

# 股权电商——通证股权——电商产生价值支撑——数字产权交易所高市盈率流通

产品名称	股权电商——通证股权——电商产生价值支撑——数字产权交易所高市盈率流通
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

股权电商——通证股权——电商产生价值支撑——数字交易所高市盈率流通

一定要把理论、概念看完，才能理解模式的核心

### 一、电商平台运营模式——生态通证IPO化股权分红模式解读

企业做私域电商一是为了卖产品、二是做私域流量。两者皆是要有自己的平台，做平台就要有模式，模式如何直接决定你平台的能不能做起来。起盘前期如何做裂变？消费者引流进来了如何增加消费者的粘性，提/升复购率？平台模式能不能有效刺激裂变和复购？下面小编给大家分享一个同时具备裂变和复购的模式：

“股权分红”颠覆移动电商模式、股权模式、冲击企业IPO上市机制，真正做到让消费者消费创造价值、产生价值，实现共富、共赢。假设公司推出股权内部上市规划，平台起盘初期公司项目计划三年实现营销100亿，总发行60亿股股份，60亿发完即止，股份对标的是商城平台的所有权

电商平台商业运营模式——生态通证IPO化股权分红模式。

有那么一个平台具备mei团、tao宝、xie程、dou音、微xin等功能，可以让消费者在平台上完成，吃饭、购物、住酒店、娱乐、加油、充话费、充水电费、社交、移动支付等服务，非常便民，如果说所有的消费者在这个平台消费可以获得平台内部IPO发行的股权（股票）、获得平台的分红权益，你愿意在这个平台消费？

股权（股票）：拿出全平台30%的收益为股票托底，支撑股权（股票）增值，股权（股票）价值只涨不跌，市场一直在做，会产生源源不断30%的收益（涨幅规则看下文）；

分红权益：拥有股权（股票）的消费者平台额外再拿出30%的利润，当天赚的当天分红，每天都分红，

消费者手里的股权（股票）越多分的越多（分红规则看下文）；

## 二、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：

1、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。

2、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。

3、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。

4、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。

5、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。

下文中“分红额度”=“积分”

“通证概念”=“股权化”，通证具有区/块/链技术的一应用领域，通过区/块/链技术发行的通证具有不可篡改、分布式记账、信息公开透明等信任机制，如果没有通证，可能会降低激励效果，区/块/链的优势可能无法充分发挥。从身份证到学历文凭，从货币到票据，从钥匙、门票到积分、卡券，从股票到债券，账目、所有权、资格、证明等人类社会全部权益证明，都可以用通证来代表。企业电商平台如果能够利用好通证概念来发行股权，那将是潜力巨大，拥有无限的创造空间

## 三、场景、业务逻辑分析

作为消费者，当你在一个平台买2000元的商品，你能在这个平台赚到4000，同时还给你20股的股权，股权同样具备价值，平台按照市场价值实时回购股权（股票），你还愿意在这个平台消费？生态通证IPO化股权分红模式就是这样的一个业务逻辑，具体是怎么运营的呢，别急小编带大家往下看。

首先平台送你的不是直接可以提现的零钱，送你的是4000元的分红额度，平台会送你股权，平台每卖出去一件产品就会拿出30%的销售额出来分红，分给持有股权的消费者，消费者每天能分多少钱，取决于手里有多少股权，每天的营业利润每天分完，持股比例越高每天分红越多，分红多少就会相应减少消费

额度，假设你的分红额度有4000，今天你分红100元，你的消费额度就会减少100，降为3900，当你累计获得分红4000元时，你的消费额度降为零，消费额度为零时即使你有股权也不能继续享受分红，需要有消费额度才能分红。

#### 四、什么是分红额度？

通过消费获得，消费可以获得一定倍数的分红额度。如我在平台的某东专区购买一款电视消费了2000元，那么平台会赠送我4000的分红额度，分红额度代表该消费者在平台总共可以分的钱，有多少分红额度就代表平台最高可以拿到多少钱，相当于是你白漂一款电视，还让你赚2000元。

#### 分红规则？

有两个部分组成

- 1、每天固定分红，平台会拿出每天销售额的20%作为分红基金，每天的分红基金都会分完，个人每天能分到： $(\text{个人股权}/\text{大盘总股权}) * \text{当天分红基金}(20\%)$ ；
- 2、平台按照股权数量的多少，对消费者进行等级划分，最高分10个等级股东，同样的平台会额外拿出10%的销售额，这个20%的销售额均分成10份，每份1%，每个等级的股东均分1%的，其中高等级的股东可以同时参与低等级股东的分红。

以上述所说购买2000元的产品，平台赠送4000元的消费额度，固定分红和股东分红总额不会超过4000元，分红达到4000元则会暂停分红，如需要继续享受分红则需要通过在商城消费获得消费额度才能继续享受分红。

举例：

假设今天某东产品区营业额有200万，拿（3%-15%）来做今日消费的分红基金(消费额度)，平台可以根据除去产品成本所剩盈利来选择分红比例，如拿10%，也就是 $200万 \times 10\% = 20万$ 作为今日分红金额。

今日营业额200万也就是对应全网赠送了1000股股份，用今日分红基金 ÷ 总股份就能得出今日每股价值多少元， $20万 \div 1000 = 200元/股$ 。

我消费了两千元，1:1赠送了2000元的消费额度，当持有1股的时候，我能分200元，消费额度剩余1800元，当我持有商城股权2股的时候，那我今天就能分400元，消费额度剩余1600元平台，每天都会根据股权的价值来进行释放返现，直至将2000元全部返现完为止。

