

爱享优选 新零售社交电商中文白皮书





ISHARE GROUP

价值共享

利润共享

空间共享

管理共享

客户共享

服务共享

资源共享

技术共享



银牌节点
JINPAI JIODE

中级盟友
ZHONGJI MENGYOU

理事
LISHI

联盟主席
LIGUAN ZHUXU

战略前言

STRATEGY FOREWORD

高级盟友
JIGU MENGYOU

联盟会长
LIGUAN HUANGZHANG

联盟理事长
LIGUAN LISHIYUANJIANG

联盟秘书长
LIGUAN SECHUANJIANG



近几年，全球跨境电商飞速发展市场规模不断扩大，跨境电商市场在过去几年内持续增长。消费者越来越习惯在国际网站上购物，而供应商也更愿意将产品销售到全球市场。跨境电商的主要市场包括中国、美国、欧洲等地。中国是全球最大的跨境电商市场，中国消费者对国外商品的需求持续增加。2020年，全球跨境电商交易额达到4.1万亿美元，根据预测，到2025年，这一数字有望达到6.5万亿美元以上。

然而中国是全球最大的跨境电商进口市场，

当前，世界经济复苏艰难曲折，国际经济形势也面临着各种不确定性的下行压力。解决这些问题，关键在于坚持创新驱动发展，创新发展是迈向长远发展的先导力量，是互联网发展的基因。始终把创新摆在首要位置，推动机制创新、理念创新、技术创新、应用创新，模式创新。现行经济环境需要企业在经营理念上由产品思维时代到价值思维时代的转变，销售型企业如何从产品管理过渡到心智管理、如何在经济增长中转型升级，扩大内需，是企业、民众都要承担的责任与使命。以中国互联网应用的试点案例来看，网络经济创新发展的同时结合电子复合的倍增原理“发展分享经济”以“实现资源优化配置”的经济模式，开始席卷全球的很多行业领域，其强调从“劳动者——企业——消费者”传统商业模式到“劳动者——共享平台——消费者”共享模式的主题，已经成为改造越来越多传统行业的又一大革命性商业模式。同时，需要大家改变旧观念，颠覆落后的产业模式和结构，从模仿模式、产品、技术中突破，创造出属于企业自己的新产品、新技术、新商业模式才是企业长远发展的核心基础。

改变、颠覆、突破，就是对落后产能、行业垄断、旧势力、既得利益的挑战。在这场创新的分享之旅中，通过生产关系的改变、技术的革新、思维的升级，最终实现线上线下一体化，网、店、人合一。爱享优选作为一个引领前沿的公共资源共享平台，打破了传统电商资源、利润及价值垄断行为。爱享优选以满足消费会员需求创造新价值，以利润重新分配为中心的价值思维模式。这个模式改变了过去无资源、无技术、无资本的普通民众只有做消费用户和观众的局面，新的平台赋予大众草根阶层新力量，一定能成为民众创业的新工具和支点。爱享优选的全体伙伴已经做好了一切战略、战术准备，愿意与所有商家、消费者、分享者们站在一起，齐心协力，历尽未知，纵情未来。我们坚信，一定能够排除所有阻力，战胜所有困难，赢得这场经济保卫战。

“当今世界，供大于求，就必须使企业上下保持一致，为消费者创造价值，而不仅是提供产品和服务。”

现代管理学之父 彼得·德鲁克

“当今企业之前的竞争，不是产品之间的竞争，而是商业模式之前的竞争”

前时代华纳首席执行官 迈克尔·邓迪

“相对于商业模式而言，高技术反倒是次要的。在经营企业的过程当中，商业模式比高技术更加重要，因为前者是企业能够立足的先决条件。”

美国哈佛商学院著名教授 克莱顿·M·克里斯滕森

企业基于低成本的竞争优势构不成商业模式，它们要获得真正的竞争力，迟早要转向对商业模式的关注。商业模式是屏蔽行业恶性竞争和整体经济低迷的最终防御工事，是在令人绝望的冬天里置身充满希望的春天的“时间机器”。

转型升级

颠覆创新 只为一个改变世界的高度

创新并非是仅仅针对某个产品、某个公司、某个群体而言。
可以改变世界，造福于全社会、全世界的创新才可称之为真正的创新。



在近几年的互联网商业应用高速发展的时代背景下，商业模式的创新显得尤为迫切，甚至比产品创新、技术创新、服务创新都重要的多。跨境电商企业在主流电商平台的商品，由于对地方政策、法律法规等不熟悉，退货率、客诉率、刷单审查等相关问题导致封号撤店，造成诸多损失甚至血本无归。海外仓雨后春笋般竞赛式野蛮生长，散兵游勇各自为政的红海竞争，生意也不尽人意。大家都知道，美国有地产经纪、保险经纪和诸多直销企业运营的非常规范，也非常的有规模。但是由于从业门槛并不高，从而在多年的高增长性发展过程中，导致越来越多的人从事这个行业，加入经纪人、直销员大军，以至于这个行业再次变成红海。

正是基于这些理念与现状，爱享优选决定从产业链的最底端—消费会员，进行价值突破创新。因为如果没有消费者，产品和废品没有区别，所以从真正意义上来说，是消费者创造了财富。据此爱享优选的价值不在于多少资源，而在于能够融合多少资源并与消费者共享，为社会、商家、消费者创造实现价值增值的机会，从“分享”到“共享”。坚持以“消费者为本”的理念，通过“分享思维”满足人性中各个层面的“需要、需求和追求”，利用全新商业模式生态体系，与消费者一起打破时间和空间的局限，实现人脉资源的价值融合。





发展背景

Backgrounds

ISHARE GTOUP是一家专注于价值社交的美国新兴科技公司，基于商务社交为基础，为每一位使用爱享优选 APP 的用户提供内容发布服务、海量商品消费服务、同城线下商业服务等综合平台。

互联网如此发达的今天，社交软件中的移动支付让货币数字化了，而我们随手的支付买卖变得无所顾忌。各种电子钱包让我们加快了消费的步伐，却从来没有在社交使用和消费体验中获取到任何好处，这些利润基本上都流进了商家的口袋。

兴趣社交的供需关系停留在通讯联络的层面，商务社交则更加注重人脉的质量和社交的目的，而价值社交是在传统社交网络基础上，解除运营商单一牟利的概念，让社交群体通过爱享优选APP进行更加有效的人脉拓展体验，与此同时获得人脉拓展中的价值体现。通过六度分割理论，达成消费行为溯源、商品利润去中心化的价值社交网络，让所有社交用户连接成为价值共同体。

