

# 共享购模式概念详解！武汉APP软件开发

产品名称	共享购模式概念详解！武汉APP软件开发
公司名称	东莞市星电网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	微三云:源码系统 嗨购:标准+定制 东莞:APP, 小程序, H5
公司地址	东莞市石排镇东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	15006688653 15006688653

## 产品详情

各位企业家及创业者朋友们，你们好。我是门门（陈景尧），在你打开这个文章的时候，先不要急，因为任何一个能够长久、安稳、盈利的平台，背后肯定有一位看准宏观方向且耐心的人。这是一个极具颠覆性的模式。你慢慢的往下看，我会从框架到核心一一给你介绍，不要错过任何一个字以下首部分为共享购模式概念、框架、和基础制度：共享购有两个概念：分别是（1）卖货（2）消费投资共享购商业模式三个身份：（1）商家（2）用户（3）平台共享购商业模式两种资产：（1）共享值（2）共享积分共享购商业模式业务逻辑：（1）消费者消费10倍共享值（2）商家消费得2倍共享值用户获得共享值条件：（1）注册送共享值，共享值产生共享积分，共享值需要购买VIP区的礼包激活（2）购买产品商户获得共享值条件：（1）交易市场购买（2）交易平台购买产品让利百分之10%例如产品1000元零售价用户在平台注册可得10共享值，用户购买产品，商家可得（1）让利10% 1000X10%X2倍=200共享值（2）产品成本平台-消费者：（1）得产品（2）让利10%1000X10%X10倍=1000共享值共享值作用：共享值转换共享积分例：总发行39万共享积分，每天释放498共享积分个人每天获得共享积分公式：个人持有共享值除以全网当日共享值乘以每日释放共享积分=个人每日获得共享积分例如个人共享值为100、除以全网当日共享值1w、乘以当日释放498共享积分、等于4.98（个人所得共享积分）共享积分可C2C交易，共享值转换成共享积分后消耗共享值100-4.98X当日价格=95.02（目前手上持有共享值）商家开店需要缴纳价值500元的共享积分为保证金例如此刻1元1个共享积分，那么需缴纳500个例如此时2元1个共享积分，那么需缴纳250个消费者消费1000元X让利10%=100元商户1.开店：保证金，500共享积分（假设1元1个）2.消耗：1000X10%=100元（扣除100个）每天发行的共享积分量固定，每日都有消耗共享积分价值是不是会涨？共享值参与：无泡沫此模式分为两部分：1：共享购：完成模式，送多少倍共享值2：共享积分：C2C，完成交易可升级系统（1）平台获益大（2）对消费者来说有期望，增值（3）商家卖货，无抽佣了解完共享购基础模式制度后我们接着看本文第二部分，第二部分对共享购模式细节放大放大再放大！供各位各位看官接着往下看：第二部分：共享购模式逻辑及制度一、激活收益注册即送300共享值，商城购买"超值共享购激活礼包"，确认收货后即可激活。注：会员激活后升级为VIP，可享受消费收益、分享收益激活礼包（超值共享购）：99元--赠送99共享值399元--赠送599共享值999元--赠送1999共享值二、消费收益所有商家入驻需让利折扣会员个人消费获得商家让利10倍共享值会员在商家消费商家获得商家让利2倍共享值三、分享收益分享权限：购买激活礼包，升级成为VIP以上级别，即可获取分享权限，享受分享收益。分享收益：直接推荐一名新会员：1、获得100共享值奖励2、获得直推会员消费收益共享值20%3、获得直推会员线

