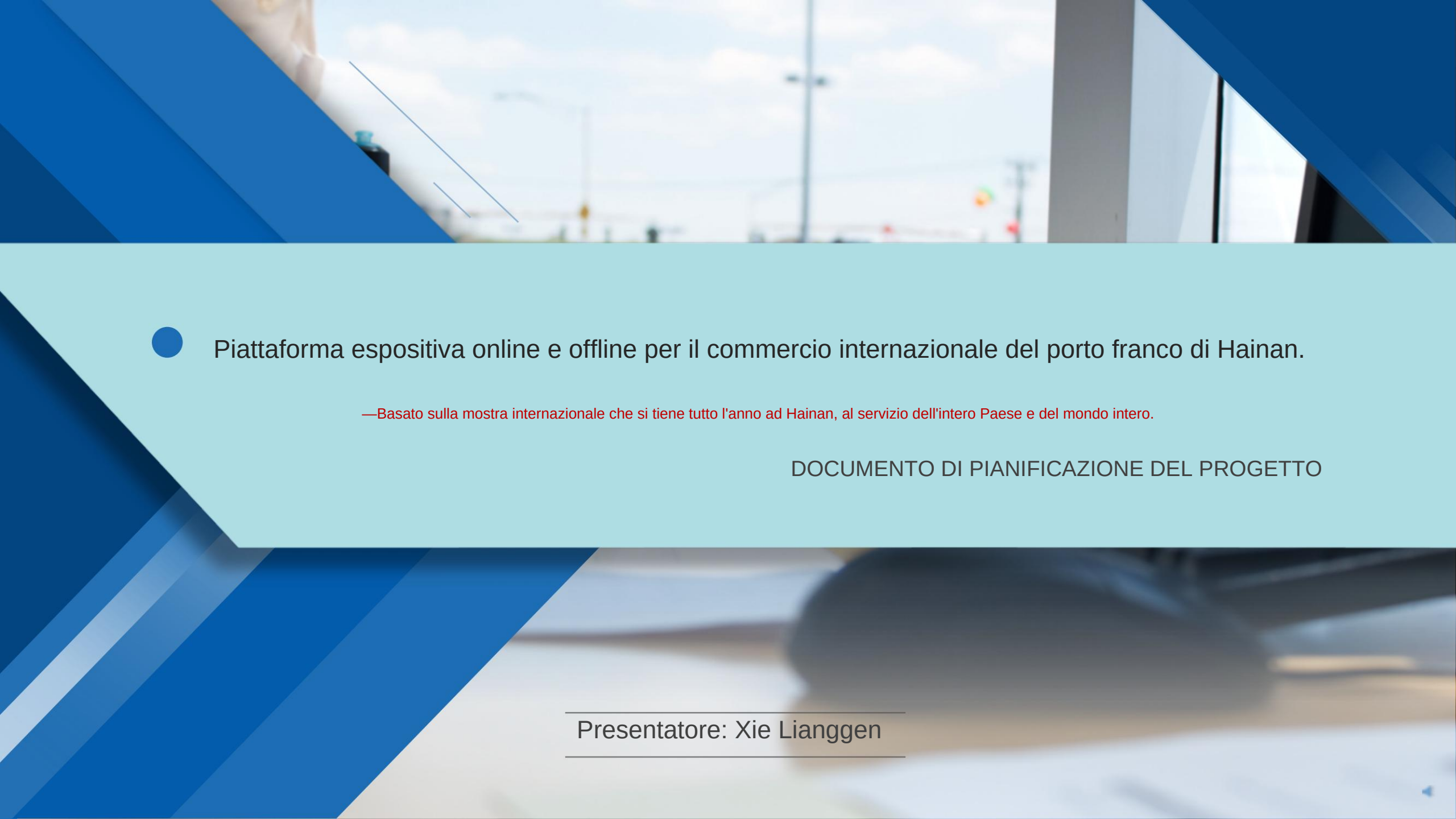


- 
- Piattaforma espositiva online e offline per il commercio internazionale del porto franco di Hainan.

