

- Plateforme d'exposition en ligne et hors ligne du port franc de Hainan

—S'appuyant sur l'exposition internationale permanente de Hainan, au service du pays tout entier et du monde entier.

PLANIFICATION DE PROJET

Présentateur : Xie Lianggen

œil Contenu

enregistrer



Présentation du projet

Introduction au projet



Analyse du marché et de la concurrence

Analyse du marché et de la concurrence



Modèles commerciaux et marketing

C'était essmod el andmarke tin g



Lancement et perspectives d'avenir

Début et perspectives d'avenir



01

Chapitre 1 Introduction au projet

Présentez brièvement le thème du projet, ses avantages et ses modules de mise en œuvre.



orientations stratégiques

Vaste, nombreux, durable

Implémenté dans :

Sociétés de services d'exposition en ligne et hors ligne ; intégration des ressources : mobilisation des masses et encouragement de la participation à l'échelle nationale.

Éléments interactifs ; fonctionnement des chambres de commerce étrangères ; modèles de profit multiples ; planification multidimensionnelle à long terme.



Conformément à la stratégie nationale

Basée à Hainan, nous desservons tout le pays et le monde entier.

Grâce à un soutien politique adéquat, diverses subventions sont disponibles. Le port franc

doit attirer les investissements ; mais où doivent-ils les concentrer ?

Que faire ? Cela s'inscrit dans la stratégie nationale : se développer.

Les fondements de la force. Comme Shenzhen à l'époque.



Thème du projet

Le hall d'exposition international permanent est situé dans le port franc de Hainan.

Hong Kong propose des services d'import-export aux entreprises internationales.

Services intégrés d'exposition et de commerce en ligne et hors ligne. (Indisponible)

Cela concernera non seulement les exportations, mais aussi les importations.

Les produits sont mis à la disposition du grand public par le biais de chaînes de magasins présentes dans tout le pays.



Modèle et avantages

chaîne intégrée d'exposition et de commerce en ligne et hors ligne + **produits étrangers**

Planification conviviale du magasin de serrurerie + innovation interne et externe unique

Modèle de marketing international + **utilisation des chambres de commerce étrangères**

Orientation opérationnelle + promotion par grappes + **actualités**

Vache dorée + Plateforme Écosystème sain

Nous proposons notamment des services de secrétariat pour les réunions, les expositions et les invitations.



Introduction au projet : Structure principale du projet et développement futur

« Exposition nationale des produits célèbres » Hall d'exposition permanent hors ligne



Le hall d'exposition permanent unique « Exposition nationale des produits célèbres » et les expositions sectorielles régulières permettent de réaliser

Avantages immédiats, accès direct aux marchés internationaux, soutien et subventions gouvernementaux, attrait pour les entreprises

Le hall d'exposition remplit une double fonction : il sert à la fois de lieu et de plateforme. Situé à Hainan, il accueille des expositions tout au long de l'année, ce qui en fait un espace

de travail central pour les chambres de commerce étrangères et permet de tirer pleinement parti des avantages du port franc de Hainan.

Les clients internationaux peuvent entrer et sortir librement jusqu'à 30 jours à chaque fois sans visa !



Plateforme de centre commercial B2B en ligne 3E

La publicité mondiale pour générer du trafic et l'exploitation des ressources d'investissement hors ligne pour enrichir les produits en ligne.

Les produits et les abonnements profitent quant à eux aux commerces physiques. Les atouts informationnels des plateformes en ligne compensent les

lacunes informationnelles des plateformes physiques, créant ainsi une synergie entre les boutiques en ligne et les points de vente physiques permanents.

Réaliser des synergies et fournir des services intelligents aux commerçants nationaux et internationaux.

外国土货连锁店

Intégration et utilisation multiple des ressources : dans les points de service aux entreprises à travers le pays

En nous appuyant sur (les boutiques de services), nous mettrons en œuvre le principe selon lequel « l'avenir ne se résume pas aux exportations, mais concerne aussi... »

Il s'agit de rendre les produits importés plus accessibles et abordables grâce à des chaînes de magasins présentes dans tout le pays.

Plan de développement. Création d'une chaîne de magasins spécialisés dans les produits étrangers et le café brésilien d'origine.

La société possède des chaînes de marques telles que « Guan » et « Nordic Original Bar », ainsi que diverses entités cotées en bourse indépendantes.



Module en ligne

1. Les vendeurs se soucient de la visibilité de leurs produits : services de promotion d'entreprise et de produits ;
2. Problèmes de confiance dans l'achat et la vente : contrats en ligne et suivi des commandes, garanties pour les commandes importantes ; 3. Barrières linguistiques dans le commerce international pour les entreprises : publication en dix langues (langue locale) ; 4. Voie vers une qualité et une image de marque internationales de haut niveau pour les entreprises : services de propriété intellectuelle ; 5. Besoin des entreprises en matière de développement innovant : création d'une plateforme complète pour l'intégration des ressources et leur utilisation multidimensionnelle.