下消费让利额5%等值共享积分4、获得直推商家让利额5%等值共享积分四、服务收益1、初级合伙人：升级条件：直接推荐10人，团队人数不低于100人。共享值收益：获得团队会员消费收益共享值10%。会员消费共享积分收益：获得团队消费让利额2%等值共享积分。商家让利共享积分收益：获得团队商家让利额2%等值共享积分。2、中级合伙人：升级条件：团队内不少于3个初级共享值收益：获得团队会员消费收益共享值15%。会员消费共享积分收益：获得团队消费让利额3%等值共享积分。商家让利共享积分收益：获得团队商家让利额3%等值共享积分。3、高等合伙人：升级条件：团队内不少于3个中级共享值收益：获得团队会员消费收益共享值20%。会员消费共享积分收益：获得团队消费让利额4%等值共享积分。商家让利共享积分收益：获得团队商家让利额4%等值共享积分。五、运营中心收益加入条件：购买专区豪华礼包。获取收益：1、获赠等值共享值；2、区域内商家让利额的8%等值共享积分收益；3、有权推广子运营中心，并获得自运营中心区域内商家让利额的3%等值共享积分收益。六、管理权限：1、区、县、县级市城市经营权。2、具备区域内商家审核权限。3、具备推广运营中心的权限。七、共享值释放规则：总量39万枚共享积分，每天空投498枚，第二年开始每年递减50%我的共享值÷全网激活共享值\*每日空投总量=个人每天空投的共享积分。共享积分有增值属性，由市场供需关系决定价值。举例说明：就以各大网站10万共享值，消费1000元、商家让价10%、每日空投物资500枚为例子测算个人可得到共享值为：1000元×10%×10倍=1000共享值个人可得到共享积分为：1000共享值÷各大网站10万共享值×500枚共享积分=5枚共享积分注：共享积分使用价值依据每日各大网站交易额开展起伏，依照当日释放出来使用价值总计，与共享值等价才行。APP开发，小程序，公众号，H5，卖货找系统，认准门门（陈景尧）营销电商软件开发、企业生态解决方案，模式设计，模式定制商家得到共享值：1000元×10%×2倍=200共享值其定义说明：1、共享值相当于会员的现金价值2、共享积分相当于现金3、每天等量空投共享积分500枚4、共享值转化共享呗公式：个人共享值/全网共享值×每日全网空投总量=每天收获的共享呗5、个人每日获取共享呗数量增加，个人每日共享值递减。八、共享购模式是否合法合规？共享购生活模式完全符合当下趋势，利用绿色消费积分解决商家销售难、商家经营难、创业风险大、用户消费难复购等问题，其商业模式合法合规，市场接受度高，并具备着四个大局观，是长久稳定的好模式。消费者：改变传统的消费购物方式，让确认收货从原来的终点变成收益的起点，通过购物获取共享值，转化为共享积分获取价值，建立消费者与平台的粘性，让消费者成为消费商。经营者：共享购平台为经营者锁定大量消费者粉丝，经营者通过产品让利，轻松获取流量用户，解决经营者销售难、推广难、复购难、经营难的痛点与现状，让商品不难卖，让生意不难做。创业者：共享购平台搭建消费创业体系，解决传统创业者创业难的现状，轻资产投入，消费即创业，快速搭建稳定团队，助力创业者无忧起航。九、生态体系：消费者和创业者通过分享及消费获取共享值，从而获取共享积分。经营者通过为消费者让利的同时也可获得共享值，从而达到增加流量、提升复购率的引流锁客效果。同时共享积分每日空投，根据让利额等量销毁共享积分，形成共享值一路增长，共享积分逐渐递减，终共享积分供不应求。增加共享积分价值=减少共享值价值十、共享购模式优势：一、商家越舍越得：商家让利出来越多，消费者消费就越多。二、消费者越花越有：消费者越消费，获取的共享值就越多，同时获得现金价值越多，正所谓越花越有。三、共享积分价格良性上涨：参与商家越多，总体让利总额越大，消耗共享积分总量越大，需求共享呗量越来越大，而每日空投体量不变，共享呗供不应求，价格越来越高。四、消费者变消费商：促进新消费，让消费者消费无忧，消费无痛，消费就等于收益，消费就等于赚钱，消费就等于创业。五、促进实体经济发展：消费就送共享值的商业模式促进实体经济发展，为实体企业去库存！实现了引流、锁客、复购的核心竞争力，形成强大优势！点点关注，近我者富！评论点赞，多赚千万！搜索门门，千篇商业模式解析给你听！了解电商软件、商业模式等相关信息的读者，可联系门门以科技为引信，以创新为驱动，让产品名副其实以文化为纽带，以为准绳，让客户功成名就门门祝各位企业家，创业者朋友们，根深叶茂无疆业，源远流长有道财！扩展资料：互联网高速发展，互联网和移动互联网大范围普及，用户增长和流量红利正在逐渐萎缩，电商行业也从快速发展到现在增长减缓，电商瓶颈已经出现。新零售平台管理方案充分发挥了线上、线下，又有供应链能力、集成能力和服务能力，全面满足消费者的购物需求。一、朝集公司商业模式深度解析朝集公司公开的制度有VIP、总代、董事三级，可自由搭配朝集旗下产品。其中，VIP门槛为2500元、总代门槛为1.8万元、董事门槛为11.98万元。以一名董事为例，每招募一名VIP高可获得300元奖励，每招募一名总代高可获得1400元奖励，每直接招募一名董事高可获得4800元奖励，简介招募一名总代也可获得奖金1200元。【董事利润分析】

利润每销售一个VIP尖瘦:差价利润300元 告白饮:差价利润234元 燕窝果饮:差价利润204元  
利润每招募一个总代尖瘦:差价利润1400元 告白饮:差价利润1200元 燕窝果饮:差价利润1200元  
利润3每直接招募一个董事 尖瘦:获得奖金2400元(每一盒20元) 告白饮:获得奖金2250元(每一盒15元)  
燕窝果饮:获得奖金2250元(每一盒15元) 利润G每间接招募一个董事 尖瘦:获得奖金1200元(每一盒10元)

告白饮:获得奖金1200元(每一盒8元) 燕窝果饮:获得奖金1200元(每一盒8元)

利润6董事招募董事两层终身享受奖金。社区便利店的目标客户群体主要针对社区居民，主要目的是解决其消费距离小、消费时长短、消费需求急等方面的问题，相比大型超市，社区便利店的主要目的就是满足社区居应急性购物的需求。因此，社区便利店具有区域性、消费即时性的特点。此外，与大型商场超市相比，社区便利店销售的产品也具有明显的特点，通常以食品饮料类、生活快消类、生鲜水果类等社区居民日常基本生活必需品。与其他零售模式相比，社区便利店具备以下四点特征。