—Basato sulla mostra internazionale che si tiene tutto l'anno ad Hainan, al servizio dell'intero Paese e del mondo intero.

DOCUMENTO DI PIANIFICAZIONE DEL PROGETTO

---

Presentatore: Xie Lianggen

---

# Contenuto

occhio

documentazione



Introduzione al progetto

Introduzione al progetto



Analisi di mercato e della concorrenza

Analisi del mercato e della concorrenza



Modelli di business e marketing

Quello era essmod el andmarke tin g



Lancio e prospettive future

Prospettive di avvio e futuro



# 01<sup>•</sup>

## Capitolo 1 Introduzione al progetto

Descrivi brevemente il tema del progetto, i vantaggi e i moduli di implementazione.



Linee guida strategiche

# Esteso, numeroso, di lunga durata

Implementato in:

Società di servizi per fiere online e offline; integrazione delle risorse: mobilitazione delle masse e promozione della partecipazione a livello nazionale.

Elementi interattivi; funzionamento delle camere di commercio estere; molteplici modelli di profitto; pianificazione multidimensionale a lungo termine.



## In linea con la strategia nazionale

Con sede ad Hainan, offriamo i nostri servizi in tutto il paese e nel mondo.

Grazie al sostegno politico, sono disponibili diverse forme di sovvenzione. Il porto franco deve

attrarre investimenti; in quali settori dovrebbe concentrarli?

Che fare? È in linea con la strategia nazionale: espandersi.

Le basi per diventare forti. Come Shenzhen ai tempi.



## Tema del progetto

Il padiglione espositivo internazionale permanente ha sede nel porto franco di Hainan.

Hong Kong offre servizi di importazione ed esportazione per aziende globali.

Servizi integrati per fiere ed esposizioni, sia online che offline. (Non disponibile)

Ciò riguarderà non solo le esportazioni, ma anche le importazioni.

I prodotti sono resi accessibili al grande pubblico attraverso catene di negozi a livello nazionale.



## Modello e vantaggi

Esposizioni e fiere integrate online e offline + catena di approvvigionamento dei prodotti esteri

Progettazione a misura d'uomo per il negozio di serrature + innovazione interna ed esterna unica

Modello di marketing estero + utilizzo delle camere di commercio estere come

Focus operativo + promozione basata su cluster + attuale

Mucca d'oro + Piattaforma per un ecosistema sano

A partire dai servizi di segreteria per riunioni, mostre e inviti.



# Introduzione al progetto : struttura principale e sviluppi futuri

## "Mostra Nazionale dei Prodotti Famosi" Padiglione Espositivo Permanente Off-Broadway



L'esclusiva sala espositiva permanente "Mostra nazionale dei prodotti famosi" + le regolari mostre di settore raggiungono

Benefici immediati, accesso diretto ai mercati internazionali, sostegno e sovvenzioni governative, attrazione di imprese

Il centro espositivo ha una duplice funzione: funge sia da sede che da piattaforma. Situato ad Hainan, ospita mostre durante tutto l'anno, diventando così

uno spazio centrale per le camere di commercio estere e sfruttando appieno i vantaggi del porto franco di Hainan.

I clienti internazionali possono entrare e uscire liberamente per un massimo di 30 giorni alla volta senza bisogno di visto!



Pubblicità globale per generare traffico e sfruttamento delle risorse di investimento offline per arricchire i prodotti online.

Prodotti e abbonamenti, a loro volta, avvantaggiano le attività commerciali offline. I vantaggi informativi delle piattaforme online

compensano le carenze informative delle piattaforme offline, creando un effetto sinergico tra negozi online e showroom fisici permanenti.

Per raggiungere la sinergia e fornire servizi intelligenti ai commercianti nazionali e internazionali.

## 外国土货连锁店

Integrazione delle risorse e utilizzo multiplo: nei punti vendita di servizi aziendali in tutto il paese

Basandoci sui (negozi di servizi), implementeremo il principio secondo cui "il futuro non riguarda solo le esportazioni, ma anche..."

