

电商营销模式：共享购模式逻辑、例举、盈利点分析

产品名称	电商营销模式：共享购模式逻辑、例举、盈利点分析
公司名称	东莞市微三云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301室
联系电话	14776427336 14776427336

产品详情

共享购模式的逻辑

一、平台发行两种资产

共享值：用户消费获得共享值，商家售卖产品获得共享值。共享值是消费金额的证明，不可再消费、转赠、变现，只能用于共享积分的发放，发放共享积分之后都会扣除相对应价值的共享值。

用户消费可以获得让利十倍的共享值（消费金额 × 10% × 10 = 用户所得共享值）

商家售卖商品获得让利部分二倍的共享值（售卖金额 × 10% × 2 = 商家所得共享值）

共享积分：有着总发行量，每天固定发行，可以在商城根据当日的指导价消费抵扣，可以在C2C交易市场交易。

当天转换前的共享值-

当日获得共享积分数 × 当日共享积分价值 = 个人消耗的共享值

当日个人共享值 ÷ 当日全网共享值 × 每日释放共享积分 = 个人当日获得的共享积分

二、商家所需要的事情

商家入驻平台需持有共享积分作为保证金，当商家的共享积分数量低于0时，用户无法在该商家下单，需要在C2C交易市场进行购买。用户下单后，商家需扣除让利额等值的共享积分（用户消费金额 × 商家让利 = 商家所需要扣除相对应价值的积分）

三、用户的消费全返、消费增值

用户通过消费，来获取共享值，消费多少就获得多少共享值，再通过共享值获得平台发行的共享积分，获得的共享积分，可以通过C2C交易市场进行变现。

每天获得价值多少共享积分，就可以把消费的赚回，达到消费全返。若囤积一段时间，等C2C交易市场的共享积分价值上涨之后再变现，就达到消费增值。

例举说明

平台设置10%的让利，商家入驻时至少需要持有价值500的共享积分作为保证金，共享积分的总发行量为972360个，每天晚上10点发行888个，三年发行完毕。

用户A在商家B消费了1000元，用户A获得 $1000 \times 10\% \times 10 = 1000$ 的共享值，商家B获得 $1000 \times 10\% \times 2 = 200$ 的共享值，商家B需要扣除价值 $1000 \times 10\% = 100$ 的共享积分。

若平台全网共有10万的共享值并且每个共享积分价值2元，那么用户A获得 $1000 \div 100000 \times 888 = 8.88$ 个共享积分，需要扣除 $8.88 \times 2 = 17.76$ 个共享值。

那用户A还剩下982.24个共享值，可以参与明天发行的共享积分，如果用户A直接把共享积分变现，就可以获得17.76元，等到第二天共享积分价值上涨了再进行变现也是可以的。

有些用户非常看好共享积分的上涨趋势，可以在C2C交易市场收购其他用户的共享积分，等共享积分的价值高了再出售出去。

平台的利润点在哪？

1、商家首次购买共享积分的保证金；2、C2C交易市场的手续费；3、平台自己售卖的商品；4、用户带来的流量进行变现。