因此“有效人脉”就是价值！要构建一个如此庞大的价值社交共同体，需要创新的商业模式。而创新的背后需要的是企业的格局和魄力，客户的支持与信任。在纷繁复杂的社会环境里，爱享优选模式的利益去中心化，可以让用户群体之间逐渐达成默契的信任关系。从而逐步实现人脉价值社交的全球性覆盖。

爱享优选电商平台贯彻“打造公平贸易，推动社会诚信”的企业理念和使命，也是开拓市场的永恒底气。在这样一个历史新时代，打造一场跨界融合、无界对接的盛宴，让所有参与爱享优选的机构、商家、消费者等都能实现“价值融合，裂变腾飞”！

爱分享新零售社交电商（简介）

社交娱乐化、娱乐价值化、价值商业化。



创新概括

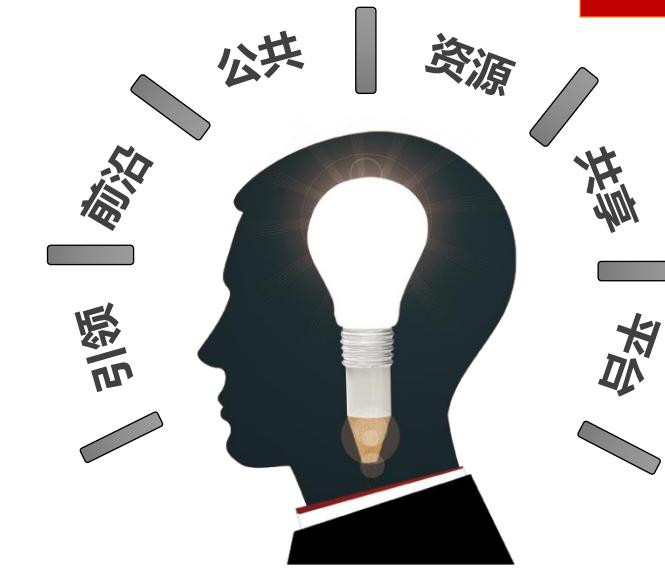
这是一个移动互联网的时代，线上即线下；这是一个自媒体的时代，人人皆博主，人人皆记者，这也是一个分享消费的时代，人人皆网商、人人皆微商，这将是一个融合资源、共享资源的时代！



一个时代需要一个时代的商业思想，前30年靠机会成功，后30年一定是以创新商业模式成功。爱享优选的创立，不仅仅只是一个普通的电子商务公共平台，更是致力于将“传统电商、移动互联网、互联网金融、O2O、传统营销”等商业模式融为一体的经济生态系统。结合粉丝经济学的原理，使得每一位参与者在诚信贸易、省钱消费的同时，能够建立起自己的“商圈”资源，获得平台共享的价值利润回报，实现财富共赢。整个经济生态系统中的参与者通过财富链和诚信链的价值融合，形成利益共同体，最终凝聚成爱享优选商业文化的核心生存力量。

一种新的商业模式，要被界定为真正的创新模式，必须不仅仅只对公司而言，而对整个世界来说，都必须是有所创新的。爱享优选作为一个引领前沿的公共资源共享平台，全新推出六大创新利器：价值社交、电商平台、财商体验、消费联盟、爱享汇、脉友粉丝。爱享优选从价值理念出发，率先提出“先给用户未来，用户才能为你而来”的理念，利用大数据应用的特点，以“价值社交”和“消费返现”相结合，为平台会员提供一种“主动分享被动收益+消费省钱分享赚钱”的组合权利，加上创新的消费联盟特权计划，让爱享优选所有商品资源及项目，可以和消费会员共享、共治、共有，最终实现社交价值一体化，网、店、人合一。

爱享优选不但可以让消费者获得能够以更加低廉的价格购买商品的权益，更增加了因分享消费体验而被动引流形成消费联盟增加收入；同时平台和商家在经营期间也能够最大程度的节省经营成本、降低投资风险；平台后台系统也将与银行系统、税务系统进行有机的整合，这是一个多方共赢的商业模式！



爱享优选的核心技术是利用“大数据、云计算”服务，根据“粉丝经济”和“社群经济”的原理，开发出一套完整的互联网数据中心。

平台依托于数据中心，让商家和消费者通过计算机网络和移动终端在平台中完成各项经济活动，并依托平台形成自己的商圈体系。

爱享优选的核心商业模式由自主创新的“主动分享被动收益+消费省钱分享赚钱”以及“消费联盟”组合而成，完美的融合了“价值社交”和“消费返现”的原理，为消费者成功打造了一个“省钱+赚钱”，为分享者打造了一个导购形势“就业+创业”的绝佳平台。





模式创新 改变世界

例如：某知名品牌服装，在商场销售\$368/件，而在爱享优选商城上会员价只需要\$268/件，并可累计68PV（1PV=1美元）。会员小明看到这个优惠，想帮公司同事采购100件赚取差价利润。现在爱享优选给消费联盟成员提供了“主动分享被动收益+消费省钱分享赚钱”的权利，根据需求在网站进行下单购买，小明即可享受100件服装价钱的优惠1万美金。还可以获得网站奖励的6800PV消费联盟业绩和 $\times 40\% \times 1$ 美金 ≈ 2720 美元的消费收益。



爱享优选
返利
68PV

商场价格：368美金/件
爱享优选价格：268美金/件

代购



成为消费
联盟成员
=6800PV

提供

分批采购完成
累计PV和分润资格

福利

采购订单完成收货
享受100件服装优惠

诚信

诚
诚信消费

会员小明比市场价优惠了
10000美金

当消费订单完成后，小明还可
以获得约2720美金的优惠额分
润

易货

联盟成员可根据自己需求
随时购买任意商品



改变或者被改变，是每一个人，每一个国家、每个企业，乃至整个行业都要面对的问题，随着国际互联网的爆发式迅猛发展，各种创新模式、创新技术、创新产品及创新服务将会冲击一切不愿意与时俱进的传统商家和企业，一些商家、企业甚至某个行业都将会消失。爱享优选从价值理念出发，率先提出“先给用户未来，用户才能为你而来”的理念，利用大数据应用的特点，以“价值社交”和“消费返现”相结合，为平台会员提供一种

“主动分享被动收益+消费省钱分享赚钱”的组合权利，加上创新的消费联盟特权计划，让爱享优选所有商品资源及项目，可以和消费会员共享、共治、共有。这与传统的创业平台、电商平台完全不同，是人人都可以参与的无风险创业绝佳平台，与大家形成一个完整的生命共同体。

“主动分享被动收益+消费省钱分享赚钱”以及“消费联盟”组合而成，完美的融合了“价值社交”和“消费返现”的原理，为消费者成功打造了一个“省钱+赚钱”，为分享者打造了一个导购形势“就业+创业”的绝佳平台。



