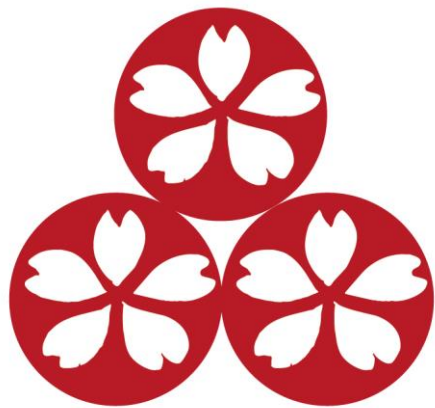




日本新三菱

日本新三菱

日本法務省官方证书

別記第6号様式

登録支援機関登録（更新）通知書

2019年 8月 16日

日本ニュースリーダイヤモンド 殿
株式会社

出入国在留管理庁長官 佐々木 聖



2019年 4月 9日に申請のあった、申請番号 19登東労三-050111 について、出入国管理及び難民認定法第19条の2第2項の規定により、☒ 登録支援機関登録簿に登録／☐ 登録支援機関登録簿を更新しましたので通知します。

記

1 登録番号	19登-001639
2 登録年月日	2019 年 8 月 16 日
3 氏名又は名称	日本ニュースリーダイヤモンド株式会社
4 住 所 (本店又は主たる事務所)	〒 330 - 0804 埼玉県さいたま市大宮区堀の内町1-606 グランドシティS-103 (電話 048 - 647 - 1156)
5 代表者の氏名	謝澤民
6 有効期間	2019年 8月 16日 から 2024年 8月 15日 まで

日本新三菱

官方成员部分照片



日本新三菱

&

自由丽人



FREE BEAUTY

自由丽人

商圈共享平台

商业计划书

SHANGYEJIHUASHU

自由丽人 商圈共享平台

商业计划书

A	终端痛点（市场巨大）	2
B	解决方案（共享平台）	3
C	路经选择（推广方式）	14
D	市场计划（先网后产品）	15
E	盈利模式（经营管理）	24
F	投资计划（资金使用）	25
G	股份团队（股权分布）	29

A

终端痛点（市场巨大）

- △ 市场社区各行各业的门店，都在争抢顾客！
- △ 怎么能满足顾客的各方面需求，提升服务？
- △ 怎么调配商家，满足顾客不同需求——

成了各界商家最大的**痛点**

自由丽人

商圈共享平台

链接商家 服务客户

B

解决方案（共享平台）

△ 我们认为：满足客户的不同需求，只有组织跨界的不同行业商家联手行动

△ DT互联网应用的巨大魔力，共享经济的深入发展，于是，我们创立了，

中国第一家“跨界商圈客户需求共享平台”

