

为什么说消费增值模式能够让消费更有价值？微三云邹锋兴解析

产品名称	为什么说消费增值模式能够让消费更有价值？微三云邹锋兴解析
公司名称	微二云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	深圳市南山区粤海街道海珠社区海德三道199号天利中央商务广场702C11
联系电话	13924376557 13924376557

产品详情

[为什么说消费增值模式能够让消费更有价值？微三云邹锋兴解析](#)

消费增值经济模型+商业模式设计+平台运营

一、核心逻辑1. 消费赠送积分，同时产品利润进入盈利池托底积分价值和卖出回购2. 每笔订单利润进池利润金额*70%为赠送用户同等价值的积分，促使每笔新增消费进池资金的增长大于流通积分的增长，保证积分价格永远单边上扬3. 积分卖出，用户兑换现金零钱提现时需要扣留20%回流到盈利池，促使每笔新增积分卖出时盈利池的资金消耗比流通的积分消耗少，保证每笔卖出积分订单都推动积分价格单边上扬

4. 2倍或3倍收益强制退出机制：所有会员消费获得的积分总量*积分增长后的价格，超过消费金额2倍或3倍，则系统强制卖出用户积分余额变成零钱余额，强制退出，复投方可继续参与消费增值5. 前期用户退出较快，积分价格增长较快，后期会逐渐增速降低，但始终保证积分单边上扬，到某个瓶颈期，新用户进来获得积分较少，增长退出较慢时，前期获利用户会产生悲观情绪进行卖出积分，大量卖出积分后，平台积分迅速减少，但盈利池资金减少比积分减少慢，积分再度快速上扬，重新激活市场进入一个新的上涨循环6. 随着平台越做越大，进行天使轮-A轮-B轮-C轮-D轮等融资，融资后部分资金可以作为消费补贴拉动消费，增加盈利池金额和积分加速上涨，让更多用户获利。7. 最终，平台发展到足够体量，用反并购上市逻辑让用户积分兑换上市公司股份，通过证券市场二级市场增值变现，平台创始人和大团队长根据贡献获得配股，锁定期过后交易变现实现财务自由。

备注：1.可以结合分销模型一起做支持直推奖+间推奖+多级别级差奖+平级奖+区代+市代+省代+股东加

权分红等分销逻辑

2.消费积分增长模型演算：比如用户消费1000，产品成本300，分销总波比300，平台利润100，进入盈利池300，给消费者赠送210积分，积分起盘价是1元这个时候，当第一笔消费产生，盈利池总金额300元，流通总积分210个，积分实时价格增值到1.43元第2个用户又进来消费1000，进入盈利池300元，赠送用户价值210元积分（ $210\text{元}/1.43=147\text{个积分}$ ），这个时候盈利池总资金为600元，总流通积分为357个，积分增值到1.68元第3个用户消费1000，进入盈利池300元，赠送用户价值210元积分（ $210\text{元}/1.68=125\text{个积分}$ ），这个时候盈利池总资金为900元，总流通积分为482个，积分增值到1.87元。。。如此类推。。。每新增一笔订单，积分都会单边上扬增长一次

当积分价格涨到4.76时，第一个用户持有的积分价值相当于1000元（ $210*4.76=1000$ ），用户可以选择回本卖出或者继续持有积分增值，当积分价格涨到14.29元（ $3000/210=14.29$ ）第一个用户盈利3倍强制正式退出，当积分价格涨到20.41元时（ $3000/147=20.41$ ），第二个用户盈利3倍退出

。。。如此类推。。。

3.卖出积分增长模型演算假设积分增值到9.52元的时候，第一个用户持有积分价值2000元，他消费才消费了1000元还拿了产品，这个时候他想获利退出，那么他把价值2000元的积分卖出，平台给他结算80%就是1600元，那么就是有400元回流到盈利池，盈利池实际减少了1600元而已，但是流通减少了价值2000的积分，那么积分价格会往前增长上扬，。。。如此类推。。。

4.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zui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daili，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，zui

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。

第二部分--微三云消费增值共享购模式

首先讲讲“共享购”商业模式解读

“共享购”平台整合，商家让利，消费创业，助力线上线下新经济发展，打造消费创业新模式。共享购模式本质上是结合了区块/链电商的玩法，在区块/链中进行电商行为的好处，其一是安全性有保障，其二是可以内部交易。共享购模式相当于一个不上链的区块/链电商，运营原理基本也同上链的玩法相似，上链的玩法以B端商户、C端用户为核心，不上链的以平台为中心来运营。

消费增值共享购：定义与概述

消费增值共享购是一种新型的购物模式，它结合了消费者、商家和第三方服务/商的力量，把消费者从传统的购物模式中解放出来，使其能够享受到更多的优惠和更多的服务。它的核心理念是，将消费者的消费行为转化为更高的价值，使消费者可以从购买中获得更多的优惠和服务。消费增值共享购的实施，不仅可以提高消费者的满意度，同时也能为商家带来更多的利润。

消费增值共享购模式讲解--以健康增值系统源码为例子

一、积分商城介绍 5000绿色积分每天释放3%=15个/天（完成广告视频任务后释放）

甄选好物:健康赠积分平台、健康即赚钱、健康即创业、健康即投资

休闲娱乐:拼团任务大厅边，拼团抽奖版块玩边赚，充实您的闲暇时光

同城服务:同城惠选、乡村振兴、家乡特产，满足游子思乡情

健康:国内领/先的食疗、康养全产业链生态系统

资本:人人持股、人人共享收益、资本运作、对标上市公司股票

举例:小昭在商城健康1W元

1、获得价值1W元的产品

2、获平台赠送的5000绿色积分，5000绿色积分每天释放3%=15个/天（需要完成广告视频任务）

3、获得1000健康值 获得平台每日空投的健康积分，无限增值!