六大新体验



01

商品诚信消费体验：

商家不需要刷单造假去为了所谓的皇冠钻石，也不鼓励商家以无止境的价格战去吸引流量，却最终导致假货、次货横行。假一赔十不再只是一句口号，我们带给所有消费粉丝最真实的诚信消费体验。

02

积分消费体验：

爱享优选每个商品都会有和其他所有商场不同的地方PV，不同的商品有不同的PV为标识。PV不是传统的商城积分，而代表着每个商品的真实利润， $1\text{PV}=1\text{美元}$ ，消费粉丝可以清晰的知晓平台每个商品的利润，并有机会参与分享。

03

资源共享体验：

爱享优选所有融合而来的商品、技术、服务、流量都与所有的消费联盟会员店主共享。“你物我用”的共享经济在爱享优选商城中呈现出淋漓尽致的体验。

04

完美的开店体验：
爱享优选将给所有的PV消费联盟会员店主提供强大的前台后台支持，让所有人都能够尽享爱享优选开店乐趣。

05

线上即是线下体验：
爱享优选商城结合消费联盟计划给消费粉丝线上和线下的互联网+价值社交一体化体验。

06

一体化的分享收益体验：
消费粉丝可以通过爱享优选商城的“价值社交”和“消费返现，消费联盟会员特权计划”等，充分体验平台所给予的各项服务。



创新爱享汇



相对于线上的消费者来说，线下才是真正的“蓝海”，尤其是在线下随处可见的商业广场、实体连锁等，如何开发线下实体市场，是现在所有互联网企业的目标所在。

为让实体店搭上互联网的快车，时刻走在同行业前沿，在给民众生活带来巨大便利的同时，也帮助实体店主降低成本，获得无限增值空间，爱享优选推出了创新战略——消费联盟计划和爱享汇。爱享优选网商云店将打破传统经营陈规，将互联网与实体店完美融合，帮助加盟者通过社区便利店服务社群的同时，还将物美价廉的优质商品推向各地农村市场。而

“爱享汇”将线上的社交复制到线下实体，给地区消费群体提供一个集感观体验、情感体验、物流体验、行动体验、分享体验、消费体验于一体的实体分享平台。

创新利润分配





消费联盟导购奖励计划

- 1、爱享优选的消费联盟会员资格暂时共分为11个等级。
- 2、消费联盟会员的级别根据组织消费所产生的业绩情况由系统自动处理，无需消费联盟会员自己申请。
- 3、爱享优选消费联盟会员荣誉殿堂每个季度会公布新晋升至臻节点(70)并给予表彰。
- 4、消费联盟会员的等级由消费积分值(PV)决定，消费积分值 (PV) 越高，消费联盟会员的等级则越高，享受到的消费联盟会员权益则越大。

等级名称	消费联盟会员 优惠折扣率	消费联盟会员 PV总额	消费联盟会员 团购考核标准
User	无	无	无
银节点(20)	20%	200PV	无
金节点(30)	30%	500PV	三分之一粉丝消费考核
钻石节点(40)	40%	1000PV	三分之一粉丝消费考核
高级节点(45)	45%	10000PV	三分之一粉丝消费考核
超级节点(50)	50%	50000PV	三分之一粉丝消费考核
星耀节点(55)	55%	100000PV	三分之一粉丝消费考核
王者节点(60)	60%	500000PV	三分之一粉丝消费考核
至尊节点(63)	63%	1000000PV	三分之一粉丝消费考核
巅峰节点(66)	66%	5000000PV	三分之一粉丝消费考核
至臻节点(70)	70%	10000000PV	三分之一粉丝消费考核

爱分享-海外华人社交

全球华人专属的社交互动平台，让海外生活更便捷、更精彩！

什么是爱分享 (iShare) ?

爱分享是一款专为海外华人打造的社交平台，集社交、资讯、商机、人脉、社交电商于一体，旨在帮助华人群体更好地交流、互助、发展。无论您是刚到海外的新移民，还是已经扎根多年的华人，在这里都能找到属于自己的圈子，与志同道合的朋友互动，共享资源。

平台特色

◆ 全球华人社交圈

加入各类兴趣圈子，结识同城及全球华人，随时随地互动交流。无论是职场经验分享、育儿交流，还是本地生活攻略，总能找到志同道合的朋友。

◆ 即时通讯 & 群组互动

支持一对一聊天、群组讨论，高效、安全，随时与亲朋好友、商业伙伴保持联系，打造您的专属社交网络。

◆ 华人资讯 & 本地生活

每日更新海外华人资讯、本地新闻、政策信息、创业机会，让您第一时间掌握关键信息，做出明智决策。

◆ 共享共赢的社交电商

创新的社交电商模式，用户既是消费者也是受益者，通过平台算法将商家利润共享给用户，实现真正的共建、共享、共赢。

◆ Web3.0 + 区块链技术加持

借助区块链技术，确保信息安全透明，同时赋能数字经济，让您的社交数据真正属于自己，并通过互动获取平台激励。

◆ 智能推荐，精准匹配

基于AI算法推荐适合您的圈子、好友、商机，助您快速融入华人社区，拓展事业和人脉

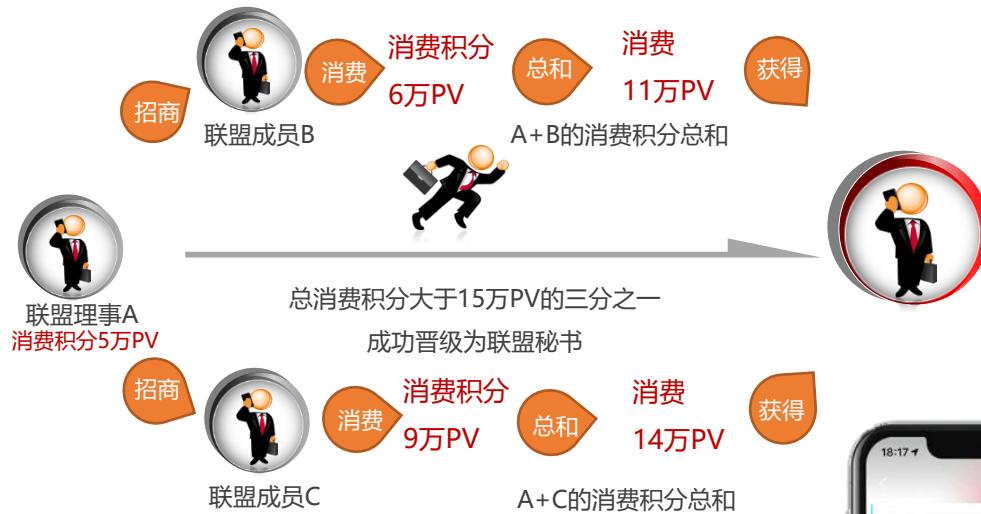
爱享优选作为一个引领前沿的公共资源共享平台，融合所有资源，打造核心生存力。与传统互联网电商平台不同，爱享优选是把消费会员做大，把自己做小。过去是公司掌握消费者行为，现在是由消费者掌控公司行为，爱享优选只是提供数据化自助平台，让消费会员需要的不仅仅只是低价和服务，他们更需要的是自我价值实现和多元化的完全体验。



