

新消费全返模式——共享购（嗨购）商业模式，微三云钟小霞

产品名称	新消费全返模式——共享购（嗨购）商业模式，微三云钟小霞
公司名称	东莞市莞带大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋402室
联系电话	13143659518 13143659518

产品详情

像传统的返利模式逻辑为：消费者——返现额度——释放成零钱

传统的返利模式为什么在市面上频频都运营不了几个月就崩盘了？核心逻辑为，因为平台持续给额度，用户没次释放成零钱，都会直接提走，导致平台的资金流，每天大量的流失，导致平台现金流不够，所以都时常面临着崩盘。

嗨购商业模式的核心逻辑为，消费者——赠送共享值——兑换成共享积分——积分可以在CTC交易售卖

嗨购生活的逻辑为，消费者在商家店铺，购买产品会赠送给用户共享值，在产品这商家会让利10%，平台也会给予10倍的共享值，获得到共享值，平台会以一定的比例，让用户变现成共享积分，积分在平台了可以流通，因为商家想在平台享受流量1.让利10%2.每次用户在店铺消费，会扣除商家等额的积分，所以商家需要购买积分，而积分就是在CTC市场用户进行挂卖的，当商家想卖货引流，就要买积分，消耗积分，这个时候商家一直在消耗共享积分，共享积分就会出现供不应求的画面，积分也就是会随之增值，而且平台全程没有没有碰过现金也就不会有现金流的压力。也随着积分不断的增值，后期积分就会像股票一样不断的增值，用户不会卖出，平台都不需承担任何的资金流

那就有许多的朋友问:获得共享值得比例如何计算呢？商家如何扣除让利的积分呢？共享值是以什么比例获得共享积分呢？

共享值获取的比例：设a用户今日消费5000元，商家让利10%，平台给予用户10倍，商家2倍，今日全网营业额为10w，全网恒定发布39w共享积分，每天空投500积分

用户获取共享值的比例：今日a用户消费 $5000 * 10% * 10 = 5000$ （共享值）

商家获得共享值的比例：今日商家的营业额 $5000 * 10% * 2 = 1000$ （共享值）

兑换共享积分的比例：当日个人共享值*全网今日共享值=我今日获得共享积分的占比*今日空投的积分=我今日获得的积分

$5000 * 10w = 0.05% * 500 = 25$ 个共享积分

当平台的嗨贝发放一定程度时，还可以结合我们微三云区/区块链绿色积分系统，使用积分通证的形式来做释放，再次的让用户实现一个增值的作用，良性地去运营交易与变现以及兑换相对应区域的产品。也可做分红池，用营业额（业绩）的百分比来做分红划分给不同阶级身份的人，获得相对应的身份奖励，在结合利用NFT数字藏品的形式，使用积分去兑换数藏产品，从而让用户二次的实现积分返现等等。一个好的商业模式肯定是要经受得住各种考验，但**关键的是运营平台的初心和初衷。本文文章编辑：AYE24227

拓展课外话题：绿色积分是否合法？什么是区/块链绿色积分

央视网消息:国务院新闻办公室11月1日上午举行国务院政策例行吹风会。市场监管总局副局长蒲淳表示，实体经济并不等同于实体经营,前者是从事的行业，后者是指经营的方式，绝大多数个体工商户，无论是单纯的线下经营，还是通过线上渠道销售实体商品，都是参与实体经济。线下实体店和网上店铺是不矛盾的，我们不会限制其中任何一种经营模式，我们还要鼓励商业经营模式的创新。

2016年，国家发改委提出“研究建立绿色消费积分制”，只是市场释放了一个鼓励绿色消费的信号。

2022年初，国家发改委等七部委重提“绿色消费积分制度”，并将其作为促进绿色消费的市场化激励措施之一，表明了在我国实施“绿色消费积分制度”的迫切性，同时我们也发现目前实施这一制度的时机相对成熟。

积分营销的市场现状：

积分营销是商家常见的用来维系消费者忠诚度的重要手段。但是当前大部分积分系统都面临共同的困境

对于消费者而言，积分一般属于单一的商家，无法实现在不同商业场景之间的通兑，使用范围被限定，且积分兑换限制多，在兑换场景单一、交易频率有限的情况下，积分的价值固定，很难增长。且由于各大平台的消费场景的多元化，且丰富性高，用户若是无限注册多个积分平台，间接的就会影响到用户的消费体验。同时信息泄漏自身的风险也会逐步提高，直接就影响到消费者（会员）对绿色积分失去兴趣，逐渐对绿色积分失望。

对于商家而言，积分的发行、运营和管理的成本较高，同质化竞争日益激烈、积分活动类型单一，且无法深入了解消费者消费习惯；即使积累大量积分，但大多数积分处于“沉睡”状态。据统计，积分的实际消耗率不到20%，且由于积分系统属于私域流量，商家更需要的通过价值裂变、口碑裂变突破流量瓶颈，扩展新的商业价值，而积分系统之间的壁垒决定了其市场价值空间有限。

具跨行业、跨商户、跨区域的积分通积通兑和多场景体验感特色的通

用积分平台模型，受到市场的喜爱。

君不见，各家银行、航天公司都在试水通用积分，也有众多的大型创业型互联网企业也纷纷试水。但是，由于技术、经验、牌照、风控等高门槛、高条件的制约，纷纷以失败收场，甚至有些企业因触碰雷区受到法律的制裁。

好了，今天商业模式就分享到这拉，如果您正愁卖货难、拓客难、推广难，欢迎评论留言，小编很乐意为您解答。每天分享市场营销模式，快人一步抢占先机。