二、创富模型

每天以 3% 释放 0-3倍绿色积分

直接分享好友可获得: 1、加速50%-/绿色积分释放

绿色积分提现自动兑换成 70%到账，30%用来复消

2、享健康金额1-5%健康值奖励

一星15W 9%

二星120W11%

三星 450W 15%

白银 1500W 18% 需培养3个三星

黄金 5000W 20% 需培养3个白银

钻石 1.5亿 21% 需培养3个黄金

三、健康积分发行规则：

第/一年:发行92250个，第二年:发行50000个，第三年:发行25000个，
第四年:发行12500个以此类推，逐年减半发行直至100万发行完毕...

健康积分分配机制：

健康者 80%

平台生态 10%

钻石 5%

黄金 3%

白银2%

个人所得健康积分=(个人当日释放健康值+全网 健康积分价格=总释放健康值+已发行总健康积分

四、商家打赏：

1：会员购买399或者399之上的激活礼包就可以提交申请成为商家

具有打赏功能（让利现金十倍健康值赠与）

（购买399及以上激活礼包后，跳出提示界面。

提示是否成为可上架产品并且拥有打赏功能的商家身份

选择否直接关闭界面，选择是进入商家申请界面，提交申请公司审核，审核内容（ ）

2线下通过打赏功能进行打赏时，进行打赏的商家的推荐人和被打赏的健康者的推荐人都获得商家赠与健康值所消耗积分的积分奖励，如：一星5%，二星7%，三星8%，白银9%，黄金10%，钻石11%

3 商家打赏获得其赠与健康值的20%的健康值

如；赠与一个健康者1000健康值，本身获得系统奖励200健康值。

商家操作打赏功能时消耗销毁的是积分，没有积分不能打赏其他人健康值！

健康者得到是值。系统里积分指导价如果是1000元/积分，打赏其他人1000健康值就需要消耗自己价值一百元的积分，也就是0.1积分。

4、商家审核通过后，具有打赏功能，必须在账号内预留足够的积分，可用于其上架的产品被购买后需要向健康者支付的健康值。

5、商家上架的产品，由公司负责，上架产品时必须设定赠送的健康值额度，赠送健康值zui低不能低于产品零售价格！

健康者购买，点击确认收货后；所设定健康值划到健康者账号，商家账户销毁等值积分

消费增值共享购：优势与应用

一、形成生态闭环：

- 1、通过消费赠送积分，将产品利润返还给消费者，用户可以无痛消费，接近批发价买到刚需消费的产品
- 2、通过消费赠送健康值，获得健康积分交易变现，实现消费增值
- 3、商家打赏或者卖货需要消耗健康积分，实现生态闭环，积分交易通过市场消化托底

二、消费增值共享购是一种新型的消费模式，它以消费者为核心，将消费者的消费行为和增值行为有机结合起来，以实现消费者和企业双赢的目的。

消费增值共享购的优势在于：

一是可以有效提/高消费者的消费满意度

二是可以帮助企业提/高销售额和收益

三是可以降低企业的营销成本

四是可以为消费者提供更多的折扣和优惠活动。

消费增值共享购的应用范围广泛，可以用于线上和线下消费，如零售、餐饮、酒店、旅游、金融等领域。

。

了解更多：

有了自己想要的分销模式，接下来就是找软件开发公司把想要的模式在系统上面实现，比如比较火的思购臻选秒杀模式、美丽天天秒链动2+1奖励模式，全民拼购模式、社交盲盒系统，盲盒社交电商系统、秒杀拼购系统、预售拼购模式、泰山众筹模式，大爱速m秒杀寄售模式，拼商抽奖模式、广告电商模式等模式系统，其实这些都还是基础，在微三云小编看来最重要的还是在运营这一环，还需要建立自己商学院体系，用商学院来发展裂变社群。话说项目能否推得好，主要看培训。分销裂变的条件是有“人”，很多人会有这样的心理，我这个模式这么好以为做出来就会自动爆炸式地去裂变粉丝。其实不然这里要考虑几个问题:如何找人？到哪里可以找到第一批肯去做分销裂变的这些人？即时找到这批人了有没有一套成熟的培训体系，有没有教他们怎么做管理拓展团队，他们为什么要做团队；有没有教他们怎么去卖你的产品，你的产品亮点在哪里；产品内容输出，这些是打仗的工具，可以给到推广员一键复制的。仔细留意一下我们会发现，分销做得好的平台他们都会拉很多会员群，而且群会分类型，有普通粉丝群、会员群、核心会员、团长等等，会员专门的导师团队在群里授课，不同的群输出不同的内容，社群+移动电商，还鼓励核心团队组建自己的粉丝群，统一输出讲师和内容。搭建自己平台的商学院系统是必须的。

建立自己商学院体系，用商学院来发展裂变社群;<https://zfx.wsyguanyun.com>