△ 多年的市场耕耘，我们熟知的消费者生活半径就1.5公里

我们的做法是；沉入社区，链接跨界商家，满足顾客不同需求

△ 全国50个地区，县级市374个，县1636个，852个市辖区，多少个社区？

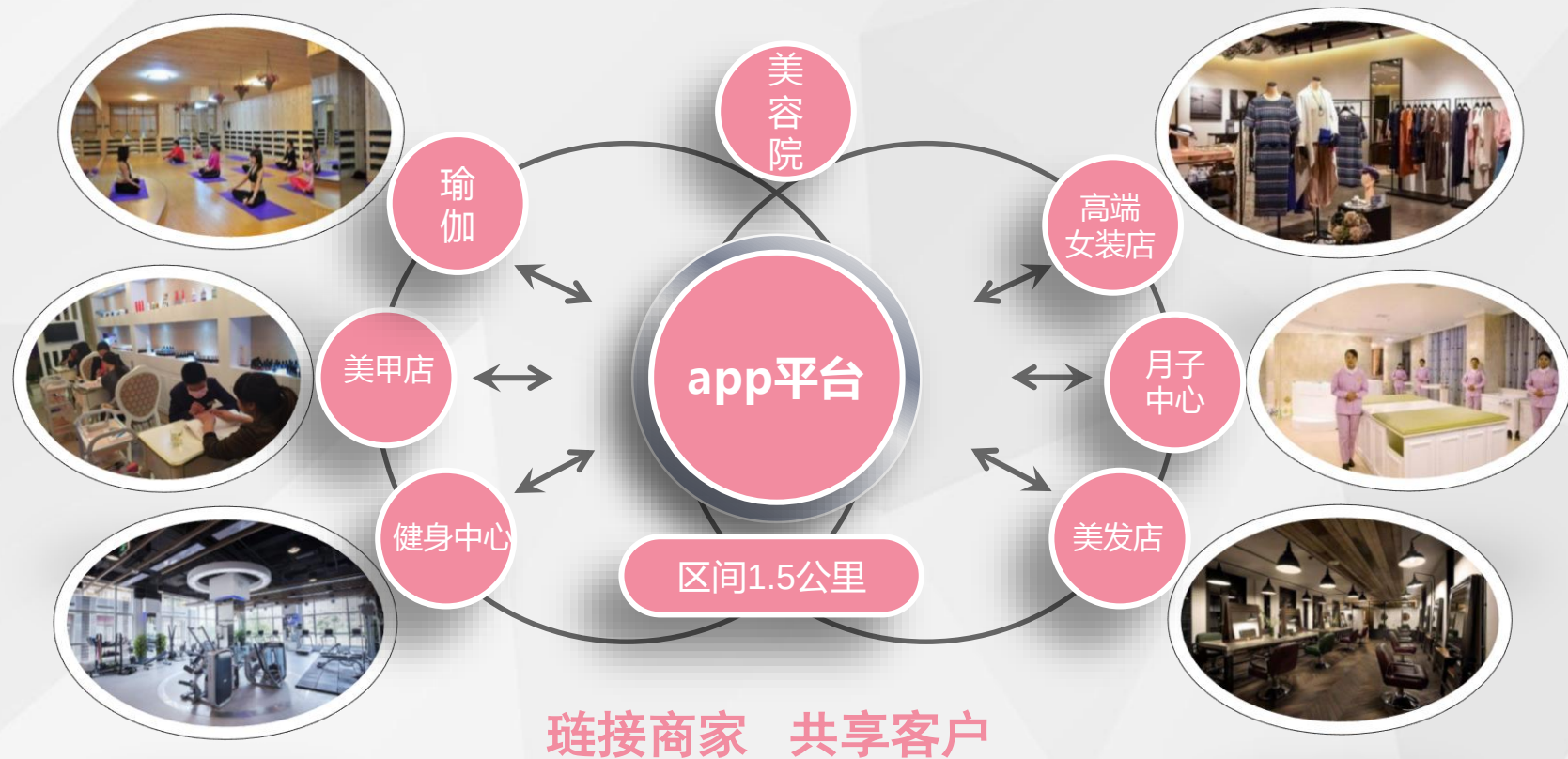
没有人数得清，仅市，地级社区商圈估计30000-50000亿潜力 我们准备做30%

