须自媒体记录活动，形成长尾效应，必须保留用户反馈通道，不断积累经验提升用户体验



监管得力，事半功倍

时刻关注活动动向，帮助优秀者发展更好，去除糟粕，管理者越公正，越坚守原则，越能够生根发芽，不可撼动



03

运作方式

- 广告宣传
- 活动方管理
- 定价标准
- 商家合作
- 品牌孵化

广告宣传

1

自媒体宣传

通过自媒体发布招募信息，案例宣传，介绍平台模式和前景，吸引活动方

3

广告投放

适量投放SEO，信息流广告，线下广告

2

社交媒体

通过各种社交媒体平台主动寻找优质活动方和传播产品使用场景

4

线下推广

组织活动和商家合作过程中推广平台

活动方管理

入驻认证

活动方有稳定的社会身份，有一定客群资源，有活动执行能力，活动内容不违法

运营培训

培训活动策划、组织、宣传、安全，品牌规划，商家合作等基于平台的运营方法

认证

培训

管理

品牌化

监督活动方处理客户投诉和安全问题，自媒体宣传活动案例，整理合作商家信息，进行大客户谈判

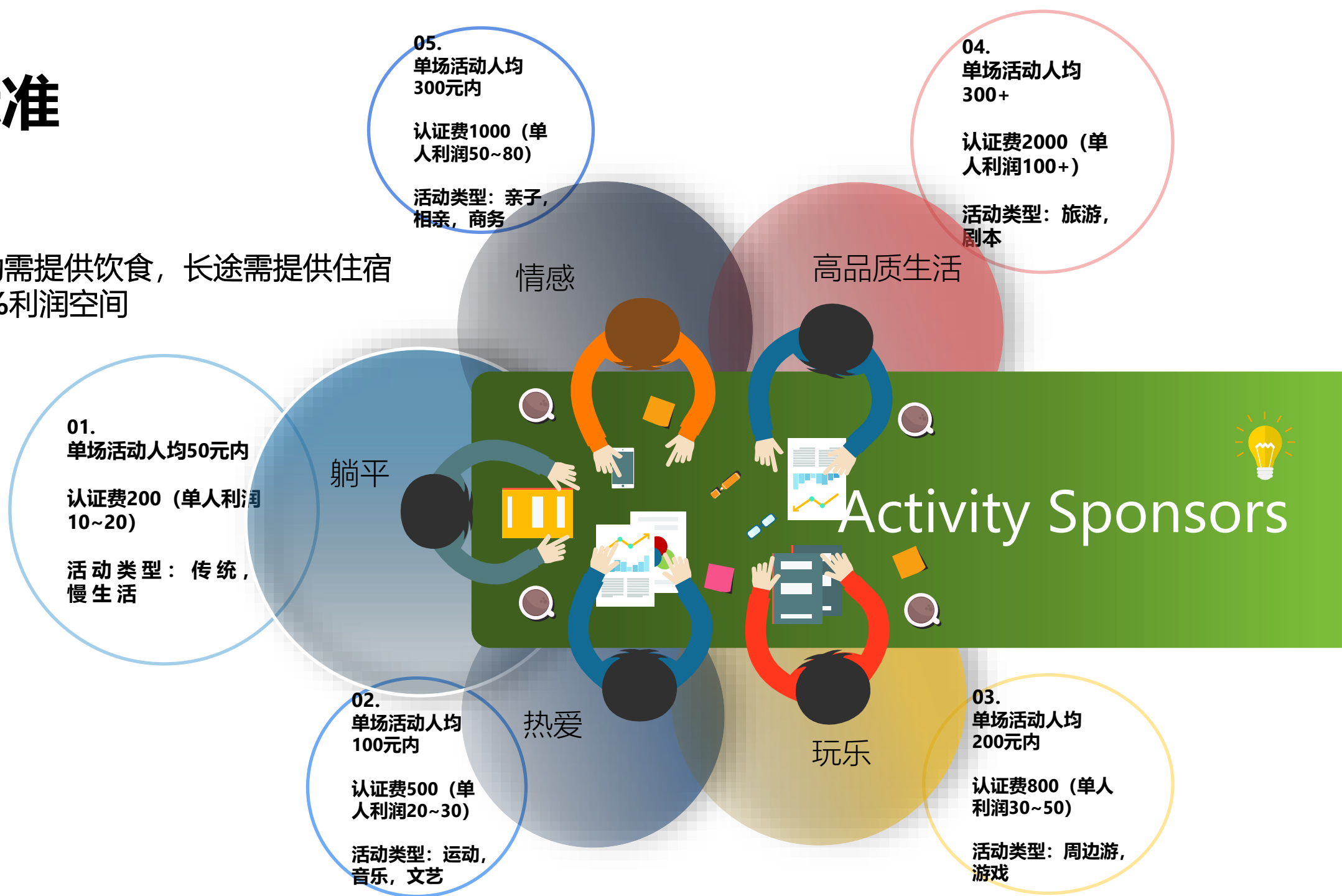
运营管理

通过提炼活动精髓提供品牌化指导，或创建自营品牌将活动方发展为加盟商

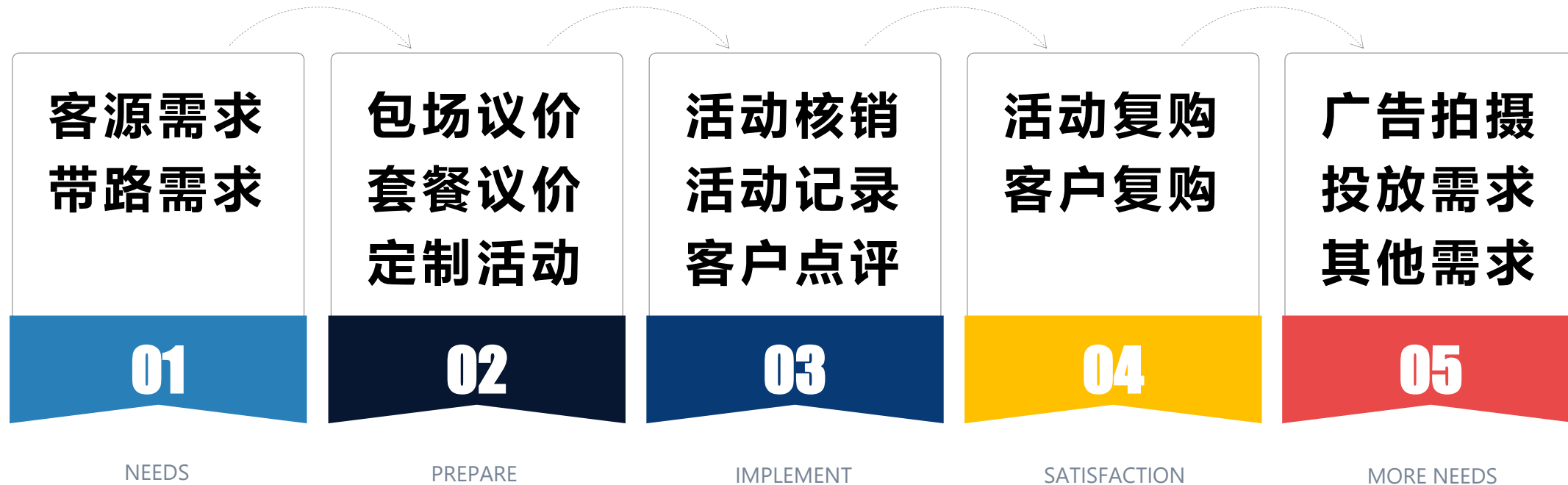
品牌孵化培训

定价标准

所有收费活动需提供饮食，长途需提供住宿
建议预留**30%**利润空间



商家合作



活动品牌孵化



品牌保护

活动品牌在规划期就受到平台保护，排除直接竞争对手，品牌0-1快扩张，不限制私域搭建



品牌化路线

自营品牌扩张

包装具有鲜明记忆点的活动方案，整合资源，输出运营标准，赋能活动方

品牌策划服务

帮助活动方包装活动品牌，提供营销策划服务



04

问题及细节把控

- 不确定因素
- 损耗问题
- 应变措施
- 执行细节

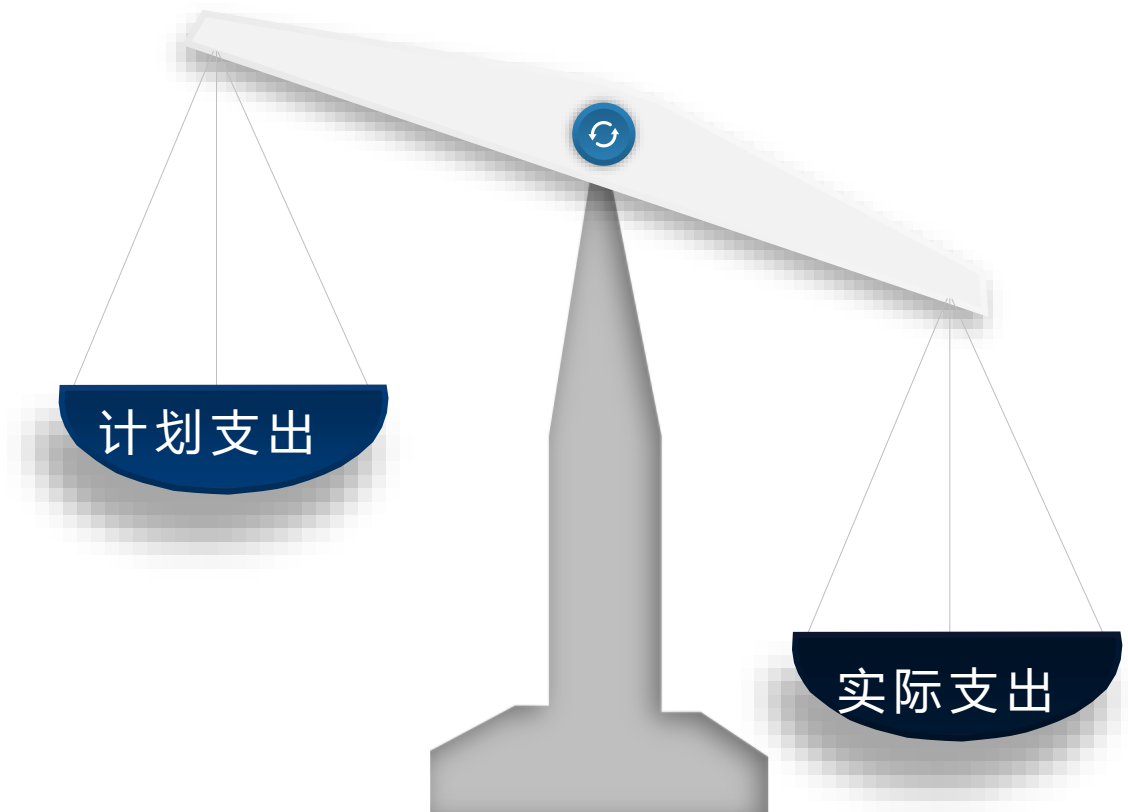
不确定因素



防范补救预案

防止这些问题导致活动计划中止或取消，制订备选方案

损耗问题



活动用品损耗

客户使用器材不当造成损坏，或使用物品超出准备用量