消费联盟会员：注册会员只需根据自身情况正常消费平台中所售的商品，完成相对应消费积分PV累计，即可自动成为PV联盟会员，联盟会员无需要大量资金，无需备大量商品，无需了解专业技术，无需劳心费神跟进服务，就可以拥有专属为您打造的超级云店。

联盟会员团购考核标准：由于消费联盟理事及以上联盟会员拥有享受累计消费粉丝的团购消费积分权利，因此需要提升联盟会员资格到副理事长及以上的联盟会员必须满足“自己本身获得的订单消费积分”+“除去最多消费积分的联盟成员消费积分外，其余所有联盟的消费积分”总和“大于等于所需提升联盟会员资格要求消费积分的三分之一”。

例1：联盟成员A在爱享优选当中自己消费了5万PV的商品，招商的联盟会员B的消费积分为6万PV，招商的联盟会员C的消费积分为9万PV，则联盟会员A累积的团购消费积分为20万PV。因“联盟会员A的消费积分” + “联盟会员B的团购消费积分”总和为11万PV，大于20万PV的三分之一，则联盟会员A的等级可以提升为联盟秘书。



例2： 联盟会员A在爱享优选当中自己消费了2万PV的商品，招商的联盟会员B消费积分分为17万PV，招商的联盟会员C消费积分为1万PV。虽然此时联盟会员A的团购消费积分总和仍为20万PV，但是由于“联盟会员A的消费积分 + 联盟会员C的团购消费积分”仅3万PV，不足20万PV的三分之一，因此联盟会员A的消费联盟会员等级不能晋级提升。

备注： 联盟总积分由主消费联盟与次消费联盟构成，如图例，联盟成员B和联盟成员C中，哪个联盟积分最多即为主联盟，其他积分少于主联盟积分的联盟加上自己的消费积分为次联盟积分。



价值共享

利润共享

资源共享

时间共享

信息共享

知识共享

管理共享

媒体共享

客户共享

空间共享

技术共享

爱分享-社交平台为消费联盟成员准备了一切营销所需要的场景，种草场景，人脉资源的场景，私信沟通的场景，群聊团队管理的场景，您需要做的很简单，就是分享您的消费体验，影响更多的人来选择在爱享优选中跟您进行关系捆绑。



前景分析



随着数字技术的迅速发展，零售行业正在经历一场革命性的变革。电商平台在这一变革中也扮演着关键的角色，不断尝试创新销售模式以满足不断变化的消费者需求。爱享优选基于分享思维，探讨一套新零售电商平台的创新销售模式，并通过国际互联网现状以及头部电商企业的发展数据来分析其前景。

全球范围内，零售业正经历数字化转型。消费者越来越依赖在线渠道进行购物，特别是在全球大流行病（COVID-19）期间，这一趋势进一步加速。而社交媒体平台如Facebook、Instagram、TikTok等已经成为购物的重要渠道。社交媒体上的分享和推荐对产品销售产生了巨大影响。加之人工智能（AI）和数据分析技术的发展使得个性化推荐和客户体验成为可能，这有助于提高销售效率。

作为头部电商企业的亚马逊是全球最大的电商平台之一，其不断优化的推荐系统和物流网络已经在提升销售方面取得了巨大成功。亚马逊的股价也一直在稳步上涨，显示出其业务模式的可持续性。阿里巴巴是中国领先的电商平台，其新零售战略强调线上线下融合。通过购物节日如“双十一”，阿里巴巴取得了惊人的销售业绩，并在全球扩展了其影响力。包括中国京东也在创新领域发挥着重要作用，例如通过其物流机器人和无人机技术提高了交付效率。其在全球范围内的国际业务也在稳步增长。



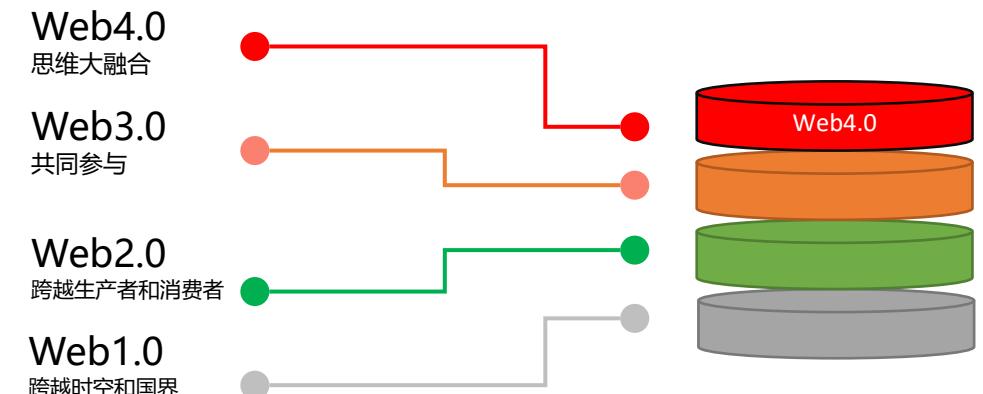
基于国际互联网趋势和头部电商企业的成功经验，创新销售模式的前景充满了机会。爱享优选的创新前景如：

- 社交电商融合：融合社交媒体和电商，建立一个社交购物生态系统，允许用户分享他们的购物经验和产品推荐，从而增加购物的互动性和乐趣。
- 个性化推荐：利用AI技术，根据用户的历史购买和兴趣，提供高度个性化的产品推荐，提高销售转化率。
- 可持续性和社会责任：强调可持续性和社会责任，吸引越来越关注环保和社会问题的消费者。提供可追溯的产品和支持慈善事业的机会。
- 线上线下融合：建立线上线下一体化的零售体验，例如提供线上订购、线下自提或试穿的选择，提高购物的便捷性。新零售电商平台在全球零售业中扮演着越来越重要的角色。基于分享思维和当前的国际互联网趋势，创新销售模式具有广阔的前景。然而，成功的关键在于不断适应和满足不断变化的消费者需求，同时保持可持续性和社会责任。通过借鉴头部电商企业的经验，并加以改进和创新，我们可以构建一个具有竞争力的新零售电商平台，为消费者提供独特和有价值的购物体验。