即9000亿-15000亿市场！

► 自由丽人平台功能示意图

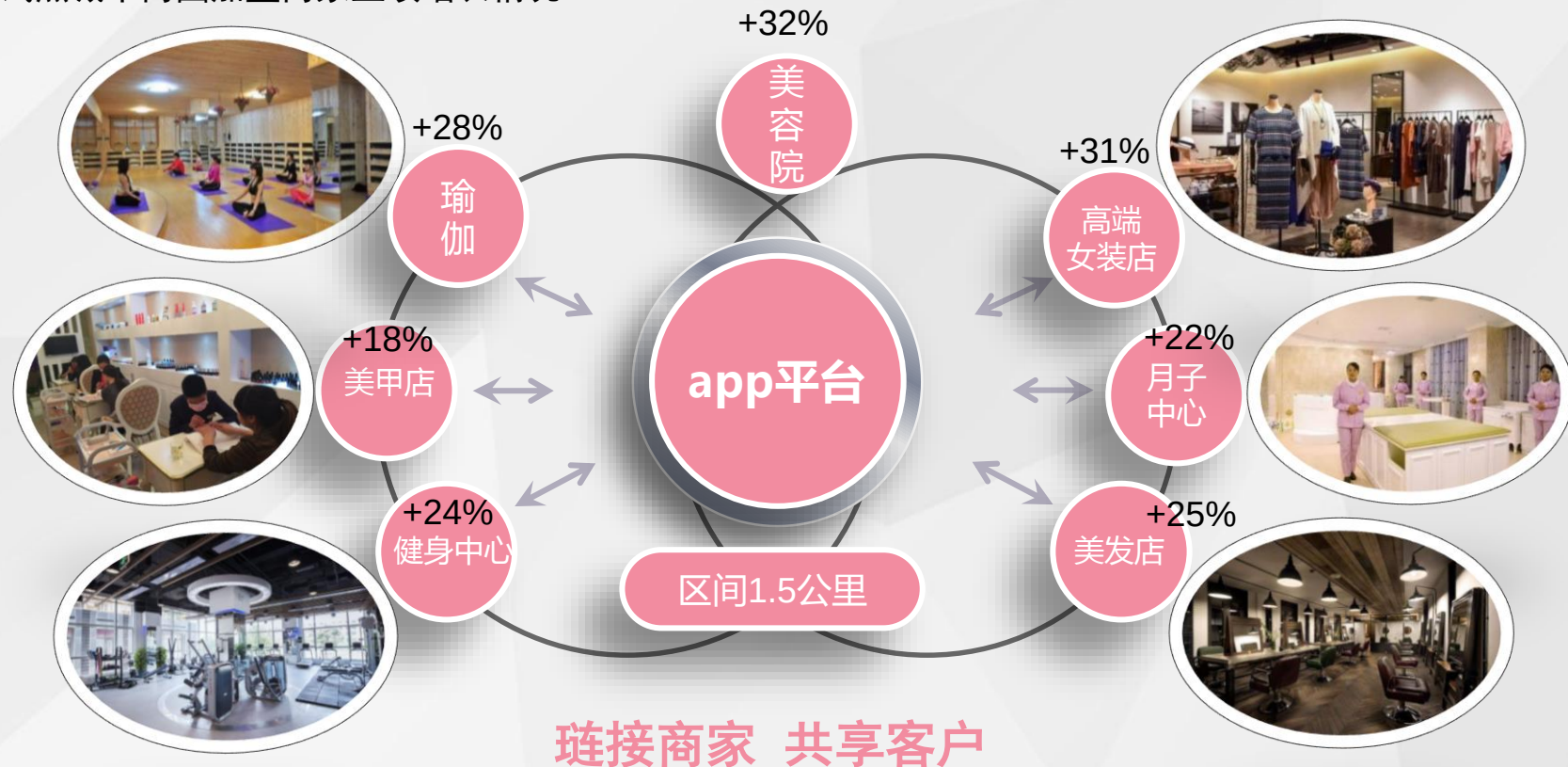


▶ 平台顾客需求共享示意图



▶ 顾客需求共享统计一览

试点城市商圈加盟商家业绩增长情况



▶ 中小商家服务平台组成示意图

链接商家 共享客户

直径1.5公里. 步行15分钟
经过调查统计. 这是.

85%的顾客日常生活圈

一个城市有若干组共享商圈

我们的圈长负责组织圈内
共享顾客活动!

