

# 股权电商-一消费返现新模式

## 股权电商--重新定义股权的价值观、平台与消费者关系

产品名称	股权电商-一消费返现新模式 股权电商--重新定义股权的价值观、平台与消费者关系
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

股权电商-一消费返现新模式

股权电商--重新定义股权的价值观、平台与消费者关系

前文引言:

微三云科技是国内较早从事电商源码及SSaaS软件及服务的企业之一，自成立以来始终坚持产品和技术驱动的发展战略，围绕电商商家在营销管理、

订单管理方面的需求，通过持续的技术创新和产品迭代，已实现业务在主流电商平台的全面布局。经过多年发展，微三云科技主要产品供应链系统，

超级云 APP，系统，云平台电商系统，知识付费系统，g NFTHE nfg系统等在同类软件中paimingqian列，帮助广大电商商家降低了管理成本，提升

了运营效率，在行业内树立了良好的口碑和品牌zhimina度。在陪伴 微三云 科技筹划上市过程中，我们与公司风雨同舟，携手前行。

一般小程序商城服务商分为两种情况，ssaas和源码两种情况。先来说说s saas吧，s saas一般是按年付费，这种前期投入成本会比较低，这种受服务

商的限制会比较大，所有的小程序使用者都是公用服务商的服务器，ssaas模式比较适合于前期只是想通过线上卖货，不需要考虑平台思维的商家

来运作，规模大、有长远规划的就不建议选择这种模式;第二种情况，是软件服务商直接给商家企业独立部署服务器的、能够提供源代码的，这种

就比较独立自主，平台的运营数据那些都是掌控在自己手里的，有主动权，后期做大想要走资本路线的源码是你必然的选择，其次是从长远考虑，

自己有代码后期可以做二次kaifa什么的也方便，当然这种情况下，前期的成本也会比saas模式高;微三云源码提供一下新零售模式系统，思购臻

选秒杀模式，美丽天天秒链动12+1奖励模式，泰山众筹模式，推三返一系统，共享购嗨购模式，乐分享模式，盲盒抢拍系统，消费返利模式，共享

I WIFI广告模式，有钱还众筹还债模式，太爱速mm秒杀寄售模式，全民拼购模模式，社交盲食系统，盲食社交电商系统，秒杀拼购系统、预售拼购

模式、拼商抽奖模式、广告电商模式

股权积分+通证积分,电商积分模式核心逻辑

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xin、支fubao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liuliang。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，正真做到让敢消费、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，

取决干手里有多少股权，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Zui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:(个人股权/大盘总股权)\*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，Zui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。

## 八、股权价值延伸

- 1、股权达到一定数量可成为公司合伙人、创业股东;
- 2、股权Zui多名股东公司奖励手机、平板、豪车、豪宅;
- 3、股权公司上市后直接对标公司原始股，行使股东权益;
- 4、股份可以接入通证、DAPP等概念

## 二、政策上如何定义绿色积分、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Zui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:

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，Zui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。

“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

## 知识拓展

对系统、模式感兴趣的朋友们可以给小编“点赞”“关注”“留言”!!!

以下内容均为网络转载，如有侵权请联系删除，感谢!!!

微三云系统:自带 SAAS 架构模式独有源码+SaaS 双模式部署，自带SAAS 渠道中心，非常方便给下游客户贴牌OEM系统，不仅可

以自用系统，可以给同行贴牌卖系统，自用系统同时可以卖系统账号

赚钱。另外还可以实现一个源码带N个独立SAAS平台的企业生态运营模式:品牌云店是企业转型「云店模式」的商业平台基于前期

大量的模式探讨和目标客群消费行为分析，企业开启了数字化生态破

局计划。依托于几千家连锁门店，企业上线了由微三云提供技术支持的品牌云店系统。品牌云店支持全直营的新零售业务。品牌云店把

把线下门店的“人、货、场”进行数字化之后搬到线上，彻底串联打

通了企业线上和线下零售业务，搭建了一个全新的直营社交新零售平台。总部作为供应商，招募若干个独立推广运营团队进行独立推广

广，平台提供货源，每个独立平台自己运营，可独立使用不同的分销

模式、不同的市场模式、不同的运营方法、不同的应用功能，系统功能比如思购臻选秒杀模式、推三返一系统，共享购嗨购模式，乐分

分享模式，盲盒抢拍系统，消费返利模式，共享WIFI广告模式，有钱

还众筹还债模式，美丽天天秒链动2+1奖励模式，泰山众筹模式，太爱速m秒杀寄售模式，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、拼商抽奖模式、广告电

商模式等，独立绑定支付、独立收款、独立运营主体，隔离平台的风险，有能让独立运营的平台有非常大的自主权。

以下内容均为网络转载，如有侵权请联系删除，感谢!!!

微三云介绍，莞云信息介绍一---广东省大的软件系统开发公司，成立7年来，公司从4个人发展到现在400多人团

队、280+技术团队，5000平方写字楼的双高新双软科技公司，公司总/部办公地址是东莞松山湖高新技术创/新园B座整栋5

层!想通过互联网转型的，想通过互联网创业的欢迎联系我，专属VIP售后，一年免费培训维护升级新上热款:1.拼团抽奖

系统:新模式新玩法，拼团的升级版2.挂售系统:批发零售，寄售，挂卖获利促销模式，客户口天王商城一个月8000万营收

3.分红榜系统:复购裂变超强模式，客户攸妍新零售商城5个月2亿销售额4.邮费奖励系统:0元购物，邮费到

家，会员制分

期领取产品，邮费分销模式5.补贴模式云仓代理系统:拼团保证金，礼包补贴，完美融合微商和社交电商的优点，快速打造万

人团队，娃哈哈秒眠和superme潮瘦30亿营收的新模式6.直播电商系统:APP+小程序+公众号，直播间，直播带货，短视

频带货，分销商城，活码进群，团队社交，有播特抱抱模式升级版7.三三滑落公排分红系统:三三滑落，团队公排，多样化

团队级别分红 8.全民拼购系统:中奖得产品，不中奖退回拼团金并赠送广告红包9广告电商系统:消费送积分，积分看广告变

现 10.分享购(乐分享模式):九层一级分销11.共享购:嗨购模式，消费送共享值，共享值每天领空投分红积分，分红积分可

以交易挂卖，商家寄售产品需要支付分红积分作为手续费，形成分红积分内部买卖刚需生态平衡体系。