解决方案实践

数云快消行业 BC 一体化会员运营解决方案实践

文档版本 1.0

发布日期 2025-05-09

华为技术有限公司

版权所有 © 华为技术有限公司 2025。 保留一切权利。

非经本公司书面许可，任何单位和个人不得擅自摘抄、复制本文档内容的部分或全部，并不得以任何形式传播。

商标声明

和其他华为商标均为华为技术有限公司的商标。
本文档提及的其他所有商标或注册商标，由各自的所有人拥有。

注意

您购买的产品、服务或特性等应受华为公司商业合同和条款的约束，本文档中描述的全部或部分产品、服务或特性可能不在您的购买或使用范围之内。除非合同另有约定，华为公司对本文档内容不做任何明示或暗示的声明或保证。

由于产品版本升级或其他原因，本文档内容会不定期进行更新。除非另有约定，本文档仅作为使用指导，本文档中的所有陈述、信息和建议不构成任何明示或暗示的担保。

安全声明

漏洞处理流程

华为公司对产品漏洞管理的规定以“漏洞处理流程”为准，该流程的详细内容请参见如下网址：
https://www.huawei.com/cn/psirt/vul-response-process
如企业客户须获取漏洞信息，请参见如下网址：
https://securitybulletin.huawei.com/enterprise/cn/security-advisory

版权所有 © 华为技术有限公司

目 录

1 方案概述 1
2 资源和成本规划 4
3 实施步骤 8
3.1 会员平台功能 8
3.2 智慧防伪追溯平台 13
3.3 码智能营销系统 21
3.4 渠道数智化营销（小 b 端活动） 26
4 修订记录 38

版权所有 © 华为技术有限公司

1 方案概述

应用场景

【场景1】构建会员生命周期运营体系，带动用户复购和客单提升

细分行业：

食品/饮料/乳制品等，典型客户包括：可口可乐、三得利、健达、飞鹤、君乐宝等。

客户年营收>5亿，30亿以上最佳。

面向客户的决策部门包括：信息部门、市场部门、会员部、数字化部门。

客户痛点：

- 线下通过各种场景的营销活动提高消费者活跃度和品牌体验，如各类微信小程序、支付宝小程序、UTC扫码等为载体，各类活动繁杂，数据碎片化。
- 线上涉及国内主流电商平台和短视频等公域平台。
- 缺少统一的会员体系设计，会员身份没有进行分层，如高价值会员和普通粉丝没有区分，不能更好地支撑精细化的运营。
- 大型食品集团，各品牌与集团重复数字化建设，难以形成优势互补。

通过本方案实现的业务效果：

- 会员一体化：线下会员标准体系的建立，线下线上多渠道会员的整合，会员运营体系统一规划，包括等级制度、积分制度、权益管理体系。
- 场景数据化：线上线下多渠道交易、互动统一线上化和数字化，建立会员标签体系和完善的会员画像。
- 通过自动化工具，实现会员的标准触达和精细化运营。
- 实现集团和品牌有效协同，消费者运营可分可合。通过整合集团资源为各品牌/事业部拉新，带动业务增长。

【场景2】构建品牌商品和渠道数字化服务体系，实现商品流通有序，费用投放有效

细分行业：

啤酒/白酒/洋酒等，典型客户包括：雪花、百威、劲牌、习酒等。

客户年营收>5亿，30亿以上最佳。

面向客户的决策部门包括：信息部门、数字化部门、渠道销售部门、品牌总经理。

版权所有 © 华为技术有限公司

客户痛点：

- 多层级经销模式；渠道窜货，造成商品乱价。
- 难以掌握动销数据，终端库存难以洞察。
- 缺少营销系统和营销数据的支撑，使得营销费用的投放难以高效标准。
- 难以直连消费者，难以有效抓住核心人群，传递品牌价值，实现流量转化。

通过本方案实现的业务效果：

- 通过一物一码打通经销商、终端门店、和消费者全链路数据。
- 实现核心终端识别，渠道窜货冲突降低。
- 形成对终端全方位认知画像，依据终端生命周期，分层运营，通过忠诚度计划，实现终端有效激励。
- 通过BC联动，赋能小b开箱上架，进一步提升消费者对产品的认知和购买力。

方案架构

业务架构

图 1-1 业务架构图

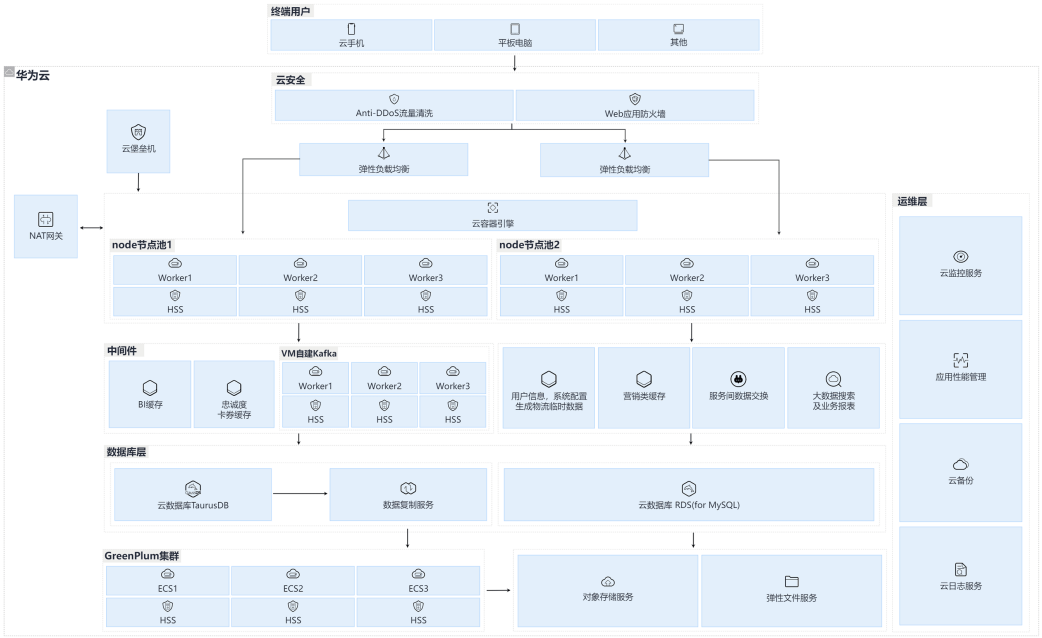
本方案以华为云为计算底座，面向快消行业，消费者，终端门店，业务员，经销商BC一体化的会员运营解决方案，打通线上电商数据，线下扫码活动数据。

通过CRM，CDP、物码管理等软件产品，为消费品和零售品牌构建会员管理平台、智慧防伪追溯平台、BC联动运营平台。

部署架构

版权所有 © 华为技术有限公司

图 1-2 部署架构图



- 通过使用CCE，实现高效交付，实现容器化部署，简化运维；
- 利用TaurusDB的读写分离架构，前端用户高并发访问时，可以快速扩展读实例；
- 通过使用Anti-DDOS+WAF，提升平台安全性，降低流量攻击风险；
- 通过LTS+CES+APM，组合监控系统，降低监控和运维的复杂度；
- 通过使用CSS，实现大数据搜索及业务报表；

方案优势

- **具备连接主流互联网平台资质：**数云具备连结主流互联网平台生态，包括线上涉及国内主流电商平台和短视频等公域平台，能够帮助消费品牌进行线上，线下全渠道数据打通的能力（其他友商，需要整合第三方进行集成，才可提供类似方案）；
- **同时提供软件系统+运营服务：**数云可同时提供软件系统建设+运营服务，为品牌提供更完整闭环的业务支持，（其他友商更多以单一系统建设，或者单一运营服务为主），帮助消费品牌构建数据驱动的会员数字化能力。
- **帮助客户在营销领域实现降本增效：**(1) 通过物码系统，实现商品流通可追踪，实现窜货率降低15%，渠道营销费效提升20%；(2) 通过线上线下跨渠道数据打通，构建消费者画像和标签体系，实现千人千面的标准营销，实现客单价提升10%、会员活跃度提升30%和复购率提升20%。（3）通过数据洞察，辅助管理层业务决策，解决业务决策难，效果反馈慢的痛点。
- **高并发支撑，安全可靠：**结合华为云CCE、TaurusDB等服务，可以快速弹性伸缩，存算分离，快速添加只读节点，支撑千万级会员数据量，百万级并发权益计算等；基于华为云WEB应用防火墙和企业主机安全HSS安全防护能力，构建全方位防护和标准高效的威胁检测平台，快速实现漏洞恢复。

版权所有 © 华为技术有限公司

2 资源和成本规划

类型	规格	数量	计费模式	是否必选	价格(元/年)
Web应用防火墙 WAF	专业版	1	按需	/	98800
云容器引擎 CCE	集群管理规模: 200 CPU管理策略: 关 kube-proxy转发: IPVS	1	按需	/	23988
ECS node1	x1e.16u.32g 镜像: CentOS 7.9 CPU架构: x86 数据盘: 高IO 500G 规格: 16C32G	5	按需	/	57,861.60
ECS node2	x1e.16u.32g 镜像: CentOS 7.9 CPU架构: x86 数据盘: 高IO 500G 规格: 16C32G	3	按需	/	34,716.96
企业主机安全 HSS	企业版	8	按需	/	7200
分布式缓存服务 Redis（BI）	redis.ha.xu1.large.r2.2 版本号: 5.0 实例类型: 主备 CPU架构: x86 副本数: 2 实例规格: 2G 访问方式:密码访问	1	按需	/	1350

版权所有 © 华为技术有限公司

类型	规格	数量	计费模式	是否必选	价格(元/年)
分布式缓存服务 Redis（忠诚度卡券缓存）	redis.ha.xu1.large.r2.1 版本号: 5.0 实例类型: 主备 CPU架构: x86 副本数: 2 实例规格: 1G 访问方式:密码访问	1	按需	/	675
分布式缓存服务 Redis（redis多个实例-基础）	基础版 | 6.0 | 主备 | X86 | DRAM | 2 | 4 GB	1	按需	/	2776
分布式缓存服务 Redis（redis-营销）	基础版 | 6.0 | 主备 | X86 | DRAM | 2 | 8 GB	1	按需	/	5488
云数据库 GaussDB（for Mysql）	兼容性: MySQL 8.0 性能规格: 独享版 CPU架构: x86 节点规格: 8C32G 只读节点数: 1 存储: 800G DL5	1	按需	/	62680
数据复制服务 DRS	类型:实施同步任务 数据流动方向:出云 源数据库引擎:GaussDB(for MySQL) 目标数据库引擎：Kafka 网络类型：VPC网络 DRS任务类型：双AZ 同步模式：增量 规格类型：中	1	按需	/	22656
云数据库 RDS for MySQL	通用可用区 | MySQL | 8.0 | 主备 | 通用型 | 8核16GB; SSD云盘 | 200GB;	1	按需	/	2776