获得股权达到一定数量就能进入平台名人堂成为荣誉会员，平台在额外拿出营业额的3%—15%作为加权分红给所有荣誉会员，荣誉等级有(V1-V10)十个级别专核，专校标准为股权数量，级别只升不降，各级别均享受公司业绩分红。

如拿出20万做加权分红，也就每个荣誉级别的分红池个1万，池子有多少人就大家平分，这里有个亮点就是，假设我是十级荣誉会员，那十个池子的分红我都可以拿到奖励。

## 五、什么是股权？

1、股权代表消费者在平台的分红权重，比如在某东消费满2000元就能获得10股，200元就是1股，满4000元就能获得20股，以此类推，推广好友消费也能获得股权，股权越多等级越高每天获得的分红就越多。

前面说了消费者消费2000元，会送你4000的分红额度，消费额度等于钱，但是平台不会一次性把4000元给你，这4000元会按照平台设定的规则每天给你，直到4000元给完为止，至于每天给你分多少钱跟你手里的股权息息相关，股权越多每天分的钱就越多；

2、股权具有价值，平台额外拿出30%的销售利润，做增量资金，股权积分具备长期的增值空间；

3、完善的退出机制，消费者不想持有股权可以找平台回购，平台按照实时价格回购股权，回购股权即销毁不再做市场流通；

4、对接数字产权交易所，做价值流通；

如何获得股权？

1、通过自身消费获得；

2、推荐用户下单获得；

股权（股票）增值机制，只涨不跌

假设某某红酒品牌电商平台，红酒单品售价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），对标公司50%的原始股权，公司上市后可与公司股票进行等值兑换，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，获得同等价值红酒一瓶，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（ $30 \times 70\%$ ，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 $30 \text{元} / 21 \text{个} = 1.4286 \text{元} / \text{个}$ ；

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；
- 5、出局机制，消费者通过消费会获得相应的分红额度，当消费者所持有的股权积分价值达到分红额度，将会被强制卖出，除非继续消费获得分红额度。

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；

总结，通过生态通证IPO化股权分红模式颠覆传统电商模式，把企业经营概念植入社交电商，企业以让利的形式，让消费者通过消费的形式参与到平台的运营中来，把赚到的钱共享给每一个消费者，让消费者敢消费、愿意消费，改变传统消费格局，消费即投资，对于平台来说能够很好地起到刺激消费，增加消费者对平台的信任感、归属感，一个能让消费者每天都分红的平台消费者能不喜欢？

## 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。

绿色积分、通证积分发展方向？

## 八、股权激励

- 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qianshi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

在这种情况下，有一个名为“生态通证IPO化股权分红模式”的全新消费模式，它将彻底改变你的消费观念！

该模式主要以打造消费卖货为主，平台会基于每日的总营业额，拿出一部分进行全平台加权分红。

这种模式分为两种资产：分红额度和股权。股权指用户在平台购物对平台营业额做出的贡献，平台相应地赠送股权；消费额度则是对平台产品贡献的衡量，以消费订单贡献和平台推广贡献为基础，赠送对应贡献的消费额度。

通过创建这样的平台，可以利用产品的利润空间，通过购物获得的股权和消费额度来计算分红，使所有消费者在购物时都能获得一定的利润。

当商城整体营收流水贡献的数量用于计算加权时，每消费满2000元，股权增加10。消费额度是一种衡量消费者对平台贡献大小的证明，当用户在平台上购买产品并完成消费时，平台会根据所购买产品的类目赠送消费额度。

通过购买商城商品获得平台分红，用户相当于免费获得了想购买的商品，这可以大大激发用户的消费欲望。同时，平台还提供了额外的盈利机会。这样做可以真正实现消费内循环，并完成消费升级。

总体来说，生态通证IPO化股权分红模式商业模式以消费为基础，通过创新性的设计和激励机制，鼓励



用户参与并创造更大的消费价值。这种模式不仅让消费者在购物过程中获得收益，也推动了的平台发展和市场拓展。

## 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！！

拓展阅读：微三云维护优势讲解：1、微三云运维指导：服务期内提供运维指导服务  
2、部署上线：协助部署系统上线 3、软著：协助申请软件著作权证书 4、VIP 服务：赠送 3 个月 12 小时加急 VIP 服务 5、首年免费客/服：赠送首年 12 个月（含 3 个月 VIP）的客/服服务、操作指导和运维指导，紧急故障应急处理、非紧急问题跟踪处理服务  
6、首年免费升级：赠送首年所购单独应用的版本升级服务或套餐产品的全部应用更新功能  
7、二次开发支持:部分版本提供二次开发咨询指导服务  
8、补差价升级：后期增加扩展应用或升级套餐版本，只需要补差价升级即可，支持随时升级。  
推荐：品牌集团全渠道零售业务布局 集团-子品牌-经销商体系 远场+中场+近场零售布局 公域 DTC、私域 DTC、公私域融合 平台电商、即时零售/到家、门店 O2O、快闪店、微信小程序、官网.com、员工内购、B2B、跨境 . . . 微三云系统提供自由应用组合的方案，任意组合上百个营销模式功能，另外还有创新模式系统功能比如思购臻选秒杀模式、美丽天天秒链动 2+1 奖励模式，全民拼购模模式、社交盲盒系统，盲盒社交电商系统、消费返利模式，共享 WIFI 广告模式，有钱还众筹还债模式，推三返一系统，共享购嗨购模式，乐分享模式，盲盒抢拍系统，秒杀拼购系统、泰山众筹模式，太爱速 m 秒杀寄售模式，预售拼购模式、拼商抽奖模式、广告电商模式等。