

股权电商（通证+绿色积分）——重新定义电商消费模式

产品名称	股权电商（通证+绿色积分）——重新定义电商消费模式
公司名称	深圳漫云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	漫云科技:源码交付 app开发:小程序开发 定制服务:现成案例
公司地址	深圳市南山区粤海街道麻岭社区科研路9号比克科技大厦1701D
联系电话	18638029017 18638029017

产品详情

股权电商——重新定义股权的价值观、平台与消费者关系

项目延展，一个公司上市前，会有天使轮，A轮、B轮...融资，把公司的市值做大，上市后产生十几二十倍的市盈率是非常正常的，在股权电商中，股权在电商平台会有个明确的市场价值，这个价值是完全由市场决定的，不存在任何的价值虚高，有很多具备合法资质的数字产权交易所，有条件的话股权到二级市场去做交易流通，那么项目的潜力是非常巨大的。

平台可以发行两种通证积分，一种积分做增值，一种积分做恒定，增值积分与恒定积分之间存在汇率兑换关系，恒定的积分作为企业生态内共同认可的钱包，类微信、支付宝作用，作为类支付工具，可进行生态内产品、服务兑换。

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：

“股权电商”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，是平台联合生态内产品厂家、实体商家及其合作伙伴，共同为消费者做出的让利，营造生态内良好的消费环境，真正做到让敢消费、愿意消费

，通过股权电商模式把消费者、商家、平台捆绑成利益共同体

假设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？

1.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）；

2.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）；

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；

5、兑换恒定通证积分，兑换恒定积分的所有增值积分不做销毁，使用恒定积分进行消费（备注：生态内所有商家收到恒定积分，可以找平台等值兑换增值积分）。

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，利润托底，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

总结，股权电商中股权具备如下属性：

- 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；
- 6、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。