版权所有 © 华为技术有限公司

类型	规格	数量	计费模式	是否必选	价格(元/年)
ECS 自建 GreenPlum	c6.2xlarge.4 用途: 自建GreenPlum集群 CPU架构: x86 规格: 8C32G 镜像: CentOS 7.9 系统盘: 40G SSD 数据盘: 通用型SSD 1000G	5	按需	/	84384
企业主机安全 HSS	企业版	5	按需	/	4500
对象存储服务 OBS	OBS 对象存储 | 标准存储多AZ存储包 | 500GB;	1	按需	/	567
ECS 自建 KAFKA	c6.large.2 用途: 自建kafka集群 CPU架构: x86 规格: 2C4G 镜像: CentOS 7.9 数据盘: 高IO 500G 注意: 数据盘需要做lvm逻辑卷	3	按需	/	12096.3
弹性负载均衡 ELB	规格类型: 独享型 网络类型: IPv4公网 公网带宽: 按流量计费 带宽: 50M 规格: 网络型(TCP) 规格: 小型I 后付费: 流量0.8元/GB	2	按需	/	7305.84
弹性文件服务 SFS	通用文件系统 | 容量型 | 500GB;	1	按需	/	1350
分布式消息服务RabbitMQ版	集群 | 4u8g.cluster | 代理个数：3; 超高IO | 100GB（总存储空间：300GB）;	1	按需	/	40800
云搜索服务 CSS	X86计算 | 计算密集型 | ess.spec-4u8g | 4核 | 8GB; 超高I/O | 100GB;	3	按需	/	21,442.20

版权所有 © 华为技术有限公司

类型	规格	数量	计费模式	是否必选	价格(元/年)
日志	100G每天，存储30天	1	按需	/	21022.3
云备份 CBR	存储库类型: 云服务器备份存储库 | 1000GB	1	按需	/	1992
应用性能管理 APM	0 * 150 探针*天 (包含资源可供150个探针使用1天，或5个探针使用30天）; 1 * 1200 探针*天 (包含资源可供1200个探针使用1天，或40个探针使用30天）; 0 * 9600 探针*天 (包含资源可供9600个探针使用1天，或320个探针使用30天）; 0 * 36500 探针*天（包含资源可供100个探针使用365天）; 0 * 109500 探针*天（包含资源可供300个探针使用365天）; 0 * 182500 探针*天（包含资源可供500探针使用365天）;	1	按需	/	4200
云堡垒机 CBH	单机; 20资产标准版;	1	按需	/	1900
NAT网关 NAT	小型	1	按需	/	3060
/	/	/	/	/	516427.2

版权所有 © 华为技术有限公司

3 实施步骤

3.1 会员平台功能
3.2 智慧防伪追溯平台
3.3 码智能营销系统
3.4 渠道数智化营销（小b端活动）

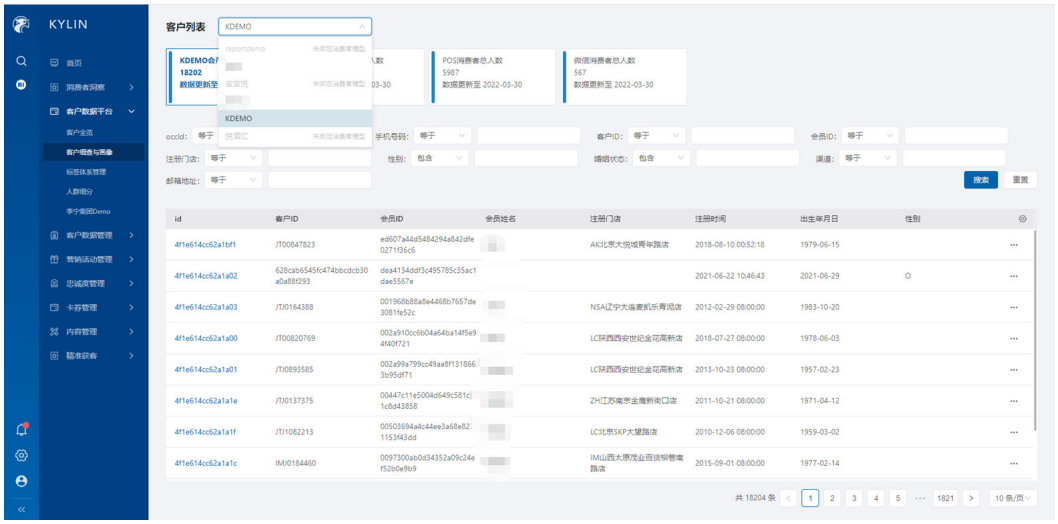
3.1 会员平台功能

查询消费者 360 画像

打开系统环境【客户数据平台】—【客户细查与画像】

在筛选条件【手机号】输入消费者手机号，单击搜索，单击消费者明细数据，进入到360画像。

图 3-1 客户细查与画像



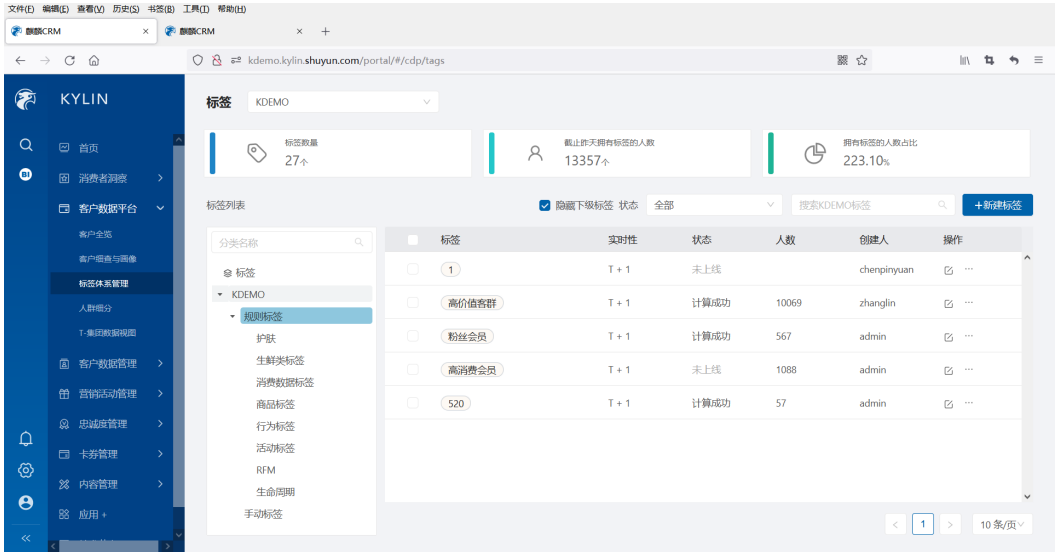
版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-2 客户画像

标签管理

打开系统环境【客户数据平台】—【标签体系管理】

图 3-3 标签管理



单击【新建标签】，定义标签名称【XXX】，选择【标签值类型】、选择【计算方式】和【更新方式】、选择【标签目录】，单击【下一步】定义标签规则。

版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-4 新建标签

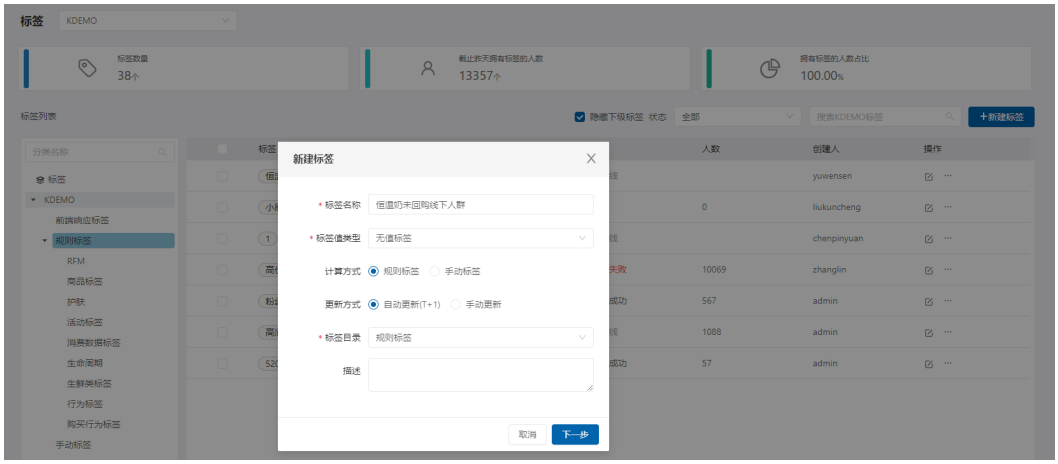
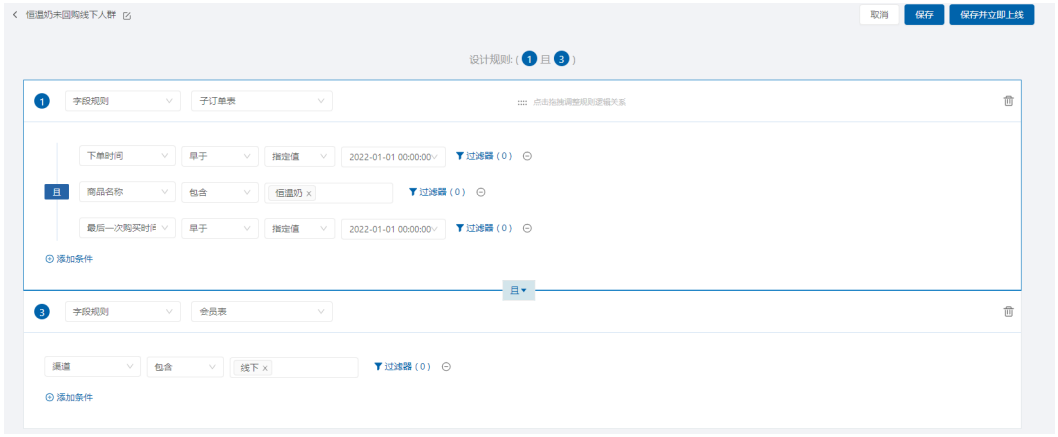