我们的区长市长

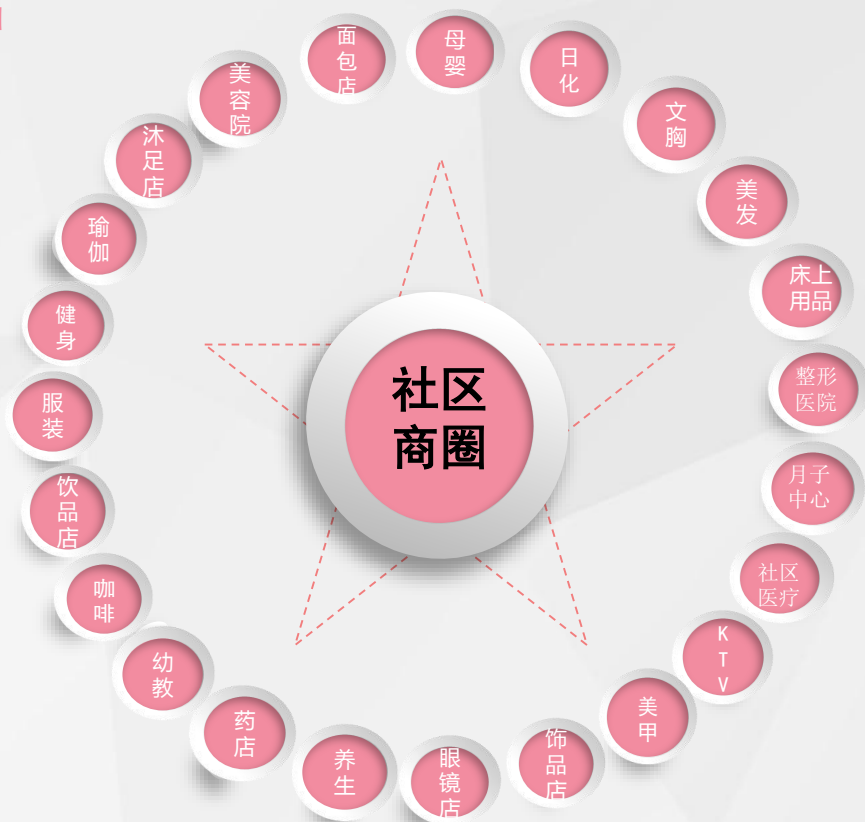
负责组织更高层面的
共享活动!

一、商圈链 15km

二、城市链 150km

三、服务链 全国

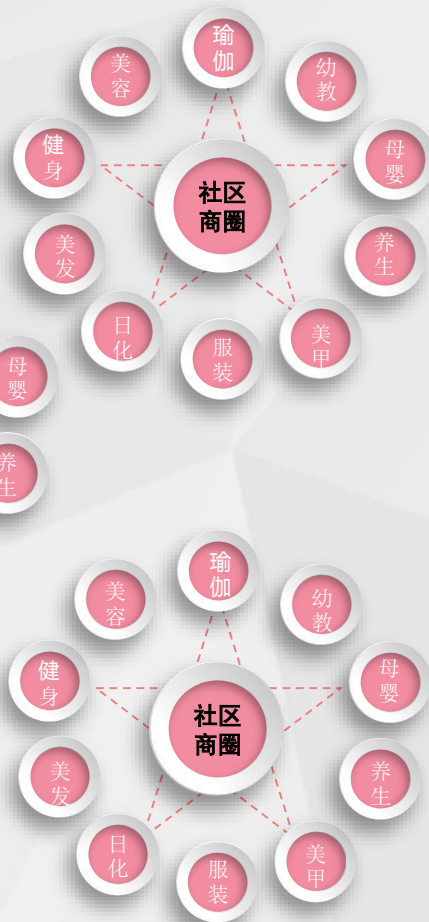
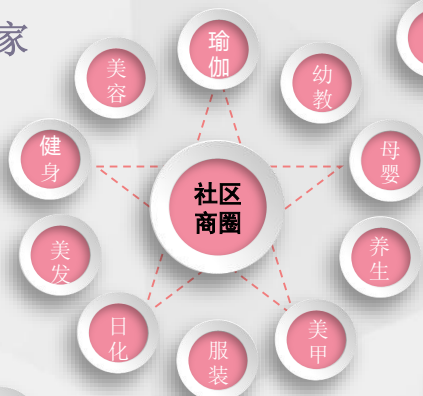
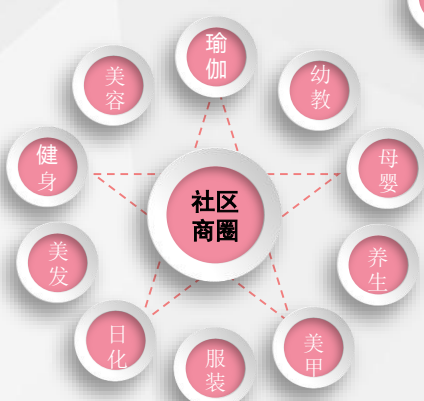
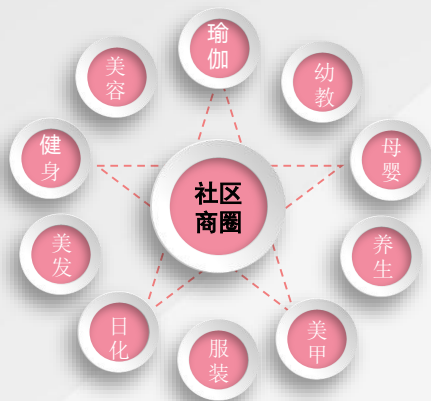
四、产品链 全网



