

解析永春堂系统部署开发，永春堂升级版模式”掀起市场浪潮，是否合法合规？

产品名称	解析永春堂系统部署开发，永春堂升级版模式”掀起市场浪潮，是否合法合规？
公司名称	东莞市南城缘宝商务信息咨询服务部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市石排镇瑞和路松山湖生态园B栋2-5楼
联系电话	18002681353 13652805628

产品详情

永春堂模式的逻辑介绍？

永春堂商业模式总共分为四种产品类型，分别是1300、3900、13000、39000，分别奖励对应的贡献值和能量值，贡献值可以用来加权分红，能量值即提现的上限，佣金结满需复购。

买产品得健康还赚产品兑换券是其宣传方式

产品兑换券=个人贡献值-公司总贡献值x公司新增总营业额10%

个人贡献值=消费贡献值+推荐贡献值

如果消费者想更多更快地获取产品兑换券

有以下方法推荐贡献值:

1、消费者推得1代可以获得的贡献值

2、消费者推2~11代贡献值10%

3、1300拿1~5代，3900拿1~8代，13000拿满11代

直推奖小单推大单，奖励无烧伤。见点奖按单个网体下的会员进行二二排列，可以拿20层，同时按直推代数拿20代。

20层点点0.2%20代点点0.3%滑落点点奖

级别分红按会员贡献值考核，一共分为10个级别，级别只升不降，不怕被平级，不怕被超越，永不封顶，享受平台每天总业绩的比例分红。

各级别分红分别是：

V1的10人均分到750

V2的6人均分到 $750+1500=2250$

V3的3人均分到 $750+1500+3750=6000$

V4的1人分到 $750+1500+3750+15000=21000$

领导奖紧缩10代级别分红收入的10%级别超越照拿，直推人数越多10代领导奖收入越多，多劳多得，永不封顶。

三、永春堂模式的收益利润点

永春堂1300营销模式一共分为五大奖项，分别是报单收益、推荐奖、加权分红、见点奖、级别分红、领导奖。

1、报单收益

消费者参与1300，5500 出局拥有1个贡献值

消费者参与3900，20000 出局拥有 3 个贡献值

消费者参与13000，80000 出局拥有 10 个贡献值

(注意：个人贡献值=消费贡献值+推荐贡献值)

出局后可原点位复投，团队累积贡献值不清零，级别只升不降，无任何影响。)

2、直推奖收益

(波比 10%)

1300 推 1300 得 130 直推奖

1300 推 3900 得 390 直推奖

1300 推 13000 得 1300 直推奖

注意：(报单金额的 10%)

3、加权分工 (波比 10%)

举个例子：公司新增总业绩是 1000 w，拿出 10%就是 100 w，假设公司所有会员拥有 20 w 个贡献值， $100 \text{ w} \div 20 \text{ w 个贡献值} = 5 \text{ 元/个贡献值}$ 。

再举例子：

加入 1300 拥有 1 个贡献值，当天的贡献值收益是 5 y

加入 3900 拥有 3 个贡献值，当天的贡献值收益是 15 y

加入 13000 拥有 10 个贡献值，当天的贡献值收益是 50 y

4、见点奖

20层见点奖，双轨制，每个人有2条线，层2个人，第二层4个人，第三层8个人，第四层16个人...第20层1048576，共计2097150。

$2097150 \times 1300 \times 0.2\% = 5452590$

20代见点奖，当消费者所有的直推都是其的代，不管是放在多少层，都是其的代，代直推的所有人都是其的第二代，以此类推到第20代。这20代内都可以拿到0.3%的见点奖。

(注：20层见点将0.2%，20代见点将0.3%)

5、级别分红（波比15%）

6、领导奖（波比15%）

级别分红和领导奖部分比较细化，具体完整资料可找小编获得

四、永春堂的合法合规以及特点

1、无风险

永春堂2.0模式中的所有返利分佣和分红奖金，均出自公司的新增营业额

2、门槛低

1300就可以参与商城玩法，成本不高，大多数人都能够参与进来。获得产品的同时获得奖励

3、有销毁机制

这一机制能确保不做市场的消费者，也会有可观的消费分红，从而帮助平台留住人。

4、收入不封顶

收入不封顶的同时还能带动内循环，可以吸引高阶人群加入，整个团队也

会更上一层楼。

5、两条线不对碰

两条线只是为了区分大小区，就算是单线也照样挣大钱，哪怕只推荐一个厉害的人也能够赚大钱。

6、人人都可以享受公司业绩增长的分红

贡献值分红和级别奖等都是产品的全球总业绩，不是由团队业绩来核算，这属于业绩之外的额外分成。

7、制度总拨比60%

正拨比，无泡沫，低风险，控盘确实相对安全，拨比确实相对可控

市场放开，在其他卷炒模式的衬托下，永春堂以其易控盘无泡沫和自驱动性强等特点，迅速卷起来互联网市场新零售的风浪。贡献值的获得方式促使了卖货和推广分享电商相结合。顾及到所有会员的权益，同一套模式下，人人所获得的均是看个人的付出，领导奖主要是照顾大团队长的利益，得以留存人才，促进平台健康发展。

未来已来，不管你是否看懂

唯有跟上，才不会被市场所淘汰

想要获得完整资料可找小编获得：（一九八七五刘零三儿八四）

如果有卖货难、拓客难的问题，欢迎咨询小编，结合现有资源梳理适合的方案

关注、咨询小编，更多市场干货资料和客户运营案

禁止搬运抄袭！！

原创者：吴丽萍