

掘循环购的力量：电商模式的变革与突破

源码系统+商业思维+电商运营，微三云技术服务

产品名称	掘循环购的力量：电商模式的变革与突破 源码系统+商业思维+电商运营，微三云技术服务
公司名称	微二云信息技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋503室
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

挖掘循环购的力量：电商模式的变革与突破 源码系统+商业思维+电商运营，微三云技术服务

导读：

微三云超级 App 系统采用模块化设计结构，在运营过程中 App 可以无限拓展，快速叠加更多商业模式，做大流量入口，形成大数据生态。而这些数据并不会随着应用的剔除而消失，只会随着应用的叠加而进入无限积累沉淀，循环使用的过程。在运营过程中，超级 App 还可结合“云平台、云视商、区/块/链或者第三方应用”丰富的消费场景快速促成交易，同时打通“供应链系统”以优质的货源一键连接供需两端。最终，麦总为大家分享了一套“智慧农村大生态解决方案”，将微三云 5 大产品相结合，通过功能拆解模式重组，构建一套“移动互联网平台运营的顶层系统”，沉淀大量用户基数，最后还可通过对接广告资源，提升平台的持续营收能力。

循环购模式详解+商业模式设计+系统搭建

在消费商时代，消费已经成为一种全新的投资方式，随着时代的发展，消费者已不再是简单的购买者，而是逐渐转变为消费商，市场的变革不断发生，消费模式也进入了消费增值的全新阶段。而循环购模

式是一种强大的电商消费增值模式，该模式通过赠送消费者一定倍数的消费额度和股权，使消费者在购物时不仅能享受平台的分红，还能激发购买欲望，并促进用户之间的分享和裂变，从而提升平台的流量和销量。

循环购模式简介：

循环购模式作为一个创新的购物生态，它通过为用户提供能量值和贡献值，使得购物不仅仅是一个交易过程，更是一个充满乐趣和回报的体验。在这个模式中，用户的每一个购物行为都能得到平台的认可和回馈，这种回馈不仅仅体现在实物商品上，还体现在能量值和贡献值的增长上。能量值代表了用户在平台上的活跃度，它决定了用户可以从平台的奖金池中获得的分红额度。而贡献值则代表了用户对平台的贡献程度，它决定了用户在每日分红中的权重。这种设计使得用户在享受购物乐趣的同时，也能积极参与到平台的发展中，与平台共同成长。此外，循环购模式还通过设立等级制度和推荐奖励机制，进一步激发了用户的参与热情。等级制度使得用户在平台上的贡献得到认可，而推荐奖励机制则鼓励用户邀请更多的人加入平台，从而扩大用户社群，促进平台的快速发展。荣誉会员身份分红制度是循环购模式的另一个亮点。当用户的贡献值达到一定条件时，他们可以自动升级为荣誉会员，享受更高的分红权益。这种制度不仅是对用户贡献的认可，也是一种激励机制，鼓励用户更加积极地参与到平台的发展中来。

循环购模式具体解读

循环购模式是一种创新的电商消费增值模式，它通过赠送消费者一定倍数的消费额度和股权，赋予消费者多重身份——既是消费者也是投资者，实现了购物、投资、分享、分红等多元化的消费体验。以下是对循环购模式的详细解读：

循环购模式构建了一个集购物、投资、分红于一体的新型消费生态。在这个模式中，消费者通过购物、推荐他人消费等方式获取两大核心资产：分红额度和股权。

该模式有两个资产，分别是分红额度和股权，怎么获得这两个资产呢，有两个途径，用户可以通过自购产品或者推荐朋友消费，都可以获得

分红激励：平台每日会抽出部分利润放入分红池，给拥有股权的用户进行分红（前提是拥有分红额度）

静态释放和动态释放：

- 1、静态释放：指用户购买产品后，没有其他的动作，每日享受平台分红
- 2、动态释放：平台会根据持有股权进行一个等级划分，每个等级都会有一个分红池，如：
 - 、50-100个股权成为V1身份，享受1%的分红池奖励
 - 、101-200个股权成为V2身份，享受3%的分红池奖励
 - 、201-500个股权成为V3身份，享受6%的分红池奖励

需要注意的是，这个动态释放的分红池是平均分，假如我现在是V3身份，这个池子里面只有我一个人，那么我就单独享受这6%的分红，如果有两个人以上，就开始平均分，假如这个池子没有人，那么这部分收益就会回归给平台。

举一个具体例子让大家更加清晰的认识该模式的玩法：

如平台设定了2倍分红额度

其中销售额的10%会放入动态分红池，而30%则放入静态分红池。

当用户A购买了价值1000元的产品礼包时，他将获得2000元的分红额度和10个股权

此外，用户A还可以通过推荐其他用户消费来获得股权。

假设用户A当前有10个股权，而平台总共有100个股权。

假设平台的营业额为1万，那么静态分红池中将有3000的金额。

系统可以通过将个人股权除以总股权

然后乘以分红池中的金额来计算出当天他可以获得的分红。

具体计算如下：分红池金额3000 ÷ 100平台总股权得出=股权价值30元1个股权

那么平台就会分红300元给到用户A，因为他有10个股权，待用户的2000块分红额度释放完之后，股权还会继续保留，但不会进分红，如若想继续参与分红就必须再次复购进行购买

