

## 美兰区新消费返利商业模式——共享购（嗨购生活）商业模式

产品名称	美兰区新消费返利商业模式——共享购（嗨购生活）商业模式
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	服务项目:东莞数字藏品系统开发 定制项目:数字藏品系统开发 地区:东莞
公司地址	东莞石排瑞和路一号
联系电话	18002820787 18002820787

### 产品详情

消费返利模式，是指消费者在购物过程中，商家会根据消费者的消费金额给予一定比例的返利。这种模式的优势在于，消费者在购物的同时还能获得一定的收益，从而提升消费者的购买意愿。然而，消费返利模式也存在一定的局限性。首先，返利金额相对较低，对于消费者的吸引力有限；其次，返利过程繁琐，可能导致消费者流失。

消费增值模式，是指商家通过提供增值服务，使消费者在购物过程中获得更多的价值。这种模式的优势在于，消费者可以享受到更加丰富、多样的服务，从而提升购物体验。例如，一些商家会提供免费试吃、试用、免费咨询等服务，使消费者在购物过程中感受到更多的实惠。此外，消费增值模式还可以帮助商家提升品牌形象，增加消费者的忠诚度。

### 分享近期爆火的消费返利模式——嗨购商业模式

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。

企业和商家也在升级转型，用各种各样的消费返利模式吸引用户，刺激消费，消费返利商业模式是一种

通过给消费者提供返利或奖励来促使消费行为的商业模式。它的特征包括：

1. 返利机制：消费者在购买商品或服务后，可以获得一定比例的返利或奖励，返利可以是现金、积分、产品卷等形式，消费者可以在下次购买时使用或兑换。
2. 合作伙伴关系：消费返利商业模式通常需要与商家或品牌建立合作伙伴关系。商家提供返利或奖励的机制，消费者通过购买商品或服务来获得返利

共享值获取的比例：设a用户消费5000元，商家让利10%，平台给予用户10倍，商家2倍，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： $a$ 用户消费 $5000 * 10\% * 10 = 5000$ （共享值）

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

，从而增加商家的销售额。

3. 平台或中介角色：消费返利商业模式通常需要一个平台或中介来连接消费者和商家。平台提供返利的计算、追踪和支付等服务，同时为消费者提供商品或服务的选择和购买渠道。
4. 会员制度：消费返利商业模式通常会建立会员制度，消费者可以通过注册会员来享受更多的返利和优惠。会员制度可以增加消费者的忠诚度，促使他们更频繁地购买。
5. 营销和推广：消费返利商业模式通常会通过各种营销和推广活动来吸引消费者。例如，通过广告、促销活动、口碑传播等方式，提高消费者对返利商业模式的认知和参与度。

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