Module hors ligne

1. Une salle d'exposition unique ouverte toute l'année : Apprenez en ligne et découvrez hors ligne pour renforcer la confiance ;
 2. Les petits commerces abordables proposant des services aux entreprises, et l'avenir des chaînes de magasins : des modèles de profit multiples
 3. Intégrer le divertissement et les compétitions sportives à la promotion des entreprises : personnalisation et différenciation
 4. Promotion par grappes : Fournir des services d'exposition mondiaux et des recommandations aux entreprises ; 5. Expositions régulières + expositions tout au long de l'année : Résoudre les problèmes de contraintes financières, de problèmes de confiance, de manque d'influence de la marque et d'incapacité à participer à des expositions internationales **pour les PME qui s'internationalisent.**
- Comment relever les défis tels que la navigation ; en tant que professionnel de la gestion du trafic sous l'égide du gouvernement : que recommander et où recommander ?



01

Sans langue : Prend en charge 11 langues pour le front-end et le back-end.

Vous pouvez publier dans n'importe quelle langue maternelle.

Les 10 langues les plus parlées au monde. Un véritable marché B2B mondial.

03

Intégration des ressources : 1. Intégration rapide des modules de services d'entreprise

1. S'assurer que l'équipe de service du projet est en place ; 2.

Le module de marque permet aux entreprises de moderniser leur internationalisation.

05

Centre de vérification de la bonne volonté : Numérisation des acheteurs

Identifier les entreprises dignes de confiance et professionnelles et favoriser leur développement.

Utilisez activement les services de la plateforme et respectez les règles.

02

Problèmes de confiance : Expérience produit en personne dans des salles d'exposition physiques,

Participer à des expositions physiques est plus efficace que de participer à des expositions purement en ligne.

Son existence même est un symbole de force et de marque.

Les ressortissants de 88 pays du monde entier peuvent voyager sans visa à Hainan.

Le port franc autorise un séjour unique de 30 jours maximum.

Les acheteurs et les fabricants sont la véritable aide.

04

En ligne et hors ligne : découvrez les boutiques en ligne, les boutiques physiques...

Visitez le hall d'exposition pour une expérience immersive et des échanges d'affaires. Cette

visite vous permettra de mieux comprendre la plateforme et de profiter d'activités de

divertissement, de sport et de compétition, en lien avec les événements nationaux de la plateforme.

Marketing de localisation internationale et conversion du rôle client

Une stratégie capable de produire des résultats inoubliables.



La combinaison des méthodes en ligne et hors ligne dans le lancement d'un projet revêt une grande importance.



Comprendre la génération de trafic en ligne : les boutiques en ligne sont aussi de puissantes plateformes publicitaires, et la génération de trafic est une fonction essentielle de ces plateformes. Des techniques et des règles de référencement (SEO) spécifiques apportent d'énormes avantages.

Trafic naturel. Expérience authentique hors ligne (« Showroom permanent de l'Exposition nationale des marques célèbres + salons professionnels réguliers ») : mise en valeur de la force de la marque et possibilité pour les clients d'acquérir des produits et services physiques.

Offrir une expérience client authentique ; résoudre les problèmes de confiance ; fidéliser la clientèle. Tirer pleinement parti du port franc de Hainan en permettant aux clients internationaux de séjourner à Hainan 30 jours sans visa à chaque fois ! Du virtuel au virtuel : transformer

le commerce international, de la simple prise de conscience à la commande et à la confiance ; du virtuel au virtuel : supprimer les contraintes de temps et de distance ! Coopération et négociation à long terme.



Apprenez en ligne



Expérience hors ligne

02 •

Chapitre deux : Analyse du marché

Introduction à la taille du marché et au paysage concurrentiel





La plateforme numérique fermée de Zhonghong Tianrui n'a aucun moyen d'attirer des utilisateurs.

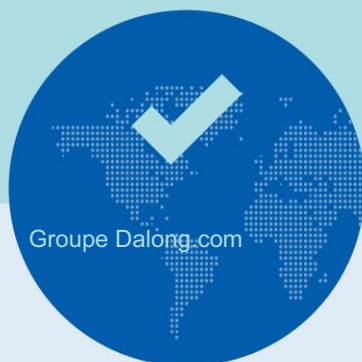
Le groupe German Airlines se concentre sur la consommation et ressemble davantage à une plateforme gouvernementale.

COSCO Shipping se concentre sur la logistique.