**Si tratta di rendere i prodotti importati più accessibili e convenienti attraverso catene di negozi a livello nazionale.**

Piano di sviluppo. Creazione di una serie di "negozi specializzati in prodotti esteri" e "caffè brasiliano originale".

L'azienda possiede marchi di catena come "Guan" e "Nordic Original Bar", oltre a diverse società indipendenti quotate in borsa.





## Modulo online

1. I venditori sono preoccupati per la visibilità del prodotto: servizi di promozione aziendale e di prodotto;
2. Problemi di fiducia nelle compravendite: contratti online e tracciamento degli ordini, garanzie per ordini di grandi dimensioni; 3. Barriere linguistiche nel commercio internazionale per le imprese: pubblicazione in dieci lingue (lingua locale); 4. Percorso verso un elevato livello di qualità e branding internazionale per le imprese: servizi di proprietà intellettuale; 5. Necessità delle imprese di uno sviluppo innovativo: creazione di una piattaforma completa per l'integrazione delle risorse e l'utilizzo multidimensionale.



## Modulo offline

1. Showroom unico aperto tutto l'anno: impara online e vivi l'esperienza offline per accrescere la fiducia;
2. Negozi di piccole dimensioni a prezzi accessibili che offrono servizi alle imprese, e anche il futuro delle catene di negozi: molteplici modelli di profitto
3. Integrare l'intrattenimento e le competizioni sportive con la promozione aziendale: personalizzazione e differenziazione
4. Promozione basata su cluster: Fornitura di servizi e raccomandazioni per fiere globali per le imprese; 5. Fiere regolari + fiere durante tutto l'anno: Risoluzione dei problemi di vincoli finanziari, problemi di fiducia, mancanza di influenza del marchio e impossibilità di partecipare a fiere internazionali per le PMI che si internazionalizzano.

Affrontare sfide come la navigazione web; in qualità di professionisti della gestione del traffico sotto la guida del governo: cosa consigliare e a chi consigliare?



## 01

Indipendente dalla lingua: supporta 11 lingue sia per il front-end che per il back-end.

È possibile pubblicare in qualsiasi lingua madre.

Le 10 lingue più diffuse al mondo. Un B2B veramente globale.

## 03

Integrazione delle risorse: 1. Integrazione rapida dei moduli di servizio aziendali

1. Assicurarsi che il team di assistenza del progetto sia operativo; 2.

Il modulo branding consente alle imprese di migliorare il proprio processo di internazionalizzazione.

## 05

Centro di verifica Goodwill: digitalizzazione degli acquirenti

Individuare aziende affidabili e professionali e promuovere lo sviluppo commerciale.

Utilizzare attivamente i servizi della piattaforma e rispettare le regole.

## 02

Problemi di fiducia: esperienza diretta del prodotto negli showroom fisici,

La partecipazione a mostre fisiche è più efficace rispetto a mostre esclusivamente online.

La sua stessa esistenza è simbolo di forza e di marchio.

I cittadini di 88 paesi del mondo possono viaggiare ad Hainan senza visto.

Il porto franco consente un soggiorno unico fino a 30 giorni.

Il vero aiuto lo forniscono acquirenti e produttori.

## 04

Online e offline: scopri di più sui negozi online, offline...

Visita il padiglione espositivo per un'esperienza pratica e per discutere di affari. Una visita al

padiglione espositivo ti permetterà di comprendere meglio la piattaforma, offrendoti al contempo

intrattenimento, sport ed esperienze competitive, in concomitanza con gli eventi nazionali della piattaforma...

Marketing di localizzazione internazionale e conversione del ruolo del cliente

Una strategia in grado di produrre risultati indimenticabili.





“

Comprendere la generazione di traffico online: i negozi online sono anche potenti piattaforme pubblicitarie e la generazione di traffico è una funzione cruciale di queste piattaforme. Tecniche e regole SEO specifiche apportano enormi vantaggi.

