

电商绿色积分如何合理，合规策划商业模式？

产品名称	电商绿色积分如何合理，合规策划商业模式？
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	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋403室
联系电话	15766340569 15766340569

产品详情

电商绿色积分如何合理、合规策划商业模式？

如何定义绿色积分、通证积分？

关于绿色消费积分可以参考发改委等七部委文件《绿色消费实施方案》。不过最新的关于绿色消费积分的定义可以参考国促会通证经济工作委员会关于全国绿色消费积分制度与行业自律相关标准公告如下：

一、关于定义：绿色消费积分是消费者在开展绿色消费之后，企业给予消费者贡献值的记录凭证。绿色消费积分可以兑换商品或者服务；可以兑换企业的[分红权](#)；可以兑换企业的股权。

二、关于发行主体：绿色消费积分发行的主体是依法在工商部门[注册登记](#)的组织机构，而不是自发形成的社区、社群以及其他虚拟数字团体。

三、关于产生来源：绿色消费积分来源于对实体产业的贡献行为，如消费行为产生，对产业发展的数据贡献行为产生等，绝非直接货币买卖行为产生。

四、关于发行目的：发行绿色消费积分的目的是通过积分激励，[拉动内需](#)，促进消费，构建一种新型生产关系，改变财富分配方式，最终实现共同富裕。

五、关于其他事项：绿色消费积分的发行应遵循[财务制度](#)，锚定企业的资产、利润，做到不超发、不虚发，规避支付挤兑风险，对消费者未来再消费的权利进行承诺的，并按照承诺履行自己的义务。消费积分是一种价值凭证，不具有金融属性，也不能在[二级市场](#)直接交易。

小面小编给大家分享基于社交电商平台打造的绿色积分增值模式，积分对标平台股权，企业通过共享股权的方式拉动内需，刺激消费，让消费者共享互联网平台未来发展带来的红利。

如何实现消费增值？

绿色消费=循环消费，新消费，新时代，绿色消费是价值消费，可以把花出去的钱赚回来

假设某某电商平台，单品售价100元，有自己的小程序、公众号商城、APP商城，该企业规划平台5年完成100亿的销售额，同步发行一亿的股权积分（通证），股权积分起始价值1元，平台采用的股权分红模式，平台有分红池，商城每卖出去一件商品就会拿30元利润出来作为分红基金，进入分红池作为分红使用，分红制度如下

第一个消费者A消费了100元，获得同等价值商品，A为平台分红池贡献30元分红基金，由于消费对平台产生了贡献，触发平台股权分配机制，A获得价值21元（30元*70%，平台设定赠送固定价值的股权积分）的股权积分，此时股权积分为发行价，价值1元，也就是A获得21个积分，当第一笔订单完成是股权积分价值30元/21个=1.4286元/个；

第二个消费者B消费100元时，同样获得商品，B为平台分红池贡献30元分红基金，触发平台股权分配机制，B获得价值21元（30元*70%，平台设定赠送固定价值的股权积分）的股权积分，此时积分价值1.4286元，B获得21元/1.4286=14.7个股权积分，此时分红池总分红基金60元，二级市场流通股权积分35.7个，股权积分价值为60元/35.7=1.6807元/个；

第三个消费者C消费100元，获得商品，C为平台分红池贡献30元分红基金，触发平台股权分配机制，C获得价值21元（30元*70%，平台设定赠送固定价值的股权积分）的股权积分，当前股权积分价值1.6807元/个，C获得股权积分21元/1.6807=12.495个，分红池总分红基金90元，二级市场流通股权积分48.195个，股权积分价值为90元/48.195=1.8674元/个；

第四个消费者D消费100元.....股权积分价值2.0188元/个

....

以此类推，当第100个消费者在平台消费是，股权积分的价值为5.1731元/个，股权积分价值相较于第一个消费者A消费时涨幅为5.1731倍

所有消费者A、B、C、D.....获得的股权积分可以随时提现出局，或者兑换商品，也可以选择继续持有增值，如果说消费者A在第100笔完成后把股权卖出，盈利 $21 * 5.1731 = 108.6351$ 元

综上所述，股权积分特性如下：

- 1、股权积分价值完全由市场决定，股权积分价值滞涨不跌；
- 2、股权积分发行数量恒定，股权积分释放到二级市场的数量完成由市场消费决定，只有消费才会分配股权积分，保证积分价值；
- 3、二级市场流通股权积分数量越来越少，所有消费者提现、兑换商品的股权积分由平台回收后全部销毁；

4、模式健康无泡沫，平台拿销售额30%的利润托底，利润在可控范围内还能保证平台盈利；

股权为何会增值？

除上述所描述消费者消费会造成股权增值外，消费者卖出股权积分，兑换商品均会促使股权增值上涨

- 1、消费者卖出股权积分，平台会收取10%手续费，手续费会回流到分红池，造成股权积分增值；
- 2、消费者使用股权积分兑换商品，分红池总分红基金不变，流通股权积分减少，股权积分也会增值；