Hainan Haichao se concentre sur l'hôtellerie et la restauration, avec un modèle d'exposition principal.

Analyse globale

D'après les informations publiques disponibles, ils peuvent sembler similaires au premier abord, mais il s'agit en réalité de modèles O2O localisés pour le commerce international.



Groupe Dalong.com



Réseau cloud Guomao



TradePoint.com



Exposition Hongwei



Les deux premières entreprises utilisent un modèle de promotion locale O2O (international-local), qui s'avère assurément rentable. Il ne s'agit pas de salons en ligne, mais de salons exclusivement physiques, la communication en ligne étant similaire à l'utilisation de WeChat.



TradePoint.com utilise la vérification en ligne, tandis que Hongwei se concentre sur les salons professionnels internationaux (Foire de Canton).



Pas de concurrents ?



Pourquoi n'existe-t-il pas de concurrents parfaitement identiques ? Raisons

De quoi s'agit-il ? Si des entreprises similaires adoptent la même approche que nous...

Si nous utilisons les mêmes méthodes, existe-t-il encore un terrain fertile pour notre survie ?

Qu'est-ce qui nous différencie ?



points communs



Face à une concurrence féroce, ils se sont tournés vers les canaux hors ligne.

Cette percée a ouvert une brèche, une fissure pour la survie.

03 •

Chapitre 3 Modèle d'entreprise

Modèles commerciaux et logique marketing à différentes étapes



intégration des expositions et des échanges commerciaux en ligne et hors ligne

Modèle économique : À court terme, une combinaison de salons et de commerce est privilégiée pour assurer la pérennité et le développement de l'entreprise. À long terme, des stratégies en ligne et hors ligne seront mises en œuvre.

Avec les services d'exposition comme activité principale, le « Salon national des produits célèbres » propose des services de stand toute l'année via

des forfaits et des adhésions , ainsi que des frais VIP en ligne, des frais publicitaires et d'autres produits dérivés tels que des biens et services étrangers.

chaînes de magasins de services (magasin de produits étrangers, café brésilien, bar nordique).



Modèle de promotion unique basé sur les clusters

Modèle marketing : « Promotion par grappes » + « Divertissement et compétition sportive »

« Intégré à l'ensemble du processus de travail, de carrière et d'affaires » + « Chambres de commerce étrangères »

« Coopération » + « Intégration altruiste des ressources »

Créer des stratégies marketing personnalisées et différenciées qui répondent aux besoins des clients étrangers et promouvoir...

À une époque où la communication devient de plus en plus complexe, on peut qualifier cela d'approche unique !



Valeur pour les acheteurs

1. Les salons professionnels organisés toute l'année vous évitent de vous déplacer et vous permettent de découvrir les produits de fabricants réputés en un seul lieu ; 2. Vous pouvez être à la fois acheteur et vendeur ; 3. Les salons en ligne ne sont limités ni par le temps ni par l'espace.

Valeur pour le vendeur

1. Exposition et commerce intégrés, pour un gain de temps et d'efforts ; 2. Via des canaux en ligne et hors ligne... Augmenter la visibilité ; 3. Éviter la concurrence entre les réseaux et améliorer l'expérience utilisateur.
4. Surmonter les barrières de confiance ; faire preuve de force et bâtir une marque.



La valeur de la salle d'exposition de la plateforme

Intérêt de ce lien : des informations réseau à la sortie hors ligne

Promotion « groupée » des expositions physiques + nationale

Le commerce international est un « pont de confiance et un messenger d'affinité ».

valeur du hall d'exposition de la plateforme deux

Intérêt de ce lien : Bridger+ fournit aux entreprises

Des services à plus forte valeur ajoutée, agissant comme un « poisson-chat dynamique » pour les entreprises

« Fish » rend les entreprises internationales et nationales plus compétitives.

En ligne et hors ligne

Développement de marque

Marketing axé sur les personnes

Formule d'adhésion



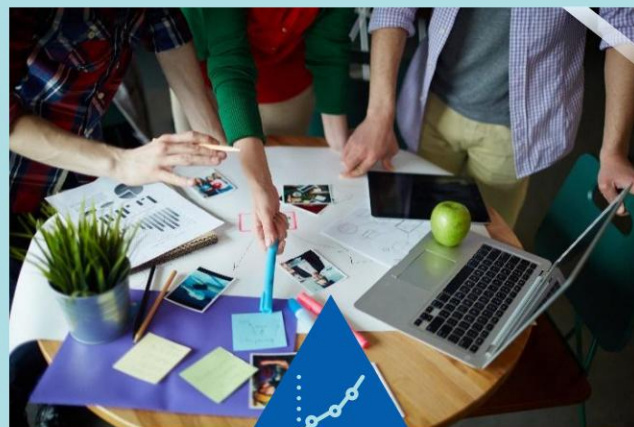
La plateforme en ligne combine la diffusion d'informations, la génération de trafic et la publicité avec une promotion « groupée » de produits physiques dans un showroom permanent hors ligne, ainsi qu'un modèle promotionnel unique et un modèle interactif d'acquisition de clients.