人力损耗

准备和执行活动做的其他努力超出人工成本预期

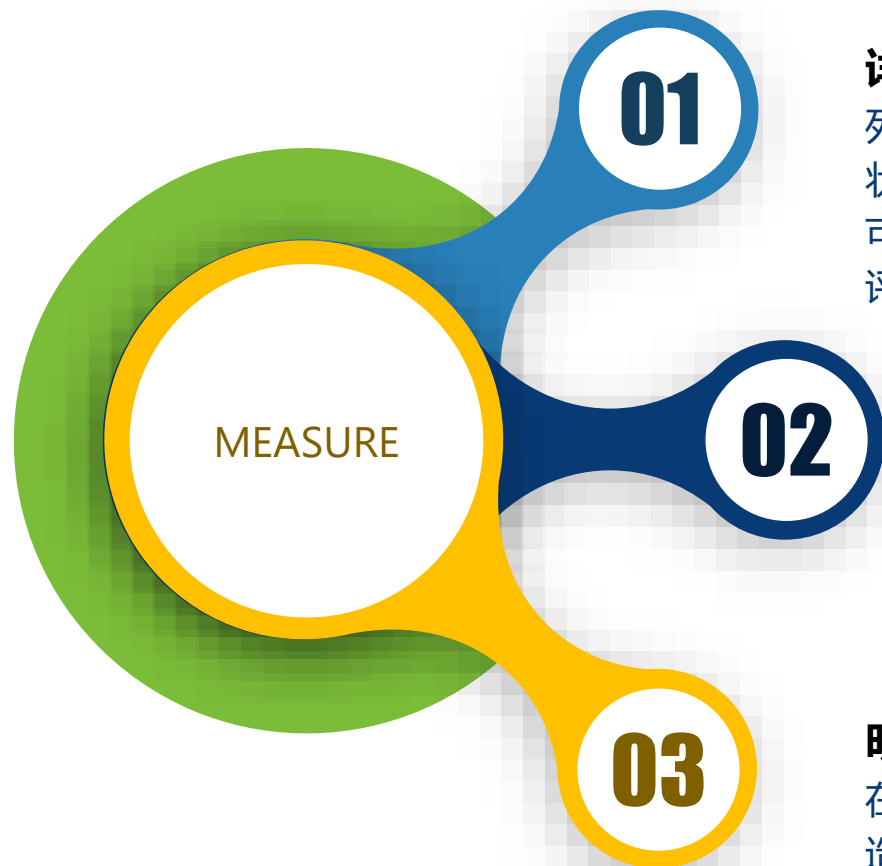
其它损耗

客户爽约造成承包场地等损失，客户超出预订套餐外花费

执行细节



应对措施



详尽的计划方案

列出各种可能的突发状况和应对措施，对可能超出预算的部分评估效益和改进方法

与客户提前约定

保持良好互动提高客户积极性，提醒注意事项和套餐内容，培训新手使用活动用具

明确客户的权益

在提示到位的前提下造成的花费由客户承担



05

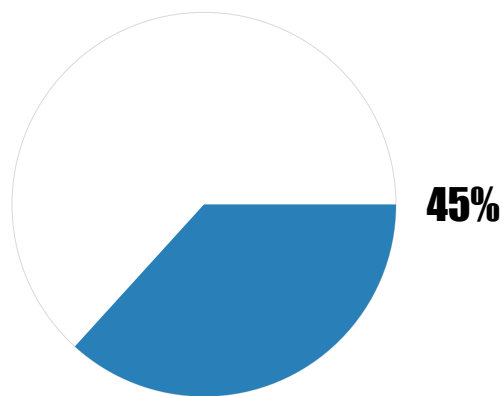
投入成本

● 成本控制

● 物料清单

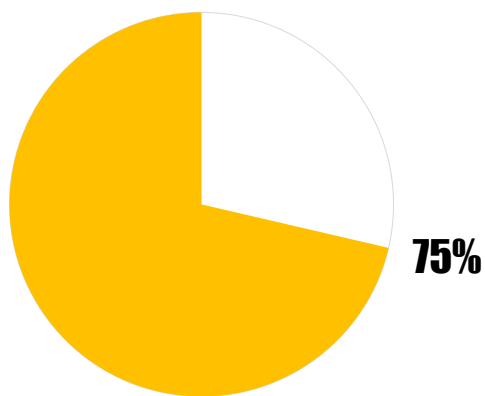
● 其它成本

成本控制



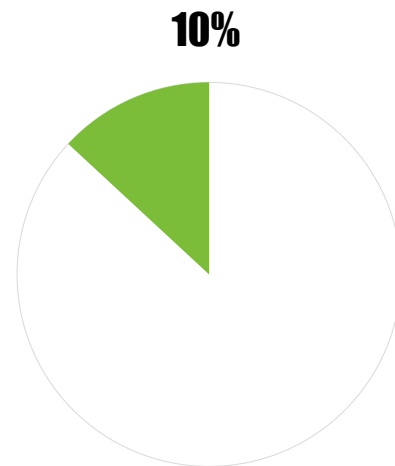
人工成本

降低人工成本
使用科技产品



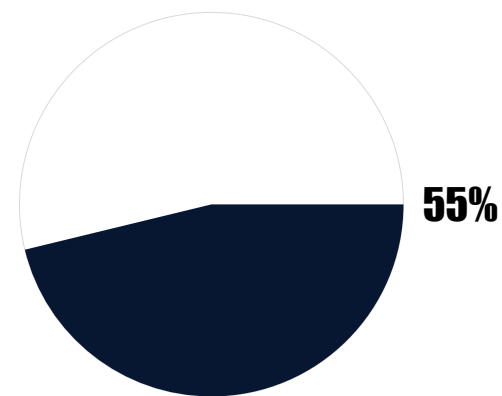