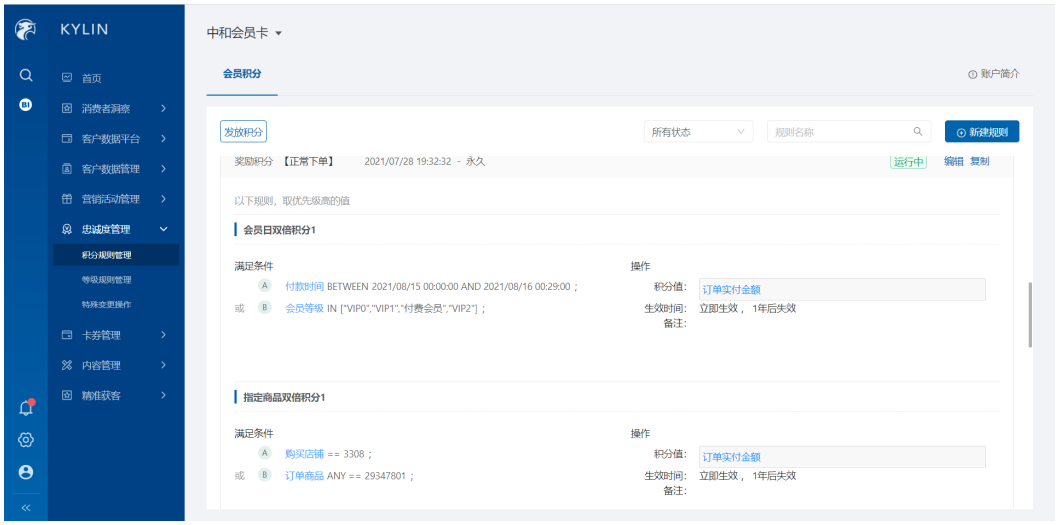
图 3-5 定义标签规则



忠诚度管理

打开系统环境【忠诚度管理】—【积分规则管理】—【XXX方案】—【详情】—【新建规则】

图 3-6 配置积分、等级规则



版权所有 © 华为技术有限公司

打开系统环境【忠诚度管理】—【等级规则管理】—【XXX方案】—【详情】—【添加等级规则】

优惠券管理

打开系统环境【卡券管理】—【卡券项目】—【XXX方案】—【□新建】—模版选择【XXX模版】

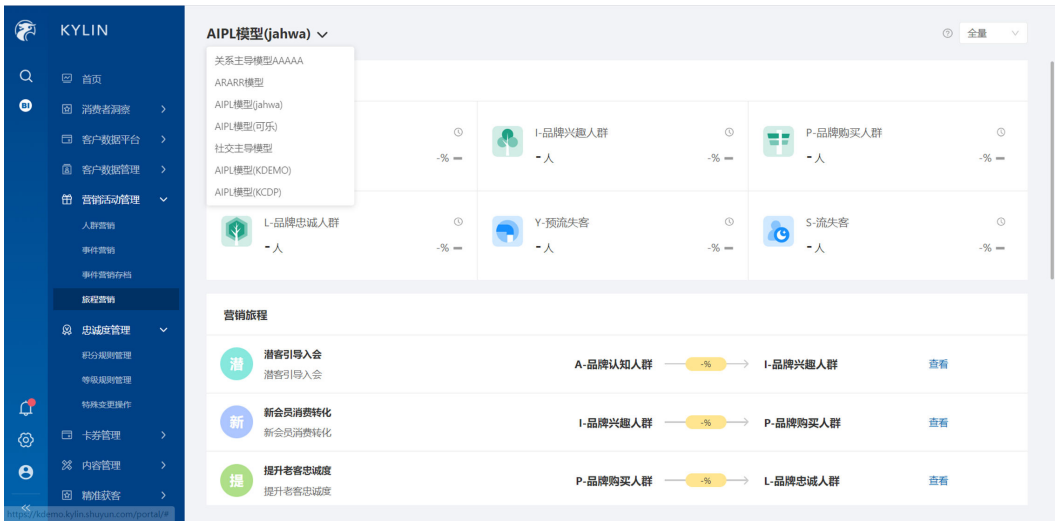
图 3-7 创建优惠券

营销自动化管理

打开系统环境【营销活动管理】—【旅程营销】

版权所有 © 华为技术有限公司

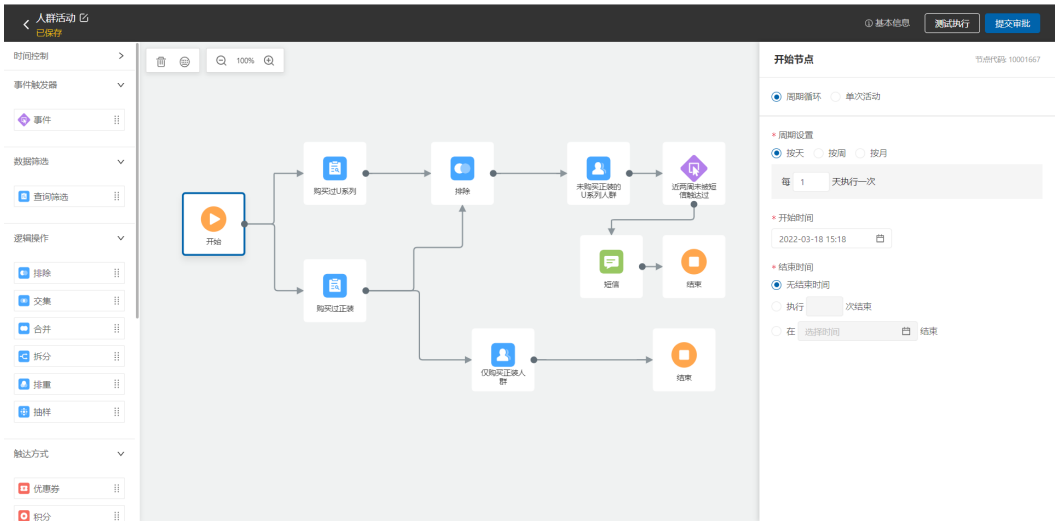
图 3-8 营销活动管理



单击【营销活动】，进行营销活动创建

图 3-9 新建营销活动

图1-3 营销活动画布

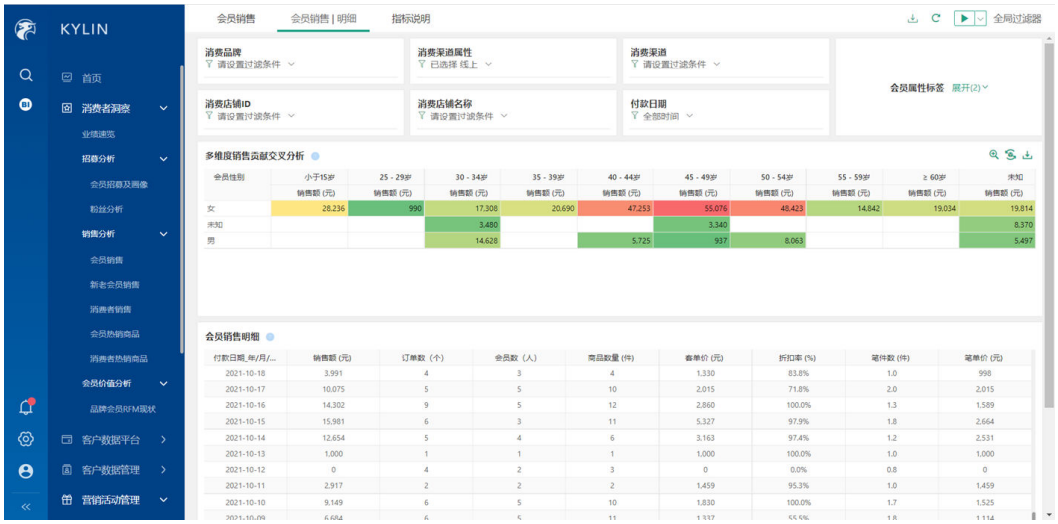


消费者洞察

打开系统环境单击【消费者洞察】—【销售分析】—【会员销售】—【会员销售丨明细】—消费渠道属性【线上】

版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-10 消费者洞察



3.2 智慧防伪追溯平台

智慧追溯模板创建

企业可以在追溯列表进行查询、创建、编辑、查看、上线、下线、复制及删除等

图 3-11 智慧追溯

窜货稽查模板创建

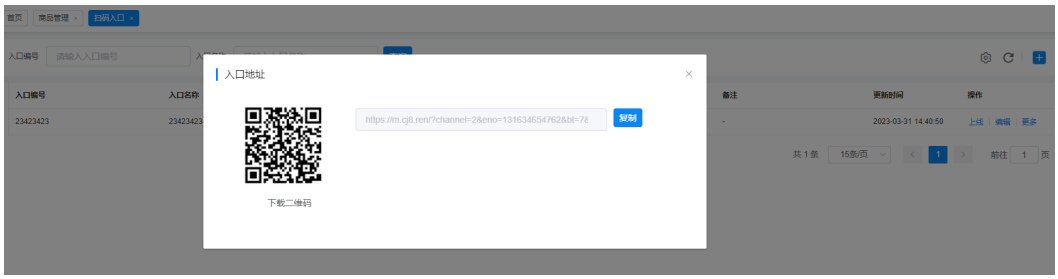
扫码入口列表：企业可以在追溯列表进行查询、创建、编辑、查看、上线、下线、复制及删除等

图 3-12 扫码入口列表

稽查入口应用

版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-13 入口地址



- 发布上线的模板，可通过列表中入口字段查看模板入口地址；
- 用户可复制入口地址，将地址挂接到企业的微信公众号中，稽查人员通过公众号单击进入稽查登录，录入账户密码即可登录进行稽查操作；