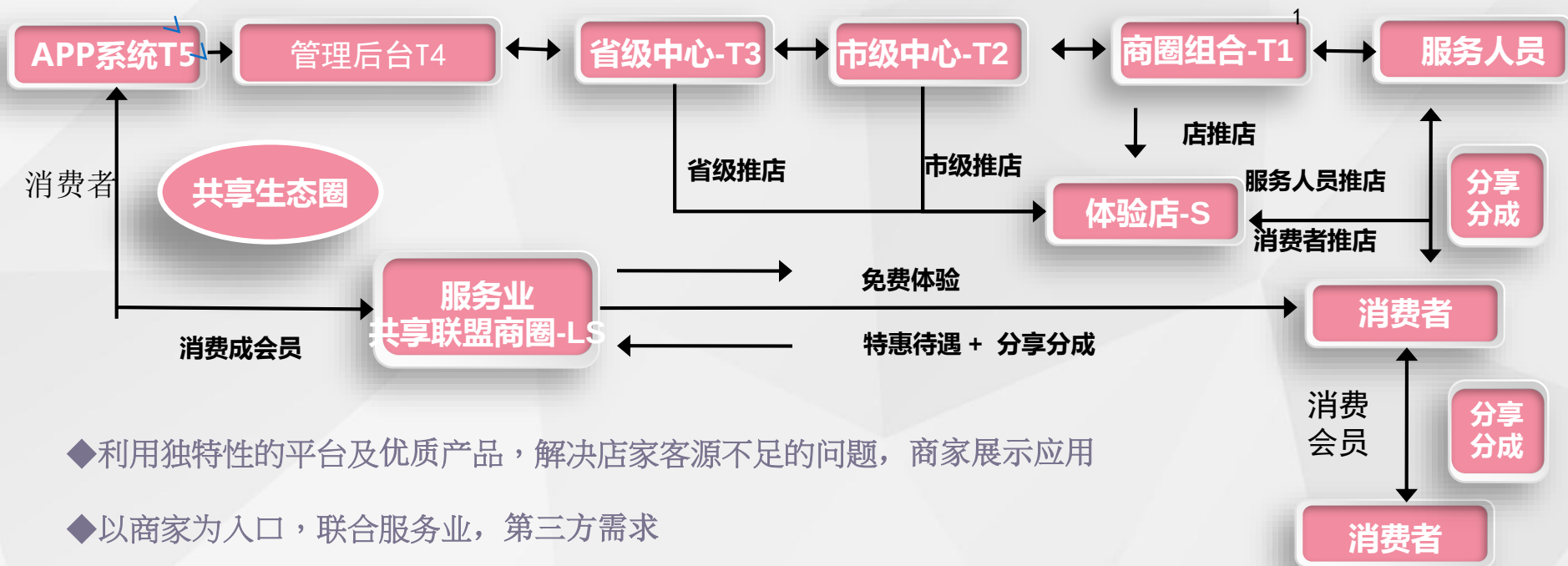
链接商家 共享客户

一个城市有若干组共享商圈

裂变商圈数量，就是把更多的新的消费者纳入店家更多的关注，让你的店展示在更多的消费者面前



自由丽人APP管理分成模式 示意图



- ◆利用独特性的平台及优质产品，解决店家客源不足的问题，商家展示应用
- ◆以商家为入口，联合服务业，第三方需求
- ◆后端可实现多行业共同打造大数据，共享客户数据，共赢大时代

app 功能实现界面：



- 1:一类店
- 2:二类店
- 3:三类店
- 4:四类店
- 5:五类店
- 6:服务业



汕头竞争图

- 1:一类店
- 2:二类店
- 3:三类店
- 4:四类店
- 5:五类店
- 6:服务业

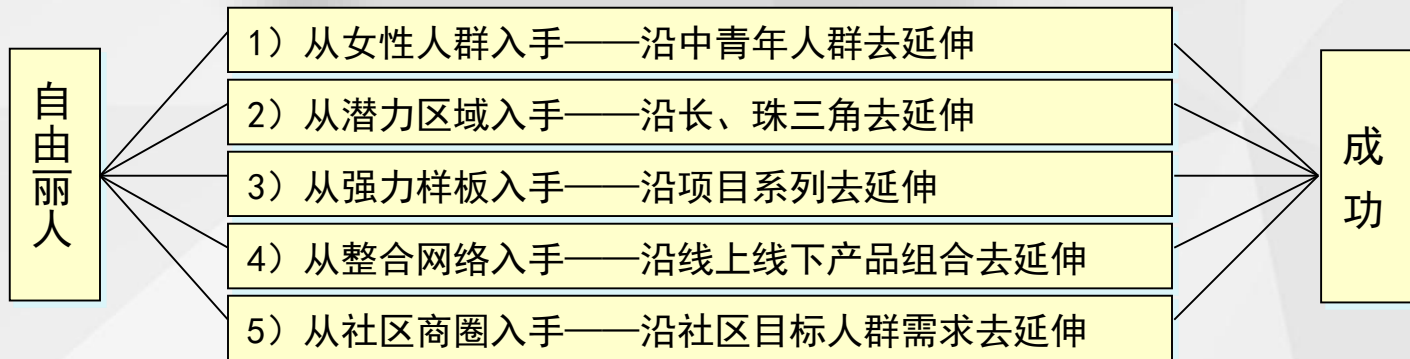


自由丽人 商家链接服务平台

链接商家 服务客户

C

路经选择（推广方式）



从网络链接入手——结合商家需求服务——消费者需求入手——形成合作理念。共享用户数据，植入品牌直营、品牌服务
我们的发展道路——样板——培训裂变——复制到全国——平台商家，会员数据形成——服务商家消费者——平台初步形成——第三方服务，广告形成——利润源形成——平台形成。

链接商家 服务客户

△ 软件与产品配合转换阶段

一阶段：品牌直营、品牌商城软件加盟入店，商圈建立、商圈链也可项目形式进入APP商城。

初步方案1、商家加盟费一次性3000元. 2、品牌加盟1200元/年。3、批发商圈加盟29800元/一次性。消费者签到, 分享该店服务或产品！

二阶段：查店选店组成社区店联盟商圈，初期组织扫街查店，选10个以内行业，组合成1.5公里商圈，组织消费者推送，相互优惠活动，摸索规律，形成不同层级的模式。我们的定位是社区商圈店会员服务联盟“万店连锁”，可考虑统一品牌方式，造成更大品牌影响力！

