

# 深度解析：全新消费分红模式，微三云钟小霞

|      |                         |
|------|-------------------------|
| 产品名称 | 深度解析：全新消费分红模式，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

消费分红是近些年电商市场兴起的一种新型消费模式，消费者是利润的直接创造者，在不需要有额外资金投入下，消费者可以通过日常吃喝玩购、衣食住行等消费行为积累贡献值，得到商家相应的分红权益。

### 一、消费返利：

消费分红不一定是平台所有盈余全部拿出来分配，这种分配对消费者来说会均衡很多，相比其它两者版块也安全平稳，平台的营收一定是能够概括分红的支出，可以说是完全没有任何泡沫，这种适合对平台控盘能力较低和想平稳运营的企业采用。

案例模式解析：任意在商城购买一样产品，只要你下单以后，后面的100个人的消费订单都和你有关系，你都可以拿到一个相应的分红奖励

，拿完100单奖励后就需要复购循环，比如一百元的产品，成本四十元，拿五十元出来分红，把每个订单奖励分成100份发放。

## 二、消费全返：

在消费全返模式中，奖励对消费者来说就没那么均衡了，有的是你获得的收益多少，取决于你对平台做出来多少贡献，有的是对越早进入平台的消费者获得的分红权益越高，公平些就是看各自本事，但是全返模式，\*大的弊端就是控制不好的话，就容易产出越来越多的泡沫问题，如果平台处理不好到后面都会被演变成是传销。

案例模式解析：市场比较多的就像是链动2+1（美丽天天秒）、拼团返利、泰山众筹（ck轻奢荟）、太爱速M（\*\*小店）等模式其实是可以做到无任何泡沫的玩法，但是有些平台为了快速抢占市场，就会把奖励拨出设置很大，完全覆盖了平台的收入去吸引消费者入场。

## 三、消费增值：

消费增值就不同于前面两种，消费者的消费行为不再只是消费，而是一种对商品的投资，消费增值也成为消费者的一种全新消费观念。消费增值更倾向于是未来价值、数字资产增值玩法，那什么是消费增值？是怎么增值的？

案例模式解析：比如\*近很火的嗨购生活家模式，这是个生态共识积分增值的玩法，脱离单打独斗，不是单平台卖货，可以通过商家联盟，把各行各业商家入驻进平台，打造品牌化平台的背景资源和影响力，提高整个消费经济系统运作的效率，在消费产生价值、交易产生价值、共识产生价值，共同在这个生态上，达成一个消费共享经济积分增值的概念。

共享积分拥有完整的总量机制控、通缩机制，销毁机制，应用机制，打造完美的生态链条，随着会员量的不断激增，应用共享积分也会越来越多，消费人越来越多，持有人越来越多，共识越来越强，价格越来越高！

以上三种版块，企业可以依据自己市场和团队资源、对系统的控盘能力来做选择，任何模式的性质只能说用于对平台的辅助工具，其实

重要的不是怎么去返利，而是在返利的同时如何去获得用户、留存用户、裂变用户。