发展态势

互联网经过了数十年的发展，由跨越时空和国界的WEB1.0时代，发展到跨越生产者和消费者的WEB2.0时代（代表：亚马逊、易趣、阿里巴巴、京东等传统电商平台），现在发展到跨越终端界限，强调个人分享和共同参与的WEB3.0时代（代表：自媒体和草根创业的FB、TK、抖音、微博等）。最终我们必将要创造出一个超越个人与公众的界限，跨越虚拟与现金，实现人类自身感觉思维大融合的WEB4.0时代。以互联网大数据的智慧分工合作与思维大融合的WEB4.0时代，爱享优选正在做的就是创造WEB4.0，整合资源，共享资源，线上及线下参与（吸粉）即营销，消费即营销，创新和超越现在的商业模式。



前景分析

行业困境



近几年来，互联网巨头的头部企业依托自身的资源优势，不断并购重组一些中小创新企业，以至于出现相关领域的垄断现象。

同时，这是一个4P（产品PRODUCT、价格PRICE、渠道PLACE、促销PROMOTION）激烈竞争高度同质化的时代，模式同质化、产品同质化、促销同质化、渠道同质化。传统电商企业在原始、初期、野蛮的价格竞争，互联网企业已经很难在这4P时代的某一项脱颖而出。竞争已经超越了营销层面，昔日的团购网站已经所剩无几，很难渡过今年这个冬天了。很多B2C企业A轮融资烧完，B轮的钱还没有着落，风投的网站除了烧到一些数据，没有任何盈利的希望，唯有依靠上市从股民身上继续维持发展，这也是在资本市场上很多打着创新旗号的概念股没有好名声的原因，整个市场一片“红海”厮杀。

最近很多从事跨境电商类企业过得并不太平，在国际经济形势和所在国进出口政策的双重“围攻”下，商品不合格现象、退货率增加、虚假刷单等频频暴雷，不规范的销售行为也让行业内树立起清理不良商家的恒心各种封店封号。但是这种原罪性问题，并不是简单的喊出打击号即可完成的，即便是类似中国京东、当当这样的B2C商城，同样出现不合格产品甚至假货的情况。这目前也成为了整个商业遇到的非常大的困境。而造成这种情况的主因是电商的价格为了避免冲击线下市场，给予的网络代运营商的产品把控相对严格。那么网络代运营商想要盈利，只能左右互博，真假好次一起卖。所以，即使有正规的授权，也不可能避免假货和次货的泛滥，并且所有厂商还不承担任何的责任。

按照艾瑞的《网络购物行业年度检测报告》显示，C2C领域的增速已经降至30%左右，网店C2C正在沉沦，当然有着自身的原因。一定程度上你可以将C2C理解为线下的个体户，品牌价值缺失、产品品质无保障、上下游供应链不受控制等等个体商贩面临的问题，C2C同样面临。

C2C商家的窘境困扰着所有卖家，即便是B2C们，绝大多数日子过得也很不好。前阿里巴巴诚信创始人、麦包包顾问卢志银在一次电商沙龙中表示：阿里现在所有开店的淘宝卖家有950万，其中300多万卖家网停止，剩下的网店约80%都亏损，约10%网店持平，真正赚钱的只有10%。

更多的所谓互联网精英，用一个个成功故事引导卖家们一次次将不赚钱的原因都归诸于自身：产品是不是不独特？供应链是不是不给力？但无论如何，当一个平台不能让大多数人都赚钱的时候，问题一定出在平台本身。

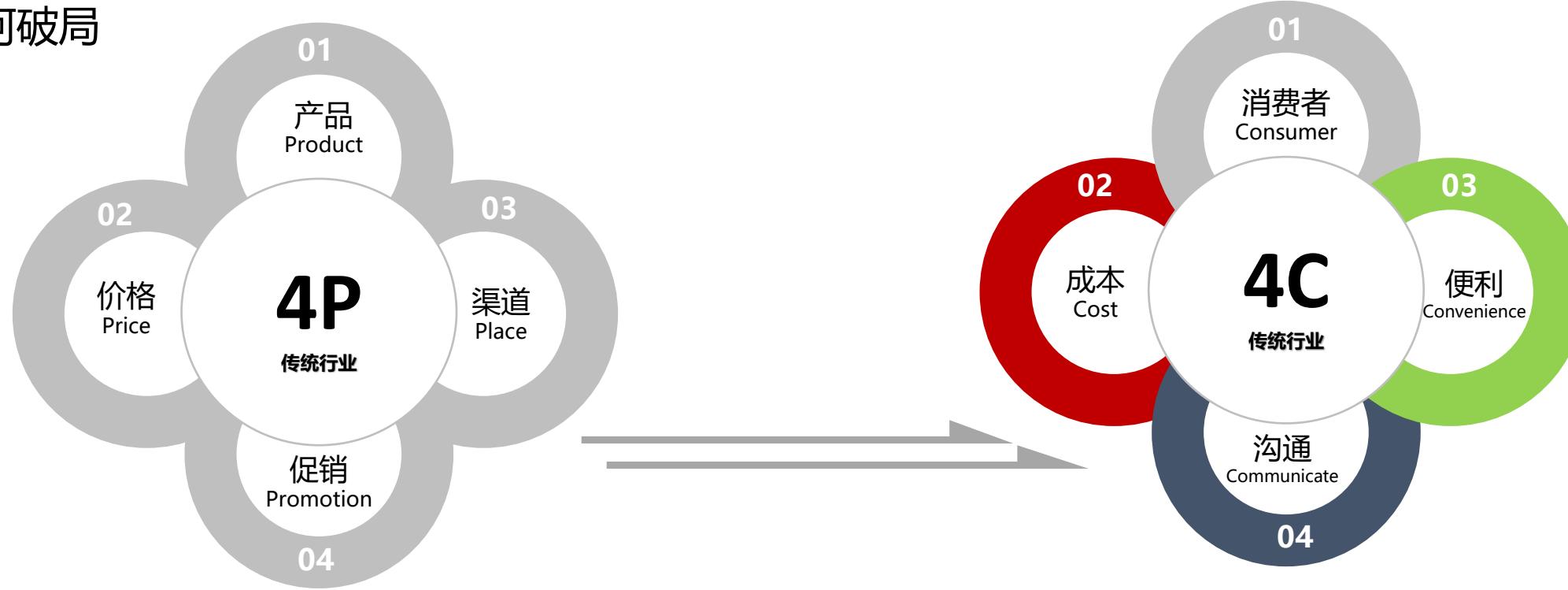
无论线上线下，零售业产生销售的前提一定是足够多的人流量，而人流量的前提又是足够好的店铺位置让你的商品得以展现。但在亚马逊、淘宝等互联网商业地产上，本质并不能让上千万家店铺的商品有效的展现在消费者面前，没有展现、没有流量，也就没有购买，利润当然无从谈起。更何况客服、配送、售后、货源、财务，这几大要素都必须要自己来运作。面对这样的困境，C2C网店的店主主要靠付款请专门刷单的公司，以每一单不菲的费用虚假刷单，以提升网店的信誉度欺骗消费者，很多网店每年请专业刷单公司的费用高达几万-几十万，羊毛出在羊身上，最后这些刷单费用都将由消费者买单，网店的虚假交易量可能只成为成就平台的一个工具而已。