商品管理

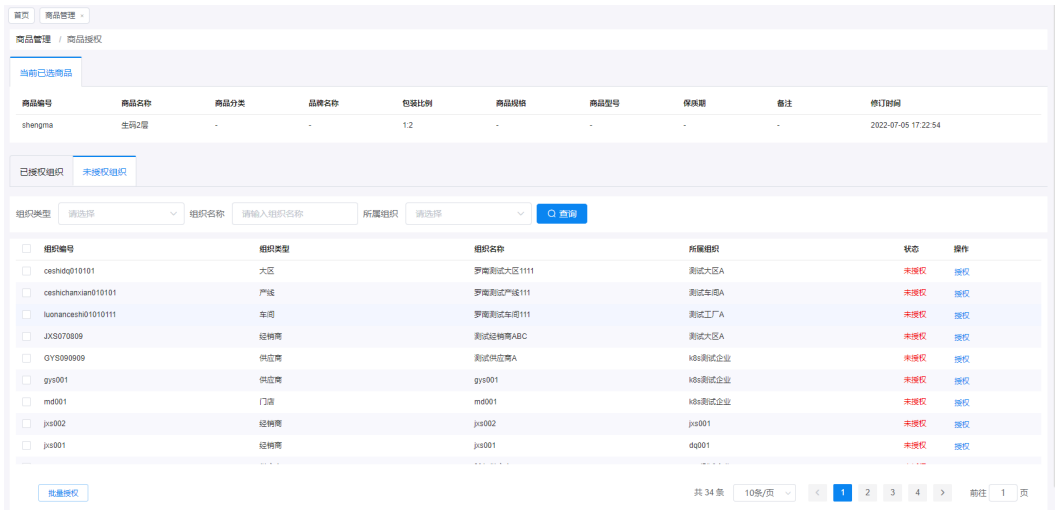
品牌管理：品牌基本信息的管理功能；包含品牌的新增、搜索、修改、禁用、导出。

商品管理：商品分类信息的管理，支持多级分类；包含分类的新增、修改、查询、删除（批量删除）、启用（批量启用）、禁用（批量禁用）、导入、导出等功能。

图 3-14 商品管理

商品授权：目前商品授权支持将单个商品授权给多个组织；单击商品管理列表操作中的【授权】按钮，下钻进入商品授权页面。

图 3-15 商品授权



版权所有 © 华为技术有限公司

组织管理

仓库管理：仓库基本信息的管理，包含仓库的新增、编辑、查询、删除、启用、禁用、导入、导出、批量启用、批量禁用、批量删除。

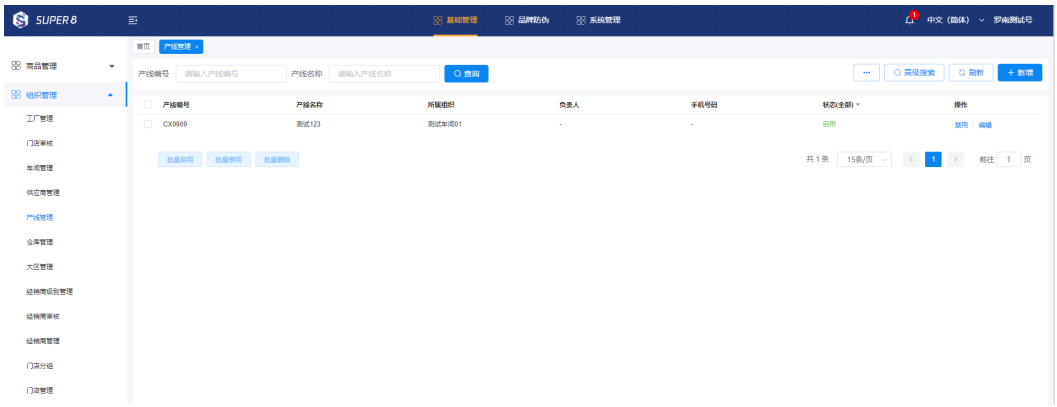
图 3-16 仓库管理

工厂管理：工厂基本信息的管理，包含工厂的新增、编辑、查询、删除、启用、禁用、导入、导出、批量启用、批量禁用、批量删除

图 3-17 工厂管理

产线管理：产线基本信息的管理，包含产线的新增、编辑、查询、删除、启用、禁用、导入、导出、批量启用、批量禁用、批量删除；

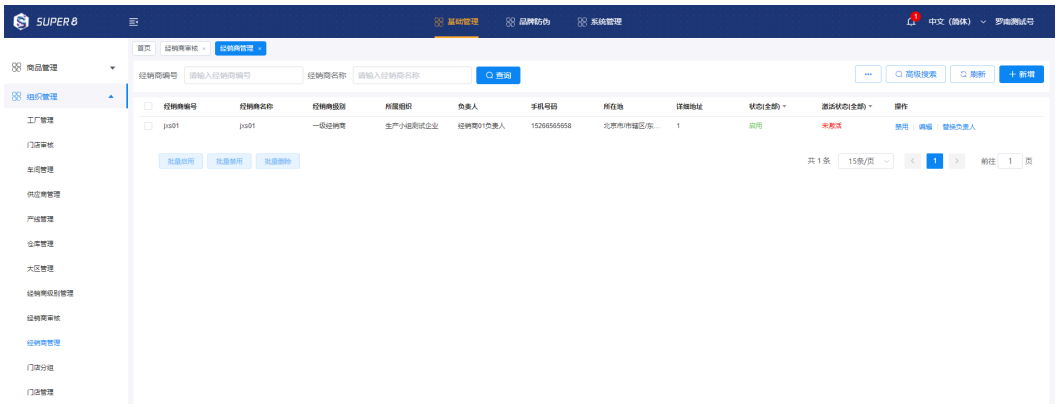
图 3-18 产线管理



经销商管理：经销商基本信息的管理，包含经销商的新增、编辑、查询、删除、启用、禁用、导入、导出、批量启用、批量禁用、批量删除；

版权所有 © 华为技术有限公司

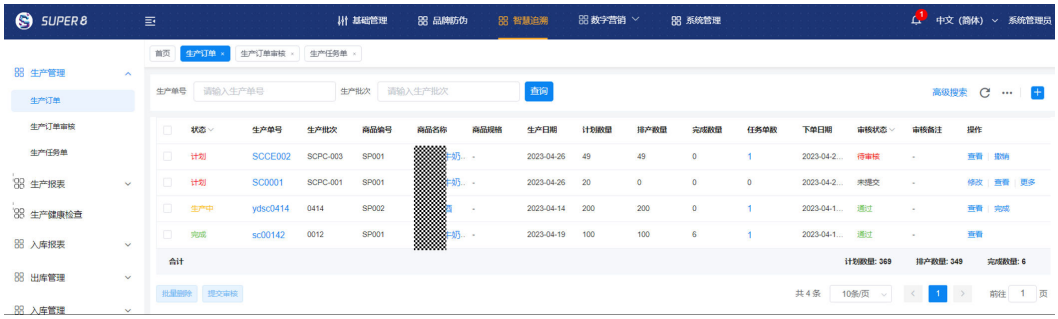
图 3-19 经销商管理



生产管理

生产订单：包含生产订单的新增、修改、查看、查询、删除、撤销、任务下达、提交审核、设置显示字段、导入、导出、打印设置、打印功能；同时支持通过企业参数控制企业是否需要进行生产订单审核流程.

图 3-20 生产订单



质检中心

质检报告：质检报告管理功能，包含报告单的新增、删除/批量删除、修改、查询。

图 3-21 质检报告

入库管理

入库单管理，包含入库订单的新增、修改、查看、提交审核、删除、批量提交、批量删除、作废、打印、打印设置、导入、导出、设置。

版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-22 入库管理

退货管理

退入订单，包含退入订单的新增、修改、查看、提交审核、删除、批量提交、批量删除、作废、打印、打印设置、导入、导出、设置。

图 3-23 退货管理

生产报表

只有完成生产的生产任务单数据才会显示在生产明细报表中（含仓库生产），包含对生产明细报表的查询、导出功能；作废的生产订单下的任务单从该列表中移除。

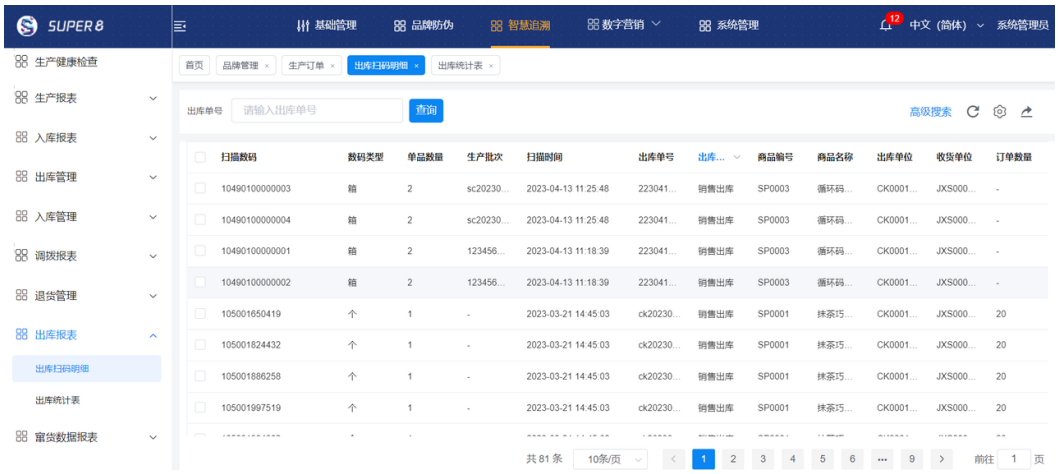
图 3-24 生产报表

出库报表

出库扫码明细报表是以每个订单的实际扫描数码为角度进行统计，详细记录每个出库订单下具体扫描的哪些数码信息。

版权所有 © 华为技术有限公司

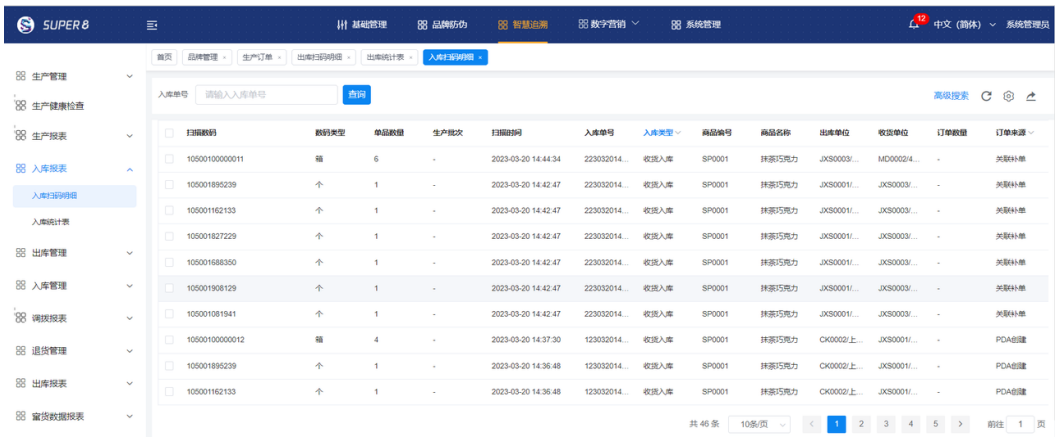
图 3-25 出库报表



入库扫码明细

入库扫码明细报表是以每个订单的实际扫描数码为角度进行统计，详细记录每个入库订单下具体扫描的哪些数码信息。

图 3-26 入库扫码明细



窜货报表

疑似窜货明细功能为企业统计所有数码的疑似窜货情况，方便用户快速查询或统计本企业下数码的窜货数据

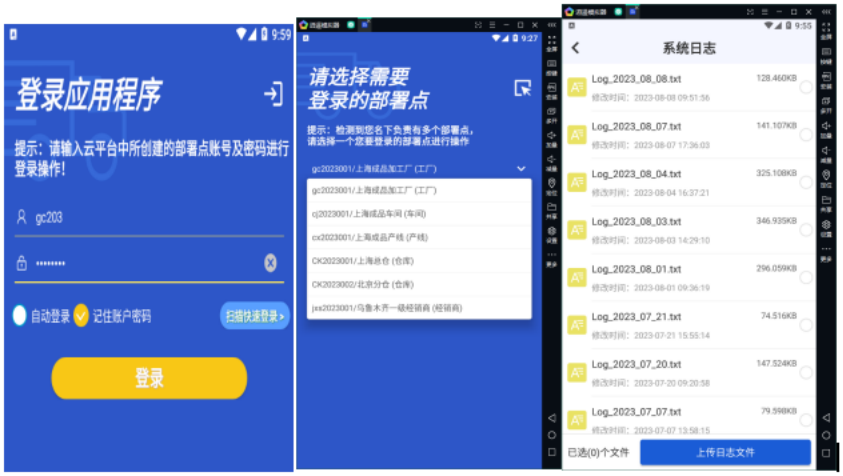
图 3-27 窜货报表

版权所有 © 华为技术有限公司

PDA 操作流程

PDA基础功能：包含登录、账户切换、部署点切换、系统日志；

图 3-28 PDA 基础功能



无单全段包装：

操作说明：单击实时全段包装进入实时包装任务列表页面；

版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-29 实时全段包装

有单全段包装：登录进入后，可看到实时包装中的全段包装，单击可进入PDA全段包装；

版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-30 实时包装

实时零级包装：登录进入后，可看到实时包装中的实时零级包装，单击可进入PDA零级包装；

包装容错

PDA登录——增加包装——解除包装——标签替换——包装核验——零散重组

3.3 码智能营销系统

商品管理

维护商品分类信息，支持商品类别的新增、查询、启禁用、修改、删除、导入、导出功能，支持批量启禁用和批量删除功能；支持多层级。

图 3-31 商品管理

版权所有 © 华为技术有限公司

礼品仓库

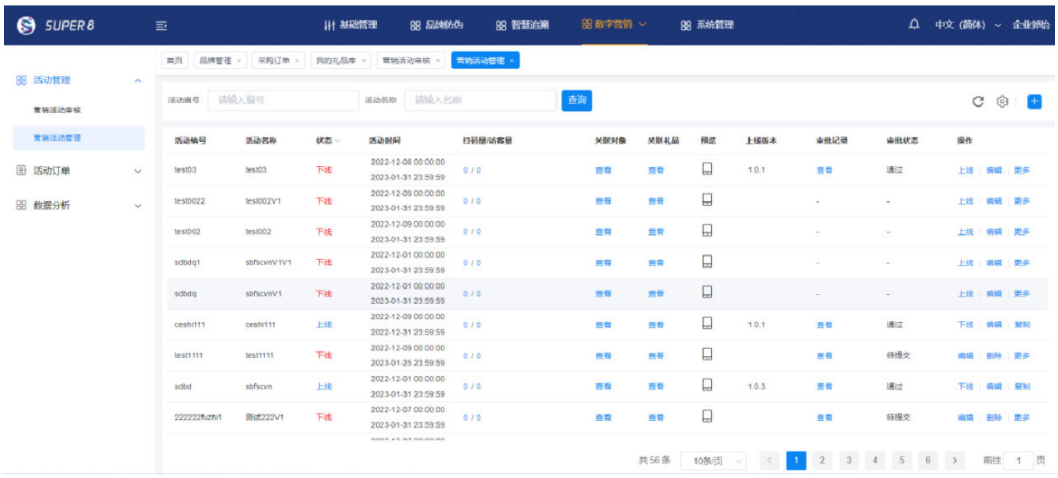
我的礼品库是企业维护所有礼品的总仓库，企业配置人员在创建活动或配置积分商城之前，需要先在我的礼品库创建活动所需礼品，同时通过礼品库企业可以查看所属实物、虚拟、现金红包等礼品具体信息，包括礼品名称、发放数量、剩余等。