Traffico organico. Esperienza autentica offline (showroom permanente "Mostra Nazionale dei Marchi Famosi" + fiere di settore periodiche): per mettere in mostra la forza del marchio e consentire ai clienti di acquistare prodotti e servizi fisici.

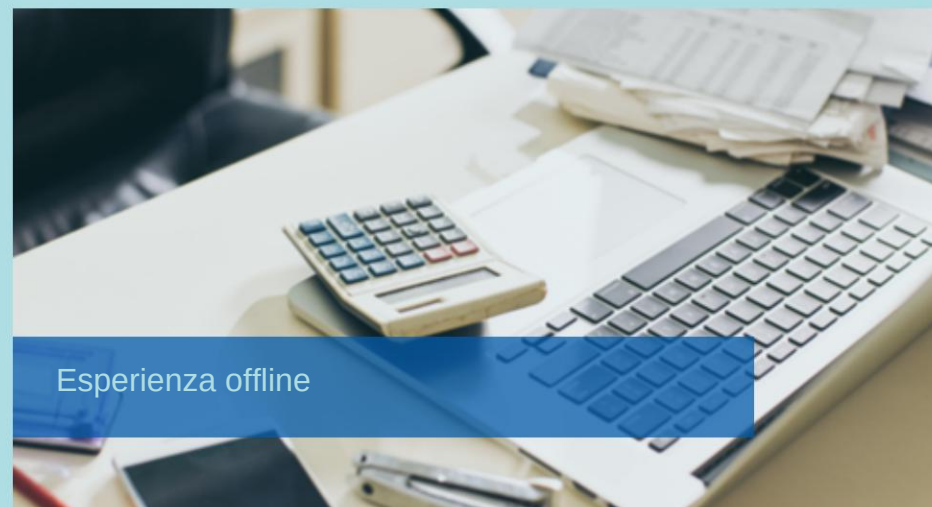
Offrire un'esperienza cliente autentica; risolvere i problemi di fiducia; migliorare la fidelizzazione sulla piattaforma. Sfruttare appieno i vantaggi del Porto Franco di Hainan, consentendo ai clienti internazionali di soggiornare a Hainan per 30

giorni senza visto ogni volta! Dall'online all'offline: trasformare il commercio internazionale dalla conoscenza iniziale e dall'interesse all'ordine e alla fiducia; dall'offline all'online: eliminare i limiti di tempo e geografici! Cooperazione e negoziazione a lungo termine.

”



Impara online



Esperienza offline

# 02 •

## Capitolo due: Analisi di mercato

Introduzione alle dimensioni del mercato e al panorama competitivo





La piattaforma digitale chiusa di Zhonghong Tianrui non ha modo di attrarre utenti.

Il gruppo German Airlines si concentra sui consumi ed è più simile a una piattaforma governativa.

COSCO Shipping è specializzata nella logistica.

Hainan Haichao si concentra su hotel e ristorazione, con un modello espositivo principale.

## Analisi globale

Secondo le informazioni disponibili pubblicamente, a prima vista potrebbero sembrare simili, ma in sostanza si tratta di modelli O2O localizzati per il commercio estero.



Gruppo Dalong.com



Rete cloud di Guomao



TradePoint.com



Mostra di Hongwei



Le prime due aziende utilizzano entrambe un modello di promozione locale O2O (online-to-offline), che si preannuncia redditizio. Non si tratta di modelli di fiere online, bensì di fiere puramente offline, con una comunicazione online simile all'utilizzo di WeChat.



TradePoint.com utilizza la verifica online, mentre Hongwei si concentra sulle fiere commerciali internazionali (Fiera di Canton).





Nessun concorrente?



Perché non esistono concorrenti completamente identici? Motivi

Di cosa si tratta? Se aziende simili adottassero lo stesso approccio nostro...

Se continuiamo a usare gli stessi metodi, esiste ancora un terreno fertile per la nostra sopravvivenza?

Qual è il nostro elemento distintivo?



punti in comune



Di fronte a una forte concorrenza, si sono rivolti ai canali offline.

