

联合光伏用众筹模式改变了企业融资——泰山众筹模式解析

产品名称	联合光伏用众筹模式改变了企业融资——泰山众筹模式解析
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	产品:积分商城会员商城 属性:源码定制 地区:东莞
公司地址	广东省东莞市东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋403室
联系电话	19957968337 19957968337

产品详情

股权众筹虽然一直以来颇受争议，但仍然改变不了这种企业用众筹项目融资的热情。2014年2月，联合光伏在众筹网发起建立全球最大的太阳能电站的众筹项目，项目是典型的股权众筹模式。该项目预计筹资金额为1000万元，每份筹资金额为10万元，每个用户最多购买一份，所有支持者都将会成为此次项目的股东。项目超额完成了预定任务，总计筹资金额达到1000万元。

联合光伏在众筹网发起全球最大太阳能电站的股权众筹项目，成功筹集1000万元。

该项目成为众筹行业的示范，而随着相关法律支持的可能性增大，未来将有更多企业仿效。

深圳前海保税区项目从3月1日开始集资，至3月31日结束，每份投资额为10万元，每人最多认购1份。

在该项目中，国电光伏作为该电站项目的施工方将进行垫资建设，并提供发电量的担保。国家开发银行作为资金监管方将协助项目公司开设众筹监管专户，全程监管资金，专款专用。同时对于投资者也设置了高门槛，要求投资人必须为投资机构、企业、高净值人群、有投资经验的个人，并且有行业丰富经验、独立判断力、高风险承受能力;另一方面年收入不少于50万，或者净资产不低于1000万，以及无不良信用记录、资信良好等。

泰山众筹商业模式背景：

泰山众筹模式是2022年新零售市场上非常火爆的裂变营销模式，不同于以往的电商模式，它不以某个产品为销售核心，而是以众筹的形式获取用户，只要用户购买产品即可获得积分的赠送，使用积分即可参与泰山众筹活动，活动出局后将获得对应奖励，这种形式门槛非常低，也容易激起消费者的购物趣味性，同时还实惠了消费者，非常容易引入流量。

在产品严重同质化的今天，几乎所有的企业平台运营者，操盘手都或多或少被下面三个问题所困扰，并一直苦思冥想各种各样的模式或方案。

第一个问题，用什么样的方式可以把海量的消费者吸引到自家平台来？

第2个问题，又有什么样的模式可以把自家产品快速大量的销售出去？

第三个问题。并且这个模式还不能有泡沫或者泡沫不入，用户还有很强的粘性来复购？

而在当下中小微企业并存的年代，许多企业并不一开始就有大量的现金储备。他们需要通过投资、融资、或者自筹资金等方式来获得运营所需的资金。对于那些需要通过烧钱推广市场的公司，如某多多，他们需要投入大量的资金来吸引客户和保持市场份额。这些巨额的投入往往是由资本方承担的，因为他们在寻求高回报的投资机会。

泰山众筹的组成？

互联网众多项目中，首个提出爆仓重生止损的模式，也是目前当下跑的最稳健的商业模式玩法，一共分为四个部分组成；

【优胜优出】；去中心化，科学众筹，分布式数字资产记账形式，将企业资产数字化，链接企业内外部资源，为企业发展、品牌塑造带来更多支撑，用数字经济的模式为企业发展赋能，有效解决“脱实入虚”的问题。

【四进一出】；合理合规，进出平衡，当第四期成功的时候，才会返回第一期的本金+收益，每一笔出账的前提必然是有新的一笔进账，以大账吃小账，进出平衡不会出现现金流不足的情况。

【爆仓重生】；爆仓重生，立即止损，市面上常见的商业模式基本都是“后面人买单”，泰山众筹也是首个提出爆仓重生止损，重新开启下新一轮，上一轮泡沫不累计，消泡之后重开。

【倍利复增】；gongpinggongzheng，能量守恒，每一期的上涨波幅都是上一期众筹金额的倍利复增金额，比如；倍利复增20%，当第一期为100，第二期就是120，第三期就是144，gongpinggongzheng，可持续性很强。

三、泰山众筹模式解析

例如：599产品，买599产品成为平台会员，享有本来赋予会员收益，同时给到同等积分/活动币币，活动币/积分用于会员增值:参与平台的泰山众筹项目

泰山众筹采取四进出一模式机制，每期众筹成功上涨30%额度

第一期10000活动币

第二期13000活动币

第三期16900活动币

第四期21970活动币

第五期 28561活动币

第六期 37129活动币

第七期 48267活动币 倒数第四期 退70%活动币给30%积分

第八期 62747活动币 倒数第三期 退70%活动币给30%积分

第九期 81571活动币 倒数第二期 退70%活动币给30%积分

第十期106042活动币 众寿失败 退100%活动币

倒数第十期众寿失败，即倒数前第七，八，九期都视为爆仓，倒数第十期退还100%活动币，倒数第七，八、九期退还70%活动币，返30%的积分可按照每日千分比逐步释放成零钱。

泰山众寿这个模式他没有强制消费，所有在平台的消费都跟产品挂钩，跟实业挂钩

让用户决定在你的平台消费而不是在其它平台消费的原因是——用户在你的平台消费可以获得一定比例的“购物币”。“购物币”既可以在平台购买商品的时候1：1抵扣，绿色消费；也可以选择参与“众筹活动”

泰山众寿模式分析:

连续四期众寿成功就开始出期参与众寿的人奖励自己投放本金的28%奖励，每一期众寿成功后增长30%众享额度，即每期众筹成功收益的30%=静态12%，动态奖励16%，平台维护费2%全部分完无任何泡沫。(这里的分润奖励是用产品利润来对冲的)

1.静态收益12%，每期本金投放的收益12%，用户只要众筹成功就能获得的纯收益

2.动态奖励收益:16%，用户需要推广拉新获得的收益 .分享奖励 3%

.管理奖 5% .股东分红3% .区域代理 5%

泰山众寿模式玩法:在同城购物所获得的活动币参与众筹活动

D一期10000活动币

第二期13000活动币

第三期16900活动币第四期21970活动币第五期28561活动币

第六期37129活动币

第七期48267活动币倒数第四期退70%活动币给30%积分

第八期62747活动币倒数第三期退70%活动币给30%积分

第九期81571活动币倒数第二期退70%活动币给30%积分

第十期106042活动币 众寿失败 退活动币

假如:例数第十期众寿失败，即例数前第七，八，九期都视为爆仓，例数第十期退还活动币，例数第七，八、九期退还70%活动币(70%的数值比例是可以自定义)众器不成功返30%的积分可按照每日千分比逐步

释放成商城零钱可提现，或用于在平台的积分商城区兑换产品

【免责声明：文章资料收集于互联网，小编不参与任何分析的项目运营，也不投资参与任何项目，也不收费推广项目，不做项目私下评估，玩家勿扰。(以上分析不构成任何投资建议)。仅作为开发需求者的模式案例参考作用，如有违/规及侵/权请联系作者删/除！】