图 3-32 礼品仓库

营销活动管理

营销活动列表可以管理企业所有的营销活动，企业可以在查询、创建、编辑、查看、上线、下线及删除等。

图 3-33 营销活动管理

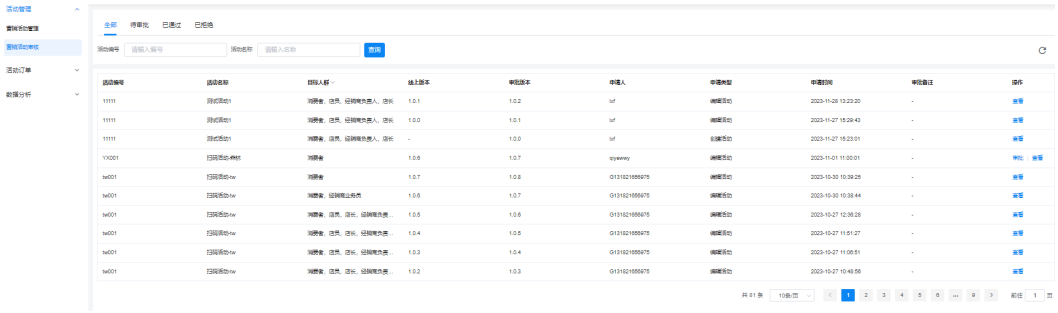


营销活动审核

活动配置完成后，活动进入活动审核功能，对于营销活动创建和修改的时候都能够进行严格的审核控制，多人检查校验，进行“查看”、“通过”、”驳回“的操作，确保不发生活动配置错误等现象，查看活动数据无误后，方可进行活动上线操作。审核订单有待审核、已通过、已拒绝三种审核状态，活动提交审核后在此列表显示“待审核”状态。

版权所有 © 华为技术有限公司

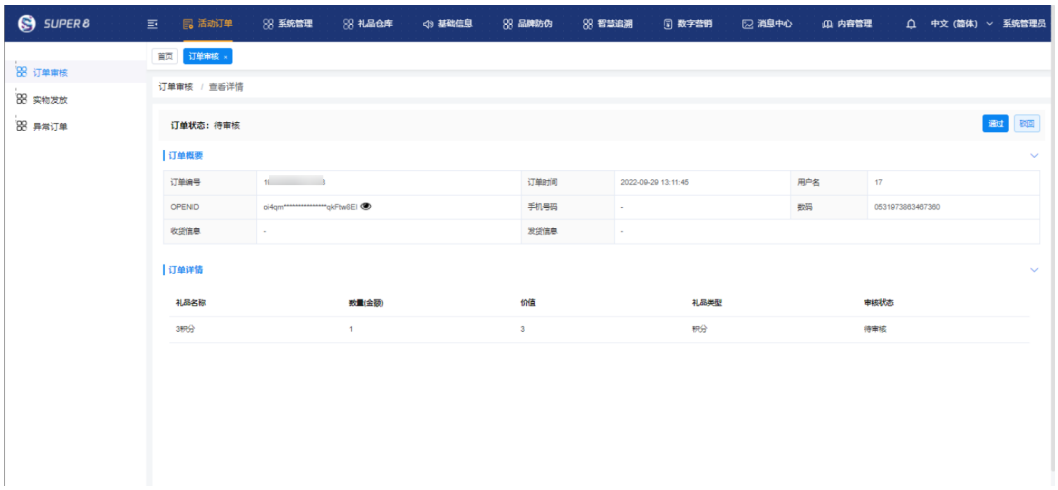
图 3-34 营销活动审核



活动订单审核

待审核订单来源于营销活动需要审核的中奖订单，当用户中奖后，且当前奖项设置为需要审核，会创建待审核订单。

图 3-35 活动订单审核

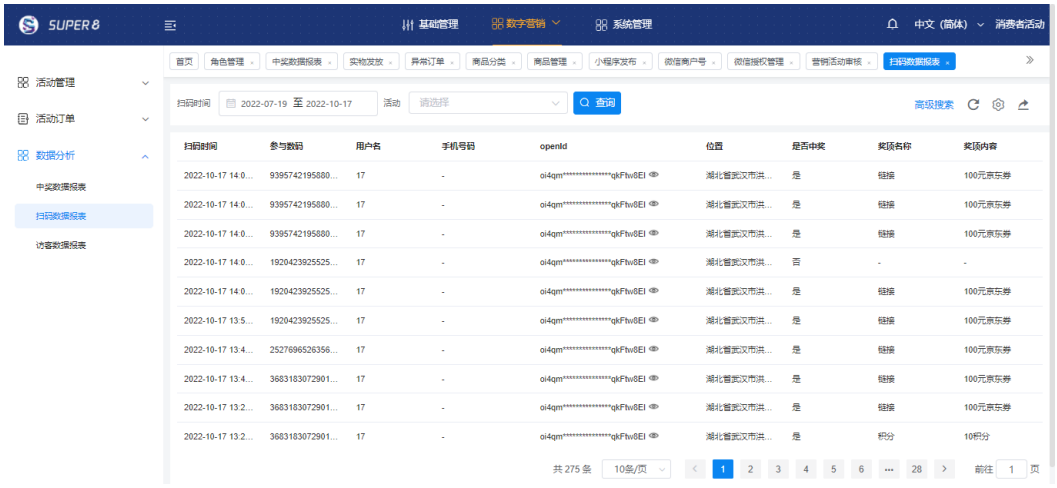


数据分析

扫码数据报表：活动维度扫码信息，包括扫码时间、参与数码、用户名、手机号、openid、位置、是否中奖、奖项名称、奖项内容

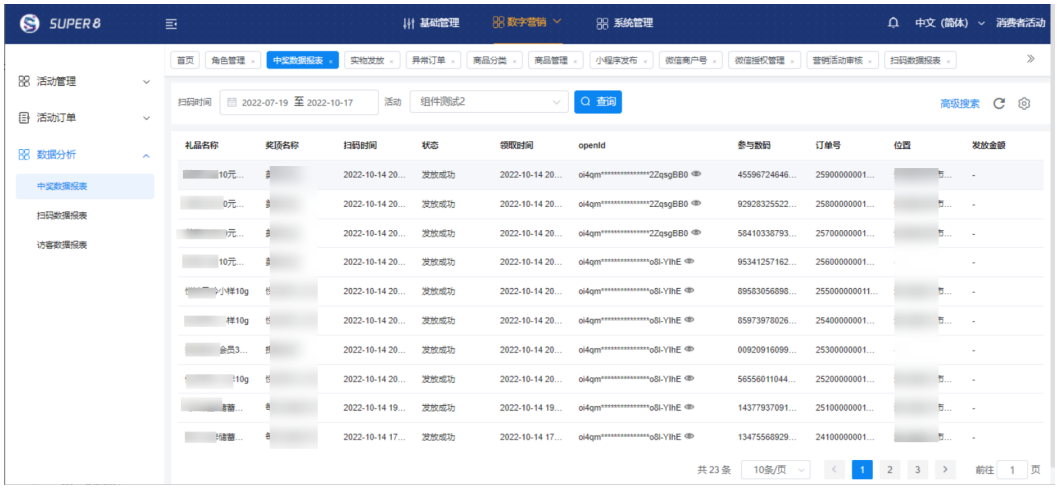
版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-36 扫码数据报表