行业内人士分析，传统电子商务的成本大幅高于线下计提数据：物流成本10%，仓储成本10%，退货返物流成本3%，订单服务及技术成本5%，公司人员管理成本10%以上，流量获取成本10%，损耗及包装成本3%，共合计51%成本。电商产品价格本身就低于线下，不可能支撑这样高成本运作，事实是否真的如此呢？

垄断、同质化竞争、线下实体受线上冲击、行业准入成本高、假货、亏损，等等现实问题困扰着所有想创业、想创新的民众，对于广大无商品资源、无技术、无雄厚资金的普通创业者来说，若想在亚马逊、易趣、独立站、京东、天猫上真正实现创业、有这种可能吗？答案是否定的。他们或许只能做一般消费者和普通观众。现如今，会不会出现一个能把所有资源融合起来，打造一个诚信、公平、多元化的公共资源平台，让民众共享，做成为大众创业的新工具和支点呢？



如何破局



经济学之父亚当·斯密在《国富论》中有一个经典的案例：“扣针的制造分为十八种操作，由十个以上工人担任，有时一人也兼任二、三门，如果勤勉努力，一日能制成十二磅，每磅扣针有四千枚，即一人一日可制成扣针四千八百枚，如果他们各自独立工作，不专注一项特殊业务，那么他们不论是谁绝不可能一日制造二十枚扣针”。智慧分工合作，可以让同样的工作量达到单个效率的几百甚至几千倍。爱享优选正是基于这一智慧分工理念，从产业链最底端——消费者开始突破，重塑商业模式，避开4P（产品PRODUCT、价格PRICE、渠道PLACE、促销PROMOTION）原始、初期、野蛮竞争，用4C（消费者CONSUMER、成本COST、便利CONVENIENCE、沟通COMMUNICAION）作为基本元素，以消费者需求为导向，把爱享优选货真价实，优质商品中的利润以积分形式公布出来，爱享优选是一个引领前沿的公共资源平台，打破传统电商独享、垄断资源，各自为阵的格局，让消费者根据消费数量或消费订单量分享商品利润。爱享优选创建的是一个跨界无界、多元化、大融合的公共资源共享平台，现如今，时间、空间、产业、行业、角色、资源等的界限已在逐步打破。爱享优选负责爱享优选网站的建设、维护、整合资源、商品订单的签订、云仓储、客户服务、物流等工作流程。

消费联盟会员只需在爱享优选消费或预定商品的同时吸引众多粉丝来消费或推广开分店即可。爱享优选的云数据库会帮助消费联盟会员锁定所有注册消费粉丝，利用大数据进行整合、分析、计算出所有消费商品积分，让消费联盟会员在创造利润的同时也能够分享利润，利润只是爱享优选的暂时托管物，取之于会员，用之于会员，从竞争转为共生的新文明这种诚信利他的模式，使得爱享优选和消费者成为了命运的共同体。打破了传统电商资源、利润及价值垄断行为，以满足消费会员需求和创造新价值，并以利润重新分配为中心的价值思维模式。这个模式改变了无资源、无技术、无资本的普通民众，除了做消费用户和观众的局面，新的平台赋予大众草根阶层新力量，一定能成为万众人民创业的新工具和支点。

可以说爱享优选是对旧商业模式的冲击，是对垄断势力的挑战，是对传统思维的撕裂，是对现有价值观的颠覆，同时又是行业新规则的制定者。

这种商业模式达成了企业、消费者和其他商业合作伙伴三赢局面，而且这种三赢不会造成像利润来自直接客户赢利模式那样，企业与消费者和供货商的竞争和博弈现象，避免了企业与消费者、合作伙伴之间非输即赢的博弈，也避免了多方陷入“红海”的状态，开创了多方共赢。同赴“蓝海”的新天地，创造了一个更加宽松和谐的企业生态环境。

爱享优选与其他互联网项目区别

传统电商	爱享优选
商家诚信问题和假货问题难以把控	立体化的联盟担保体制解决信任度不足的问题
以自我为中心，难以实现信息共享、资源共享	共享型平台，信息共享、资源共享、财富共享
同质化竞争进入白热化，价格战、服务站让中小企业难以生存	立足帮助中小跨境电商企业解决市场营销环节，利用强大的消费联盟实现“产销合一”
O2O	爱享汇
营收手段单一、目前基本无盈利模式落地	合理的利润分配模式，附加盈利点多，可获得更多价值回报
线上与线下引流不畅，分单问题严重	消费者订单锁定，无限消费带来无限收益
微商	爱享优选
品牌产品单一	涵盖衣、食、住、行、娱各个领域的有竞争优势的商品无数，具有自然消费性
业态混乱、品牌商家参差不齐，无平台	由平台作为公信力背书，严格的商家和商品把控，公开利润分配模式公信力保障
暴利杀熟模式	以消费者省钱为核心价值，在省钱基础上推动价值消费，获得价值利润回报
返利平台	爱享优选
单一的商品返利，无附加值	多渠道的返利模式，成交率高
无资金流，可持续性低	打造平台资金流，保障平台和商品稳定持续发展
无核心商业模式，不被资本市场青睐	融合金融的“社交电商+WEB3”，备受瞩目