适用应用场景

1) 实体行业清库存：发行绿色积分，积分单边上扬增值，拉动消费清库存

2) 老会员平台历史泡沫问题转化

老会员应付资产转化成消费币，让用户在平台消费产品，提货交付，完成交割处理历史问题，交割同时赠送绿色积分，老会员的积分分批释放，同时推广新用户拉动消费，获得正向增长盈利池，积分单边上扬，当积分增长的价格*老用户持有流通积分量=老用户应付资产价值时，让老用户持有的积分能回本或者赚一部分退出，那么老用户的问题就逐步解决了，当平台把消费增值的经济模型公布出去，所有用户都知道依托这个经济模型平台的积分是单边上扬的，而且随时有资金可以托底回购积分，他们就更加不舍得把积分卖掉，还会继续消费获得更多的积分，平台逐步可以消泡沫走上正轨。

3) 怕走分销涉传，改消费增值用户返利模式：

很多平台之前用的是团队分销模式拉动会员裂变，但是做久了团队长就会麻木，慢慢就不推了，另一个因素是，如果分销模式做的太合规又不好推，做的激进了可能又涉传，那么改成消费增值用户返利的经济模型最好不过，消费增值侧重用户本身的消费获利，所以不需要太强的分销逻辑，都可以吸引用户下单和分享，就算只设置二级分销和区域代理，都能促进团队裂变，平台模式更加合规合法。

4) 平台运营新手启动平台：

对平台运营新手来说，或者对传统企业老板转型互联网平台推广运营的人来说，选择什么平台机制很头疼，选择劲爆的分销模式容易涉传，选择合规的普通分销模式又推不动，选择静态的返利模式容易涉及非吸，选择纯动态的返利模式又不好推广，那么，这个消费增值模式既合规又简单粗暴，用户消费享受平台长期发展红利，消费送绿色积分，积分每天单边上扬增值，最后资本市场二级市场变现，几乎所有用户都能免费消费还赚钱，还不需要特别复杂的团队分销模式就可以推广分享，不用担心涉传，是比较理想的起步模式。

5) 适合融合股权模式，消费投资，股权增值等概念。

公司推出股权上市规划后，平台总发行1亿股股份，1亿发完即止，股份对标的是商城平台的所有权

- 1、股权达到一定数量可成为公司合伙人、创业股东；
- 2、股权最多前几位股东公司奖励手机、平板、豪车、豪宅；
- 3、股权公司上市后直接对标公司原始股；
- 4、股份可以接入通证、DAPP等概念

绿色积分、通证积分发展方向？

对系统、模式感兴趣的朋友们可以给小编“dianzan”“关注”“留言”！！！！

知识拓展

以下内容均为网络转载，如有侵权请联系删除，感谢！！！！

2+1链动奖励模式+广告电商新零售方案

人：不同身份分销模式--新零售商业模式制度：

力求模式安全，科学，高效

采用当下引流最高效的，二二复制模式

一、入单两级分销，安全高效

(1) 自己消费一个产品，即可成为代理会员，可以拿直推奖

直推1人奖15%

直推2人奖15%，同时晋升为老板，前面两条线留给上级老板，自己独立做老板

直推第3人奖40%（15%直推奖+25%的间推奖或者叫见点奖）

老板和老板平级享受10%的平级奖（平级奖由平台出，即总拨出4%）

(2) 股东分红奖：发展10个直推+100人伞下团队成为股东合伙人，享受平台5%分红奖

(3) 区域代理奖：区县镇代理补贴3%，市级代理补贴5%，省级代理6%，级差模式，区域代理奖最高总拨出5%

(4) 服务点奖：享受来服务点提货核销的5%奖励

备注：总拨出奖金60.5%

二：复购

代理级别以上会员在复购区复购，享受8折优惠，仅做一级分销10%+5%股东分红+5%区域代理奖

三：线下招商板块

服务点：加盟费2万+3万铺货押金，享受用户核销产品5%奖励

3万铺货押金用于给店铺铺货一定数量，让用户到提货点提货核销，核销后减库存，达到警戒值自动补货

区级/县级/镇级代理：5万，享受区域内订单3%的奖励，可设置区级代理价给予对应5万价值产品赠送，用于线下销售，二次批发可以享受区代价格

市级代理：20万，享受区域内订单2%的奖励，可设置市级代理价给予对应20万价值产品赠送，用于线下销售，二次批发可享受市代价格

省级代理：50万，享受区域内订单1%的奖励，可设置市级代理价给予对应50万价值产品赠送，用于线下销售，二次批发可享受省代价格