

共享购模式：融合消费与投资，重塑私域流量价值链条？技术服务+软件开发+系统源码，微三云系统搭建

产品名称	共享购模式：融合消费与投资，重塑私域流量价值链条？技术服务+软件开发+系统源码，微三云系统搭建
公司名称	深圳市微三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	13929266321 13543762209

产品详情

共享购模式：融合消费与投资，重塑私域流量价值链条？技术服务+软件开发+系统源码，微三云系统搭建

前文引言：

云平台—开放平台，是指通过与外部第三方连接，为商家创造更多价值的生态平台。

【云平台】定位打造移动互联网供应链平台，以平台的力量凝聚软件行业生态，解决信息不对称问题！微三云与您共同成长的技术公司:微三云不是简单给你定制一个软件，然后不再更新，不在维护，等你想增加功能二次开发的时候报高价，或者技术忙没时间定制，系统不支持，技术员离职，公司倒闭等等理由拒绝为您升级功能服务，被迫只能放弃用的熟悉的系统，放弃曾经积累的所有会员，重新购买定制新系统重头来过。我们给您的是终身可持续使用的系统，我们是与您共同成长的技术公司，是您创业运营项目在市场拼杀收钱坚实的后盾！

导读：

现在说起流量，无非就是公域流量跟私域流量，而公域流量大家zui先想到的应该就是各大电商平台等，而今天我要跟大家讲的是如何打造属于自己的私域流量。消费返利的模式一直都非常火爆，而市面上真正做起来的一些平台，其实都会跟返利有关。那么今天给大家分享的就是一个叫做“共享购”（嗨购）的商业模式“ ”

“共享购”模式主要的消费理念就是消费投资，让用户可以通过消费获得“共享购”的平台资产之一——“共享值”，“共享值”不具备价值，它的作用就是根据在全平台的总“共享值”中的占比，来瓜分“共享积分”，这个“共享积分”价值是可以不断增值的，也可以通过点对点jiaoyi变现。

具体怎么玩呢？下面我们详细介绍一下：

共享购模式1.0+2.0模式玩法系统模式介绍（参数为举例，全部可以自定义，各种资产名称，身份级别升级条件，身份级别名称均可以自定义设置}

一 注册

1 新用户微信扫描二维码出现注册界面，APP下载界面，填写手机hao，验证码，设置密码提示注册成功后直接跳转到app下载界面。

2 新人注册就赠送300共享值，不购买激活礼包激活不能使用二 激活

1 会员注册成功后，在商城首页普通产品区购买任何一款产品，即成为消费贵人，可享受直接分享奖励，不具备升级权限

2

在商城里VIP礼包区购买产品进行激活可以获得双倍共享值奖励，并可以激活注册时赠送的300共享值。

购买4999激活礼包的会员。具有可以和公司申请成为区域运营中心资格。三 级别

1 消费贵人：新注册会员，在普通产品商城非激活专区购买了任意一款产品，即成为消费贵人，只享有直接分享推荐奖励，没有晋级资格。

2 vip：条件是专区购买激活礼包

线上奖励:40%共享值（参数）线下奖励:5%积分（参数），仅享有直推奖励。

3 店主：至少直接分享6个VIP（参数）团队不低于66个VIP（参数）

线上奖励:50%共享值（参数，40%直推+10%级差）线下奖励:7%积分（参数）

4 店商：直接分享中至少有2个店主。即可升级为店商

线上奖励；55%共享值（参数，40%直推+15%级差）线下奖励8%积分（参数）

5 fuwushang:直接分享中有至少2个店商，可升级为fuwushang。

线上奖励:60%共享值（参数，，40%直推+20%级差）线下奖励:9%积分（参数）

6 备注：

线上奖励指的是购买平台自营产品，普通商城区和激活礼包区的奖励。

线下奖励说的是商家打赏部分和商家上传产品销售部分，如果你是商家的推荐人或者是消费者的推荐人都可以获得奖励，各级别级差拿奖励。

四:区域运营中心

1 必须购买4999元激活礼包。才可以和公司申请成为区域运营中心。

可获得所属区域商家让利额度8%（参数）等值的积分

五 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（让利现金十倍共享值赠与）

（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消费者的推荐人都获得商家赠与共享值所消耗积分的积分奖励，如：vip，得5%，店主7%，店商8%，fuwushang9%

3 商家打赏获得其赠与共享值的20%的共享值

如；赠与一个消费者1000共享值，本身获得系统奖励200共享值。

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共享值！

消费者得到是共享值。

系统里积分指导价如果是1000元/积分，打赏其他人1000共享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hao内预留足够的积分，可用于其上架的产品被购买后需要向消费者支付的共享值。

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共享值额度, 赠送共享值最低不能低于产品零售价格!