爱享优选分享导购与C2C网店的区别

网店C2C (亚马逊、淘宝、拍拍、易趣等)	消费联盟会员
网店级别层次太多，大多数靠刷单升级，比如某宝有20个级别	消费联盟会员总共有11个级别，依靠爱享优选的诚信监管，都是销售完商品，完成PV的累积升级
需要大量资金，开店需要缴纳一定保证金和准备大量资金进货	爱享优选自然消费无需额外投资
一系列的网商附加服务（如旺铺装修、附加管理软件，及第三方软件的使用），增加了经营成本	依托爱享优选成熟平台，可免费获得消费联盟会员的附加服务
需要有团队技术人员（技术、设计）	依托爱享优选成熟完整的技术设计团队
需要有完善的销售、客服、售后、财务	依托爱享优选从产品审核到售后完整的系统及团队
商品的来源及质量把控： 1、需要耗费巨大人力，财力，物力来打造店铺商品以及公信力、影响力等 2、只能依靠自身的资源与消费者产生交易才能够盈利	商品来源、质量爱享优选把控： 1、拥有爱享优选商城的所有产品，并依靠网站的公信力和影响力，降低自身经营成本 2、共享平台所有资源让合作商户拥有一个无限增值的“云店铺”
开发新客户和维护老客户的成本巨大	爱享优选帮助消费联盟会员锁定客户资源
只能局限经营自己的店铺	可邀请其他创业群体一起“开分店”
商品只限网店展示及销售，开拓实体店需要另外增加费用成本	依托爱享优选“SNS+O2O”计划，完美实现消费联盟会员+地面实体店结合
与其他同质化竞争、商品利润少	爱享优选商品利润反馈给消费者，打造价值利润

爱享优选云店



线上即线下，看到即买到

只要您正在拥有一家实体商铺，不管您的店铺是超市、服装店、网吧、美容美发店、报刊亭、杂货店、精品店、小餐厅、校园店、药店、数码店还是社区店、夫妻店、偏僻小店等其他类型的店铺；无论您是身处美国纽约、旧金山，还是中国北上广深等繁华大都市，还是身处偏远地区，您都可以申请成为我们的爱享优选云店。

爱享优选云店致力于让每一个实体店铺都可处于同一水平线，消除地域、城乡间的竞争差距，经营范围广、品种多元化等特色，等同于一家数千个品牌的代购点、海外产品直销店、为您原有的店面轻松引流增值，同时。为您原有客户群体带来全新体验全新服务。



爱享优选云店合作优势



- 1、 “低成本”合作 “互联网+创业”——仅需免费注册成为爱享优选会员，即可实现“互联网+无边界创业”。
- 2、 扩大经济范围提高增值收入——可代理爱享优选商城中的所有商品及经营其他增值服务，以会员最低优惠价格从网站进货，在自己网站及实体店进行经营并赚取高额差价；
- 3、 颁发授权牌匾提升商家信誉度——具有（消费联盟理事会员）及以上的消费联盟会员，就可得到公司颁布的授权牌匾，促进周边消费者的购物信心，提升商家的信誉度；
- 4、 享受消费收益提升消费联盟会员等级——所有消费联盟会员，都可以无限累积消费积分，提升自己消费联盟会员等级，享受相应的消费收益；
- 5、 参与开分店获得开店消费收益——具有（消费联盟理事会员）及以上的消费联盟会员，可开分店和担保供货商户的多项权益，以获得更多的消费收益；
- 6、 社交服务物流中心——爱享优选云店首先是为爱享优选的粉丝和商家提供一个沟通交流的实体空间，让所有人能够直观的感受与体验到爱享优选的文化与模式魅力。同时，保持粉丝和商家之前的情感维系，升华在网络虚拟世界当中无法逾越的信任感！爱享优选还将融合所有爱享优选云店作为地区的小型物流集散中心，真正完成物流配送“零距离”！

合作收益分析



合作收益

低成本合作、无穷收益

举例：如果您是一个原本经营某品牌服装专卖店的老板，当您成为爱享优选云店店主之后，您可以从以下几个途径获取收入：

继续经营服装品牌获利；

经营爱享优选商城无数品牌商品，赚取跨界高额差价并获得消费收益；

在爱享优选开个商品店铺，将服装放在店铺中销售并获利；

组建商品供应渠道和消费者联盟，获得高额团购消费收益；

开分店，招商消费联盟会员等，获得消费收益；

自营或者合作物流公司，为爱享优选粉丝做二次物流配送和当地其他网商、微商的物流服务收益。



如何经营爱享优选



如何申请成为消费联盟成员创建消费联盟并专区组织消费的利润?

爱享优选作为一个引领前沿的公共资源共享平台，爱享优选会员免费注册后根据自己的实际需求在平台购买相关商品，所产生的订单会有对应的积分PV累计，当累计到平台规定的数额后，注册会员将自动激活成为消费联盟盟友并可开展组织消费和拥有分润资格。

而您相当于在地面或在C2C网上无需开店、无需上传图片、无需客服、无需技术开发就免费拥有一个数百万商品与服务的空中“云商店”。利用互联网的无界、传播迅速、交易便捷等优势，轻松进行商品网络销售！

2015年11月11日，阿里巴巴集团以912亿元刷新“24小时内在线零售额最高的单一公司”记录，小米手机仅以一个单品牌手机也在当日完成了12.54亿元的单店销售记录。而在您手中的“消费联盟”将拥有无限潜力！

以银牌节点（20%收益折扣）的联盟会员为例，假设联盟中拥有多维度消费者1000人，按照人均月创造100PV计算，将产生 $10\text{万PV} \times 20\% = 2\text{万美金}$ 的收入。



开店体验消费

生活即生意，消费即营销



登录

会员小A查看报纸
了解到了爱享优选



登录了爱享优选商城
购买了保湿护理面膜



邀请好友闺蜜一起体验
给予一致好评

味道很赞
好评！

代购



**100箱 = 赢利
240美金**

**累计1000PV
= 银牌节点**

创业

会员小A在爱享优选累计
1000PV消费订单成为联盟
成员及分店店主



收益
奖励

会员小A在爱享优选购买
商品获得的收益奖励

帮朋友代100箱
获利240美金

会员小A通过报纸了解到爱享优选商城，然后看到商城在做保湿护理面膜的宣传，爱美的小A当即便下单购买了20盒（20美金/盒，10PV）。不到三天的时间，小A就开心的收到了面膜。

之后，闺蜜来家里玩，小A与其分享面膜。结果得到了朋友的好评，而且纷纷要求小A帮他们代购，不出一个月小A就在爱享优选商城上面代购100盒面膜，得到大家的认可小A满满的成就感。

一天，当小A又上了爱享优选商城准备代购的时候，发现自己的电子账户里面突然多了200美金（100盒面膜 $\times 10\text{PV} \times 20\%$ ），小A觉得很奇怪，是网站出了问题吗？于是小A立马打电话给爱享优选客服咨询，在客服的耐心解答下小A才知道，原来爱享优选商城里面不仅可以购买到物美价廉的商品，居然还能够通过自己累积购买获得意想不到的消费优惠额奖励，幸福来得太突然了！

