

传统的购物，就是钱货两清的方式，消费者将钱花出去就花出去了，拿到产品就结束了，形成了一整个交易环节。到后来，商家发现市场的竞争越来越大，客流决定了整个店铺的收益情况，在不断发展新客户时也不能忽略了自身原本的客流。于是，如何加强原有客户的留存以及复购率，成为了商家的必争之地。最先出现在市场上的便是VIP积分，从奶茶店的买饮料集章兑换，到服饰店的积分积累折扣，到充值话费积分可以兑换话费流量等等，都是为了留存客户以及刺激客户的后续消费。

随着积分的用途越来越广泛，也在社会中起到了促进消费的良好作用，国家也越来越重视，2022年1月18日，国家发展改革委、工业和信息化部、商务部等七部局联合下发《促进消费实施方案》的通知确立了《消费返利积分》的机制。

在《方案》通知中第二十四条规定：推广更多市场化激励措施。探索实施全国绿色消费积分制度，鼓励地方结合实际建立本地绿色消费积分制度，以兑换商品、折扣优惠等方式鼓励绿色消费。鼓励各类销售平台制定绿色低碳产品消费激励办法，通过发放绿色消费券、绿色积分、直接补贴、降价降息等方式激励绿色消费。鼓励行业协会、平台企业、制造企业、流通企业等共同发起绿色消费行动计划，推出更丰富的绿色低碳产品和绿色消费场景。

起飞线与传统积分所不同的是，起飞线改变了消费者的身份，消费者已经不单纯是消费者也是平台的投资者。起飞线把获取的利润按照一定比例分配给消费者，这样就把消费者从产品链的末端变成了投资者的身份提升到前端，让消费者在购买产品时既能分享平台成长的成果，又能为平台发展注入新的生产资本，使消费与投资有机结合。这样一来，消费者不仅能够获得物美价廉的产品，更是有了一份收入保障，每一笔消费都是作为投资的资本存放在平台，双方的利益是息息相关的，消费者对平台的发展会更加关注，在平台上消费也会更加放心。

起飞线不仅能帮助传统的实体店铺快速搭建数字化经营系统，更是为了帮助消费者把花钱变成存钱，把消费变成资本积累，让商家和消费者都能得到收益，促进消费，助力经济发展，实现共同富裕。其核心商业模式是用户通过在起飞线联盟商家处扫码消费后，即可绑定成为商家的粉丝，之后去起飞线平台任意店铺消费都能获得收益，不管消费者是否购买你的产品，他在平台下的消费都与你有关，你可以推荐消费者去起飞线商家消费，消费的越多你的分红也就越多，以己推人，别的店铺也会愿意推荐他的消费者来你这边消费，因为他同样能获得收益。这样一来，就形成百业互联的趋势，告别店铺之间为了获取流量的内卷。

起飞线站在消费者的角度出发，帮助消费者省钱、存钱，让消费者敢花钱，同时也励志于帮助每一家重视产品和服务的商家实现自动盈利，紧跟国家绿色消费积分政策，为实现共同富裕助力。