办公成本

降低办公耗材
数字化办公



宣传成本

降低广告成本
利用自身渠道



差旅成本

减少不必要的
差旅出行

运营成本



其它成本

器材折旧

增加宣传任务
造成的设备损
耗

01



原有成本

原有的办公、
场租、人工等
成本

02



其它成本

耽搁其他业务
进度

03





06

预期收益

- 收益构成
- 利润分配
- 业绩评估
- 增长空间

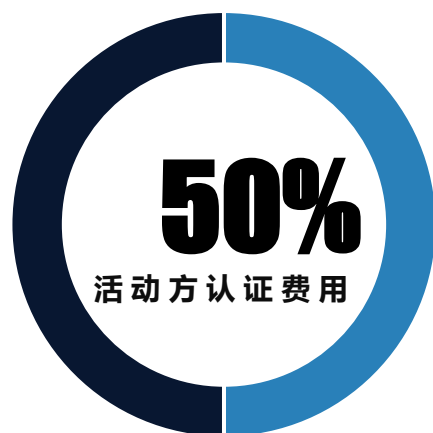
收益构成



利润分配

支持活动方0成本启动，认证费在后续收入中按10%扣除

认证费



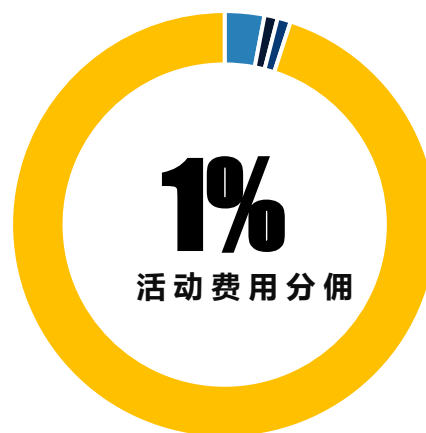
■ 平台 ■ 代理商

¥ 5250首月

短期收益

14个类型活动方至少各招募一名

活动费



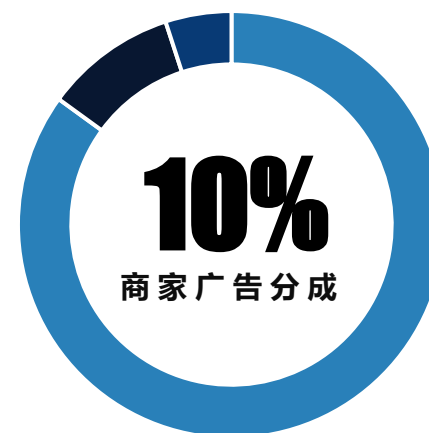
■ 平台3% ■ 代理商1% ■ 分享者1% ■ 活动方95%

¥ 1095/月