04 •

Chapitre quatre : Réalité et avenir

Financement des start-ups et perspectives d'avenir

L'objectif à court terme actuel est de se concentrer sur l'augmentation du nombre de commerçants.



Objectifs à chaque étape

Objectifs de l'année 1 : 10 à 50 millions de bénéfices, 6 000 magasins physiques, 20 000 marchands en ligne et 20 000 références et modèles de produits ; Objectifs de l'année

2 : 100 à 200 millions de bénéfices, 10 000 à 30 000 magasins physiques, 30 000 à 100 000 marchands en ligne et 150 000 références et modèles de produits ; Objectifs de

l'année 3 : 600 millions à 1 milliard de bénéfices, 30 000 à 60 000 magasins physiques, 100 000 à 200 000 marchands en ligne et 300 000 références et modèles de produits.

Objectifs de la 4e année : 2 à 3 milliards de bénéfices, 60 000 à 80 000 magasins physiques, 200 000 à 500 000 marchands en ligne et 500 000 à 1 million de types et modèles de produits.

Financement de projet

La première phase implique la vente de 15 % des parts : l'investisseur principal investira 50 millions (10 %) pour le lancement

hors ligne ; le deuxième investisseur investira 150 millions.

5 % seront entièrement consacrés à l'accélération des activités. Réserve

Avec 30 millions de yuans mis de côté en tant que fonds de réserve pour les risques, on peut être tranquille quant à la suffisance des fonds.



Un showroom de 34 000 mètres carrés, dont le coût annuel s'élève à 15 millions (dont 5 millions pour la rénovation de la première année).



Un investissement de 10 millions de yuans a été alloué pour attirer les investissements (principalement pour les salaires du personnel d'investissement et de marketing).



Maintenance de la plateforme de structure organisationnelle : 5 millions

Le plan suivant repose sur un calendrier d'utilisation sur deux ans du financement initial de 50 millions de yuans. Tout financement supplémentaire sera intégralement consacré à l'investissement « accéléré » dans la phase initiale du projet

« Exposition nationale des marques célèbres », axé sur « l'acquisition de clients et la commercialisation des produits », et sur la garantie de son succès .

证监会改革上市标准有助于将新兴行业好公司纳入A股，避免错失腾讯、阿里等好公司的前车之鉴，同时表明政府对股票市场的重视和发展资本市场的意愿；

0 2

planification à moyen et court terme

Optimiser en permanence les produits exposés et les produits en

2. Optimiser en permanence les fabricants partenaires ;

3. Optimiser les méthodes d'exposition ;

4. Le modèle « Going Global » ;

5. Renforcer la coopération avec les chambres de commerce étrangères et promouvoir l'altruisme.

intégration des ressources sexuelles ;

6. Un modèle de chaîne de magasins/bureaux de proximité convivial,

0 3

0 1

Le rêve de 3E

En tirant parti du soutien politique de la stratégie nationale du port franc de Hainan et de la nouvelle politique nationale sur la cotation des sociétés internet (qui stipule clairement de ne pas passer à côté d'entreprises comme Alibaba et Tencent), nous nous efforçons de faire du 3E International Exhibition Center la première société privée chinoise cotée en bourse (actions A) dans le secteur des expositions d'ici 5 ans (la cotation en actions A peut avoir un énorme effet publicitaire), et de faire de 3E un géant international d'internet intégrant les expositions et le commerce en ligne et hors ligne.

Au cours des 5 à 10 prochaines années, nous développerons continuellement notre réseau de distributeurs et nos gammes de produits, et lancerons plusieurs introductions en bourse de chaînes de magasins de produits étrangers axées sur la consommation de masse nationale. Nos showrooms internationaux uniques et notre activité B2B internationale nous confèrent une compétitivité sans égale. Nous nous appuyons sur notre plateforme 3E pour promouvoir l'Excellence et l'Intégrité. Nous aspirons aux idéaux globaux de la civilisation moderne, notamment la protection de l'environnement et la civilisation écologique.



Merci d'avoir regardé Listening View.

REMERCIER YOUFO RWATC HINGA LISTE NDL FIN

Veuillez vous référer aux pièces jointes correspondantes pour la biographie du fondateur et l'évaluation complète du fondateur et du projet par le modèle d'IA.