三阶段：分选社区店几个重点行业，品牌直营统一采购产品，组织厂家直供，争取更大优惠，减轻商圈店经营负担，可考虑统一品牌的商圈店招商加盟，作为运营公司支系统（以城市定位）

四阶段：设计建立商圈各异业店，供货商平台，让店家与供应商对口进货交易，我们收取抽点与广告费，就像美团“阿里巴巴、头条”把运动员身份转换为裁判员与城管，制定服务行业标准。收取广告费及佣金。

自由丽人

商圈共享平台

链接商家 服务客户

D

市场推广计划



网点布局策略：先南方，后北方，

先建西南，华中办事处

试点一期：广州、长沙（培训代理商、组建城市运营中心）

二期：西南、华中几个城市分别启动的、北方、北京

三期：西南、华中骨干城市启动、北方城市试点

(3) 共享需求平台、营销规划——四个阶段

一阶段：筹备开发期（2017-2019年）

1/ 网络软件、APP——要完成2.0版（2020年6月-2020年8月）

1、招商、代理及品牌合伙人样板

2、城市运营中心建立模板

2/ 初步制定发展战略规划，前2021-2022年网络为主，
产品为辅，2023-2025中期网络和产品同步发展！

2025-2010以商圈、品牌、批发商圈样板延伸向全国展开，以商家为数据用户载体，服务品牌，第三方服务推送及数字营销精准服务，商家、品牌、三农产品视频展示及用户分享，商圈、商圈链、商圈城市链、全国用户数据共享服务，在商家、用户、品牌中心植入消费金融服务！

自由丽人

商圈共享平台

链接商家 服务客户

二阶段：试点推广布局期（2020下半年——2021下半年）



1/ 网点布局策略：先南方，后北方，先建西南，华中办事处

2/ 试点一期：广州、长沙（培训代理商、组建城市运营中心）

二期：西南、华中几个城市分别启动的、北方、北京

三期：西南、华中骨干城市启动、北方城市试点

3/ 网络品牌直营、品牌商城、服务同步运做

进品牌直营、品牌商城、服务的店、商圈商家、网络软件
入住率达80%

4/ 网络平台社区店推介逐步成熟，3.0版上市

三阶段：系统网点营运期（2021下半年-2022年）

- 1/ 全国省会城市导入网络平台
- 2/ 省会城市至少有3个社区圈长营运成熟
- 3/ 逐步向地级县级成熟进军、布局主要城市
- 4/ 网络平台导入社区4.0版软件

四阶段：综合网点平台营运期（2022年-2024年）

- 1/ 导入新思维的互联网项目
- 2/ 稳定的营运队伍
- 3/ 比较成熟的新区店群运作模式
- 4/ 建立成熟的商圈群，商圈链模式样板
- 5/ 建立成熟的商圈城市链模式样板