长期收益

假设每个活动方每月组织50人活动，收费为上限的70%

广告费



■ 平台85% ■ 代理商10% ■ 活动方5%

?

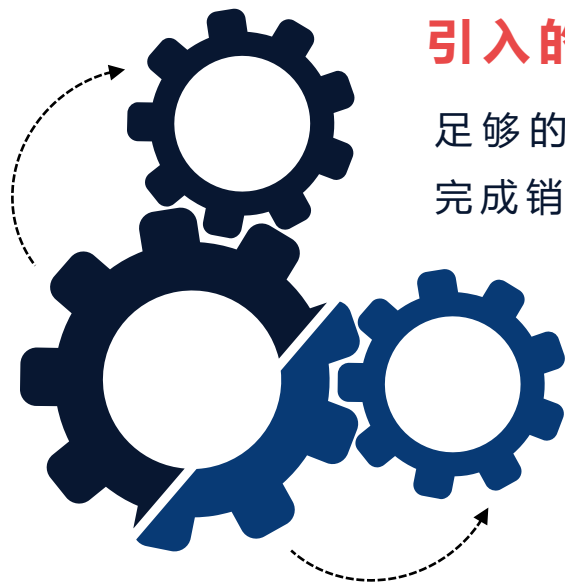
补充收益

随着平台精细化运营，三方共同努力，将产生广告收益

业绩评估

认证的活动方数量

引入活动方会带来更多用户，同时合作商家需求量增长，需甄别活动方质量，否则低质量的活动方只会消耗整体效益



引入的用户量

足够的用户量且不断涌入新用户才能持续完成销售目标

合作的商家数量

与尽可能多的商家合作有利于场地备选方案安排

增长空间



实体电商

提供商企宣传片拍摄，营销服务，商业活动直播



摆摊上云

摊位认证，提供摆摊设施，实现线上销售

写在结尾

如果出现平台收益不足以覆盖运营成本的情况
我们不会提高抽佣比例，而是积极寻找新的增长点

您带给我精彩，我回馈您惊喜

谢谢!

Thank you!

星煜
盟达



“盟曰”云逛街——实现从线上获得真实的逛街体验

星煜盟达科技