中奖数据报表：统计当日0:00开始，截止到刷新前累计中奖金额总量（包含发放成功、发放中、发放失败状态），时间范围最长可选3个月（自定义）

图 3-37 中奖数据报表



用户扫码排名：用户扫码排名top500，包括用户名、手机号、openid、扫码量、最后扫码时间等。

图 3-38 用户扫码排名

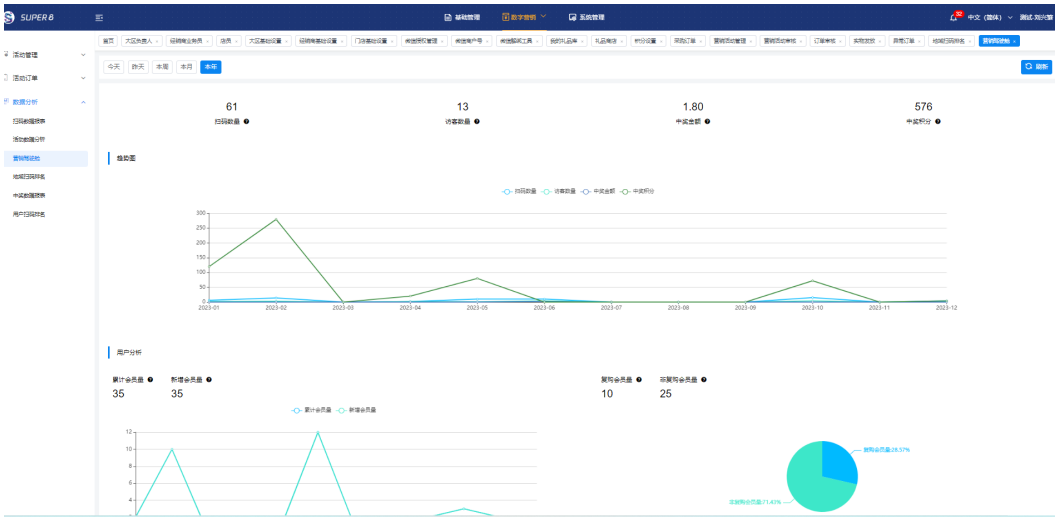
地域扫码排名：地域扫码排名top500，包括排名、地区、扫码量、占比等。

版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-39 地域扫码排名

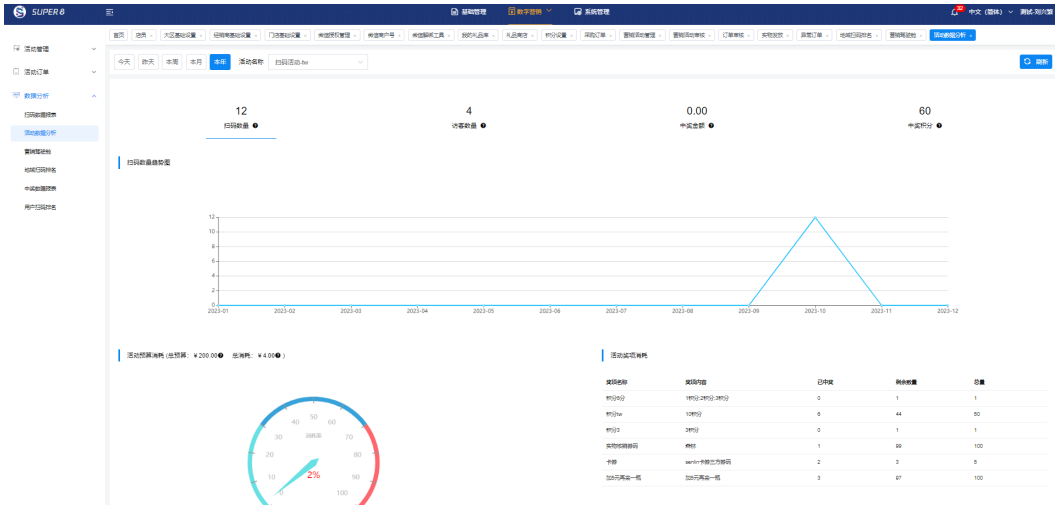
营销驾驶舱：营销活动数据大屏，包括扫码数量、访客数量、中奖金额、中奖积分及对应趋势图、用户分析、商品扫码占比分析等数据。

图 3-40 营销驾驶舱



活动数据分析：单活动数据大屏，包括扫码数量、访客数量、中奖金额、中奖积分、扫码数量趋势图、活动预算消耗等。

图 3-41 活动数据分析

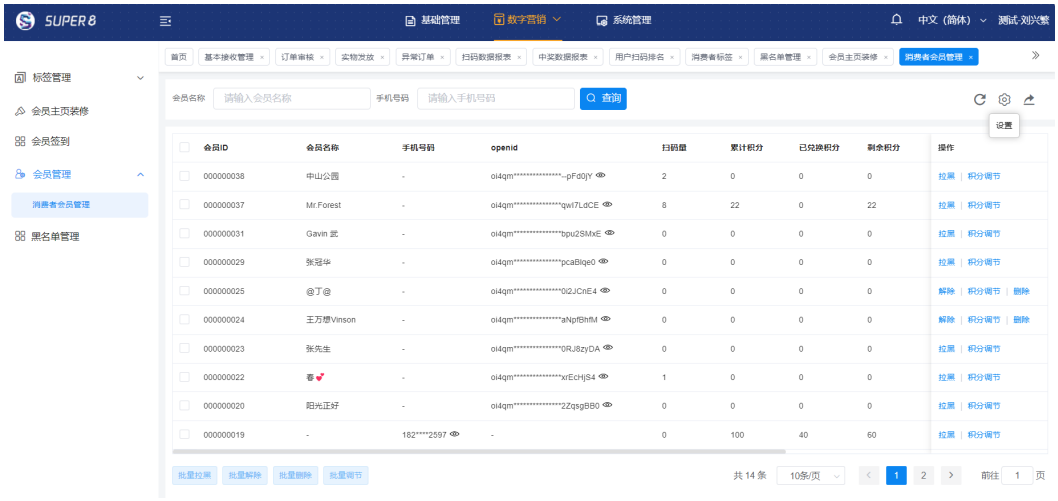


消费者会员管理

通过该功能企业可以对所有的用户进行管理，包括用户数据查看和对用户积分调节、拉黑、解除、删除的操作，这样就能更好的对用户进行精细化运营。

版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-42 消费者会员管理



消费者标签管理

图 3-43 消费者标签管理

- 【查询】输入标签编号/名称进行模糊查询
- 【设置】可设置列表数据显示列
- 【删除】删除该条用户信息，弹窗提示，以免误删
- 【编辑】编辑消费者标签基本信息，支持标签名称、备注的修改

3.4 渠道数智化营销（小 b 端活动）

前端-店长

店长可通过三种方式完成注册

- 后台提前录入店长信息，店长通过邀请激活短信进入注册页面填写姓名、手机号、验证码、密码等相关信息即可注册成功
- 通过扫码经销商业务员的邀请二维码，进入注册页面填写姓名、手机号、验证码、密码等相关信息即可注册成功
- 通过开放注册方式，获取注册地址的二维码或链接，进入注册页面填写姓名、手机号、验证码、密码等相关信息即可注册成功

版权所有 © 华为技术有限公司

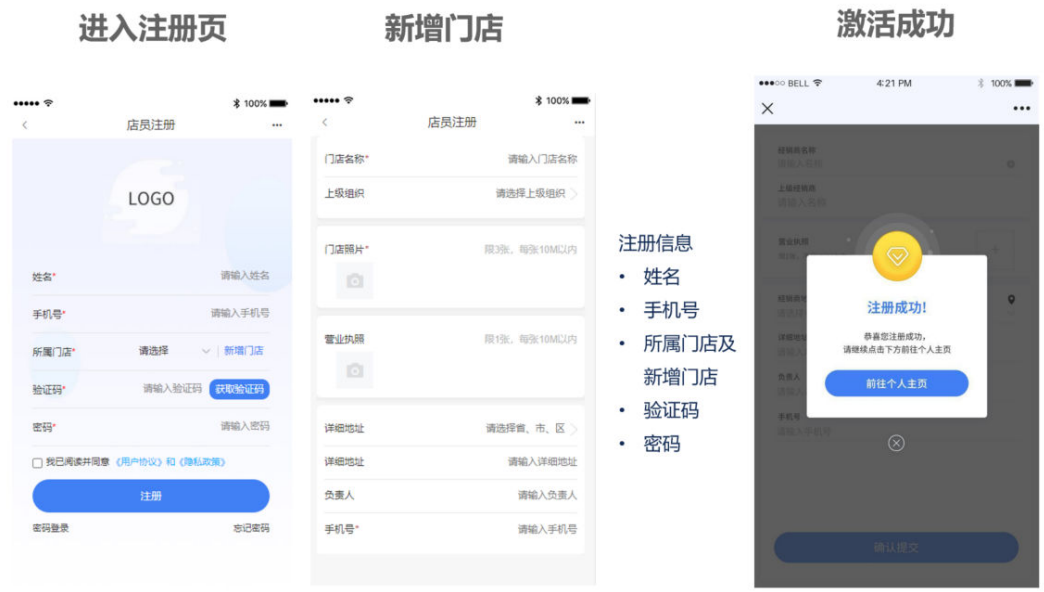
图 3-44 前端-店长

店员

店员可通过三种方式完成注册

- 后台提前录入店员信息，店员通过邀请激活短信进入注册页面填写姓名、手机号、验证码、密码等相关信息即可注册成功
- 通过扫店长的邀请二维码，进入注册页面填写姓名、手机号、验证码、密码等相关信息即可注册成功
- 通过开放注册方式，获取注册地址的二维码或链接，进入注册页面填写姓名、手机号、验证码、密码等相关信息即可注册成功

图 3-45 店员

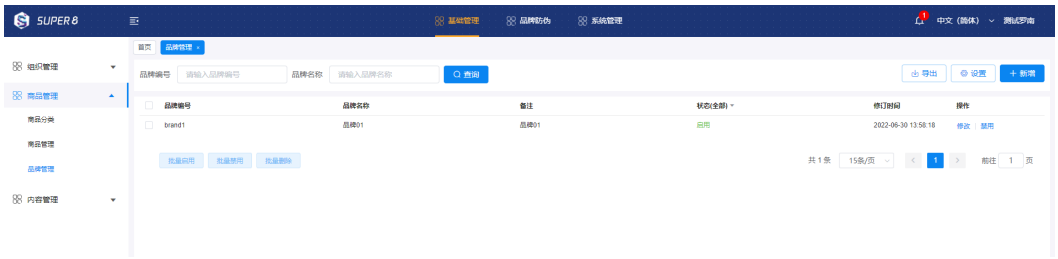


版权所有 © 华为技术有限公司

商品管理

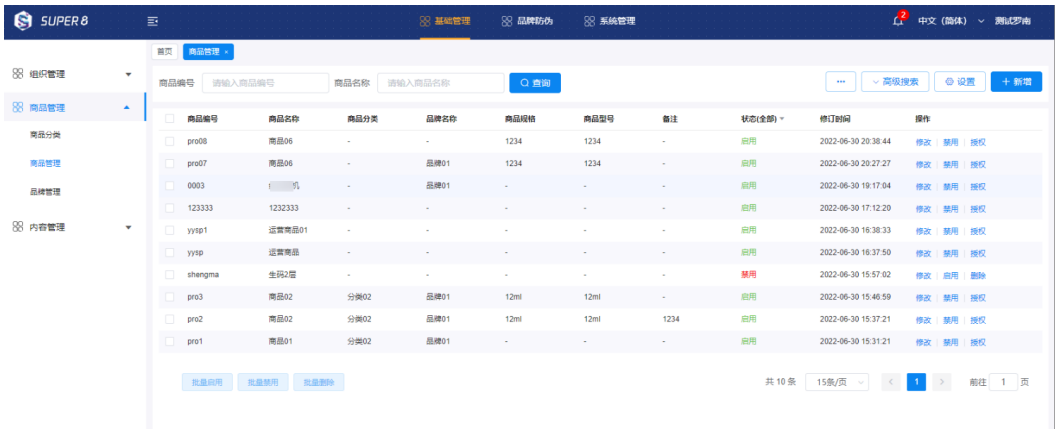
品牌管理：品牌基本信息的管理功能；包含品牌的新增、查询、修改、启用/禁用、删除、导出。