La svolta ha aperto una crepa, una fessura per la sopravvivenza.



# 03 •

## Capitolo 3 Modello di business

Modelli di business e logica di marketing in diverse fasi



### Integrazione espositiva e commerciale online e offline

Modello di profitto: Nel breve termine, per la sopravvivenza e lo sviluppo si adotta una combinazione di mostre e commercio. Nel lungo termine, verranno implementate strategie online e offline.

Con i servizi espositivi come fulcro della sua attività, la "Mostra Nazionale dei Prodotti Famosi" offre servizi di stand durante tutto

l'anno attraverso pacchetti e abbonamenti , oltre a tariffe VIP online, tariffe pubblicitarie e altri prodotti derivati come beni e servizi esteri.

Negozi di catene di servizi (negozio di articoli esteri, caffetteria brasiliana, bar nordico).



### Modello di promozione unico basato su cluster

Modello di marketing: "Promozione a cluster" + "Intrattenimento e competizione sportiva"

"Integrato nell'intero processo lavorativo, professionale e imprenditoriale" + "Camere di Commercio Estere"

"Cooperazione" + "Integrazione altruistica delle risorse"

Creare strategie di marketing personalizzate e differenziate che soddisfino le esigenze dei clienti esteri e promuovere...

In un'epoca in cui la comunicazione diventa sempre più complessa, questo si può definire un approccio davvero unico!



### Valore per gli acquirenti

1. Le fiere che si tengono tutto l'anno eliminano la necessità di viaggiare e ti permettono di visitare e provare i prodotti di produttori rinomati in un unico luogo ; 2. Puoi essere sia acquirente che venditore; 3. Le fiere online non hanno limiti di tempo o di spazio.

### Valore per il venditore

1. Esposizione e commercio integrati, con risparmio di tempo e fatica; 2. Attraverso canali online e offline... Aumentare la visibilità; 3. Evitare la concorrenza di rete e migliorare l'esperienza utente.
4. **Superare le barriere della fiducia**; dimostrare la propria forza e costruire un marchio.



Il valore della sala espositiva della piattaforma

Il valore di questo collegamento: dalle informazioni di rete a quelle offline

Promozione "in stile cluster" di mostre fisiche + nazionale

**Il commercio internazionale è un "ponte di fiducia e messaggero di affinità".**

Sala espositiva della piattaforma valore due

Valore in questo collegamento: Bridger+ fornisce alle imprese

Servizi a maggior valore aggiunto, agendo come un "pesce gatto dinamico" per le imprese.

"Fish" rende le imprese internazionali e nazionali più competitive.

Online e offline



Costruzione del marchio



Marketing a misura di persona



Pacchetto di abbonamento



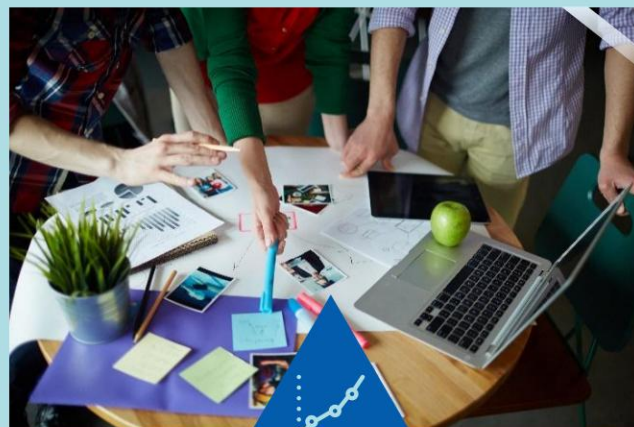
La piattaforma online combina la diffusione di informazioni, la generazione di traffico e la pubblicità con una promozione "a cluster" di prodotti fisici in uno showroom fisico permanente, unitamente a un modello promozionale unico e a un modello interattivo di acquisizione clienti.