智慧的小A心想：既然爱享优选商城有这样的奖励，那我帮助朋友代购的越多不就能获得越多的优惠额奖励吗？这难道不是一个非常棒的创业机会？于是，经过几天的详细了解，知道爱享优选还提供“消费联盟”的社交电商+创业的机会，于是小A开始通过各种社交渠道分享平台，分享商品以及消费感受等来组织推广，点击小A链接注册的用户被系统自动锁定在小A的消费联盟中。从此，拥有了一个无限增值的爱享优选云商分店持续不断的为小A带来被动收益。



那么小A除了给朋友代购之外，具体怎么通过消费联盟来组织消费盈利呢？

很简单！小A可以用手机、FB、TK、小红书、QQ、微信、陌陌、微博、会议、PARTY、口碑宣传等社交方式，在全球各地的社交圈内邀请或吸引粉丝，各地粉丝通过小A的宣传在爱享优选网站内消费的累积积分，均计算为该店的业绩。在爱享优选商城中有多种升级套餐，随时累计消费业绩，达到对应条件即可成功晋级获得更高比例的分享收益。



案例 (1)

案例1：小A的创业故事仍在继续，在小A每天的努力宣传下，在自己的朋友圈当中获得了非常不错的口碑。一天，一位经常在小A的消费联盟云商分店当中购买商品的实体便利店店主问小A：这段时间我在爱享优选买了洗发水、护肤品在朋友圈分享，好多朋友都来问我在哪买的，想让我帮他们代购，我在想是不是我也可以像你一样来做这个生意呢？小A一听乐了，结合这位店主的实际情况，小A组织了一场分享沙龙，分享了消费联盟战略-爱享优选电商云店和爱享汇，爱享优选电商云店打破了传统经营陈规，将互联网与实体店完美融合，给民众生活带来巨大便利的同时，也帮助实体店店主降低成本，获得无限增值空间。听完第二天5位参加沙龙的朋友就去爱享优选商城当中开始计划性消费达标1000PV申请取得了消费联盟银牌节点资格，小A也因此获得：

小A为（消费联盟中级盟友）收益折扣

$$1000\text{PV} \times 5 \times 40\% \times 1 \text{美金} = 2000 \text{美金}$$

案例 (2)

案例2：在无数分店的遍地开花之下，小A也渐渐从消费联盟钻石节点成长为了一名消费联盟至臻节点。小A在一次爱享优选聚会上分享了自己的成功：我从一个普通的消费者，到帮身边的人进行网络代购，到通过社交朋友圈开了自己的第一个爱享优选电商云店，到通过各种招商会议、网络课堂、脸书、tiktok等、如今拥有了数十万的消费粉丝和超过一万家爱享优选电商云分店。如今，每推广一个1000PV的消费联盟初级粉丝我就能获得：

小A为（消费联盟至臻节点）收益折扣

$$1000\text{PV} \times 70\% \times 1 \text{美金} = 700 \text{美金}$$

的开店消费收益，并且每天有成几何倍数增长的粉丝和店主加入进来，天南海北，无时无刻。是爱分享价值社交的力量成就了我，更是这个爱享优选创业平台成就了我。

企业价值



使命造就眼光，眼光造就格局，
最终格局会造就明天的结局！



“打造公平贸易，推动社会诚信”是爱享优选一直秉承的企业文化理念。基于强烈的社会责任感和使命感，为生活而消费到为价值而消费，爱享优选充分把握消费时代的新趋向，创造价值社交的理念。通过完美的消费联盟计划和社交平台，创新性地实现消费者由“传统被剥削者”向“利益共享者”的转变。

借助“团购”的理念颠覆了“商家获利，消费者不获利”这个千年不变的定律。实现了参与即营销、消费即营销，真正意义上的满足于“人人创业，从为产品消费，到为生活消费，再到为价值而消费的模式创新”。

同时品牌馆的合作，改变了传统电子商务平台一家独大的格局。爱享优选将平台充分进行共享，以商品品类的划分，让每个行业协会能够参与进来资源共享、利益共享，帮助传统企业和传统电商实现价值增值。每个品牌馆以行业协会形式，责、权、利分明，帮助更多来自世界各地的实体生产型企业实现“跨境销售”，开启一个智慧分工新时代！线上线下无边界创业将是未来世界的主流趋势。

目前，爱享优选正运势而生。未来5年，爱享优选在全球只需锁定500万消费联盟银牌节点以上会员，且每个联盟会员至少在爱享优选消费1000PV以上商品，按照1PV需要消费10美金来计算，那么爱享优选锁定的消费成交额为： $500万 \times 1000PV \times 10 = 500亿美金$ （以上）

即爱享优选锁定体验消费营业额为500亿美金以上，按照一般互联网企业上市后“市盈率将翻到20-100倍”的定律，我们保守估计，公司上市后市值可达到1000亿美元。目前（截止2023年9月），亚马逊市值1.42万亿美元，eBay市值232.13亿，Shopify市值超748亿美元，脸书市值7849.94亿美元。爱享优选通过这5年的发展将可跻身互联网企业前列之中。那么，当全民参与时代到来时，未来消费将有更多机会融入汇集到爱享优选中来。开创爱享优选走向时间，创新模式的先河。

对于行业发展来说，爱享优选开了一个创新的先例，也起了一个好头。因为与以往模式照搬复制的传统不同，这是一个自主创新的模式，它的诞生和崛起将给互联网创新力的迸发注入新的力量，也会成为其他企业创新的有益参考，给经济转型带来启发，促使传统生产型企业实现由“制造”到“智造”的转变。

没有文明的继承和发展，没有文化的弘扬和繁荣，没有自由和民主的基甸，就没有美国梦的实现！世界文明之所以能够生生不息，一定不是因为我们的墨守成规，而是融合创新！在我们文化积淀的基础上面，不断融合奇特优秀的精神文明，和当代的价值文化融合起来，形成一种面向世界的新型创新的精神文明。

爱享优选将秉承着融合而非整合的精髓，利用互联网这个时代工具，把跨越时空、超越国度、富有永恒魅力的时代精神与我们的创新相融合，经过道德境界的充分升华，通过价值社交的理念满足于人性中“需要、需求和追求”的各个层面，我们坚信着将迸发出极为强大的精神动力。

当“价值共享”这一全世界最好的“软件”插入互联网这一全世界最好的‘硬件’产生融合裂变的时候，我们坚信，现在所有经历的将在未来的生命中串联起来，续而或许可以——改变世界，我想我行！





IOS APP



google play

手机APP

爱分享价值社交：线上线下，社交娱乐电商

爱享优选APP：无处不在，无处不欢！您无论是在办公室、在家里、在车上、在飞机上、在街上、在朋友聚会中.....

在世界各地，您走到哪里，“店”就开到哪里，分享“开分店”就在哪里，人店合一。消费无界，分享无界，创业无界。