图 3-46 品牌管理



商品管理：主要是对企业的商品基本信息进行管理，包含新增、修改、查询、删除（批量删除）、启用（批量启用）、禁用（批量禁用）、导入、导出等功能。

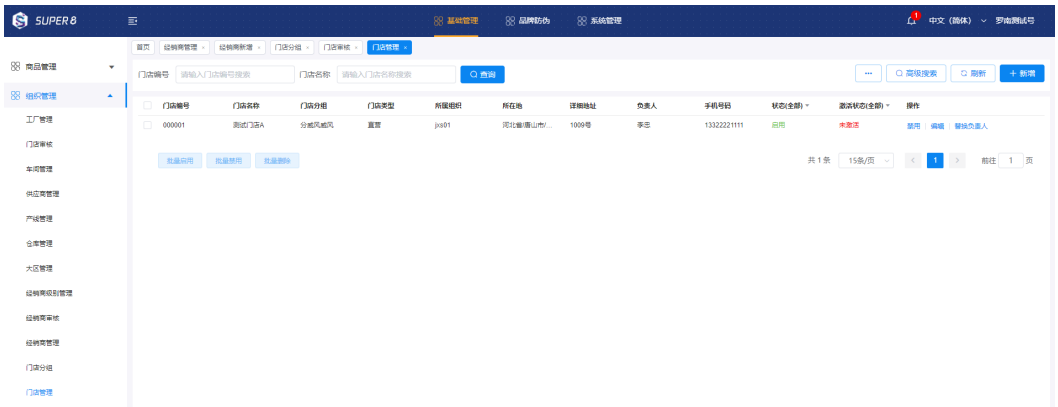
图 3-47 商品管理



组织管理

门店管理：门店基本信息的管理，包含门店的新增、编辑、查询、删除、启用、禁用、导入、导出、批量启用、批量禁用、批量删除；

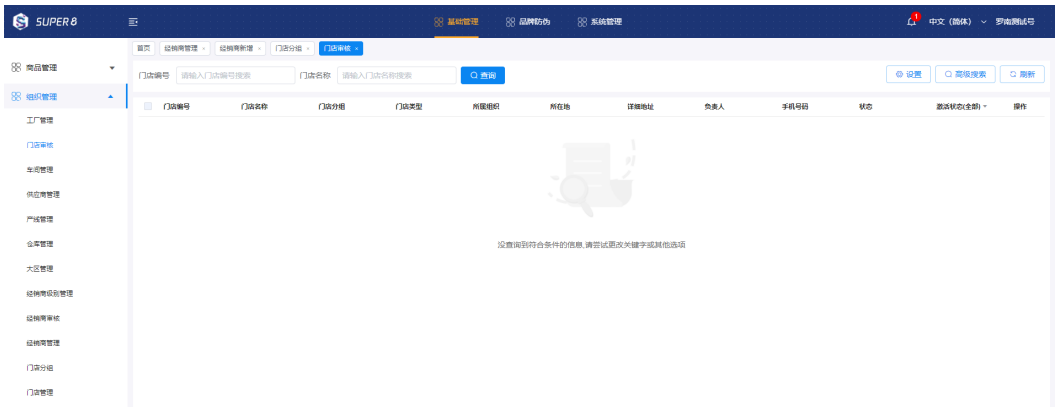
图 3-48 门店管理



版权所有 © 华为技术有限公司

门店审核：门店审核包含查询、审核、批量审核；

图 3-49 列表操作界面



礼品仓库

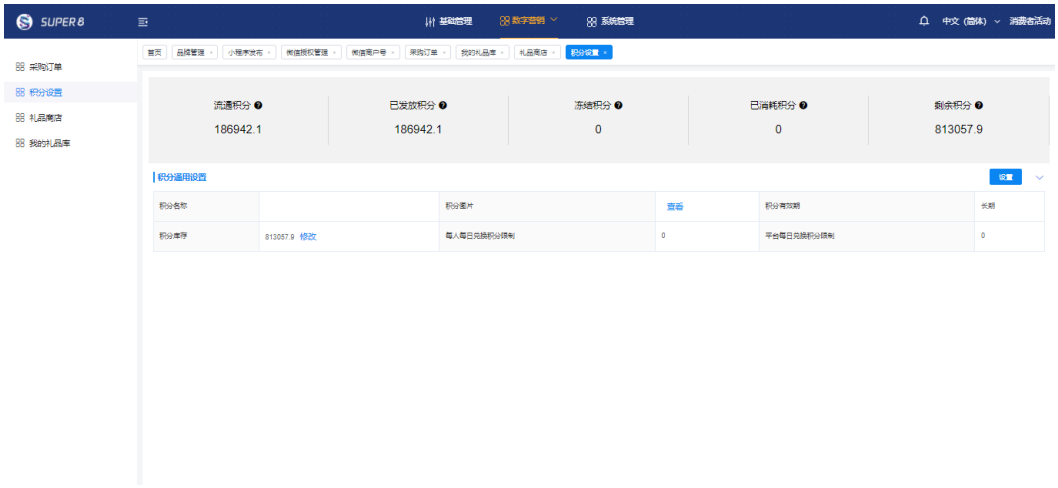
我的礼品库是企业维护所有礼品的总仓库，企业配置人员在创建活动或者配置积分商城之前需要在我的礼品库创建活动所需礼品，同时通过礼品库企业可以查看所属实物、虚拟、现金红包等礼品具体信息，包括礼品名称、发放数量、剩余等。

图 3-50 礼品仓库

积分设置：查看积分数据，设置积分的相关规则。

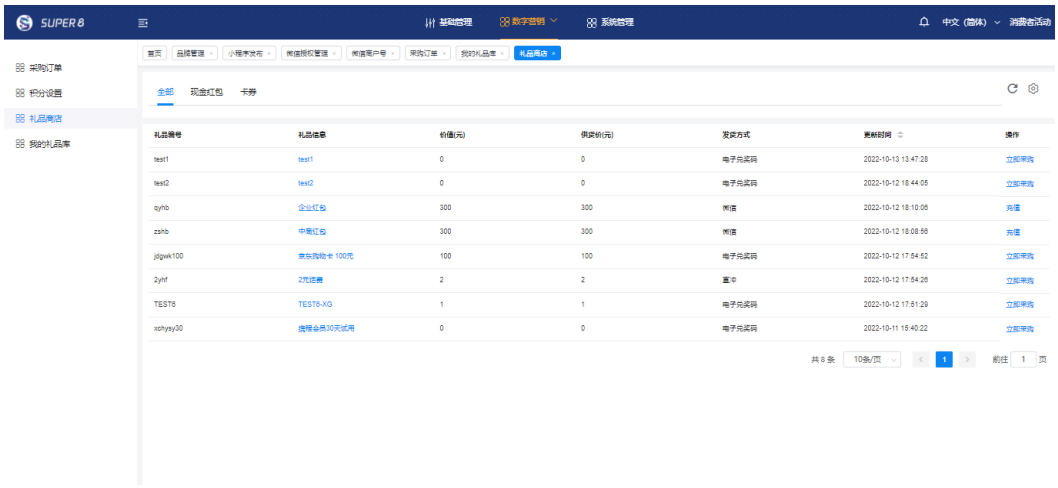
版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-51 积分设置