消费者购买, 点击确认收货后; 所设定共享值划到消费者账号, 商家账户销毁等值积分

共享购”模式主要的消费理念就是消费投资, 让用户可以通过消费获得“共享购”的平台资产之一——“共享值”, “共享值”不具备价值, 它的作用就是根据在全平台的总“共享值”中的占比, 来瓜分“共享积分”, 这个“共享积分”价值是可以不断升值的, 也可以通过点对点jiaoyi变现; 如果老板们想要部署这套系统模式, 欢迎咨询我;

共享购4.0模式的创新优势; 一、对比云联惠等消费返利模式, 共享购模式有以下创新优势: 1. 消费返利只是赠送共享值和共享积分, 不返现金, 避免非法集资承诺保本保收益的返现金思路 2. 因为返的不是现金, 避免团队奖励模式设置, 不涉及传销多级分销团队计酬, 相对安全很多 3. 平台不碰商家资金, 只要平台会员不而已shua、单虚假jiaoyi, 消费用户和商家、平台都是非常健康没有任何风险的 4. 平台不返现金, 没有提现功能, 意味着不可能出现类似云联惠和销巴生活这种消费返利平台用户挤兑提现问题, 平台可以无风险长久运营。 5. 后期积分通过合规jiaoyi所jiaoyi, 对接友盾通证jiaoyi所, 上海碳排放jiaoyi所等, 彻底避免积分jiaoyi变现的潜在法律风险。

对比其他同行的类似模式系统优势; 1) 功能扩展性: 未来的优化和扩展计划: 增加云平台电商200多个应用功能模式与共享购模式的互通组合使用, 比如参与平台拼购, 短视频, 直播, O2O, 异业联盟, 泰山众筹, 抢单寄售, 链动奖励, 礼包分红, 社区团购, 云店模式, 智慧新零售等, 参与这些平台营销模块, 也可以获得贡献值奖励或者积分奖励, 且我们系统的所有应用功能的后续版本优化, 每个月一次, 客户都可以免费更新, 相当于买的是一个永、久更新的, 永远不会落伍的“活”的系统。预告一下: 区、块链系统春节后将全面升级, 增加N多新模式功能玩法, 敬请期待。 2) 生态化运营的扩展性: 我们独立开发有超级云APP, 区、块链系统, 元宇宙NFT系统, 商学院知识付费系统, 供应链系统, 云平台电商系统等六大生态运营系统, 未来共享购模式将增加与供应链系统和商学院知识付费系统、元宇宙NFT数字藏品系统的打通融合 3) 强大的系统底层: 累计投入过亿元自主研发的系统底层(全国有自己独立研发的强大底层系统的软件公司屈指可数), 支持千万级的用户并发, 支持10万笔每秒的订单并发, 独有防黑客攻击策略, 云服务器性能自动监控, 分布式微服务架构, 齐全的开发API接口方便快速二次开发。 4) 同类系统zui全的支付和税收合规解决方案: 支付方面, 除了对接官方的微信, 官方支付宝外, 还对接了众多第三方支付, 如汇聚支付, 通联支付, 易宝支付, 杉德支付等等, 为客户提供全方位的分账、收款、代付解决方案。税收合规方面, 已对接腾讯高灯科技和深圳粮饷社, 为客户提供灵活用工、佣金发放代开、发piao, 税务免费咨询, 股权免费咨询等全方位税务合规解决方案 5) 强大的技术开发团队: 10年老牌互联网模式开发公司, 每年软件销售额营收1亿+, 全职技术250+, 可满足30多个项目同时并行开发, 开发实力行业口碑一流, 众多创新营销模式均领/先同行研发上线, 可充分满足客户做大后各种各样的开发迭代功能需求开发。

结语: 10年来电商模式不断迭代创新的zui优版本 共享购4.0模式以公开透明是区、块链技术为基础, 打造一个多平台开放融合的生态平台, 并且实现一个去中心化的DAO自治组织理念, 以会员、商家、平台共同打造上市公司的思维理念, 为平台实现长远健康发展, 零、风险, 没有人受伤害, 共同获益的平台。这个模式堪称是10年来电商模式不断迭代创新的zui优版本, 但还不是终、极版本, 随着时代发展, 我们每个月推出更多模式功能优化商业模式和商业运营逻辑, 不断迭代新模式, 目前来讲, 共享购4.0模式依然是zui优模式, 强烈推荐, 只要是推广能力OK, 风险控制得当, 绝对对是10年来我们遇到过的

风险zui低又zui容易成功的模式。如果老板们想要部署这套系统模式，欢迎咨询我；

拓展阅读：微三云资源总监麦超向大家分享了当下主流 App 的流量价值、以及三大变现方式——“广告、电商、游戏”，同时分析了电商领域的淘宝、京东、拼多多及第四大电商平台kuaishou的变现方式，以及douyin这个大家耳熟能详的短视频平台，为何在几年前开放douyin小程序后，并未开放电商 板块，而是选择与淘宝合作，而在今年合约结束后，选择自己来做电商变现；之后再向大家发问，企业该如何在铺天盖地的公域流量中夹缝生存，通过构建自己的私域流量池，塑造品牌（平台）价值。