

# 共享购模式概念详解！青岛APP软件开发

产品名称	共享购模式概念详解！青岛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：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。甄视康新零售模式解说：甄视康的零售价是399元每盒，共有五级代理，从低到高分别为会员代理、具代代理、市代代理、省代代理、董事代理会员代理:399元购买一盒产品即可成为会员代理，会员代理直推会员具代市代均可享受100元的直推奖:县级代理:累计购买20盒(或复购4盒)，县级代理推荐会员、县代、市代享受元不等的直推奖:市级代理:累计购买100盒产品(或复购4盒+15盒)，市级代理推荐会员、县代、市代享受元不等的直推奖;省级代理:累计购买700盒产品(小市场160盒)，

省级代理推荐会员、县代、市代享受220、70、1900不等的直推奖;

董事代理:累计购买3000盒产品(小市场600盒)

董事代理推荐会员、县代、市代享受260、900、2700不等的直推奖 团队奖:以董事级别为例,会员代理每天出5盒、县级代理每天出10盒、市级代理每天出50盒、省级代理每天出100,那么董事的收入可达到上万元。经过数十年的发展,当前我国的线下零售行业内部日趋激烈的竞争环境对于零售模式的创新和发展提出了更高的要求。并且,随着互联网技术不断发展与应用,我国的电子商务得到迅速的发展,不断侵占线下零售行业的市场空间。因此在新零售时代,内部的竞争压力以及外部的技术变革促使我国线下零售模式面临着变革与创新。