# 04 •

## Capitolo quattro: Realtà e futuro

Finanziamenti per le start-up e prospettive future





## Obiettivi in ogni fase

Obiettivi per l'anno 1: da 10 a 50 milioni di profitto, 6.000 negozi fisici, 20.000 venditori online e 20.000 tipologie e modelli di prodotto; Obiettivi per l'anno 2: da 100 a 200 milioni di profitto, da 10.000 a 30.000 negozi fisici, da 30.000 a 100.000 venditori online e 150.000 tipologie e modelli di prodotto; Obiettivi per l'anno 3: da 600 milioni a 1 miliardo di profitto, da 30.000 a 60.000 negozi fisici, da 100.000 a 200.000 venditori online e 300.000 tipologie e modelli di prodotto; Obiettivi per il quarto anno: da 2 a 3 miliardi di profitto, da 60.000 a 80.000 negozi fisici, da 200.000 a 500.000 venditori online e da 500.000 a 1 milione di tipologie e modelli di prodotto.



Finanziamento del progetto

La prima fase prevede la vendita del 15% del capitale azionario: l'investitore principale investirà 50 milioni (10%) per il lancio offline; il secondo investitore investirà 150 milioni.

Il 5% sarà interamente destinato all'accelerazione del business. Riservato

Con 30 milioni di yuan accantonati come fondo di riserva per i rischi, si può stare tranquilli sapendo di avere fondi sufficienti.



Uno showroom di 34.000 metri quadrati, con un costo annuo di 15 milioni (di cui 5 milioni per la ristrutturazione del primo anno).



Sono stati stanziati 10 milioni di yuan per attrarre investimenti (principalmente per gli stipendi del personale addetto agli investimenti e al marketing).



Manutenzione della piattaforma della struttura organizzativa 5 milioni

Il seguente piano si basa su un programma di utilizzo biennale per il finanziamento iniziale di 50 milioni di yuan. Eventuali fondi aggiuntivi saranno interamente destinati all'investimento "accelerato" nella fase iniziale del progetto "Mostra Nazionale dei Marchi Famosi", concentrandosi sull'"attrazione di clienti e prodotti" e garantendone il successo .

Le grandi cose , presenti e future, iniziano con le piccole cose.

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 1

## Il sogno di 3E

Sfruttando il supporto politico della strategia nazionale del Porto di Libero Scambio di Hainan e la nuova politica nazionale sulla quotazione delle società internet (che dichiara esplicitamente di voler evitare di perdere aziende come Alibaba e Tencent), ci impegniamo a trasformare il 3E International Exhibition Center nella **prima società fieristica privata quotata in borsa in Cina entro 5 anni** (la quotazione in borsa può avere un enorme impatto pubblicitario) e a rendere 3E un gigante internet internazionale che integra fiere e commercio online e offline.

Nei prossimi 5-10 anni, amplieremo costantemente il numero dei nostri rivenditori e delle nostre linee di prodotti, e lanceremo diverse IPO di "catene di negozi di beni esteri" focalizzate sul consumo di massa interno . I nostri **esclusivi** showroom internazionali e il commercio B2B internazionale ci hanno saldamente posizionato in una posizione di competitività senza pari. Sfrutteremo la nostra **piattaforma 3E** per promuovere l'eccellenza e l'integrità .

Ci impegniamo per gli ideali **globali della civiltà moderna** , tra cui la tutela **dell'ambiente e la civiltà ecologica** .

0 2

Pianificazione a medio e breve termine

1. Ottimizzare costantemente i prodotti esposti e in vendita

2. Ottimizzare continuamente i produttori partner;

3. Ottimizzare le modalità espositive;

4. Il modello "Going Global";

5. Rafforzare la cooperazione con le camere di commercio estere e promuovere l'altruismo.

Integrazione delle risorse sessuali

Un modello di catena locale di negozi/uffici a misura di persona, 6

0 3



Grazie per aver guardato Listening View.

GRAZIE

YOUFO

RWATC

HINGA

NDLIST

FINALE

Si prega di consultare gli allegati corrispondenti per la biografia del fondatore e la valutazione completa del fondatore e del progetto effettuata dal modello di intelligenza artificiale.