(4) 营销队伍组建——

△内部：人员到位，正培训

△外部：东西社区二个办事处正组建

试点城市已指定负责人、

①广州 ②长沙 ③成都 ④北京

△市场进度——先南方，再北方

先东西部，长江流域城市再全

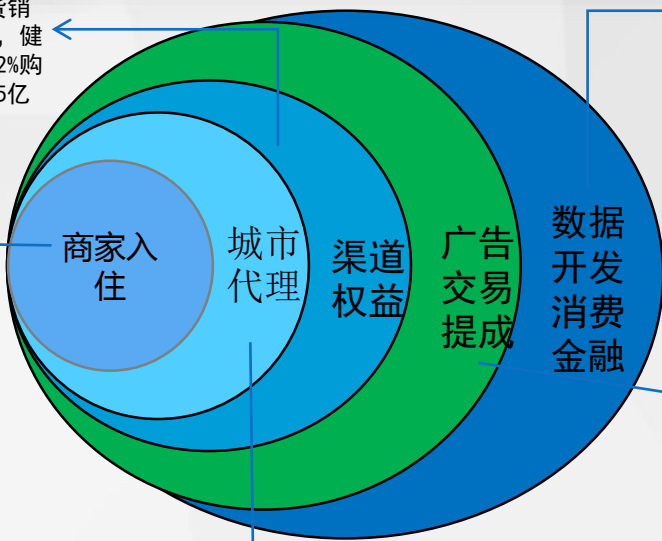
国铺开

盈利模式（经营管理）

产品直营，第三管道收益，10%抽佣（第三方产品进入渠道收益）第三方产品以团购进货销售，公司10%的抽成（美容项目，美容产品，健身器材，手机，汽车等）以5个城市计算的2%购买率计算，全国以一万计算的10%利润约3.5亿左右。

商家加盟费3000元，做5个样板，每个城市1000商家计算，预计1500万

以省为基数10000商家，每个商家收费3000元，该区域预计10000家是3000万元，我们前期做3-5个城市预计1-1.5亿元收益，城市代理预计6亿元收益。



数据开发交易（精准推送、会员共享第三方收费）
数据开发以每个城市一万商家，前期计划3-5个样板市场，每个商家100人计算合计300-500万会员，数据开发，有会员和商家基础后面做消费金融！预计收益在1.7-50亿元左右。

市内加盟的联盟商家的广告费、流量费的收益50%，商城消费分成等（按会员的注册商家ID）
1、第三方服务商链接流量费、抽成（APP商家和第三方商家服务）2、第三方广告（整形、国医馆社区医疗、基因食疗等）3、直播广告流量费会员免费（商家展示、第三方商家BAT展示视频）每次0.5-1元。4、商家竞价排名广告收益（包括BAT）流量置换。5、广告、第三方流量费每天120分钟计算、同步每秒1000次（按阿里计算）、流量费0.5/m合计每年千万、运营成本以25%计算、合计净利润每年603亿元！（1000万会员计算预计每秒200元。）

链接商家 服务客户

F

投资计划（资金使用）

公司预计投资1.5-5亿元

现已投入1200万元

（包括知识产权、策划及软件团队）

投资计划：

第一期：5000万元 占10%股权（12-18个月做4-5个省30个城市500万会员5万商家）

第二期：1.5亿元-5亿元 占10%股权（18-36个月，做25-30个省250个城市1000万会员，30-50万商家）IPO启动！

自由丽人

商圈共享平台

链接商家 服务客户

投资回报周期

一阶段：筹备开发期（2017年-2019年）暂没收入

二阶段：试点布局期（2020下半年——2021下半年） 年收入预计8000万-1.7亿元，利润2000万-4000万

三阶段：系统网点营运期（2021下半年——2022年）年销售收入预计5.4亿元-10亿元，利润1.5亿-3亿

四阶段：综合平台营运期（2022年——2024年）年销售收入预计17亿-33亿，利润3.5亿-12亿元

五阶段：由商家及品牌流量（2024年——2027年）平行向流量广告服务为主，消费金融，预计收益220亿元

自由丽人

商圈共享平台

链接商家 服务客户

G

股份团队（股权分布）

广州自由丽人健康科技有限公司股权构成

郭小明（董事长） 52%

日本新三菱控股 25%

邹献花 15%

曾庆调 8%

自由丽人

商圈共享平台

商业计划书



自由丽人

业务团队

- 1/ 郭小明：创始人
- 2/ 何云：商业经济硕士，多家公司高管经历，原无限极中国市场总监
- 3/ 曾生：软件博士，信息科技项目经理，微软公司开发主管
- 4/ 曾凡明：大学本科毕业，招商营销市场总监

自由丽人

商圈共享平台