循环购模式的核心要素

循环购模式还引入了贡献值和能量值两个概念，进一步丰富了消费者参与平台互动的方式：

能量值（即分红额度）：通过购物获得，能量值越多，可获得的分红越多。每次分红相当于释放一定的能量值，能量值只能通过购物获取。

贡献值：用户通过购物或推荐他人消费，对平台营业额作出贡献，平台根据消费订单贡献和推广贡献赠送相应贡献值。贡献值越多，能量值释放速度越快，每日分红也越多。

模式举例：

平台设定2倍分红额度，销售额的30%放入动态分红池，10%放入静态分红池；

A购买1000元的产品礼包，获得2000元的分红额度（终能释放2000元）；获得1个贡献值

假设A现在有1个贡献值，平台有100个总贡献值，假设平台营业额为10W，动态分红池就有3W，用个人贡献值除以总贡献值，乘以分红池的钱，就能计算出当天用户可以获得的分红。

$$1/100 \times 30000 = 300$$

假设静态释放有1w

按平台达到身份的平均分，V1（10贡献值），V2（11-20贡献值），V3（21-30贡献值），V4（30+贡献值）

获得贡献值达到一定数量就能进入静态奖金池的分红，分别按照（V1-V4）等级去平均分，这里有个亮点就是，假设我是V4身份，那（V1-V4）池子里面的分红我都可以去拿奖励，跟他们平均分

那A只有一个贡献值的话就在V1的分红池里面，假设V1分红池分4%，有100个人， $4000/100=40$ ，每个人平均能分到40

用户为什么要在平台消费？一是用户免费使用产品，二是消费返利（即拿奖励）

用户为什么要帮平台推广？用户通过推荐用户可以提/高贡献值，加速分红

平台为什么要做这个模式？这个模式零泡沫模式，所有的分红都在销售额抽出40%的利润里

循环购模式的优势主要体现在以下几个方面：

1 提/高消费者忠诚度：循环购模式通过返还消费金额或积分形式，刺激消费者在特定商业服务中进行重复消费，提/高消费者的购买体验和忠诚度。

2降低营销成本：循环购模式通过建立稳定的客户群体，提/高营销效果和品牌zhiming度，有效降低营销成本。

3 增加消费频次和消费金额：循环购模式通过不断释放消费回报和积分奖励等方式，激发消费者的购买欲望，增加消费者的购买频次和消费金额。

总结：循环购模式通过创新的方式重塑了购物体验，让消费者在享受购物乐趣的同时，也能分享到平台成长的红利。它不仅提升了消费者的参与度和忠诚度，还为平台带来了持续的发展动力。在循环购模式下，购物不再只是一种简单的消费行为，而是一种充满乐趣、回报和共享的革新之旅。循环购模式的出现，不仅让购物变得更加有趣和有意义，更让消费者与平台之间建立起了紧密的合作关系。通过购物、分享、推荐等行为，消费者不断积累能量值和贡献值，与平台共同成长、共同分享。这种新型的购物生态不仅提升了消费者的购物体验，也为平台带来了无限的发展可能。循环购商业模式具有很大的发展潜力。通过赠送消费者一定倍数的消费额度和股权，循环购模式能够激发消费者的购买欲望，提/高消费者的忠诚度，并促进平台的市场拓展。随着消费者对循环购模式的认可度不断提/高，相信循环购将成为电商行业的一大发展趋势。

小编介绍：

微三云集团 麦超：

毕业于广东中山大学，微三云信息总经理、微三云资源总监，微三云首席商业模式策划导师

本人在软件开/发和商业模式策划行业至今已经9个年头，累计亲自服务5000+客户，期待能帮你找到合适

的软件，合不合作您说了算，我的服务您看结果，期待这次能帮到您！

公司：微三云集团（旗下子公司：微三云信息/微二云/微三云大数据/鸿云/商二/商六/莞云/莞带/莞链）

公司规模：公司经营已超12年，整栋5000平方写字楼，年营业额1~2亿，全职员工300人（全职开/发技术200+人），服务过百亿级平台超过30家，服务过创业平台超过20万家。

资/质：旗下3家双软认证企业，4家高新技术认证企业，1家专精特新认证企业，自主专利30多项，软著300多个

主营各种创新营销模式开/发，支持各种小程序商城，公众hao商城，原生app，DAPP功能定制！

地址：东莞市石排镇瑞和路1hao松山湖高新技术创新园B座整栋（负一层电梯直上504麦总办公室）

无论是否合作，我都将是您选购软件的军师和朋友！

备注：来公司需提前门岗报备并享受免费停车，免费梳理设计商业模式

扩展阅读：

未来的商业，只有按照用户需求不断叠加场景和流量才是移动互联网的做法，品牌接入超级云App能够持续不断的与用户保持联结，才有市场竞争力。微三云对外赋能微三云市场资源总监麦总，带领大家回顾了微三云一路的成长历程，向大家介绍了微三云品牌文化、品牌目标、技术实力，并简单介绍了微三云超级APP、云平台、供应链、云视商、区/块/链5大产品，最后向大家呈现了直播、跨境、异业联盟……及多垂直行业解决方案，让大家对微三云的品牌服务与实力有了更坚定信心。10年来，微三云打造了6大产品系列、300+营销应用、200+创/新模式……沉淀了3600+OEM贴牌合作伙伴，3.5w+源码大客户，30w+终端用户……微三云一直在成长，通过不断的完善自身产品，优化品牌资源，为客户提供更大的价值回报和服务，为整个社会带来比超级APP更底层、更全面、更深入的改造。