礼品商店：企业除了自己创建礼品外，还可以通过礼品商店可在线采购虚拟礼品和现金红包。目前超8支持现金红包、虚拟卡券两种类型礼品可供采购

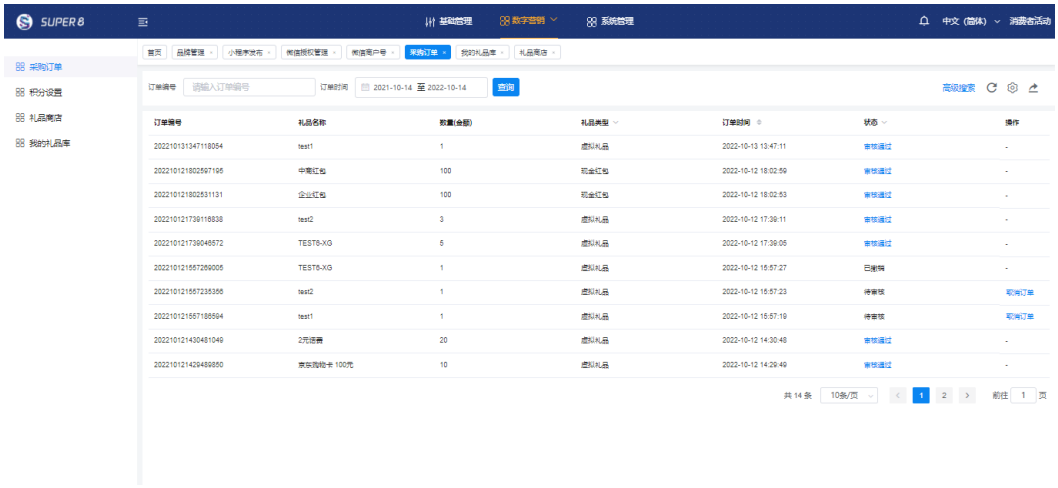
图 3-52 礼品商店



采购订单：从礼品商店完成现金红包充值，订单生成成功后，由运营人员进行审核，订单状态可在采购订单页面进行查看

版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-53 采购订单



活动管理

营销活动列表：营销活动列表可以管理企业所有针对不同目标人群的营销活动，企业可以在查询、创建、编辑、查看、上线、下线及删除等

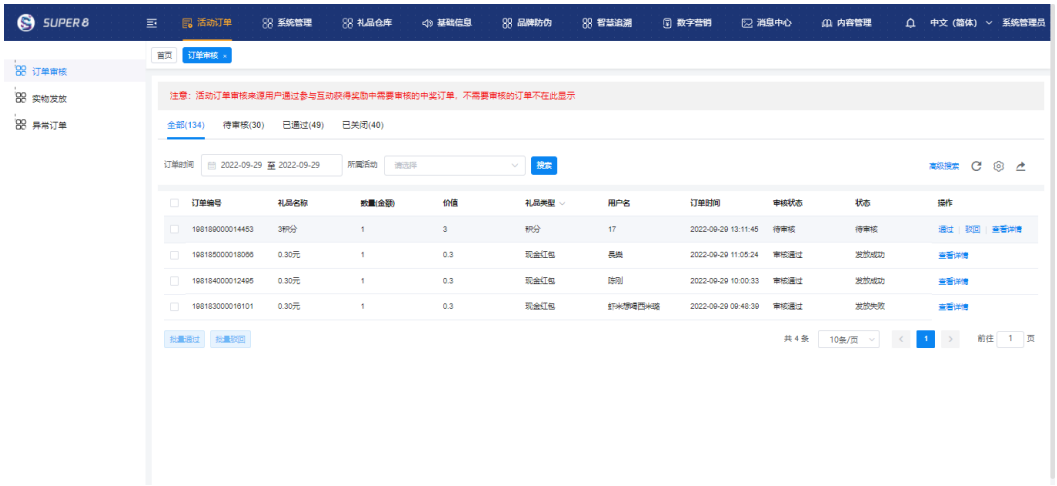
图 3-54 营销活动列表

活动订单

订单审核：待审核订单来源于营销活动需要审核的中奖订单，当用户中奖后，且当前奖项设置为需要审核，会创建待审核订单。

版权所有 © 华为技术有限公司

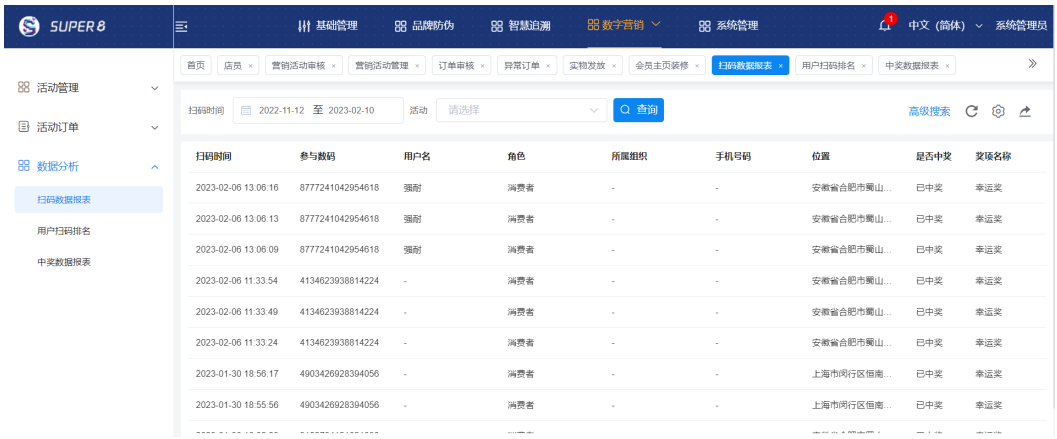
图 3-55 订单审核



数据分析

扫码数据报表：显示扫码时间、参与数码、用户名、角色、所属组织、手机号、OpenId、位置、是否中奖、奖项名称、奖项内容等信息。

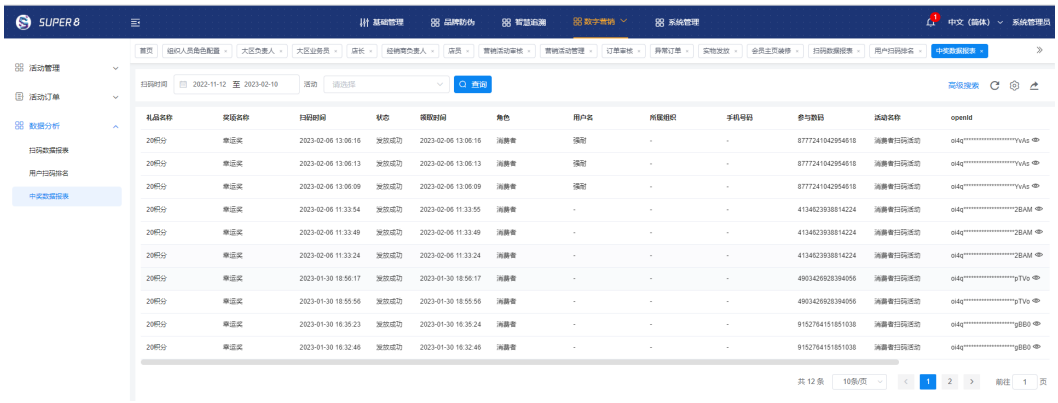
图 3-56 扫码数据报表



中奖数据报表：统计当日0:00开始，截止到刷新前累计中奖金额总量（包含发放成功、发放中、发放失败状态）

版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-57 中奖数据报表



用户数据排名：用户扫码排名top500，包括用户名、手机号、openid、扫码量、最后扫码时间等。

图 3-58 用户数据排名

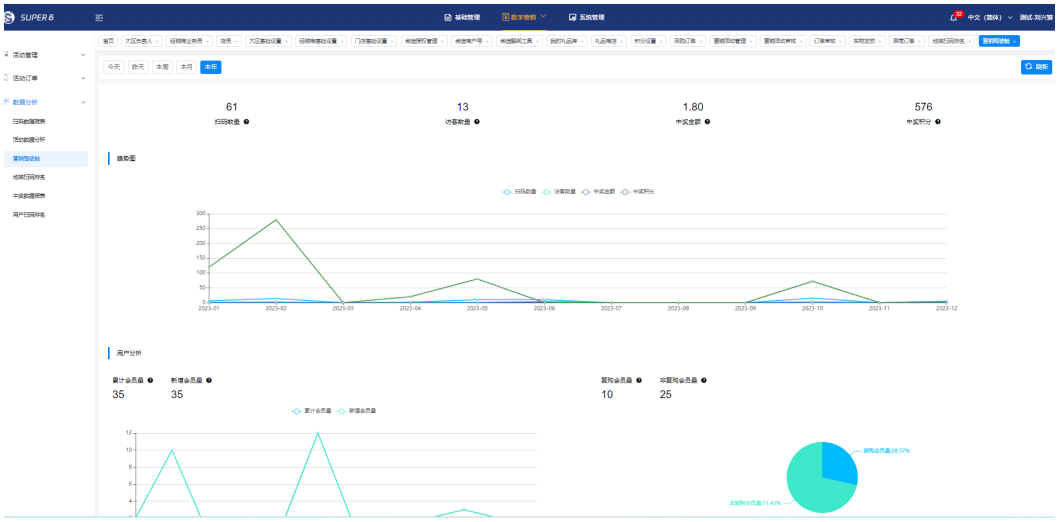
地域扫码排名：地域扫码排名top500，包括排名、地区、扫码量、占比等。

图 3-59 地域扫码排名

营销驾驶舱：营销活动数据大屏，包括扫码数量、访客数量、中奖金额、中奖积分及对应趋势图、用户分析、商品扫码占比分析等数据。

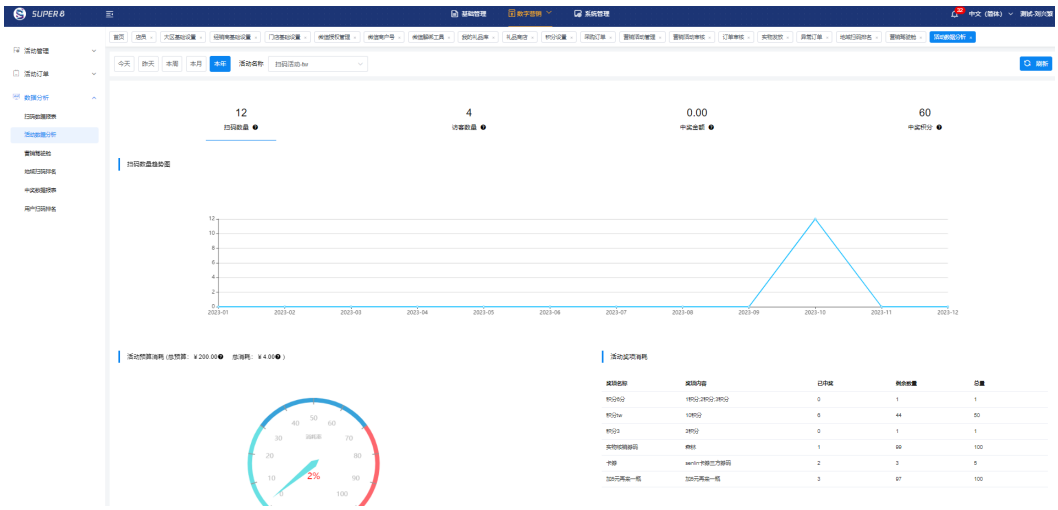
版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-60 营销驾驶舱



活动数据分析：单活动数据大屏，包括扫码数量、访客数量、中奖金额、中奖积分、扫码数量趋势图、活动预算消耗等。

图 3-61 活动数据分析



会员中心

渠道会员管理：通过该功能企业可以对所有的渠道关键人用户进行管理，包括用户数据查看和对用户启用、禁用、编辑、积分调节、加入黑名单的操作，这样就能更好的对用户进行精细化运营。

标签管理

组织标签列表：支持对组织（门店、经销商）进行手动打标签（自动标签暂不支持）

版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-62 组织标签列表

渠道关键人列表：支持对渠道关键人（店员、店长、经销商、经销商业务员）进行手动打标签（自动标签暂不支持）

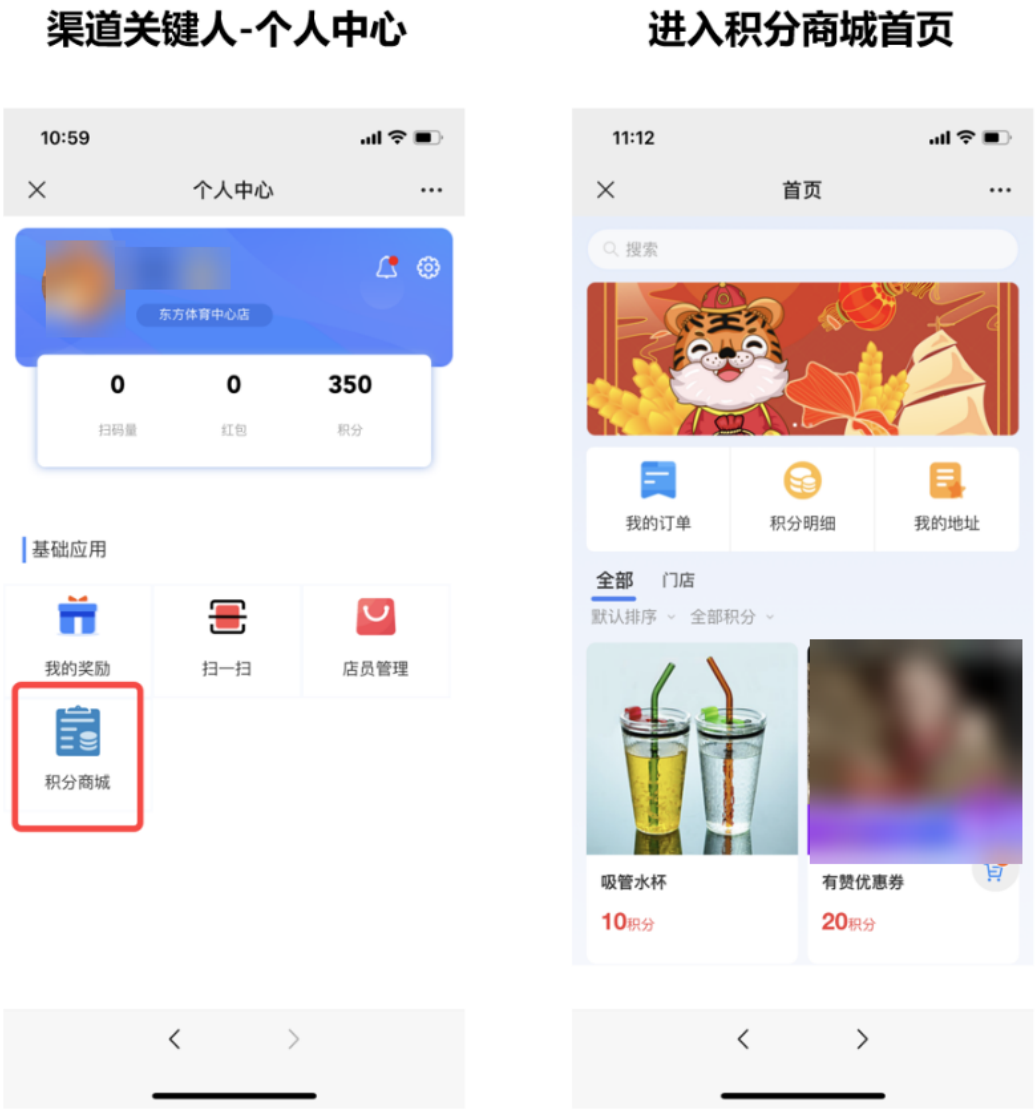
图 3-63 渠道关键人列表

积分商城

渠道关键人商城：渠道关键人通过个人主页进入积分商场（简单版）首页

版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-64 渠道关键人商城



渠道关键人订单：单击【我的订单】进入我的订单页面，含全部订单、待发货订单、待收货订单、已完成订单

版权所有 © 华为技术有限公司

图 3-65 渠道关键人订单

积分明细：单击【积分明细】进入积分明细页面

图 3-66 积分明细

版权所有 © 华为技术有限公司

4 修订记录

表 4-1 修订记录

发布日期	修订记录
2025-05-09	第一次正式发布。

版权所有 © 华为技术有限公司